

宿泊税の導入に係る基本的な考え方

1 宿泊税導入の必要性

観光のトレンドが変わった！

- 『発地型観光』 ➡ 『着地型観光』
 - ▶ 旅行代理店が”発地（大都市圏）”で旅行商品化・発信 → “着地（地元）”が旅行商品化・発信
 - ▶ 旅行代理店で予約 → インターネットで予約
 - ▶ 団体客中心 → 個人・小グループ中心
 - ▶ 物見遊山 → 女性中心・多様化・深化・体験
 - ▶ 国内観光客オンリー → 外国人観光客の増加
 - ▶ 観光地 → 全国総観光地化

長崎もトレンドに合わせた進化が必要！

- 『昭和の観光都市』 ➡ 『21世紀の交流都市』
 - ▶ 観光客（国内） → 訪問客（国内外、MICE・スポーツ等含む）
 - ▶ 観光事業者のため → まち全体のため
 - ▶ 拠点は観光協会 → 拠点は DMO
 - ▶ サービスは地方都市レベル → サービスは国際都市レベル
 - ▶ 地方の観光都市 → 世界のナガサキ
 - ▶ 都市基盤も全国レベルに（鉄道、港湾、空港など）

『21世紀の交流都市』へとレベルアップさせ、観光まちづくりを発展的に進めていくための財源が必要！

- 宿泊税の導入による安定的かつ持続的な財源確保

2 宿泊税の使途

(1) 基本的な考え方

「21世紀の交流都市」へとレベルアップさせ、観光まちづくりを発展的に進めていくために、安定的かつ持続的な財源確保として宿泊税の導入が必要であり、来訪客の受入環境整備サービス等の質的向上を図ることにより、宿泊客の増加、宿泊税の増収に繋げ、新たなサービスを提供していくという好循環を生み出したい。

その使途については、受益と負担を考慮し、「訪問客への還元」という方針で取り組む。

※ 新規事業、既存事業の拡充、新規事業又は拡充事業の効果的な継続に充当する。

また、既存事業であっても、基本的方針に合致する事業であれば対象とする。

※ 宿泊事業者（特別徴収義務者）には、特別徴収交付金のほか、受入環境整備支援などの対応を行う。

(2) 使途の分類

① 受入環境整備 ② 情報提供・誘致 ③ サービス向上・消費拡大 ④ 資源磨き

(3) 具体的な使途の事例

※赤字表記については主に DMO が担う。

分類	主な取組事例
① 受入環境整備	<ul style="list-style-type: none"> ・ 国内外訪問客のワンストップ案内受入 ・ 公衆無線 LAN 整備 (Wi-Fi 整備等) ・ ユニバーサルツーリズム推進 ・ 宿泊施設等の受入環境水準向上(多言語化等)のための取り組み支援など
② 情報提供・誘致	<ul style="list-style-type: none"> ・ 国内外へのワンストップの観光・MICE に関する情報の提供 ・ 観光・MICE の誘致 ・ MICE 開催に対する補助など
③ サービス向上・消費拡大	<ul style="list-style-type: none"> ・ ナイトタイムエコノミーの推進 ・ 長崎ならではの朝型・夜型の体験コンテンツの造成支援 ・ まち MICE (MICE の開催効果をまち全体に波及させる取組み) の推進など
④ 資源磨き	<ul style="list-style-type: none"> ・ 夜間景観の整備 ・ 歴史的建築物等の整備・改修 (ユニークベニューとして活用等) など
特別徴収交付金	<ul style="list-style-type: none"> ・ 特別徴収義務者 (宿泊事業者) への徴収事務に係る交付金 先行都市の実績を参考に想定した場合、納付額の 2.5% (導入後 5 年間は 3.0%) を交付。

3 DMO の財源としての宿泊税

(1) 基本的な考え方

宿泊税は、上記で示す使途に充当し、そのうち DMO が担う事業分については、結果として DMO の財源となる。

(2) 総務省の見解

- ・ 基準は特にない。
- ・ それぞれの自治体で議論をしてもらい、納税者や特別徴収義務者 (宿泊事業者) の納得を得られる形で整理することが必要。
- ・ DMO の運営費として充当することについては、受益者負担の面から見て、納税者や特別徴収義務者 (宿泊事業者) に対して、「宿泊税を何に使うのか」を明確に説明できるようにすること。