

「入湯税かき上げ」 実現に導いた3つの要素

NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構

理事長 大西雅之

阿寒湖温泉は、平成27年度から従来の150円にプラス100円を基本とする入湯税の「かき上げ」を実現し、年間で約5000万円を新たな観光振興の財源として使えることになった。背景や経緯は今号の特集に詳しいので省くが、では何が地域の合意を生み出し、実現に導いたのか。3つの重要な要素があったと私は考えている。

一つは、『地域のみんなが平等に苦しかった』ことだ。団体客主体の温泉地だった阿寒湖温泉は個人旅行化の波に乗り遅れ、2000年代に入ると年間宿泊客数が100万人から60万人に激減した。地域で好調な宿泊施設

設が一つもないという悲惨な状況だったが、だから

こそ「何かしなければ」という危機感を共有し、皆が同じ立場で話し合いができた。もし、地域内で潤っているところがあれば、合意は難しかったかも

しれない。そう考えると今みんなが苦しい地域は、観光振興の新たな財源確保について議論し、合意を得られる絶好のチャンスではないかと思う。しかし「入湯税のかき上げで、阿寒湖温泉を訪れるお客さんがさらに減るので」は「という懸念は宿泊業者だけでなく、地元の議会などにも根強かった。

ここで大きな役割を果たしたのが、『顧客の声を聞く』ことだった。阿寒湖温泉の宿泊客に、入湯税のかき上げについてどう思うか、いくらまでなら許容できるかというアンケートを行ったのである。

正直、非常に怖かった。しかし、それ以上に顧客の声を直接聞かなければ前に進めないという思いがあった。不安の中で行ったアンケートだったが、賛成が7割、反対はわずか1割という望外の結果が得られ、大きな推進力となったことは言うまでもない。この結果が今、入湯税かき上げについて検討している温泉地にとっても一つの励みになればと思う。

顧客の声という心強い支持を得たものの、地域の中では依然、かき上げについて懸念の声や反対意見もあった。そこで役に立ったのが『未来の話をする』ことだった。

今後の観光は競争が激しくなり、国内のみならず海外の観光地との競合も避けられない。我々が、多少のリスクを負ってでも阿寒湖温泉を魅力ある場所にしなければ、次の世代が苦しくなる。ならば、何をすべきか？ という議論には一番時間をかけた。市や国との折衝の場面でも、一歩進んで二歩下がるという状況に何度も直面したが、そういう時も地域のみんなで未来の話をするということにより、再び前を向くことができたと思う。

今、阿寒湖温泉は新たに得た財源で温泉街の玄関口となる「森の駅・阿寒フォレスト・ガーデン」の整備を進め、今年8月のオープンを控えている。「未来の話」が「現実の話」になりつつある中で私が思うのは、今後はこうした財源を人材に対して使っていくべきではということだ。今、日本国内でも国際観光旅客税や宿泊税など、さまざまな形で観光振興の新たな財源が確保されつつある。そうした財源を、DMOなど観光振興を支える人材育成に積極的に活用することが、観光先進国を目指す日本に求められているのではないだろうか。

(談)