

経営戦略及び中期経営計画

(令和3年度～令和7年度)

公益財団法人 名古屋市民休暇村管理公社

目 次

1	経営戦略・目標及び行動計画の策定	1
2	経営理念	2
3	事業概要	2
4	現状と課題	6
5	経営戦略	10
6	経営目標	11
7	行動計画	12
8	評価指標	13

1 経営戦略及び中期経営計画の策定

(1) 策定の趣旨

名古屋市民御岳休暇村（以下「休暇村」という。）は、自然を保護しながら、雄大な自然環境の中で、市民が快適で健全なレクリエーションを行うことができる場を提供する目的で名古屋市が設置した施設であり、公益財団法人名古屋市民休暇村管理公社（以下「公社」という。）は、この設置目的を具体的に実現するため、名古屋市の全額出資により設立された公益財団法人です。

昭和48年の開村以来、都会から離れ、豊かな自然に触れ、心身ともリフレッシュしたいという、休暇村に対する市民ニーズは基本的には変わっていません。むしろ、この68万㎡という広大な自然環境は次代に残すべき有用な空間であり、これに対する関心の高まりや自然との触れ合いによる健康回復など、ニーズ自体は高まっており、自然回帰の傾向は、今後さらに高まると予想されます。

しかし、セントラル・ロッジをはじめ、休暇村内のさまざまな施設は、開村以来47年が経過し、大浴場を除きほとんどの施設において大規模な改修は実施されず、老朽化が進んでいます。

平成29年6月に発生した長野県南部地震により、セントラル・ロッジは損傷を受けたため、令和元年度には名古屋市により耐震補強工事を実施しました。この工事にあわせて、ロビー、廊下、客室等の床、天井、壁紙を新調し、さらに全客室に洗面台を設置して、利便性を向上させました。

また、客層については高齢者の利用者が多く若年層が少ないため、重点目標として若年層に対する広報を強化してまいります。そして、若年層への情報発信や即時伝達性の観点から、フェイスブックやブログなどSNSを活用した広報を実施しています。令和2年度には休暇村を紹介するPR動画を作成し、公社ホームページに掲載してPRしています。

さらに、休暇村が持っている施設や立地条件を活かして、スポーツ・サークル合宿やゼミ合宿、あるいは研修の開催地としてふさわしいことをPRする必要があると考えております。そのために、これまで培ってきたネットワークを活用して、地元王滝村との協力による受入体制の強化や情報発信及び公社が実施している「おんたけこども村」事業でボランティアとして活動している大学生の「キャンプカウンセラー」を通じたPRなども実施してまいります。

一方、平成26年9月に発生した御嶽山の噴火に伴う入山規制は、かなりの部分が解除され、木曾町の黒沢口登山道からは剣ヶ峰まで登頂することができます。王滝口登山道からは、令和2年8月から王滝頂上までの登頂が可能となり、その先、王滝頂上から剣ヶ峰までの間は、令和3年度以降に十分な安全対策を施したうえで通行できる見通しであり、地元王滝村とともに御嶽山のPRにも努めます。公社が今後も休暇村を運営していくうえで、地元王滝村との協力関係が不可欠です。その王滝村では、急速な過疎化が進み、人口減少が大きな課題となっています。休暇村を通じて下流域との交流人口を増やす取組みなども行い、王滝村全体

が活気を取り戻せることが重要であると考えます。

令和2年度は、世界中に蔓延した新型コロナウイルス感染症の感染が国内においても拡大し、休暇村もその対応に取り組みました。具体的には、利用者に対して検温やアルコール消毒液設置による手指消毒の呼びかけ、館内の共用部で多くの人の手が触れる箇所の消毒の実施、客室、食堂、大浴場など三密を避ける取り組みを行い、休暇村を安全で安心して利用いただきました。あわせて、不要不急の外出の自粛など国、長野県、愛知県及び名古屋市の要請を受けつつ、施設の運営に努めました。

公社が中長期的に休暇村の施設管理及び事業の実施について、適切に運営できることと、名古屋市の全額出捐団体として、名古屋市民、利用客そして地域社会から信頼される公社であることを目指すために、経営戦略及び中期経営計画を策定するものです。

(2) 対象期間

令和3年度～令和7年度の5か年

2 経営理念

今、私たちの生活は、さまざまな面で便利になり、また刻一刻と変化しています。しかし、便利になった反面、地球の環境に変化が生じて、さまざまな問題が発生しています。このため、自然とのふれあいや環境保全に対する関心が大いに高まっています。

休暇村は広大な自然を有しており、また、雄大な御嶽山の自然に触れることができる場所です。

公社は、この豊かな自然環境の保全に努め、活用し、自然体験や環境学習などさまざまな事業を実施することにより、大人も子どもも自然に親しみ、心身ともに健康になることをめざします。

3 事業概要

公社は、経営理念を基に、次の3つの公益目的事業と、その公益目的事業を支えるため、2つの収益事業を行います。

(1) 公益目的事業

ア 自然体験事業

休暇村敷地内のヒノキやカラマツなど50ヘクタールに及ぶ人工林の間伐、枝打ちや広葉樹の植樹などの森林整備を地域や下流域の市民と協働で進める「市民の森づくり事業」、国・長野県の補助事業を活用して設置した「玉滝百草の森」の整備を、地元の協力を得て進めるとともに、水源涵養や地球

温暖化防止（CO₂削減）、生物多様性など森林が果たす機能と重要性について学ぶ森林体験学習など持続可能な事業を推進します（SDGs）。

また、地元の協力を得て遊休農地を利用した農業体験や木曾地方に伝わる食べ物を始め伝統文化等の体験事業や食育を進めます。

イ 青少年健全育成事業

小・中学校を始め青少年が自然の中での集団生活や自然体験活動を行うことにより、自然環境に対する感動や創造性を育む「豊かな心」を育成し、生命の大切さや人権の尊重など道徳性の涵養を身に着けることを目的とした青少年の健全育事業を、大学生のボランティア「キャンプカウンセラー」や特定非営利活動法人（NPO）とともに進めます。

ウ 健康増進支援事業

森林浴や高地ウォーキング、薬膳料理の提供など豊かな自然環境を活用したプログラムの提供により市民の健康増進を支援します。

(2) 収益事業

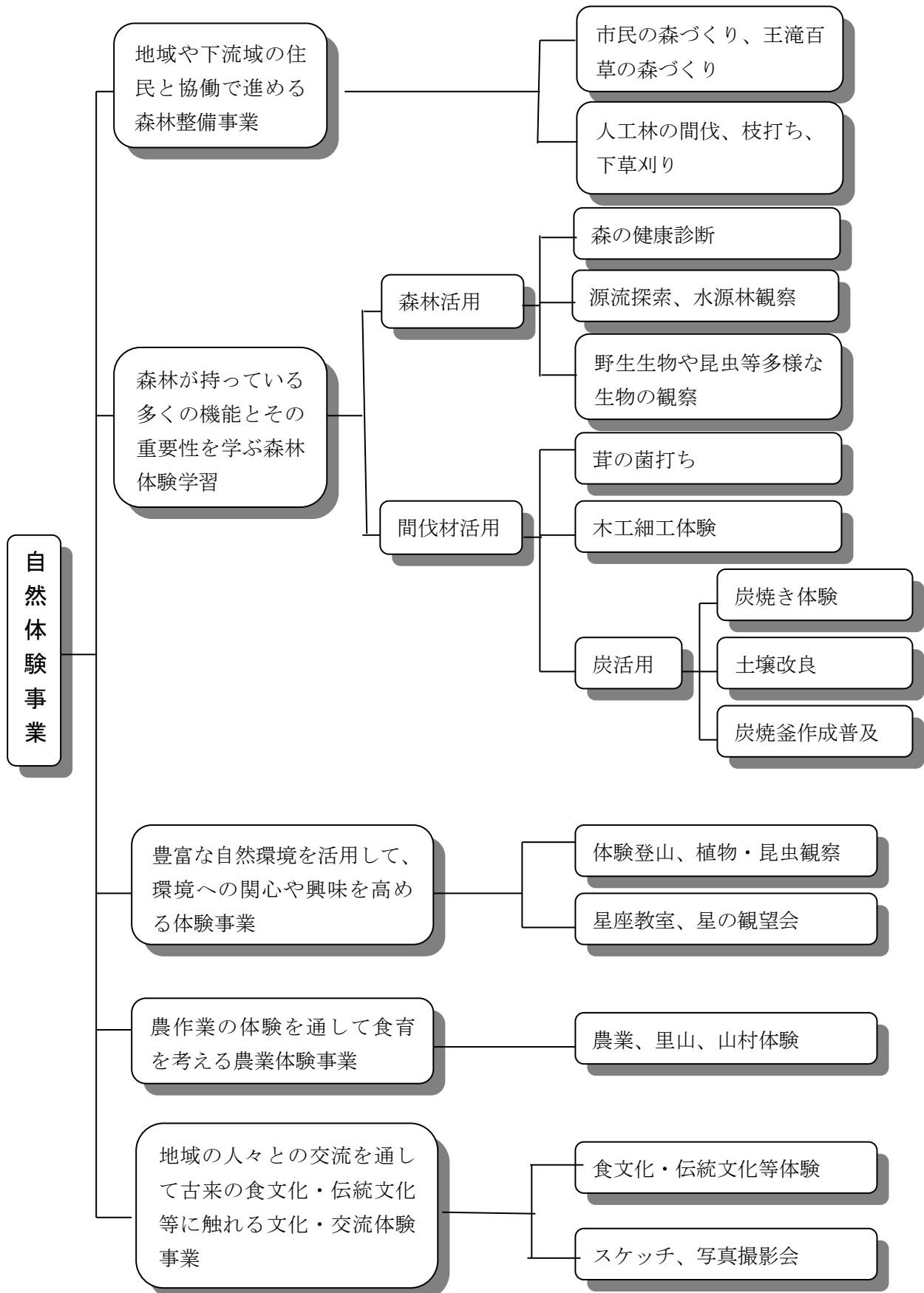
ア 施設貸与及び飲食販売事業

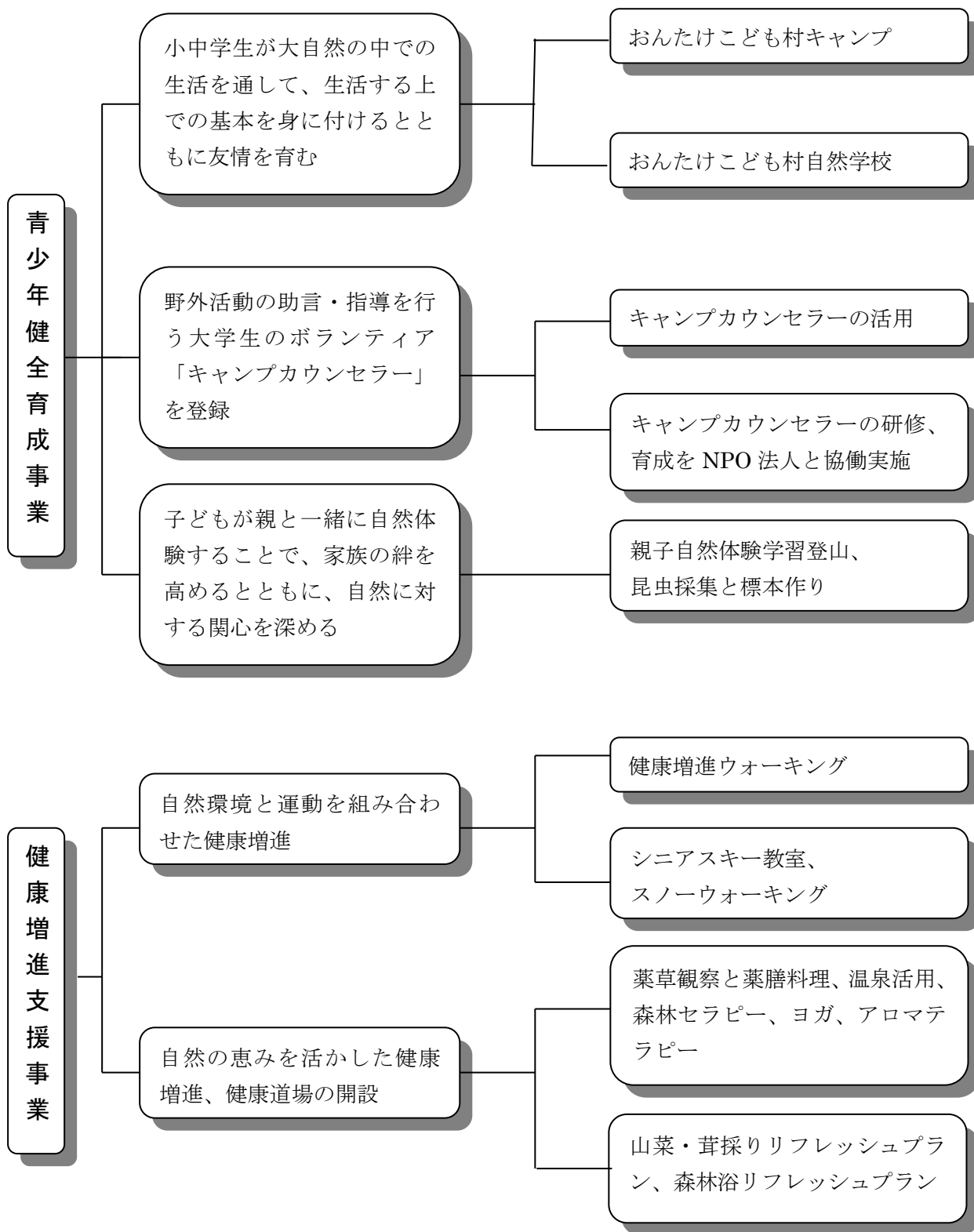
名古屋市から遠く離れた休暇村で行われる様々な体験活動等に参加するには宿泊が欠かせないため、宿泊に伴う施設貸与や飲食提供を行うとともに土産物等の販売を行います。

イ 旅客自動車運送事業

交通アクセスがよくない休暇村利用において、自家用自動車を持たない人や高齢者が体験活動に参加いただけるよう貸切バスによる名古屋・休暇村間送迎事業を行います。

市民休暇村管理公社の公益目的事業の体系図





この3つの公益目的事業を支えるため、施設貸与及び飲食販売事業と旅客自動車運送事業の2つの収益事業を実施

4 現状と課題

(1) SWOT 分析

公社が、自然体験等の事業を推進していくための外部及び内部の環境を SWOT 分析したところ、次のようになりました。

	Opportunity (機会)	Threat (脅威)
外 部 的 要 因	<ul style="list-style-type: none"> ・自然環境保護に対する関心の高まり ・エコツーリズム、グリーンツーリズムなどニューツーリズム市場の拡大 ・登山、トレッキング、ウォーキングなどに対するニーズの高まり ・自然体験に対する健康増進効果に対する期待やニーズの高まり ・子どもの成長期における自然体験の重要性の認識の広がり ・大学生活におけるボランティア活動の社会的評価の高まり ・自然の場を活用したチームビルディングへの関心の高まり 	<ul style="list-style-type: none"> ・規制緩和の影響 (公共分野への民間企業の参入) ・家族レジャーの多様化 ・スキー人口の減少(おんたけ 2240 スキー場の利用者の大幅な減少) ・王滝村の観光魅力の PR 不足、回遊性のなさ ・低価格の宿泊料で、集客を図る宿泊施設の増加 ・台風や大雨、大雪、又は雪不足など自然環境の影響を受けやすい。また火山噴火の影響も大きい ・周辺に生息する動物による被害発生の可能性
	Strength (強み)	Weakness (弱み)
内 部 的 要 因	<ul style="list-style-type: none"> ・木曾川上流域に立地しており、自然環境が豊かで、水源の森もある ・標高 1,350m~1,450m の高地に立地 ・多種多様な体験事業を実施 ・他にない規模と質を誇る「おんたけこども村キャンプ事業」を 30 年以上主催 ・体験事業参加者の満足度が高く、リピーターが多い ・体験事業を支える知識や経験豊かな職員がいる ・職員は、横断的に臨機応変に業務に従事している ・体験事業を支えるボランティアスタッフ組織がある ・地元との連携・協力体制がある ・参加費や利用料金に対する評価が高い 	<ul style="list-style-type: none"> ・名古屋からの距離が遠い ・開村以来 47 年を経過した施設全体の老朽化 (洗面所やトイレが共同のため、時代ニーズに合わない等施設面での苦情がある) ※注 「洗面台」は令和元年度に全客室に設置したため、共同の洗面所はない ・敷地内の遊歩道には勾配が急なところが多く、移動が容易ではない。 ・長年の正規職員の退職不補充のため、平均年齢が高い。 ・職員の仕事内容と処遇が一致していない ・特に若年層を中心に休暇村に関する名古屋市民の認知度が低い ・大学と小中学校の夏休み期間のズレ(こども村)

(2) 利用者の動向分析

ア 長野県内の年間観光地利用者の推移

(単位：千人)

		平成4年	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年
長野県全体		104,495	89,576	87,096	87,102	85,979	未
王 滝 村	御岳山	41	16	15	17	18	未
	御岳高原	856	133	123	122	121	未
	王滝川溪谷	21	22	19	20	25	未
	計	918	171	157	159	164	未

出典 観光地利用者統計調査結果（長野県観光部山岳高原観光課）

- ・長野県内でピーク時の約8割に、王滝村内で約2割に減少した。
- ・平成26年の御嶽山噴火の影響等により減少し、横ばいとなっている。

イ 長野県内のスキー場利用者の推移

(単位：千人)

	平成4年 ピーク	平成 28-29年	平成 29-30年	平成 30-31年	令和 1-2年	令和 2-3年
長野県全体	21,195	6,614	6,572	6,454	5,527	未
おんたけ2240	698	54	42	37	43	未

- ・直近のスキー場利用者は、長野県内でピーク時の4分の1に、おんたけ2240スキー場は1割以下に減少している。

ウ 休暇村の宿泊利用者及び市税投入額の推移

(単位：人数は人、金額は千円)

	宿 泊 者 数			事業費	市税投入額	ロッジ 客単価
	ロッジ	キャンプ場	計			
平成4年度	37,073	9,679	46,752	619,590	292,872	約7,700円
10年度	26,045	9,645	35,690	624,684	359,323	約8,500円
25年度	14,180	6,227	20,407	464,153	271,117	約10,600円
28年度	11,277	5,224	16,501	438,152	258,803	10,254円
29年度	2,185	5,035	7,220	366,845	285,892	10,113円
30年度	0	5,272	5,272	321,672	262,584	－円
令和元年度	0	4,881	4,881	337,393	290,347	－円
2年度	3,755	620	4,375	260,009	219,692	10,235円

- ・令和2年度は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、利用者が大幅に減少。
- ・平成29年6月25日～令和2年6月7日はセントラル・ロッジ休館
- ・令和2年度の宿泊者数、ロッジ客単価は令和2年6月8日～12月31日の実績
- ・宿泊利用者は、ピーク時の平成4年度以降減少している。
- ・平成29・30、令和元年度のキャンプ場は冬季営業分を含む。
- ・市税投入額は、人件費等の経費節減努力の結果、ピーク時よりも減らしている。
- ・客単価は、平成25年度以降は、10,100～10,600円で推移している。

エ セントラル・ロッジのシーズン毎の宿泊者数比較

(単位：人)

	春(4~6月)	夏(7~8月)	秋(9~11月)	冬(12~3月)	合計
平成 4 年度	5,115	8,636	4,756	18,566	37,073
平成 25 年度	2,223	4,619	2,758	4,580	14,180
減少数	△2,892	△4,017	△1,998	△13,986	△22,893
増減率 1-⑤/④	△56.6%	△46.5%	△42.0%	△75.3%	△61.8%
減少数構成割合	12.6%	17.6%	8.7%	61.1%	100%
平成 28 年度	1,743	3,090	2,487	3,957	11,277

- ・平成 26 年度は御嶽山噴火の影響があるため、平成 25 年度を計上
- ・直近の通年営業である平成 28 年度を計上
- ・宿泊者数の減少割合は、冬季が 6 割以上であり、スキー場利用者の減少が大きく影響している。

オ セントラル・ロッジ年齢階層別宿泊者

(単位：人数は人、割合は%)

年齢 年度	6~15	16~25	26~35	36~45	46~55	56~64	65~74	75 歳	合計	
	歳	歳	歳	歳	歳	歳	歳	以上		
平成 25	人数	2,022	1,353	816	1,644	1,538	2,188	3,496	1,123	14,180
	割合	14.3	9.5	5.8	11.6	10.8	15.4	24.7	7.9	100.0
平成 28	人数	1,712	1,014	637	1,450	1,288	1,405	2,664	1,107	11,277
	割合	15.2	9.0	5.6	12.9	11.4	12.5	23.6	9.8	100.0
平成 29	人数	126	28	89	255	272	258	810	347	2,185
	割合	5.8	1.3	4.0	11.7	12.4	11.8	37.1	15.9	100.0
平成 30	人数	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	割合	—	—	—	—	—	—	—	—	—
令和 元	人数	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	割合	—	—	—	—	—	—	—	—	—
令和 2	人数	254	271	313	653	492	579	721	513	3,796
	割合	6.7	7.1	8.2	17.2	13.0	15.3	19.0	13.5	100.0

- ・平成 29 年 6 月 25 日～令和 2 年 6 月 7 日は耐震改修工事のため休館。
- ・令和 2 年度は 12 月 31 日までの人数を計上。
- ・令和 2 年度は 65～74 歳の割合 (19.0%) が一番高く、次いで 56～64 歳の割合 (15.3%) が高い。75 歳以上の割合も 13.5%あり、高齢者の利用が多い。
- ・6～15 歳、16～25 歳、26～35 歳の割合はいずれも 10%未満で、他の区分より低い。

カ 「お客様の声」集計結果

「お客様の声」はセントラル・ロッジ利用者に対するアンケートであり、通年で休館していた平成30年度及び令和元年度は回答がないため、欄を省略する。

①職員の接客態度について

(単位：%)

	良い	普通	悪い	無回答	合計
平成28年度	87.6	9.5	0.7	2.2	100.0
平成29年度	88.5	5.7	2.9	2.9	100.0
令和2年度	87.7	7.4	1.2	3.7	100.0

- ・ 職員の接客態度については概ね満足度が高い。

②施設について

(単位：%)

	良い	普通	悪い	無回答	合計
平成28年度	72.3	21.2	1.5	5.1	100.0
平成29年度	57.2	37.1	0.0	5.7	100.0
令和2年度	75.4	16.0	1.2	7.4	100.0

- ・ 令和2年度は耐震改修工事後で「良い」の声が若干増えた。

③食事について

(単位：%)

	良い	普通	悪い	無回答	合計
平成28年度	76.7	17.5	0.7	5.1	100.0
平成29年度	82.9	5.7	5.7	5.7	100.0
令和2年度	80.3	12.3	2.5	4.9	100.0

- ・ 概ね「良い」と評価されている。

④利用回数について

(単位：%)

	初めて	2~3回	4~5回	6~9回	10回以上	無回答	合計
平成28年度	35.0	21.2	10.2	8.0	21.2	4.4	100.0
平成29年度	31.4	25.7	20.0	8.6	14.3	0.0	100.0
令和2年度	38.3	11.1	12.3	7.4	28.4	2.5	100.0

- ・ リピーター率が高く、6割強はリピーターとなっており、10回以上の利用者も2割前後いる。

⑤新型コロナウイルス感染症対応について

(単位：%)

	良い	普通	悪い	無回答	合計
平成 28 年度	—	—	—	—	—
平成 29 年度	—	—	—	—	—
令和 2 年度	81.3	6.2	0.0	12.5	100.0

- ・令和 2 年度に新設した設問。

⑥休暇村を何で知ったか

(単位：%)

	インターネット・ ホームページ等	広報 なごや	回覧板・ ダイレクトメール	家族・友 人・知人	新聞・雑 誌・テレビ	その他・ 無回答	合計
平成 28 年度	21.6	19.8	20.4	10.5	4.9	22.8	100.0
平成 29 年度	29.3	7.3	22.0	22.0	14.6	4.8	100.0
令和 2 年度	29.0	18.3	14.0	14.0	6.4	18.3	100.0

- ・広報なごや、回覧板等の広報媒体に加え、インターネットなどを通じた情報発信が重要となっている。

キ 公社職員数の推移

(単位：人)

	平成 4 年度	平成 10 年度	平成 21 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	令和 元年度	令和 2 年度
正規職員	39	37	18	14	14	14	15	15
嘱託職員			22	21	20	16	14	15
計	39	37	40	35	34	30	29	30

- ・各年度 4 月 1 日現在の人数。正規職員には名古屋市派遣職員 1 人を含む。
- ・職員構成は正規職員を大幅に減じ、嘱託職員の採用で対応している。経費節減効果はあるが、中長期的にみた場合、職員の定着、ノウハウの蓄積・継承などの点で課題がある。

5 経営戦略（経営基本方針）

- (1) 休暇村は、御嶽山の麓、自然環境に恵まれ、市民生活を支える木曾川上流域に位置しています。この市民の貴重な財産である広大な自然を保護し活用を図りながら、市民、NPO法人、民間事業者、地元との連携・協働で、事業を実施します。

- (2) 自然体験、青少年健全育成、健康増進、環境保全などに対する市民ニーズを、参加者アンケートやヒアリングなど、さまざまな方法で多面的に把握し、満足度の高い事業を適切な参加費で実施します。
- (3) 公社主催事業の開催PRだけでなく、その事業成果や支援事業に関してもわかりやすく情報発信するなど、マーケティング活動を組織的に行います。
- (4) 今後エコツーリズムやグリーンツーリズムなどさまざまなニューツーリズムの進展が見込まれることから、休暇村の特色を活かした新たな取り組みを企画・実施します。
- (5) 休暇村の持つ施設や立地条件などを活かし、かつ、これまで利用の比較的小さい若年層への訴求を念頭に置き、ゼミ合宿やスポーツ・サークル合宿及び研修の目的での利用促進を図ります。

6 経営目標（5年後の公社のあるべき姿）

経営理念及び経営戦略を踏まえ、次の6つを5年後に達成している目標とします。

- 目標1 市民や地元と協働で進めている、市民の森づくりや王滝百草の森造成事業などの森づくり事業の成果を活用して、水源涵養や地球温暖化防止、生物多様性などの森林が果たす機能と重要性について学ぶ森林体験学習事業を体系的に実施し、その成果をわかりやすく情報発信しています。
- 目標2 市民ニーズを踏まえた、公社主催事業を年間160回実施し、参加者満足度は95%以上を維持しているとともに、公社支援事業も年間約1,100件実施し、休暇村を利用する団体客等から支援を評価されています。
- 目標3 マーケティング活動が組織的に行われており、休暇村事業に対する市民の認知度も高く、名古屋市などからも高く評価されています。
- 目標4 公社組織は、事業推進中心の組織へ移行しており、事業実施に必要な人材が育成され、また、NPO法人との連携など外部との協働体制が強化されています。
- 目標5 顧客満足度に応じたきめ細かな料金設定などが実施されており、その収益が公益目的事業の充実に貢献し、公益目的事業比率が50%以上維持されており、収支相償のバランスもとれています。

目標6 多くの高齢者のリピーターに引き続きご利用いただくとともに、若年層の方にもご利用いただき、幅広い層にご利用いただいています。特に、休暇村の持つ特性を活かして、スポーツ・サークル合宿やゼミ合宿、研修の開催地としてふさわしいことを地元王滝村などと連携して情報発信するとともに受入体制の充実も図ります。

7 行動計画

6つの経営目標を達成するため、次のような10の具体的な行動に取り組みます。

- (1) 青少年健全育成事業を、公社とNPO法人と業務分担を明確にして協働して実施します。
- (2) 百草の森や市民参画により間伐・植樹を進めている市民の森の活用を進め、さらに市民が体験できる山野草・薬草園の整備や遊歩道の再整備を進めます。
- (3) 休暇村の遊歩道と森林等を活用した森林体験学習事業プログラムのレベルアップを図ります。
- (4) 公社の主催事業や支援事業に対する要望や評価をアンケートや事業実績などをもとに分析し、体験事業内容等のレベルアップと市民ニーズに沿った事業を展開します。
- (5) 即時伝達性や若年層へのアピールを念頭にフェイスブックやブログ等 SNS の活用やホームページの充実による利用促進をするとともに、王滝村や地元観光関係者等との連携により、グリーンシーズン、スキーシーズンなど焦点を絞った PR を実施する等、組織的なマーケティング活動の取り組みを実施します。
- (6) スポーツ・サークル合宿やゼミ合宿、研修としての利用を促進するための PR を実施します。「おんたけこども村」事業等で培ってきた名古屋市内の大学や大学生ボランティア「キャンプカウンセラー」などとのネットワークを活用し、より効果的な PR を図ります。また、地元王滝村などとも連携して、より充実した受入ができるようにします。
- (7) リピーター客のさらなる利用及び新たなリピーター客の増加を目的として、ポイントカードなどの利用得点付与制度を導入します。また、スケッチや撮影会などの企画ツアーの参加者の作品展を開催します。

- (8) 公益法人としてさらなる公益事業の充実を図るために自主的な財源の確保を図ります。あわせてさらなるガバナンス機能の充実を図ります。
- (9) 自然体験を始め公社が進める事業に必要な資格要件の取得を職員に奨励し、外部研修派遣や内部研修の実施にも積極的に取り組み、人材育成を図ります。
- (10) 御岳休暇村の施設は建設後 47 年を経過し、現在市民のニーズにそぐわない点も多いため、休暇村開設 50 周年を迎えるにあたり、可能な限り魅力整備を進めつつ施設利用の満足度を高めます。

8 評価指標

6つの経営目標と 10 の行動計画を実現していくため、次のような評価指標を設定します。

評価指標	説明	平成 28 年度 実績	令和 3 年度 目標	令和 7 年度 目標
公社主催事業 実施回数 (回)	自然体験事業をはじめ公社が主催する公益目的事業の実施回数	145	106	160
公社主催事業 延参加者数 (人)	天文館等の体験館の利用者も含めた公社主催事業の参加者を、人・日単位で集計	18,491	11,530	22,000
公社主催事業 参加者満足度 (%)	公社主催事業の参加者の満足度をアンケートを実施して把握	91.7	94	95
公社支援事業 実施件数 (件)	休暇村利用者が自ら企画する体験事業等を公社がその専門性やノウハウを活用して支援する件数	1,030	500	1,100
公社支援事業 利用人数 (人)	公社が支援した事業の参加者数	11,765	8,000	14,000
施設利用者の 満足度 (%)	休暇村利用者の施設利用満足度をアンケート実施により把握	77.1	80	82
セントラル・ロッジ 利用者 1 人当たり収 入額 (円)	セントラル・ロッジの利用料金等の収入額を有料宿泊者数で除した金額 (客単価)	10,254	10,500	11,000

※セントラル・ロッジが通年営業していた、休館前の平成 28 年度実績を計上した。

(別紙)

行 動 計 画 表

取り組み内容	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
(1) 公社とNPO法人との協働	NPO法人との連携・協働による青少年健全育成事業の実施				
(2) 市民の森の活用や遊歩道の再整備	整備、体験事業の実施				
(3) 森林体験学習事業プログラム	プログラムの体系化、レベルアップ				
(4) 主催事業や支援事業のレベルアップ	体制確立、フォローアップ				
(5) 組織的なマーケティング活動の実施	フェイスブック、ブログ等SNS及びホームページの充実、王滝村等と連携したPRの実施、フォローアップ				
(6) スポーツ・サークル合宿、ゼミ合宿、研修の利用促進	情報発信、ニーズ把握、受入体制の強化				
(7) リピーターの確保及び増加	ポイントカード等利用特典付与制度の導入、利用者向けの催事の実施、協賛会員制度等其他の方策の検討・実施				
(8) 公益法人としての組織運営	ガバナンス機能の充実、自主財源確保の検討・実施				
(9) 職員の能力向上	資格取得の奨励、外部研修派遣、内部研修の実施				
(10) 施設利用者の満足度アップ	利用者ニーズの検証、施設整備				