

大阪都市魅力創造戦略 2025 (仮)  
＜素案 (たたき台)＞

令和●年●月

大阪府・大阪市



## はじめに

### 【これまでの取り組み】

- 大阪府・市では、世界的な創造都市に向けた、観光・国際交流・文化・スポーツ各施策の上位概念となる共通の戦略として「大阪都市魅力創造戦略（計画期間：2012～2015年度）」、「大阪都市魅力創造戦略2020（計画期間：2016～2020年度）」を策定し、各種施策に取り組んできた。
- 戦略2020では、「世界的な創造都市、国際エンターテインメント都市へ加速」に向け、10のめざすべき都市像ごとにK P Iを定めP D C Aサイクルを実行しながら各種プロジェクトに取り組み、2019年の来阪外国人旅行者数は過去最高となる1,231万人を達成するなど、好調なインバウンド需要を取り込むことで、大阪の賑わいを創出してきたところである。
- また、この間、G20大阪サミット（2019年6月）の成功や百舌鳥・古市古墳群の世界遺産登録の決定（2019年7月）、ラグビーワールドカップ日本大会の開催（2019年9月～11月）などにより、国内外における大阪の存在感は確実に高まってきている。この流れを加速させ、大阪を新たなステージへと飛躍させるため、2025年に予定されている大阪・関西万博の開催を見据え、その成功はもとより、大阪・関西万博開催を世界への発信の絶好の機会と捉えたさらなる都市魅力の向上や、大阪・関西万博がめざすものの一つである持続可能な開発目標(SDGs)達成への貢献に向け、府民市民とともに取り組みを進めていくことが必要である。

## 【取り巻く環境の変化】

- 2020年、新型コロナウイルスの世界的な感染拡大により、人の移動や集客が制限され、4月以降、インバウンド需要が消失しており、宿泊、飲食等を中心に売上が大幅に減少するなど、観光をはじめあらゆる分野において多大な影響を受けている。
- こうした中、例えば、観光の分野においては、インバウンド消費の約4倍の規模を有する国内旅行需要の取り込みが喫緊の課題となっている。地域の魅力再発見につながるマイクロツーリズムの推進や、アウトドア志向、旅の個人化、分散化、ワーケーションの進展による旅の長期化など旅行者の変容するニーズに対応し、満足度を高めるための施策が求められている。
- 未曾有の事態を乗り越えるため、府民市民と共に都市魅力や大阪の賑わいを創っていくという考えのもと、大阪がもつバイタリティーや、数々のイノベーションを起こしてきた大阪の技術力などを存分に活用し、前向きにチャレンジしていく必要がある。
- さらに新型コロナウイルスの感染拡大や自然災害をはじめとする様々な危機事象等の発生は、今後も想定されることから、それらに柔軟に対応し復活できる力、いわゆる「レジリエンス」を備えることが重要であり、しなやかで力強い大阪の実現に向けた取組みも急務である。

## 【本戦略の位置づけ】

- 本戦略は、新型コロナウイルス感染拡大の影響・状況を踏まえ、まずは、国内の需要喚起やウィズコロナに対応した新たな魅力創出、インバウンド回復後に向けた基盤整備などに着手し、大阪・関西万博の開催、そして万博後も見据えた新たな大阪の賑わいを創り出すための施策の方向性を示すものである。

# 大阪都市魅力創造戦略2025（仮）

## めざす姿

### 世界があこがれる国際共創都市 ～みんなと共にさらに前へ～

大阪が持つ豊かな歴史や文化、都市のポテンシャルを改めて見直し、困難な状況に直面している今だからこそ、新しいことにチャレンジしてきた大阪らしく前向きに、住民・企業をはじめ、あらゆるステークホルダー、そして国際社会と共に魅力あふれる都市を創り上げていくことで、府民市民が誇れる都市へ、そして世界があこがれる都市へと繋げていくことをめざします。

## 基本的な考え方

大阪・関西万博のインパクトを生かした都市魅力の創造・発信

SDG s に貢献する安全・安心で持続可能な魅力ある都市の実現

多様な主体が連携し、府域全体を活性化

## 【大阪・関西万博のインパクトを生かした都市魅力の創造・発信】

2025年4月から開催が予定されている大阪・関西万博は、大阪・関西の魅力を世界に発信するチャンスであり、大阪の再生・成長に向けた推進力となる一大イベントである。大阪・関西万博を見据え、大阪の都市魅力を創造・発信することで、大阪・関西万博への来場につなげるとともに、2,800万人を見込む来場者が大阪の魅力を堪能できるよう、多様な観光コンテンツの磨き上げや受入環境整備などを推進する。

## 【SDG s に貢献する安全・安心で持続可能な魅力ある都市の実現】

SDGsは2030年を年限とする国際目標であり、誰一人取り残さない持続可能な社会の実現のため、17の目標と169のターゲットが定められている。大阪は、万博の開催都市として、「SDGs先進都市」をめざし、様々なステークホルダーとの連携のもと取り組みを進めている。本戦略に基づく施策についても、関係機関等と連携しながら、SDGsの観点を踏まえた取り組みを進めていく。

自然災害をはじめとするあらゆる危機的事態に直面しても、柔軟かつ機動的に対応し、その影響を最小限にとどめ、復活できる力（レジリエンス）が都市ブランドとして評価される時代を迎えている。都市魅力の分野においても、レジリエンスの視点は重要であり、その基礎となる安全・安心な都市を実現していくため、受入環境整備や情報発信なども含め、各種施策を推進していく。

また、新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から、人の移動や集客が制限される中、オンラインの活用などによる新たな事業展開が進められており、こうした新たな手法や価値観等による都市魅力の創出が重要となる。非接触を可能とするICTの活用やバーチャルによる新たな都市魅力の創出・発信をはじめ、3密を回避したイベントの実施など、新たな生活様式への適応に取り組むとともに、ポストコロナ期においても魅力的なものとなるような「大阪の賑わいづくり」に取り組む。

## 【多様な主体が連携し、府域全体を活性化】

都市魅力創造は、住民、民間、地域団体など様々な主体がその担い手となり、行政としてもそれぞれの主体を繋ぐ役割や、総合プロデュース、旗振り役を担う必要がある。大阪の観光推進のプラットフォームである大阪観光局とも十分に連携し、多様な主体が必要な役割を担いつつ、それぞれの強みを最大限に発揮することで、一体となって都市魅力の向上に向けた取り組みを展開し、府域全体を活性化させる。

# めざすべき都市像

めざすべき都市像を設定し、その実現に向けてベクトルをあわせて施策の実施に取り組めます。

1	<b>安全で安心して快適に滞在できる都市</b>	<u>あらゆる人々が安全で安心して滞在し、楽しむことができる都市をめざす。</u>
2	<b>大阪ならではの賑わいを創出する都市</b>	大阪の強みであるエンタメ、食、歴史、文化・芸術、プロスポーツなどを生かした賑わいを創出する都市をめざす。
3	<b>多様な楽しみ方ができる周遊・観光都市</b>	国内外を問わず幅広い国・地域から多彩な人々が訪れ、集い、府内各地を周遊し多様な体験ができる都市をめざす。
4	<b>世界水準のMICE都市</b>	IR誘致に伴う世界水準のMICE施設の整備を見据え、 <u>国内外の都市に伍する競争力を備えたMICE都市をめざす。</u>
5	<b>大阪が誇る文化力を活用した魅力あふれる都市</b>	<u>国内外から芸術家等が集い、様々な文化芸術が交流し、新たなつながりや創造が促進されることにより、大阪の文化力や都市の魅力の更なる向上につながる都市をめざす。</u>
6	<b>あらゆる人々が文化を享受できる都市</b>	<u>府民市民の自主性、創造性が発揮されることはもとより、あらゆる人々が等しく、文化芸術を鑑賞、参加、創造できるような環境が整備され、次世代へと継承されている都市をめざす。</u>
7	<b>世界に誇れるスポーツ推進都市</b>	世界的なトップアスリートのパフォーマンスを「見る」機会を創出し、府民・市民に夢と希望、活力をうみだすとともに、 <u>スポーツの魅力を活用した様々な形のスポーツツーリズムを推進するなど、世界に誇れるスポーツ推進都市をめざす。</u>
8	<b>健康と生きがいを創出するスポーツに親しめる都市</b>	大阪・関西万博に向けた「10歳若返り」を見据え、年間を通じて様々なスポーツを「する」「ささえる」健康で活力のある都市をめざす。
9	<b>大阪の成長を担うグローバル人材が活躍する都市</b>	大阪の成長・発展につながる国内外の高度人材が育成され、活躍できる国際都市をめざす。
10	<b>出合いが新しい価値を生む多様性都市</b>	世界中から訪れる外国人が安心・快適に過ごせる環境を整えることで、多様な人材や企業を惹きつけ、新しい価値を生み出す都市をめざす。

# めざすべき都市像ごとの施策項目および主な施策

## 1 安全で安心して快適に滞在できる都市

- ① 旅行者の安全・安心の確保
  - ・ 災害等に関する情報発信
  - ・ 世界基準の情報発信
  - ・ 観光施設、宿泊施設等におけるスムーズな避難誘導
  - ・ 災害等緊急時の相談対応の充実
- ② ニューノーマルに適応した観光客受入環境の充実、ICTの活用・強化
  - ・ 感染対策の充実・強化（感染対策等認証制度の推進、顔認証技術の活用など）
  - ・ 観光等の案内機能の充実、多言語対応強化
  - ・ 都市公園の滞在快適性向上・魅力向上
  - ・ ICTの活用・強化（スマートモビリティ/Maasの推進、キャッシュレス推進、オンライン活用など）
  - ・ 宿泊施設、観光施設等の受入環境の充実
- ③ 持続可能な観光都市の推進
  - ・ 観光客・地域住民双方に配慮した観光地域づくりの推進
  - ・ 観光地域づくり法人（DMO）の推進、専門人材の育成
  - ・ 官民連携による大阪版TID制度の導入検討

## 2 大阪ならではの賑わいを創出する都市

- ① 世界第一級の文化・観光拠点形成・発信
  - ・ 大阪・関西万博を契機とした世界に向けた大阪の魅力発信
  - ・ I Rを契機とした夢洲における国際観光拠点の形成
  - ・ 世界遺産百舌鳥・古市古墳群エリアの賑わいづくり
  - ・ 大阪市内の重点エリア（大阪城・大手前・森之宮地区、中之島地区、御堂筋地区、天王寺・阿倍野地区、新今宮地区、築港・ベイエリア地区）、大阪駅周辺地区（うめきた2期など）、難波周辺地区等の魅力向上
  - ・ 水都大阪（水の回廊の更なる活性化等）、光のまちづくりの推進
- ② 万博記念公園の魅力向上
  - ・ 新たなビジョンの策定と推進
  - ・ 大規模アリーナを中核とした大阪・関西を代表する新たなスポーツ・文化の拠点づくり
- ③ 大阪の強みを生かした魅力創出・発信
  - ・ 大規模集客施設やエンターテインメントなどを活用した魅力発信
  - ・ 大阪の食の魅力の創出・発信
  - ・ 大阪が誇るスポーツ資源を生かしたスポーツツーリズムの推進
  - ・ 伝統的な祭りや大阪の歴史・文化資源を生かした地域魅力の発信
  - ・ 万博・I Rのインパクトを活用した大阪広域ベイエリアの活性化
  - ・ 歴史的な建築物や街並みなどを活用した魅力的な景観演出の推進

### 3 多様な楽しみ方ができる周遊・観光都市

- ① 国内観光の推進
  - ・ 国内プロモーションの推進
  - ・ マイクロツーリズムの推進
- ② 欧米豪をはじめ幅広い国・地域からの集客促進
  - ・ 欧米豪向けプロモーションの強化
  - ・ 欧米豪の受入に対応した環境整備やニーズに対応した魅力づくり
  - ・ 生活習慣や文化等の違いに対応した受入環境整備
- ③ 周遊性を高めるコンテンツの磨き上げ
  - ・ 世界遺産百舌鳥・古市古墳群や万博記念公園をはじめとする府内の魅力的なコンテンツの発信、デジタル化の推進
  - ・ テクノロジーを駆使した新型エンタメ・街の演出
  - ・ 広域周遊コースの発信・誘客促進
  - ・ 地域資源を活用した着地型観光の促進
  - ・ 大阪のプロスポーツチーム・トップアスリート等と連携した都市魅力の発信、観光振興につなげるための取組みの推進
  - ・ 自転車で周遊できるサイクルロードの整備・活用
- ④ 自然を生かした都市魅力の創造
  - ・ 手軽に行ける大阪の自然を生かしたツーリズムの推進
  - ・ 都市公園の魅力向上
- ⑤ 旅行者ニーズに配慮した多様なサービスの提供
  - ・ ナイトカルチャーの充実強化
  - ・ 富裕層の受入に対応した環境整備やニーズに対応した魅力づくり
- ⑥ 効果的なプロモーションの強化
  - ・ 国内外における観光客のニーズを分析し、そのニーズやターゲットに応じた戦略的プロモーションの実施
- ⑦ 観光を支える人材等の育成
  - ・ 観光地域づくり法人（DMO）の推進、専門人材の育成（再掲：都市像1③）
  - ・ ホスピタリティの向上、人材の育成

### 4 世界水準のMICE都市

- ① M I C E 戦略の策定
  - ・ MICE誘致に向けた調査・研究
  - ・ 新たなM I C E 戦略の策定
- ② M I C E 誘致の推進
  - ・ 官民をはじめ、関係機関と連携した誘致の推進
  - ・ ターゲット等を明確にした新たな戦略に基づく誘致活動の展開
  - ・ アフターコンベンションの充実・強化
  - ・ ユニークベニューの開発、利用促進
  - ・ I R を見据えたMICE受入体制の充実
  - ・ 府内MICE関連施設の活用
- ③ 人材の育成
  - ・ MICE関連人材の育成

## 5 大阪が誇る文化力を活用した魅力あふれる都市

- ① 多彩な大阪文化を活用した都市魅力の向上や文化観光の推進
  - ・ 上方伝統芸能や上方演芸をはじめ、府内の様々な文化資源等を活用した都市魅力の向上
  - ・ 博物館や美術館などにおける文化についての理解を深める機会の拡大など、文化観光の推進
  - ・ 歴史と文化が集積するエリアからの芸術文化の情報発信
  - ・ 大阪中之島美術館の開館及び大阪市立美術館のリニューアルによる都市魅力の向上
  - ・ 大規模アリーナを中核とした大阪・関西を代表する新たなスポーツ・文化の拠点づくり（再掲：都市像2②）
- ② 新たな文化の創造・国内外への発信、他文化への理解や交流の促進
  - ・ AI、VR、ARなど最先端技術を取り入れた新しい取組みの推進や、「新しい生活様式」を踏まえたICT技術を活用した文化芸術活動の普及
  - ・ 大阪と国内外の様々な文化や歴史、言語、習慣などが交流する機会の創出による他文化理解、異文化交流の促進
- ③ 文化芸術を創造し、支える人材の育成・支援
  - ・ 持続可能な文化芸術の振興に向けた担い手の育成・支援
  - ・ 他分野の質を高めるような文化芸術活動に対する支援の充実
  - ・ 新型コロナウイルスの感染状況を踏まえた長期的・継続的な支援

## 6 あらゆる人々が文化を享受できる都市

- ① 文化芸術を鑑賞する機会等の充実
  - ・ あらゆる人々が文化芸術を鑑賞、参加、創造できる機会の更なる充実
  - ・ 博物館・美術館施設を活用した、良質で多様な芸術文化に触れる機会の創出
- ② 文化芸術拠点の充実や機能強化
  - ・ 府立江之子島文化芸術創造センター（enoco）の機能強化
  - ・ 府立上方演芸資料館（ワッハ上方）の運営を通じた上方演芸の保存及び振興、親しむ場の提供
  - ・ 大規模アリーナを中核とした大阪・関西を代表する新たなスポーツ・文化の拠点づくり（再掲：都市像2②）
- ③ 文化関係施設のネットワーク化と市町村連携
  - ・ 府内にある文化関係施設におけるネットワークの構築
  - ・ 府内市町村が文化芸術に関する情報の共有などを図る機会の創出、市町村相互の連携強化
- ④ 文化資源の保存、活用、継承
  - ・ 文化財・史跡の保存・活用を通じた文化芸術の社会的価値の醸成

## 7 世界に誇れるスポーツ推進都市

### ① 国際的なスポーツイベントの開催

- ・ 人気の高い競技大会を誘致し、トップアスリートのパフォーマンスを見る機会の提供
- ・ オリパラ、WMG等機運醸成イベント等の展開
- ・ 大規模アリーナを中核とした大阪・関西を代表する新たなスポーツ・文化の拠点づくり（再掲：都市像2②）

### ② スポーツツーリズム推進のための大阪の魅力発信

- ・ 大阪マラソンのさらなる進化発展
- ・ 大阪のブランド力を活用したスポーツイベントの誘致・開催
- ・ 大阪のプロスポーツチーム・トップアスリート等と連携した都市魅力の発信、観光振興につなげるための取組みの推進（再掲：都市像3③）
- ・ 大阪が誇るスポーツ資源を生かしたスポーツツーリズムの推進（再掲：都市像2③）
- ・ 手軽に行ける大阪の自然を生かしたツーリズムの推進（再掲：都市像3④）

### ③ 大規模スポーツイベント開催を契機としたレガシーの形成

- ・ オリンピック・パラリンピックを契機とした次世代の育成
- ・ オリンピック・パラリンピック、WMGを契機としたスポーツツーリズムの推進

## 8 健康と生きがいを創出するスポーツに親しめる都市

### ① スポーツを「する」機会、「ささえる」力の拡充

- ・ 誰もが気軽にスポーツに取り組める機会の提供
- ・ トップアスリートの指導力などを活用した子どもたちの運動やスポーツに対する興味・関心の向上
- ・ スポーツを支える人材の育成
- ・ 大阪マラソンの更なる進化発展（再掲：都市像7②）
- ・ 大阪のプロスポーツチーム・トップアスリート等と連携した都市魅力の発信、観光振興につなげるための取組みの推進（再掲：都市像3③）

### ② スポーツを通じた健康増進

- ・ 身近なコミュニティにおける気軽なスポーツ実践の場の拡充
- ・ 企業・大学等と連携した事業の展開及びスポーツ健康科学の推進
- ・ 新しい生活様式を踏まえた体力づくり等の健康増進

## 9 大阪の成長を担うグローバル人材が活躍する都市

- ① グローバル人材育成
  - ・ 国際的な感覚とコミュニケーション力を有するグローバル人材の育成
  - ・ 海外の大学等への進学支援及び帰国後の大阪での活躍支援
- ② 高度外国人材の育成、活躍・定着支援
  - ・ 大学・企業と連携した大阪企業への就職支援
  - ・ 外国人留学生のビジネス日本語能力の向上・啓発
  - ・ 外国人留学生の地域での活躍機会の創出
  - ・ 外国人留学生等の起業支援

## 10 出会いが新しい価値を生む多様性都市

- ① 在住外国人が安全・安心に暮らせる環境づくり
  - ・ 外国人多言語相談・やさしい日本語を含めた情報発信の充実
  - ・ 災害時における多言語支援の強化
  - ・ 多文化理解の促進
- ② 国際競争力を有するビジネス拠点としての大阪の魅力向上
  - ・ 成長分野での産業振興やイノベーション創出の推進
  - ・ 中小企業の国際ビジネス交流の促進
  - ・ 外国人留学生等の起業支援（再掲：都市像9②）
  - ・ 外国企業等の誘致、定着促進（外国人駐在員等への生活支援等）
- ③ 大都市大阪の活力を統合した都市外交の推進
  - ・ 大阪の魅力や強みの効果的な海外への発信
  - ・ 府市それぞれの都市間ネットワーク・外交ノウハウを相互に活用した交流推進
  - ・ 総領事館とのネットワークを生かした情報発信の強化
  - ・ 地域特性を生かした国際協力
  - ・ 成長著しいアジアとの交流や先端産業分野での欧米等との交流の促進を通じた相互利益の実現

## 計画期間

### 2021（R3）～2025（R7）年度

※ 新型コロナウイルスの状況等に応じて、計画年度途中において 戦略を見直すことも想定

- 本戦略に基づく取組みは、新型コロナウイルスによる社会への影響を鑑み、上記期間をフェーズ1、フェーズ2という段階に分けて、状況に応じ施策を推進していきます。

#### 【フェーズごとの取組みの方向性】

##### **フェーズ1（ウイズコロナ） 緊急対策期／反転攻勢準備期**

- ◆ 感染防止対策を最大限に講じつつ、国内の需要喚起等に向けた取組みを推進
- ◆ ウイズコロナに対応した新たな都市魅力の創出、反転攻勢（インバウンド回復時）に向けた準備、基礎固めを実施

##### **フェーズ2（ポストコロナ） 反転攻勢期**

- ◆ ウイズコロナ期における取組みを土台に、インバウンドを視野に入れた誘客を促進するなど、2025年に向け加速度的に取組みを実施し、大阪の賑わいを創造

## 重点取組み

新型コロナウイルスの状況や、都市魅力創造に向けたこれまでの取組み、大阪・関西万博を見据えた魅力づくりという観点から、本戦略においては、2025年に向け、次の項目について重点的に取組みます。

また、具体的な取組みは、次ページに例示しているように、新型コロナウイルス感染状況のフェーズに応じ推進していきます。

- 世界第一級の文化・観光拠点の進化・発信
- 大阪の強み（エンタメ、食、歴史、文化・芸術、プロスポーツなど）を生かした魅力創出・発信
- さらなる観光誘客に向けた取組み（欧米豪をはじめ幅広い国・地域からの集客、国内観光の推進、府域周遊の促進）
- 戦略的なM I C E 誘致の推進
- 文化・芸術を通じた都市ブランドの形成
- スポーツツーリズムの推進
- 大阪の成長・発展につながる国内外の高度人材の活躍推進

## フェーズごとの重点取組み例

フェーズ1（ウィズコロナ）	フェーズ2（ポストコロナ）
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 国内の需要喚起に向けた取組み</li> <li>• 受入環境整備（新型コロナウイルス対応、インバウンド受入準備等）</li> <li>• マイクロツーリズム、府域周遊促進に向けた魅力的な観光コンテンツの磨き上げ、プロモーションの展開（水都大阪、百舌鳥・古市古墳群、万博記念公園、大阪ミュージアム登録物、市内重点エリア等、自然の活用など）</li> <li>• AI、ICT等を活用した新たな観光コンテンツの開発・発信</li> <li>• エンタメ、食、歴史など大阪の強みを生かした魅力の発信</li> <li>• 新たなMICE誘致戦略の策定</li> <li>• ガイドラインの順守を前提としたMICE開催支援</li> <li>• 文化芸術活動の回復や大阪の賑わいを創出する取組の推進</li> <li>• 文化芸術の担い手、支える人材の支援</li> <li>• 文化芸術を鑑賞する機会等の創出</li> <li>• 大阪のプロスポーツチーム・トップアスリート等と連携した魅力発信</li> <li>• 国内向けスポーツツーリズムの推進</li> <li>• 海外進学支援等によるグローバル人材の育成</li> <li>• 大学等の外国人留学生の就職支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 欧米豪をはじめ幅広い国・地域からの集客</li> <li>• 富裕層の集客に向けたプロモーションの展開、ニーズに対応した魅力づくり</li> <li>• IRを契機とした夢洲における国際観光拠点の形成</li> <li>• 大阪中之島美術館の開館など文化施設の集積を生かしたエリアの魅力向上</li> <li>• 大阪市立美術館リニューアルによる文化発信力の強化と都市魅力の向上</li> <li>• うめきた2期まちづくりの推進</li> <li>• 万博記念公園駅前周辺地区活性化事業の推進</li> <li>• 官民一体となったMICE誘致の推進</li> <li>• 府内の様々な文化資源や地域の魅力を活用した都市魅力の更なる向上</li> <li>• 博物館や美術館などの文化資源の鑑賞、体験など、国内外からの観光客の来訪促進に向けた文化観光の推進</li> <li>• 大規模スポーツイベントの開催などによる誘客促進</li> <li>• インバウンドを含めたスポーツツーリズムの推進</li> <li>• グローバル人材の大阪での活躍促進</li> <li>• 高度外国人材の育成・起業促進</li> </ul>

※ 取組み例については、フェーズごとに明確に区分けされるものではなく、フェーズを通じた取組みが前提となります。

## 別紙にて議論

## 戦略の進捗管理

- 戦略に基づく施策の展開にあたっては、個々の事業の進捗管理を徹底する。
- 戦略の着実な推進を図るため、大阪都市魅力戦略推進会議において進捗管理を行う。
- 社会状況の変化に応じ、具体的な取組内容については、適宜、追加・修正を行うなど、必要に応じ柔軟に見直しを図っていく。