

宿泊税見直し検討に関する報告書(案)

令和7年9月

長崎市観光・MICE 振興審議会

目 次

1	はじめに	3
2	検討の経過	3
3	宿泊税の導入とその後の社会情勢	4
	(1) 宿泊税導入の経緯	
	(2) 宿泊税導入後の社会情勢の変化	
4	宿泊施設の状況	5
5	宿泊税条例の施行の状況	6
	(1) 宿泊税の概要	
	ア 目的	
	イ 納税義務者	
	ウ 徴収方法	
	エ 税率	
	オ 課税免除	
	カ 特別徴収事務報償金	
	(2) 課税状況	
	ア 登録施設数	
	イ 調定額・収入額	
	ウ 税率ごとの宿泊者数の割合	
	(3) 税収の使途	
	ア 基本方針、5つの柱	
	イ 使途の内訳（令和5～7年度）	
6	検討結果	9
	(1) 税収の使途	
	ア 使途の方向性（宿泊税の活用イメージ）	
	イ 住民・事業者への宿泊税の使途の周知	
	(2) 税率体系	
	(3) 使途及び税率	
	(4) 効果の検証	
	(5) 見直し時期	
7	委員	17

- 参考資料1 長崎市宿泊税に関するアンケート調査結果報告書【概要版】
- 参考資料2 令和6年度 長崎市日本人観光動向分析結果報告【抜粋】
- 参考資料3 令和6年度の宿泊税の活用成果とその効果

1 はじめに

長崎市では、都市の魅力を高め、国内外の人々の来訪及び交流を促進するとともに、観光の振興を図る施策に要する費用に充てるための目的税として、令和5年4月に宿泊税を導入し、3年目を迎えている。その根拠となる長崎市宿泊税条例（以下「条例」という。）は、附則第6項に、「市長は、この条例の施行後3年ごとに、この条例の施行の状況、社会経済情勢の変化等を勘案し、宿泊税に係る制度について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずるものとする。」と規定している。

長崎市は、この規定に基づく検討を行うため、令和7年3月に学識経験者及び観光関係団体や商工業関係団体、産業関係団体の代表者により構成する長崎市観光・MICE 振興審議会 小委員会を設置した。

小委員会では、宿泊税を導入している、又は導入予定の他都市の状況、宿泊事業者を対象とした宿泊税に関するアンケート調査結果、日本人観光動向調査の分析結果などを踏まえつつ、税収の使途や税率等について議論を行い、この報告書を取りまとめた。

2 検討の経過

(1) 令和7年7月4日（金） 第1回小委員会

ア 報告事項

- (ア) 小委員会における協議内容（案）
- (イ) 宿泊税施行後の状況
- (ウ) 他都市の導入状況、見直し検討状況
- (エ) 宿泊事業者等アンケート調査結果
- (オ) 県内自治体の検討状況

イ 協議事項

- (ア) 宿泊税の使途について
- (イ) 税率について

(2) 令和7年8月22日（金） 第2回小委員会

ア 報告事項

- (ア) 第1回小委員会の主な意見とその対応について

イ 協議事項

- (ア) 宿泊税の使途及び税率について
- (イ) 効果の検証について
- (ウ) 見直し時期について

(3) 令和7年9月26日（金） 第3回小委員会

ア 報告事項

- (ア) 第2回小委員会の主な意見とその対応について

イ 協議事項

- (ア) 報告書（案）について

3 宿泊税の導入とその後の社会情勢

(1) 宿泊税導入の経緯

長崎市においては、人口減少や高齢化の影響により、生産年齢人口や就業人口の減少に伴う税収減が見込まれる。そのため、市外からの訪問客の誘致等により交流人口を増やし、地域を活性化して経済効果につなげる「交流の産業化」を特定戦略として掲げている。

今後、観光地域づくりを発展的に進め、都市の魅力を高めていくためには、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、効果的な観光関連施策に活用することで、宿泊客の増加、宿泊税の増収から新たなサービス提供に繋げる好循環を生み出したい。

そのため、長崎市において、市内のワーキンググループで宿泊税について検討を行った。その結果、「受益と負担」の観点等から宿泊者に一定の負担（宿泊税）を求めることには合理性があるが、導入の妥当性、具体的な制度設計等について、有識者等による更なる検討が必要であるとの結論に達した。

このため、長崎市は、宿泊税の導入に向け、導入の妥当性、使途、課税要件等について、多様な視点から客観的に評価する必要があることから、令和元年10月に学識経験者、宿泊事業者、観光関係事業者等から構成される長崎市宿泊税検討委員会を設置した。

その後、令和2年3月から7月まで約5か月間の新型コロナウイルス感染症の拡大により検討委員会の中断があったものの、5回の検討委員会での議論を重ねた結果、長崎市は、令和2年9月に検討委員会の検討結果として、宿泊税の導入に関して次のとおり提言を受けた。

<使途>

提言1 宿泊税の使途となる観光振興施策については、「宿泊税の導入に係る基本的な考え方」を踏まえ、次の点に十分留意しつつ、方向性や優先順位を明確にしたうえで取り組む必要がある。

- ① 宿泊税は、「訪問客への還元」という方針に基づき、現在、策定に向けた議論が進んでいる（仮称）長崎市観光・MICE戦略等との整合を図るとともに、観光動向や経済状況等の変化に対応しながら、訪問客の再訪を促すような効果的な施策に充当すること。
- ② 基本的に、新規及び既存事業の拡充を中心に充当することとし、既存事業の財源の振替となることのないようにすること。
- ③ 納税者や関係事業者、市民等に対して使途の内容に関するわかりやすい説明、情報発信をしっかりと行っていくこと及び宿泊税の効果の検証を確実に実施すること。

<課税要件>

提言2 課税要件については、本委員会で示された案について、各項目の要件、考え方ともに一定の妥当性はあると判断されるが、これまでに各委員から出された意見や長崎市の観光を取り巻く状況、関係事業者の意見等も踏まえ、内容を更に精査したうえで決定することを求める。

<導入までの取り組み>

提言3 関係事業者への意見聴取などを十分に行うとともに、納税者となる宿泊者への周知広報に努めるなど、導入への理解を得る努力を続け、長崎市の観光を取り巻く状況を把握したうえで、導入時期も含め、導入についての決定及び制度構築を行うことを求める。

<基金>

提言4 コロナ禍のような不測の事態や、緊急的な実施が長崎市の観光にとって有効であると判断される事業の実施等に対応する財源として宿泊税の一部を活用するための手法として、基金の設置についても前向きに検討されたい。

その後、宿泊事業者との意見交換会や市議会における説明、パブリックコメントでの意見聴取、総務省同意等の手続きを経て、令和5年4月に宿泊税を導入した。

(2) 宿泊税導入後の社会情勢の変化

長崎市は、「100年に一度のまちづくり」が進み、令和4年9月の西九州新幹線やJR長崎駅ビルの新しい商業施設、世界的に有名なホテルの開業、さらに、令和6年10月にはサッカースタジアムやバスケットボール、ライブなどのアリーナ、商業施設などの大型複合施設である長崎スタジアムシティの開業や、国際クルーズ客船入港数増などから令和6年の訪問客数は約654万人、宿泊者数は約234万人と、コロナ禍前の9割程度まで回復してきている。また、観光消費額は、2,131億円と過去最高、旅行単価は物価上昇等により増加傾向にある。さらに、外国人延べ宿泊者数は364,609人泊と過去最高、MICE開催数はコロナ前と同水準に回復してきており、参加者数及び消費額についても過去最高となっている。

このようななか、今後、長崎市における観光まちづくりの推進にあたり、次に掲げる点について課題としてとらえている。

- ・世界、国内の旅行需要の回復により、競争が激化する中で長崎の独自性を活かし「選ばれる都市」になっていく必要がある。
- ・コロナ禍を経て「多様化するニーズ（体験コンテンツ、サステナブルなど）」に対応していく必要がある。
- ・消費額は、増加傾向にあるものの、旅行者数は横ばい又は低下傾向にあるため、引き続き「量より質」重視の戦略が必要である。
- ・旅行者数が伸び悩んでおり、再来訪を促すための「リピーター創出」に係る取り組みや、今後の顧客になる「若年層へのアプローチ」も必要である。
- ・来訪者の「年齢層の変化や旅行形態の変化に対応」した観光コンテンツや周遊ルートの整備などが必要である。
- ・MICEの回復及び拡大はチャンスであり、「地域への波及」や「地元産業との連携」を継続していく必要がある。
- ・「持続可能な観光都市」を目指すため、市民の関心や理解を高め、「観光との共生」を図っていく必要がある。

4 宿泊施設の状況

長崎市観光統計によると、長崎市内の施設数、宿泊者数の状況は次のとおりである。

令和2年以降、西九州新幹線の開業や長崎駅周辺の再整備などの機会をとらえ、施設数は増加傾向にある、また、宿泊者数については、新型コロナウイルス感染症の拡大により令和2年から令和4年まで落ち込んでいたものの、コロナ禍以降、回復傾向にある。

(1) 施設数・客室数・収容数

※各年4月1日時点(R3.R4年は11月1日時点)

区分	H27 (2015)	H28 (2016)	H29 (2017)	H30 (2018)	R1 (2019)	R2 (2020)	R3 (2021)	R4 (2022)	R5 (2023)	R6 (2024)
施設数(軒)	148	149	148	148	156	165	171	177	170	177
客室数(室)	6,612	6,635	6,530	6,519	6,501	6,246	6,189	6,181	7,070	7,295
収容数(人)	14,706	15,024	14,885	14,885	15,053	14,372	14,088	14,138	16,835	17,398

(2) 種類別施設数・客室数・収容数（令和6年4月1日現在）

種類	施設数 (軒)	客室数 (室)	収容数 (人)
旅館・ホテル	110	3,961	11,240
ビジネスホテル	28	2,896	4,861
国民宿舎、YH 保養所、その他	22	324	1,027
民宿	17	114	270
計	177	7,295	17,398

(3) 宿泊者数

区分	H27 (2015)	H28 (2016)	H29 (2017)	H30 (2018)	R1 (2019)	R2 (2020)	R3 (2021)	R4 (2022)	R5 (2023)	R6 (2024)
宿泊者数(人)	2,879,800	2,515,700	2,556,900	2,665,600	2,705,200	1,160,000	1,142,400	1,768,400	旧 2,248,300 新 2,206,000	2,337,924

※「旧」は旧方式。「新」は新方式。

令和6年観光統計から、令和5年度から導入した宿泊税の申告データに係る実績に基づく数値を記載している。

5 宿泊税条例の施行の状況

(1) 宿泊税の概要

ア 目的

都市の魅力を高め、国内外の人々の来訪及び交流を促進するとともに、観光の振興を図る施策に要する費用に充てるため、法定外目的税として宿泊税を導入した。

イ 納税義務者

長崎市内の旅館・ホテル、簡易宿所、住宅宿泊事業に係る施設への宿泊者

ウ 徴収方法

特別徴収（宿泊事業者が宿泊料金と合わせて徴収し、市へ納入）

エ 税率

宿泊者1人1泊あたり次のとおり

宿泊料金	税率
1万円未満	100円
1万円以上2万未満	200円
2万円以上	500円

オ 課税免除

- (ア) 修学旅行等の宿泊を伴う学校行事に参加する児童、生徒並びに引率者
- (イ) 宿泊を伴うスポーツ大会・文化大会に参加する児童、生徒並びに引率者

カ 特別徴収事務報償金

宿泊事業者が特別徴収義務者として宿泊税を徴収することにより、新たな事務や経費負担を課すことになるため、宿泊税の納期内納入額の2.5%を特別徴収事務報償金(上限50万円)として毎年交付する。

(2) 課税状況

ア 登録施設数 (年度末時点 単位：件)

区分	令和5年度 (2023年度)	令和6年度 (2024年度)
旅館・ホテル	94	102
ビジネスホテル	27	27
民宿・ペンション	16	16
国民宿舎・ホステル・ 保養所、その他	69	77
計	206	222

イ 調定額・収入額 (単位：千円)

区分	令和5年度 (2023年度)	令和6年度決算見込 (2024年度)
調定額	297,171	362,433
収入額	297,171	362,433

※調定額は現年度分のみ、収入額は滞納繰越分を含む。

ウ 税率ごとの宿泊者数の割合

区分	令和5年度 (2023年度)	令和6年度 (2024年度)
100円	78.8%	77.3%
200円	18.7%	19.6%
500円	2.5%	3.1%

(3) 税収の使途

ア 基本方針、5つの柱

(ア) 使途の方針：「訪問客への還元」

・ 利便性の向上 ・ 満足度の向上 ・ 再訪意欲の向上 などに寄与する事業に充当

(イ) 使途の分類：「5つの柱」と宿泊税賦課費

分類	内容及び主な取り組み事例
① サービス向上・消費拡大	サービス向上により、訪問客の滞在時間や消費機会が拡大することで満足度の向上に繋げる事業として、主に長崎ならではの朝型・夜型の体験コンテンツの充実に取り組む。
② 情報提供	ICTなどを活用し、訪問客が求める情報を適時提供し満足度の向上に繋げる事業として、主にワンストップの情報提供に取り組む。
③ 受入環境整備	施設等の受入れ環境を整え、訪問客の利便性や満足度の向上に繋がる事業として、「観光案内所運営」や「無線LAN」などの整備に取り組む。
④ 資源磨き	資源の磨き上げや施設の利活用により、訪問客の満足度を向上させる事業として、主に観光施設のライトアップ整備やユニークベニューの利活用支援事業に取り組む。
⑤ 緊急時の対応	基金を積み立て、その基金を国内外の人々の交流を促進し、観光需要の回復及び喚起を図るための事業(観光キャンペーン等)に充当する。
宿泊税賦課費	宿泊税周知に係る広告費や賦課システム等に要する費用及び、宿泊税特別徴収義務者に対する交付金 ※納付額の2.5% (毎年度)

イ 使途の内訳 (令和5～7年度)

4 税収の使途及び活用額 (R5～R7推移)					
宿泊税の活用額 (単位:千円)					
分類	令和5年度 決算額	令和6年度 予算額	令和7年度 予算額	R7-R6 増減	増減の主な内容
① サービス向上・消費 拡大	44,025	51,417	41,597	-9,820	観光地域づくり推進費における商品造成費の減 ・【R7拡】インバウンド誘致広域連携事業におけるPR費の増
② 情報提供	143,929	155,548	172,107	16,559	・世界・日本新三大夜景推進事業におけるPR費の減
③ 受入環境整備	40,077	55,560	64,833	9,273	・【R7新】タッチ決済導入費の増(路面電車) ・【R7新】観光地公衆トイレ改修費の増(R7稲佐山公園、平和公園) ・【R7新】観光資源魅力推進費における案内板改修費の増 ・【R7新】観光地界隈交通誘導対策費におけるオーバースペース対策費の増 ・【R7拡】総合観光案内所運営費における多言語ディスプレイ設置費の増
④ 資源磨き	0	0	23,200	23,200	・【R7新】英国領事館における展示整備費の増
⑤ 緊急時の対応等	50,000	50,000	50,000	-	・観光交流基金積立(緊急時の対応など)
● 宿泊税賦課費	19,140	12,691	15,274	2,583	・宿泊税の周知・賦課に係る経費 ・R5年4月宿泊税導入開始年度周知のための広告費の減 ・会計年度職員報酬の減
合計	297,171	325,216	367,011	41,795	

6 検討結果

(1) 税収の使途

ア 使途の方向性（宿泊税の活用イメージ）

都市の魅力を高め、国内外の人々の来訪・交流を促進し、観光の振興を図るために宿泊税の効果的な活用が重要となる。

長崎市の宿泊税の活用方針は「訪問客への還元」としており、「利便性」「満足度」「再訪意欲」の向上に繋がる事業に充当する。観光商品の造成、PRにより集客を図り、受入環境と資源の整備を行うことを目的に、活用の5つの柱（サービス向上・消費拡大、情報提供、受入環境整備、資源磨き、緊急時の対応）を定めている。

この柱は訪問客の還元という目的に見合ったものであるため、引き続き維持していくことが適当である。

長崎市への訪問客数をコロナ禍以前に早期に回復させることを目指して、導入当初は5つの柱のうち、サービス向上・消費拡大と情報提供に重点的に宿泊税を活用した経過がある。

しかしながら、訪問客、宿泊事業者、市民などが宿泊税の活用の効果を実感できるものが少ないため、受入環境整備や資源磨きなど、今後は目に見えるものに活用していくことを求めたい。

<宿泊税の使途に関する主な意見等>

(ア) 情報発信

- ・ 宿泊税導入時は、コロナ禍でより多くの訪問客を呼び込む必要があったことから、宿泊事業者からは重点的にプロモーションや誘客促進につながる事業への活用を要望した経緯がある。また、情報発信の内容が「長崎市からの公式情報」よりも「身近な人からの情報」の方が効果的という調査結果もあることから、今後は、プロモーションや情報発信の内容について見直しが必要である。

(イ) 受入環境の整備

- ・ 宿泊税は、目に見えて効果が分かる整備に充てるべきである。

（例：トイレ、バリアフリー、雨を回避できる場所の整備）

a 公衆トイレの整備

- ・ まちなかでのトイレ不足により、訪問客（特にインバウンド）が店舗のトイレに殺到し営業に支障をきたしている。
- ・ トイレ整備と観光案内所をセットで運営している自治体もあるため、検討してほしい。

b 公共交通と案内表示の充実

- ・ 路面電車は分かりやすいが、バスは行先が多数あるため、分かりにくい。案内表示や決済方法などバスの利便性改善が必要である。

c インバウンド対応

- ・ 外国人観光客へのマナー・文化の啓発や現金決済のみの場所をステッカー等を活用して周知してほしい。

- ・インバウンド客への有償ガイド「Nagasaki Crew」を活用したマナーの周知も可能ではないか。

(ウ) サービス向上・消費拡大

- ・宿泊者を対象としたクーポンの導入で、観光客に還元しつつ商店街の消費喚起を図る取り組みにも活用してほしい。

(エ) 観光交流基金の運用

- ・基金の積立目標額達成後の用途として、景気が落ち込んでいる時だけでなく、各年度の宿泊税の収入見込額を超える予算措置が必用な時に、その機を逃さず事業を実施できるよう、基金の取り崩し条件を見直してほしい。

イ 住民・事業者への宿泊税の使途の周知

宿泊税は法定外目的税であり、長崎市では訪問客の還元のために活用している。しかしながら、宿泊税の使途を含めた具体的な活用内容が訪問客や宿泊事業者、市民などに十分に伝わっていないため、分かりやすく公表することが不可欠である。

長崎市では、広報紙や市のウェブサイトを通じて宿泊税の使途を公表していたが、説明として不十分であるという声がある。今後は、実際に宿泊税を活用して整備したことが確実に伝わるように積極的な見える化について工夫するとともに、あらゆる機会を捉えた周知・広報に努めることを求めたい。

<宿泊税の周知に関する主な意見等>

- ・宿泊税の使途が不明瞭で、目に見えるものに活用し、それを宿泊者や宿泊事業者、市民にも周知することが必要である。

- ・公衆トイレの整備にステッカーを貼ったり、路面電車電停付近での交通誘導業務において、警備員に宿泊税のワッペンを着けてもらうなど、宿泊税の活用を明示するなど見える化に努めてほしい。

- ・路面電車へのタッチ決済機器導入支援については、宿泊税を活用していることをもっとPRすべきである。

次期戦略の基本方針(案)及び宿泊税の活用イメージ

長崎市の現状と課題（SWOT分析から取り組むべきことの検討）

Strength 強み		Weakness 弱み	
<ul style="list-style-type: none"> ■ 世界遺産・歴史文化・平和都市としての独自性・国際性 ■ 長崎夜景・異国情緒・教会群など唯一無二の観光資源 ■ 独自の歴史、文化が生み出す多様な食のコンテンツ ■ 港まち、コンパクトシティ ■ 出島×長崎、スタジアムシティの存在 	<p>（積極的戦略） 強みを活かしてチャンスを探る KSF</p> <ul style="list-style-type: none"> ・歴史、文化、食等を活かした観光地としての認知度向上 ⇒食やLIFEなどを活かした観光コテラの磨き上げ ・平和学習の場としての地位確立 ⇒広島市等との連携 ・国際MICE都市としての地位確立 ⇒MICE、スタジアムシティとの連携 ・広域観光連携の推進 ⇒西のゴールデンルートアライアンス 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 国内外からのアクセスの不便さ（航空・鉄道） ■ 二次交通利用難易度の高さ（バス、路面電車） ■ バリアフリー化整備不足 ■ 飲食、土産物に対する需要と供給のずれ ■ インバウンド対応力（多言語、キャッシュレス、Wi-Fi等）の不足 ■ 閑散期と繁忙期の観光入込のばらつき 	<p>（改善戦略） 機会によって弱みを克服する KSF</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アクセス利便の整備改善 ⇒交通事業者との連携（MaaSの推進） ・観光地としての快適性を上げる環境整備 ⇒観光案内機能の強化、多言語案内表記、外国語ガイド育成、キャッシュレス決済の拡充 ・事業者連携と稼ぐ力の向上 ⇒事業者ネットワークによる協業促進
Opportunity 機会		Threat 脅威	
<ul style="list-style-type: none"> ■ 長崎空港の国際便やクルーズ船寄港の再開 ■ 西九州新幹線の開業 ■ 高級ホテルの増加 ■ インバウンドを含む訪問客の回復 ■ サステナブルツーリズムへの関心の高まり ■ 長崎を舞台にしたドラマ・アニメの増加 ■ ポストコロナでの地域分散 	<p>（差別化戦略） 強みを活かして脅威を回避する KSF</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高単価で質の高い旅行者の獲得 ⇒サステナブルツーリズム ・地域のファン化によるリピーターの獲得 ⇒観光ストーリーの構築・観光コンテンツの充実 ⇒滞在活用検討 ・シェアツアードの更なる醸成 ⇒観光人材育成 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 人口減少・少子高齢化 ■ 観光産業の人材不足・労働生産性の低さ ■ 観光地間競争の激化 ■ オバーツーリズムの発生 ■ 人件費高による経費増 ■ 大規模な災害や感染症などによる観光需要の急変 ■ 円安や国際情勢の影響による観光需要の不安定化 	<p>（致命傷回避戦略） 最悪の事態を回避する KSF</p> <ul style="list-style-type: none"> ・安全安心、快適な滞在環境の構築 ⇒施設整備、バリアフリー情報の充実、ユニバーサルツーリズムの推進 ・労働環境の改善 ⇒人材育成、待遇改善 ・市民生活と観光の調和 ⇒オーバーツーリズム対策 ・観光危機への対応力の向上 ⇒観光危機管理計画の策定、観光交流基金の準備 ・イベントの収益の改善 ⇒有料イベントの創出 ・観光需要平準化（閑散期需要創造） ⇒食・観光の両付加価値化、訪問客の多様化（ハド等）

※KSF…重要成功要因（key success factor）
 ※KGI…重要目標達成指標（旅行消費額、MICE消費額、訪問客の満足度、事業者の満足度、市民の満足度）

次期戦略の基本方針(案)及び宿泊税の活用イメージ

（仮称）第二次観光・MICE戦略（2026—2030）の方向性(案)

ビジョン
 世界とつながる持続可能な交流都市 長崎
 ——ここにしかない、えらばれる価値を。

目指す交流都市像

- 1 訪問客がより長く、何でも訪れたいくなるまち
- 2 事業者が地域資源を活かし交流で稼ぐまち
- 3 市民が誇りをもって観光まちづくりに関わるまち
- 4 危機や変化に強くなやかに対応するまち

基本方針・基本施策

A 滞在価値の最大化と魅力発信

- A1: 長崎ならではの体験価値の提供
- A2: 市場動向等に対応したマーケティング強化

B 観光・MICE関連産業の持続的成長

- B1: 収益力と競争力の強化
- B2: 地域への波及効果の拡大

C 市民参加と地域愛の醸成

- C1: 観光に関わる市民参画の機会創出
- C2: 観光を通じた地域愛・郷土理解の醸成

D 危機や変化に強くなやかに対応する基盤づくり

- D1: 快適な滞在環境の整備
- D2: 観光危機対応力とレジリエンスの向上

宿泊税の活用方針

(1) 使途の方針:「訪問客への還元」
 ・利便性の向上・満足度の向上・再訪意欲の向上 などに寄与する事業に充当

(2) 使途の分類:下記の「5つの柱」と宿泊税賦課費

- ①サービス向上・消費拡大
 サービス向上により、訪問客の滞在時間や消費機会が拡大することで満足度の向上に繋げる事業として、長崎ならではの朝方・夜型の体験コンテンツの充実や、インバウンド対応として英語ガイドの育成などに取り組む。
- ②情報提供
 ICTなどの活用により、訪問客が求める情報を適時提供し、満足度の向上に繋げる事業として、主にワンストップの情報提供に取り組む。
- ③受入環境整備
 施設等の受入れ環境を整え、訪問客の利便性や満足度の向上に繋がる事業として、観光案内所の運営や、路面電車におけるタッチ決済機器導入への支援、公衆トイレの改修などに取り組む。
- ④資源磨き
 資源の磨き上げや施設の利活用により、訪問客の満足度を向上させる事業として、主に観光施設のライトアップ整備やユニークメニューの利活用支援事業に取り組む。
- ⑤緊急時の対応等
 基金を積み立て、その基金を国内外の人々の交流を促進し、観光需要の回復及び喚起を図るための事業（観光キャンペーン等）に活用する。

※その他…宿泊税賦課費（宿泊税賦課業務に係る費用及び宿泊税特別徴収事務報償金に活用する。）

↑

【宿泊税検討委員会からの提言(抜粋)】

①基本的に、新規及び既存事業の拡充を中心に充当することとし、既存事業の財源の振替となることのないようにすること。
 ②納税者や関係事業者、市民等に対して使途の内容に関するわかりやすい説明、情報発信をしっかりと行っていくこと及び宿泊税の効果の検証を確実に実施すること。

次期戦略の基本方針(案)及び宿泊税の活用イメージ

基本施策	宿泊税の活用例 【】はR7年度事業	宿泊税の使途の分類
A1: 長崎ならではの高付加価値観光コンテンツの開発	<ul style="list-style-type: none"> 多様なインバウンドニーズへの対応支援、英語ガイド育成【観光地域づくり推進費】 伝統文化体験に対応する多言語パンフレット・Web発信支援 和華蘭グルメの磨き上げや食のコンテンツ造成【食・観光高付加価値化事業費】 	① 方向・消拡大 ② 情報提供 ④ 資源磨き
A2: 長期滞在・周遊を促進する環境整備とルート形成	<ul style="list-style-type: none"> サステナブルツーリズムの推進【観光地域づくり推進費】 路面電車におけるタッチ決済機器導入への支援 公衆トイレの改修【公園等維持管理費】 総合観光案内所の運営【総合観光案内所運営費】 	① 方向・消拡大 ③ 受入環境整備 ④ 資源磨き
A3: 夜間・季節・悪天候時対応コンテンツの強化	<ul style="list-style-type: none"> 夜景観光・ナイトマーケット等の実施・継続支援 屋内施設での体験コンテンツ強化(展示演出・多言語対応) 季節イベントの企画費・地域事業者連携支援 	① 方向・消拡大 ④ 資源磨き
B1: 観光・MICE産業の収益力と競争力の強化	<ul style="list-style-type: none"> 事業者ネットワークの活性化事業【観光地域づくり推進費】 DX支援・収益力強化に向けたセミナー実施支援 観光パッケージ造成支援(宿泊・食・交通の連携) 	① 方向・消拡大 ③ 受入環境整備
B2: MICEの地域波及効果の拡大	<ul style="list-style-type: none"> 産業見学や地元体験プログラム開発支援 MICE向け地域食材ケータリングやノベルティの企画支援 MICE参加者市内回遊促進施策【観光地域づくり推進費】 	① 方向・消拡大 ② 情報提供
B3: 観光・MICE分野の人材育成と雇用創出	<ul style="list-style-type: none"> 市民及び市内事業者のおもてなし機運醸成【観光地域づくり推進費】 語学・ホスピタリティ・IT研修への助成 地元教育機関との連携教育プログラム支援 	③ 受入環境整備

次期戦略の基本方針(案)及び宿泊税の活用イメージ

基本施策	宿泊税の活用例 【】はR7年度事業	宿泊税の使途の分類
C1: 観光に関わる市民参画の機会創出	<ul style="list-style-type: none"> 長崎さくら情報発信、ガイド研修【長崎さくら推進費】 市民参加型アイデアコンテスト運営費助成 地域イベントへの観光客誘導広報費支援 	① 方向・消拡大 ② 情報提供 ③ 受入環境整備
C2: 観光を通じた地域愛・郷土理解の醸成	<ul style="list-style-type: none"> 将来の観光産業を支える人材の育成のための、小中学校における「観光教育出前授業」の実施【観光産業人材育成事業費】 地元メディア活用キャンペーン支援 観光まちづくり講座の開催支援 	② 情報提供 ③ 受入環境整備
C3: 観光による地域課題の解決と共生の実現	<ul style="list-style-type: none"> マナー啓発活動支援(ガイドライン作成・掲示等) 空き家・耕作放棄地活用プロジェクト支援 オーバーツーリズム対策警備実施【観光客受入環境整備費】 	② 情報提供 ③ 受入環境整備
D1: 観光危機対応力とレジリエンスの向上	<ul style="list-style-type: none"> 観光BCP作成支援・マニュアル配布 多言語対応・災害対応アプリ導入助成 防災型観光施設モデル事業の助成 	③ 受入環境整備
D2: マーケティングとデジタル活用的高度化	<ul style="list-style-type: none"> 観光データ収集・分析システム導入支援 デジタル広告・OTA等によるプロモーション【観光地域づくり推進費】 観光ワンストップサイトにおける情報提供【観光地域づくり推進費】 	① 方向・消拡大 ② 情報提供
D3: 柔軟な戦略転換と官民連携体制の強化	<ul style="list-style-type: none"> 各市場(国内・インバウンド・MICE)の特性に応じたセールスによる誘致活動【観光地域づくり推進費】 万博を契機とした他都市との連携プロモーション、海外デジタルノマド誘客【観光地域づくり推進費】 長崎市を舞台とした映画、ドラマ等の作品や出演する著名人を活用したPR【観光客誘致推進費】 さしみシティの域外へのPR【さしみシティ推進事業費】 	① 方向・消拡大 ② 情報提供

(2) 税率体系

- ・ 公平性の観点からは定率制が望ましいが、段階的定額制を導入してから約2年間しか経っておらず、今回の見直しでは現状の「段階的定額制」を継続することが望ましい。
- ・ 事業者が徴収しやすいように段階的定額制になっているのは不自然であり、公平性の観点からは定率制が望ましいため、次の宿泊税の見直し検討の際には、あらためて税率について再検討してほしい。

11 税体系の比較			
	定額制	段階的定額制	定率制
内容	宿泊料金の多寡に関わらず、1人1泊あたり一定額の税金を課税する方式	宿泊料金の区分に応じて、異なる定額の税額を課税する方式	宿泊料金に対して一定の割合を課税する方式
事例	福岡県（福岡市、北九州市以外）一律200円	東京都、大阪府、京都市、金沢市、福岡市、北九州市、長崎市 長崎市の場合 100円～500円	俱知安町 1人1泊、1棟1泊、1部屋1泊の宿泊料金の2%
メリット	【簡索性】 仕組みが分かりやすく、税額の計算が容易で、事務負担が最小限ですむ	【分かりやすさと計算の容易性】 定率制に比べて税額が分かりやすく、計算も比較的容易である 【低価格帯への配慮と公平性】 低価格帯への配慮が可能で、高価格帯からはより多く徴収し、一定の公平性を確保できる	【担税力に応じた公平性】 高額な宿泊をする富裕層ほど多く負担し、担税力に応じた公平性が高い 【収収の伸張性】 宿泊料金が高価格化した場合やインフレが進んだ場合、収収の伸びが大きく期待できる
デメリット	【負担の公平性の欠如】 低価格帯の宿泊者には相対的に税負担が重く、高価格帯の宿泊施設が優遇されるため、担税力に応じた公平性に欠ける 【低価格帯宿泊施設への影響】 税の追加が消費者の施設の利用に影響を与え、施設の需要が低下する可能性がある	【免税点設定の複雑性】 免税点や区分の境界線での判断が事務負担となる場合がある 【収収の伸張性】 宿泊料金が低価格化した場合やデフレが進んだ場合、収収の大幅な減の可能性はある	【事務負担の複雑性】 一人一人の宿泊料金の算定に手間がかかるため徴収の事務負担が大きい

(3) 使途及び税率

現在の長崎市における現状と課題をふまえ策定を行っている次期長崎市観光・MICE戦略に掲げる目指す交流都市像や基本方針、基本施策に基づく取組みの方向性については、今後の長崎市の観光まちづくりを推進していくうえでは、大変重要なものであり、これらの財政需要に対応するための、今回の宿泊税の使途及び税率の見直し（案）は妥当である。

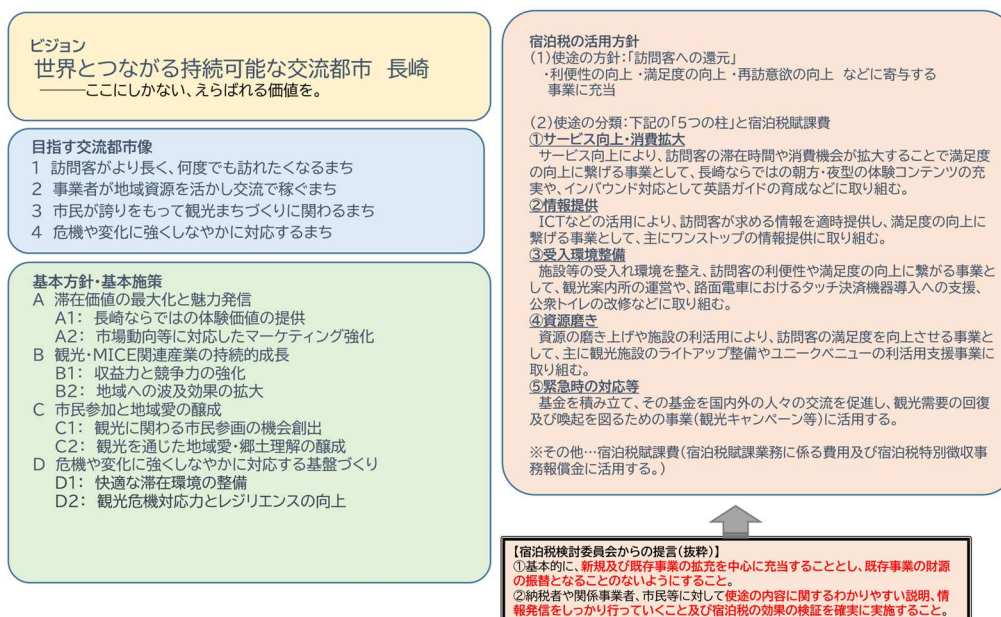
しかしながら、特別徴収事務者である宿泊事業者の税の徴収事務は一定の負担があるため、特別徴収事務報償金の交付率を増やすなどの取組みの検討を求めたい。

＜使途及び税率に関する主な意見等＞

- ・ 宿泊税を活用した主な取組み事例（案）と今後の概算事業費、それをふまえた税込シミュレーションについて、事務局試算の税率見直し（案）については妥当である。
- ・ 特別徴収義務者への報償金の2.5%は低い。なぜなら、大半の宿泊客が宿泊費や宿泊税をキャッシュレスで支払いを行うため、その決済手数料を事業者が負担しているという事実があり、これに対して、事業者の不満がたまっている。それを考えると、もう少し報償金の率をあげてもいいのではないか。他の自治体では、6%にしているところもある。※報償費を6%に設定している常滑市の支出内訳は、「通常の報償費が2.5%」、「宿泊施設的环境整備のための支援金が3.5%（カード決済にかかる事務手数料相当分）」との回答があった。

次期戦略の基本方針(案)及び宿泊税の活用イメージ

〔仮称〕第二次観光・MICE戦略(2026—2030)の方向性(案)



次期戦略の基本方針(案)及び宿泊税の活用イメージ

基本施策	小分類(具体的取組のアイデア)	宿泊税の使途の分類
A1: 長崎ならではの体験価値の提供	・洋館活用、ユニークベニューなど新たな歴史文化遺産の活用 ・長崎固有のストーリー性・テーマ性に富んだ観光コンテンツの磨き上げ	①サービス向上・消費拡大 ②情報提供 ④資源磨き
A2: 市場動向等に対応したマーケティング強化	・観光動向データの収集・分析・可視化 ・ターゲットに対応したプロモーションの展開 ・観光案内機能の強化 ・選ばれるための「ブランディング」の強化	①サービス向上・消費拡大 ③受入環境整備
B1: 収益力と競争力の強化	・観光・MICEサービスの質の向上と高付加価値化 ・DX化・収益力の向上	①サービス向上・消費拡大
B2: 地域への波及効果の拡大	・クルーズ船客等の回遊促進(消費拡大) ・事業者間の連携促進	①サ向・消拡大 ②情報提供
C1: 観光に関わる市民参画の機会創出	・観光イベントや伝統行事への市民の参加促進 ・市民ガイド・サポーターの活動促進	①サ向・消拡大 ②情報提供
C2: 観光を通じた地域愛・郷土理解の醸成	・観光教育、地域学習の拡充 ・長崎観光マスタープランの市民への浸透	②情報提供 ③受入環境整備
D1: 快適な滞在環境の整備	・快適な滞在環境の充実 ・アクセス環境の向上	③受入環境整備
D2: 観光危機対応力とレジリエンスの向上	・観光危機への対応力の向上 ・安定的な財源確保と柔軟な戦略転換	②情報提供

次期戦略の基本方針(案)及び宿泊税の活用イメージ

今後の宿泊税活用(案)		※朱書きは令和9年度以降の新たな取り組み	
	主な取組み事例(案)	今後3年間(R9～R11)	
		総事業額	うち一財 (宿泊税対象事業費)
①サービス向上 ・消費拡大	・ 閑散期における宿泊促進キャンペーン ・観光地域づくりの推進(サステナブルツの推進、インバウンドへの対応支援等) ・ 長崎ランタンフェスティバルのライトアップ延長に係る経費 ・ まちなかの賑わいづくりに係る支援	8.7億円	7.4億円
②情報提供	・観光地域づくりの推進(デジタル広告、ワンストップサイトにおける情報提供など) ・ドラマ等を活用した来崎者の市内周遊促進 ・インバウンド誘致広域連携推進(デジタルノマド誘客等) ・ まちなかのトイレマップ印刷	9.4億円	7.8億円
③受入環境整備	・観光地域づくりの推進(市民及び市内事業者のおもてなし機運醸成等) ・総合観光案内所運営 ・小中学生に向けた観光教育出前授業 ・ 超低床式路面電車導入補助 ・ 宿泊施設の改修補助 ・ 公衆トイレ改修(様式化、暖房便座への改修) ・ まちなかトイレの新設補助	18億円	4.8億円
④資源磨き	・各種文化財整備事業の推進など ・稲佐山電波塔、民間施設ライトアップの運営 ・ 東山手・南山手の洋館活用事業 ・ライトアップ費用の省エネ化	16.2億円	3.4億円
●宿泊税賦課費	・宿泊税賦課業務に係る費用及び宿泊税特別徴収事務報償金	0.6億円	0.6億円
●基金積立	・緊急時の対応等	1.5億円	1.5億円
3年間合計額 (年間平均)		53.9億円 (17.9億円)	25.1億円 (8.4億円)

※現在の税率の場合税収見込み額約3.6億円、上記の8.4億円との差額8億円を賄うための税率見直し検討を行う
※事業費については、試算上の数字であるため、今後、予算編成時に精査を行っていくものとする

税率シミュレーション

現状	5,000円未満	5,000円～10,000円	10,000円～20,000円	20,000円以上
	100円	100円	200円	500円
	↓ 据置き	↓ +200円	↓ +100円	↓ 据置き
改定後	5,000円未満	5,000円～10,000円	10,000円～20,000円	20,000円以上
	100円	300円	300円	500円

※令和9年度歳入予定額 改定前:393,743,400円
改定後:847,965,900円(454,222,500円の増)

(4) 効果の検証

宿泊税活用の効果測定には実績などの数値だけでなく、利用者の声も重要となる。そのため、定量評価と定性評価の両方から分析していく必要があるが、現在の効果測定は定量での評価が多く見られた。今後は定性的な評価も組み合わせながら検証し、宿泊税の効果が分かりやすく説明できるよう求めたい。

<効果の検証に関する主な意見等>

※【参考資料3 令和6年度の宿泊税の活用成果とその効果】を参照

- ・各事業の実績については、定量的なものと同定性的な部分の両方を記載してほしい。
例えば、市公式観光サイト「travelnagasaki」や長崎さるくのホームページのページビュー数だけでなく、観光客や参加者の感想など生の声も記載してもいいのではないかと。
- ・有償ガイドの増えた数だけでなく、どれだけ稼働したのかの実績も重要である。
- ・宿泊税を活用した取組みの成果が事業者や市民に伝わっていない。地元で話題に上がってこないと感じるため、事業者とともに、宿泊税を活用した目玉事業に取り組んでもらいたい。
- ・宿泊税から得られた宿泊者のデータが施策に十分に活かされていない。

(5) 見直し時期

- ・現在の制度に引き続き、社会経済情勢の変化等を勘案し、見直し時期は3年が望ましい。

<効果の検証に関する主な意見等>

- ・コロナなど、何があるかわからない社会情勢で、5年は長い。税率体系の再検討の必要もあるため、短いスパンで見直し検討を行った方がよい。

7 委員

座長	高橋 一夫	近畿大学経営学部教授
	糸屋 悦子	長崎商工会議所女性会会長
	田中 雅資	一般社団法人 長崎国際観光コンベンション協会理事長
	陳 優継	長崎 MICE 誘致推進協議会監事
	塚島 宏明	長崎県旅館ホテル生活衛生協同組合専務理事