

事業群評価調書(令和4年度実施)

基本戦略名	2-2 交流人口を拡大し、海外の活力を取り込む	事業群主管所属・課(室)長名	文化観光国際部 国際観光振興室	立石 寿裕
施策名	3 アジアをはじめとした海外活力の取り込み	事業群関係課(室)	観光振興課	
事業群名	② 環境変化や市場動向を踏まえたインバウンド観光の推進	令和3年度事業費(千円)	※下記「2. 令和3年度取組実績」の事業費(R3実績)の合計額 172,999	

1. 計画等概要

(長崎県総合計画チェンジ&チャレンジ2025 本文)		(取組項目)								
各市場の動向や感染症等環境の変化を踏まえた受入環境の整備や戦略的な情報発信の強化に取り組むとともに、クルーズ客船の誘致とそれに伴う周遊観光の促進、国際定期航空路線及びチャーター便の誘致に取り組み、インバウンド観光を推進します。		i) 東アジアをはじめ訪日旅行市場が拡大している東南アジアや欧米豪について、各市場の特性に応じた誘客を推進 ii) 市場分析に基づいた観光コンテンツの磨き上げや受入環境の整備、戦略的な情報発信の強化 iii) 感染症等環境の変化を踏まえたクルーズ客船の誘致、周遊対策等経済的な効果を高める取組の推進 iv) 国際定期航空路線の新規開設、国際チャーター便の誘致								
事業群	指標	基準年	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標(年度)	(進捗状況の分析)	
	国際定期航空路線の利用者数	目標値①	/	30千人	80千人	100千人	150千人	200千人	200千人(R7)	新型コロナウイルス感染症の拡大以降、国際定期航空路線は全線運休となり、運航再開の見通しは立っておらず、R3目標は未達成。 今後の運航再開を見据えて、既存路線である上海線・香港線の早期再開に向けた航空会社との協議、IR事業者と連携した新規路線誘致の取組などを実施するとともに、旅行会社・レップ(現地代理事業者)と連携し、就航地となる本県の情報発信・プロモーションに継続して取り組む。
		実績値②	51千人(R元)	0人	/	/	/	/	進捗状況	
		達成率②/①	/	0%	/	/	/	/	遅れ	
	指標	基準年	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標(年度)	クルーズ客船の入港については、国内クルーズは、運航を再開しているものの、新型コロナウイルス感染症の再拡大の影響で、運休と運航再開を繰り返しており、本県への寄港も一部中止となるなど、安定した運航には至っていない。また、国際クルーズについては、国において受入に関するルールづくりの検討が進められている状況であり、依然、受入再開の見通しが立っていないことから、令和3年の入港数は国内クルーズの4隻にとどまり、目標は達成できなかった。 引き続き、国内外のクルーズ船の運航再開の状況を見極めながら、需要回復に繋がる誘致活動やWeb・SNS等を活用した観光地プロモーションなど情報発信に取り組んでいく。	
	国内外のクルーズ客船入港数	目標値①	/	40隻	190隻	272隻	357隻	440隻		440隻(R7)
実績値②		272隻(R元)	4隻	/	/	/	/	進捗状況		
達成率②/①		/	10%	/	/	/	/	遅れ		
その他関連指標	指標	基準年	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標(年度)	令和3年の外国人延べ宿泊者数は、新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大に伴う、各国・地域の海外渡航制限及び日本の水際対策の強化により、目標は達成できなかった。 現在、我が国においては、外国人観光客の受入れについて、段階的に緩和されていることから、今後、更なる水際対策の緩和を見極めながら、重点市場である東アジアに加え、欧米豪等向けにWeb・SNS等を活用した情報発信や訪日関心層に直接訴求するデジタルプロモーションを実施するほか、コロナ後の環境の変化を踏まえ、富裕層・中間層に訴求する観光コンテンツなどの戦略的な情報発信を展開し、誘客の多角化を図っていく。また、上海・ソウルの現地事務所に加え、香港・台湾ではレップ(現地代理事業者)を活用し、現地でのプロモーションや情報収集の更なる強化に取り組んでいく。	
	外国人延べ宿泊者数	目標値①	/	99万人	106万人	112万人	119万人	125万人		125万人(R7)
		実績値②	93万人(H30)	7.4万人(暫定値)	/	/	/	/		進捗状況
達成率②/①		/	7%	/	/	/	/	遅れ		

取組項目 i ii	4	ディスカバーNAGASAKIグローバルキャンペーン事業費	4,889	2,578	8,606	コロナ後を見据え、ターゲット市場の特性に応じた観光コンテンツを市町と一体となってインバウンド向けにカスタマイズして、情報発信するとともに、対象市場からの誘客に関する行動計画の策定など、地域の自主的な取組を促進した。	【活動指標】	2	2	100%	●事業の成果 ・令和3年度は台湾・香港と韓国をターゲットにそれぞれ、波佐見町と松浦市で取り組んだ。在留外国人のKOLや専門家の意見を基に観光コンテンツをカスタマイズし、Web・SNS等で情報発信することで、コンテンツの磨き上げ及び認知度向上を図った。 ●事業群の目標達成への寄与 ・個人旅行化の一層の進展により旅行目的は多様化しており、市場の特性に応じたコンテンツの磨き上げについて、引き続き市町や関係事業者と連携して取り組む。
			3,516	1,834	9,348		体験型コンテンツ作成地域数(地域)	2	2	100%	
		(R3終了)R元-3					【成果指標】	2	2	100%	
		国際観光振興室	—	—	—		対象市場からの誘客に関する行動計画策定地域の数(件)	2	2	100%	
	5	ディスカバーNAGASAKI周遊促進事業費				旅の価値観の変化と個人旅行化の進展を見据え、地域が取り組む滞在型コンテンツの外国人向けカスタマイズへの支援を実施する。また、県内に点在する観光コンテンツを個人旅行者がスムーズに周遊できるよう、着地型旅行商品の造成支援や外国人観光客を対象としたレンタカー割引キャンペーンを実施し、県内周遊を促進する。	【活動指標】				—
			13,473	7,987	13,058		観光コンテンツのインバウンド向け磨き上げに取り組む地域数(地域)	2			
		(R4新規)R4-6					【成果指標】				
		国際観光振興室	—	—	—		インバウンド向けに磨き上げを行ったコンテンツ数	2			
	6	インバウンド受入環境強化事業費				インバウンド受入に関する機運を醸成するため、コロナ後の旅行ニーズや形態の変化を見据え、「食の多様性」と「インバウンド向け観光資源の活用とデジタルマーケティング」をテーマにインバウンド受入セミナーを開催した。また、インバウンドの受入環境を整備するため、平成30年から九州各県と連携して多言語コールセンターを運営しているが、令和3年度は新型コロナウイルスの影響で、観光目的の入国が認められなかったため、九州各県とも協議の上、事業規模を縮小して実施した。	【活動指標】				●事業の成果 ・インバウンド受入セミナーについては、県内の観光事業者や宿泊事業者など合計93名が参加した。多言語コールセンターについては、コロナの影響により、利用件数は令和元年前比91%減の77件にとどまり、利用施設の受入意欲度も41%に低迷した。 ●事業群の目標達成への寄与 ・セミナーへの参加やコールセンターの活用について事業者への働きかけを行い、インバウンドの受入態勢の強化を図った。
			2,857	2,857	3,895		インバウンド受入セミナーの開催(回)	2	2	100%	
		R3-5	4,712	4,712	4,609		【成果指標】				
		国際観光振興室	—	—	—		コールセンター利用施設の受入意欲度(%)	61	41	67%	
	7	九州観光推進機構負担金				九州全体の観光振興を図る唯一の組織である九州観光推進機構の機能強化及び役割の増大は不可欠であることから、官民による機構への支援を行った。	【活動指標】				●事業の成果 ・新型コロナウイルス感染症の拡大により、多くの活動が延期や中止となったものの、情報発信による来訪意欲の醸成を行った。また訪日観光客の受入が停止された状況において、国の地域観光事業支援(県民割)の効果最大化を図るために九州各県と連携して九州ブロックまで対象を拡大する要望を国に行うなど、国内旅行の需要喚起が図られた。
			37,173	36,032	3,130		九州観光推進機構による説明会開催件数(回)	11	12	109%	
			37,321	36,110	3,116		【成果指標】				
			44,120	39,620	1,536		九州訪日外国人人数(万人)	580	40	6%	
		H17-	—	—	—			632	0.6	0%	
	観光振興課	—	—	—	旅行会社、交通事業者、着地型旅行商品販売事業者等	699					

取組項目 iii	○	8	大型客船誘致促進プロジェクト推進事業費	13,466	10,092	15,648	国際クルーズの再開を見据え、中国の旅行会社や一般客をターゲットに、県内観光の魅力発信や観光施設等の感染防止対策について、旅行情報アプリでライブ放送を実施した。また、国内外の船社や旅行会社の県内招聘視察やセールス活動を行うとともに、クルーズ客船の運航状況や感染症対策の取組などについて、Web会議等を活用し情報収集を行った。この他、安全対策や安全安心な長崎の旅等の情報発信を行い、クルーズ船の受入に向けた機運醸成を図った。	【活動指標】	10	12	120%	●事業の成果 ・新型コロナウイルス感染拡大の影響により、国際クルーズ船の運航が停止している状況ではあったが、コロナ後を見据え、Webを活用した誘致や旅行会社及び一般消費者への本県観光地の情報発信など、コロナ禍においても実施可能な業務に取り組んだ結果、日本船籍のクルーズ客船4回の県内港への入港や令和5年の外航クルーズの入港決定につながった。 ●事業群の目標達成への寄与 ・本事業は、国際クルーズ船の入港によるインバウンド拡大に寄与しており、今後もコロナ後を見据えた情報発信や旅行会社等との連携による商品造成に取り組む。
				19,613	16,150	11,685		誘致セールス実施回数(回)	10	15	150%	
				46,599	37,883	10,753		【成果指標】	270	14	5%	
				H22-				—	国内外観光船誘致(入港)回数(回)	40	4	
			国際観光振興室			—	—	—	国内外のクルーズ船社	190		
取組項目 iv	○	9	航空路線利用促進事業費(国際線対策)	1,445	1,445	39,120	新型コロナウイルス感染症収束後における、既存路線の早期運航再開及び需要回復、IR開業を見据えた新規路線誘致に向け、IR事業者と連携しながら航空会社や旅行会社と協議を行った。また、路線の認知度向上を目的に、航空会社と連携した海外でのイベントにおけるPRやSNSによるプロモーション等を実施した。	【活動指標】	20	35	175%	●事業の成果 ・各国政府の水際対策等により、地方空港の国際路線は全線運休となっているが、運航再開・新規就航を見据え、航空会社等と協議・意見交換を継続して実施し、SNSや現地イベントを活用したプロモーション展開を行うことにより、本県の認知度向上につながった。 ●事業群の目標達成への寄与 ・当事業は、路線の維持・拡大に寄与しており、今後も各国の水際対策等を踏まえ、既存路線の早期運航再開及び需要回復を図るとともに、新規路線やチャーター便の誘致に取り組む。
				8,115	2,115	31,160		国際航空会社・海外旅行会社等との実務協議(回)	20	40	200%	
				246,594	161,044	30,724		【成果指標】	115	0	0%	
				H13-				—	国際定期路線利用者数(千人)	30	0	
			国際観光振興室			—	—	—	航空会社、旅行会社	80		

3. 実績の検証及び解決すべき課題と解決に向けた方向性

i 東アジアをはじめ訪日旅行市場が拡大している東南アジアや欧米豪について、各市場の特性に応じた誘客を推進	
<p>●実績の検証及び解決すべき課題</p> <p>令和3年の外国人延べ宿泊者数は、新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大に伴う、各国・地域の海外渡航制限及び日本の水際対策の強化により7.4万人、達成率7.5%と目標を達成できなかった。コロナ後のインバウンドの回復に向けては、本県の観光地としての認知度向上と旅行需要の喚起が課題であるとともに、日本を含む各国の水際対策の緩和を見極めたプロモーションの実施が求められる。</p>	<p>●課題解決に向けた方向性</p> <p>現在、我が国においては、外国人観光客の受入れについて、段階的に緩和されていることから、今後、更なる水際対策の緩和を見極めながら、重点市場である東アジアに加え、東南アジアや欧米豪等向けにWeb・SNS等を活用した情報発信や訪日関心層に直接訴求するデジタルプロモーションを実施するほか、コロナ後の環境の変化を踏まえ、富裕層・中間層に訴求する観光コンテンツ等の戦略的な情報発信を展開し、誘客の多角化を図っていく。また、上海・ソウルの現地事務所に加え、香港・台湾ではレップを活用し、現地プロモーションや情報収集の更なる強化に取り組む。</p>
ii 市場分析に基づいた観光コンテンツの磨き上げや受入環境の整備、戦略的な情報発信の強化	
<p>●実績の検証及び解決すべき課題</p> <p>令和3年度は、外国人向け観光コンテンツの磨き上げについて、2地区で市町や関係事業者と連携して取り組んだほか、Web・SNSや現地メディアを活用した情報発信により、情報接触者数は700万人に上り、目標を達成することができた。今後も旅の価値観の変化や個人旅行化の進展を見据え、地域が取り組む滞在型コンテンツの外国人向けカスタマイズへの支援が求められる。</p>	<p>●課題解決に向けた方向性</p> <p>観光コンテンツは市場ごとに旅行ニーズや特性が異なることから、専門家や外国人を積極的に招聘し、インバウンド目線での意見を取り入れることで磨き上げに取り組む。また、旅の価値観の変化に対応するため、アウトドア、アドベンチャーツーリズム、スポーツツーリズム等のコンテンツを活用した商品造成に取り組む。受入環境の整備については、コロナ後の個人旅行化の進展を見据え、二次交通の利便性を向上し、個人旅行者の県内周遊促進を図るほか、九州各県等と連携した広域周遊観光の促進等に取り組む。情報発信については、引き続きWeb・SNSを中心とした情報発信に取り組むとともに、特集サイトの充実や閲覧者の行動分析、広告配信の効果検証などを行い、戦略的なプロモーションを展開する。</p>

<p>iii 感染症等環境の変化を踏まえたクルーズ客船の誘致、周遊対策等経済的な効果を高める取組の推進</p> <p>●実績の検証及び解決すべき課題 本県へのクルーズ客船の入港数は、令和2年当初は約440隻を見込んでいたが、新型コロナウイルス感染拡大以降、大幅な入港隻数減少となり、令和2年は14隻、令和3年は4隻にとどまった。現在、国内クルーズについては、船舶及び港湾ガイドラインに基づく安全対策を講じた上で運航を再開したものの、新型コロナウイルス感染拡大の影響により運航再開と運休を繰り返している。新型コロナウイルス感染症の再拡大による集客減や国際クルーズの運航再開に係るルールの未策定などを理由とした運航中止が相次いでおり、国際クルーズの運航再開に係るルールの策定や新型コロナウイルス感染拡大により落ち込んだクルーズ需要の回復が課題となっている。</p>	<p>●課題解決に向けた方向性 国内クルーズについては、新型コロナウイルス検査陽性者発生時の運航制限が一部緩和されるなどの動きが見られるが、引き続き、新型コロナウイルス感染拡大の影響により大幅に減少した寄港の回復を図るため、令和2年10月に運航再開した国内クルーズをターゲットとした誘致活動やコロナ後を見据えた国際クルーズの誘致について、関係市町や船社との連携によるクルーズ客船の感染防止対策の周知や安全な寄港地観光を推進することなどにより、クルーズ需要の回復を図っていく。</p>
<p>iv 国際定期航空路線の新規開設、国際チャーター便の誘致</p> <p>●実績の検証及び解決すべき課題 新型コロナウイルス感染症の拡大以前は、上海線の増便決定や、台湾線の定期便化を見据えた連続チャーターの実現等、積極的な誘致の成果が見え始めていたが、新型コロナウイルス感染症の拡大以降、長崎空港における国際航空路線は全線運休中であり、運航再開の見通しが立たない状況が続いている。</p>	<p>●課題解決に向けた方向性 新型コロナウイルス感染症の収束状況、各国の出入国規制、日本の水際対策、航空市場の動向等を見極めながら航空会社等へ働きかけ、既存の上海線・香港線の早期運航再開及び台湾線の新規就航に向け、積極的に取り組んでいく。また、国際線需要の早期回復を図るため、各路線の認知度向上及び再開後における利用促進の強化を図る。</p>

4. 令和4年度見直し内容及び令和5年度実施に向けた方向性

取組項目	中核事業	事業番号	令和4年度事業の実施にあたり見直した内容		令和5年度事業の実施に向けた方向性			
			事務事業名 事業期間 所管課(室)名	※令和4年度の新たな取組は「R4新規」等と、見直しが無い場合は「―」と記載	事業構築の視点	見直しの方向	見直し区分	
取組項目 ii	○	1	インバウンド向け戦略的プロモーション強化事業費	コロナ後の個人旅行化の一層の進展とデジタル化を見据え、訪日関心層等にターゲットを絞り込み、情報を発信するデジタルマーケティングを実施するほか、インフルエンサーやライターを招聘し、Web・SNSを活用した一般消費者向けの情報発信や、メディア等と連携したプロモーション等を、市場の特性に応じて戦略的に実施する。また、富裕層・中間層向け動画プロモーションの実施や、「世界遺産巡礼の道」を活用した巡礼ツアーの商品造成に取り組む。	②⑨	デジタルマーケティングについては、重点市場である香港、台湾、韓国に向けて、コロナ後の旅行ニーズの変化に対応したデジタルプロモーションを実施するほか、特集サイトの充実や対象国の追加など、より多くのターゲットに訴求できるよう工夫し、閲覧者の行動分析や広告配信の効果検証を行う。また、県のデジタルコーディネーターを活用しながら、観光分野のDX推進に取り組む。	終了	
			R2-4 国際観光振興室					
			2	インバウンド需要創出拡大事業費	コロナ後の旅の価値観の変化に伴う、新たな旅行ニーズを確実にとらえ、九州各県等と連携した重点市場における商談会や説明会の開催、現地セールス等を行うことにより、本県へのインバウンド需要の創出・拡大を図る。	②⑨	各国・地域の水際対策を見極めながら、オンラインでの商談会や説明会等への参加に加え、海外観光展への出展や、現地事業者を活用した本県観光情報の発信や情報収集を強化する。また、コロナ後の旅の価値観の変化を踏まえ、自然・癒しなどの体験型観光コンテンツ、公共交通機関やレンタカーを利用したモデルコース等を発信することで、今後の旅行需要の創出に取り組む。	改善
	R3-5 国際観光振興室							
		3	海外向け認知度向上推進事業費	Facebook(英語、韓国語、タイ語、ベトナム語)、Instagram(英語、韓国語)、微博、微信(中国語)、NAVERブログ(韓国語)は、毎週2、3回投稿するとともに、フォロワー増加のためのキャンペーンや広告配信を実施して、本県の観光地としての認知度向上に取り組む。英語のInstagramについては、県と事業者との共同で運用することで、より質の高い旬の情報発信に取り組むとともに、日本政府観光局(JNTO)や自治体国際化協会が運営するSNSでも紹介してもらえるよう情報提供し、フォロワーの増加に取り組む。	②⑨	国・地域の特性に応じたターゲティング広告の配信やSNSキャンペーンを実施するとともに、自然景観や歴史・文化、食など反応が良かった分野・内容を、国・地域、SNS別に投稿し、閲覧者の興味関心を引きつけることで「いいね」「シェア」等のリアクションを増やし、フォロワーの増加につなげ、本県の観光地としての更なる認知度向上を図っていく。	改善	
			H24- 国際観光振興室					
		5	ディスカバーNAGASAKI・周遊促進事業費	R4新規	②	富裕層(モダンラグジュアリー層)やテーマ意識を持った中間層の誘客に向けて、アウトドアやアドベンチャーリズム、スポーツリズムをテーマに、九州観光機構や地元市町等と連携し、コンテンツの磨き上げを行う。 また、令和5年度に開催される「ATWS(Adventure Travel World Summit)北海道」を契機に、県内のアドベンチャーリズムのコースについて、現地旅行会社等に対して商品化に向けた商談を行うとともに、ニーズを把握しながら更なる磨き上げを図る。	改善	
			(R4新規)R4-6 国際観光振興室					

取組項目 i ii	6	インバウンド受入環境強化事業費	多言語コールセンターについては、新型コロナウイルス感染拡大により外国人観光客が大幅に減少していることに伴い、コールセンターの利用者数も減少していることから、前年度より規模を縮小して運営を行っている。 インバウンド受入セミナーについては、昨年度招聘したKOLからの意見等を踏まえ、インバウンド向け体験プログラムの造成をテーマに実施する。	⑨	新型コロナウイルス感染拡大により利用が低迷している多言語コールセンターについて、インバウンドの本格的な再開に備え、登録施設に対して利用方法等の再周知を行い、利用促進を図る。 また、コロナ後の環境変化やニーズ変化に対応するために解決が求められる課題をテーマとしたインバウンド受入セミナーを開催し、インバウンドの受入体制の強化を図る。	改善
		R3-5				
		国際観光振興室				
取組項目 iii	8	九州観光推進機構負担金	九州における魅力ある観光地づくりを進めるため、各地域の観光DXのモデルとなる「九州観光プラットフォーム」を構築し、関係者と連携した推進体制を構築する。	②	九州地域戦略会議において策定された第二期九州観光戦略の実行のため、九州各県及び経済団体等と連携して取り組んでいく。 ※令和4年度から「九州観光機構」に名称変更。	改善
		H17-				
		観光振興課				
取組項目 iv	9	大型客船誘致促進プロジェクト推進事業費	国内クルーズについては、クルーズ客船の受入れを再開している佐世保港及び長崎港をはじめ、福江港などへの誘致活動を実施し、併せて、船社及び市町と連携し、寄港地観光商品造成の促進、セミナーや共同広告など集客増に繋がる取組を実施することによって、クルーズの需要回復を図っていく。 国際クルーズについては、国において受入に関するルールづくりの検討が進められている状況であり、未だ運航再開の見通しは立っていないが、Web・SNS等を活用した寄港地観光の情報発信など、コロナ後を見据えた取組を実施する。	⑨	国内クルーズの誘致など継続した取組に加え、国際クルーズについても、コロナ後の運航再開を見据え、クルーズ客船受入港がある県内市町と連携し、積極的な誘致活動やコロナ前から推進してきた周遊対策、県産品の販売促進、宿泊を伴う乗下船クルーズ商品の開発、寄港地観光の情報発信など、経済的な効果を高める取組を実施し、クルーズ船入港の効果を最大化していく。	改善
		H22-				
		国際観光振興室				
取組項目 v	9	航空路線利用促進事業費（国際線対策）	新規路線の誘致に関して、IR事業者との連携を強化し、より具体的な整備計画や認定までのスケジュール感を提示しながら、各市場のニーズに合わせた航空会社等への積極的な働きかけ・プロモーションを進めていく。	②⑨	各国の出入国規制の状況や航空業界の動向、IR誘致等の状況を踏まえながら、航空会社や旅行会社と連携した認知度向上のための情報発信や、再開後の需要回復に向けたプロモーションに取り組む。今後は、コロナ後の旅行需要の変化を見極めながら、路線再開キャンペーンや助成制度の拡充等、利用促進に向けたプロモーションを強化して、再開後の安定運航につなげていく。	拡充
		H13-				
		国際観光振興室				

注：「2. 令和3年度取組実績」に記載している事業のうち、令和3年度終了事業、100%国庫事業などで県の裁量の余地がない事業、公共事業評価対象事業、研究事業評価対象事業、指定管理者制度導入施設評価対象事業については、記載対象外としています。

【事業構築の視点】

- ① 視点① 事業群としての成果目標に対し、特に効果が高い事業の見極め、事業の選択と集中ができていないか。
- ② 視点② 指標の進捗状況に応じて、その要因分析及びさらに高い効果を出すための工夫、目標に近づけるための工夫を検討・実施できているか。
- ③ 視点③ 人員・予算を最大限効果的に活用するための事務・事業の廃止・見直しができているか。
- ④ 視点④ 政策間連携により事業効果が高められないか。事業群としてリーダーの明確化、関係課の役割分担・協力関係の整理ができているか。
- ⑤ 視点⑤ 県と市町の役割分担・協力関係の整理・認識共有ができているか。
- ⑥ 視点⑥ 県と民間の役割分担・協力関係の整理・認識共有ができているか。
- ⑦ 視点⑦ 戦略的に関係者の行動を引き出せているか。
- ⑧ 視点⑧ 国制度等の最大限の活用が図られているか。国へ政策提案(制度改正要望)する必要はないか。
- ⑨ 視点⑨ 経済情勢等、環境の変化に対応した効果的・適切な見直しとなっているか。
- ⑩ その他の視点