

I. 令和2年度 事業の実施状況

1. LOVE BLUE委員会

(1) LOVE BLUE優先三事業の適切な推進

① 着実な参加企業の増加へ

② 日釣振への業務委託契約書締結 締結済

『日釣振へのLB事業の業務委託枠 上限4,000万円（出来高払い）』について

- i) (公財) 日本釣振興会に於けるLB業務委託事業については同会の機関決定を経て、優先三事業（清掃事業・放流事業・釣り場拡大事業〈釣り人拡大の趣旨を含む〉）の中で実施。
～2019.2.14第12回報告会合意～

③ 清掃事業の計画・準備・実施

i) 水中清掃事業の計画・準備・実施

【日釣工】プロダイバーによる水中清掃 予算9,500万円→見込7,000万円（1月～3月実施見送り）

『ワームの湖底海底清掃開始以来の労務単価改定・公益目的支出計画の確実な推進』

客観性・透明性・公平性・必要性を基に計画・実施

全国47都道府県・市町村・各県漁連・漁協等関係各所との信頼関係の深化

○知事・市長や関係機関・団体への表敬等の実施へ

全国7ブロックでの実施

内訳：148日程度→見込み109日 新規実施自治体の着実な拡大

○台風で平塚漁港新港1日中止・石巻漁港1日中止

○新型コロナウイルスで大分県4日・宮崎県3日・鹿児島県4日・長崎県3日・茨城県7日

神奈川県3日・埼玉県5日・三重県4日中止

○地元事情で兵庫県4日中止

安全管理マニュアルの改定・事業委託契約書締結（コロナ禍 感染防止対策版策定）

霞ヶ浦・北浦清掃大作戦との連携実施

第40回全国豊かな海づくり大会～食材大国みやぎ大会～と連携実施

【日釣振】業務委託（ボランティアダイバーによる水中清掃）

業務委託契約に基づき実施

日釣振水中清掃事業 予算500万円→見込み323万円

ii) 陸上清掃事業の計画・準備・実施（公募型を推進）

【日釣工】（独法）環境再生保全機構 地球環境基金との企業協働プロジェクト 予算1,500万円

地球環境基金 企業協働プロジェクト第一号「LOVE BLUE助成」

実施6年目：助成団体（11団体／うち新規3団体）

助成団体の活動を通じたLOVE BLUE事業の周知広報の推進

LOVE BLUE助成を受けた感謝の声の更なる周知広報を推進

助成プロセスの習得（募集説明会・審査等への同席）

助成団体の活動状況の立会・取材（新規助成団体を中心に）

助成団体活動報告会（釣りフェスティバル2021メインステージ）開催6年目

○釣りフェスティバル2021online開催の為、メインステージの発表見送り

2020活動報告：2021LB委員会

④ 放流事業の計画・準備・実施

【日釣工】専門機関と連携した放流事業（全国実施 3年目）予算6,900万円→見込み6,900万円

（公社）全国豊かな海づくり推進協会との連携4年目 2021.1.29全国連絡会議での協力依頼

（公社）青森県栽培漁業振興協会「ヒラメ」（3年目）15万7100尾

（公財）かごしま豊かな海づくり推進協会「マダイ」（3年目）10万1,000尾

（公財）神奈川県栽培漁業協会「マダイ」（8年目）9万8,000尾

「カサゴ」JAF放流式典（4年目）5,000尾

釣りフェスティバル2021online開催の為 式典見送。大黒海づり公園 放流実施

（公財）山形県水産振興協会「クロダイ」（3年目）1万8880尾

（公財）秋田県栽培漁業協会「マダイ・ヒラメ・クロソイ」（2年目）計7万2,325尾

（公社）大分県漁業公社「ヒラメ・イサキ」（2年目）計9万9,600尾

（公財）静岡県漁業振興基金「マダイ・ヒラメ」（2年目）計6万尾

（公財）大阪府漁業振興基金「キジハタ」（2年目）1万尾

（公財）滋賀県水産振興協会「ホンモロコ・ゲンゴロウブナ」（1年目）計650万尾

（公財）くまもと里海づくり協会「カサゴ・イサキ」（1年目）計15万3,600尾

（公財）新潟県水産振興協会「ヒラメ」（1年目）8万尾

上記の他、富山/愛知/三重/京都/広島/鳥取と2021以降の実施に向け調整中

【日釣振】各支部等による放流事業

□業務委託契約に基づき実施

(継続) 放流事業 2020予算 1,700万円 見込1,780万円

(継続) 産卵床設置・魚道整備 2020予算 200万円 見込135万円

⑤ 釣り場拡大事業の推進

【日釣工】釣り場拡大事業の推進

・内水面の釣り場拡大事業(ワカサギ) 【2020 水産庁後援事業】 (全国実施3年目)

予算1,700万円 → 見込1,300万円

□水産庁から以下の経路で『事業応募要領』を配布・周知 ※関係団体へ協力依頼等

i) 各都道府県水産担当者へ

ii) (国研)中央水産研究所内水面試験センターを経て各都道府県水産試験場へ(場長会議で案内)

iii) 全国内水面漁業協同組合を経て各都道府県内水面漁業協同組合連合会へ(※県連会長会議で案内)

(※機関紙ぜんない「2020年1月号」で応募方法・問合せ先・募集期間掲載)

【応募要領配布】1月17日(水産庁発信) ※早期発信

【応募期間】6月22日～9月30日 ※期間の後ろ倒し

【採択検討】11月 LOVE BLUE委員会

【採択決定】11月 理事会

【モデル事業】事業番号001群馬県 水産試験場(鳴沢湖)

事業番号002長野県 水産試験場(美鈴湖・小花見池)

【2020採択】事業番号014兵庫県 加古川漁業協同組合(東条湖)

事業番号015北海道 西網走漁業協同組合(網走湖)

事業番号016栃木県 川俣湖漁業協同組合(川俣湖)

事業番号017新潟県 魚沼漁業協同組合(奥只見湖)

事業番号018宮城県 花山漁業協同組(花山ダム)

iiii) 2020新採択先と適切な契約を締結。着実に推進する。

【日釣振】防波堤開放・マナー看板設置計画

□業務委託契約に基づいて実施

□釣り場拡大事業(釣り人拡大の趣旨を含む) 予算1,500万円 → 見込1,430万円

□マナー看板設置 予算100万円 → 見込330万円

⑥ 優先三事業の環境整備

【日釣工】商標権の適切な取得

□海外登録の適切な管理(更新・使用実績提出・権利侵害対応)

□権利更新の在り方検討・実施

(2) LOVE BLUE事業に関する広報活動の推進(選択と集中) 【日釣工】

「基本的な考え方」(内)釣り人・釣り界+(外)一般社会への広報 予算2,500万円→見込1,800万円

① つり環境ビジョンコンセプトに基づくLOVE BLUE事業 2019事業報告書作成

(両団体クレジット版)参加企業各10部・日釣振130部 他 計 約2,800部程度配布

(LOVE BLUE事務局版)行政・漁業者等の関係者へ配布・活用 計 約1,200部程度配布

② LOVE BLUE事業 公式Facebook 公式ホームページ等

□Facebook を情報発信の基軸とした周知広報の充実

□LOVE BLUE ホームページ 適切な改定・更新(一般紙広告・釣りフェスティバル連携)

③ 各種新聞・雑誌・メディア等

・優先三事業実施に合わせたプレスリリースの実施 + 一般紙を通じた社会への周知広報

・実施地域地方紙/放送局へのリリース

・連携団体(地球環境基金等)からの周知広報(エコプロでのオリジナルPV作成・発信)

・助成団体による活動状況拡散(SNS等)

④ 各種イベント

・実施地域での地方紙へのプレスリリースの実施

・環境省等の公的機関主催イベントへの参加 エコライフ・フェア2020 Online出展

・政府主催「海の日行事：海と日本プロジェクト」総合開会式・記念祝賀会への参加(中止)

・自治体主催 滋賀県主催「琵琶湖サポーターズネットワーク」イベントへOnline参加

・釣りフェスティバル2021 Online出展+YouTubeCM放映：個別予算380万円→見込70万円

⑤ YouTubeCMの作成・配信/一般紙全国版一面広告(読・朝)(釣りフェスに合わせ年3回)

・現CMの高完全視聴率。新CM作成せず配信量増で対応。新CM作成 個別予算300万円→見込0円

- (3) 推進体制の強化【日釣工】
- ① 日釣工内LOVE BLUE事務局体制の充実
 - ・業務拡大・各事業全国展開に伴う人員増員（当初2名計画）
 - ・業務分掌の適正化

(4) 事業資金の管理運営【日釣工】

- ① 商標使用報告の一元管理
- ② 資金管理の会計監査

2. JAF実行委員会

(1) 「釣りフェスティバル2021 in YOKOHAMA」の開催

- ① パシフィコ横浜での1月開催は、新型コロナウイルス感染拡大の状況を鑑み、出展社、来場者及び関係者皆様の安全と安心を最優先に考慮した結果中止を決定し、オンライン開催を実施

(2) 「釣りフェスティバル2021」オンラインの開催

① 釣りフェスティバル2021開催概要

- i) 会期：2021年1月22日（金）～1月24日（日）公開期間：2021年2月25日（木）
 - ・ユーザー数：266,367人、ページビュー数：5,090,611回、世界100カ国の視聴

② 「釣りフェスティバル2021」オンライン開催検討会組織の設置

- i) Webに精通した新メンバー選出
- ii) 7月～10月まで7回の検討会を実施

③ 「釣りフェスティバル2021」オンラインサイトの構築

- i) 出展社ブース
 - ・出展各社の新製品・イチオシ製品を無制限に掲載できるプログラムを実施。PV数603,340の視聴を得た
- ii) ピックアップ新製品
 - ・釣種ごとに全出展社2021年新製品が一堂に掲載され検索可能なプログラムを実施
PV数363,518の視聴を得た
- iii) メインステージ
 - ・インフルエンサーによるイチオシ新製品をライブ配信で紹介する新製品に特化したプログラム
参加出展社：75社・出品製品数：91点、PV数350,857の視聴を得た
- iv) イベントステージ
 - ・「トップアングラートーク&ライブ」配信のコンテンツを実施。PV数242,678の視聴を得た
 - ・クールアングラズアワード、第12代目アングラズアイドル、さかなクン ONLINE Live などを実施
- v) 主催者コンテンツ
 - ・釣りめしスタジアム、アウトドアフィールド、リアルフィッシングのプログラムを実施
PV数16,645の視聴を得た

④ 出展プラン

- i) プレミアム、ゴールド、シルバー、ブロンズの4プラン、出展内容は「基本メニュー」「PRメニュー」の2プランで実施
 - ・プレミアム11社、ゴールド5社、シルバー9社、ブロンズ68社、主催者7社合計100社の出展
 - ・出展社PR特別枠3社/3枠、メインステージPR枠8社/15枠、イベントステージ幕間CM4社/6枠の協賛

⑤ 広報活動

- i) SNSを使用した情報発信
 - ・出演者・出展社へインフルエンサーによる広報協力を依頼
 - ・Twitter、Facebook、Instagramの活用
- ii) ポスターの掲出
 - ・全国（北海道～沖縄）の広域チェーン店舗及び関連施設へポスター掲出
- iii) Web広告
 - ・リスティング広告・ディスプレイ広告（Google Ads/Sphere）

(3) 釣りの社会的地位向上に繋がる取り組み

- ① 釣りの安全・安心・マナー啓発活動のページを設置
 - ・（公財）日本釣振興会、ライフジャケット着用、国土交通省、海上保安庁、水産庁などのページ設置
- ② 釣り環境の取り組みを紹介するページの設置
 - ・LOVE BLUE事業、独立行政法人 環境再生保全機構などのページ設置

3. 規格・安全委員会

(1) 釣用品に関する日釣工規格（JAFS基準）の制定推進

- ① 日釣工規格（JAFS基準）の標準化に関する基本的な考え方の整理
- ② 釣糸WG JAFS基準・遵守商品の一元管理と遵守企業拡大（含む釣りフェスOnline周知広報）
- ③ 釣用加工餌ガイドラインの普及
- ④ JCI性能鑑定適合品レジャー用LJ（固型式）の一層の普及啓発（国交省型式承認品と共に）
 - 釣用品業界・一般ユーザーへの普及啓発並びに
 - 関係省庁（国交省・海上保安庁・水産庁・消費者庁等）との連携強化
 - ・信頼あるライフジャケット普及啓発ポスター 又は改定別版 計3,500部程度作成・配布・掲示
 - ・国交省型式承認品/JCI性能鑑定適合品レジャー用ライフジャケット（固型式）推奨表普及ポスター3,500部程度作成・配布・掲示
 - ・海保主催 各種マリンレジャー等の安全装備に関する意見交換会 参画
 - 海保HPウォーターセーフティガイド「釣り編」の普及啓発に国と連携協力・国も桜・CS推奨へ
 - ・国交省・海保等共催 5th. Annual Japan Boating & Water Safety Summit Online開催参画
 - ・各種釣り雑誌等へのリリース実施
 - 釣りフェス2021 関係省庁等からの開会式典列席並びに四連出展見送り（JCI・海レ協・マ事協）
 - ・「自主点検講習会」の釣りフェスでの継続開催（見送り）+地方開催（見送り）
 - ・メインステージイベントから釣りフェスOnline周知広報へ 第三管区海上保安本部
 - ・海レ協による小型船舶・遊漁船業務主任者講習を会場内で連携実施（見送り）
 - ・海保地方管区との連携深化「ブルーフェスタ：第八管区海上保安本部主催」等（見送り）
- ⑤ 電動リールJAFS基準のより良い標準化
- ⑥ 日釣工規格（JAFS基準）管理台帳の適切な改訂
- ⑦ 規格・安全分野の専門家等の委員会などへの招聘

(2) 「公益目的事業」関係分野

- ① 釣用品の安全対策事業
 - 釣用品の安全表示に関するガイドラインの見直し
- ② 模倣品の消費者への啓発事業の実施（含む釣りフェスOnline周知広報）
- ③ 環境保全 e マーク事業の実施（含む釣りフェスOnline周知広報）
- ④ ライフジャケットの安全使用に関する消費者への啓発推進（含む釣りフェスOnline周知広報）
- ⑤ 釣用加工餌ガイドラインの普及（含む釣りフェスOnline周知広報）

(3) 釣用品業界内の喫緊の課題・新たな課題の検討・対応

- ① 必要な新ワーキンググループの設置等

4. 市場調査委員会

(1) 第24回釣用品の国内需要動向調査報告書の発刊

- ① 回答率アップの検討
 - i) アンケート依頼先の見直し
 - ・日釣工会員企業代表に向けた「事前依頼文」送付&アンケート依頼先の見直しを実施
- ② 需要動向調査報告書の精度を高める検討・実施
 - i) 市場動向にあった”品目”の見直し
 - ・バック類項目の曖昧だった部分の修正をおこなった
 - ii) ルアー関連用品の小売企業への調査継続
 - ・過去数回の調査で照合及び検証ができていた事から今回の実施は見送った
 - ・コロナ下における「新規参入」に関する販売動向調査を実施し掲載をおこなった
- ③ 「定例調査」では把握できないトレンド調査の実施
 - i) 引き続きソルト市場動向調査を継続して実施した
- ④ 迅速な情報発信
 - i) ホームページ等を利用した情報発信を迅速に実施
- ⑤ 第24回調査結果サマリー
 - i) 2019年の釣用品国内出荷規模は対前年比100.4%のプラス成長
 - ・2019年の釣用品国内出荷金額は、対前年比100.4%の1,397億1,000万円となった。前年に引き続きプラス成長を果たしたものの、2018年以前の成長率と比べると水準は低く、ほぼ「横ばい」と表現して差し支えないレベルである。その一因として「多発する自然災害」が挙げられる。2019年は秋に入って立て続けに台風が日本列島に上陸、甚大な被害をもたらした当該市場にも大きな影響を与えた。それ以外に高成長を続けてきたソルトルアー（海用の疑似餌釣り）関連用品の成長に陰りが見えたことが要因として指摘できる。
 - ii) 2020年の釣用品国内出荷規模は7%弱のプラス成長見込
 - ・2020年の国内釣用品国内出荷金額は、前年比106.7%の1,491億3,000万円と7%弱のプラス成長が見込まれる結果となった。新型コロナウイルス感染拡大の影響もあって、所謂「三密」に該当しない屋外型アクティビティ、ファミリー向けのレジャーとして釣りが脚光を浴びる格好となった。それ以外に、台風など自然災害の影響を受けなかったこと、これまで一部地域のみで展開されていた釣種、釣法が他の地域に拡大したことなども高い成長の要因として指摘できる。

5. 釣りミライプロジェクト

Act.1 他業界とのコミュニケーション強化 「釣りも楽しむ人」の創造と拡大

(1) アウトドア業界関連イベントとのコラボレーション検討・実施

- ① アウトドアショーへの出展検討・実施
- ② アウトドアに関心の高い20～30代男女・ファミリーでの“釣り”のプレゼンスの向上
- ③ アウトドアと釣りの親和性訴求 釣り意向者層の実際の釣り行動への誘い
- ④ アウトドア業界の中で上記を解しリターンを求めやすい提携先とのコラボレーション化
 - ・協賛を確定していた国営公園でのアウトドアイベント(田中ケン氏プロデュース Outdoor Park)が、コロナ禍で4月～9月間で中止。
 - ・10月以降の協賛含め、新規組織の広報拡大WGに事業の継承実施

(2) 釣り意向者拡大のトリガーになりうる「釣りアニメ」とのタイアップ強化の検討

Act.2 「おすすめ釣り場」の開拓・育成～初心者・未経験意向者を釣りへ導くモデル化

- ① 「釣りの入口」の設定、「モデル釣り場」の選定、「おすすめ釣り場」の基準制定と運用化検討
 - ・TVアニメ「放課後ていぼう日誌」との連携 (LB関連ポスター、アングラーズアイドル販促DVD出演)するも、コロナ禍で4月末～6月間でのTV放映中止、7月熊本豪雨での作者被災による休載有り。

7月末以降<新組織>広報・組織委員会広報拡大WGに事業継承

6. 企画プロジェクト

2020年度以降の日釣工の更なる拡大・発展について検討・推進する

(1) 日釣工としてのあるべき姿の検討

- ① 会員企業への新たなサービス向上について (会員企業向けアンケートの実施含む)
 - ・会員企業向けサービス第一弾 「初回無料法律相談窓口」 (継続実施)
 - ・海外へのきっかけ作り ・会員企業の人材確保・人材育成のサポート (仮称)
- ② 「あした、釣りいこ！通信」の発展・継続実施
 - ・釣り人口拡大施策「あした、釣りいこ！通信」の展開
 - 20・30代女性を中心とした広がり (ファミリー・子ども・アウトドア等) をターゲット
 - 事業開始当初からの目標いいね数50,000超を活用し、外部メディアとのリレーション深化
 - ①「ソトシル」公式メディアに。②「aumo」等との連携で幅広い意向者へ釣り発信
 - ③「SOTOASOBI」ネット上の入口作り。④新たなメディアとの連携 (計画中)
 - #はじめてならココ 釣りツアー等の具体的施策の実施 (計画中)
- ③ 新たなテーマ・体制等の検討

7月末以降<新組織>広報・組織委員会広報拡大WGおよび組織強化WGに継承

7. 広報・組織委員会 / 広報拡大WG (令和2年7月通常総会承認新組織)

(1) 釣り人口拡大に向けた業界内外とのコミュニケーションアップ

- ① 前組織(企画PJおよび釣りミライPJ)からの継承事業の強化
 - i) 「あした、釣りいこ！通信」のコンテンツ強化
 - ・「はじめての釣りガイドブック」の作成とWeb公開
 - ・コロナ下における追加情報の検討を継続
 - ii) アウトドア・イベント(田中ケン氏プロデュース)とのコラボレーション
 - ・OUTDOOR PARK 全国2か所に”あした釣りいこ！通信”のブース名で出展
 - 10月国営アルプスあづみの公園/11月国営武蔵丘陵森林公園/3月の新宿中央公園出展は中止
 - 釣りスクラリーの実施 (釣りに興味を持ってもらう参加型WS) 参加者：114組 (新宿除く)
 - キャッチ&イートの実施 (自分で釣った魚をその場で食べる) 参加者：382組 (新宿除く)
- ② 業界内外とのコミュニケーションアップに向けた新たな施策の展開

(2) 当工業会の事業を横断的に支える広報活動の管理と強化

- ① 当工業会現行広報活動の棚卸しと改革・管理
 - i) HP、JAFTMAニュース、ブランディング等の改革・管理の検討
- ② 外部向け広報活動の管理の検討

8. 広報・組織委員会 / 組織強化WG (令和2年7月通常総会承認新組織)

(1) 日釣工会員企業の経営基盤強化に向けたサポート

WG 8 回開催 (ZOOM)

- ① 前組織(企画PJ)からの継承事業の強化
 - i) 法務サポート(初回相談無料)の広報拡充
 - ii) リクルート支援の具体化
 - ② その他、新たな経営基盤強化に向けた具体的サポート策の実施
- (2) 現会員企業様、新たな会員企業候補様への組織的魅力の拡大
- ① 対象企業様 (釣具製造業) 向け有用情報発信
 - i) 生・販・在・知財に関わるセミナー開催等

<新組織>

<新組織>

9. 情報収集分析プロジェクト（令和2年7月通常総会承認新組織）

〈新組織〉

(1) 釣り業界向けネガティブ・ポジティブ情報の収集

- ① 業界向け主にネガティブそしてポジティブ情報の収集
 - i) 釣り人・釣り具への社会的評価・批判、釣り場の解放・閉鎖等
 - ii) 情報源は、市場現場、マスメディア、ソーシャルメディアを主とする
 - ・会員内からの情報収集定型フォームの作成、PJメンバー内で利用開始
 - ・メディア情報収集ツールとしてGoogleアラート活用、有用情報のメンバー内共有
- ② 的確な情報の分析と組織内共有
 - i) メンバー間での意見・情報交換
 - ii) 組織向け情報発信の方法・内容検討、発信
 - ・リスク予防(同じことが起きないように) という観点での情報発信とする

10. 海外戦略プロジェクト（令和2年7月通常総会承認新組織）

〈新組織〉

(1) 日本基点の釣り用品の海外市場でのバリュー(魅力)とシェアアップ

- ① 日釣工会員企業ブランドの海外市場での拡販支援
 - i) 海外国別釣具市場分析・調査(既存データからの把握)
 - ii) 海外ショー分析・調査(コンシューマー・トレード)
 - iii) 国内外関連機関との連携(経産省・JETRO・ASA・EFTTA等)
 - ・海外主要国別釣具市場分析、海外ショー分析のベースフォーム作成、メンバー内確認済み
 - ・会員企業向けに海外戦略PJの立ち上げ意義を理解していただき、海外市場攻略に向け、期待する情報やアクションのアンケートの実施・終了・分析済み JAFTMAニュースで広報に向け掲載
 - ・海外戦略PJ活動のアクションプラン策定 アンケート分析に基づき活動の活性化を図る
 - ・(株)国際協力銀行様との交流開始 会員企業様向け有用セミナー企画推進
- ② 情報共有活動を通じて日釣工会員組織の強化と拡充を図る
 - i) 海外ビジネス拡大とリスクに関わる情報提供
 - ii) Tackle Trade World誌等有用誌との連携強化および情報の会員向け共有
 - ・Tackle Trade World誌編集者との新たな交流開始

11. 内外主要団体との交流、情報の収集

(1) 内外主要団体との交流、情報の収集

- ① ASA、EFTTA との交流・親交拡大
 - ・海外戦略プロジェクトを立上げ(実施済)
- ② 欧米市場、東南アジア市場での会員企業事業拡大に向けての支援検討
 - ① 標的市場内でのショー実態調査と効果把握
 - ② グローバルビジネス拡大に向けての情報発信・共有推進
 - ・海外戦略プロジェクトを立上げ(実施済)、会員向け有用情報の収集・分析を進める
- ③ 各委員会活動を通じての行政機関・自治体との関係拡大
- ④ 全国釣竿公正取引協議会運営の活動強化

12. その他の事業

(1) 広報活動の推進

- ① 日釣工ホームページの活用
 - ② 製造業としての会員企業のビジネス拡大に向けた有用情報の提供と機会拡大戦略立案
 - ・組織強化WGおよび海外戦略プロジェクトの立上げ(実施済)による有用情報の提供拡大を進める
- ### (2) 日釣工グループ共済制度
- ① 日釣工賠償責任保険(団体PL保険)制度の継続、中身の再検討
 - ・加入企業により安心・安全のために施設賠償特約を導入
- ### (3) 職員の育成・動機付け
- ① 通信教育受講補助制度
 - ② 職員のOFF JT講習検討
- ### (4) 会計管理のシステム化促進継続
- ① 事業別収支会計のシステム化およびタイムリーな会計管理制度の導入
 - ② 公益目的支出計画の効率かつ有効的推進の継続的検討