

平成29年3月6日（月）

○議長（中本正人君）順番4、5番 坂口君。

〔5番（坂口親宏君）登壇〕

○5番（坂口親宏君）皆さん、こんにちは。ユーストリームでご覧をいただいている皆さま、ご機嫌いかがでございますでしょうか。坂口親宏です。

視聴率調査ではないんですけれども、金曜日夜11時17分、皆さんはどんな番組をご覧になっていらっしゃるのでしょうか。ニュース番組でしょうか、歌番組でしょうか、バラエティー番組でしょうか。私は、現代社会に鋭いメスを入れる「探偵！ナイトスクープ」、私が局長の天才上岡龍太郎です。懐かしいでしょう。非常に懐かしいフレーズで始まる1988年に番組がスタートしました。現在は西田敏行さんが探偵局長を務めているんですが、私は「探偵！ナイトスクープ」を見ています。

先日、1988年に番組がスタートして、この番組はもう30年近く続いているんですが、日本民間放送連盟でも数回最優秀賞をとった、関西発の全国放送、お化け番組と言われていきます。視聴率も1990年代には視聴率30%をたたき出しています。現在も非常に視聴率上位に来るような、すばらしい、おもしろい番組なんです。先日、その創成期にこの番組に携わった越前屋俵太さんの講演を聞きに行っただけでいいんですが、和歌山大学観光学部が招聘して、この越前屋俵太さんをお招きして講演をしたんですが、テーマは、きょうは観光について話をするんですが、「人はなぜそこに行きたがるのか」という、大変興味深いテーマでございました。

越前屋俵太さんは、この探偵ナイトスクープを引き受けるときに、二つ、制作プロデュ

ーサーと話をしたそうです。交わしたそうです。まず一つは、やらせを一切やらないということ。そして、もう一つが、お笑い芸人を全く使わないということ、この二つだそうです。

やらせというのは1980年代、私も当時民法に入社して数年たっておりましてけれども、当時はこうだったんですね。あるお宅にインタビュー番組に行ったときに、さあ、それではこのお宅に早速お邪魔してインタビューを試みましょう、というように、とんとんとたたいて行ったときに、もう既にその中から出てきたインタビューを受ける側が、タイピングをつけられていて、テレビの取材が来るんで一番いい背広を着て、そしてもう待ち構えている、これが一種のやらせですね。

皆さんご存じだと思うんですが、さあ、それでは人類未踏の秘境にこれから足を踏み入れていきたいと思えます、とりポーターがこういうレポートをしながら行くんですけども、向こう側からライトをたきながら、そして、カメラマンがその模様を撮っているという、もう既に人類未踏の秘境地にはカメラマンと照明が入っているわけです。これが言ってみればテレビ番組のやらせですね。

同僚議員もカメラマンがいらっしゃいますから、そんなあたりはよくご存じだと思うんですが、越前屋俵太さんはそういったやらせ番組を一切引き受けないという画期的な、そういうテレビの視点から引き受けたそうです。

きょうは何を言いたいかといいますと、越前屋俵太さんは、それから取材に行っている話をして、その番組が終わってから、田

舎のおばあちゃんが、もうテレビの番組も終わったんやから、まあまあまあ、大阪のテレビの人、もう仕事終わったんやから、いっぺんちょっとわしらが食べてるもんでも食べていきながら、ゆっくりしてくださいというふうにおばあちゃんが言ってくれるんですが、そのテレビのスタッフは、私どもは一刻も早くテレビの収録、編集をしなくてはいけないので、一刻も早く本社に帰って編集をしますと、こういうように言うそうなんですが、越前屋俵太さんは、まあまあまあ、せつかくおばあちゃんが言うてくれてるんやから、ちょっとでもこのおばあちゃんがつくってくれる郷土料理を呼ばれていきましょうよというふうに言ったそうで、で、越前屋俵太さんは、そのおばあちゃんがつくった料理を必ず食べるそうなんです。

またこれが、この郷土料理が非常においしかったりするんですね。一般の郷土料理のお店では食べられないような、その土地でしか食べられない、その空気を味わった人でしか食べられないような郷土料理をおばあちゃんが出してくれる。これは、とてもおいしかったそうなんですが、何を言いたいかと申し上げますと、きょうは観光の話をする。きょうは非常にご説明のうまい経済推進部長が答弁にあたっていただくとするんですが、着地型観光という言葉が多分出てくるんだろうと思います。今、観光商品というのは、これは発地型商品なんですね。石垣島三日間のツアーと、旅行代理店なんかに行きますと観光パンフレットが置いてあると思うんですが、これは発地型あるいは発着型の観光なんですね。きょうは、テーマは着地型観光。あまり旅行にはご興味ない方は、この着地型観光というのは何のこっちゃわからないと思うんですが、きょうはうまく経済推進部長が、この着地型観光というのはどういうものなのか

というような話をしてくれると思います。

この着地型観光と、先ほど申し上げました越前屋俵太さんが郷土料理を食べた、その場でしか味わうことができない郷土料理を食べる。このところに一つ共通点があるんじゃないかと思います。

ちなみに、この越前屋俵太さんのその発想から、現在は、ふらっと行きながらノーアポでその現場に行き、その土地の人たちの空気を吸いながら、おもしろいおっちゃん、おばちゃんに話を聞く、これは鶴瓶さんの「家族に乾杯」であったりとか、あるいは関西テレビが放送している「となりの人間国宝さん」とか、こういった番組に通じているんですね。全くアポなしで、そして飛び込みで行って、そして、その現場にいる人たちがいかにおもしろい生活をしているか。その人たちがおもしろい、これをテレビで撮る。こういう手法がまさに画期的な手法と、今はもうそういう番組が多くなっているんですが、これが着地型観光の一つのキーワードになっているので、このようにお話を申し上げました。

で、きょうは横文字が多分多くなりますので、あまり英語、イングリッシュにご興味ない方には大変恐縮なんですけれども、英語を使わざるを得ないところは、やはり英語を使ってご説明をしていかないといけないと思います。DMO、何のこっちゃわからないと思うんですが、また経済推進部長が非常にうまくご説明をいただけるんじゃないかと思います。

それでは早速、議長のお許しをいただいておりますので、通告に従いまして一般質問を始めさせていただきます。

日本版DMOによる、これからの橋本市の観光振興の方向性を伺ってまいります。

①日本版DMOとは何か。欧米のスキームを導入するために障害となることは何か。

②橋本市において、日本版DMOに求められる役割とは何か。どのような経済効果と変革が期待できるのか。

③観光戦略の根幹となる観光統計の整備はどの程度進めていくのか。DMOの評価指標KPI、キー・パフォーマンス・インディケーター、これを設定するために、統計データをどのように活用するのか。

④インバウンドの誘客をターゲットに、インターネットを活用したブランドマーケティングはどのように進めていくのか。さらに、多言語対応として、どのような観光プロモーションをとるのか。

⑤広域による他のエリアのDMOとは、どのような連携の形態をとるのか。

⑥DMOとして、橋本市と連携する事業連携自治体はどこになるのか。また、高野山麓エリアで包括的に事業連携することに向けての協働体制はできているのか。その体制づくりの努力はなされているのか。

⑦DMO設立に向けてのタイムスケジュールはどうか。また、どのような組織概要になるのか。財源・収支計画を鑑み、持続的に健全な運営をしていくことは可能か。

以上の項目になります。どうぞご答弁漏れのくれぐれもごさいませんように、よろしくご答弁をお願いいたします。

○議長（中本正人君）5番 坂口君の質問、日本版DMOによるこれからの観光振興に対する答弁を求めます。

経済推進部長。

〔経済推進部長（笠原英治君）登壇〕

○経済推進部長（笠原英治君）日本版DMOによる、これからの橋本市の観光振興の方向性についてお答えします。

観光庁の定義では、日本版DMO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観光地経営の視点に立った

観光地域づくりのかじ取り役として、多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人とされています。

一方、欧米のDMOに見るマネジメント特性は、意思決定の機関の存在感がある。行政の機能との役割分担がはっきりしている。プロパー職員に専門人材が存在している。DMOによる人事評価がされている。多様な財源の存在がある。行政、観光事業者、住民との緊張感のある関係が築かれていることが挙げられます。

このことから、欧米DMOのスキームそのものが日本版DMOでは十分でなく、その違いを埋めることが必要であると考えられます。

次に、DMOに求められる役割についてですが、従来型の観光振興は、イベント主体の一過性の集客策に終始し、いわゆる観光地づくりの域を出ず、多くの課題に直面しています。また、観光客の本来のニーズに対応できず、地域全体の取り組みになっていないため、地域資源が十分に観光に生かされていません。

そのため、DMOによって、事業者や商店街の再生、高齢者の生きがいづくり、住民の誇りの醸成などに取り組むことにより、豊かな地域づくりにつながっていくものと思います。

また、DMOによる経済効果や変革については、いわゆる観光事業者のみならず、さまざまな事業者への効果、市民意識の向上につながり、多くの地域振興に効果が現れると考えられます。

次に、評価指標、KPIの設定については、ビジネスとしての創出、観光経済波及効果は、旅行客数掛ける客単価掛ける域内調達率であ

ると考えられ、この三つがK P Iであると捉えています。したがって、域内調達率は、広域連携DMOにとって重要です。

高野山では、観光客が来てくれれば、直接地域にお金を落とすことから、K P Iは旅行客数と消費単価が目標になります。しかし、橋本市の場合は、どちらかという域内調達率が目標になることも考えられます。地域産品の活用がどれだけ進んでいるのか、商工業者の連携がどれほどできているのか、ということもK P Iとして見ていければと思っています。そうすることで本市に観光のメリットが直結すると考えられます。

次に、インバウンドのブランドマーケティングについては、海外において、いかに知名度を高めるかというおたしだと推測します。

外国人の方はほとんど観光ガイド本を持って行動しており、まずそれ以外の地域版パンフレットをたくさん持って行動することは考えにくい状況になってきています。そういう理由から、今後、紙媒体の多言語パンフレットをたくさんつくるのではなく、インターネットを活用してウェブで多言語化を図っていくべきではないかと考えており、DMOでは、ウェブの整備は必須であると捉えています。

次に、広域による他のDMO連携ですが、将来的には観光地域資源を多様化させ、あらゆるニーズに対応できるような、自治体の枠を超えた広域圏での協力を意識した組織づくりが必要であると考えています。このことから、ほかのDMO、例えば和歌山市、田辺市、紀の川市や東大阪市のDMOとの連携は大切であります。

次に、橋本市の包括的な事業連携について、観光地域づくりのためには、行政はもちろん地域内の多様な団体が利害を超えて集結し、地域資源を観光に生かすことに関して、互い

に議論を交わし、知恵を出し合う場が必要です。観光地域づくりを展開するために地域全体をまとめ、かじ取り機能持つ場がDMOであります。

昨年4月、観光庁に候補法人として登録している地域連携自治体は、隣町のかつらぎ町ですが、今後、DMO設立準備会の中で、周辺地域を含めた事業者等と連携の体制づくりを強化してまいります。

次に、スケジュールですが、本年4月の法人化をめざして取り組んでいましたが、まずは設立準備会を立ち上げ、参画を予定している企業、事業者等の皆さまと、エリア内の特色ある地域資源の洗い出しと観光資源、商品としての検討や体制・組織に関することを協議の中で確認しておく必要があると考えており、今年2月20日、既に第1回の準備会を開催し、多くの参画予定者にお集まりいただきました。今後、準備会を経て、遅くとも本年10月には法人を設立したいと考えています。

次に、持続的に健全な運営は可能かのご質問については、行政・参画事業者等からの補助金や受託事業について、それぞれの市町で分担ができるのかが、本来スタート時に必要なことでもあります。

加えて、DMO自身が利益を計上できるように、しっかりと人材育成もしていかなければなりません。

これらに取り組むことにより、一定の成果が見え始めたら、事業者の皆さんと受益者負担の考え方を提供いただけるようにしていきたいと考えています。

○議長（中本正人君） 5番 坂口君、再質問ありますか。

5番 坂口君。

○5番（坂口親宏君） それでは、壇上でもちょっと触れたんですが、DMOというのは非常に耳慣れない言葉です。日本版DMOとい

う、日本版という言葉もついております。DMOとは何の略称で、それはどのような意味を持つ言葉なんでしょうか。

また、どのような観光商品を生み出せる可能性があるのか。旧来型の旅行商品とはどのような違う観光商品を生み出せる可能性があるのか。

前段でも振りましたので、そのあたりのご答弁をお願いいたします。

○議長（中本正人君）経済推進部長。

○経済推進部長（笠原英治君）まず、DMOとは、デスティネーション・マーケティングまたはマネジメント・オーガニゼーションという、それぞれの頭文字をとった略語で、直訳しますと、目的地、着地点において商品が効率的に売れるよう経営管理して取り組む組織体という意味になります。着地型の観光地域づくりと訳される場合もあります。

まち・ひと・しごと創生総合戦略では、調査マーケティング、商品造成、プロモーションを戦略的に一体的に行うワンストップ窓口の機能を持った観光推進組織とされています。

それと、次に観光商品の可能性についておたじですが、旅行の消費者のニーズというのが、最近、物から事に関心が移ってきております。ここにしかない地域資源を磨き上げて、観光資源として提供していきたいと考えています。来訪者の方には、地域内を回遊、滞在してもらい、住民とともにさまざまな暮らしの体験を楽しみ、体感・交流してもらう地域づくりにつながる観光商品を企画してまいりたいと考えております。

今まで大手のエージェントさんが商品化しづらかった、当地ならではの、例えば農業体験や地域の祭りであったり伝統文化体験、先ほど議員が壇上でお話しされました郷土料理、橋本であればパイル織物の工場見学など、事業者や市民と協力して、地域にもともとある

資源を地域独自の商品として生み出せる可能性があると考えております。

○議長（中本正人君）5番 坂口君。

○5番（坂口親宏君）今、部長のご答弁でも、住民とともにという、そんなお話がございました。DMOの中では、多様な関係者との合意形成というのが非常に重要なことだという認識がございます。

その中で、壇上でも部長がご答弁をされました、事業者や商店街の再生、あるいは高齢者の生きがいつくりもやりますよ、住民の誇りの醸成などもやっていきますよ、豊かな地域づくりとしてDMOの理念は地域で稼ぐ力をつくっていきますよ、そんなお話だったというふうに思いますが、そのあたり、住民との合意形成というのは十分になされているのか。先ほどのお話の中では、設立準備会も立ち上げておやりになっているということなんです。もう当然それは事業者等はいろいろな打ち合わせ、関係者との話し合いはされていると思うんですが、住民との合意形成はなされているのか、いかがでしょうか。

○議長（中本正人君）経済推進部長。

○経済推進部長（笠原英治君）当然、事業者との関係は、非常に参画いただいて、積極的にいろんな提案をこれからいただこうと思っております。

先ほどお話しさせていただいたように、着地型観光というのは、当然、地域の資源を基本的に観光商品として築いていく必要があります。そういう意味で、地域の農家であったり、自治会であったり、いろんな文化・伝統を守る、そういう団体であったり、そういう方としっかり協力を得ながらこの商品づくりをしていきたいと考えております。そういう方と積極的にワークショップなんか開きながら、今後関係を築いていきたいと考えております。

以上であります。

○議長（中本正人君）5番 坂口君。

○5番（坂口親宏君）住民の合意形成は非常に大切で、これからそういう住民の皆さんとともにというような言葉がありました。確認をしております。第1回の設立準備会等も既におやりになっている。2月におやりになっているということですが、住民の方の代表者は入っているのか。今もう当然、今の話の流れの中では、住民の皆さんと体験型のプログラムをつくったり、着地型の観光をつくっていくような今のご答弁だったんですが、具体的にお尋ねいたします。

黒河道の世界遺産登録されましたが、黒河道関連の体験ツアーを組む場合、地元住民の皆さんとの合意形成はなされているのか。あるいは河南地域の、例えば、くにぎ広場のいろいろな、はたごんぼであったりとか、そういったもの、汗を流されている方との、はたごんぼの収穫体験とか、当然そういったものも視野に入ってくると思うんですが、住民との合意形成はなされているのか、改めて伺います。

○議長（中本正人君）経済推進部長。

○経済推進部長（笠原英治君）先月開催しました準備会の中には、住民代表として参画はいただいております。このDMOは将来、民間事業として自立していけるような、そういう組織として、いわゆる一般社団法人ですから、出損金も含めて協力をいただくこととなります。そういう意味からして、広域圏内の企業、事業者を中心としたメンバーで、この準備会についてはいろんなことを検討していただこうと思っています。

ただ、先ほども申し上げましたように、具体的な商品づくりをするにあたっては、当然、市民の方との調整が必要になってまいりますので、そういった地域資源に応じて、かかわ

っていただける団体さんとしっかり協議を重ねていきたいと思っています。これは、橋本市にこだわらず、周辺の行政区域の団体さんにとってもそういうことにあたると思います。

以上であります。

○議長（中本正人君）5番 坂口君。

○5番（坂口親宏君）DMOのエッセンスというのは、本当に住民の合意形成、それぞれのあらゆる関係者との合意形成が、これはコアになりますので、先ほど壇上で申し上げました、おばあちゃんの郷土料理が本当においしい。そのためには、おばあちゃんの合意形成がなかったら、これは提供してもらえないわけですから、ぜひそういった第2回、第3回の設立準備会等もあろうかと思いますが、いろいろな関係者、NPOもあろうかと思いますが、住民の代表者の皆さんと十分にご説明をして、協議をしながら進めていただけるようお願いを、これはお願いをしておきます。

二つ目の再質問なんです。先ほどご答弁をされました、商店街の再生、高齢者の生きがいがづくり、市民意識の向上につなげていけるというDMOの理念をお話をしていたんですが、具体的にどのようにお考えになっているのか教えてください。

○議長（中本正人君）経済推進部長。

○経済推進部長（笠原英治君）先ほどもお話しさせていただきましたように、DMOによって地域資源が観光化されて地域全体の取り組みになることで、事業者、商店街の再生、それと、高齢者の生きがいがづくり、住民の誇り醸成と豊かな地域づくりにつながっていくと思います。

最近、観光振興というのは、観光関係者だけではなくして、さまざま事業者への効果、市民意識の向上につながってまいります。多くの地域振興にそれがつながってこよ

うかと思っています。

具体的に考えている観光商品を言いますと、例えば、農山村の活性化につながってきます就農体験であったり、観光農園、先ほどの郷土料理体験、農産品の販売、昨年イベントもされました棚田なんかの、そういった見学会。これは芋谷と今、九重にある棚田が県の指定も受けておるわけなんです、そういったことを通じて、高齢農家と来ていただいた新たな人との交流によって農家のやる気につながっていきますし、ひいては耕作放棄地であったり、後継者、担い手不足の対策にもつながってこようかと思っています。

それと、事業者や商店街の活性化という部分では、今、はしもとオムレツやはたごんぼのメディア戦略で非常に話題になりつつあるんですが、そういったメニューを飲食店の看板にして、そういう集客が可能になってこようかと思っています。それと、日本食の調理体験で、地元の製品の評価、伝統産業の制作体験で販売促進、工場見学で地場製品の付加価値をもう一度評価し直していただく、こういうことが可能になってこようかと思っております。

それと、文化・歴史の継承と地域コミュニティの向上ということで、観光客の期待に沿うような地域の伝統・祭りをもう一度復活していただくことによって、それに地域の方もイベントに参加していただいて、新しいお客さまの風を入れることによって非常に市民意識が向上して、または市民のアイデンティティの確立が期待できるように、そういうふうになろうかと考えております。

以上であります。

○議長（中本正人君）5番 坂口君。

○5番（坂口親宏君）それと、私、壇上でも通告書どおり質問をさせていただきました。観光戦略の根幹となる観光統計の整備は、ど

の程度進めていくのかという、通告書どおりに質問をさせていただいております。新しい新年度の予算ではマーケティングの委託料、マーケティング調査委託料で300万円の予算が計上されておりますが、この中身はどうでしょうか。どのような調査をされていくんでしょうか。これはDMOの根幹となる観光統計の非常に骨格となる調査ですので、野球の試合で言ってみれば、相手チームのデータをとるような非常に重要な作業なんです、どのようなことをお考えになっているのか、教えてください。

○議長（中本正人君）経済推進部長。

○経済推進部長（笠原英治君）今回のDMOの評価指標を設定するために、マーケティング調査を、この議会で新年度予算として提案させていただいております。旅行者の消費者志向をリサーチしまして、ターゲットへ訴求していきたいというふうに考えております。観光客のニーズであったり、満足度を把握していきたいと考えております。

具体的には、国内や海外から最近お客さんも多いんですが、そういった方に調査票や聞き取りで調査をさせていただきまして、出身地であったり、年齢、来ていただいた人数、滞在予定日数などの基本的な情報と、来訪回数、いわゆるリピーター率ですね、そういったところであったり、旅行目的、旅行消費額、消費の内容、施設の利用に至った経緯、それと、やってみたい体験、旅行先での情報収集の手段、外国人には日本の観光中に利用しているスマホのアプリケーション、この地方の滞在中に困ったこと、満足したこと、そういったことを、主要な観光地で5箇所ほど調査させていただいて、それぞれ150を超えるサンプルを持ちたいなと思っております。

それ以外にも、最近はRE S A Sの情報が非常にたくさん出てますし、観光庁とあわせ

てビッグデータも活用しながら、そういう統計を整理したいなというふうに考えております。

以上であります。

○議長（中本正人君）5番 坂口君。

○5番（坂口親宏君）今のご説明を踏まえて、K P Iの設定について改めて伺います。ご答弁の内容では、旅行客数、客単価、域内調達率、この三つがK P Iで捉えているというふうなご答弁でしたけれども、これにつけ加えて、何か重要なエッセンスが抜けていないかどうか、お尋ねいたします。

○議長（中本正人君）経済推進部長。

○経済推進部長（笠原英治君）本当に、この地域連携でDMOを取り組んでいくわけなんですけど、それぞれの地域によってK P Iはやっぱり違うと思うんですね。市長もよくいろんなところで発言されるんですが、たくさん橋本市に観光客、入り込み客数があるのにもかかわらず、なかなか経済効果に結びついていないではないかという、そういうお話を聞かせていただくんですけど、私も全くそのとおりだと思います。これが高野山であれば、直接の観光客数であったり消費単価、こういったものが経済に直接影響してきますので、K P Iとして、指標としてすることが大事なんですけど、橋本市は高野山にない部分を補完しながら、このメニューを考えていこうと思っておりますが、それ以外にも、いろいろ高野山で出す料理の食材を橋本市でどれだけ調達できているか、お土産物について橋本市がどれだけかかわっているか、そういったことが非常に大事だと思っております。

そういう意味で、私はこの域内調達率が非常に大事だと思っております。当然、先ほどお話しさせていただいた基本調査から始まったリピーター率であったり、満足度であったり、そういったこともK P Iの中には必要である

うかと思っております。

○議長（中本正人君）5番 坂口君。

○5番（坂口親宏君）今のご答弁の中で、K P Iの設定については、それは私も異論がないんですけども、ちょっと確認です。域内調達率、この域内調達率というのも少しわかりにくいですね。旅行客数、入り込み客数も含めての客の数ですね。それと、客が何ぼお金を使ったかと。それと、ローカル、地元エリアでどのくらいお金が落ちたか。コンビニとかで買うのではなくて、いかに地域でお金が回るかというようなことで域内調達率というふうに言うんだそうですが、これはいいと思うんですが、したがって域内調達率は広域連携DMOにとって重要ですということなんですけど、ちょっと私どもも混同しているところがあると思うんですが、部長、広域連携DMOと地域連携DMOは違うんでしょうか。私は、ですから域内調達率のことをおっしゃるのであれば、広域連携DMOではなくて地域連携DMOにとって非常に重要だと思うんですけども、いかがでしょうか。

○議長（中本正人君）経済推進部長。

○経済推進部長（笠原英治君）DMOの広域連携の中で、企業が主体で組織化されていくわけなんですけど、そういった部分で、いわゆる目標とするK P Iは当然あります。その中でも、橋本市のK P Iというのもしっかり捉えて、この地方創生の交付金の折にも、単なる観光客数ではなくして、そういったものをしっかり内閣府のほうに出していきたいなと思っております。

○議長（中本正人君）5番 坂口君。

○5番（坂口親宏君）これから観光商品をつくっていくわけですから、このK P Iの設定については、それはいいと思うんですけども、ぜひ一つCS、クライアント・サティスファクションであったりとか、リピーター率、

これは観光商品をつくる上でも戦略的なものですから十分に、300万円の費用をかけるんですから、やっていただきたいと思います。

それと、インバウンドの多言語対応についてのお尋ねを申し上げます。先ほど部長のお話の中では、外国人観光客についてもヒアリングをするというようなお話もあったんですが、これ、昨年も私この壇上で、橋本ツーリストガイドですね、トラベルプロシユアというものです。すばらしい英語表記で、スタンダードイングリッシュで書かれております。英語の教材にはすばらしいというふうに申し上げております。

例えば、柿の葉ずしですね。柿の葉ずしは英語で何と言うかというのは、皆さんおわかりになりますか。柿の葉ずしはK a k i n o h a z u s h iなんて、そんなふざけたことを言っちゃ困りますよ。これはP e r s i m m o n l e a f S u s h iといます。これは私、去年、K a k i n o h a z u s h iなんか申しあげましたけども、P e r s i m m o n l e a f S u s h i、これが正しいスタンダードイングリッシュ。すばらしい郷土の、イングリッシュで書いた、この橋本ツーリストガイドなんですけど、目を見張るところは、H a s h i m o t o c i t y A t h l e t i c P a r kなんていうのが書かれていますね。橋本市運動公園。O h ! W o n d e r f u lと言いながら、欧米の観光客の皆さんが、このH a s h i m o t o c i t y A t h l e t i c P a r kに行くのかどうか。H a s h i m o t o c i t y H e a t e d S w i m m i n g P o o l R a i n b o w、この温水プールに行くのかどうか。

こういったところも本当に細かく表記されていて、すばらしいイングリッシュハシモトツーリストガイドになっているんですけど、これが部長、去年私申し上げて、こういったも

のをもうつくっている時代ではないですよというふうなことを申し上げたんですが、これ、部長、一体どのくらいおつくりになって、現在どの程度外国人観光客に渡って、そして外国人観光客の評価はどうなんでしょうか。そして、私はついぞ、こういったものをお持ちになりながら橋本市内を散策されている外国人の方を見たことがないんですが、これは果たしてどのような評価をされているのか、お尋ねいたします。

○議長（中本正人君）経済推進部長。

○経済推進部長（笠原英治君）はっきりとインバウンドのお客さまが橋本市を訪れられておることがわかるような、そういった状況にまできとるわけなんですけど、それはルートインなんかの宿泊数でもよくわかるんです。

今まで、そういった外国人に対して何も情報をお伝えすることがなかったの、紙媒体でパンフレットを2,000部、これは平成27年度の予算でしたが、約60万円をかけて作成しました。配布先についてお尋ねでありましたが、市内の宿泊施設や橋本駅、かつらぎ町と九度山町にある道の駅、観光案内所にまいております。あと残数としては500枚ぐらいになっておるんですけど、例えば、はっきり言って費用対効果をお尋ねやったと思うんですけど、非常に検証が難しい面はありますが、ルートインなんかでお泊りの方から、これは従業員の方に聞かしていただいたんですけど、パンフレットを手にして従業員に案内を求める、そういった方もおられたというふうに聞いております。ほかにも観光案内所のほうに訪ねてこられて、案内所の職員が外国人に対して、そのパンフレットで説明したところ、よく理解いただけたと、そういうふうに聞いております。

最近、私、無料のアプリでグーグルがつくっている翻訳アプリケーション、これ、スマホ版であるんですけど、それをインストール

しまして、この英語版で表記されている、この私とこのガイドパンフレット、これを翻訳してみました。そうすると、実は驚くほど本当にわかりやすい日本語で、このアプリケーションがスマートフォンに表示されたわけなんですけど、文化の違いから若干わかりにくい部分もあるかもしれませんが、訪日された外国人にとっては非常に役に立つ英文表記やと私は感じました。

パンフレットの構成は別として、このパンフレットをつくるにあたって監修にかかわっていただいた方は、もう何十年も外国で生活されておった方で、私は決してこれは教科書文法でないなというふうに感じたのと、改めてネイティブなイングリッシュであるということに確信を持てたと、そういう評価であります。

以上です。

○議長（中本正人君）5番 坂口君。

○5番（坂口親宏君）ちなみに、きのうの毎日新聞によりますと、熊野本宮温泉郷で外国人客過去最高に。昨年宿泊実績の観光協会のまとめによりますと、これまでにない記録をした、1万7,155人と過去最高を更新したというようなことも伝わってきております。

皆さんご存じかどうかかわからないんですが、和歌山市内のインバウンドの増加率というのは、過去数年で10万7,000人を既に超えておりまして、4年間で約18倍に増えています。ですから、紀南地方であったり、和歌山市地域でも、インバウンドの増加率というのは目覚ましいものがあります。

これも大変すばらしいと思うんですけれども、私はこれは、今部長もおっしゃっているんですから、ウェブ版の、これ、どこに仕掛けがあるのかなと思うんですけれども、QRコードもARコードもありませんしね。細かく本当に説明されていると思うんですが、私

は外国人の目線で、我々日本人と感覚が違うと思うんですよね。ある外国人の方は、紀の川の夕景と山がある、この風景というのは非常に感動するものだというふうにおっしゃっている外国人の方もおりました。

ですから、そういった方に、こういった細かい旅行案内のような逐語訳ではなくて、外国人に特化したものをおつくりになるとか、あるいは、ウェブとリンクをしたものというふうにおつくりになるとか、今部長ご存じだと思うんですけれども、外国人観光客の旅行情報というのは、どういったツールでおとりになっているんでしょうか。部長、おわかりでしたら教えていただきたいと思うんですが、あまりいっぱい観光パンフレット、リーフレットを持ちながら歩いている観光客は見かけないんですけれども、旅行情報はどういったツールでおとりになっているのか。もし部長がご存じでしたら教えてください。

○議長（中本正人君）経済推進部長。

○経済推進部長（笠原英治君）議員がおっしゃられるとおり、関西国際空港におりられて、必ず1冊は厚めのガイド本、もうぼろぼろになるくらいのしっかり読まれたガイド本を1冊、まずは持たれています。壇上でも申し上げたんですが、そこから新たなそれぞれの地方版のパンフレットを、これは荷物にもなるし、持とうとはまずしないと思います。

そういう意味で、先ほどもお話しさせてもらったように、これからはネット版、ウェブでいろいろ地域の情報を検索いただく、そういうことが大事だと思います。しかも、それは大きなパソコンを持って歩くわけにもいきませんので、できればスマートフォン、スマホ版でその内容を表記できるような、そういう状況が今後は主流になってこようかと思っています。

そういう状況の中で、例えば、誘客につな

がる有名なサイトとしてトリップアドバイザーというサイトがあるんですけど、これは世界的に観光客にとって非常に有効なアプリとして利用されております。それと、農家民泊みたいなことをするのであれば、Airbnb、こういったソフトが、サイトが非常に有効であると感じております。

○議長（中本正人君）5番 坂口君。

○5番（坂口親宏君）来年度も219万円の予算がつけられておりまして、観光パンフレットの業務委託料というのがつけられておりますけれども、英語版か日本語版かどうかわかりませんが、しっかりと観光戦略をお立てになって、これからいい観光パンフレットをつくっていただきたいというお願いです。

ちなみに、これはドイツの観光局が観光パンフレット、観光リーフレットを100%オンライン化する。2017年から印刷物の配布終了、ゼロにするというようなことを発表しております。世界の観光行政の趨勢は、もう全てこういったオンライン化です。ペーパー類というのはもう使わないというようになっております。

あと、インバウンドの誘客なんですけれども、観光庁のホームページではこんなことが載っています。真言密教の中心である高野山を擁する和歌山県高野町では、外国人修行僧による情報発信を契機に、主に欧米からの問い合わせが寄せられたため、一部宿坊が積極的な受け入れ意向を示したと。自治体の支援や鉄道会社との連携で取り組みは継続され、リピーターの増加が見られる。ということで、ですから、宿坊の外国人の方のいらっしゃる修行僧が、自国にネットで発信をしているということなんです。

ですから、何を申し上げたいかという、橋本市にいらっしゃる欧米の方のお願いをして、欧米のお知り合いの議員もいっしょ

ると思うんですけども、そういう方にぜひボランティアでお願いをして、自国に向けてSNSであつたりとか、そういった橋本市の紹介の発信をしていただくということも、一つあわせもって考えていただきたいなというふうに思います。

それと、次の質問なんですけれども、他の地域DMOとの連携なんですけれども、先ほど東大阪市というお話がありましたけれども、東大阪市との連携はどういうふうになるのでしょうか。で、なぜ東大阪市なのでしょうか。

○議長（中本正人君）経済推進部長。

○経済推進部長（笠原英治君）先ほど県内のDMOとのかかわりの大切さをお話しさせていただいたんですが、それに先行して、実は東大阪市でもDMOが立ち上がるということで、地域連携のオファーが東大阪市から、約もう半年ほど前にありました。これは東大阪市も地方創生の新型交付金を申請するにあたって、どうしても地域連携していく必要があるんだというお話やったんですが、具体的な内容は、東大阪市というのは、本当に中小の工場がたくさんあるまちで、その工場が例えば宇宙開発にもかかわるような、そういう先進的な技術と、日本のいわゆる繊細なそういう商品をつくったりしております。そういう部分に非常に東アジア、東南アジアを中心に興味を持たれておって、そういうところの工場見学だけでもいい、したいという、いわゆる訪日教育観光ということを、今観光庁でも熱心にされておるんですが、そういうことで東大阪市は積極的にやっっていこうというふうなことがあったようです。

それに加えて、ラグビーのワールドカップ、これ、花園ラグビー場は選手にとっては聖地にもなってますし、そういったところも含めて、この観光商品をつくり上げていこうとしておったんですが、一点だけないのが農業関

係、就農体験という部分で、この東大阪市は非常に資源がないので、できれば橋本市とかかわって、そういう地域連携で一緒にDMOをしませんかということになったわけです。

その裏には、私ところのDMOに深くかかわっていただいております近畿大学の高橋先生、DMOの権威でもあるんですが、その方が近畿大学の教授やということで、東大阪市のDMOにも深くかかわっておって、そういう関係から東大阪市がオファーしていただいたところです。東大阪市の副市長も来庁されたこともあります。

そういう状況の中で、残念ながら、内閣府からは1自治体1連携というふうな、交付税の部分に限って言えばそういうお話やったんで、あくまでもこのかつらぎ町を中心としたDMOを私どもは中心と考えましたので、東大阪市についてはオブザーバーみたいな形で、商品開発の部分で一緒に取り組んで、外国人が来られた折には、当然こちらから東大阪市の行く、東大阪市からこちらへ来ていただく、そういう取り組みはお互いやっていきたいと思います。協議会には参加させていただいております。

以上でございます。

○議長（中本正人君）5番 坂口君。

○5番（坂口親宏君）東大阪市との連携、広域連携というのは大変結構だと思います。来ていただくお客さまはウエルカムですよ。先ほど申し上げましたけれども、農業体験、これもやっぱり地域住民との合意形成がないといけませんので、部長、何度も何度もここで申し上げておきますけれども、住民の方の気持ちを大変大切にさせていただいて、住民の合意形成はぜひしっかりととっていただけるようによろしく、これはお願いしたいと思います。これはお願いです。これがないと本当に、仏つくって魂入れずになりますからね、DM

Oは。ぜひ住民の合意形成をしっかりとやっていただきたいと思います。

あと一つなんですけれども、和歌山県内の地域連携DMOですよ。先ほどもご紹介しましたでしょう。田辺市、あるいは和歌山市との連携、当然、紀南も和歌山市もDMO形成をしているわけなんです、これは準備段階のところもあると思うんですが、あるいは紀の川市ですね。そういったところとの地域連携DMOはどのようになるのでしょうか。

○議長（中本正人君）経済推進部長。

○経済推進部長（笠原英治君）全国的に、今地域版の日本型DMOがどんどん法人登録するような取り組みがされております。昨年末にも和歌山市が、これは観光協会の発展的な法人ということでDMOが設立されたようですが、これは具体的に今これからどういうことをしていくかということも、どうもまだ決まっていなようです。

この法人が立ち上がった記念に、観光資源の発掘の一環となるよう、和歌山市民向けに自然、産業、まち、食、歴史、伝統などの自慢したい地域資源があればどんどん提案してください、公募しますと、今まさにこういうことをまだやっているんですね。これ、私とこと全く同じ状態なんです。和歌山市が先に法人化して、後からこの作業をした。私ところは、まずこの作業をしてから、後から法人化する。スケジュール的には全く私は違いないと思います。ただ、法人の設立の時期だけが和歌山市からは遅れたと、そういうふうに考えております。

そういう状況の中で、実はこれも、政府が日本再興戦略というのを2016年に出して、日本版DMO、今123、もう少しすれば200近くまで仮登録されてくると思うんですが、これを最終的に2020年までに100以下にしようと、そういう動きがあります。これは、いわゆる

欧米型のDMOとほど遠いようなDMOについては全部廃止してしまって、生き残れるところだけ残していこうという、そういう政府には考えがあるようです。そういうことから考えると、今後、私どものDMOは、和歌山市のDMOであったり、田辺市のDMOであったり、紀の川市もDMOを立ち上げようとしています。そういったDMOと将来的にはさらに広域圏のDMOを組織として組んでいく必要が出てくるかもしれません。

そういうことから考えても、商品造成については、いろいろDMO連携ということが非常に大切ではないかというふうに考えております。

○議長（中本正人君）5番 坂口君。

○5番（坂口親宏君）時間も残り少なくなってきました。

冒頭の部長のご答弁の中で、橋本市の包括的な事業連携というお話があったんですが、私、通告書6番目、皆さん、お手元の6番目をご覧ください。DMOとして橋本市と連携する事業連携自治体はどこになるのか。また、高野山麓エリアで包括的に事業連携することに向けての協働体制はできているのかと、このようにお尋ねしているはずなんです。部長のご答弁は、橋本市の包括的な事業連携と、このようなお話でしたが、橋本市の包括的な事業連携を聞いているのではないんですね。

1市3町のDMOの事業連携はどのようになっているのでしょうか。橋本市、いわゆる九度山、高野町、そしてかつらぎ、橋本市ですね。この連携はどのようになっているのか、お尋ねします。

○議長（中本正人君）経済推進部長。

○経済推進部長（笠原英治君）昨年末から今年の早々、1月ぐらいいかけて、伊都管内の自治体と、ほかに紀美野町であったり、五條市、田辺市、これは旧の龍神村になるんです

が、その自治体へ出向きまして、DMOの設立に関しては従前から内容を何度もお話しさせていただいて説明しておったんですが、このたび準備会を立ち上げるということで、参画の要請、それとさらに、これからどういふふうにしていくかということをお話しさせていただきました。

その中で、かつらぎ町については、年末に市長が直接かつらぎ町長とお会いしていただいて、DMOとしての自治体間の連携を確認しまして、今度DMOへ委託していく広域のプロモーション事業等を新型交付金で申請していくにあたって、地方創生の事業計画書を連絡調整しながら一緒につくっていきましょうと、そういう話にまで至っております。その後も事務方で何度もお会いさせていただいて、現在、準備会にも参画いただいておりますし、積極的にこれからかかわっていただけたらと思っております。

高野町に関しては、高野町として独自のDMO、場合によっては吉野なんかと連携で組まれていく意向も示されております。そういう中で、現在はオブザーバーとして参画いただいておりますが、高野町内の金剛峰寺であったり、宿坊協会、観光協会、こういったところにしっかり参画していただくことについては、町長さんと私、直接お会いさせていただいて了解をいただいております。現実、準備会にも参画いただいております。高野町とは、お互いDMOができればDMO同士の連携ということでも私はいいいんじゃないかなというふうに考えております。多分、高野町もそういうふうな考えを持たれておると思います。

九度山町に関しましては、事務方で何度かお会いさせていただいておるわけなんです。直接参画されなかったとしても、九度山町の地域資源を生かした商品造成は必要だと理解しておりますので、今後、観光商品の創生に

については協力を引き続いてお願いしていきたいと思っています。

それ以外の自治体は、準備会の中で建設的にかつ積極的なご意見をそれぞれからいただいております。

そういう状況であります。

○議長（中本正人君）5番 坂口君。

○5番（坂口親宏君）ありがとうございます。

ちなみに、観光庁の現在の登録、設立予定の橋本市を中心にした名称、地域連携DMOの名称は、皆さんご存じかどうかわかりませんが、高野熊野路ツーリズムビューロー（仮称）と書かれております。高野という文字が書かれております。何度も申し上げておりますように、地域住民の合意形成がなければ着地型の観光商品はできないと思っています。事業者が中心になるのではなくて、あくまでも住民目線で、住民の皆さんがどんなふうなことをおもしろがっているのかというところが観光商品につながる、これがDMOの考え方です。着地型観光商品の考え方です。

ですから、ぜひ1市3町、高野山麓地域を全体に巻き込んだ1市3町の地域連携DMOが形成されるように、これは去年の12月の経済建設委員会で報告をされて、今回、私もいろいろわからないことがあったのでお尋ねをしたんですが、ちなみに経済建設委員会の委員長も、あらゆるチャンネルを使って我々議員も一肌を脱ぐというようなことをおっしゃっていただいております。我々議員もあらゆるチャンネル、あらゆるコネ、あらゆるつてを頼りまして、何とか1市3町の枠組みが形成できないか、枠組みを模索していきたいと思っております。

これは、2020年の東京オリンピックよりもさらに5年先、10年先、橋本市の観光行政の枠組みを決める非常に重要な枠組みになりま

すので、慌ててこの10月にかつらぎ町とのみ地域連携DMOを組むのではなくて、あくまでも1市3町のDMOにこだわってやっていける可能性があるのであれば、あらゆるチャンネルをつくってやっていく、オール橋本でそれを形成していくというようなつもりで、我々議員にもいろいろと協力を要請していただきたいと思っております。

最後にお尋ねいたします。持続的に可能なDMOが果たして可能なかどうか。この財源というのは、果たして大丈夫なのか。もうけられるのかというようなことを、改めてもう一度お尋ねいたします。

○議長（中本正人君）経済推進部長。

○経済推進部長（笠原英治君）財源につきましては、設立後数年は、やっぱり安定経営を図るために参画事業者のいわゆる出資金、出損金の一部流用であったり、会費収入、それと官民からの受託事業、これは官だけではなくして、民からもお願いしたいと思っています。それと、特産品などの販売手数料、旅行事業収入、それと市からの補助金などを考えております。

旅行事業収入とか会費収入が安定してくれば、独立運営していきたいと考えておりますし、当事者負担というものを参画の事業者、企業の方に自覚していただけるような状況にして進めていけることが一番理想だと思っております。

○議長（中本正人君）5番 坂口君。

○5番（坂口親宏君）ちなみに、現在設立準備中の和歌山市では、組織概要なんですけれども大方決まっております。その組織のエッセンス、トップがいまして、各種データの分析、いわゆるアナリストがいる。それから、プロモーションの責任者がいる。専門性のあるプロモーションの責任者。それから旅行商品を取り扱う専門人材がいる。この三つが基

本柱だと思います。人材を育成するというご答弁もありましたけれども、言ってみれば、本当に勝ちにこだわっているWBCの野球が控えの選手を将来のために使っているようなものです。これは人材の育成ではなくて、勝ちにいくために適正な人材を登用するという言い方が正しいんじゃないかというふうに思います。

橋本市は後がない観光行政、しっかりと勝ちにいくために、人材を育成するのではなくてしっかりと得点を取れる人材を育成していただきたいというふうに思います。

ちなみに、アメリカ、カリフォルニア州のナバ・バレーでは、トップのCEOが、もちろん男性なんですけど、あとのエグゼクティブオフィサーは全て女性という、こういう概要になっております。

最後に伺います。今度、女性目線がなければ、この観光商品というのはヒットしないというふうに観光業界では言われているんですけど、これは部長、どのように思われますか。

○議長（中本正人君） 経済推進部長。

○経済推進部長（笠原英治君） 私も議員と同意見でございます。女性目線で観光商品というのはやっぱりつくり上げていく必要があろうかと思えますし、現実、それで国内の事業者、DMOも成功しておる事例がたくさんあります。そういう意味で、スタッフには女性をできるだけ採用して、その目線で見ただけのようなということを考えております。

以上であります。

○議長（中本正人君） 5番 坂口君。

○5番（坂口親宏君） DMOの組織については、行政があれこれ言うことはないと思うんですけども、ひとつ女性の目線を大事にしていきたい。そんなDMOをつくっていただきたいと思っております。

DMO、これ、わかりませんよね。私も

この質問をするたびに、DMOの略称おわかりになりますかと職員の方にもお尋ねしましたけれども、10人中お一人ぐらいしか正確な答えが返ってきてませんね。デスティネーションってわからないですよ。デスティネーション・マーケティング・マネジメント・オーガナイゼーションなんてわけのわからないような略称なんですけれども、ひとつ正式な名称をつけるときには、高野という名称、これは外せないと思います。高野という名称、しっかりとわかるような、そういう名称をつけていただきたいと思っております。

DMO、だめでもともと、同じだからという訳にならないように、だめもとではなくてしっかりと将来を見据えた観光行政、観光行政の根幹となる橋本を中心としたDMOにつくっていただきますようお願いをして、私の一般質問を終わらせていただきます。

ありがとうございました。

○議長（中本正人君） 5番 坂口君の一般質問は終わりました。

この際、2時40分まで休憩いたします。

（午後2時24分 休憩）