

# 観光振興に関わる財源確保の課題について

平成29年 12月

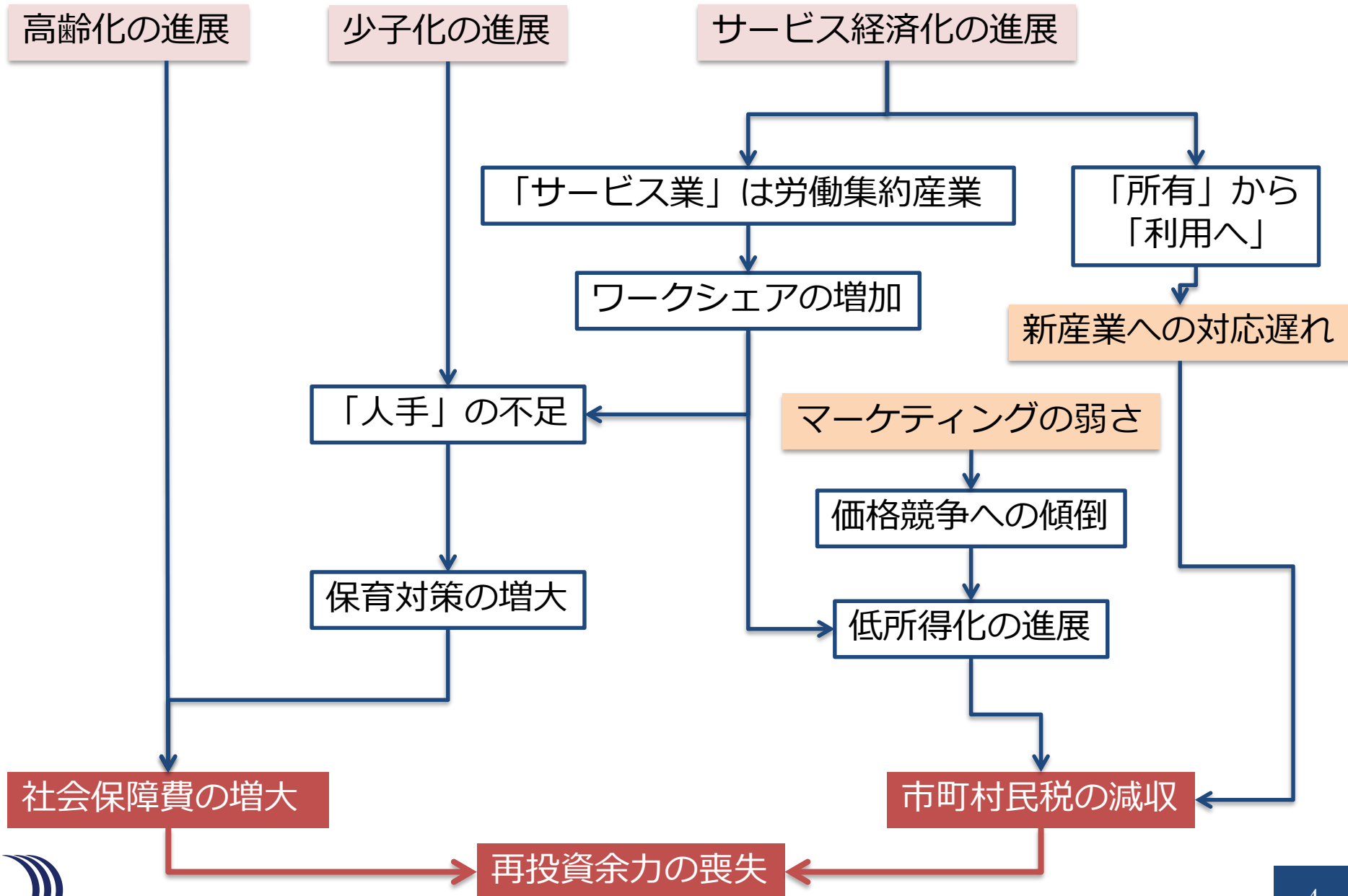
公益財団法人 日本交通公社  
観光財源研究会

1. 観光地経営の視点から見た法定外税の意義 . . . . p.3
2. 国内での参考事例 . . . . . p.22
3. 海外での参考事例 . . . . . p.44
4. 法定外税等の技術的整理 . . . . . p.112

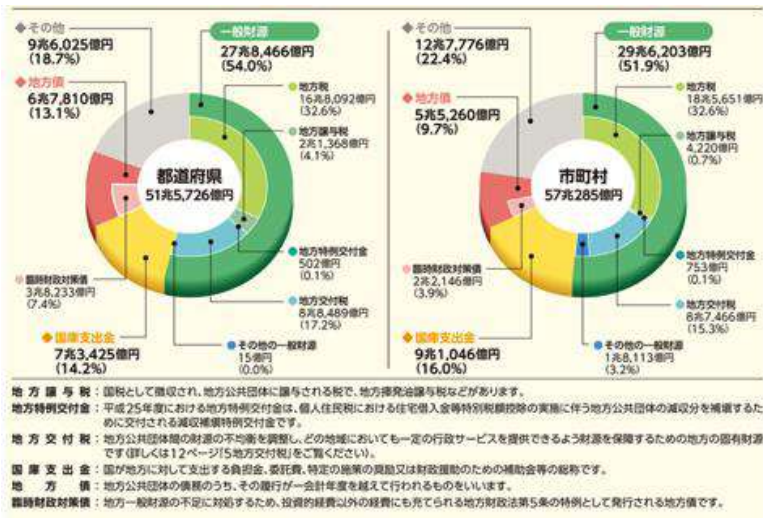
セクション1

# 観光地経営の視点から見た法定外税 の意義

# サービス経済社会での地域経営



# 市町村財政の基本形とサービス経済



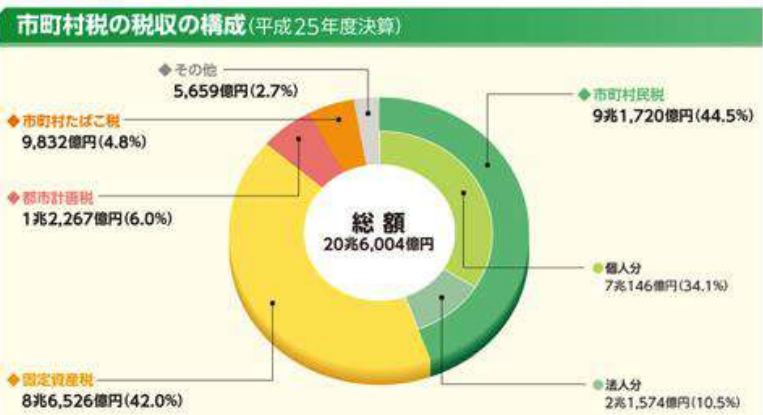
- 歳入に占める市町村の独自財源(市町村税)の比率は、**約3割に留まる**。市町村税は、市町村民税(住民税)と固定資産税で**約8割を占める**。

- 既に我が国のGDPや就業者数の7割をサービス業が創出するようになっており、**サービス経済社会にシフト**している。

- サービス経済社会においては、1人あたりの**所得は低下しやすく**、製造業のような**多額かつ定期的な設備投資も見込めない**(投資の形態が従来とは異なる)。

- そのため、サービス経済化が進むと、**市町村財政は更に悪化することになる**。

- サービス経済社会に対応した「**地域経営**」の**スキーム**を打ち出していくことが求められる。

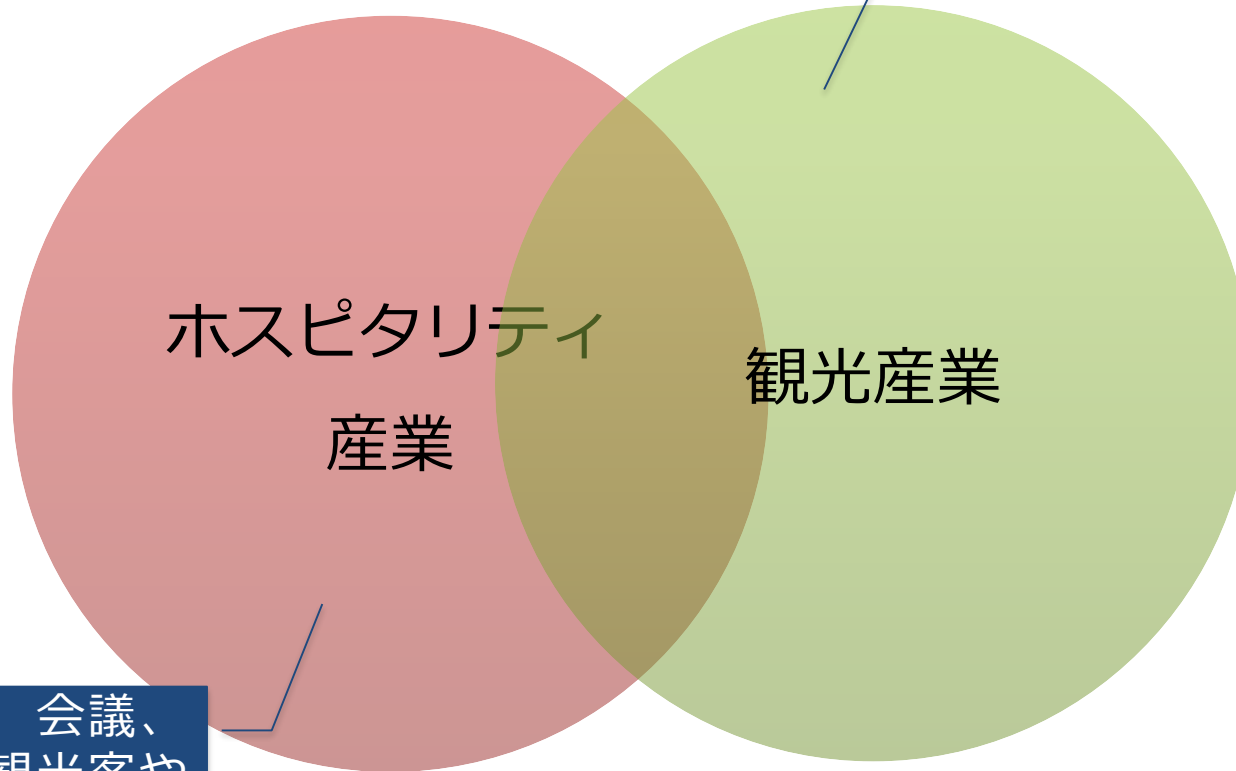


出典：総務省資料より

# ホスピタリティ産業の位置づけ

域内の需要に立脚しながら、域外からの需要を呼び込むことで、市場拡大が可能な産業が「ホスピタリティ産業」

旅行者に対して物品やサービスの提供を行う全ての事業



ホスピタリティ  
産業

観光産業

宿泊や飲食、会議、  
娯楽などを観光客や  
旅客、住民に対して  
提供する事業

# 人手不足

## 【マンスリーレポート 観光の現場 流れを読む13】旅館、人手不足にあの手この手

© 2017年8月31日 [Share](#) [ツイート](#) [LINEで送る](#)

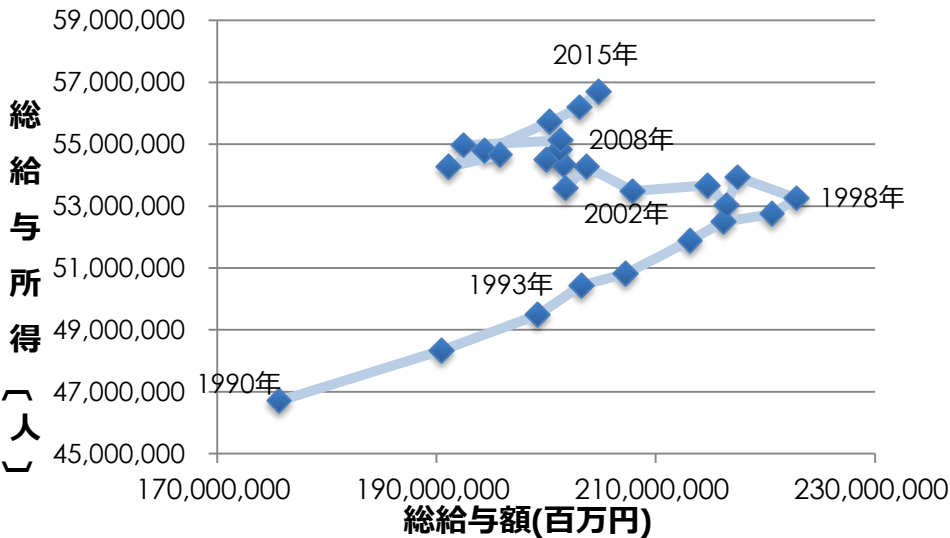


観光業界の人手不足感が強まっている。不規則な時間帯の勤務、肉体面の負荷などを理由に、敬遠する人が少なくない。このままでは業務に支障を来すとして、人手確保に奔走している。プロジェクトの始動や雇用環境の改善など、あの手この手を駆使する旅館業界の人手確保策を追った。

7月19日、兵庫県庁で「旅館の魅力を伝え隊」の委嘱式が行われた。県内の温泉地で働く20～30代の男女5人が井戸敏三知事から委嘱状を受け取り、旅館の働きがいをもっとの人にアピール、人手確保に貢献することを誓った。

出典：観光経済新聞(2017/08/31)

奇麗な客室を維持するには人手の確保が不可欠。伊豆の旅館は人手不足に悩んでいる。



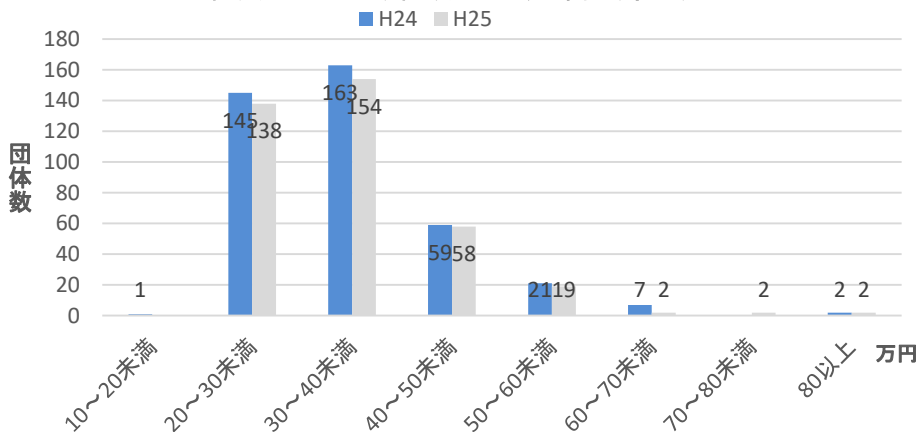
出典：総務省などの資料よりJTBF作成

- 一貫して、給与所得者数は増加傾向にあるが、失業率は低下傾向にあり、全業界的に人手不足感が出ている。
- サービス業では、医療福祉分野の雇用者数が増大しており、宿泊・飲食サービス業は、雇用者数を増やせていない。
- それを受け、業界として、人手獲得に取り組んでいるが、厳しい状況にある。

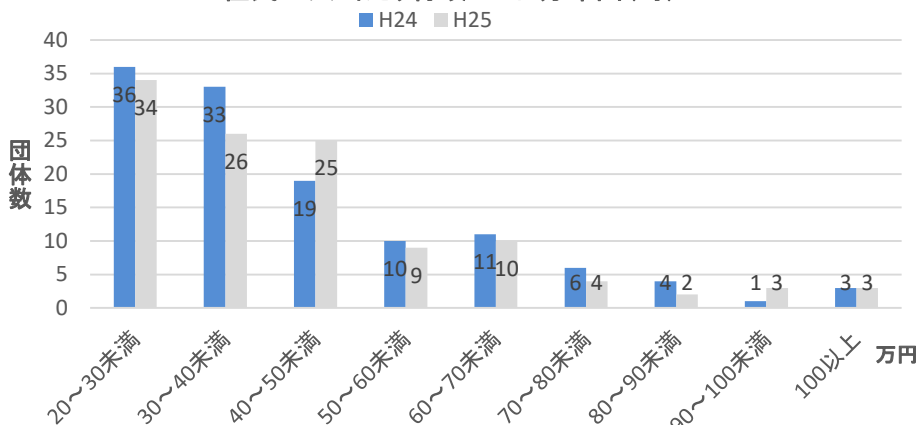
性別	項目	業種別						
		建設業	製造業	運輸業・郵便業	卸売業・小売業	宿泊業・飲食サービス業	医療・福祉	サービス業(他に分類されないもの)
全体	2002年雇用者数シェア	9.5%	20.8%	5.8%	17.7%	5.6%	8.3%	6.2%
	2011年雇用者数シェア	7.4%	18.1%	6.1%	17.2%	5.7%	11.7%	7.5%
	2002→2008増減	87.1%	97.6%	106.2%	100.0%	99.7%	128.9%	134.2%
	2011→2015増減	99.8%	99.0%	96.1%	101.7%	103.5%	116.4%	88.2%
男性	2002年雇用者数シェア	13.5%	23.7%	8.1%	15.3%	3.7%	2.9%	6.2%
	2011年雇用者数シェア	11.0%	22.3%	8.7%	14.8%	3.7%	4.6%	7.6%
	2002→2008増減	86.9%	101.1%	103.9%	97.1%	96.6%	135.2%	128.8%
女性	2002年雇用者数シェア	3.6%	16.6%	2.3%	21.3%	8.6%	16.1%	6.2%
	2011年雇用者数シェア	2.6%	12.4%	2.6%	20.5%	8.4%	21.3%	7.4%
	2002→2008増減	87.0%	90.3%	120.0%	103.0%	101.1%	127.6%	141.4%
	2011→2015増減	106.5%	99.7%	100.0%	103.3%	104.5%	116.0%	83.2%

# 住民一人あたりコスト

住民一人あたり行政コスト分布図(市区)



住民一人あたり行政コスト分布図(町)



出典：公益財団法人日本生産性本部資料より筆者作成  
[http://consul.jpc-net.jp/jichitai/research\\_z10.pdf](http://consul.jpc-net.jp/jichitai/research_z10.pdf)

- 現在、市町での住民1人あたりの行政コストは、20~40万円/人となっている。
- 単純に標準税率等(6%/個人/控除20%)で割り戻すと、400~900万円程度の給与所得額で収支均衡となる。
- 宿泊業・飲食サービス業の平均給与所得は236万円（平成27年民間給与実態統計調査）であり、同産業の単純な量的拡大だけで、市町村財政の好転を図ることは難しい。

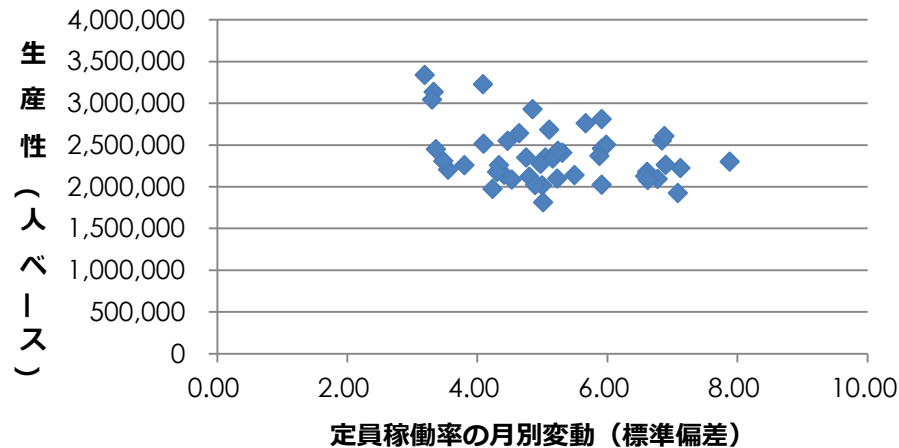
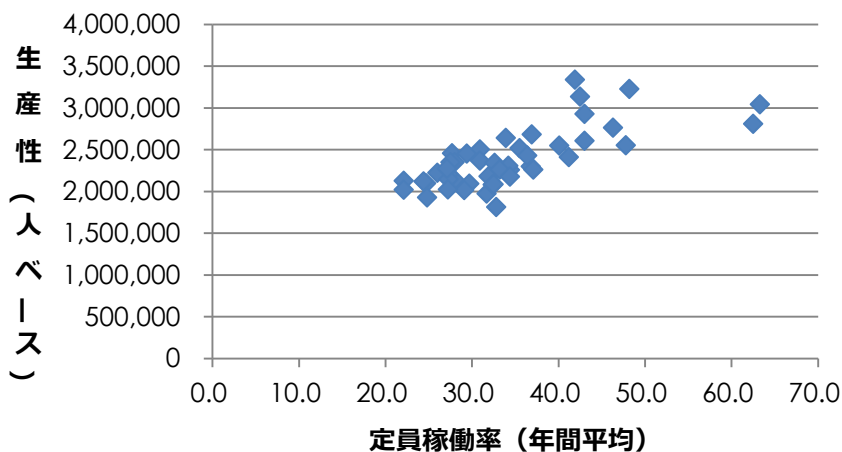


単純な観光振興にとどまらず、ホスピタリティ産業の生産性向上と、観光をフックとした投資・産業集積の展開が必要。



# 宿泊産業の生産性向上

例えば、宿泊産業の生産性は、稼働率の年間平均と、月別変動幅の大小によって、概ね60%が説明できる。



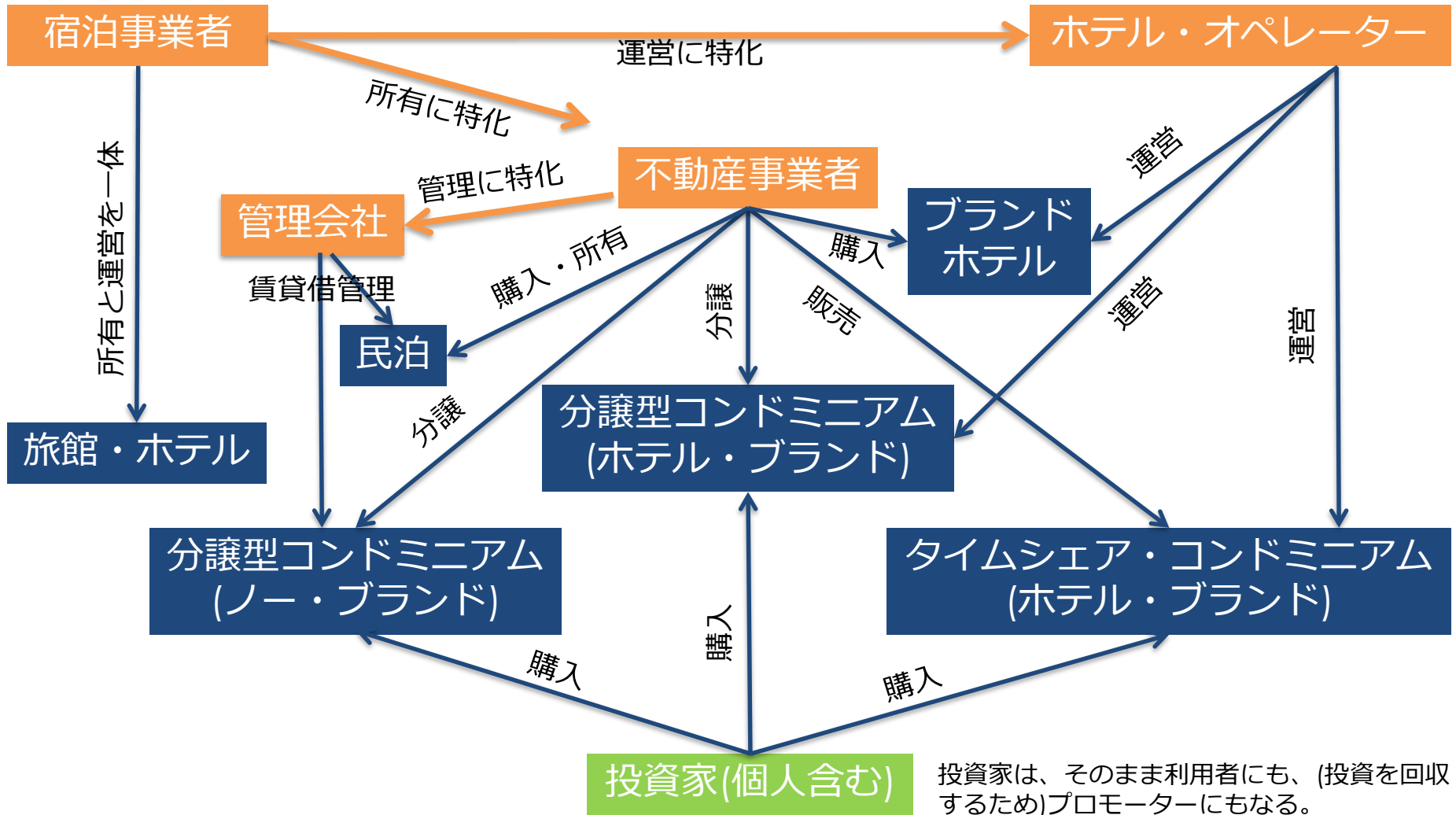
データ：都道府県別に集計。ただし、福島県は異常値となったため割愛。生産性は経済センサス平成24年度（経産省）、稼働率は宿泊旅行統計調査（観光庁）より取得

$$\text{生産性 (従業員1人あたり)} = 27\text{千円} \times \text{定員稼働率} - 70\text{千円} \times \text{標準偏差} + 1,817\text{千円}$$

※重回帰分析による。調整済みR<sup>2</sup>=0.57。係数はいずれもp<0.05。

稼働率の平均をあげ、分散を抑える(オン・オフの差を無くす)ことが生産性向上に繋がる

# 観光をブックとした投資の呼び込み～宿泊事業の国際的潮流



宿泊事業は、投資家(個人含む)からの投資を、呼び込めるかどうか重要になっている

# 観光をフックとした産業集積

At the intersection of major international places



Nice Côte d'Azur  
A Metropolis undergoing changes

A territory engaged in a new development strategy since 2008

- ▶ Historical tourism-based economy
- ▶ Economic diversification strategy to enhanced attractiveness
- ▶ Positioning as interconnected and sustainable territory
- ▶ Partnerships with public and private operators



Nice Côte d'Azur  
A Living Lab for Innovation

Nice Côte d'Azur  
Sustaining entrepreneurship and innovation :  
The business incubator CEEI NCA



## Eco-Vallée

Show Case for Sustainable Urban Development and Planning



E-Health Innovation Cluster



## Nice Premium

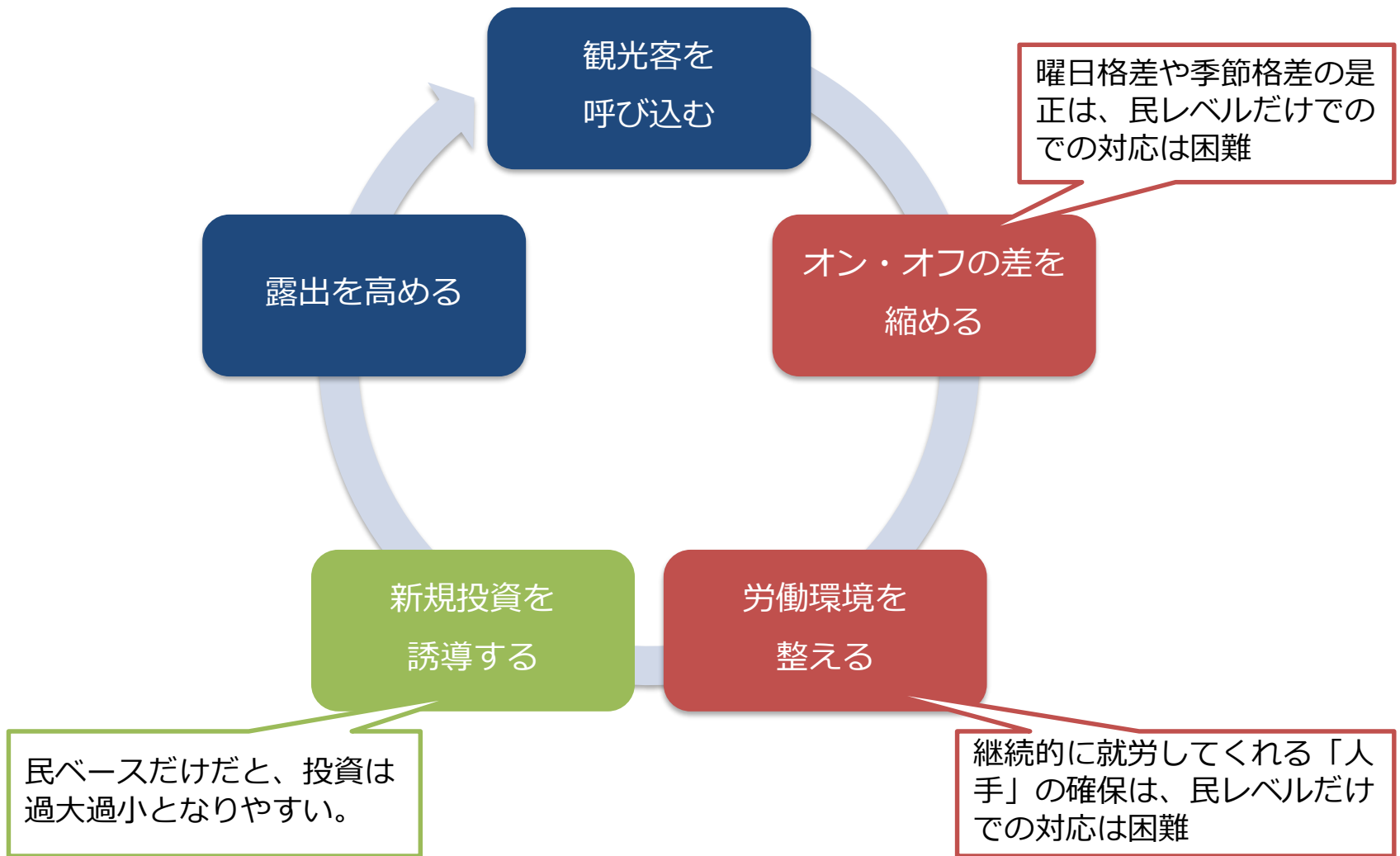
Startups Incubator and Nursery



## Key figures



# 観光を手段とした地域経済活性化の流れ





# シヨルダー・オフ対策

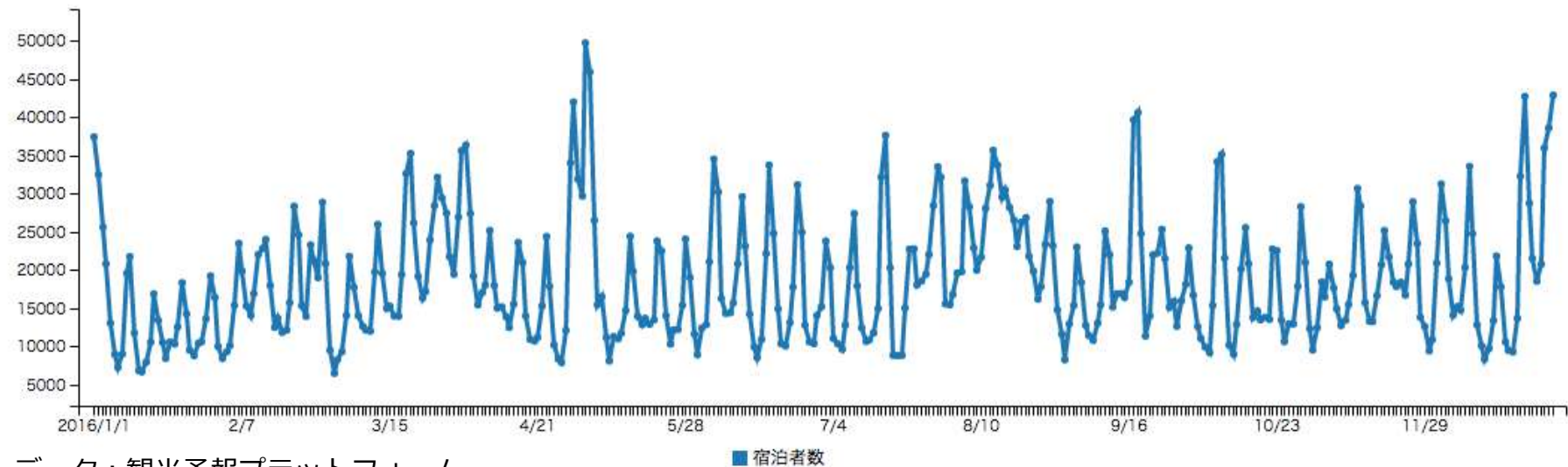
シヨルダー・シーズン、オフ・シーズンの存在は、その期が一般的な観光需要には不向きであるためであり、これを立ち上げるには、個店での対応では限界がある。  
→DMOでの「観光地マーケティング」の展開

## ■ 神戸市の宿泊客数推移(2016年)

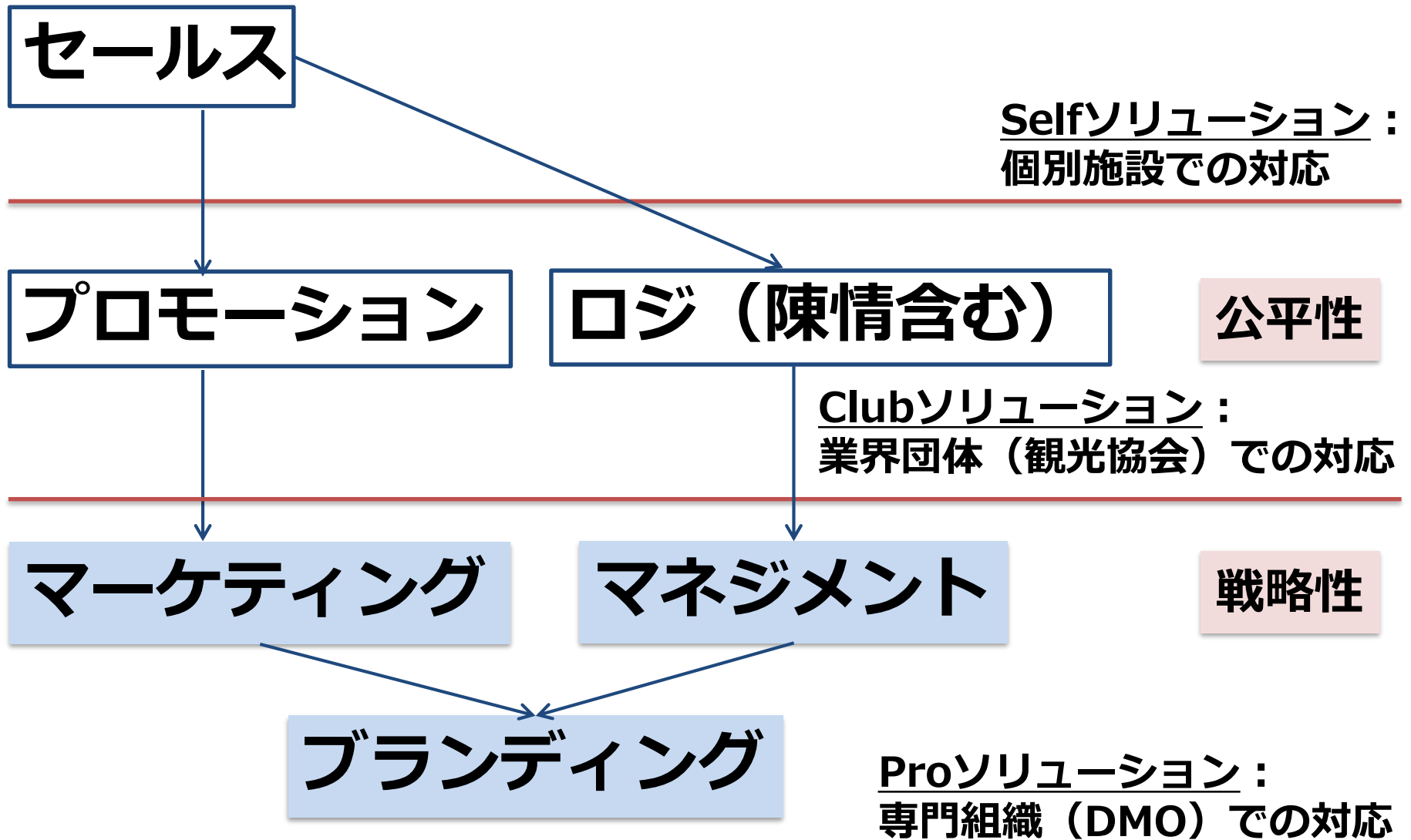
グラフ 宿泊実績 (単位: 人)  季節・イベント

前年比 一昨年比 データを表示

日 月



# 観光振興策とDMOの位置づけ



# DMOの課題は財源と人材

## DMOの取り組みを進めるにあたっての課題



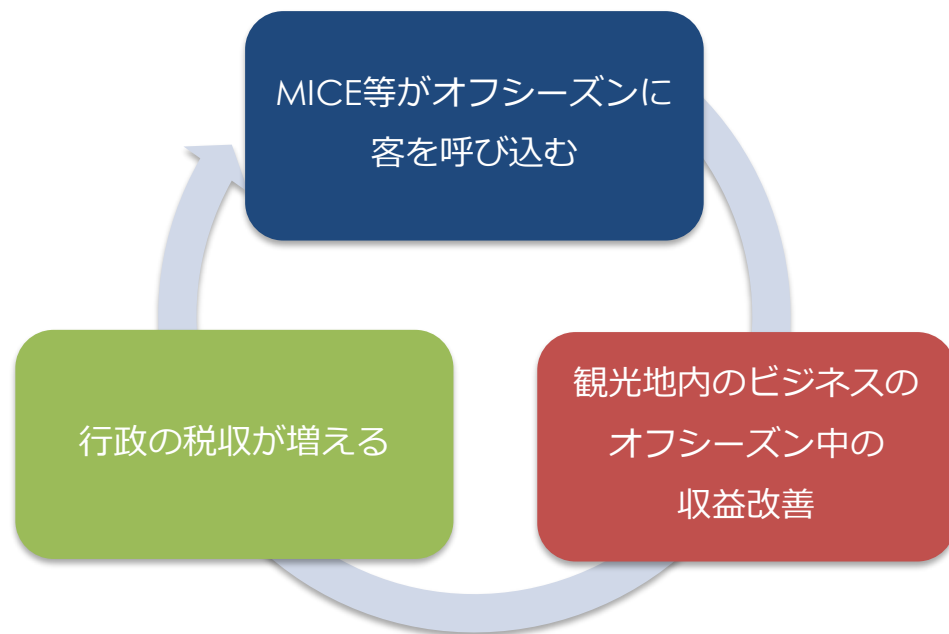
Q. DMOについて取り組む上で、大変なこと(課題と考えること)はどのようなことですか。  
大変なこと、重要課題と思うものを3つ選び、「重要順」に1、2、3とご記入ください。

	1	2	3	
安定的な組織運営のための財源の確保	36	18	9	財源
事業運営費の確保	15	14	7	
専従人員や外部組織による人的協力体制(出向等)の確保	11	19	12	人材
組織間の事業整理・役割分担	10	3	14	役割分担
事業実施に対する事業者や地域内の協力	9	8	16	
観光関連事業者や地域における、DMOに対する理解向上	8	12	11	
協会内の会費や分担金負担金とDMO事業等の整理	5	5	4	
観光関連事業者や地域との意思疎通や顔の見える関係性(信頼関係)の構築	4	8	8	
意思決定手順・過程の明確化	1	3	5	

- プロとしてDMOが活動するには、持続的かつ戦略的に活用できる事業費と、一定以上のスキルを持った人材確保が必要。
- 人材確保は人件費とも関連しており、いずれも財源問題と規定できる。

# MICE施設などの整備

- MICE施設（会議場）や、美術館、スタジアムといった集客施設は**単体で見ると赤字**になっているものが多い
- しかしこれらは観光地の**オフシーズン中にも客を引きつける**ことができ、結果としてホテル産業を含む**地域全体に便益**をもたらす



**オフシーズン対策としてMICE施設や美術館、スタジアムといった集客施設の整備が有効となる**



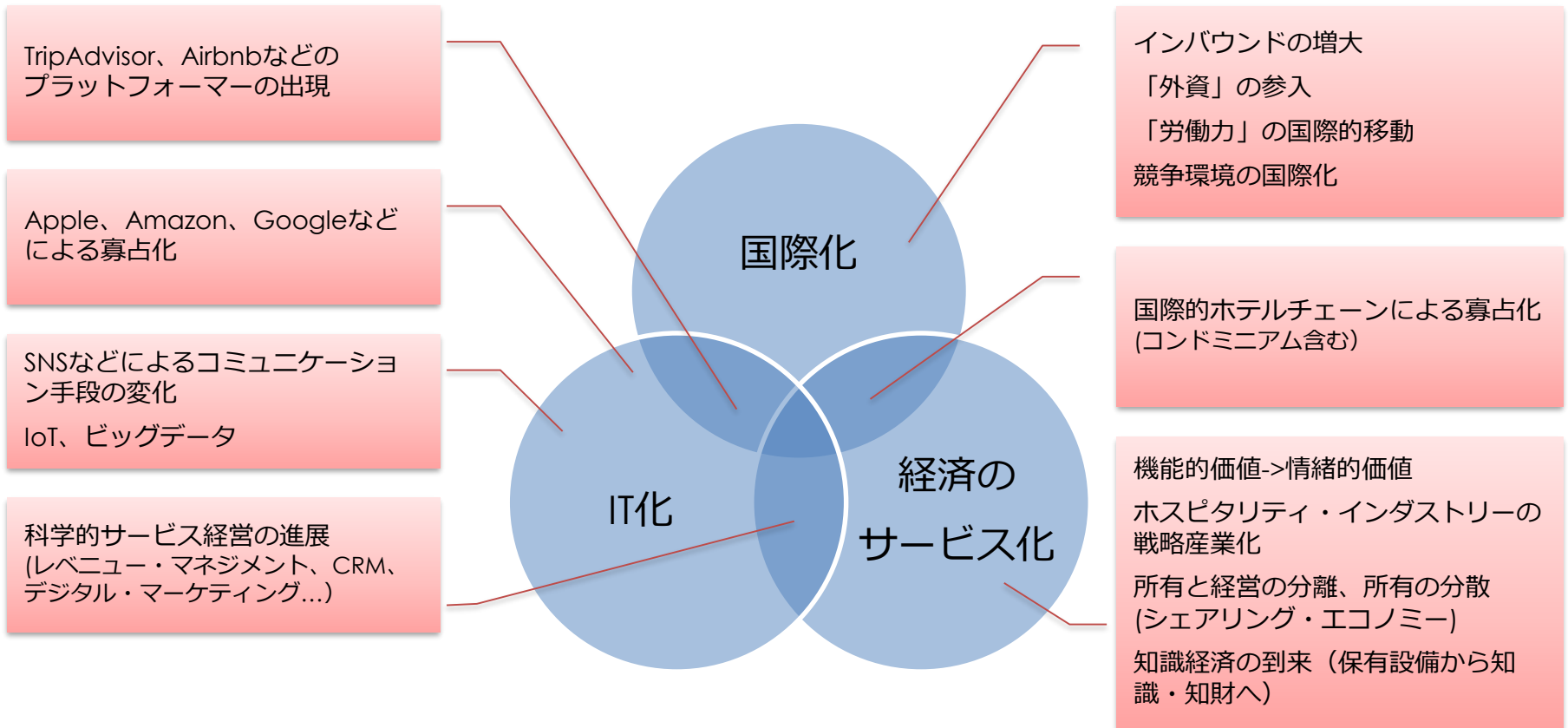
# 労働環境を整える ～人手不足対策



- 人口縮小社会において、観光サービス業に「人手」を集めるには、**未だ社会に出ていない人々の参加**が大きな鍵となる。
- 例えば、国基準よりも良質な保育環境を保育園から学童クラブまで**連続的に提供**することが出来れば、更に、強力な誘因となり得る。
  - ◆ 飲食や宿泊事業の勤務時間に合わせた保育時間を設定する。
  - ◆ 保育士給与の経験加算によって、良質な保育士を確保する。
  - ◆ 英会話やスポーツなどの教室サービスを併設する。
- 良質な公営住宅の提供や、就労に当たっての各種研修の実施など、人手不足対策は多様に考えられる。

# 新規投資を呼び込む ～産業クラスターを構想する

大規模かつ複層的な環境変化が生じており、これらに耐えうるビジネス・モデルを呼び込んでいくことが求められる。

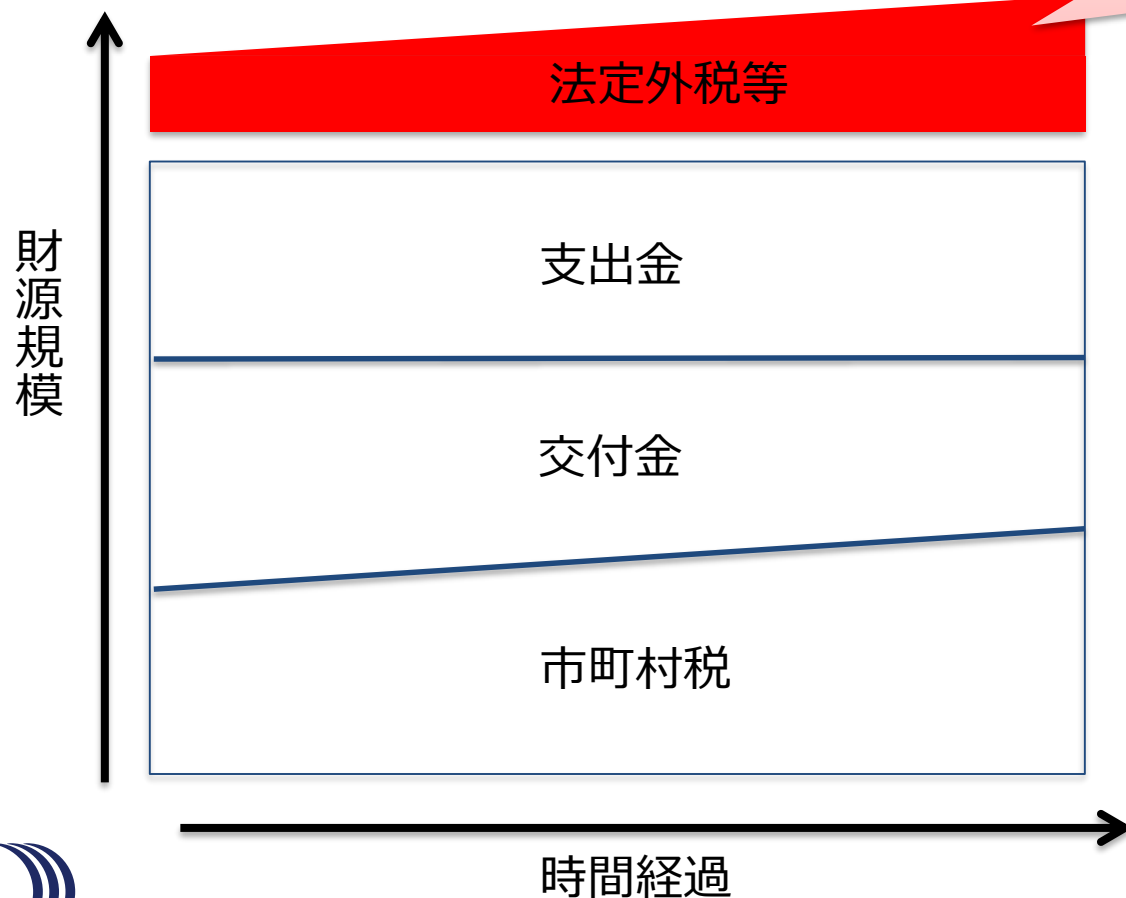


# 「観光振興」に対する意識と課題

- サービス経済化の中で、地域産業としてのホスピタリティ産業に注目
- ホスピタリティ産業の振興には、域外需要(=来訪客)の呼び込みが重要
- 域外需要の呼び込みには、面的かつ複合的な取組が必要であるが、その費用を誰がどのように負担するのかという問題が生じる

# 法定外税の必要性と位置づけ

- 観光をフックに、次代に向けた対応を行って行くには、新たな財源が必要となる。
- しかしながら、市町村は、基礎自治体として観光以外にも広範に対応する必要があり、観光への配分を大きく増やすことは難しい。
- また、公平性を配慮する必要があり、一般財源から戦略的な投資(選択的な投資)も難しい。



観光による地域振興(サービス経済化への対応)のための戦略的な投資余力を生み出すには、別枠の財源確保が有効ではないか？

サービス経済化への対応によって市町村税の増大を目指しても、歳入に占める市町村税の比率は低いため、市町村税が増大しても、市町村として使える資金量は変化しない。



福祉対応やインフラ更新など、対応すべき事項は多く、観光への戦略的な投資余力は乏しい。

# 法定外税等を利用した振興モデル

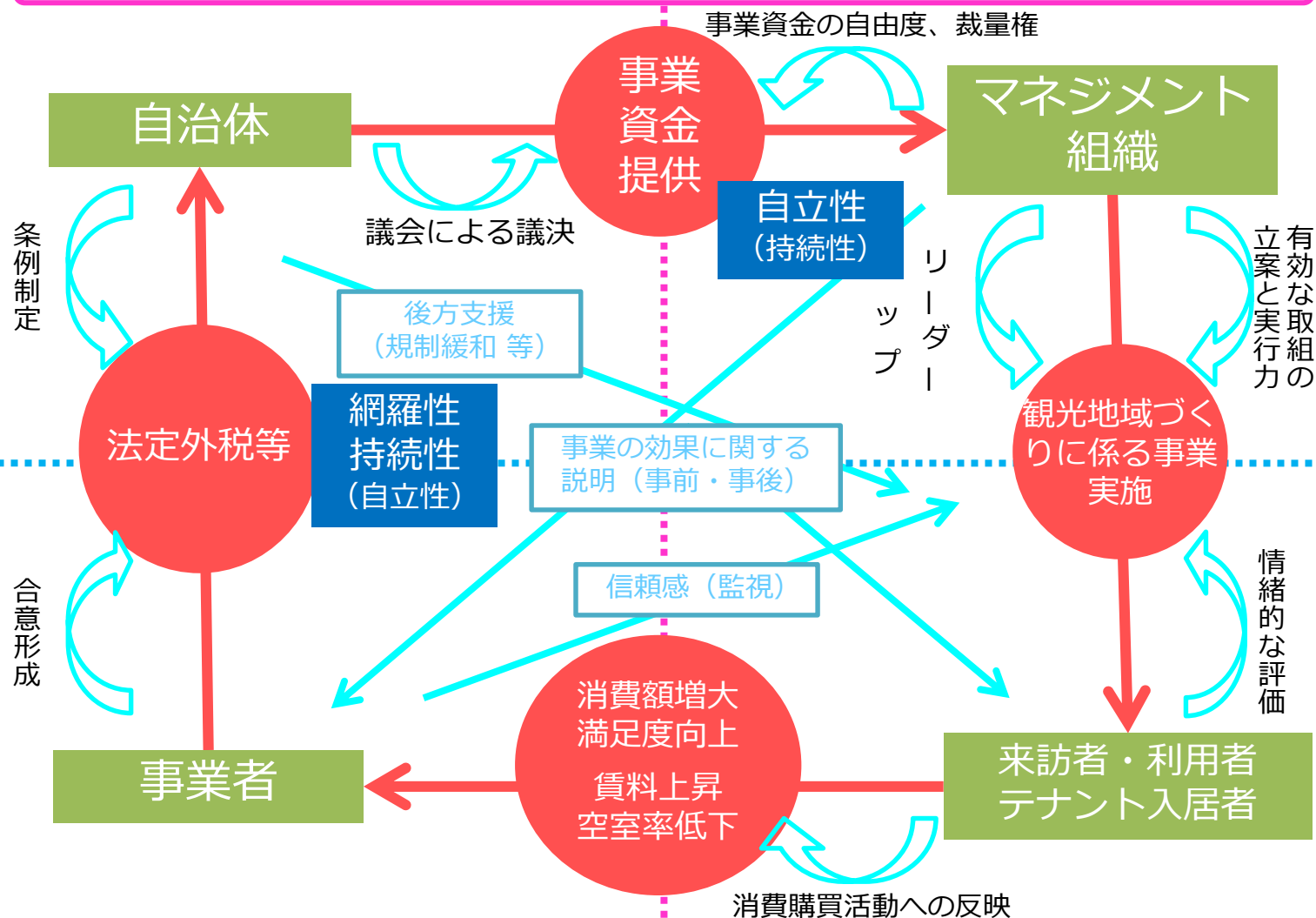
財源 (i)

使途 (ii)

推進組織とその活動の公益性、代表性といった社会的位置づけの確保 (資金の出口)

税・分担金の制度設計

(資金の入口/循環の起点)



権限 (A)

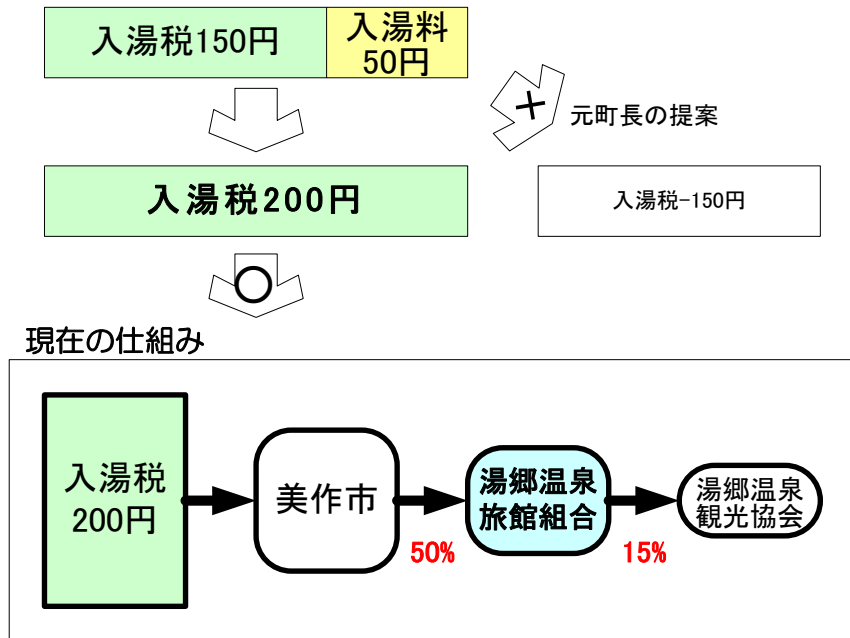
責任 (B)

セクション2

# 国内での参考事例

# 事例① 岡山県美作市（入湯税）

- もともと150円の入湯税と50円の入湯料を徴収していた。
- 入湯税は200円。うち100円が湯郷温泉旅館組合（12軒加盟）へ、そのうち15円が湯郷温泉観光協会（86軒加盟）へ入る。30年以上前から、入湯税の一部が旅館組合へ入っていた。
- 入湯税の2分の1を旅館組合へ出す旨は、美作市の「観光振興助成事業」として定められている。
- 一定程度、自由裁量の財源があるので、地元農家とタイアップした体験プログラムの開発や若手発意のイベントなどを支援している。後継者も戻ってきている。
- ここ数年年間約25万人の入湯客があることから、約2500万円が旅館組合に戻されている。

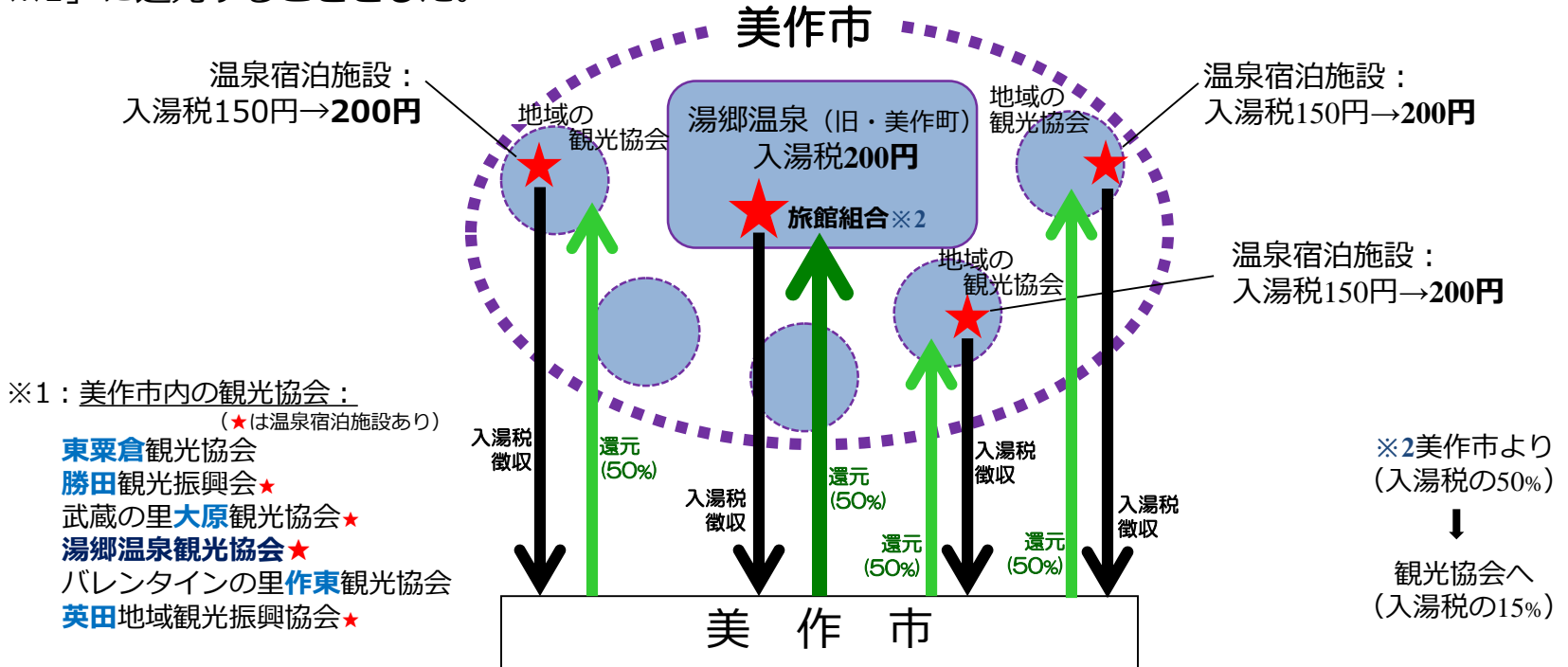


## ●平成17年(2005年) 美作町の合併

- 岡山県勝田郡勝田町、英田郡美作町・大原町・作東町・英田町・東粟倉村の5町1村が合併し、美作市が発足。

## ●入湯税の均等課税化

- 町村合併に伴い、それまで入湯税が150円だった温泉宿泊施設（3施設）も湯郷温泉(旧・美作町)に合わせ、50円増税し、200円に統一した。
- それらの施設から徴収した入湯税の50%（=100円×入湯人数）もその施設のある「地域の観光協会 ※1」に還元することとした。





## 1. 目的 等

- 国際都市東京の魅力を高めるとともに、観光の振興を図る施策に要する費用に充てるための法定外目的税

## 2. 創設に至る経緯

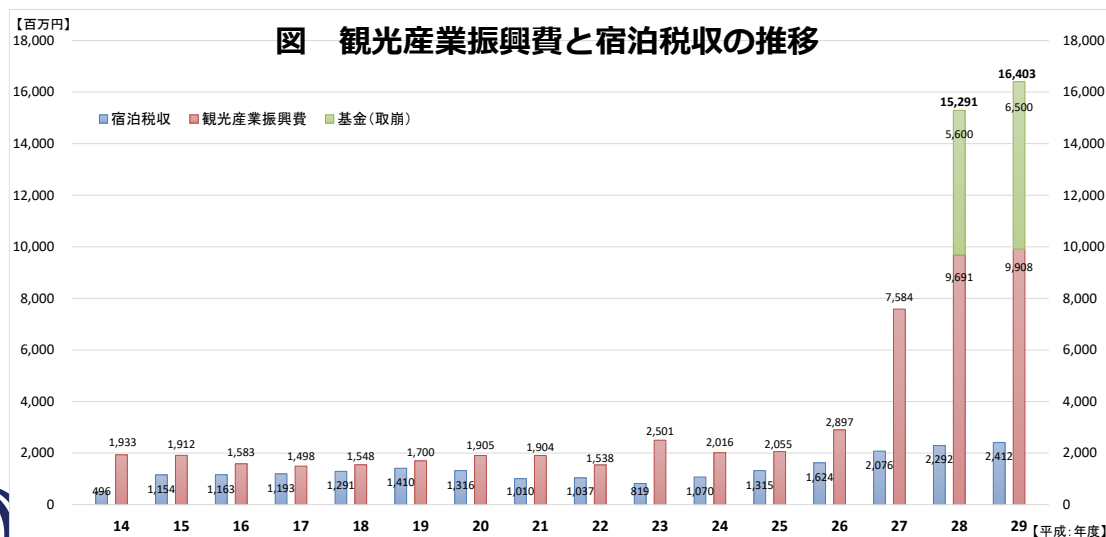
- 平成12年4月：「地方分権一括法」施行  
– **地方税法の改正→法定外目的税の創設**
- 同年11月：東京都税制調査会（知事の諮問機関）答申公表  
– **ホテル税、パチンコ税、産業廃棄物税など4つの法定外目的税導入を提言**
- 平成13年11月：「東京都観光産業振興プラン」策定  
→“**ホテル税導入**”を発表
- 同年12月：都議会本会議で東京都**宿泊税**条例案可決・成立
- ～平成14年3月：総務大臣への協議とその同意
- 平成14年10月：東京都宿泊税条例施行

### 3. 施行状況

#### ●宿泊税の概要

- **納税義務者**：都内のホテルまたは旅館（以下「ホテル等」）の**宿泊者**
- **税率**（宿泊料金※1人1泊当たり）：
  - ※食事は含まない
  - » 100円（10,000円以上15,000円未満）
  - » 200円（15,000円以上）
  - » 課税免除：宿泊料金 10,000円未満 ← **ビジネス客の負担にはならないようにするため**
- **徴収方法**：特別徴収＝ホテル等の経営者（特別徴収義務者）が徴収し、毎月末日までに前月分を都に申告納入する。
- **徴収した宿泊税は全額観光産業振興費に充当している。**

#### ●税収



**詳細（平成27年度）**

- 調整額：100円→902百万円  
200円→1,175百万円
- 課税人員：100円→9,018千人  
200円→5,874千人
- 登録施設数：ホテル→407件  
旅館→173件

出典：「宿泊税に関する資料」（平成29年度東京都税制調査会 第3回小委員会 平成29年8月24日）  
 注1) 観光産業振興費及び宿泊税収については、平成27年度までは決算額、平成28年度は補正後予算額、平成29年度は当初予算額  
 注2) 平成27年度以降の観光産業振興費については、平成27年度に創設された「東京都おもてなし・観光基金」に関連した事業費を含む。

<参考> 東京都おもてなし・観光基金  
 平成27年度に、東京を訪れる国内外の旅行者に対する受入環境の充実及びその他観光都市としての東京の発展に資する事業に要する資金に充てるため、創設（平成27年度積立額200億円）

## ● 使途

### – これまでの主な事業：

- » 都内37施設の割引入場券付ウェルカムカード（8言語9種類）の作成・提供（A）
- » 観光案内所の設置：都内3カ所

### – 平成24年度事業：

- » 緊急・災害発生時外国人旅行者対応促進事業
- » 観光案内所の運営
- » ウェルカムカードの作成等
- » 東京ひとり歩きサイン計画
- » バリアフリー化の推進
- » コンベンション誘致活動の展開

### – その他：

- » 東京観光財団への委託費
- » 協力施設へ2.5%を交付金としてフィードバック
- » 被災地応援ツアーの実施



ウェルカムカード

## 4. 宿泊税の果たす役割と今後のあり方

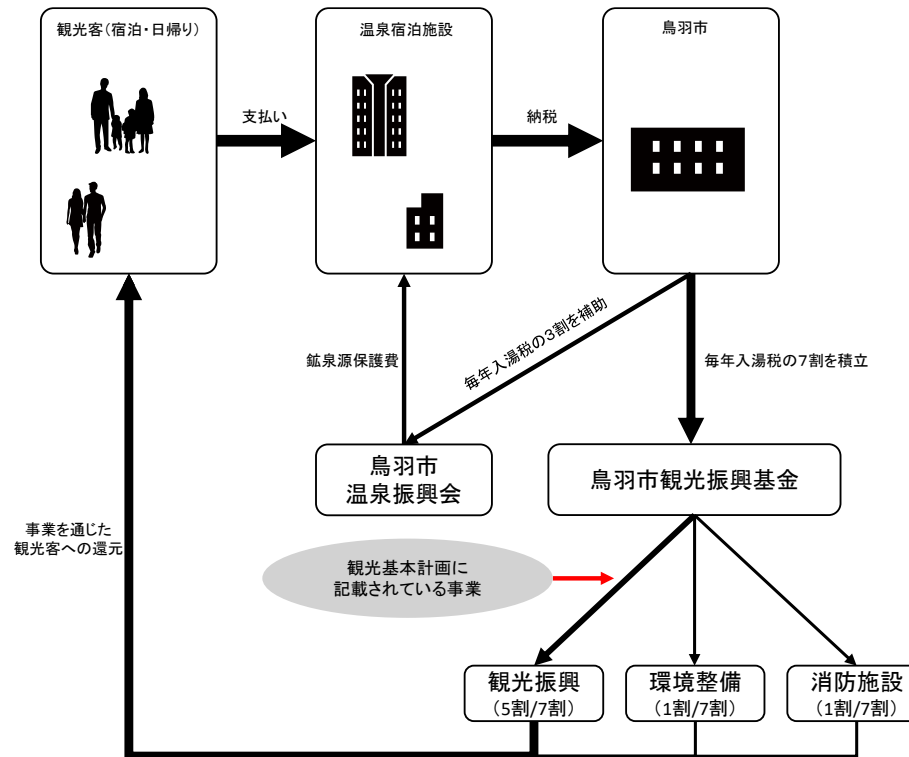
- 都が独自に課する法定外目的税として、安定した税収を確保し、観光振興策の推進を財政面から支えている。
- これまでの課税実績から現行制度の維持が適当であるが、これからも5年毎に条例の施行状況、社会経済情勢などを勘案しながら、時代に即したあり方を検証していく。

# 事例③ 三重県鳥羽市（入湯税）

- 鳥羽市は民間主導の温泉地であり、源泉を持たない「運び湯」の施設もあることや、入湯税が一般財源化されている温泉地が多いことなどの理由から、入湯税を徴収していなかった。
- その間、入湯税徴収とその用途についての協議を続けていた。
- 用途比率について合意→2007年4月より150円を徴収開始。
- 入湯税の配分比率（「鳥羽市鉱泉源保護管理整備補助金交付規定」で規定）（図参照）

* 鉱泉源保護	・ ・ ・ ・	30%	} 70%を積立→基金化 「鳥羽市観光振興基金条例」
* 観光振興	・ ・ ・ ・	50%-----	
* 消防施策等	・ ・ ・ ・	10%-----	
* 環境衛生施設	・ ・ ・	10%-----	

## 鳥羽市の入湯税基金化の仕組み

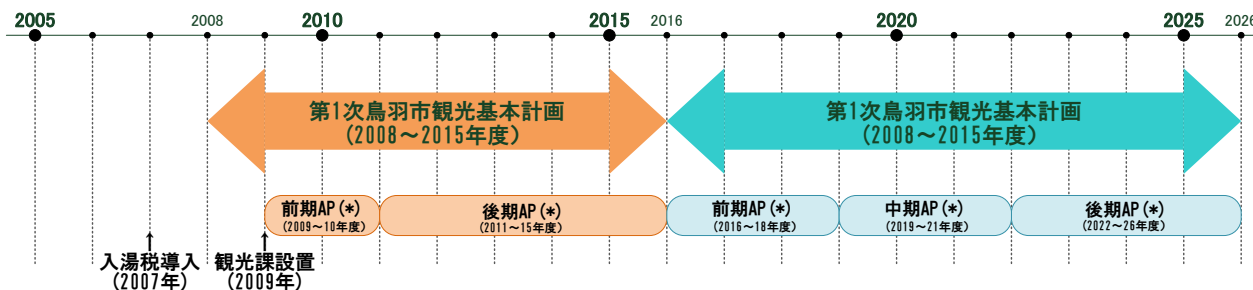


資料：(公財)日本交通公社作成

- 「鳥羽市観光基本計画」に位置づけられた事業に活用
- 全国初の取り組み→「鳥羽方式」として注目（基金化）
- 更に、「漁業と観光の連携促進計画」を策定

# ● 「第2次・鳥羽市観光基本計画」

## \* 目標年次



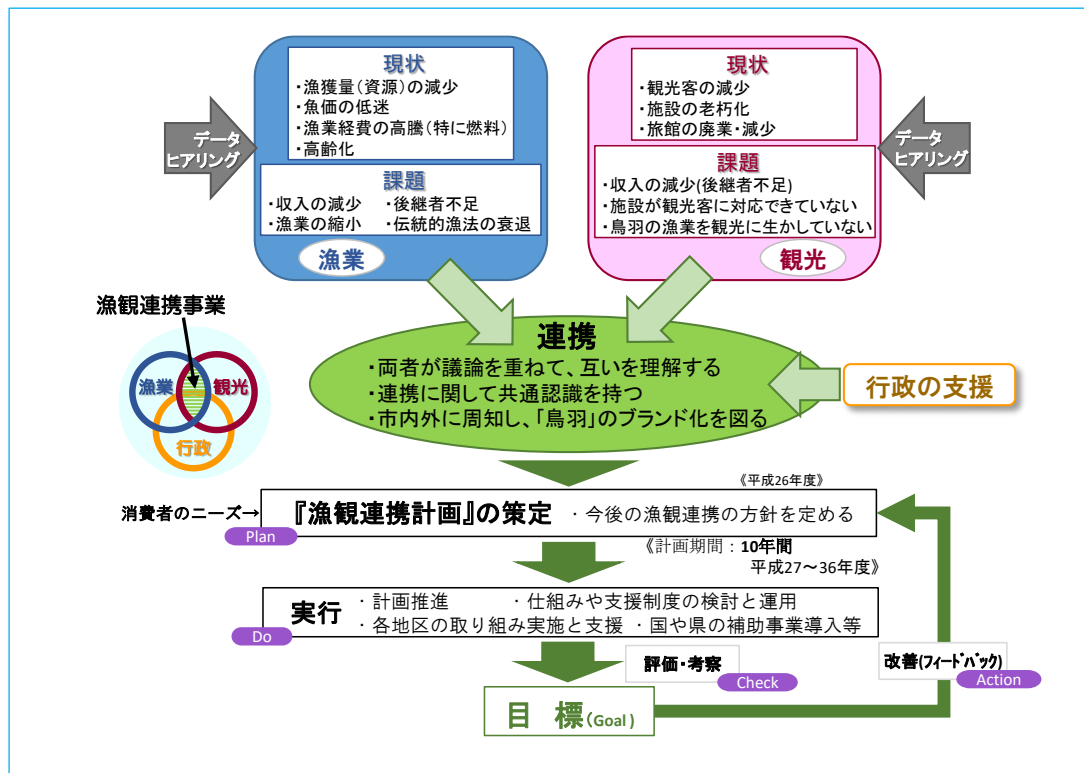
## \* 計画体系

目標像	国際的な滞在拠点を目指した 「鳥羽うみ文化」の継承と創造	
基本戦略	戦略1 鳥羽うみの豊かな食を提供する	戦略4 美しい景観を提供する
	戦略2 鳥羽うみの文化を伝える	戦略5 外国人観光客に魅力を伝える
	戦略3 鳥羽での滞在をより魅力的なものにする	戦略6 鳥羽を発信する
観光基盤整備戦略	戦略7 観光基盤の充実・強化	戦略8 観光推進体制の構築
テーマ別戦略プロジェクト	テーマプロジェクト① 鳥羽うみ文化ネットワーク構想	テーマプロジェクト② 漁業と観光の連携
	テーマプロジェクト③ 芸術を活かした観光振興	テーマプロジェクト④ インバウンド受入推進
エリア別戦略プロジェクト	エリアプロジェクト① 中心市街地の賑わい・魅力創出	エリアプロジェクト② 新たな島旅の推進

資料：「第2次鳥羽市観光基本計画」を元に(公財)日本交通公社が作成

# ● 「鳥羽市・漁業と観光の連携促進計画」(2014年度策定)

## \* 枠組み



## \* 計画体系

### ● 戦略～鳥羽の「漁業」と「観光」を結ぶ5つの視点

- 1.鳥羽の海の恵みを伝える<情報発信>
- 2.鳥羽の海の幸を食べる<地産地消>
- 3.鳥羽の海を体験する<鳥羽うみ体験>
- 4.鳥羽うみの文化と恵みを生かし、育てる<鳥羽うみ育成>
- 5.鳥羽の漁業が再び元気になる<漁業活性>

資料：「鳥羽市 漁業と観光の連携促進計画」より

# 事例④ 京都府京都市（宿泊税）

京都府京都市	
名称	宿泊税（条例案）
目的	国際文化観光都市としての魅力を高め、及び観光の振興を図る施策に要する費用に充てること
税収の使途	<ul style="list-style-type: none"><li>入浴客の増加など、観光を取り巻く情勢の変化に対応する受入環境の整備</li><li>住む人にも訪れる人にも京都の品格や魅力を実感できる取組の推進</li><li>京都の魅力の国内外への情報発信の強化</li></ul>
課税客体	全ての宿泊施設への宿泊（住宅を使う民泊も含む）
納税義務者	<ul style="list-style-type: none"><li>旅館業法に定める旅館業を営む施設への宿泊者</li><li>住宅宿泊事業法に基づく住宅宿泊事業を営む施設への宿泊者</li></ul>
課税されない方	学校教育法第1条に規定する学校（大学を除く）の児童，生徒又は学生で，当該学校が主催する修学旅行その他学校行事に参加しているもの及びその引率者
課税標準	ホテル又は旅館への宿泊数
税率	1人1泊について宿泊料金が <ul style="list-style-type: none"><li>2万円未満…200円</li><li>2万円以上5万円未満…500円</li><li>5万円以上…1000円</li></ul>
徴収方法	特別徴収（特別徴収義務者は旅館業又は住宅宿泊事業を営む方）
備考	施行期日は平成30年10月頃を予定 税収見込額：初年度19.0億円 平年度45.6億円



## 新たな財源確保を行う理由

### ●観光客の増加により、

- ① 道路の渋滞や公共交通機関の混雑
- ② 受入環境の整備のための多言語対応，観光の担い手の不足
- ③ 宿泊施設の不足、違法民泊の適正化

など、**行政による対応が必要となる課題**が生じる。

- 一方で京都市は古い木造家屋や低層の建物、寺院・神社、大学生が多いことから、**地方税である固定資産税や個人市民税が少ない**。現状は国からの**地方交付税などに依存**しているが、それらもピーク時と比較して大幅に削減されるなど財政が厳しい状況にある。

# 新たな財源の使途

前述の課題に対応して、主に以下のような施策を想定している

- ① 住む人にも訪れる人にも京都の品格や魅力を実感できる取組の推進
  - ア 文化の振興（文化財保護等）
  - イ 景観の保全・再生（歴史的景観の保全・再生，道路景観の向上等）
  - ウ 歩くまち・京都の推進（歩行空間の充実，公共交通の利便性の向上等）
  - エ 伝統産業の活性化（伝統産業の普及・啓発等）
  - オ 観光施策の充実（観光資源の発掘・磨き上げ等）
- ② 京都の魅力の国内外への情報発信の強化
- ③ 入洛客の増加など，観光を取り巻く情勢の変化に対応する受入環境の整備
  - ア 入洛客への案内など，受入環境及び体制整備・充実
  - イ 魅力あふれる安心・安全な宿泊施設の拡充・誘致
  - ウ 入洛客及び市民の安心・安全の確保

## 税として負担を求める場合の論点

1. 政策目的の達成の手段として、正当な課税といえるか。
2. 課税客体を明確に定義し、公平な課税ができるか。
3. 課税客体の担税力（※）をどのように評価するか。  
※担税力…各人の経済的な負担能力。所得、財産、消費の大きさによって測られる。
4. 政策目的を達成するための財源が確保できるか。徴税費が割高とならないか。
5. その性質からみて、むしろ税以外の手段（負担金、手数料等）により負担を課すべきものではないか。
6. 法定税目の内容又は趣旨からみて不適切なものではないか。

# 税として負担を求める行為案

- ① 駐車場への駐車
- ② 市バス・地下鉄の一日乗車券購入
- ③ レンタサイクルの利用
- ④ 宿泊
- ⑤ 別荘の所有
- ⑥ 世界遺産の周辺部（バッファゾーン）へ入域（協力金）

**① 駐車場への駐車④宿泊⑤別荘の所有が具体的に検討され、以下の理由から④宿泊への課税が実現可能性が高いという判断となった。**

- 入洛客の受益に見合った負担を広く分かち合うとの目的との適合性
- 課税対象となる宿泊施設の定義の明確性
- 課税対象施設及び宿泊客の把握が可能であること

# 京都市における宿泊行為への課税の検討

目的	京都市では、入洛客の増加により、宿泊施設の不足、道路の渋滞や公共交通機関の混雑等の課題が生じているが、これらの課題を解決する行政サービスの拡充の財源を確保する手段として、入洛客から広く薄く負担を求めることには合理性があると考える。
対象施設	京都市の宿泊環境の特性として、簡易宿所がすべての宿泊施設の約7割を占め、また、旅館業法の許可のない宿泊施設への指導の効果もあり、その許可件数も増えてきている。 そこで、東京都のようにホテル及び旅館に限定するのではなく、簡易宿所を含むすべての宿泊施設を課税対象施設とすることが妥当であると考える。 住宅宿泊事業法（いわゆる民泊新法）により、住宅宿泊事業者（いわゆる民泊事業者）が、都道府県又は保健所設置市（京都市を含む）等に届出をしたうえで、民泊を営むことができるようになったため、このような民泊新法に基づく宿泊施設についても、課税対象とすべきと考える。
課税補足に係る行政コスト	宿泊業を営む者を特別徴収義務者として指定し、税を徴収していただくのが合理的であると考えられる。 旅館業法の許可のある宿泊業者については、旅館業法の許可に係る事務を京都市が行っていることから、把握が可能であり、行政コストも少なく済むと考えられる。 旅館業法の許可のない宿泊施設については、京都市ですべて把握できているわけではない。税込と比べて、徴収の際の行政コストがかかりすぎないように留意すべきである。
課税免除	宿泊客は、京都市での滞在時間が日帰り客よりも長く、行政サービスの受益の程度が大きいと考えられ、滞在中の消費額も多いことから、担税力が十分あるといえる。 また、宿泊施設に係る宿泊料金は様々であるが、低額な宿泊料金の宿泊客についても、京都市の行政サービスを一定程度享受していると考えられる。 そこで、すべての宿泊客に、広く負担を求めることが望ましく、免税点は設けるべきではないと考える。
税率	宿泊税は、宿泊行為に課税する「消費課税」であり、入洛客の受益に見合った負担を広く分かち合うとの性格から「広く薄く」負担を求めるべきという観点を有するため、基本としては、一律の負担を求めるとの考え方をとるべきである。 一方、高額な宿泊料金の宿泊客については、その負担能力に見合った負担を求めるべきである。 宿泊料金区分をシンプルなものとすることで、季節や曜日等による宿泊料金の変動の影響も少なくなり、事業者の負担も軽減することができる。
事業経費への補助	宿泊業者を特別徴収義務者として指定すれば、行政側の徴収の便宜のために、新たな事務やその経費負担を課すこととなることから、その経費の一部を補助する制度を設けることを検討されたい。

# 京都市における宿泊行為への課税の制度実施に向けた取組

## 課税捕捉

- **旅館業法の許可施設及び住宅宿泊事業法の届出施設**については、所管の部署で保有する情報に基づき、把握を行っていく。
- **違法民泊**については、「民泊通報・相談窓口」の開設や、「民泊」対策の専門チームを設置、医療衛生センターの「民泊」指導の体制の強化などの取組をすでに行っている。
- 宿泊税の課税対象施設の捕捉については、こうした**違法民泊解消の取組と一体的に**、税部局で保有する**固定資産税や市民税の情報の活用**、地方税法上の**質問検査権の行使**、さらには、**税務署や警察との連携**などにより、強力に進めていく。

## 民泊仲介業者との連携

- 違法民泊も含めたすべての宿泊施設において確実に宿泊税が徴収できるよう、しっかりと捕捉に努めていくほか、宿泊事業者に代わって宿泊料を受け取る**民泊仲介業者に代行徴収**をさせていただくことについて、民泊仲介業者と協議を進めているところである。
- 代行徴収は、宿泊者及び宿泊事業者の手間が省けると同時に、本市にとっても、課税捕捉率の向上や課税事務の軽減につながることから、有益なものと認識しているところであり、**民泊仲介業者の最大手であるAirbnbからも、宿泊税の代行徴収に係る連携について前向きに検討したいとの発言**をいただいている。

# (参考) 京都市における駐車場への駐車・別荘の所有に関する検討比較

課税対象	駐車場への駐車	別荘の所有
<b>目的</b>	<p>「駐車場への」行為を行う者に負担求めることは、観光地や京都市内中心部等の渋滞解消自動車流入抑制といった「歩くまち・京都」の推進につながる可能性がある。</p> <p>ただし入洛客の受益に見合った負担を求めるとの目的からすれば、入洛客が主な対象とするよう制度構築を行うことが妥当ではないか。</p>	<p>実際にその地域に住む方を増やすことで、まちの空洞化を抑制し、その地域に住んでいる人全員が、責任を持ってまちづくりに取り組めるよう、居住世帯のない住宅の所有者に新たな負担を求めることは、意義があるものと考ええる。</p> <p>ただし、住宅の取引市場に影響を及ぼす可能性があることも考慮する必要がある。</p>
<b>対象施設</b>	<p>京都市内全域の駐車場を対象とするのか、観光地や京都市内中心部など、区域を限定した駐車場を対象とするのか</p> <p>京都市は観光地が広範囲にわたって存在しており、線引きをすることで課税される区域とそうでない区域ができるが、その線引きについて市民や納税者、関係者の理解を得られるかどうか</p>	<p>課税対象となる別荘の考え方に関しては、大きく次の2つがあると考えられる。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 相続による空き家を含め、居住世帯のないすべての住宅を対象とするというものである。</li> <li>2. 別荘やセカンドハウスのみを課税対象とし、相続による空き家は含まないとするものである。この場合、課税対象の線引きをどうするかが課題となる。</li> </ol>
<b>課税補足に係る行政コスト</b>	<p>京都市内のすべての駐車場を把握できる状況になく、1件ずつ駐車場を現地確認し、把握するほかない</p>	<p>10万件を超えるとされる居住世帯のない住宅を1件ずつ確認していくしか方法がない</p>
<b>検討結果</b>	<p>全市の駐車場を対象とする場合、多くの市民や事業者にも車の利用を相当程度抑制することとなるが、このことに理解が得られる状況となるには、相当の期間と労力が必要と考えられるほか、全市の駐車場の把握をどのように行うかが大きな課題となる。</p> <p>また、区域を限定するとの考え方は、観光地が広範囲にわたって存在する京都市の特性からすれば公平性に問題が生じ、非常に困難である。駐車場税導入の先行事例である太宰府市は、観光地が限定されていることから、実現が可能であったのではないかと考えられる。</p>	<p>まちづくりの担い手不足によるまちの空洞化の解消や、居住の促進という目的については妥当であると考えられるものの、課税対象をどうするか、対象かどうかの線引きが可能か、課税対象の把握をどうするのか、といった多くの課題がある。</p>



## (参考) 京都市における入湯税

名称	入湯税
税収の用途	①環境衛生施設の整備、 ②鉱泉源の保護管理施設の整備、 ③消防施設その他消防活動に必要な施設の整備、並びに④観光の振興（観光施設の整備を含む。）に要する費用に充てる
課税客体	鉱泉浴場における入湯行為
納税義務者	鉱泉浴場（温泉施設）の入湯客
課税されない方	①小学生以下の方 ②共同浴場又はいわゆる銭湯に入湯する方 ③利用料金が1,000円（消費税及び地方消費税相当額を除きます。）以下である施設に日帰り入湯する方 ④学校（大学を除きます。）の生徒等で、修学旅行その他学校行事に参加している方及びその引率者 ⑤医療提供施設において入湯する方
課税標準	人
税率	・ 宿泊客 1人1泊につき150円 ・ 日帰り客 1人1日につき100円
徴収方法	特別徴収
備考	平成29年4月時点で21の宿泊施設と2の日帰り施設（利用料金1000円超）が入湯税課税対象施設。



# その他特徴的な事例（法定外普通税）

	静岡県熱海市	福岡県太宰府市	大阪府泉佐野市
名称	別荘等所有税	歴史と文化の環境税	空港連絡橋利用税
目的	リゾートマンションなどの建設に伴いゴミ処理や消防梯子車、上下水道の整備など行政需要の増大に対処するため、非居住者にも固定資産税・都市計画税・市県民税の均等割以外にも住民税に代わる負担をしてもらう	本市固有の歴史的文化遺産及び観光資源等の保全と整備を図り、環境にやさしい「歴史とみどり豊かな文化のまち」を創造するため、太宰府市内にある一時有料駐車場の利用者に一定の負担を求める	空港アクセスのための関連道路の整備などの都市基盤整備の起債償還とともに、空港補完機能としての感染症対策など高度医療のための病院や、空港消防の維持管理費などの空港関連施策に関し、空港連絡橋の利用者にも受益があることから、税収確保のため、連絡橋の通行料金を支払う者に対して一定の税負担を求める
課税客体	別荘等の所有	有料駐車場に駐車する行為	関西国際空港連絡橋を自動車で行き来して空港を利用する行為
納税義務者	所有者	有料駐車場利用者	通行料金を支払う者
課税標準	別荘等の延面積	有料駐車場に駐車する台数	関西国際空港連絡橋を自動車で行き来する回数
税率	1㎡…年 650円	<ul style="list-style-type: none"> <li>二輪車（自転車を除く）…50円</li> <li>乗車定員10人以下の自動車…100円</li> <li>乗車定員10人超29人以下の自動車…300円</li> <li>乗車定員29人超の自動車…500円</li> </ul>	1往復につき100円
徴収方法	普通徴収	特別徴収	特別徴収
税収	5億円（平成27年度）	8千万円（平成27年度）	4億円（平成27年度）

# その他特徴的な事例（法定外目的税）

	大阪府	岐阜県	山梨県 富士河口湖町	沖縄県伊是名村 （* 沖縄県伊平屋村、沖縄県渡嘉敷村でも同種の税）
名称	宿泊税	乗鞍環境保全税	遊漁税	環境協力税
税収の使途	大阪が世界有数の国際都市として発展していくことを目指し、都市の魅力を高めるとともに観光の振興を図る施策に要する費用	乗鞍地域の自然環境の保全に係る施策に要する費用	河口湖及びその周辺地域における環境の保全、環境の美化及び施設の整備の費用	環境の美化、環境の保全及び観光施設の維持整備に要する費用
課税客体	ホテル又は旅館への宿泊	乗鞍鶴ヶ池駐車場へ自動車を運転して自ら入り込む行為又は他人を入り込ませる行為	河口湖での遊漁行為	旅客船、飛行機等により伊是名村へ入域する行為
納税義務者	ホテル又は旅館の宿泊者	乗鞍鶴ヶ池駐車場へ入り込む自動車を運転する者	遊漁行為を行う者	旅客船、飛行機等により伊是名村へ入域する者
課税標準	ホテル又は旅館への宿泊数	乗鞍鶴ヶ池駐車場に自動車 で進入する回数	遊漁行為を行日数	旅客船、飛行機等により伊是名村へ入域する回数
税率	1人1泊について宿泊料金が <ul style="list-style-type: none"> <li>10千円以上15千円未満…100円</li> <li>15千円以上20千円未満…200円</li> <li>20千円以上…300円</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○乗車定員が30人以上の自動車 ・一般乗合用バス以外…3,000円/回 ・一般乗合用バス…2,000円/回</li> <li>○乗車定員が11人以上29人以下の自動車…1,500円/回</li> <li>○乗車定員が10人以下の自動車…300円/回</li> </ul>	1人1日 200円	1回の入域につき100円（障害者、高校生以下は課税免除）
徴収方法	特別徴収	特別徴収 ※ シャトルバス、路線バス等については月ごとの申告納付	特別徴収	特別徴収
税収		1千万円（平成27年度）	1千万円（平成27年度）	5百万円（平成27年度） * 伊平屋村：3百万円 渡嘉敷村：12百万円

# 入湯税の税率：市町村による違い

注) 入湯税は鉱泉浴場の入湯客に課す税であり、共同浴場や一般の公衆浴場などの入浴者には課されない。

入湯税の税率 (宿泊：1人1泊、日帰り：1人1日)																
対象者 温泉地	基本税率		減 税				免 税							備考		
	宿泊客	日帰り客	宿泊客 (適用額)	日帰り客 (適用額)	修旅 (宿泊)	修旅 (日帰り)	宿泊客 (適用額)	長期 療養者	日帰り客 (適用額)	福祉施設 等	学校行事 (修旅等)	子供			首長が 特に認 める者	
												中学生	小学生			未就学
阿寒湖温泉 (釧路市)	250円	—	150円 (※1)	90円	70円 (※2)	40円 (※2)						○	○	○	※1: 国際観光ホテル整備法上の登録 ホテル・登録旅館以外 ※2: 10人以上の団体	
草津温泉 (草津町)	150円	—	100円 (6,000円 以下)	50円	50円 (※3)	50円 (※3)					○ (※4)		○	○	※3: 高等学校生徒のみ ※4: 中学校生徒のみ	
鳥羽温泉 (鳥羽市)	150円	150円					○ (税抜、 2,000円 以下)		○ (税抜、 2,000円 以下)		○ (※5)		○ (※6)	○	※5: 大学を除く ※6: 12才未満	
有馬温泉 (神戸市)	150円	—		75円					○ (税抜、 1,200円 未満)	○	○ (※5)			○ (※7)	※5: 大学を除く ※7: 7才未満	
道後温泉 (松山市)	150円	150円									○		○ (※6)	○	※6: 12才未満	
由布院温泉 (由布市)	150円	—	100円 (4,000円 以下)	70円 (400円 以上)					○ (400円 未満)		○ (※18)		○ (※6)	○	※6: 12才未満 ※18: 中学生、高校生のみ	
黒川温泉 (南小国町)	150円	150円							○ (1,000円 以下の ※9)	○ (※10)		○ (※11)	○	○	※9: 日帰り施設等 ※10: 老人ホーム等入所者の鉱泉浴 場入湯を含む ※11: 15才未満	
下呂温泉 (下呂市)	150円	—		100円					○ (税抜、 1,000円 以下及び ※12)	○ (※13)	○ (※5)		○ (※6)	○	※5: 大学を除く ※6: 12才未満 ※12: 共同浴場、一般公衆浴場の入 浴料金程度で入浴できる鉱泉浴 場 ※13: 近隣住民使用を目的とした施 設を含む	
長島温泉 (桑名市)	210円 (※14)	—	150円 (※15)	60円 (※16)							○ (※5)		○ (※6)	○	※5: 大学を除く ※6: 12才未満 ※14: ホテル・旅館等利用者 ※15: 国民宿舎、寮、保養所等利用者 ※16: ※14、※15以外の利用者	
湯郷温泉 (美作市)	200円	200円						○ (※17)	○ (1,000円 未満の ※9)	○	○		○ (※6)	○	※6: 12才未満 ※9: 日帰り施設等 ※17: 要・診断書	

セクション3

# 海外での参考事例

# 観光振興財源を税金等で確保するという考え

## 観光収入が地域経済内に流通し、さらなる収入の増加に寄与する構造を構築する

### 観光財源に関する異なる立場からの意見

- 観光産業: (宿泊税等による) 観光収入を一般財源として使っていない  
**資金使途特定の問題**
- 一般住民: 一般財源を観光関連にだらだらと使ってほしくない  
**返済財源特定の問題**

### 例：オレンジ郡の観光開発税（宿泊料にかかる地域目的税）

- ◆ 観光客の増加が目的税による税収につながる
- ◆ 一般財源として使うのではなく、以下の用途に使う。
  1. DMOによって行われる観光プロモーション（観光地マーケティング）
  2. コンベンションセンターの建築に使われる地方債の返済（観光インフラ）

# 海外事例：税・負担金方式による財源確保

北米や英国において、観光サービスによる地域振興に取り組んでいる地域は、税・負担金方式による網羅的・自立的・持続的な財源を持っていることが多い。

**バンクーバー**



人口58万人  
市内に22のBID

固定資産税：\$ 96,000  
(サウスヒルBIA)

**ボルダー**



ボルダー市人口10万人  
の中心地区

固定資産税&会費：\$344,650

**ワイキキ**



ワイキキ人口2.3万人  
の中心地区

固定資産税：\$2,470,000

**ココナツグローブ**



人口1.8万人  
の中心地区

駐車場利用税：\$474,000  
固定資産税：\$443,000

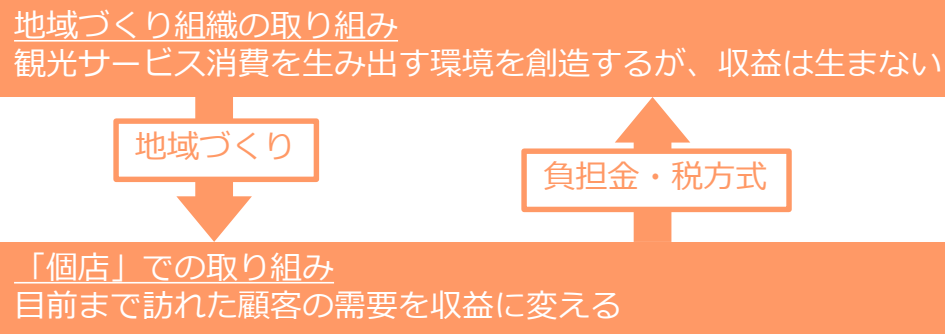
**ナパ・バレー**



THE NAPA VALLEY  
Legendary

宿泊税：\$4,000,000

負担金・税方式による財源では、地域づくりの取り組みで生み出された個店での収益の一部が、地域づくり組織の活動資金として還元される。特定地域・業種を網羅するためフリーライドは発生しない。



我が国にも法定外税、分担金の徴収などの地域が取り組める制度はあるものの、実践事例が乏しく、ほとんど普及していない。

国名	BID地区数	統計時点
アメリカ	1,002	2011年
イギリス	197	本年5月
カナダ	400	不明
オランダ	112	2011年
ドイツ	35	2012年

※事務局調べ

## ヨーロッパの事例

# ヨーロッパでの観光関連税の比較

	(スペイン) カタルーニャ州 バルセロナ	(スペイン) バレアレス諸島	(イタリア) ローマ
名称	観光税	観光環境税	観光税
税収の用途		資源の保護	
課税客体	宿泊行為	宿泊行為	宿泊行為
納税義務者	宿泊客 (17才以上)	宿泊客 (17才以上)	宿泊客 (11才以上)
課税標準	宿泊数 (7泊まで)	宿泊数	宿泊数 (10泊まで) * キャンプ場などは5泊まで
税率	<ul style="list-style-type: none"> <li>1から3スターホテル、その他簡易宿泊施設…€0.75</li> <li>4スターホテル…€1.25</li> <li>5スターホテル、クルーズ…€2.50</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>最初の8泊 (シーズン中) : ホテルのランクによって€1から€2.00まで変動。</li> <li>9泊以後 : 通常の半額の税額がかかる。</li> <li>オフシーズン中 : 通常の半額の税額がかかる。 (* オフシーズン中9泊以後は通常の4分の1となる)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1又は2スターホテル…€3</li> <li>3スターホテル…€4</li> <li>4スターホテル…€6</li> <li>5スターホテル…€7</li> <li>B&amp;Bなど…€3.5</li> <li>観光用牧場など…€4</li> <li>キャンプ場など…€2</li> </ul>
徴収方法	特別徴収	特別徴収	特別徴収
備考	<ul style="list-style-type: none"> <li>カタルーニャ州の州法が根拠法。バルセロナ以外の地域ではバルセロナより税率が低い。</li> <li>カタルーニャ州では2012年に導入された。</li> <li>50%を基礎自治体 (県など) が受け取る。</li> <li>バルセロナDMOは90%以上を自主財源 (観光商品の販売など) とする。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>スペインではカタルーニャ州とバレアレス諸島でのみ観光税がある。</li> <li>バレアレス諸島では2016年に導入された。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>イタリアでは2011年より各自治体で導入始める (自治体によって課税時期、税率および課税対象となる宿泊日数が異なる)。</li> <li>イタリアではジェノヴァにおいてのみAirbnbが代理徴収をしている。</li> </ul>



# ヨーロッパでの観光関連税の比較（続き1）

	（ポルトガル）リスボン	（オランダ）アムステルダム	（オーストリア）ウィーン
名称	観光税	観光税	観光税
税収の用途		一般財源	
課税客体	宿泊行為	宿泊行為	宿泊行為
納税義務者	宿泊客（14才以上）	宿泊客	宿泊客（16才以上）
課税標準	宿泊数（7泊まで）	宿泊料	宿泊料からの純収益
税率	1泊€1	5%（2018年にあがる予定）	3.2%
徴収方法	特別徴収	特別徴収	特別徴収
備考	<ul style="list-style-type: none"> <li>ポルトガルではリスボン（2016年以降）とカスカイス（2017年以降）でのみ宿泊税が課されている。</li> <li>ポルトガルではリスボンにおいてのみAirbnbが代理徴収をしている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>オランダの他の州では比率ではなくホテルランクに応じた固定額を課しているところも多い。</li> <li>オランダではアムステルダムにおいてのみAirbnbが代理徴収をしている。</li> <li>低消費旅行客を追い出すため、%ではなく</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>オーストリアは各州ごと異なる名称の宿泊税をもつ。</li> <li>宿泊税による税収がウィーン州DMO 2017年度予算の約80%を占める。またウィーン州DMO予算の約88%がマーケティングに費やされる予定。</li> </ul>

# ヨーロッパでの観光関連税の比較（続き2）

	(フランス) パリ	(ドイツ) ベルリン	(スイス) ヴァレー州ツェルマット
名称	観光税	宿泊税	訪問客税
税収の用途	観光振興	文化的目的のため使用	<ul style="list-style-type: none"> <li>情報・予約サービス</li> <li>観光地体験</li> <li>観光、文化、スポーツを提供する施設</li> </ul>
課税客体	宿泊行為	宿泊行為	宿泊行為
納税義務者	宿泊客	宿泊客（ビジネス目的をもつ宿泊客は対象外）	宿泊客(州内に住居を持つ者を除く)
課税標準	宿泊数	宿泊料（サービス料金を除く）	宿泊数
税率	<ul style="list-style-type: none"> <li>館…€4</li> <li>5スターホテル…€3</li> <li>4スターホテル…€2.4</li> <li>3スターホテル…€1.5</li> <li>2スターホテルなど…€0.9</li> <li>1スターホテルなど…€0.75</li> <li>5又は4スターキャンプ場…€0.54</li> <li>その他キャンプ場…€0.2</li> </ul> <p>パリで上記税率に10%の追加税がかかる (つまり客には10%上乗せされた税率が提示される)</p>	5%	<ul style="list-style-type: none"> <li>大人1泊…CHF3</li> <li>子供（6～16歳）1泊…CHF1.5</li> </ul>
徴収方法	特別徴収	特別徴収	特別徴収
備考	<ul style="list-style-type: none"> <li>フランスでは2015年より一律の税率から現在の税率に変更。</li> <li>フランスではパリを含む多くの都市でAirbnbによる代理徴収を行っている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ドイツでは文化税（Cultural tax）又は宿泊税（Bed tax）という名称が一般に使用される。</li> <li>ベルリンでは2014年に導入された。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ヴァレー州法が根拠法であり、税率は州内の基礎自治体ごとに定められる。</li> <li>スイスではツーク州においてのみAirbnbが代理徴収をしている。</li> </ul>

# (スペイン) バレアレス諸島の観光環境税

## バレアレス諸島の特性

- 地中海群島の中でもっとも知名度の高い観光地（マジョルカ島やイビサ島等）
- 観光が主要産業
- 一人あたりの所得はスペイン国内で最高レベル
- 2017年7月のみで240万人の観光客が訪れた

## バレアレス諸島の観光環境税導入の経緯

- 観光客の数が増えすぎ、環境破壊などを含む様々な問題が発生
- 観光による悪影響と観光による好影響のバランスをとる目的で税の検討が始まり、2016年に導入された。
- 2002年にも同様の税を導入したことがあるが、税導入の結果エジプトやトルコなどに観光客が逃げてしまい、結局取りやめた。現在はエジプトやトルコなどを治安の問題から避ける観光客が多いため同様の問題は発生していない。
- 2018年からは主要な島々において、さらに税率があがる予定。


## 観光環境税の使途

- 島々の自然環境を保護すること
- 持続可能な観光を推進すること

# 宿泊税の提示例(フランス・マルセイユのホテル)

City tax per person per day / Taxe de séjour par personne par jour

2.48 €

GOLDEN TULIP 

A FAIRYTALE WITH A HAPPY SPENDING  
UN CONTE DE FÉES AUX JOYEUSES DÉPENSES

## The Room Rates<sup>1</sup>


Free Wi-Fi is available. The entire hotel is non-smoking. Smoking in the room is charged 250 €. Prices of additional services are available at reception.  
Wi-Fi gratuit dans tout l'hôtel. L'ensemble de l'hôtel est non-fumeur. Fumer en chambre vous expose à une amende forfaitaire de 250 €. Les prix des prestations annexes sont disponibles à la réception.

City tax per person per day / Taxe de séjour par personne par jour	2.48 €
Breakfast buffet (rate per person) Buffet petit-déjeuner (prix par personne)	19.00 €
Breakfast supplement served in room (rate per person) Supplément petit-déjeuner en chambre (prix par personne)	5.00 €
Phone call rate per minute (from) Appel téléphonique : coût à la minute (à partir de)	0.75 €
Shaving set or dental kit / Kit rasoir ou kit brosse à dents	3.00 €
Pet (- 10 kg) / Animal (- de 10 kg)	12.00 €
Pet (+ 10 kg) / Animal (+ de 10 kg)	22.00 €
Photocopy or Fax / Photocopie ou Fax	0.30 €
Car park Euromed Center - Urbis Parking / Parking Euromed Center - Urbis Parking	
3:00 pm - 12:00 pm / 15H00 - 12H00	12.00 € 24 hours / 24 heures 16.00 €
6:00 pm - 1:00 am / 18H00 - 1H00	5.00 € 48 hours / 48 heures 30.00 €
11:50 am - 2:30 pm / 11H30 - 14H30	5.00 € 72 hours / 72 heures 50.00 €
5 days / 5 jours	76.00 € 8 days / 8 jours 115.00 €

Late check out / Départ tardif	4:00 pm / 16h00	40.00 €
	After 4:00 pm Après 16h00	Rate of the day Tarif de la nuitée du jour

Upon availabilities and agreement of reception  
Selon disponibilité et accord de la réception

Golden Tulip Marseille Euromed - Hôtel  
6, avenue Henri Verneuil, 13002 Marseille - France  
Tél. : 04 88 91 22 70 - info@goldentulipmarseilleuromed.com  
goldentulipmarseilleuromed.com

 100% Recycled Paper  
100% Recycled Paper  
100% Recycled Paper

<sup>1</sup> Tarif Chamber

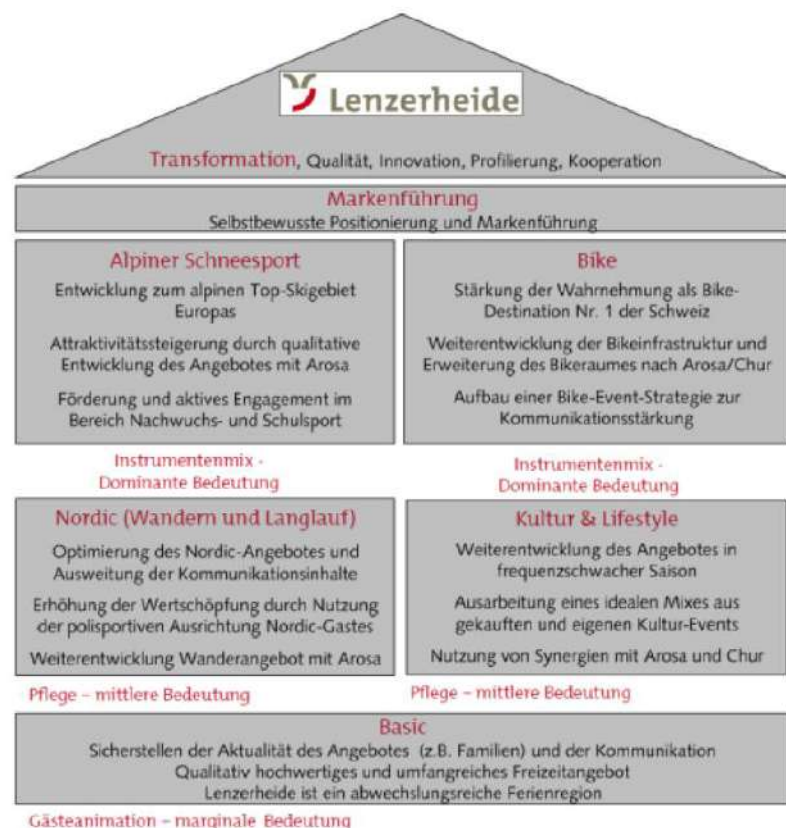
# 観光局等の運用例(スイス・エンガルディン地方)

## 観光局(レンツェルハイド)

- 年間予算5~7億円
- 予算の大部分は、宿泊税より取得
- 予算の半額をマーケティングに配分
- ターゲットにあわせて予算配分

## 2次交通の支援

- 2泊以上の連泊者に対して、公共交通機関の無料パスを提供



-----  
Priorität 1  
Miteinsatz 70%

-----  
Priorität 2  
Miteinsatz total 20%

-----  
Miteinsatz 10%

-----  
Priorität 3



※ 欧州では、宿泊税は一般税として利用される傾向が強かったが、近年は、DMOの財源へと使われる傾向が出ている。

# (参考) 宿泊税の用途を設定する目的

## 宿泊税の用途を明言する目的

→主に**ホテル産業等の理解**を得るため



- そのため、観光関連以外に使用したい場合に用途を設定しても意味がない（**ホテル産業の理解を得る効果がない**）
- 観光関連以外に使用したい場合は**普通税**として導入している

ただし、目的税として設定していても観光プロモーション等にのみしか使用できないわけではない

例) バレアレス諸島では自然が主な観光資源であり、その自然が観光客の増大によってダメージを受けているという理由から、環境保全にも宿泊税収を使用している

## 北米（アメリカ・カナダ）の事例

# アメリカでの宿泊税

パターン1：州税として設定

パターン2：州が基本法を設定し、各郡で設定

パターン3：「2」に加え、アセスメント(分担金)として設定



# アメリカでの宿泊税の比較

	ハワイ州	フロリダ州オレンジ郡	カリフォルニア州サンフランシスコ
名称	一時的な滞在に対する宿泊設備税 (Transient Accommodation Tax)	観光開発税 (Tourist Development Taxes)	一時的な滞在に対する宿泊税 (Transient Occupation Tax)
税収の用途	観光関連の用途に (法定された) 一定額を優先的に配分 (郡への配分も含む) 残りは一般財源	観光開発税を構成する5の細分化された税に応じて、州法で観光関連用途に限定。	一般財源
課税客体	短期賃貸収入	宿泊行為	宿泊行為
納税義務者	宿泊施設のオペレーター	宿泊客	宿泊客
課税標準	総賃料 ただしタイムシェア物件については所有者が支払った日常維持管理費の総計の半分	宿泊費	宿泊費 (サービス料金なども含む)
税率	9.25%	6%	14%
徴収方法	普通徴収	特別徴収	特別徴収
備考	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 宿泊税 (hotel room tax) とは違い納税義務者は宿泊客ではない。</li> <li>• ハワイ州観光局2016年度収入の約95%を占める。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5種類の細分化された税の組み合わせによって構築されている。フロリダ州内の郡はそれら5種類の組み合わせで課税する (上限6%)。スライドNo.##参照。</li> <li>• オーランドDMO2016年度収入の約60%を占める。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 別途、TID (観光産業改善地区) 等の仕組みあり。スライドNo.##参照。</li> </ul>

# 北米スキーリゾートでの観光関連税

	コロラド州バイル	コロラド州アスペン	(カナダ) ブリティッシュ・コロンビア州ウイスラー
名称	地域マーケティング区域税 (Local Marketing District Tax) *	宿泊税 (Lodging Tax)	追加ホテル税 (Additional Hotel Room Tax)
課税客体	宿泊行為	宿泊行為	宿泊行為
税収の用途	事業の誘致及び観光振興を目的とした公的のイベントの組織、運営、プロモーション、マーケティングのため。	地方交通サービスのために25%、アスペンの観光促進のために75%	観光事業 (特に観光促進、新しい観光施設の資金調達および運営)
納税義務者	宿泊客	宿泊客	宿泊客
課税標準	宿泊料	宿泊料	宿泊料
税率	1.4%	2%	2%
徴収方法	特別徴収	特別徴収	特別徴収
備考	冬の間はスキー場を所有するバイルリゾートがマーケティングを行い、春夏秋の間はバイル町 (Local Marketing Districtを通じて) がマーケティングを行う。  *Lodging Taxと呼ぶ場合もあり		

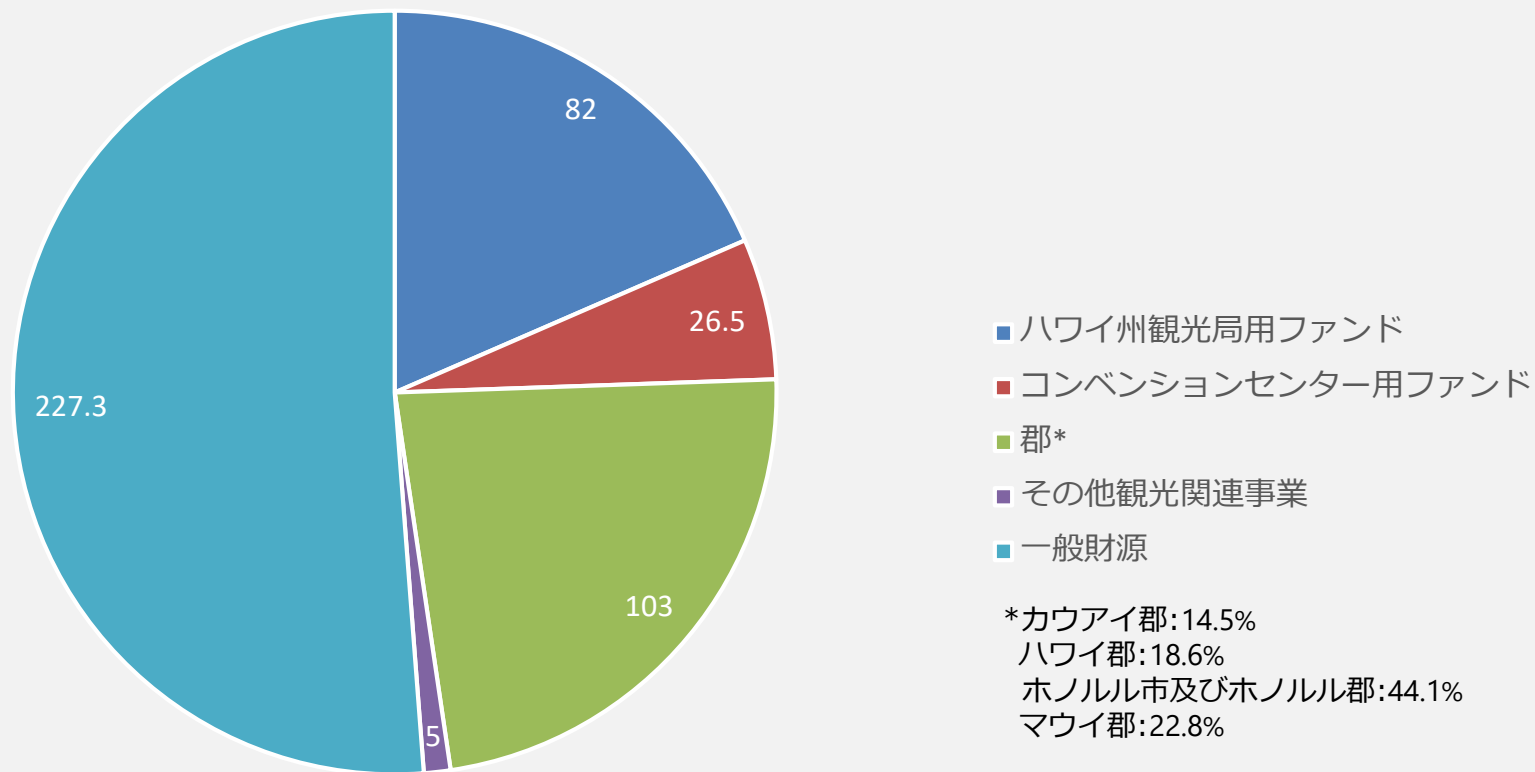
# 宿泊費100ドルに対して宿泊客が支払う料金総額比較

	消費税、売上税など	観光関連税など	税率合計	料金合計	備考
ハワイ州オアフ	4.5% (事業者税) * (ハワイ州4%+オアフ0.5%)	9.25%	13.962%	<b>\$113.962</b>	*事業者側は事業者税を消費者に転嫁しようとするため、宿泊者がもらうレシートには4.712%と表記されている
フロリダ州オレンジ郡	6.5% (フロリダ州6%+オレンジ郡0.5%)	6%	12.5%	<b>\$112.5</b>	
カリフォルニア州サンフランシスコ		14%(宿泊税) 1.75%(TIDなど)	15.75%	<b>\$115.75</b>	Zone1において
コロラド州ベイル	8.4% (コロラド州2.9%+イーグル郡1.5%+ベイル4%)	1.4%	9.8%	<b>\$109.8</b>	
コロラド州アスペン	8.9% (コロラド州2.9%+ピトキン郡3.6%+アスペン2.4%)	2% (宿泊税) 0.4% (シャトル税)	11.3%	<b>\$111.3</b>	
(カナダ)ブリティッシュ・コロンビア州ウイスラー	12% (連邦政府5%+州政府7%)	2%	14%	<b>カナダ \$114</b>	

## ハワイの場合

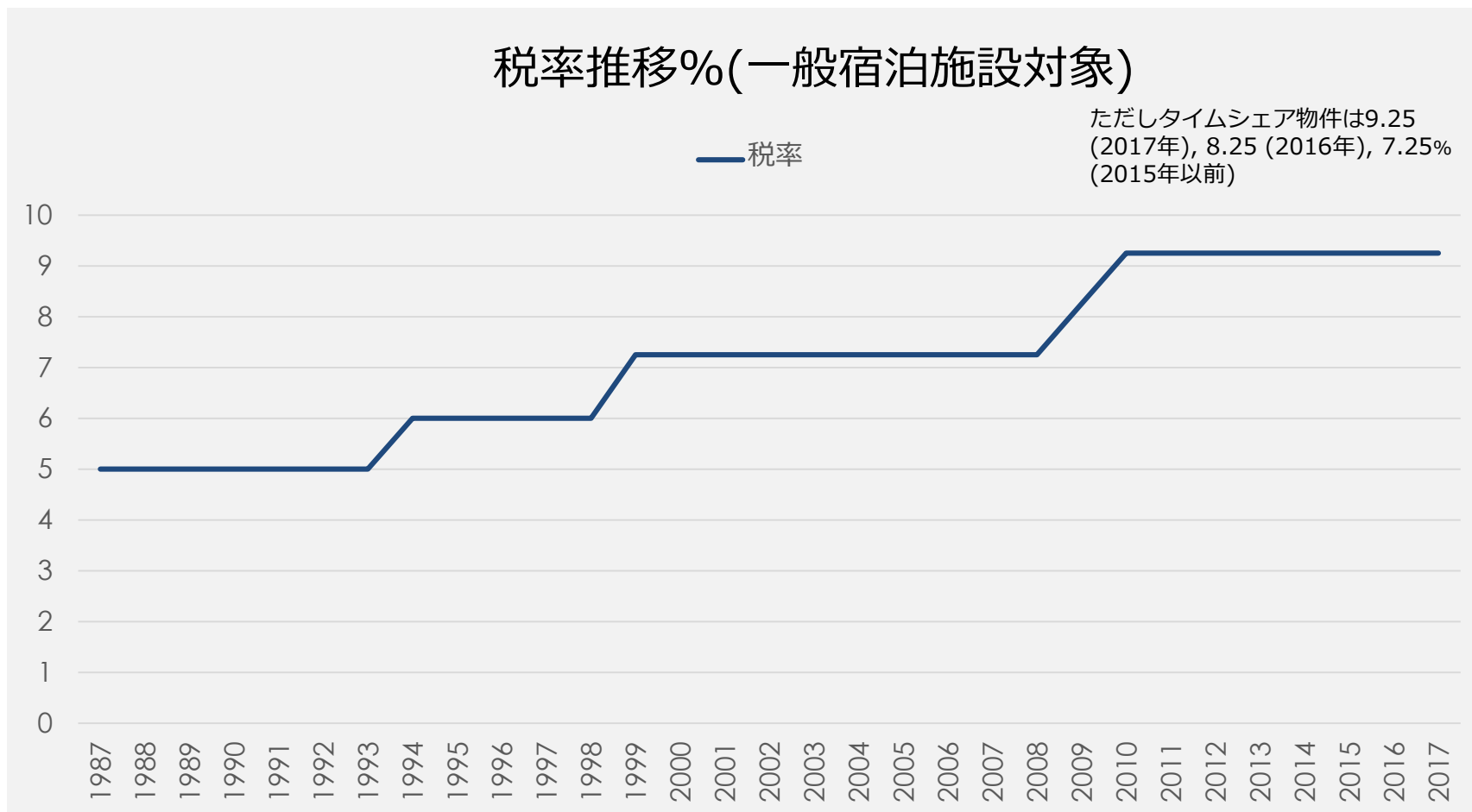
# ハワイ州宿泊設備税の分配

2016年度 宿泊施設税分配(\$million)



資料: 「ハワイ州観光局アニュアルレポート2016」より筆者作成

# ハワイ州宿泊設備税の税率推移

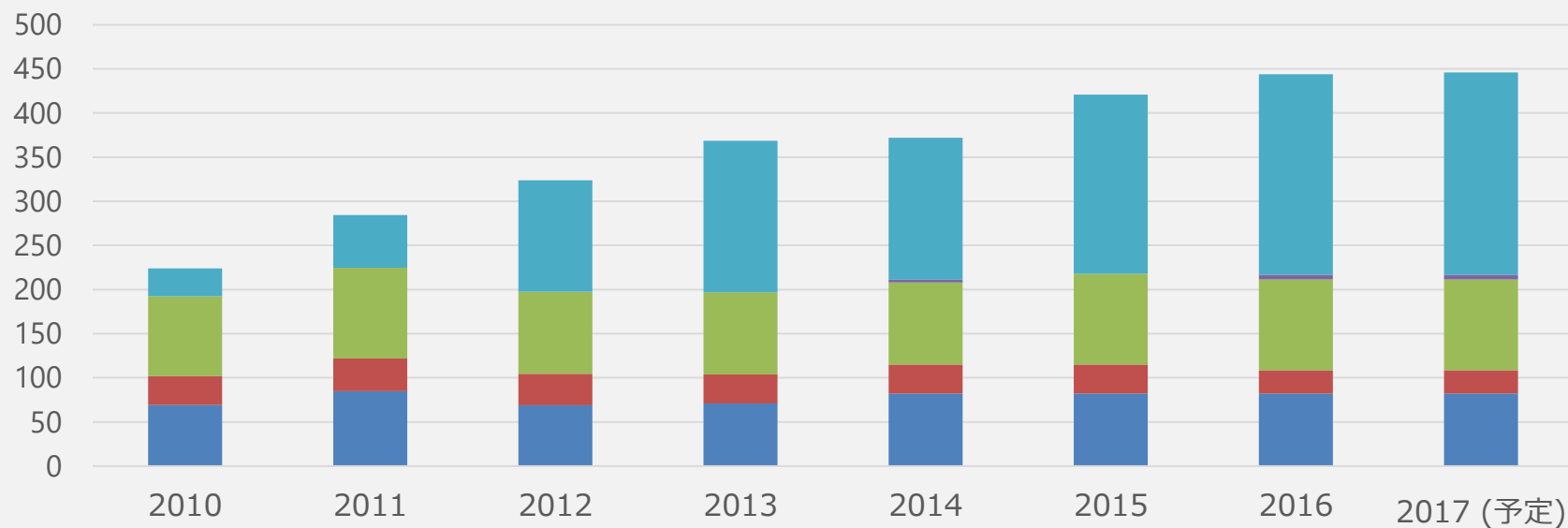


資料: 「ハワイ州観光局アニュアルレポート2016」より筆者作成

# ハワイ州宿泊設備税の分配推移

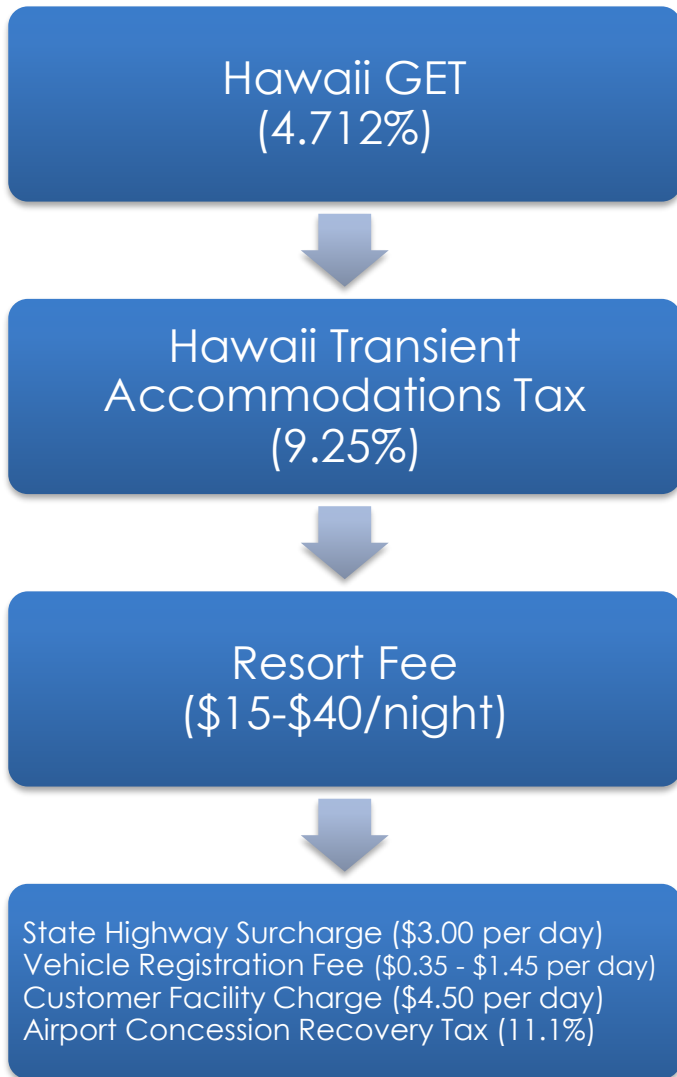
## ハワイ州宿泊設備税の分配推移(\$million)

- ハワイ州観光局用ファンド
- コンベンションセンター用ファンド
- 郡
- その他観光関連事業
- 一般財源



資料: 「ハワイ州観光局アニュアルレポート2016」より筆者作成

# ハワイ経済の「観光」への依存



## Tax Increase to Help Fund Honolulu Rail Project

By Big Island Now

August 25, 2017, 3:02 PM HST (Updated August 25, 2017, 3:09 PM) - 34 Comments

Recommend 95 people recommend this. Be the first of your friends.

Text Size: A A A



Hawai'i Legislators have reached an agreement to fund Honolulu's rail transit project by raising the state's hotel room tax (TAT) and extending the general excise tax surcharge on O'ahu for three additional years.

The TAT hotel room tax will increase by 1% to 10.25% for 13 years through December 2030, generating

\$1.3 billion. The increase in O'ahu's surcharge will provide more than \$1 billion in addition.

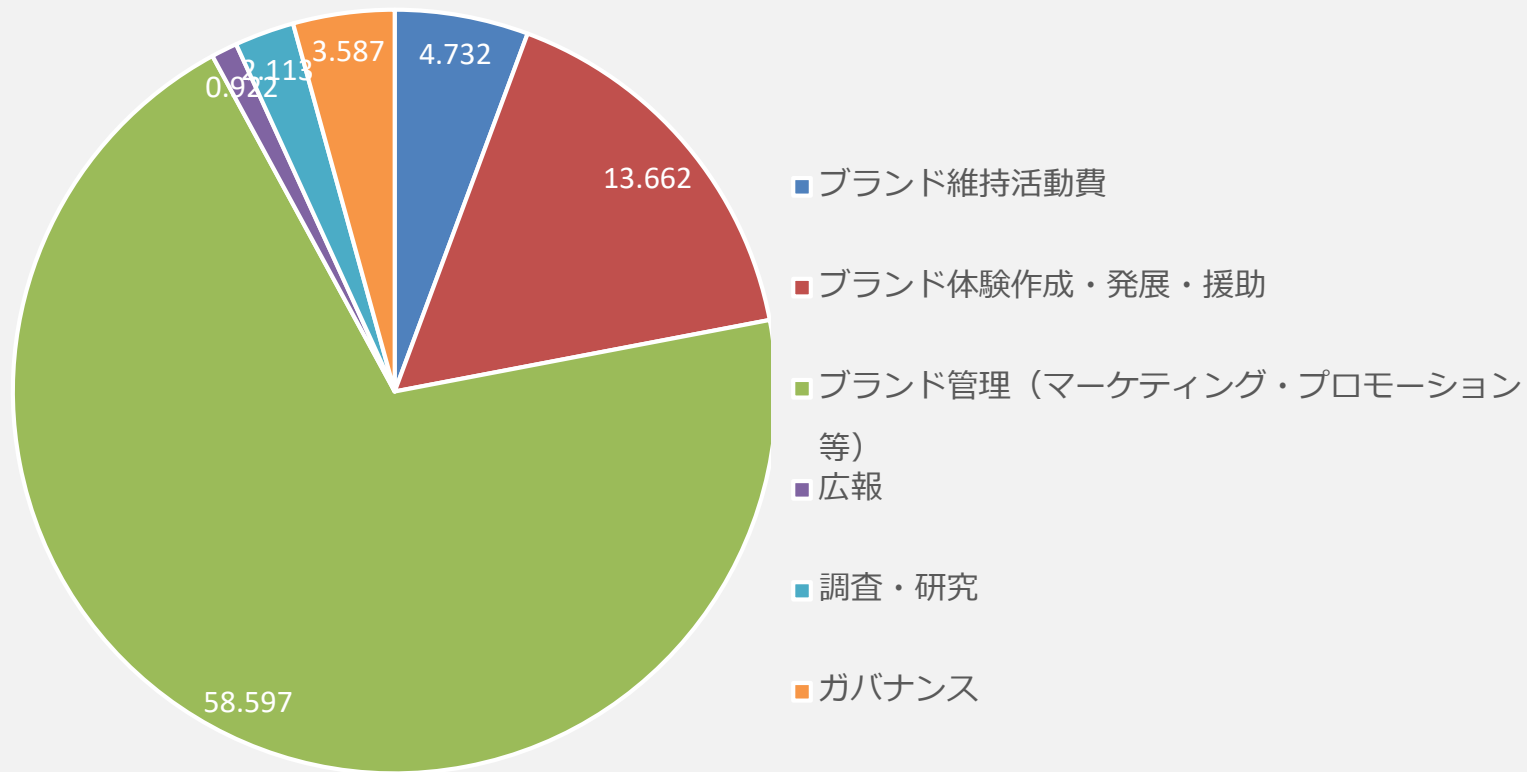
Lawmakers say that by including the TAT, visitors will now bear a significant portion of the financing burden.

The current method of collecting the hotel room tax would remain the same. It is collected statewide and goes directly into the general fund, not to the island where it is collected.



# ハワイ州観光局（DMO）支出

2016年度 支出(\$million)



資料: 「ハワイ州観光局アニュアルレポート2016」より筆者作成

## フロリダ（オレンジ郡オーランド市）の場合

# フロリダ州観光開発税の構成

フロリダ州の観光開発税は五つの異なる税から組み合わせからなり、フロリダ州内の各郡や市はそれら五つの税を組み合わせ、税率を確定する。

→オレンジ郡は五つ全て使い、合計6%の観光開発税を課す。

	1又は2%税 (1 or 2 Percent Tax)	追加1%税 (Additional 1 Percent Tax)	プロスポーツ ランチャイズ施 設税 (Professional Sports Franchise Facility Tax)	観光高負荷税 (High Tourism Impact Tax)	追加プロスポーツ ランチャイズ施 設税 (Additional Professional Sports Franchise Facility Tax)
現在課税している郡	62郡	48郡	39郡	5郡（モンロー、オレンジ、オセオラ、パームビーチ、ピネラス）	24郡
課税可能な郡	67郡	59郡	67郡	8郡（上記5郡とプロワード、リー、ウォルトン）	65郡
税率	1か2%	1%	1%	1%	1%以下
課税主体の制限	なし	3年以上1又は2%税を課税している郡のみ	なし	前年の課税対象の売買が\$600,000,000を超える郡等 ただしコンベンション開発税(Convention Development Tax)を課す郡は除く	マイアミ・デイド郡及びボルレーシャ郡を除く
オレンジ郡における課税開始時期	1978/5/1	1986/6/1	1995/2/1	1989/10/1	2006/9/1



# フロリダ州オレンジ郡：観光開発税の使途

## 観光開発税

### 1st~5th Cent

コンベンションセンター建設費  
(オレンジ郡の地方債返済)

コンベンションセンター運営費

マーケティング (Visit Orlando)

スタジアム・劇場用にオーランド市に分配 (オーランド市の地方債返済)

### 6th Cent

マーケティング (Visit Orlando)

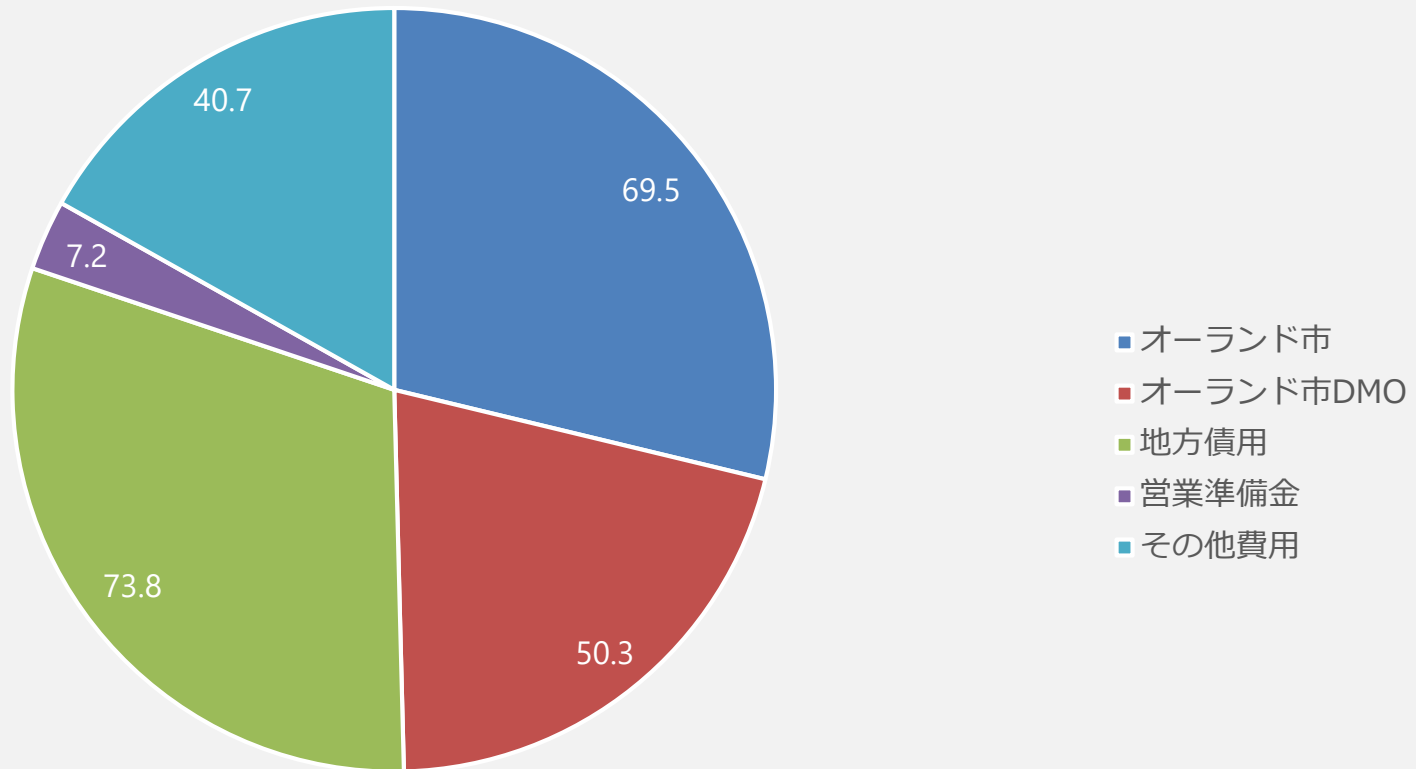
スポーツセンター用にオーランド市に分配 (オーランド市の地方債返済)

法的に許可された税収の使用

	1-4th Cent	5th Cent	6th Cent
観光のプロモーションをする	✓	✓	✓
以下の物を取得、構築、拡張、拡大、改造、修理、改善、維持、運用、または促進する			
● 公的に所有され運営されているコンベンションセンター、スポーツスタジアム、スポーツアリーナ、コロッセオ、または講堂	✓		
● 公的に所有され、運営されているか、または非営利団体によって所有および運営され、一般に公開されている水族館または博物館	✓		
公的に所有され、運営されているか、非営利団体によって運営され一般公開されている動物公園を宣伝する	✓		
コンベンションビューロー、観光局、観光情報センター、ニュース局に助成する	✓		
ビーチ・パーク施設やビーチの改善、維持管理、修復、浸食管理（海岸線保護、内陸湖沼の修復、浄化、修復を含む）に融資する	✓		
公的に所有されている以下の施設の建設、改築または改築に融資するために発行された債券に債務返済を行う			
● プロスポーツ施設	✓	✓	
● 新しいプロスポーツフランチャイズのためのプロスポーツ施設	✓	✓	✓

# フロリダ州オレンジ郡：観光開発税の分配

2015年度 観光関連税分配(\$million)



資料:「オレンジ郡 アニュアル収入レポート2016」より筆者作成

**Table 2: Orange County, FL Tourism Development Tax Revenues**

	Orange*	tax %	Increase %
1995	\$68,257,785	5.0%	--
1996	\$81,059,719	5.0%	18.76%
1997	\$92,862,345	5.0%	14.56%
1998	\$97,935,188	5.0%	5.46%
1999	\$100,539,325	5.0%	2.66%
2000	\$109,411,700	5.0%	8.82%
2001	\$97,932,100	5.0%	-10.49%
2002	\$94,701,200	5.0%	-3.30%
2003	\$94,512,900	5.0%	-0.20%
2004	\$114,317,500	5.0%	20.95%
2005	\$122,151,700	5.0%	6.85%
2006	\$137,204,800	6.0%	12.32%
2007	\$165,661,400	6.0%	20.74%
2008	\$165,064,400	6.0%	-0.36%
2009	\$140,202,100	6.0%	-15.06%
2010	\$153,276,500	6.0%	9.33%
2011	\$176,533,100	6.0%	15.17%
2012	\$177,607,100	6.0%	0.61%

Source: Orange County, FL, Comptrollers' Offices

## 税収(\$Million)

2013 \$186

2014 \$201

2015 \$226

**2016 \$239**

# 宿泊税と観光インフラ

# オレンジ郡：コンベンションセンター





- コンベンションセンターは、通常、公共施設として地方/国の政府によって建設されている。
- 財務諸表（I / S、B / S）を見ると、多くの場合**単体では損失が発生**する。
- しかし**周囲の観光ホスピタリティー産業により多くの売上げ**を計上させる効果がある。

**オフピークシーズン**に、ホスピタリティー産業全体に利益をもたらす観光客セグメント（**長期滞在、出費額の大きい観光客**）を地域に引きつける

- ホテル、レストラン、地元交通機関、小売店、娯楽、翻訳者、観光地サービス、通訳、レンタル、高級リムジンレンタル会社等が観光客増加の恩恵を受ける
- 雇用創出、税収増加につながる



そこで**総合的な投資効果を考えないと**、コンベンションセンターなど**観光インフラの経済効果を過小評価**してしまうことになる

## 観光インフラ（コンベンション・センター）の資金負担

- **開発**建設に関わる資金負担（建設費）
- 施設所有する政府・自治体の**運営赤字**負担（運営費）

これらの資金負担をいかに全体の観光産業・ビジネスとして回収・負担していくかという部分について、財政的・構造的解決策が必要。



コンベンション・センター



インバウンド観光客



観光産業の公的インフラストラクチャーの建設は、政府の通常予算によって資金提供されることが多い。

そして、プロジェクトそれ自体では十分なキャッシュフローが得られないことが多いため、政府は引き続き事業に（一般財源から）助成せざるを得ない。

## 通常

- 通常の観光インフラ建設においては、国又は地方自治体は事業主体となり、**一般財源から**その資金を拠出する。
- 建設に際して借入を行った場合は、その借入は国なり**地方自治体の債務**として計上され、その金利費用負担と元本償還の債務を負う。
- また単体での黒字経営は難しいため、元利金返済負担に加えて、**運営赤字も発生**する。

## オレンジ郡の手法

- オレンジ郡は地方債を発行してコンベンションセンター開発資金の調達をしている
- オレンジ郡は起債にあたり、その**使途**を観光インフラ開発とし、その元利金**返済**については、郡政府の保証を供与せず、観光開発税収のみとした。

## つまり

- 観光産業を利用する訪問客に課税した**観光開発税**だけで地方債の元利金返済をするなど、郡政府の**一般予算負担無しで全体を回す仕組み**を構築している。
- この地方債は**投資家に対して「フロリダ州オレンジ郡の観光を産業としてどう評価するか」というリスク判断を投げかけたこと**になる。  
→自治体の観光政策や地域の観光産業等に不安感があるならば投資家は地方債を**購入しない**



オレンジ郡政府は、観光インフラの建設費を調達するために地方債を発行する。それは**非遡及型融資**であり、**政府は保証しない**。政府は、(1) それら地方債の債務返済 (2) 目的地のマーケティングのみに使用される特別目的税を課す。

# 返済財源が限定的な債務(ノンリコース\*)

\*ノンリコースとは返済原資を特定の資産のみに求める形態である

(注意：アメリカのように返済財源を特定して地方債を発行する方法は、日本では浸透していない)

観光開発税債は郡の特別かつ限定的な債務であり、**公的に定められたファンドのみが引き受ける。**

- 観光開発税債の所持者は、観光開発税債の元本、償還プレミアム（もしあれば）、または利息を支払うために、従価税の課税または他の収益源の使用を**強制する権利を有しない**。
- 信託勘定、信用勘定、償却税、または郡または州の物的財産は、観光開発税債の元本、償還プレミアム（もしあれば）、または利息の支払いには**供託されない**。
- 観光開発税債は、**郡の団体負債を構成するものではなく、公的に定められたファンド以外の郡の財産につき、法的または衡平法上の訴訟、担保または控除を構成してはならない**。観光開発税法と観光開発税法を承認した住民投票に基づき、コンベンションセンターの建設、運営または宣伝費の支払いには、郡の財産または従価税または一般収入を使用することはできません。

**地方自治体が地方債の保証をすることはなく、完全に観光開発税による税金によってのみ債務が返済される**



## 観光開発税債

オレンジ郡は公的ビジネスの目的のために観光開発税の債券を発行しています。郡によって徴収され集められた観光開発税の最初の5セントの一部は、債券に当てられている。郡は観光開発税債の収入を主にコンベンションセンターを建設、取得、または改善するために、二次的にはオーランド市が所有するスポーツ施設の建設と改築に使用している。2016年9月30日現在、7シリーズの観光開発税債が残っています。そのうち2つは、アシュアード・ギャランティ会社または国家公的金融保証会社によって保険にかかっています。2009、2010、2015および2016年の債券は保険にかかっていません。2013年の私募債も、保険対象外です。2016年9月30日現在に未払いの観光開発税債券の概要は次のとおりです。

発行名	未払いの負債額
Tourist Development Tax Refunding Revenue Bonds, Series 2007	\$ 133,700,000
Tourist Development Tax Refunding Revenue Bonds, Series 2007A	126,970,000
Tourist Development Tax Refunding Revenue Bonds, Series 2009	28,465,000
Tourist Development Tax Refunding Revenue Bonds, Series 2010	144,395,000
Tourist Development Tax Refunding Revenue Bond, Series 2013	12,745,000
Tourist Development Tax Refunding Revenue Bonds, Series 2015	154,195,000
Tourist Development Tax Refunding Revenue Bonds, Series 2016	<u>63,025,000</u>
<b>Total</b>	<b>\$ <u>663,495,000</u></b>

Home > Muni Search

Search Filters

- Security Information >
- Trade History >
- Disclosures >
- Expand all Filters >

[Run Search](#) [Clear Search](#)

[Access MyEMMA Saved Searches](#)

Search Name  
  
[Save Search](#)

[Learn More](#)  
Read about EMMA's search capabilities.  
[Read](#)

1948 securities

1948 611  
[View SECURITIES](#) | [ISSUES](#)

Display 10 results Find in results:  [First](#) [Previous](#) [6](#) [7](#) [8](#) [9](#) [10](#) [Next](#) [Last](#)

State	Security Description	Maturity Date	Dated Date	Principal Amount At Issuance (\$)	Interest Rate (%)	Ratings	
						Fitch	S&P
FL	ORANGE CNTY FLA TOURIST DEV TAX REV / RFDG-SER A	10/01/2019	09/15/2003	3,460,000	4.25	AA-	A+
FL	ORANGE CNTY FLA TOURIST DEV TAX REV / RFDG	10/01/2020	06/06/2006	125,000	4.375	AA-	A+
FL	ORANGE CNTY FLA TOURIST DEV TAX REV / RFDG	10/01/2021	06/06/2006	130,000	4.375	AA-	A+
FL	ORANGE CNTY FLA TOURIST DEV TAX REV / RFDG	10/01/2024	06/06/2006	4,685,000	4.5	AA-	A+
FL	ORANGE CNTY FLA TOURIST DEV TAX REV / RFDG	10/01/2026	06/06/2007	16,530,000	4.5	AA-	AA-
FL	ORANGE CNTY FLA TOURIST DEV TAX REV / RFDG	10/01/2027	06/06/2007	19,380,000	4.5	AA-	AA-
FL	ORANGE CNTY FLA TOURIST DEV TAX REV / RFDG	10/01/2030	05/10/2005	14,620,000	4.5	AA-	A+
FL	ORANGE CNTY FLA TOURIST DEV TAX REV / RFDG-FCIC-MBIA RE	10/01/2025	06/06/2007	17,710,000	4.5	AA-	A+
FL	ORANGE CNTY FLA TOURIST DEV TAX REV / RFDG	10/01/2022	06/06/2006	135,000	4.5	AA-	A+
FL	ORANGE CNTY FLA TOURIST DEV TAX REV / RFDG-SER B	10/01/2013	12/01/1998	3,115,000	4.5	AA-	-

Displaying 71 to 80 of 217 results (Filtered from 1,948 total entries)

[First](#) [Previous](#) [6](#) [7](#) [8](#) [9](#) [10](#) [Next](#) [Last](#)

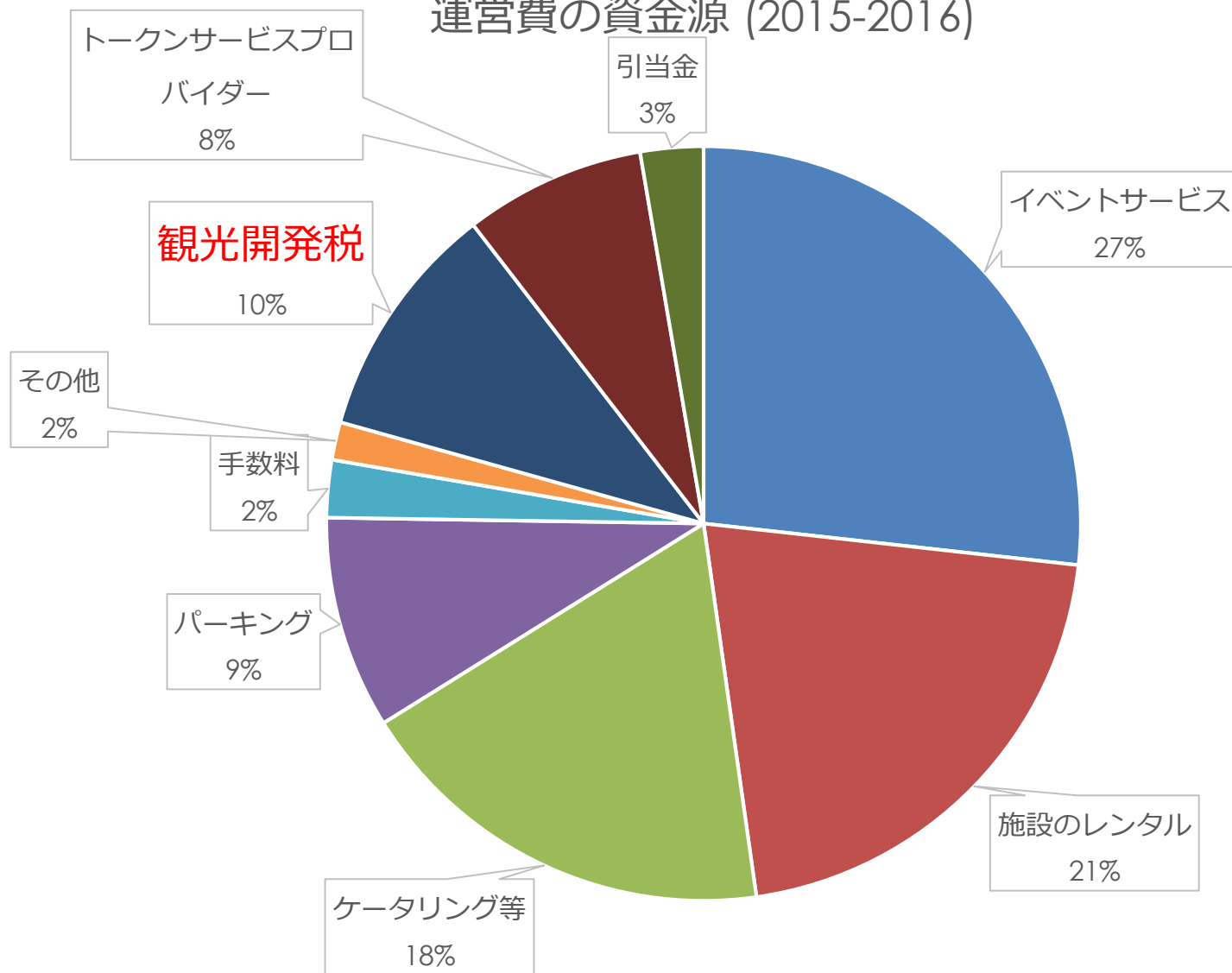


# オレンジ郡：コンベンションセンター運営費

会計年度	営業収益(\$million)	営業費用(\$million)	必要とされる補助金(\$million)
2016	\$59.8	\$68.3	\$8.5
2015	\$59.2	\$70.3	\$11.1
2014	\$48.5	\$64.2	\$15.7
2013	\$55.1	\$62.0	\$6.9
2012	\$49.9	\$58.9	\$9.0

# オレンジ郡：コンベンションセンター運営費

運営費の資金源 (2015-2016)



資料：オレンジ郡コンベンションセンター  
ファイナンシャルレポートより筆者作成

# オレンジ郡：コンベンションセンターまとめ

観光開発税はそもそもコンベンションセンターの建設費を確保するために導入された。

- 観光開発税の制定当初より、コンベンションセンターの**建設費及び運営費**が観光開発税によってまかなわれている。建設費は、**オレンジ郡が地方債**を発行することで資金調達される。
- この地方債は、返済財源が観光開発税収（1<sup>st</sup>～5<sup>th</sup> Cent）に限定され、オレンジ郡による保証がない債務である（ノン・リコース）。
- 年によって変動するが、毎年税収の30～40%がコンベンション関連の地方債の返済、5～10%ほどが運営費に割り当てられている。
- 主な建設費  
1983年：\$54 million（Phase I）  
1989年：\$13 million（Phase II）  
1996年：\$219.5 million（Phase III）、\$198.7 million（Phase IV）  
1998年：\$32.6 million（Phase I 改良）  
2003年：\$748 million（Phase V）
- さらに\$500 million かけ、拡張する予定

# オーランド市：イベント会場など

オーランド市で以下の施設を建設・改築することが2006年に決定された。建設費のおよそ半分が観光開発税収によりまかなわれている（スライドNo.9参照）。

## ① Amway Center（スポーツセンター）

- 2010年に完成
- 観光開発税のうち、6<sup>th</sup> Cent (税収全体の1/6)の半分が割り当てられる
- 観光開発税収からの支援上限：\$270 million

## ② Camping world stadium (スタジアム)のリノベーション\*

- 2014年に終了
- 観光開発税のうち、1<sup>st</sup> ~5<sup>th</sup> Cent (税収全体の5/6) の規定額超過分が割り当てられる
- 観光開発税収からの支援上限：\$167 million

## ③ Dr. Phillips Center for the performing arts (劇場)\*

- Stage1は2014年に完成
- Stage2は2017年に開始(2020年に完成予定)\*\*
- 観光開発税のうち、1<sup>st</sup> ~5<sup>th</sup> Cent (税収全体の5/6) の規定額超過分が割り当てられる
- 観光開発税収からの支援上限：\$163 million

\* 観光開発税収が年4%で成長する場合、2及び3に関する地方債返済は2023/2024年に終了する予定。

\*\*観光開発税収が想定よりも低かったため、建設段階を二段階に分けざるを得なかった。



# オーランド市：オーランドベニュー基金（運営費）

- オーランドベニュー基金はAmway Center（及び駐車場）や Performing arts center等のベニューの運営費のための基金
- チケット販売所（Venues box office）の運営費もここから支出
- 施設の使用料（チケット、サービス、コンセッション販売料の一部）が基金の資金源



# オーランド市：建設費の資金調達方法

2007年に**オレンジ郡とオーランド市で地域間協定**が締結（2012・2013年に改訂）され、以下の事項が決まった：

- ① 2006年にあげた**1%の税率のうち半分**をオーランド市に分配する。これは**Amway Center**の建設費に使われ、**最大\$270million**に達するまで分配が続けられる。
- ② 上記の1%を除いた観光開発税（5%）の**税金の内、規定額＋年間2%の成長率を超えて徴収された税金**をオーランド市に分配する（次スライド参照）。これは**Camping world stadium**のリノベーションと**Dr. Phillips Center for the performing arts**の建設費に使われ、それぞれ**最大\$167million・\$163million**に達するまで分配が続けられる。
- ③ **オーランド市は追加で必要となる資金や運営費に対して責任をもつ。**\*

**オーランド市は建設費を調達するために地方債を発行**（2008年、2014年）。それぞれ、**返済財源を上記の観光開発税金に限定**させている。

\*なお、オーランド市は**Amway Centerの追加改築を行うため、フロリダ州より分配される売上税金を返済財源とした地方債**を2016年に発行している。

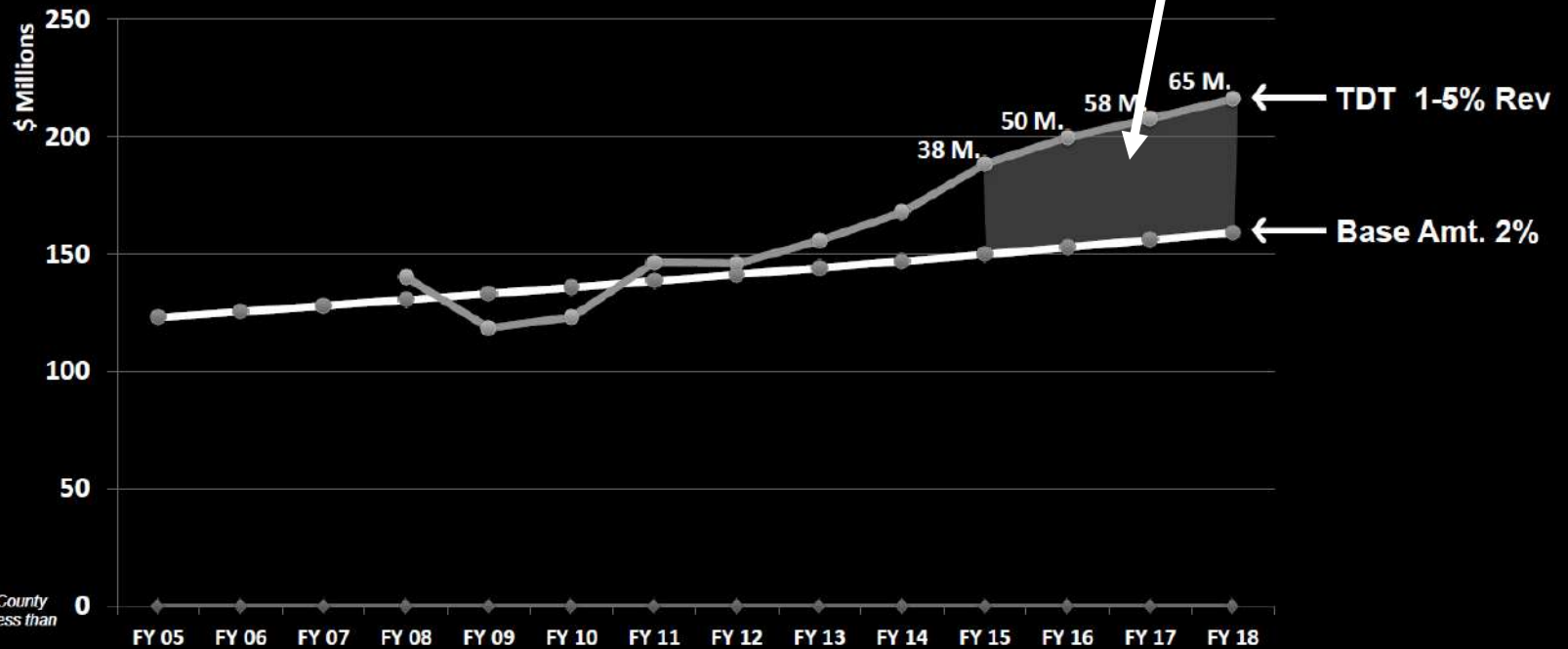
# オーランド市：建設費の資金調達方法（スタジアム、劇場）



## TDT for Venues 1<sup>st</sup> – 5<sup>th</sup> Cent

この部分に該当する税金が、市のベニュー（スタジアム、劇場）のために使用される

### TDT to City (Citrus & DPC)



Orange County (2016) 'Tourist Development Tax Issues and Update' より

# オーランド市：建設費の資金調達元の割合

Amway Center（スポーツセンター）、Camping world stadium（スタジアム）のリノベーション、Dr. Phillips Center for the performing arts（劇場）\*の資金調達元を比較

資金調達元	額 (\$million)	パーセント
観光開発税（オレンジ郡）	\$600	49%
オーランド市/地域再開発機関	\$326.7	27%
寄付	\$206	17%
その他	\$82	7%
<b>合計</b>	<b>\$1,215</b>	<b>100%</b>

Orange County (2016) 'Tourist Development Tax Issues and Update' より

およそ半分ほどが観光開発税収によってまかなわれている。



## 宿泊税とDMO

# DMOの位置づけ

- 通常、DMOは国なり地方自治体の**一般財源**からその年間予算を受け取っている場合が多い。
- その場合、必ずしも観光産業の成長率実績に合わせた予算成長率を確保出来るわけではなく、むしろ国や地方自治体の**全体予算の増減による制約や影響**が高くなる。



その結果、民間企業のように**伸び率の高い成長分野に組織内の限られた資源を集中投資**するという発想で予算を獲得するのが困難になる。

# DMOの位置づけ

- オレンジ郡ではDMOを民間非営利団体として設立しており**資本関係は無く、連結決算の対象にはならない。**
- しかし、DMOの観光地マーケティングの恩恵はオレンジ郡と住民が享受するのであり、**安定的に地元のためになる仕事をしてもらう必要性がある。**

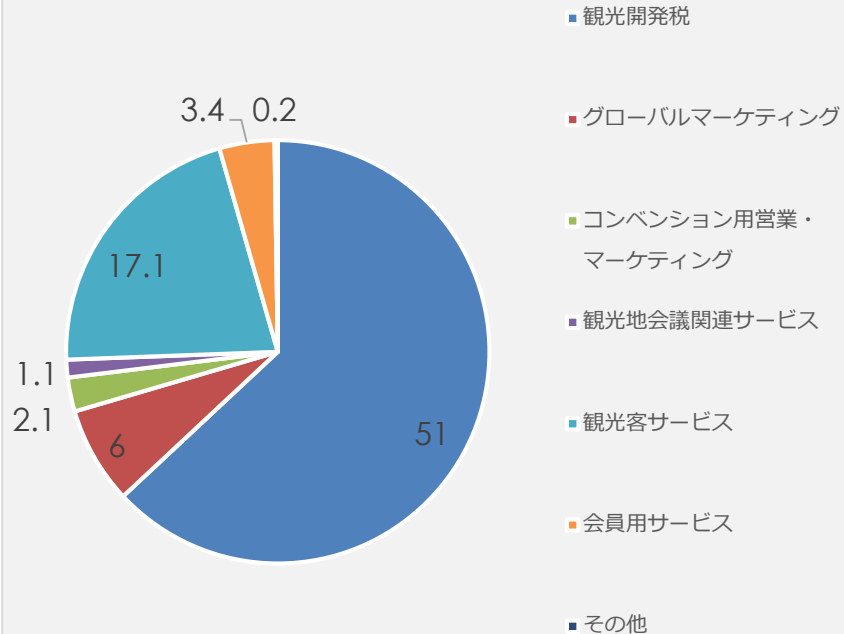


資本関係無しで運命共同体としての規範と期待を構築するために、オレンジ郡はDMOと年間業務委託契約を結び、地域を観光地としてマーケティングしてもらう対価として観光開発税の一部を支払う形態としている。

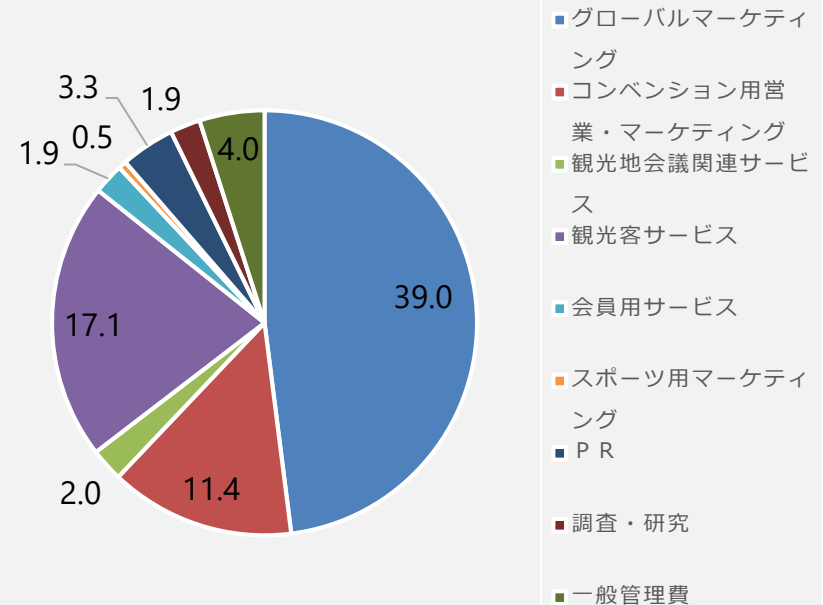
- 政府子会社、関連組織として自らDMOを持って予算をつける場合と比較してリスクは低い。
- 効果性が来訪客数と宿泊料金動向という客観的な指数で計測され、それらの**市場動向指標の方が来年度の予算に影響を及ぼす**ため、成功へのインセンティブが働く組織構造になっている。

# Visit Orlando (オレンジ郡オーランド市DMO) 収支

## 2016年度 収入(\$million)



## 2016年度 支出(\$million)



資料: 「Visit Orlando 財務諸表2016」より筆者作成

# DMOの位置づけ

- Visit Orlando は、米国で最も人気な観光地であるオーランドの公式観光組織です（501（c）6法人\*）。私たちは非営利団体組織で、地方政府及び1,200以上の会員企業と協力しています。

\*501(c)団体は、アメリカで課税を免除される非営利団体。501(c)6はビジネスリーグ、商工会議所、その他の事業者団体( Trade Association )として規定されている。

- セントラルフロリダの観光産業を構成する会員企業とともに、私たちは、年間640億ドルの経済効果をもたらす我が地域の主要産業を代表します。
- さらに、Visit Orlandoはオーランドを観光地としてグローバルにブランド化、マーケティング、販売するためにオレンジ郡と契約しています。また、これらに関する資金配分の情報を自信を持って公開しています。

# DMOの位置づけ

- **私たちのビジョン**

世界で最も訪れられた旅行先になる。

- **私たちのミッション**

Visit Orlandoのミッションは、正の経済効果をもたらすため最高のレジャー、コンベンション、ビジネス観光地として世界的にオーランドをブランド化、マーケティング及び販売をすることです。

- **コミュニティへのコミットメント（地域への約束）**

Visit Orlandoは、地域の問題に取り組む重要なパートナーとして、また活発な観光産業への道筋として、地域で私たちが果たす重要な役割を認識しています。私たちは多くの地元組織と密接に協力し、**地域社会の生活の質を高めています。** Visit Orlandoは、**教育と経済の多様化**から**芸術支援**まで、**オーランドを訪れ、また住むうえで**すばらしい場所にするために重要な役割を果たしています。

- 観光計画を作成する時、観光客が**観光地で一貫した体験**を楽しめるようにするため、**異なる産業部門と組織に通ずるテーマ**を作り出す必要がある。
- **重要**：観光では滑らかで心地よい、かつ**統合的な体験を売っている**。
- そして、なぜ産業として観光を促進するのかということを考える必要がある。

目的税に対するホテル業界の高い当事者意識

→徹底的な使途（予算と実績）の透明化を実施する必要

- 年間報告書
- 財務諸表
- 四半期報告書
- 議事録



Visit Orlandoは今年に入り、その資金の使い道に関して大きく非難を浴びている。

- アメリカ・テニス協会とスポンサーシップ契約を結んでいるが、その契約について公表していない。 **(透明性欠如)**
- DMO役員にFox 35 (テレビ局) の役員がおり、そのテレビ局での宣伝費として\$76,500が支払われた。 **(利益相反)**

民間団体であるため全てを開示する法的義務はないが、税金を使用している以上説明責任は強く求められる  
→ここを怠れば、宿泊業界や住民から非難を浴びる

# DMOの位置づけ

## Orlando/Orange County Convention & Visitors Bureau, Inc. d.b.a. Visit Orlando

### Statements of Financial Position

<i>December 31,</i>	2016	2015
<b>Assets</b>		
<b>Current assets:</b>		
Cash and cash equivalents	\$ 10,385,793	\$ 11,321,972
Investments (Notes 2 and 8)	2,327,152	2,203,856
Accounts receivable:		
Tourist development tax (Note 6)	6,427,154	6,266,513
Trade, net of allowance for doubtful accounts of \$70,000 and \$60,000, respectively	1,997,398	2,098,300
Note receivable, current portion (Note 10)	500,000	-
Inventory	424,674	642,557
Prepaid expenses (Note 3)	2,357,619	2,191,007
<b>Total current assets</b>	<b>24,419,790</b>	<b>24,724,205</b>
Note receivable, long-term portion (Note 10)	500,000	-
Furniture, equipment and improvements, net (Note 4)	3,200,950	4,008,725
<b>Total Assets</b>	<b>\$ 28,120,740</b>	<b>\$ 28,732,930</b>
<b>Liabilities and Net Assets</b>		
<b>Current liabilities:</b>		
Accounts payable and accrued expenses	\$ 7,091,923	\$ 7,333,422
Accrued payroll and related expenses	1,894,124	1,542,991
Membership dues deposits	699,434	772,369
Other deferred revenue and deposits	230,349	324,649
Current portion of deferred rent liability	177,000	154,601
<b>Total current liabilities</b>	<b>10,092,830</b>	<b>10,128,032</b>
Deferred rent liability, less current portion	1,828,154	2,004,011
<b>Unrestricted net assets</b>	<b>16,199,756</b>	<b>16,600,887</b>
<b>Total Liabilities and Net Assets</b>	<b>\$ 28,120,740</b>	<b>\$ 28,732,930</b>

## Orlando/Orange County Convention & Visitors Bureau, Inc. d.b.a. Visit Orlando

### Statements of Activities

Year Ended December 31,	2016	2015
<b>Support, revenues and gains:</b>		
Tourist development tax funding (Note 6)	\$ 51,051,643	\$ 49,270,425
Global marketing	5,972,501	5,987,081
Convention sales and marketing	2,092,372	1,819,304
Destination meeting services	1,055,089	1,162,976
Visitor services	17,059,889	14,538,949
Member services	3,400,199	3,179,412
Investment income (loss) (Note 2)	123,343	(12,971)
Other	51,483	65,258
<b>Total support, revenues and gains</b>	<b>80,806,519</b>	<b>76,010,434</b>
<b>Program expenses:</b>		
Global marketing	38,971,999	37,062,611
Convention sales and marketing	11,447,358	11,443,002
Destination meeting services	2,034,920	2,125,281
Visitor services	17,140,624	14,521,145
Member services	1,891,885	1,514,991
Sports marketing	500,000	500,000
Public relations	3,336,521	3,490,809
Research	1,868,750	1,714,411
<b>Total program expenses</b>	<b>77,192,057</b>	<b>72,372,250</b>
<b>Supporting services:</b>		
Management and general administration	4,015,593	3,941,203
<b>Total expenses</b>	<b>81,207,650</b>	<b>76,313,453</b>
<b>Change in unrestricted net assets</b>	<b>(401,131)</b>	<b>(303,019)</b>
<b>Unrestricted net assets, beginning of year</b>	<b>16,600,887</b>	<b>16,903,906</b>
<b>Unrestricted net assets, end of year</b>	<b>\$ 16,199,756</b>	<b>\$ 16,600,887</b>

# DMOの位置づけ

## Visit Orlando's Executive Management Team

Dedicated to marketing the destination while serving

前職：Disney のSVP



George Aguel  
President & CEO

[george.aguel@visitorlando.com](mailto:george.aguel@visitorlando.com)

Bio (84KB)

前職：Seaworld の部長



Becca Bides  
Vice President of Communications

[becca.bides@visitorlando.com](mailto:becca.bides@visitorlando.com)

Bio (Coming Soon)

前職：ホテルチェーンの営業部長



Elaine Blazys  
Associate Vice President of Travel Inc

[Elaine.Blazys@visitorlando.com](mailto:Elaine.Blazys@visitorlando.com)

Bio (Coming Soon)

前職：IT系のマーケティング部長



Jeff Braswell  
Vice President of Digital Strategy and Marketing

[jeff.braswell@visitorlando.com](mailto:jeff.braswell@visitorlando.com)

Bio (Coming Soon)

前職：会計会社COO



Kristen Darby  
Sr. Vice President of Membership & Support Services

[kristen.darby@visitorlando.com](mailto:kristen.darby@visitorlando.com)

Bio (Coming Soon)

前職：コンサルタント会社



Deborah Hennrichs  
Vice President of Interactive/Print Support Services

[deborah.hennrichs@visitorlando.com](mailto:deborah.hennrichs@visitorlando.com)

Bio (160KB)

前職：公認会計士：事務所



Larry Hennrichs  
Chief Operating Officer/Chief Financial Officer

[larry.hennrichs@visitorlando.com](mailto:larry.hennrichs@visitorlando.com)

Bio (160KB)

前職：MICEマーケティング



Danielle Hollander  
Chief Marketing Officer

[danielle.hollander@visitorlando.com](mailto:danielle.hollander@visitorlando.com)

Bio (112KB)

前職：ホテル総支配人、本部セールス



Stephanie Naegle  
Vice President of Sales Operations

[stephanie.naegle@visitorlando.com](mailto:stephanie.naegle@visitorlando.com)

Bio

前職：ホテル会社本部セールス



Fred Shea  
Senior Vice President of Convention Sales & Services

[fred.shea@visitorlando.com](mailto:fred.shea@visitorlando.com)

Bio (Coming Soon)

前職：人事管理専門会社



Karen Soto  
Vice President of Human Resources

[karen.soto@visitorlando.com](mailto:karen.soto@visitorlando.com)

Bio (84KB)

前職：医薬品会社課長



Sheryl Taylor  
Vice President of Member Business Development

[sheryl.taylor@visitorlando.com](mailto:sheryl.taylor@visitorlando.com)

Bio (88KB)

- ① 人材・人事の独立性
- ② 財務・予算の独立性  
DMO自主財源も確保 (1/3程度)
- ③ 地方自治体とは年間請負契約
- ④ 民間出身者主体 = 予算消化の発想でなく、費用対効果意識・追加投資や撤退の判断が早い
- ⑤ テーマパークやホテル等幹部経験者なため、旅行代理店送客依存でなく、自分で顧客層ニーズを聞いて解決案を提供するマーケティング発想が強い人材が多い。故に女性が多い。

日本版DMOが未定の部分について30年超先行する米国版DMOには多くの詳細が存在

# DMOの位置づけ

Schedule J (Form 990) 2016

## Part II Officers, Directors, Trustees, Key Employees, and Highest Compensated Employees. Use duplicate copies if additional space is needed.

For each individual whose compensation must be reported on Schedule J, report compensation from the organization on row (i) and from related organization instructions, on row (ii). Do not list any individuals that aren't listed on Form 990, Part VII.

**Note:** The sum of columns (B)(i)-(iii) for each listed individual must equal the total amount of Form 990, Part VII, Section A, line 1a, applicable column (D) and (E) individual.

(A) Name and Title		(B) Breakdown of W-2 and/or 1099-MISC compensation			(C) Retirement and other deferred compensation	(D) Nontaxable benefits	(E) Total of columns (B)(i)-(D)
		(i) Base compensation	(ii) Bonus & incentive compensation	(iii) Other reportable compensation			
1 GEORGE AGUEL PRESIDENT & CEO	(i)	419,212.	184,135.	0.	18,550.	9,343.	631,240.
	(ii)	0.	0.	0.			
2 LARRY HENRICH CHIEF OPERATING OFFICER & CFO	(i)	235,706.	53,000.	0.	18,114.	6,308.	313,128.
	(ii)	0.	0.	0.			
3 DANIELLE COURTENAY CHIEF MARKETING OFFICER	(i)	221,835.	42,000.	0.	18,464.	8,621.	290,920.
	(ii)	0.	0.	0.			
4 FRED SHEA SR VP OF CONVENTION SALES & SE	(i)	219,414.	44,000.	0.	17,812.	9,343.	290,569.
	(ii)	0.	0.	0.			
5 SHERYL TAYLOR VP OF MEMBER BUSINESS DEVELOPM	(i)	163,500.	14,000.	0.	12,793.	9,340.	199,633.
	(ii)	0.	0.	0.			
6 STEPHANIE NAEGELE VP OF SALES OPERATIONS	(i)	177,951.	12,000.	0.	12,979.	6,877.	209,807.
	(ii)	0.	0.	0.			
7 SUSAN ZEIRI NATIONAL ACCOUNTS DIRECTOR	(i)	129,859.	33,837.	0.	11,731.	13,160.	188,587.
	(ii)	0.	0.	0.			
8 TERRI DOUGHERTY MEMBER BUSINESS DEVELOPMENT SR	(i)	167,175.	0.	0.	12,210.	12,218.	191,603.
	(ii)	0.	0.	0.			
9 KRISTEN DARBY SR VP OF MEMBER RELATIONS & SU	(i)	150,488.	0.	0.	5,492.	6,546.	162,526.
	(ii)	0.	0.	0.			
10 SANDRA LEE DAUGHERTY ASSOCIATE DIRECTOR OF MEMBER B	(i)	171,806.	0.	0.	10,101.	13,160.	195,067.
	(ii)	0.	0.	0.			

- レベル1

- 行政からの補助金、会費、独自事業（例：物品販売、旅行販売）

- 総予算120万ポンドの半分をガイドツアー販売で獲得  
（例：Visit Cambridge & Beyond）

- レベル2

- 宿泊税の一定比率（一定額）＋レベル1

- 総予算1,000万ドルの8割を宿泊税から獲得  
（例：Daytona Beach Area Convention & Visitors Bureau）

- レベル3

- 分担金（アセスメント）方式による収入＋レベル2

- 総予算\$47.7ミリオンの内、56%を分担金、33%を宿泊税から獲得（例：LA Tourism & Convention Board）



# TID(Tourism Improvement District)

## WHERE WE STAND NOW:



### What's NOT happening in statewide marketing

- ⊗ Printed Vacation Planner
- ⊗ Representation in International Markets
- ⊗ Television, Magazine or Direct Mail Advertising
- ⊗ Alaska Media Roadshow

## WHAT IS A TID?



## DO YOU VALUE STATEWIDE TOURISM MARKETING?

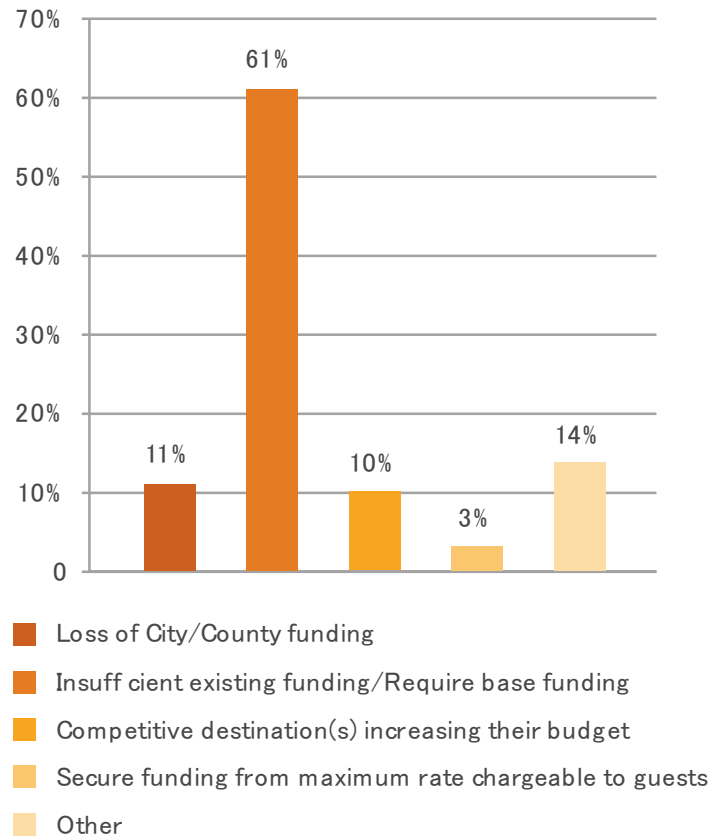


### A TID assessment is NOT a tax. It's an industry self assessment authorized by state law

- + Assesses businesses with revenue coming from travel and tourism
- + Can reach a broad range of industry businesses and sectors
- + Visitor-based, less impact on residents
- + Allows for regional or local TIDs
- + Assessments CAN be passed on to visitors/customers
- + Multi-year effort
- + Effectively promotes Alaska to the world, individual businesses cannot do it alone
- + Industry can vote to stop assessment



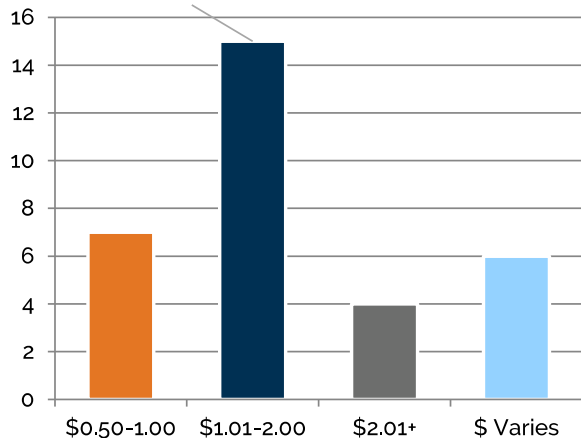
## What was the primary reason your destination formed a Tourism District?



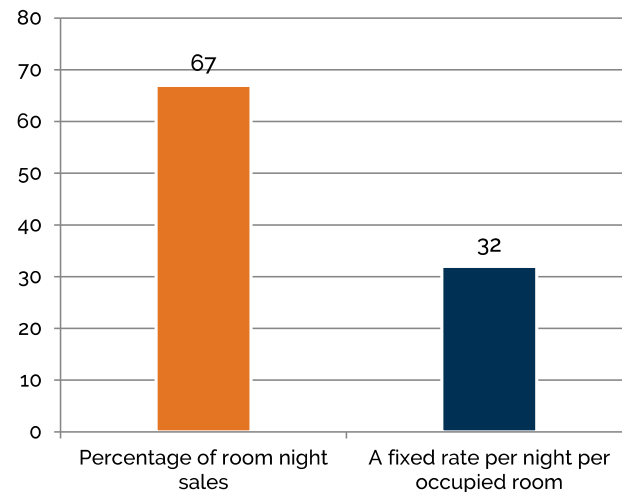
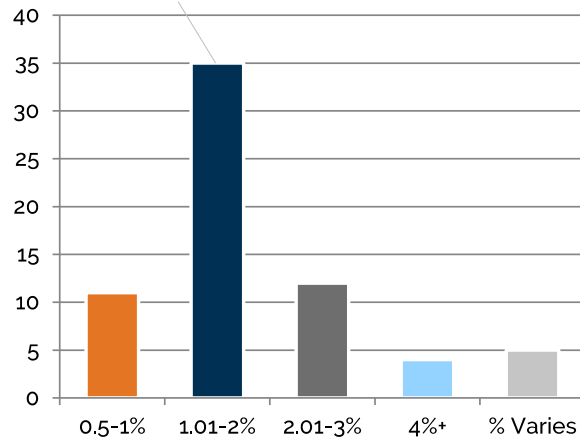


# TIDの予算額推移とアセスメント額

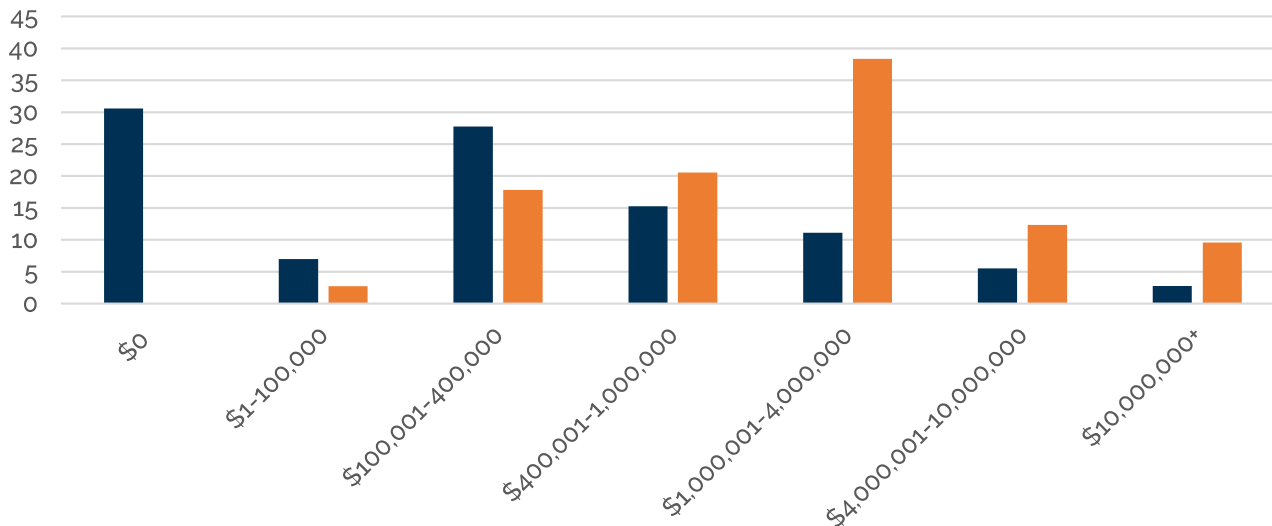
Dollar Amount Per Room



Percentage of room sales



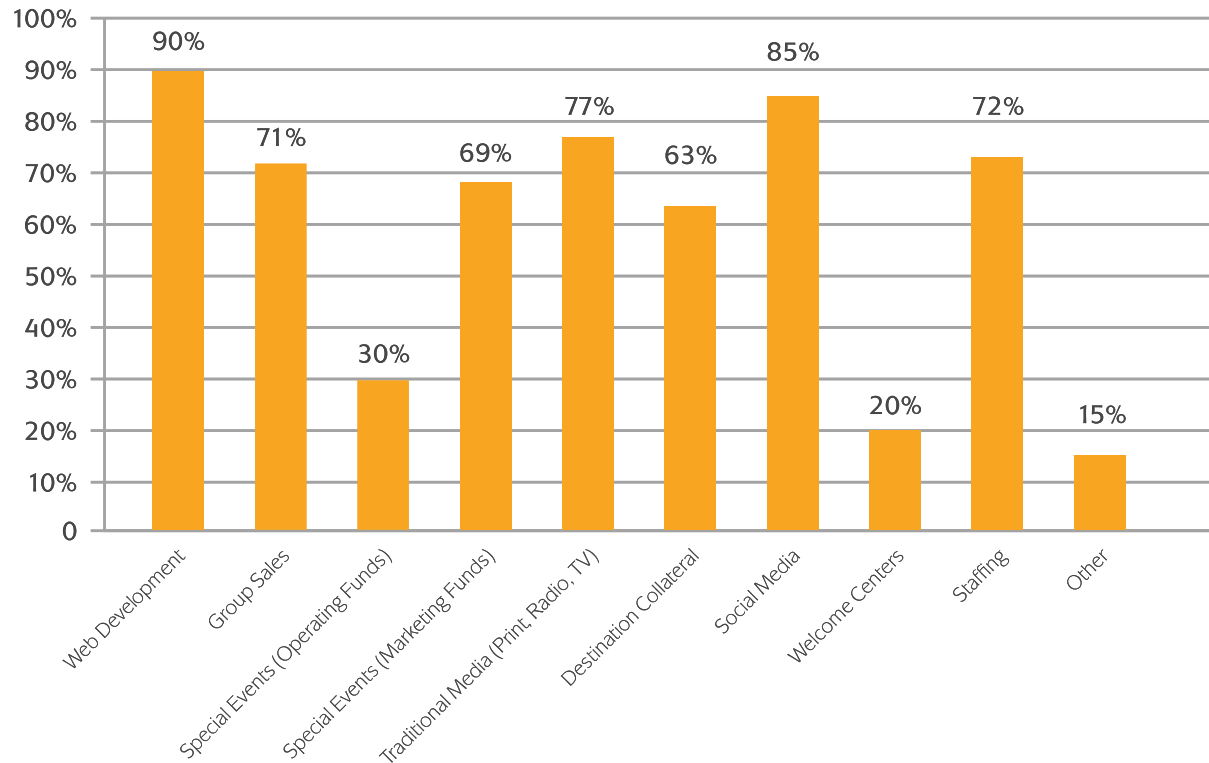
Pre & Post TID Funding



■ Pre-TID ■ Post-TID

# アセスメント財源を得て取り組んだこと

Since the formation of your Tourism District, what areas of tourism promotion have increased in your organization?



## TID(Tourism Improvement District/観光産業改善地区)

その地区の宿泊事業発展のための取り組みに使う、安定的な財源を得る仕組み。宿泊料金に一定の料金を上乗せされることで資金を集める。

### サンフランシスコでは

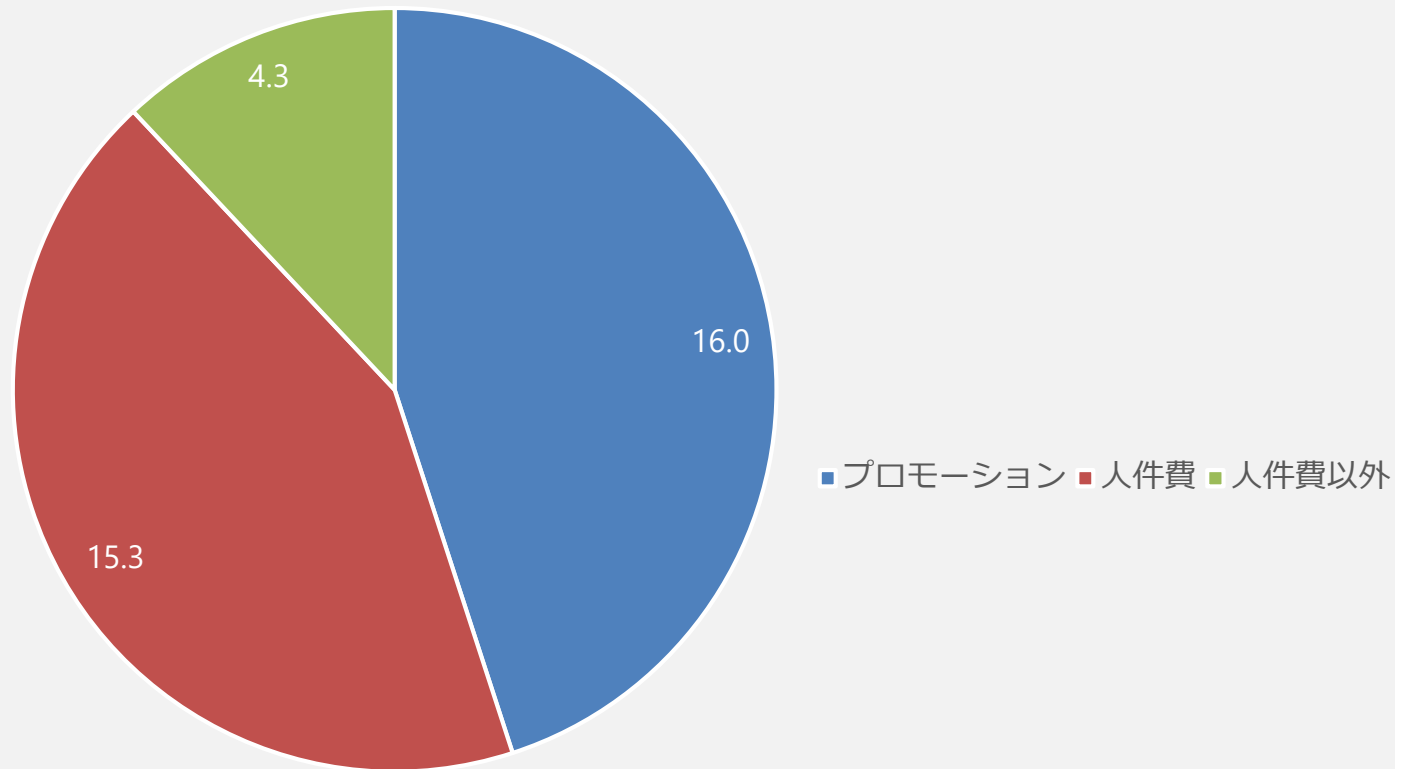
- サンフランシスコ市郡が徴収代行（州法による法整備あり）
- 査定料を支払った団体により設計・管理され、限定利用される。

### サンフランシスコにおけるTID種類

- 観光産業改善地区（Tourism Improvement District）  
サンフランシスコDMO（San Francisco Travel Association）の財源  
賦課徴収料率: 1-1.5% (zone に応じて)
- モスコーニ拡張地区（Moscone Expansion District）  
モスコーニ・コンベンションセンターの拡張費  
賦課徴収料率: 0.3125-1.25% (zone に応じて)

# サンフランシスコ観光協会（サンフランシスコDMO）支出

2016年度 支出予定(\$million)



資料:「サンフランシスコ観光協会 戦略的ビジネスプラン 2016-2017」より筆者作成

## 海外事例から得られる知見

# 観光が産業として納税者の雇用、所得、政府の税収に効果があるという**居住者向けのマーケティング**を普段から地道にする必要がある

→これを怠れば「域外から遊びに来る観光客のためになぜ税金を使うのか。もっと納税者に直接恩恵のあることに使うべきだ」「観光客はマーケティングなどしなくても勝手にくるだろう」等の批判が生じるおそれがある

例) コロラド州にて観光地マーケティングの受益者であるホテル産業などの観光業界は納税者の負担にタダ乗りをしているだけなのではという批判が高まり、1993年に州一般予算からの観光地マーケティングの予算の拠出を廃止する法案が通過した

オレンジ郡の場合は、観光産業、特に**ホテル産業が、季節変動リスクを軽減するためにオレンジ郡に行動を促し、その財源として用途限定の目的税導入へのロビー活動を行った**という経緯がある点に意義がある。

日本で同様の目的税を導入する際：

- 観光インフラ開発・償還と観光地マーケティング向け等と**用途限定**とする
- 恩恵を被るのは季節変動の閑散期に非レジャー客の増加を享受できるホテル等の宿泊産業である点を十分に**業界に理解**してもらう

その結果として宿泊産業が法案に反対しないどころか、むしろ産業界が売上季節変動対策として新規目的税導入を政府に求めて陳情し、それを受けて地方自治体や中央政府で関連法案や税制度を整備していくことが理想である。

セクション4

# 法定外税等の技術的整理



# 地方分権改革：地方分権一括法

第1次から第7次までの地方分権一括法（第2次地方分権改革）は、**地域の自主性及び自立性を高めるための改革**を総合的に推進するため、**国から地方公共団体又は都道府県から市町村への事務・権限の移譲**や、**地方公共団体への義務付け・枠付けの緩和等**を行ったもの

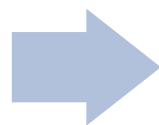
## 第1次地方分権改革

（平成5年～12年）

国と地方の関係が「上下・主従」の関係から「**対等・協力**」の関係に変わる

### 主な結果

- 法定外普通税の許可制が同意を要する協議制に改められる。
- 新たに**法定外目的税**が創設。



## 第2次地方分権改革

（平成18年～）

地方に対する**規制**（義務付け・枠付け）の緩和や、国などの**事務・権限の移譲**（都道府県→市町村、国→都道府県など）を進める

## 公平の原則

様々な状況にある人々が、それぞれの負担能力（担税力）に応じて負担すること。経済力が等々の人に等しい負担を求める「水平的公平」と、経済力のある人により大きな負担を求める「垂直的公平」がある。

## 中立の原則

税制が個人や企業の経済活動における選択を歪めないようにすること。

## 簡素の原則

税制の仕組みをできるだけ簡素にし、理解しやすいものにする。

# 入湯税・法定外税・分担金

	制度設計における制約		
	受益負担関係	想定される負担者	税の3原則 「公平・中立・簡素」
入湯税 (超過)	関係性の 説明が必要	利用者	満足する 必要あり
法定 外税	関係性の 説明が必要	利用者 事業者	満足する 必要あり
分担金	より直接的な 関係性の 説明が必要	地権者 事業者	—

# 入湯税の超過課税

## 入湯税の標準税率：入湯客一人一日について、150円

地方税法

第701条の2

入湯税の税率は、入湯客一人一日について、百五十円を標準とするものとする。

## 超過税率とは：

財政上その他の必要があると認める場合には、標準税率より高い税率（超過税率）を設定することができる

地方税法

第1条

この法律において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

5. 標準税率 地方団体が課税する場合に通常よるべき税率でその財政上その他の必要があると認める場合においては、これによることを要しない税率をいい、総務大臣が地方交付税の額を定める際に基準財政収入額の算定の基礎として用いる税率とする。

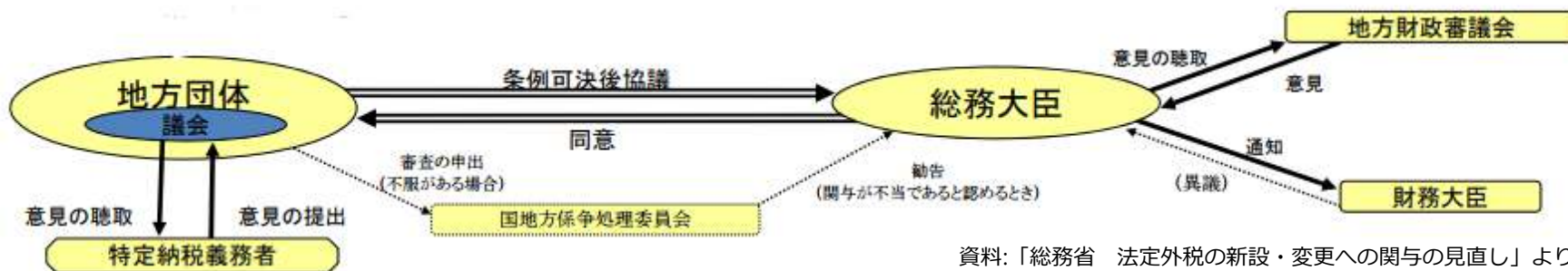
→[嵩上げプロセスはセクション5釧路市事例参照](#)

# 法定外税の新設

地方自治体は地方税法に定める税目（法定税）以外に条例により税目を新設することができる（法定外税）（地方税法第259条、第669条）。

## 法定外税の新設等の手続き（概括）

1. 条例の作成
2. 総務大臣の同意



資料:「総務省 法定外税の新設・変更への関与の見直し」より

# 法定外税の新設 1. 条例の作成（課税要件）

法定外税の条例を作成するにあたり、まず納税義務の成立要件（**課税要件**）を決める。

→①納税義務者、②課税客体、③課税標準、④税率を考える必要あり。

- ① **納税義務者**：法的に納税義務を負う者（課税客体が帰属する者）  
例）東京都の宿泊税では**宿泊者**
- ② **課税客体**：課税の対象となる物・行為または事実  
例）東京都の宿泊税では**宿泊行為**
- ③ **課税標準**：課税客体を金額・価格・数量等で表したものの  
例）東京都の宿泊税では**宿泊数**
- ④ **税率**：課税標準が金額・価格の場合は%で、課税標準が数量の場合は一単位につき一定の金額で示される。  
例）東京都の宿泊税では1人**1泊について**宿泊料金が  
10000以上15000千円未満…**100円**  
15000円以上…**200円**

# 税収シミュレーション

宿泊税導入を考えるにあたり、その設計によって大きく税収が変わることに留意する必要がある。

## 主要な検討事項

### 1. 定額制か料率か？

料率にすると、宿泊施設の価格帯の変化に応じて、自動的に税収が変化する。

### 2. 税率をどうするか？

東京都の設定と京都市の設定で、宿泊税額に最大5倍の差が出る。

### 3. 免税点を設定するか？

東京都・大阪府のように免税点を設定すると多くの民泊施設が対象外になる。

### 4. 課税対象をどうするか？

簡易宿泊施設や民泊は？ 民泊を対象とする場合にはその徴収コストも勘案する必要がある。

	東京都	大阪府	京都市
税率	1人1泊について宿泊料金が • 10千円以上15千円未満…100円 • 15千円以上…200円	1人1泊について宿泊料金が • 10千円以上15千円未満…100円 • 15千円以上20千円未満…200円 • 20千円以上…300円	1人1泊について宿泊料金が • 2万円未満…200円 • 2万円以上5万円未満…500円 • 5万円以上…1000円

# 税率：パーセントによる課税

**税率：**課税標準\*が金額・価格の場合は%で、課税標準が数量の場合は一単位につき一定の金額で示される

\*課税客体を金額・価格・数量等で表したもの

## 宿泊税の場合：

課税標準が宿泊料金→パーセント（1%）

課税標準が宿泊数→一単位につき一定の金額（一泊200円）

つまりパーセントで課税する場合、課税標準は宿泊料金となる。



同じく宿泊料金が課税標準として計算される消費税とバッティングして問題となるのではないか？



# 法定外税の新設 2. 総務大臣の同意

次のいずれかが該当すると認める場合を除き、総務大臣はこれに同意しなければならない。（地方税法第261条、第671条、第733条）

- ① 国税又は他の地方税と課税標準を同じくし、かつ、住民の負担が著しく過重となること
- ② 地方団体間における物の流通に重大な障害を与えること
- ③ 前二号に掲げるものを除くほか、国の経済施策に照らして適当でないこと

## 例) 東京都の宿泊税に関する過去の判断

① 国税又は他の地方税と課税標準を同じくし、かつ、住民の負担が著しく過重となること	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 宿泊税と同様に宿泊行為に関連して課税される既存の税目としては、消費税及び地方消費税(以下「消費税等」という。)があるが、宿泊税と消費税等では課税標準が明らかに異なっている。</li><li>・ また、課税の趣旨、目的等に照らしても実質的に課税標準が同じであるとは考えられない。</li><li>・ 宿泊行為1回につき100円若しくは200円の税負担は宿泊料金の1%程度以下であり、負担が著しく過重とはいえない。</li></ul>
② 地方団体間における物の流通に重大な障害を与えること	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 宿泊客は、物の流通には当たらないことから、2号要件には該当しない。</li></ul>
③ 前二号に掲げるものを除くほか、国の経済施策に照らして適当でないこと	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 宿泊税が影響を与えるような「国の経済施策」は存在しないことから、3号要件には該当しない。</li></ul>

資料:「総務省 法定外税の新設・変更への関与の見直し」より

## 特別徴収とは

納税義務者以外の者に租税を徴収させ、納入させる仕組み  
(イメージとしては源泉徴収の仕組みと同様)

例) 東京都の宿泊税ではホテル等の経営者(特別徴収義務者)が宿泊税を宿泊客(納税義務者)から徴収し納付する仕組みとなっている。

東京都宿泊税条例

第5条

宿泊税の徴収については、特別徴収の方法による。

第6条

1. 宿泊税については、ホテル等の経営者を特別徴収義務者とし、当該ホテル等における宿泊に対する宿泊税を徴収させる。
2. 知事において必要があると認める場合においては、前項の規定にかかわらず、宿泊税の徴収について便宜を有する者を特別徴収義務者に指定し、当該宿泊税を徴収させることができる。

# 特別徴収義務者（海外）

海外ではホテル等にとどまらず、Airbnbなどのエージェントを**特別徴収義務者**に指定し、ホスト（納税義務者）に代わって税金を徴収させる地方自治体も増えてきている。

## 例1）フロリダ州オレンジ郡

宿泊施設の所有者または管理者であるかどうかにかかわらず、**宿泊客から宿泊料金を回収する人は、宿泊客から観光開発税を徴収し、納入する義務がある。**

## 例2）カリフォルニア州サンフランシスコ

ウェブサイト会社がゲストから宿泊費を受け取り、ホストに一部又は全部を引き渡す場合、ウェブサイト会社とホストの双方がオペレーターとして扱われ、宿泊税の回収義務を共同して負う。**ただし資格のあるウェブサイト会社はホストのエージェントとして宿泊税を回収する協定をホストと結ぶことができる。その場合エージェントのみが宿泊税の回収義務を負う（現在、サンフランシスコで資格のあるウェブサイト会社はAirbnb だけ）。**

### （参考）Airbnbによる代理徴収を行っている地域（2017年9月時点）

アメリカ	フランス	その他
39の州 （ただし州内の自治体によって変わる）	50の都市	<ul style="list-style-type: none"><li>ケベック州（カナダ）</li><li>ジェノバ（イタリア）</li><li>メキシコシティ、キンタナ・ロー州（メキシコ）</li><li>アムステルダム（オランダ）</li><li>リスボン（ポルトガル）</li><li>ツーク州（スイス）</li><li>インド</li></ul>



## 分担金：特定事件の経費に充てるため、その受益者から受益の程度で徴収

地方自治法

第224条

普通地方公共団体は、政令で定める場合を除くほか、数人又は普通地方公共団体の一部に対し利益のある事件に関し、その必要な費用に充てるため、当該事件により特に利益を受ける者から、その受益の限度において、分担金を徴収することができる。

## 法定外税との違い

特定の事業の経費に当てるため、**その事業に特別の関係のある者から**その関係に応じて徴収される点で、住民にその能力に応じて一般的に課される法定外税とは異なる。

## そのため分担金として負担を求める場合

- 受益者等の範囲が特定の集団に明確に限定され、
- 受益者等の程度がその集団に属する個々の者ごとにかなり明確に評価しうる  
ことが必要

# 分担金を活用した事例

## 熊本県天草市～市による私的空間の整備～

### 「天草市重要文化的景観整備事業分担金徴収条例」

平成24年に国により「崎津・今富の文化的景観」が重要文化的景観に指定されたのに伴い、所有者の申出・分担金による市の事業としての私的空間の整備に着手。

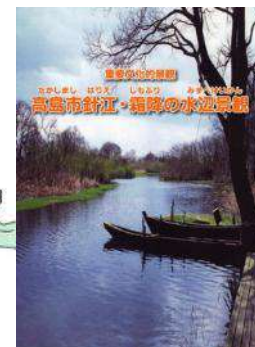
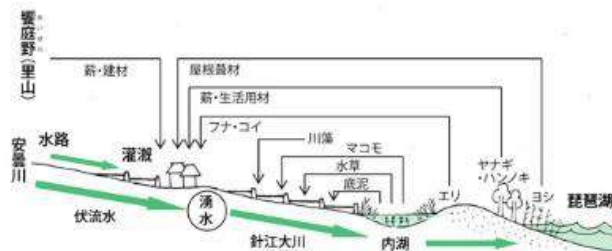
現在、2軒がモデル的に整備され、世界遺産登録に向けて地区全体の機運も高まっている。



## 滋賀県高島市～分担金による水辺の生業空間の整備～

### 「高島市重要文化的景観整備事業受益者分担金徴収条例」

高島市では重要文化的景観に、①海津・西浜・知内の水辺景観（平成20年）、②針江・霜降の水辺景観（平成22年）、③大溝の水辺景観（平成27年）の3ヶ所が選定される。集落、河川、水田、湖をつなぐ水環境システムが特徴である。



## 沖縄県北谷町～分担金による駐車場の維持管理～

### 「北谷町美浜駐車場管理運営事業受益者分担に関する条例」

平成12年に「北谷町美浜駐車場管理運営事業受益者分担に関する条例」を定め、現在、町営駐車場の受益者であるホテル、物販、飲食、ボウリング場、情報産業、ライブハウス、映画館の21社から分担金を賦課し、町営駐車場の維持管理費、駐車場改修・改築に備えた基金充当金にあてている。



# 分担金を活用した事例の詳細

	導入目的	対象経費 事業内容	事業規模	負担割合	分担金を 選択した 理由	合意形成 における 苦勞・工夫 等	合意形成 プロセス 途中の 計画変更	合意形成 に関連す る業務の 委託	総務省 への事 前相談	条例作 成に係 る業務 の委託
天草市重要 文化的景観 整備事業分 担金徴収条 例	重要文化的 景観の構成 要素の復旧 修理、修景 の事業費を 所有者を分 担するため	屋根の葺 き替え、 外壁の張 替え等	6,278千円 (工事費・ 設計管理委 託費)	対象工事 費等の 32.5%を 徴収	重要文化的景観 の修景等に国庫 補助がつくが、 所有者(受益 者)負担も生じ るため、分担金 制度として明確 化した	通常は設計管 理委託を行わ ないので負担 額が増えるこ とへの説明 (景観形成地 区指定の際に は、総会での 説明)	—	—	—	—
高島市重要 文化的景観 整備事業受 益者分担金 徴収条例	重要文化的 景観の構成 要素の復旧 修理、修景 の事業費を 所有者を分 担するため	建物修景、 石垣等景 観整備等	12,000千 円 (H.25) 1,200千円 (H.26)	所有者 1/2 国補助 1/2	重要文化的景観 の修景等に国庫 補助がつくが、 所有者(受益 者)負担も生じ るため、分担金 制度として明確 化した	個別に訪問し て制度を説明 (重要文化的 景観の範囲検 討時には総会、 説明会等実 施)	—	—	—	—
北谷町美浜 駐車場管理 運営事業受 益者分担に 関する条例	駐車場の維 持管理費と 将来の改 修・改築費 用を事業者 等と分担す るため	美浜駐車 場区画線 設置工事 等	7,321千円 (1㎡あた り320円 徴収)	事業者 65% 町負担 35% (駐車場 の利用割 合から算 出)	一般利用者から の直接徴収も検 討したが、駐車 利用率が上がる ことで周辺事業 者の収益が見込 まれるため	駐車場利用者 ではなく、 21社の事業 者が負担す ることで合意形 成	—	—	不明 (資料 なし)	—



# 分担金の合意形成について

分担金について、制度上は負担者の合意を必要としないため、明確な合意形成の必要水準は示されていない。しかし、事後的な訴訟リスクを軽減させるため、全員同意が事実上の要件となっており、合意が必要とされていないこと自体が、かえって制度導入・運営の足枷となっている。

また、海外のBID制度においては、当該制度の導入（強制負担の確保）について、合意形成に必要な手続や水準について明文化されており、フリーライダーの防止（支払意思のない者への強制徴収）の観点から、国内の分担金制度の導入についても、合意形成に必要な手続や水準に係るベンチマークを示す必要があるのではないか

（参考1）開発事業に必要な合意形成の水準について【事務局調べ】

開発種類	施工の種類	合意形成
土地区画 整理事業	個人（関係権利者全員）	全員の同意（100%）
	組合（7人以上の地権者）	地権者の <b>3分の2</b> 以上の同意
市街地 再開発事業	個人（関係権利者全員）	全員の同意（100%）
	組合（5人以上の地権者）	地権者の <b>3分の2</b> 以上の同意
マンション	建替え決議	区分所有者及び議決権の各 <b>5分の4</b> 以上の賛成
	大規模修繕（軽微変更）	区分所有者及び議決権の <b>過半数</b> の賛成
	大規模修繕（重大変更）	区分所有者及び議決権の各 <b>4分の3</b> 以上の賛成
コーポラ ティブ ハウス	—	建設組合員の <b>過半数</b> の賛成

（参考2）海外BID制度の導入に係る合意形成について【事務局調べ】

地域	必要な手続	必要な水準
アメリカ ハワイ州 ホノルル	・BID地区の提案	総固定資産税額の25%相当以上の地権者の同意
	・BID計画の策定 ・公聴会 ・BID委員会の設立	①総固定資産税額の51%以上もしくは ②地権者数の51%以上の反対でBIDの導入が中止
アメリカ ニューヨーク州	・BID地区関係者協議 ・行政による許可取得（市議会、公聴会） ・BID制度の制定	①総固定資産税額の51%以上 もしくは ②地権者数の51%以上の反対でBIDの導入が中止
イギリス	・利害関係者の協議 ・BID委員会の結成 ・BID協定の締結 ・BID提案書の作成 ・BID提案書への投票	賦課金対象者（非居住）の ①財産評価額の半分以上かつ ②過半数（人数）の投票でBID協定が成立

セクション5

# 税等の導入に向けた基本プロセス



# 基本プロセス

法定外税等の種類によって細かな導入プロセスは変わるが、基本的な導入のプロセスは以下の3つとなる。

1. 用途を決める
2. 地域側の宿泊事業者の合意を得る
3. 来訪客の理解を得る

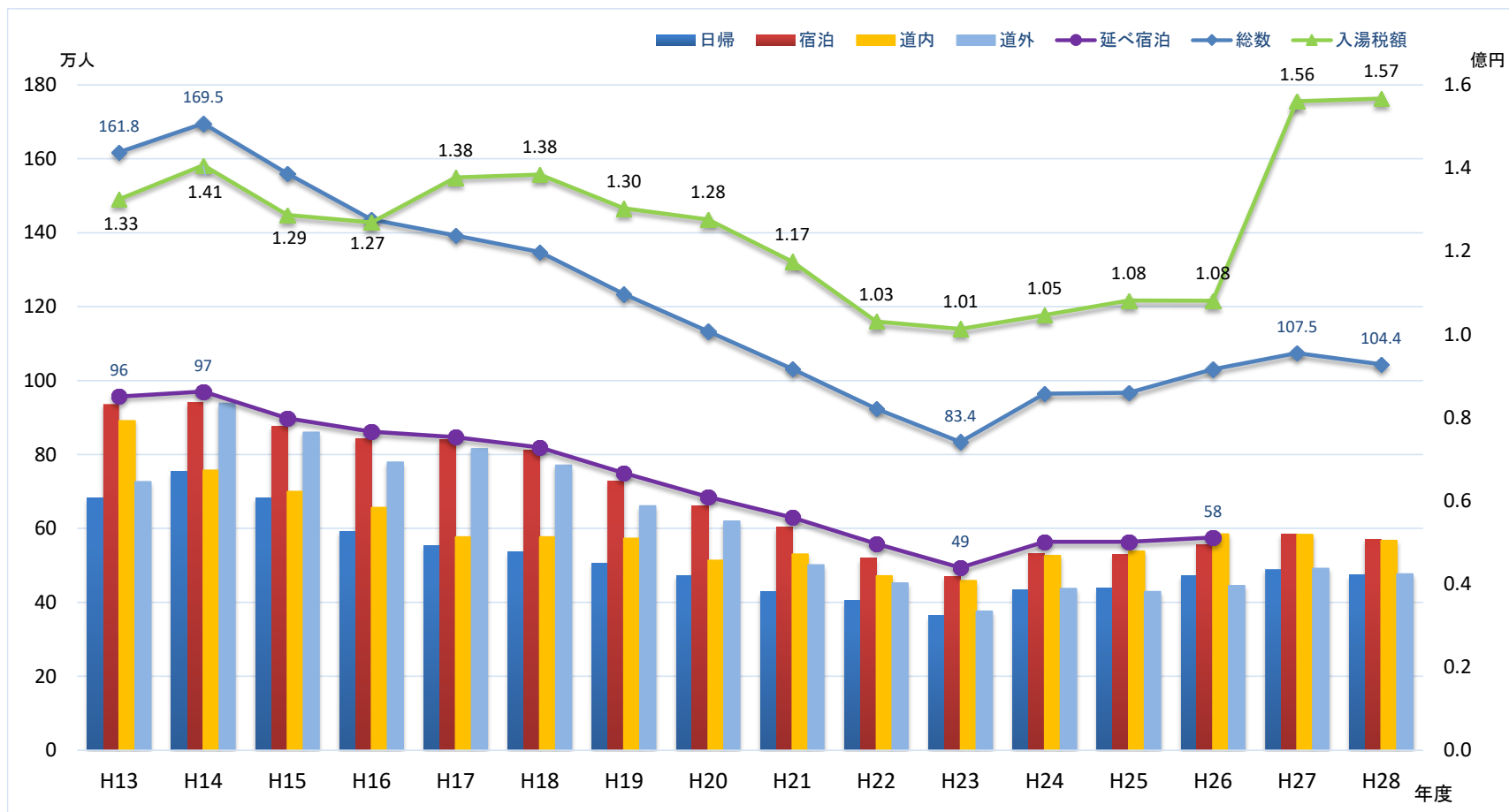
本セクションでは具体例を交えて、法定外税等の導入プロセスを検討していく。

## ケーススタディ：釧路市での入湯税超過課税の取り組み

# 釧路市・阿寒湖温泉／入湯税超過課税の取り組み

## 阿寒湖温泉の状況

### 観光客入込数と入湯税税収額の推移



出典：釧路市

# 入湯税の嵩上げの検討から導入までの経過（1）

## ●スタートは旧阿寒町時代（平成14年5月～11月）

### ○「新しい地方税のあり方研究会」による新税の検討

- ・旧阿寒町職員の若手職員10名で構成。小磯先生が座長
- ・入湯税率の嵩上げ（湖畔再生税）について、町へ提言
- ・**町において入湯税の嵩上げを目指すも、地元全体の合意が得られず実現できなかつた。**

※阿寒湖温泉地区では、「阿寒湖再生2010プラン」を地域の総意で作り上げ、その中で「地域通貨と財源確保の仕組みづくり」がプロジェクトと位置付けられる。

## ●新釧路市誕生（1市2町）（平成17年10月11日）

### ○旧釧路市・旧阿寒町・旧音別町の合併

## ●入湯税の嵩上げ議論の再論（平成25年～平成26年）

### ○平成25年1月 NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構から要望

- ・阿寒湖温泉旅館組合の臨時総会で入湯税の上乗せについて決議
- ・NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構が、「森の駅－阿寒・フォレスト・ガーデン」構想

### ○平成25年6月 **独自財源研究会**の立ち上げ

- ・NPO法人阿寒観光協会まちづくりと公益財団法人日本交通公社の共同研究事業として設置、行政はオブザーバーとして参加。小磯先生がアドバイザー

### ○平成25年9月 第2回 独自財源研究会

- ・阿寒湖温泉地区の宿泊者へのアンケートの中間報告  
※結果は、約7割の方が協力したいという結果、追加金額は151～200円が38.5%で最多

# 入湯税の嵩上げの検討から導入までの経過（2）

## ○平成25年11月 第3回 独自財源研究会

- ・阿寒湖温泉地区の宿泊者へのアンケートの最終結果  
※結果は、**約7割の方が協力したいという結果**に。追加金額は151～200円が30.1%で最多。
- ・入湯税率の嵩上げ要望書案の決定  
※**宿泊料金の区分により、50円、100円、150円の3段階課税**  
※**使途の明確化、概算事業費の明記**

## ●市へ要望書の提出（平成25年11月26日）

## ●行政における入湯税の検討（平成25年12月～平成26年3月）

### ○庁内における検討

- ・企画部門、財政部門、観光部門等による検討組織（税制部会、事業部会）を立ち上げ、制度設計

## ●釧路市税条例の改正案提案（平成26年12月）

### ○改正の内容

- ・**平成27年度から平成36年度までの10年間**、一般の宿泊者1人1泊について入湯税の税率を現行の**150円から250円に引き上げ**
- ・**国際観光ホテル整備法に基づく登録ホテル・旅館以外の宿泊施設**における入湯税については、**奢侈性が比較的低い**ことに鑑み、**150円に低減**

# 阿寒町・新しい地方税のあり方に関する調査研究会報告(2002.11)

## 1 趣旨

平成 13 年度に阿寒湖温泉活性化戦略会議によって策定された「再生プラン2010」においては、阿寒湖温泉再生に向けての準備プランが示されている。しかしながら、それらのプランを具体化するためには、阿寒町の既存の財源だけでは無理があることから、「阿寒町財源を確保する」ために、再生プラン2010においては、「地保の仕組みづくり」を、2002 年度以降着手すべきプロジェクトとして掲げている。この検討を進めるために、平成 14 年 2 月に、阿寒町地方税と地域通貨研究会の準備会が開催され、そこで、新しい地方税については、阿寒町において若手職員を中心にした検討体制を設け、提起がなされた。それを受けて、平成 14 年 5 月 17 日、阿寒町地方税のあり方に関する調査研究会が設置されたものである。

設置の背景には、折りしも平成 12 年 4 月にいわゆる地方分権一括法が施行に伴い、法定外目的税が創設され、全国的に地方自治体が導入していき流れのなかで、これらの動きを受けとめながら、阿寒湖温泉再生プランの提起にどのように対応していくのかということと見えよう。

本調査研究会のメンバーは、阿寒町職員の副主幹から主事クラスまで 10 名により構成された。私が座長を務め、釧路公立大学経済学部教授を副座長として、これまで 6 回の研究会を開催して検討を進めてきた。

本調査研究会は、単に財源不足解消の税源探しを目的とするのではなく、厳しい財政環境の下で阿寒湖温泉再生という目標を達成するために、財源確保の方策として、地方自治体が課税自主権にどのように関与していくのかを探るものであった。税負担を強いるためには、そこには限界が強く求められことになる。それを積み上げていくプロセスは、地方分権下での地方自治体の政策担当者が向き合わなければならない。今回の調査研究会の経験が参加者にとって、その一助になればよかった。

本調査研究に当たっては、新たな地方税が一方的な税負担を強いるのではなく、税負担者に対する地域サービスの提供システムと受益と負担のバランスに配慮した新たな地方税のあり方という視点で検討することが大きな特徴となっている。そのため、地域通貨等による地域サービスの還元システムについては、別途、阿寒湖温泉研究会において、地域通貨の検討を経て、現在「まりも家族手形」

1

## 阿寒町・新しい地方税のあり方に関する 調査研究会報告

平成 14 年 11 月 12 日

新しい地方税のあり方に関する調査研究会座長

釧路公立大学地域経済研究センター長 小磯修二

調査研究会メンバー

釧路公立大学教授、地域経済研究センター長）  
釧路公立大学経済学部講師）

企画財政課）  
建設課）  
企画財政課）  
農業委員会）  
総務課）  
企画財政課）  
教育委員会）  
税務課）  
福祉保健課）  
観光課）

※ 所属は研究会発足時

8

# 釧路市への「入湯税の超過課税に関する要望書」の提出

2013年11月26日、釧路市役所にて、「特定非営利活動法人 阿寒観光協会まちづくり推進機構」と「阿寒湖温泉旅館協同組合」の連名による『入湯税の超過課税に関する要望書』を、蝦名大也釧路市長に提出した。



釧路市長 蝦名大也 様

## 入湯税の超過課税に関する要望書

平成25年11月26日

特定非営利活動法人 阿寒観光協会まちづくり推進機構

阿寒湖温泉旅館組合

独自財源研究会

地域民たちが主体となって策定した『阿寒湖温泉・再生まちづくり』に取り組みできました。2011年度からは、新生計画（ビジョン2020）により、「個性化」、「国際化」、「セプト」に、国際的に適用する質の高い温泉地「自然タサイドリゾート」の実現を目指して、様々な取り組み

依然として厳しい状況ではありますが、近年では、「阿寒湖文化遺産への登録、さらには、貴重なマリモを育む世界自然遺産登録に向けた活動の進展など、国際的しつづつあります。外国人観光客も確実に増加傾向にありわが国を代表する国際観光地として発展すべく、こな対応の必要に迫られています。

阿寒湖温泉の将来をしっかりと見据え、まちづくりに着目期にわたり安定的な財源を確保していくことが大き

おける新たなまちづくり財源として、入湯税の超過課税で、旧阿寒町時代に取組まれた検討記録（『阿寒町・調査研究報告』平成14年11月12日）なども参考にし、国内外の事例研究や阿寒湖温泉来訪者の意識調査を広く検討を公益財団法人日本交通公社の協力を得て実

、私たちは、阿寒湖温泉地域における新たなまちづくり超過課税の導入について、以下の通り要望いたします。

### 活用について

事業の柱としては、『阿寒湖温泉・創生計画（ビジョン）』存した世界に誇るレイクサイドリゾートを実現する

高い魅力ある観光地とする事業

（整備事業、まちなか景観整備事業など）

開及びその周辺地域、さらには阿寒湖と一体となって金と適正な利用を図る事業

阿寒湖温泉の自然とともに生きてきたアイヌの文化、「まりも家族手形」（阿寒湖温泉の宿泊者に、受けられるシールを配布して、地域通貨と同様者に對するおもてなしの取り組みを進めていき

### 考え方

定される事業費、家賃調査の結果、宿泊者の負担150円に加え、更に宿泊料金の区分により、50%増徴の徴収を要望します。

### 財源の管理

新たなまちづくり財源については、既存の入行されるよう、基金方式など特定目的に安定的に扱います。

### 時期

では、平成27年4月より円滑に導入できるように、の際、観光客への周知等の期間も配慮いただく

については、10万円（平成27年度～平成36年度）生計画2020より、「2の事業の柱に合致する」、な財源で措置する必要がある」、「重要性、緊急」、「整備事業」、「まちなか景観整備事業」、「マリ「真国の森整備事業」などの事業に充てることでおおむね7億6千万円と推計しています。のもとで試算すると、徴収は10年間で4億8千

で今後検討してまいります。

途を明確に示していくとともに、納税者であるもてなしのサービス提供により、「気持ち良く丈夫を温泉街全体として行ってまいります。の良かった「まりも家族手形」を復活するととの向上につながる各種施策の充実に努力してい

ご配慮をお願い申し上げます。

平成25年11月26日

特定非営利活動法人  
阿寒観光協会まちづくり推進機構  
理事長 大西 雅之



阿寒湖温泉旅館組合  
組合長 山西 祥治



独自財源研究会 一同



# ● 阿寒湖温泉の今後の取り組みに関するアンケート調査

## ● 調査概要

– **対象**：阿寒湖温泉への来訪者（有効回答数379票）

– **調査目的**：「阿寒湖温泉・創生計画2020」の実現に向け、既存の財源の充当が難しい事業を推進するための新財源について、来訪者の意見を集約するため。

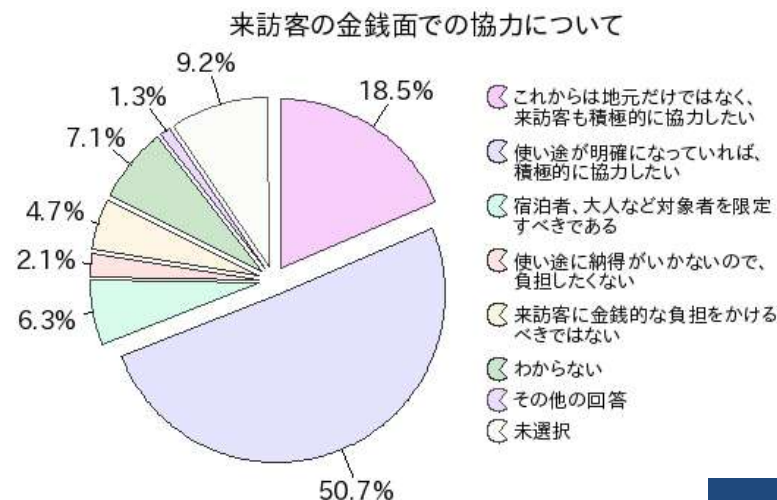
– **期間**：2013年9月7日（土）～11月15日（金）

## ● 調査結果より

### – 来訪客の金銭面での協力について

» 「使い途が明確になっていれば、積極的に協力したい」が50.7%と最も多く、「これからは地元だけではなく、来訪客も積極的に協力したい」が18.5%と続く。

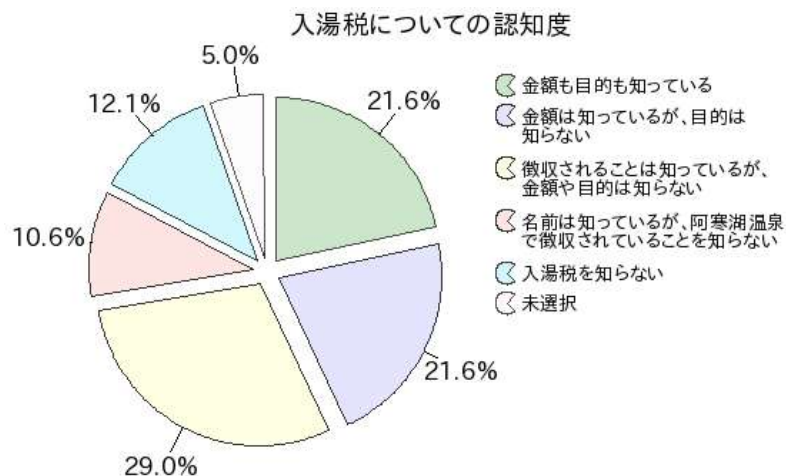
約7割の方が「協力」





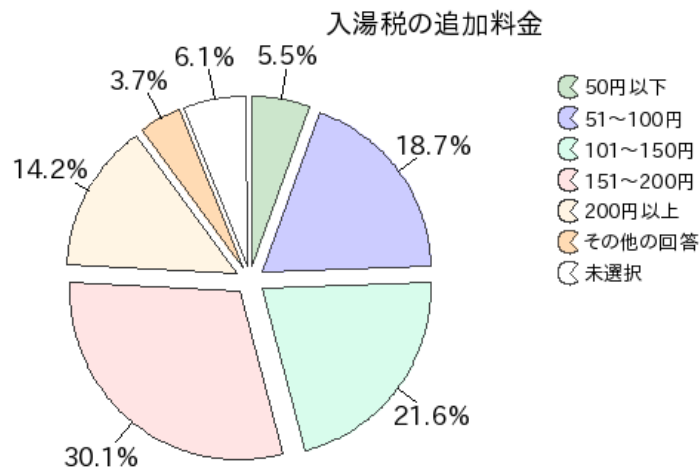
## 入湯税についての認知度

- » 「徴収されることは知っているが、金額や目的は知らない」が29.0%で最も多く、「金額も目的も知っている」と「金額は知っているが、目的は知らない」が21.6%。



## 入湯税の追加料金

- » 「151～200円」が30.1%と最も多く、「101～150円」が21.6%、「51～100円」が18.7%、「200円以上」が14.2%である。



# 導入にあたっての課題（1）

## ●制度的面の課題

### ○入湯税の課税対象となる施設の範囲

- ・ 課税対象は、単純に税率を引き上げると、**釧路市内全域の鉱泉浴場が該当**。
- ・ 鉱泉浴場を有するビジネスホテルと有しないビジネスホテルでは、**負担額に250円の差**。
- ・ 地元からの要望である「**宿泊料金に応じた段階的な引上げ**」が可能かどうか。
- ・ 阿寒湖温泉地区の国際観光地化を目指すまちづくりの財源とするためのものであり、**阿寒湖温泉地区以外のホテル等に課税**されることについて合意がとれるかどうか。

### ○地方税法上の不均一課税の可否

- ・ 地方税法上、「公益による場合」と「受益による場合」のみ不均一課税が認められており、前者は必要に応じて税率を下げるができる趣旨、後者が今回該当することになるが、全国的な事例がない。

## ●入湯税の用途についての課題

### ○地元から要望のあった事業

- ・ 地元から要望があった事業と本来の入湯税の目的との整合性

#### 【地元からの要望事業】

- ① まちなか景観整備
- ② フォレスト・ガーデン構想
- ③ マリモ再生事業
- ④ 身近なエコ運動
- ⑤ エゾムラサキツツジ復元
- ⑥ 異国の森インフラ整備

該当しないの  
ではないか

#### 【入湯税の本来の目的】

- ① 環境衛生施設の整備
- ② 鉱泉源の保護管理施設の整備
- ③ 消防施設その他消火活動に必要な施設の整備
- ④ 観光の振興（観光施設の整備を含む）



# 導入にあたっての課題（2）

## ● 税制面での課題への対応

### ○ 引上げに伴う軽減措置の導入

#### ① 奢侈性の低い宿泊施設における入湯行為

税率引き上げにより、鉱泉浴場を有するビジネスホテル等では、入湯税が課税されないホテル等と比べると、利用客の負担額の差が250円にまで拡大し、経営等を圧迫する恐れ。



**奢侈性の低い宿泊施設における入湯行為に軽減措置、現行税率と同額の150円。**

#### ② 低廉な宿泊に伴う入湯行為

一般の温泉宿泊施設（①に該当しない宿泊施設）における入湯行為であっても、料金が一定額以下の宿泊に伴う入湯行為に軽減措置を設け、税率を200円とする。



上記軽減措置は実施しないこととした。（宿泊料金の一定額の設定基準があいまいである）

### ○ 地方税法上の不均一課税の可否

総務省との協議により、軽減措置とすることにより、不均一課税とはならない。

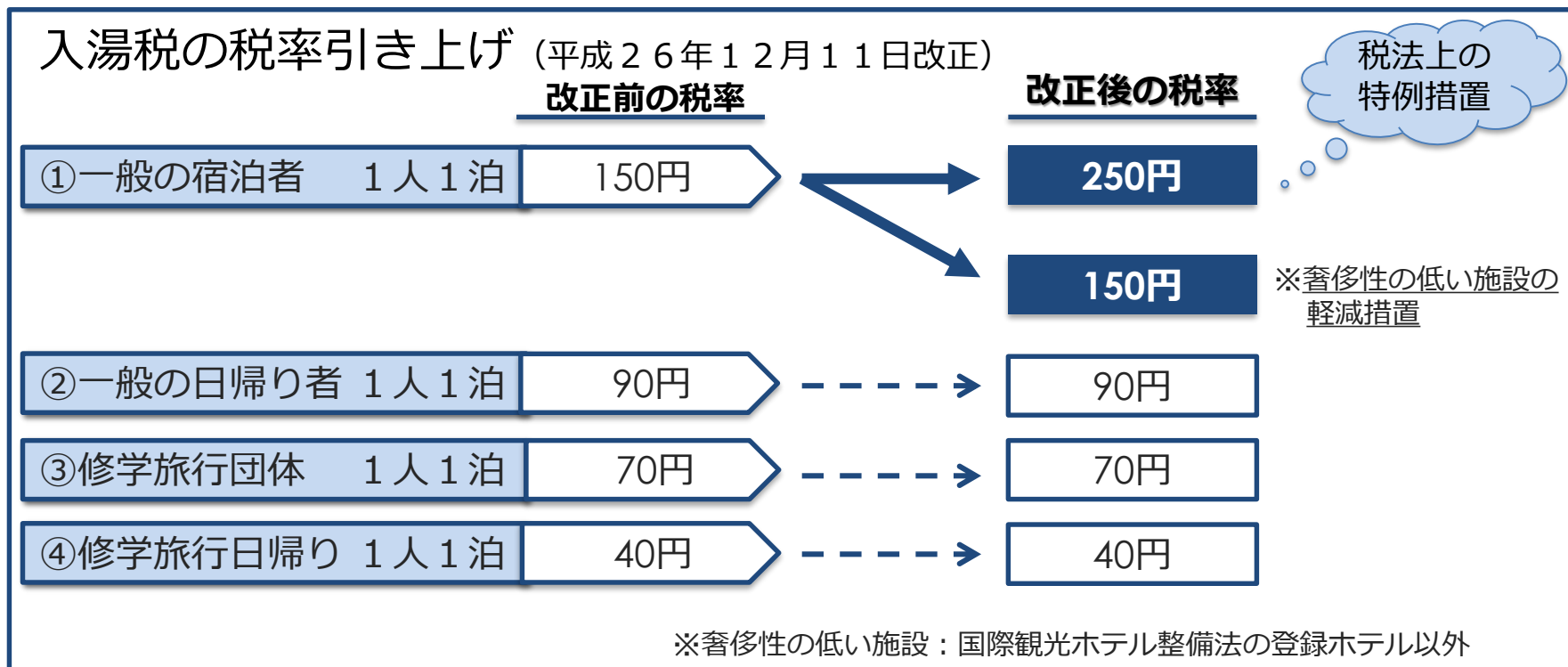
## ● 入湯税の用途面での課題への対応

### ○ 地元関係団体との協議により、10年間の用途を再度調整

地元関係団体により用途とすべき事業の再精査を行っていただき、観光の振興に特化



# 入湯税超過課税の概要



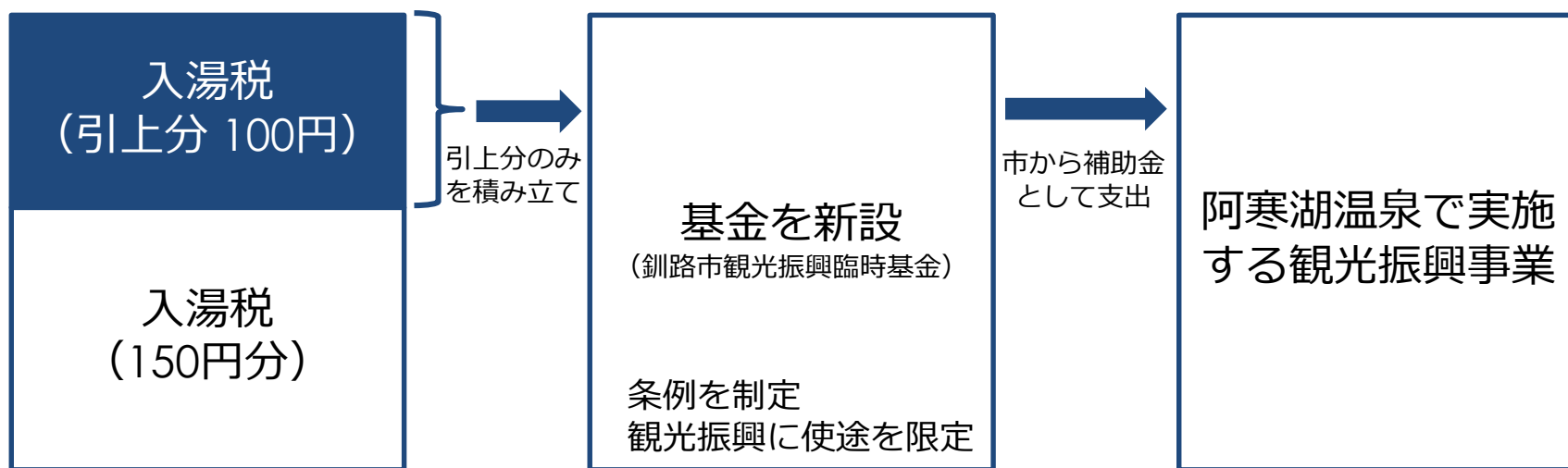
税率引き上げの目的 → 観光振興をさらに推進する事業の財源

引き上げの期間 → 平成27年4月1日～平成37年3月31日 10年間の特例措置

# 入湯税引上げ分の運用方法について

## ●入湯税引上げ分を基金に積み立て

- ・入湯税の引上げ分のみを観光振興の事業にあてるための基金条例を制定
- ・基金化することで、実際に何にどのくらい使ったのかを明確化
- ・地元の事業に対して、市から補助金という形で支出（地元と事業を調整し決定）



### 地元関係団体と市による事業検討会議の設置

- ・地元関係団体と市が用途について協議して決定
- ・事業の検証なども実施

# 入湯税の超過課税とまちづくり

## □ 新財源：観光振興臨時基金を活用した観光振興事業概要

### ● 10年間の引上げ分の使途

場当たりに使うのではなく、長期計画に位置づけられた事業に基金を活用する

#### 引上げ分の税収の見込み

税率引き上げ分の税収見込みは、48,000千円/年額。

#### 1 国際観光地環境整備事業

##### ■ フォレスト・ガーデン（FG）整備事業

阿寒湖温泉玄関口の観光動線の変革・整備  
国際観光地にふさわしい表玄関の整備

##### ● 平成27年度事業

- ① 計画対象地3.2haの測量
- ② FG整備基本構想、基本計画策定
- ③ 阿寒湖温泉地区の駐車場利用実態調査
- ④ FG事業計画及び収支予算作成

##### ■ まちなか活性化事業

- ・ 外客対応「案内板」整備事業
- ・ 外客対応「通信環境」整備事業（Wi-Fiなど）
- ・ 外客対応「散策路」整備事業（遊歩道・登山道）
- ・ まちなかアート導入事業（アイヌアートの活用）
- ・ 景観改善支援事業（空き店舗対策・店舗改装資金支援枠組みづくり等）
- ・ 花いっぱい運動推進事業

#### 2 おもてなし事業

##### ■ 「まりも家族コイン」推進事業

2002～03年に実施した「まりも家族手形」事業を参考にして、名称を「まりも家族コイン」に改め、阿寒湖温泉に宿泊されたお客様1人につき1枚を発行、各協賛店舗や施設で各々が考案する個別のおもてなしサービスと交換できる。コインの裏にQRコードを印刷し、スマートフォンで最新のサービス情報を閲覧できる。

##### ■ 阿寒湖温泉・まりも家族バス 「まりも号」運行事業

2004年～06年に交通社会実験として取り組んだ循環バス事業を参考にして、観光客の交通利便性を図るため、阿寒湖温泉街を中心に一部周辺地域（滝口、スキー場）への運行も含め、毎日無料で運行サービスを提供する。

##### ■ 「おもてなしトイレ」整備事業

商店街と協力しながら長期的な視点に立って観光客の利便性と清潔感向上を目指す。

