

出雲市観光基本計画の策定について

令和6年12月議会において報告した本計画（案）について、パブリックコメント等を実施し、令和7年1月29日の第4回出雲市観光戦略会議において承認され、出雲市観光基本計画として策定しましたので報告します。

記

1. パブリックコメントの実施結果について

- (1) 期間 令和6年(2024)12月13日(金)～令和7年(2025)1月14日(火)
- (2) 提出者数 2名(意見11件)
- (3) 計画に反映した意見数 1件

意見内容(要約)	反映内容
次の点がかけていると思う。 1. 観光基本計画(案)の原案作成者(団体) 2. 策定委員会で検討されたのであれば、その委員名 3. 計画(案)作成までの経過 (1)策定委員会があれば、開催年月日 (2)市役所内での検討・協議の開催年月日とメンバー	原案作成者(団体)は、出雲市観光戦略会議。委員名、計画案策定までの会議の開催年月日は、資料編に掲載。 市役所内での検討は、観光戦略会議に先立ち、庁内推進本部会議を開いて内容を確認したほか、随時観光交流部や関係課による協議を重ね、会議の開催年月日は、資料編に記載。 資料1 出雲市観光基本計画 策定経緯 (P84) 資料2 出雲市観光戦略会議 委員名簿 (P85)

2. 出雲市観光基本計画 コンセプトブックの作成について

インナープロモーションが重要との意見を踏まえ、誰にも知っておいてほしい出雲の古代からつながる歴史などを紹介する「コンセプトブック」を作成

3. 計画推進スケジュールについて



IzumO

本計画は、出雲の観光に関わるすべての人のための観光まちづくりの羅針盤。

力を合わせて進む方向であり、迷ったときに立ち返る“拠りどころ”。

共通の目標や役割を明確にすることで、コミュニケーションや連携が活発化するだけでなく、取組に関わる輪が広がり、観光を軸としたまちづくりのエネルギーが大きく高まることを目指しています。

Contents

- 02 1. なぜ観光振興に取り組むのか？
- 03 2. 基本理念と行動指針
- 04 3. 目指す将来像と数値目標
- 06 4. 出雲市観光の現状と重点課題
- 07 5. 戦略と主要施策
- 12 6. 計画推進スケジュール（想定）

Tourism Master Plan 2025-2029

Photo by SHOKO TAKAYASU

出雲市観光基本計画

概要版

2. 基本理念と行動指針

私たちは、観光振興に取り組むに当たって、根底にある考え方を以下のとおりとします。

基本理念

神々の国、未来へ八雲立つ

私たちは、観光産業を持続可能なまちづくりの原動力とし、
神々の国出雲の文化とともに、豊かな出雲の地を次世代に引き継ぎます。

行動指針

地域協働の推進

- 長期的な視野に立ち、おかげさまとおもてなしの心で地域全体で良くなることを目指します。

地域価値の再認識と磨き上げ

- 出雲の歴史文化や本物の豊かさを誇りに思い、磨き上げることで地域全体の価値を高めます。

経済と交流の活性化

- 観光を起点に地域内外の交流を活性化させ、経済の好循環と人的交流による活力向上を図ります。

ブランド力向上

- はじまりの地出雲の物語を国内外に発信し、出雲のブランド力を更に高めます。

人材育成

- 持続可能なまちづくりの原動力として、出雲の未来を創造する次世代の観光人材を育成します。

3. 目指す将来像と数値目標

(1) 目指す将来像

将来像

観光地経営でなす 住んでよし、訪れてよしの観光まちづくり

周遊滞在型・通年型の観光まちづくりを戦略的に実現し、
住む人・訪れる人双方が出雲の多様な魅力に気付き、楽しんでいきます。

Side : 住む人

市民がもっと出雲のことを知り、楽しんで
観光まちづくりに取り組む人の輪が広がっている
観光地経営の推進力が高まっている

これまで意識されていなかった
地域の価値の再認識・新発見

出雲の強みとなる価値
(キーワード/素材)

出雲大社

様々な縁に出会える地
本物

サステナビリティ
(昔から受け継がれてきたもの)
自然・歴史・伝統・文化
人・交流
心の拠り所
ストーリー・学び

多様な魅力の発見

周遊滞在型
通年型
観光の実現

出雲の地域の価値、
旅の価値を伝える

訪れる人像

自然や歴史の価値を知り、
敬意や愛情をもって接する
ことができる観光客

物見遊山でない旅
(目に見えない価値)
を求めている観光客

相応の対価を払うことが
持続可能な観光地を作る
ことを理解している観光客

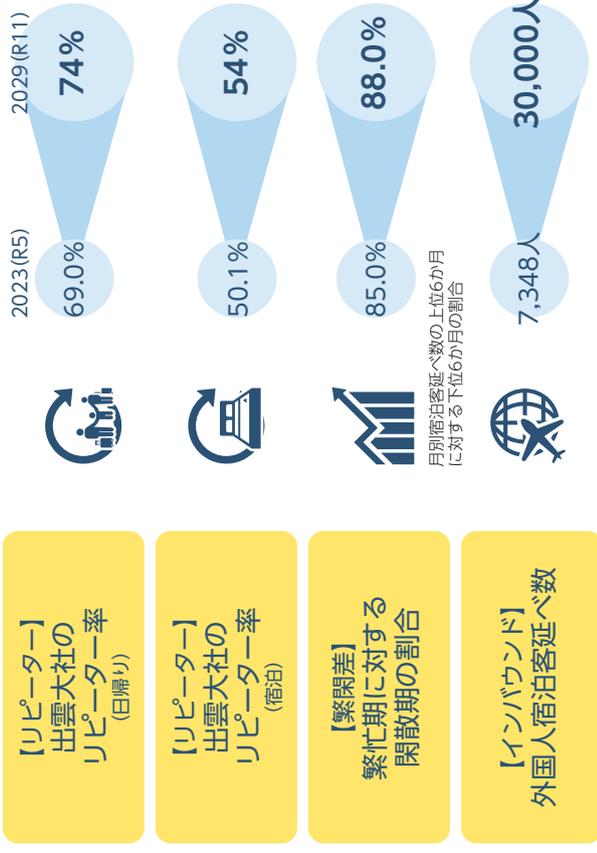
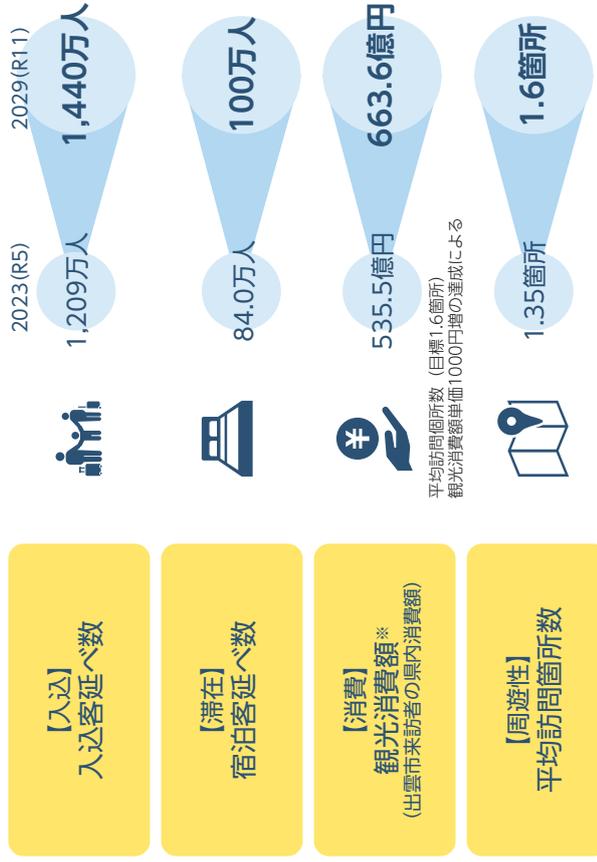
Side : 訪れる人

出雲の多様な魅力を知り、楽しんで
出雲ファンの輪が広がっている
いつも出雲を楽しむことができる

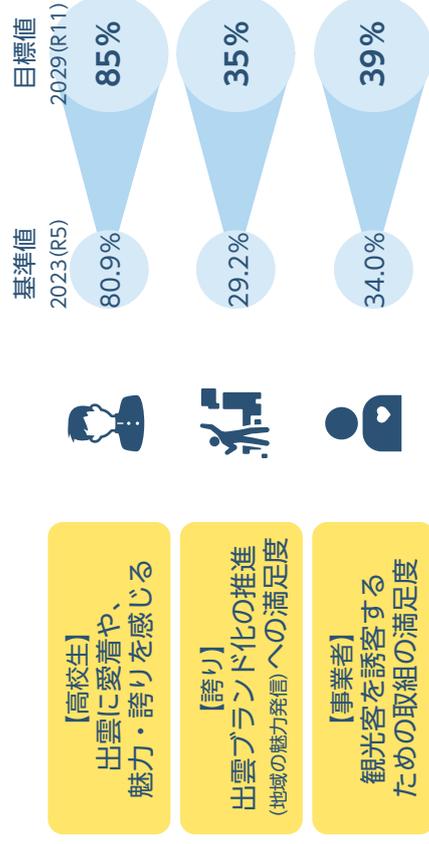
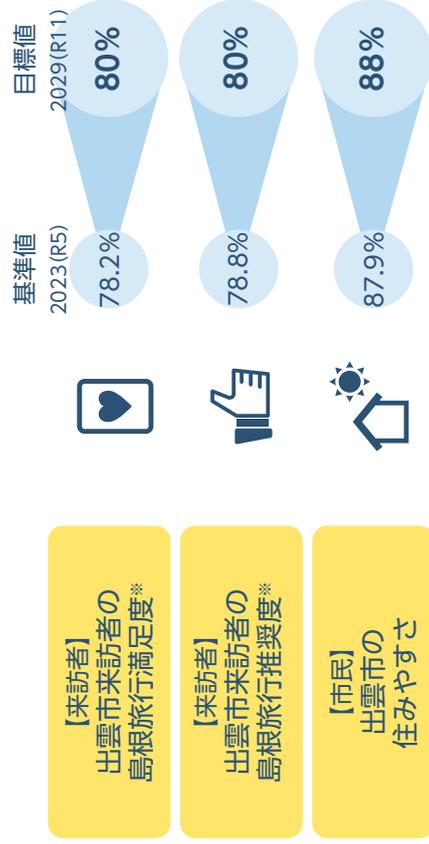
(2) 数値目標

将来像の実現に向けて、具体的な数値目標を設定します。

地域経済への貢献



住んでよし、訪れてよしのまちづくり



※出雲市単独での数値の把握は今後の課題であり、把握が可能となった場合には目標値を再検討します。

4. 出雲市観光の現状と重点課題

出雲市観光戦略会議や地域観光戦略会議における議論、様々な現状分析から、出雲市観光の課題が見えてきました。



5. 戦略と主要施策

戦略名	主要施策	戦略 D に基づく主な役割分担 (想定)				
		観光協会 (DMO)	観光交流部	地域	市内推進本部	
戦略 A マーケティング力強化戦略	A-1. 戦略的なマーケティング活動の展開	◎	○			
	A-2. データの収集・活用による分析力・説明力の強化	◎	○	○		
	B-1. 地域と連携した魅力の磨き上げ	◎	○	◎		
	B-2. 守るべき資源・文化の継承と価値の再認識	○	◎	○	◎	
戦略 B 観光まちづくり戦略	B-3. 受入基盤の充実	○	◎	○	◎	
	B-4. 観光客への情報発信ルート等の活用	○	○		◎	
	C-1. 出雲の特別性と各エリアの認知向上	◎	○			
	C-2. 個人客・リピーターやオフシーズン等の誘客強化	◎	○	○		
戦略 C 誘客・ファン拡大戦略	C-3. 新市場の創出	○	◎	○		
	インバウンド					
	多面的な誘客促進	◎				
戦略 D 観光地経営体制・人づくり戦略	D-1. DMOを中心とした観光地経営体制の構築	◎	◎		○	
	D-2. 地域との協働体制の構築	○	◎	◎		
	D-3. 観光地経営の透明性向上と財源確保	○	◎		○	

A マーケティング力強化戦略

住んでよし、訪れてよしの周遊滞在型・通年型観光を実現し、地域経済に好循環を生み出していくため、戦略的なマーケティング活動の展開を推進します。

また、効果的な施策立案と効果の検証を行うとともに、関係者との合意形成や市民理解を図るため、データの収集・活用を進めます。

A-1. 戦略的なマーケティング活動の展開

- ① 観光地としてのマーケティング戦略の策定等

A-2. データの収集・活用による分析力・説明力の強化

- ① データの収集強化と地域/事業者における分析・活用

観光地における観光計画と観光地域マーケティング戦略の関係性



参考：安藤 弘樹, “企業におけるマーケティング機能とは？企業戦略や他部門との関係について詳しく説明します！”, 株式会社 H&K, 2021-08-31. <https://www.hank-inc.co.jp/blog/marketing-function>, (参照 2022-12-02)
 出典：観光庁「観光地域づくり法人 (DMO) による観光地域マーケティングガイドブック」(R4.12)

取組紹介

地域全体のマーケティング力強化に向けて

出雲観光協会 公式予約サイト「出雲旅」の導入

令和6年12月、市内の旅行商品等の公式予約サイト「出雲旅」を導入しました。地域のマーケティング力(販売力)を高めるツールとして注目されている、地域限定の予約販売サイトです。

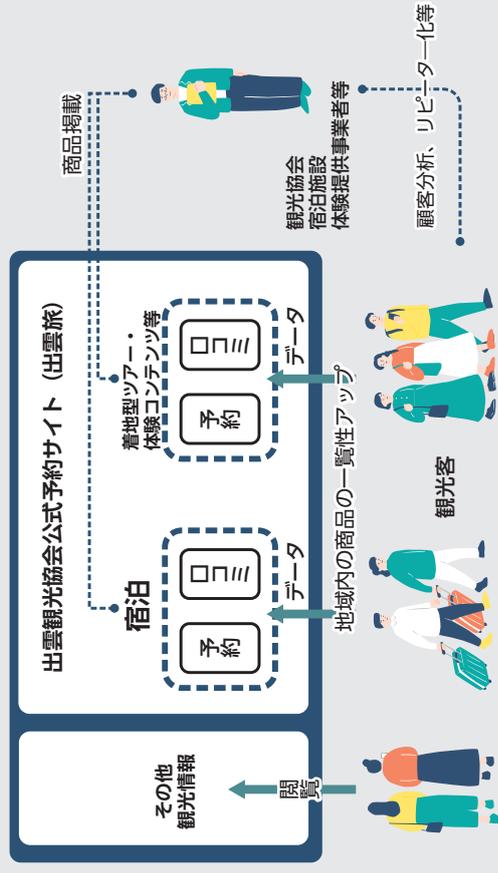
いけば商品の「陳列棚」が整いましたので、地域の様々な魅力・出雲の暮らしや文化を楽しめる商品の発掘・掲載を進めていきます。

メリット1
 大手旅行会社では扱うことが難しい、地域の多様な商品を販売できる仕組みが整う

メリット2
 顧客データを分析し、地域や事業者の販売力アップ

メリット3
 低手数料で利用できる(手数料は市の観光振興に活用)

出雲観光協会HP



B 観光まちづくり戦略

中国地方でも有数の観光客数や出雲ファンの存在は、出雲市の大きな強みであり、まちづくりにおいて、より積極的に観光という切り口を活用することが期待されます。

観光まちづくりは幅広い分野に関わる総合的な取組であり、観光による経済効果を最大化するとともに、観光を活用した多様な地域課題への貢献を目指してまいります。

取組紹介

地域特有の価値・魅力を発掘

Izumo365プロジェクト

令和5年度から“出雲で過ごす時間そのものの魅力”を発信したいと開始した「Izumo365」プロジェクト。

プロジェクトを通じて、地域特有の価値・魅力の発掘につながっています。

インスタグラム「Izumo365」

「暮らすように出雲を旅する」をテーマに、ガイドブックには載っていない出雲の魅力を積極的に投稿。出雲で暮らす人の生きざま、文化を映し、出雲にある「目に見えない大切なもの」を表現する発信にも取り組んでいます。

ブックレット「聞き書きIZUMO365」

立場の違ういろんな方から聞いた出雲の魅力を編集しブックレットを作成。WE B記事化して順次発信しています。



出雲で暮らす人の生きざま、文化、
それらが映し出された写真が、
「出雲らしい景色」
—— 映画監督 錦織良成

Izumo観光アイデアソン

市内外からの参加者目線で地域の魅力を再発見することができました。いただいた提案を取り入れた施策を進めています。



B-1. 地域と連携した魅力の磨き上げ

- ① 地域ごとのマーケティング戦略の検討
- ② コンテンツの磨き上げ・充実
- ③ 周遊に向けた仕掛けづくり(周遊戦略)
- ④ 着地情報の充実・案内力の向上

B-2. 守るべき資源・文化の継承と価値の再認識

- ① 街並みや自然景観の保全
- ② 歴史文化資源の保存と活用
- ③ 市民へのインナープロモーション

B-3. 受入基盤の充実

- ① 繁忙期の渋滞対策の強化
- ② 公共交通等の利便性の向上と活用促進
- ③ 快適な旅行環境の整備・ユニバーサルツーリズムの推進
- ④ インバウンド受入れに対する事業者支援
- ⑤ 宿泊機能の強化
- ⑥ 観光危機管理

B-4. 観光客への情報発信ルート等の活用

- ① 移住定住の促進
- ② 特産品の販路拡大



誘客・ファン拡大戦略

出雲の特別性や多様な魅力の認知向上に取り組みとともに、個人客やリピーター確保、オフシーズン対策に向けたプロモーションを強化します。

新市場の創出に向け、広域の取組を生かしたインバウンド誘客や、多面的な誘客促進に取り組めます。

C-1. 出雲の特別性と各エリアの認知向上

- ① 出雲のブランドイメージ・歴史文化的意義の発信
- ② 多様なメディアの活用による各エリアの認知向上

C-2. 個人客・リピーターやオフシーズン等の誘客強化

- ① デジタルマーケティングの強化
- ② 出雲ファンとつながる情報発信・デジタル化
- ③ オフシーズン対策等に資する民間イベント等の支援

C-3. 新市場の創出(インバウンド、多面的な誘客促進)

- 1) インバウンド
 - ① ターゲットの特定とターゲットに応じた誘客戦略の実施
 - ② 広域団体等への連携の働きかけ、出雲のブランド力の活用
 - ③ 成功事例の創出、繁閑差対策の観念の強化
- 2) 多面的な誘客促進
 - ① 団体客への多様なプラン販売の強化
 - ② スポーツツーリズムなど多様なツーリズムの推進
 - ③ MICE等の誘致

取組紹介

潜在している出雲ファンをリピーターへ！

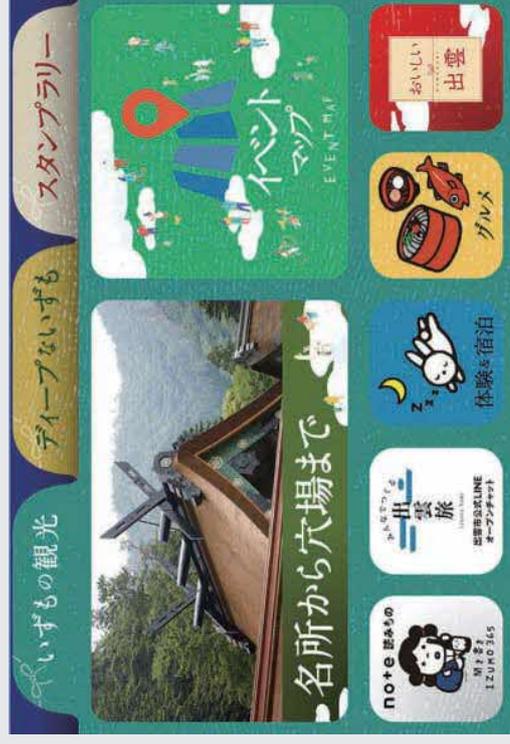
観光・移住公式LINE「出雲ファンクラブ」

令和6年10月から、情報発信のプラットフォームとして「観光・移住公式ライン(出雲ファンクラブ)」を開設しました。

観光協会HPのほか、令和6年度に導入した各種ツール(体験&宿泊の公式予約サイト、旅の相談ができるオープンチャット、イベントマップ、スタンプラリー機能等)を集約しています。

このようなデジタルツールを使うことで、これまでは直接情報を届けられなかった、出雲に関心やご縁のある方々に、継続的/プッシュ型で情報発信を行い、地域とのつながりを広げていきます。

市内の情報が便利に見れますので、市民の皆様にも、また、各施設等でお客様へのご案内にも、出雲ファンクラブを是非ご活用ください。



「ディープなはずも」タブでは移住やお仕事情報等も提供しています。

D 観光地経営体制・人づくり戦略

市、観光協会、関係団体など、観光に携わる主体が共通の目的やそれぞれの役割を明確化しながら観光地経営の体制を構築し、地域全体をマネジメントしていきます。

また、観光地経営の透明性を確保するため、データに基づくPDCAサイクルを実施するとともに、安定的な財源の確保を検討します。

D-1. DMOを中心とした観光地経営体制の構築

- 1 DMOの構築と役割分担の明確化
- 2 幅広い分野の連携促進・意識改革

D-2. 地域との協働体制の構築

- 1 人的ネットワーク化と情報共有・連携の推進
- 2 地域プロジェクトの検討
- 3 地域側の担い手・運営体制の検討

D-3. 観光地経営の透明性向上と財源確保

- 1 データに基づくPDCAサイクルの実施・公表
- 2 人材確保・育成等への予算確保
- 3 安定的な財源確保の検討等
- 4 広域的な連携の推進

DMO(観光地域づくり法人)とは？

地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに、地域への誇りと愛着を醸成する地域経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔となる法人です。

DMO: Destination Management/Marketing Organizationの略。

(参考)観光庁への登録要件

- 多様な関係者の合意形成
- 戦略、KPIの設定、PDCAサイクルの確立
- 観光関連事業と戦略の整合、プロモーション等

取組紹介

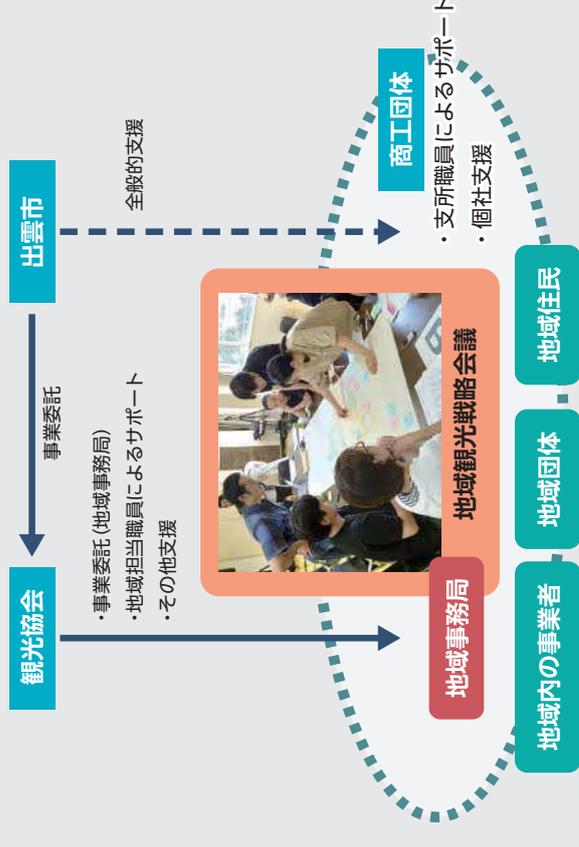
地域の観光まちづくりの活性化に向けて

地域観光戦略会議の開催

令和6年度の地域観光戦略会議において、引き続き情報共有や地域内連携を進めたいとの意見が多かったことから、令和7年度以降も、地域の希望を踏まえた形で地域観光戦略会議を継続することとします。市や観光協会の地域担当を設置して地域との連携を強化し、情報共有や個々のプレイヤーが取り組める活動の推進を図ります。

加えて、地域の希望に応じ、地域協働プロジェクトや地域事務局の設置も検討します。

地域との協働体制の検討イメージ(例)



私たちは、観光を軸としたまちづくりを通じて、地域内外の交流の輪と経済の好循環を広げるとともに、出雲の多様な魅力が住む人・訪れる人に再発見され愛されるよう、出雲の観光に関わる人々を巻き込んで、この出雲市観光基本計画を推進します。

そして、はじまりの地出雲の物語を国内外に広げ、未来を創造する次世代につなげていきます。

出雲市観光基本計画

令和7年(2025)3月
出雲市(観光交流部)

出雲市観光基本計画
についての
Web ページはこちら



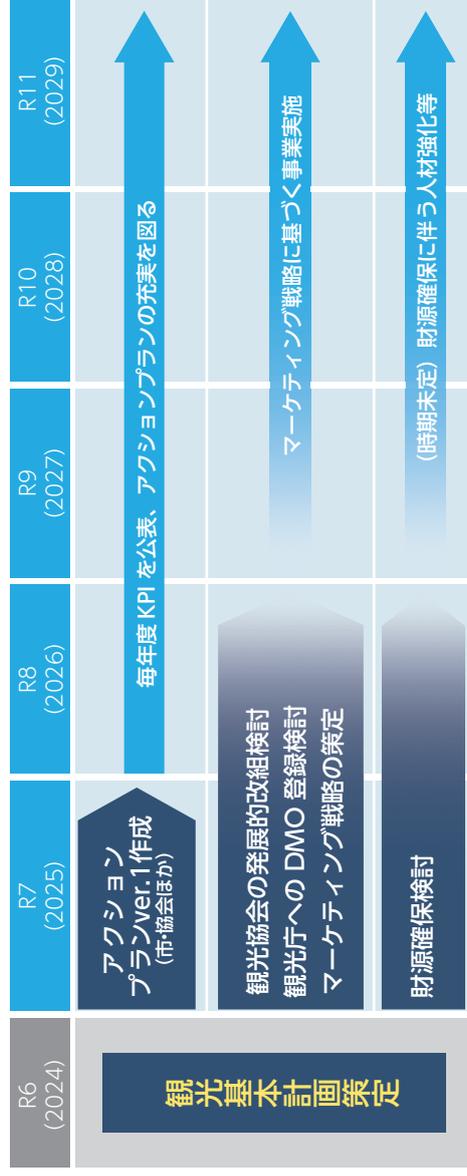
出雲ファンクラブ
LINE



Izumo Japan
YouTube



6. 計画推進スケジュール (想定)



※観光庁へのDMO登録は、要件を満たせば観光協会の発展的改組に先立ち登録が認められる可能性があります。
タイミングを含め今後検討していきます。

パブリックコメントの実施結果について

1. パブリックコメント実施期間：令和6年12月13日（金）～令和7年1月14日（火）

2. パブリックコメント実施結果：

①提出者数・意見数：提出者数2名（意見11件）

②計画に反映した意見数：1件

意見番号	項目	小項目	意見内容	市の考え方
1	戦略B 観光まちづくり戦略	B-2 守るべき資源・文化の 価値の再認識	○街並みや自然景観の保全について ・景観形成基準→新体育館は違反している ・景観形成地域 木綿街道について、重伝建導入を検討することだが、過去、 重伝建指定に動いた際には市として何をしたのか。	・新体育館については、地元や出雲市景観審議会等からご意見をいただきながら、景観に配慮し建設しています。今後も街並みや自然環境の保全に努めていきます。【文化スポーツ課】【建築住宅課】 ・木綿街道については、これまで歴史的な町並みを形成する建造物の調査と文化財登録を推進してきたところです。今後は専門家の意見を踏まえて、重伝建の導入等を検討します。【文化財課】
2			○歴史文化資源の保存と活用について 文化財の調査や保存を推進し、観光資源としての活用を積極的に推進とあるが、市指定文化財であった大津町の本山田家住宅は解体してしまった。	文化財に関しては、所有者のご理解・ご協力を得ながら、今後も文化観光資源として、活用を積極的に推進していきます。【文化財課】
3		B-4 観光客への情報発信 ルート等の活用	○観光客への情報発信ルート等の活用 御土産代の消費額単価が1,313円と低いが、単価を上げられる付加価値のある商品開発が必要ではないか。	数値目標（P36）において、日帰り客、宿泊客ともに令和11年度までに消費額単価を1,000円増加させ、観光消費額を上げていくことを目指すこととしています。 その実現を図る上で、お土産・特産品などの付加価値の向上やPR力強化にも取り組みむこととしており、トキを生かした農産物のブランド化推進や、「おいしい出雲」認定制度の更なる活用、民藝品等のPR強化などに取り組んでいきます。
4			○オフシーズン対策等に資する民間イベント等の支援について、出雲の日実行委員会は、1月26日を「出雲の日」とし、令和2年よりイベントを開催しているとのことですが、それを知っている市民がいません。集客力あるイベントですか、効果（費用対効果）をどう分析されていますか。	「出雲の日」は、令和2年から出雲の日実行委員会が実施している民間主導のイベントです。コロナ禍を経て、今年度からは取組の範囲を大社地域以外にも拡げ、各地域の商工団体等が協力して実施する全市民的なイベントになりました。 事業効果としては、このイベントのみで図ることはできませんが、近年は冬季の宿泊客数も伸び、年間の繁閑差が縮小しており、今後も冬季の取組において重要なイベントであるとと考えています。

意見番号	項目	小項目	意見内容	市の考え方
5	戦略D 観光地経営体制・人づくり戦略	D-2 地域との協働体制の構築	<p>○地域と協働体制の検討イメージ（例）について 市が市観光協会に事業委託し、それを地域事務局に再委託して地域戦略会議を運営する（案）となっています。しかし、現状の観光協会事務局の人員は少数である。人員体制が充実できるか、コーディネーターでできる人材の確保が可能か、予算が確保できるか等の根本的課題があります。構想倒れになる可能性が大だと思われれます。</p>	<p>地域との協働体制のイメージでは、すべてを観光協会が担うのではなく、地域が積極的に関わり、市や観光協会が伴走するプロジェクト推進の形を考えています。 また、観光協会自体も、地域づくり支援の機能を強化することとし、組織強化を図る計画としています。</p>
6	その他	その他	<p>次の点がかけていると思う。 1. 観光基本計画（案）の原案作成者（団体） 2. 策定委員会で検討されたのであれば、その委員名 3. 計画（案）作成までの経過 (1)策定委員会があれば、開催年月日 (2)市役所内での検討・協議の開催年月日とメンバー</p>	<p>原案作成者（団体）は、出雲市観光戦略会議です。委員名、計画案策定までの会議の開催年月日は、資料編に掲載します。 市役所内での検討は、観光戦略会議に先立ち、庁内推進本部会議を開いて内容を確認したほか、随時観光交流部や関係課による協議を重ねてきました。会議の開催年月日は、資料編に記載します。 資料 1 出雲市観光基本計画 策定経緯（P84） 資料 2 出雲市観光戦略会議 委員名簿（P85）</p>

意見番号	項目	小項目	意見内容	市の考え方
7	III 目指す将来像と戦略	2 将来像の実現に向けた戦略	<p>「地域との協働体制」と「インバウンドに特化した商品造成」についてぜひこの機会にご検討いただき、「将来像の実現に向けた戦略」への具体的な計画の導入を希望します。</p> <p>現在進行中の事業計画・コンテンツ（開発中も含め）はいずれも素晴らしい、インバウンドの観光客も満足していただける内容です。一方で出雲の日常を地域の輪の中に入れて体験するコンテンツがあれば“出雲ファン”がさらに増えるのではないかと感じています。特に海外からの観光客は「出雲＝神の国・神聖・縁結び」のイメージがまだ確立されておらず、神話の世界がいかにかに現代の暮らしや地形とつながっているのかを丁寧に紐づける体験プランがあると「はじまりの地出雲」をより深く理解し出雲だけのコミュニケーションを実現していただくと信じています。</p> <p>今後の旅行の流れ（P30.31）を考慮しますと「神々の国、未来に八雲立つ」のコンセプトにインバウンドFITコンテンツと地域住民の参画が非常に重要です。サステイナブルツーリズム（住民本位であること、次に自然や文化の保護が重視され、最後に経済が付随する）の観点からも戦略A（マーケティング）・C（誘致）と同時にB（住民協働のまちづくり）D（地域との協働体制の構築）にも早急に取り組んでいただきたいと思えます。この取り組みによりその日のうちに近隣の松江市・大田市・雲南市などに移動していた個人旅行者の出雲滞在日数が増加し経済効果が期待できるでしょう。案としては「町歩き」「縁側での煎茶体験」「コミセン等での活動参加」や「町内の行事への参加」などが考えられます。市内にある40を超えるコミュニティセンターでは様々な活動があり、ほとんどの町内に地域の歴史に詳しい方がおられ、由緒ある神社やお寺も存在します。また民家には神棚も仏壇も多く残っています。地元の日常生活を体験することで出雲大社、万九千神社、伝承館、民芸館ほかの施設、景観、今あるコンテンツが心に残り「本物の日本の姿」「はじまりの地・出雲の物語」としてインバウンド客へ強くアピールできる「住んでよし訪れてよしの観光地域」になると考えています。</p> <p>以上を踏まえいくつか質問をさせていただきます。</p> <p>地域の事業者や住民が参画して提供可能な体験コンテンツの造成（p.48）はDMO(p.76)の企画開発のどこの機能で対応されますか？</p>	<p>ご意見を参考に、7～111において、いただいた4つの質問と意見に回答します。</p> <p>「商品造成支援」の機能で、商工団体と連携した事業者支援を行うとともに、地域づくり支援として、市と連携して地域内連携の促進を図りつつ、体験提供を担う人材育成、地域の事業者や住民が参画した体験コンテンツの造成、既存コンテンツの磨き上げを進めます。</p>

意見番号	項目	小項目	意見内容	市の考え方
8	戦略C 誘客・ファン拡大戦略	C-3. 新市場の創出 (インバウンド、多面的な誘客促進)	インバウンド (FIT) に特化したコンテンツ造成は計画されていますか？	インバウンドの個人旅行者 (FIT) に対しては、多言語ガイドの充実を引き続き進めたい一方で、出雲の歴史文化や暮らしを感じていただける体験コンテンツを四季折々に提供できるよう、コンテンツの充実を図ってまいります。
9	戦略D 観光地経営体制・人づくり戦略	D-1 DMOを中心とした観光地経営体制の構築	将来像の実現に向けた戦略一覧表 (p.75) にある戦略Dに基づく地域の役割分担の地域をさらに細かく (地域事業者・地域団体・地域住民) に具体化するなどのようになりますか？	個々のプレイヤー (地域事業者や地域住民など観光に関わる様々な人々) が事業等を推進することに加え、地域内での連携を図り、地域団体も協力する中で、着地情報の充実や、地域住民の協力を得た体験コンテンツの充実など、地域全体での取組を検討する体制・仕組みの構築を目指します。
10	戦略D 観光地経営体制・人づくり戦略	D-2 地域との協働体制の構築	地域団体・地域住民への協働体制の働きかけプロセスは、講座開催の後にどのような方法で住民の理解や協力の拡充につながりますか？	住民の理解や協力の拡充には、広くインナープロモーション (地域内に向けた広報・啓発活動) を強化することが重要と考えています。併せて、地域戦略会議のネットワークやプロジェクトなどを通じ、観光まちづくりへの参画の輪を広げていく考えです。これらを通じて、「市民がもっと出雲のことを知り、楽しんで」「観光まちづくりによる地域の発展を多くの市民・事業者が期待し、様々な形で取り組む人やビジネスの輪が広がっている」といった目指す姿につなげていきます。
11		(全体に対する意見)	出雲のすばらしさは、歴史や文化、本物の豊かさを現在に継承している市民の日常により支えられています。住民の視点が今後のコンテンツ造成や組織改編に反映される具体案の早期構築を期待しております。	ご意見のとおり、出雲のすばらしさを継承していただくことは重要であり、基本理念において、「私たちは、観光産業を持続可能なまちづくりの原動力とし、神々の国出雲の文化とともに、豊かな出雲の地を次世代に引き継ぎます」と定めています。 具体案の早期構築については、令和7年度にアクションプランを策定し、着実に取組を進めてまいります。