

令和5年度 産業建設委員会 行政視察報告書

委員長	渡辺	甚一
副委員長	西本	泰輝
委員	丸山	純平
	中村	匠郎
	片野	晶子
	中箴	博之
	松山	篤夫
	水門	義昭

1. 視察期間

令和6年1月25日（木）

2. 視察先

静岡県熱海市

3. 視察項目

宿泊税の導入について



4. 視察内容

古くからの温泉街で、国内外の観光客でにぎわう静岡県熱海市では、観光振興を目的に市内の宿泊者に独自で課税する宿泊税を導入するための条例案を市長公約に掲げ、以前より検討を進められてきた。市内の主な旅館・ホテル団体との対話も重ねる中で、2月市議会に議案が提出されると発表され、可決された場合は2025年4月から県内で初めて導入する方針を示している。

宿泊税は東京都、大阪府、京都市など全国で9自治体がすでに導入している。熱海市での導入を予定する宿泊税は、宿泊者1人あたり1泊ごとに200円。宿泊施設の経営者らが徴収し、12歳未満の宿泊者は除外される。コロナ禍前の市内の年間宿泊客数は約300万人であり、宿泊税を徴収する場合、約6～7億円の歳入になると想定されている。宿泊税の使用用途は「持続的な観光振興を図る施策に要する費用に充てる」。熱海市は観光団体幹部や市職員らでつくり、2025年度に設立予定のDMO（観光地域づくり法人）に徴収事務を委ね、観光施策の企画立案や実施も任せる方針である。

宿泊税導入の背景として熱海市では、人口減少と高齢化が加速する一方で、社会保障費の増額が見込まれる中で、今後投資的経費を十分に確保することが困難な見通しとある。事実として、熱海市の人口は直近の約30年間で約3割減少し、高齢化率は県内1位の48.5%を記録している。今後も安定的な観光目的財源を確保するためにも、宿泊税の導入は効果的な手段の一つとして検討されている。

熱海市が観光政策に支出している既存経費として、各地区の旅館組合・観光協会等の観光関連団体の活動や事業者支援など、地域の魅力向上・活性化に係る固定経費（①）として年間約3.5億円、宿泊客・消費額の増加につなげる経費（②）として年間約1.4億円を支出している。加えて、今後の観光政策に必要であると考えた経費（③）を年間約5.9億円+ α と試算しており、①・②・③を合わせた観光政策に係る全体の経費として約10億円を想定している。このうち、宿泊税で約7億円、その他の約3.5億円を入湯税含む一般財源から充当することを考えており、宿泊税で充当する約7億円を、熱海市の年間宿泊数である約300万人で割った200円を宿泊税の税率の検討材料としている。

熱海市が検討している宿泊税の制度設計概要は下記である。

- ・課税客体：熱海市内に所在する宿泊施設への宿泊行為
- ・課税標準：宿泊施設への宿泊数
- ・納税義務者：宿泊施設への宿泊者
- ・徴収方法：特別徴収（特別徴収義務者が宿泊者から宿泊税を徴収し、納入する）
- ・特別徴収義務者：旅館業法の規定による許可を受けた者又は住宅宿泊事業法に規定する宿泊事業者
- ・申告期限：毎月末日までに前月の初日から末日までの間の分を申告納入
- ・税額（税率）：1人一泊につき200円
- ・免税点：免税点は設けない
- ・課税免除：年齢12歳未満の者。学校が主催する修学旅行・学校行事に参加する児童、生徒等
- ・課税期間（見直し期間）：原則5年ごとに見直す。 ※施行後問題が生じればその時点で検討

また、熱海市は日本で唯一、別荘等所有税を徴収している自治体である。これは、熱海市内に不動産を所有しながら市内に住民登録がない所有者等に対し、固定資産税に加えて別荘税を課している。税率は延べ床面積1平方メートルにつき年額650円。こうした法定外目的税をすでに実施している実績も有している。



熱海市議会議場にて

令5年度 産業建設委員会 行政視察報告書

1. 視察期間

令和6年1月26日（金）

2. 視察先

静岡県熱海市

3. 視察項目

ロケサポートについて



4. 視察内容

(1) ロケサポートサービス開始までの背景

昭和40年代から国のバブル経済と共に団体旅行の観光需要に恵まれた熱海市は、首都圏近郊に位置する温泉地として栄えていたが、最盛期に年間530万人に上る宿泊者数も2011年には246万人に落ち込んでいた。

現熱海市役所観光経済課「ADさん、いらっしやい！」担当の山田氏は入庁以来、観光誘客キャンペーン等、プッシュ型のプロモーション活動を行っていたが、観光客数の微減傾向を止めることはできなかった。従来のイベント・プッシュ型プロモーションに依存しない、低迷した熱海市のブランドの立て直しが必要であると考えた山田氏は、当市が本来もつ特性を「意外性」・「想像以上」をキーワードにメディアを通じ発信してもらう体制を構築するため、平成24年度から行政職員が24時間体制でロケ対応を行う「ADさん、いらっしやい！」を立ち上げる。

他市町村には真似ができないロケ支援サービス、オール熱海での顧客満足度の向上を民間主導で行う体制整備により、平成30年には年間300万人の宿泊客を記録するまでに、観光産業の復活に貢献した。

(2) ADさん、いらっしやい！の特徴

①他市町村の真似はしない

熱海独自の取り組み（行政職員による24時間の対応体制など）がマスコミにも注目してもらえる。一貫した支援体制の構築により、ロケ撮影のリポートが発生するなど、メディアとの信頼関係を重視した体制整備を行なった。

②最小限での支援体制

当該企画は基本的に山田氏のみで行われてきた（体制については後述）。最小限での体制により、コストの低減（人件費、通信機器、公用車のみ）、情報の集約、対応スピードの向上等の利点を活かした対応が可能となった。

③行政と民間の役割分担

行政は広くマスコミを呼び寄せることに徹し、観光地としての高付加価値化は民間に任せた。取材先は基本的にはメディア側に選定させ、特殊な要望に対しては個別

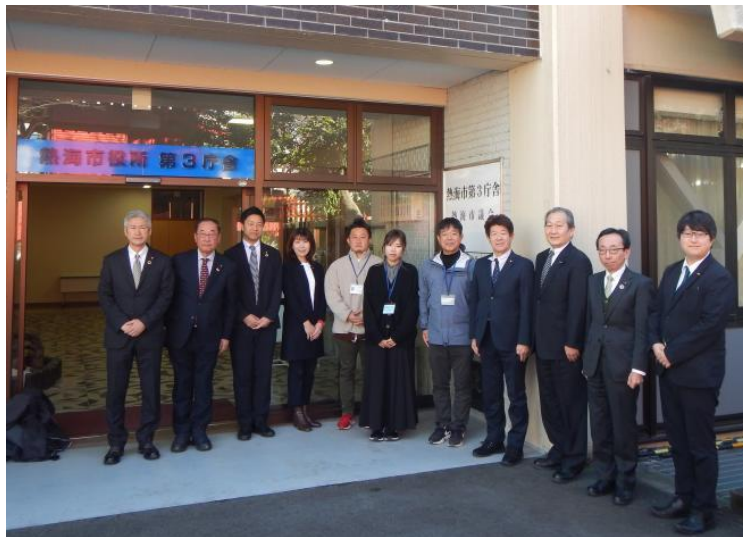
に対応するなど、あくまでロケの支援に徹した対応を行っている。

(3) 体制

サービス開始以降、基本的には山田氏一人で対応していた。最小人数での体制を築くことで、少ない経費で大きな効果の獲得につながった。山田氏の定年退職を見据え、現在は地域おこし協力隊の2名も加わっての支援体制としている。(地域おこし協力隊の2名はロケ支援に加え、個人での SNS 発信活動も行っている。)

【山田氏からのコメント(抜粋)】

- ・高齢化率が48%にも上る熱海市では、本来住民の福祉が重要とされるべきであり、住民の満足度こそ、行政が最重要視すべき指標である。
- ・今後は観光客等の外需依存のまちづくりから、住民の暮らしやすさに重点を置いたまちづくりが重要ではないか。
- ・宿泊税の導入により、これまで一般会計から財源を充てていた観光プロモーションの事業は宿泊税が充てられることから、浮いた一般財源を住民福祉の向上に繋げられる。



熱海市役所第3庁舎(議会棟)前にて

産業建設委員会行政視察 考察

丸山 純平

宿泊税の導入について

熱海市が直面している人口減少・高齢化の現状に驚きつつ、社会保障費（一般財源）を確保しながら持続可能な観光産業を模索する中で、宿泊税を導入することは理にかなっていると感じた。またそれに合わせてDMOを設立し、市から観光部門を切り離す戦略は、徴収後の使用用途の適正化を図るためにも必要な取り組みであると考えた。

一方で、税率を一律200円としている根拠として、宿泊費の価格設定に限らず宿泊するという行為自体に差はないと言う説明は納得感に欠けるものであり、宿泊費の価格設定が低い民泊やゲストハウスの割合も多い高山市の場合だと、事業者の同意を得られるのか疑問である。導入に関して、旅館組合等に参加している宿泊事業者への説明が中心となっているとの返答からも、導入後の徴収率に関しても、旅館組合等に参加している宿泊事業者と非加盟の宿泊事業者で大きな差が生まれるのではと危惧する。

また、宿泊施設に負担が偏る宿泊税ではなく、飲食店や土産物店を巻き込んだ「観光税」といった形の模索、徴収方法や税制の定義上での課題が大きいものの検討の余地があるのではとの意見も出た。

中村 匠郎

ロケサポートについて

「ADさん、いらっしやい！」は山田氏が長年続けてきた属人的な行政サービスだからこそ、ここまでの実績を積み上げられたと考える。定期的な人事異動が一般的である行政人事において、山田氏による継続的な支援体制を維持したことで、メディアとの信頼が構築され、熱海市のロケ支援の実績に繋がった。

上記の例からも、高山市における専門性を有する職種・特殊要件が伴うサービスに関しては、属人的な人事配置を参考とすべきではないか。

熱海市において、行政はインフラ整備・制度設計が役割であり、高付加価値化は民間の役割と明確に分けていたのは、参考にすべきである。

熱海市民の85%が何らかの形で観光産業に関わっていることから、市民の観光に対する理解も、「ADさん、いらっしやい！」が成功した大きな要因である。

視察前はいかに山田氏による「ADさん、いらっしやい！」が画期的な行政サービスであるかを学ぶ機会と考えていたが、山田氏が強調したことは住民福祉の向上こそが最重要視すべきことである、というのは非常に印象的であった。

高山市が進める観光視察においても、まずは住民の暮らし・福祉を重視するためにどう観光産業を位置付けるべきか、の議論はもっと必要ではないか。

片野 晶子

1. 宿泊税の導入について

・熱海市においても人口減少と高齢化が加速する一方、社会保障費の増加が見込まれる中で、観光産業に頼っている熱海市として将来を見据えDMOの立ち上げと宿泊税の導入を検討されてきた。将来の熱海市観光ビジョンである「観光基本計画」の策定と、その中核であるDMOの観光目的税の実現のため、見通しを持ち、時間をかけ議論され、準備されてきたことは、実行力や影響力のある観光部隊として機能するための土台であると感じた。

組合に所属していない事業者などにも、パブリックコメントを用意し意見を聞く、今後説明会予定など丁寧に進められていると感じた。

また、DMOを組織する際、高いビジネス視点での専門性と当事者意識を有している職員の採用や、その専門人材と市や民間関係団体が伴走しながら総合的な観光地経営ができる体制の構築は重要なポイントであると感じた。

宿泊税の用途は宿泊客の増加・観光消費拡大に資する事業に限定されており、具体事業の予算も明確でわかりやすいと感じた。必要な事業を予算化したうえで、宿泊税の税額を出しているのも、納める側にも納得感があると思われる。(観光にかかる7億の分の円のうち、5億円を宿泊税、そして2億円を一般財源とすれば、5億円は別のことに使えるという明確な説明があった)

今までの熱海は、ひとつの温泉に入りお酒を飲んでどんちゃん騒ぎをするというようなイメージがあったが、客層を変え、「意外と熱海」というようなキャッチコピーとメディアプロモーションでセグメントとして特に若い人、高齢者の人などへ様々楽しみ方をプロモーションし、魅せ方を変えていっているとのことであった。行政においても難しさはあるが、商品によってターゲットを明確にしアプローチするのは重要なことである。「スイーツのまち」としての発信で、若い人の活躍できる街として力も入れているが、それは、東京からの距離が近いことなど地域の特徴も踏まえ、わが町の特徴は何なのか、強みを大切にしている視点はぜひ高山市でも議論され、エッセンスを発信していきたいところである。

宿泊税の200円という金額においては、まずは導入することを理解してもらいその後も、より良い形に柔軟に対応していこうという姿にも大変共感した。まずはやってみる、その後より良いものに修正するという際には明確な理由も必要であると思うが、それを提示することは協力を得ること、また事業に対する責任も問われることになる。一度決めたことも市民や関係団体、また利用者の理解を得ながら、時々合ったものへ改善しつつ進めていくことが理想である。

2. ロケサポートについて

特に印象的なのは、お話しくださった職員の方の経歴、また、熱量、アイデア、行動力であった。民間で培ったノウハウや経験を活かし、スピード感を持ち、少ない経費で大きな成果を出している。素晴らしいなという反面、その方が部署の配置転換などで変わられたときはどうなるのか？と疑問はあった。が、地域おこし協力隊として若い世代を巻き込み、SNSの発信なども進めておられ、その方たちも巻き込むことで事業の継

続を図っておられることも感じられた。

職員の方が仕事を楽しんでやっていることは、「ADさん、いらっしやい！」という企画においても大変重要で、行政側として職員のやりたいという気持ちやまた得意なことを大切にしたい人事がうかがえる。

「真似させない」他市との差別化ということでは、熱海の特徴をはっきりと捉え、それを生かしておられることが特筆すべきである。わがまちの特徴は何なのか、表面的なことだけではなく、歴史や文化なども踏まえ、高山市ならではの特徴を深堀していきたいと強く感じた。そうした特徴は、他市と被ることなどありえず、独自の特徴、そして魅力として、市民の誇りとして、また観光の魅力につながると感じる。

現在は公用車と公用スマホのみの経費で企画運営をされている。高山市と比べ、人口的にも土地の広さ的にも小さな町であることは違いないが、従来の発想を転換し、経費を最小限により効果的なアプローチもできるという一つの事例であると思う。

商法の理念として「三方よし」で、売り手（市内事業者）、買い手（TV 製作者）、世間（熱海市全体）にとってメリットが享受できる仕組みになっていることも素晴らしいと感じた。

2022年の全国市町村魅力度ランキングにおいて北海道、京都、神奈川、沖縄などの各地に続き、13位に熱海市がランクインしており、県内では下呂市の53位に次ぐ高山市は64位である。順位がすべてではないが、高山市民としてはまずはもっともっと魅力を感じられるようにすること、そしてそれが内外に広がりブランドとして改めて認知されていくような政策を打っていく必要性を感じた。

西本 泰輝

熱海市における宿泊税の導入は、齋藤栄市長が2018年の市長選の際に4期目の選挙公約として掲げられたもので、同年の市議会9月定例会では宿泊税導入に質問が集中し、否定的意見が相次いだということである。

以降コロナ禍を経て、2024年2月定例会に議案が提出され、可決されれば2025年4月の宿泊税導入が予定されているとのことであるが、今回の行政視察でご提供いただいた熱海観光の現状について、そして、熱海型DMO及び観光目的税に係る説明会資料の内容や担当部署である観光建設部の説明から、将来へ向けた持続可能な新たな熱海観光への情熱や粘り強い取組などに感銘を受けた。

特に、宿泊税の導入については、熱海市宿泊税条例案第1条で宿泊税の用途を「観光資源の魅力向上及び情報発信、旅行者の受入環境の充実その他の地域社会の発展に寄与する持続的な観光振興を図る施策に要する費用に充てる」とし、観光政策経費を年間10億円と想定する中で宿泊税7億円、その他約3億5千万円を一般財源で充当。宿泊税の導入により、既存の宿泊客・観光消費増加事業1億3千7百万円に拡充分5億8千9百万円+ α を事業に加えて実施するため、人数・継続性・専門性という制約を持つ市役所が既存資源の延長線上で先進的な観光施策を展開し続けることが困難な状況を打破し、「DMO×宿泊税」というシステムの有効活用による新たな観光政策の体制を構築するとしている。

そして、今後の観光施策に必要であると考えている経費の主な取組や詳細、その予算額を示すとともに、長期的投資（+ α で想定している内容）についても具体的に明示しながら、宿泊事業者の関与も含めて考え制度設計されていることは重要な点であると感じた。

さらに、熱海市とDMOの役割分担・観光関係団体との連携をまとめたオール熱海での

観光地経営や組織体制、本格稼働時の年間スケジュール等も整理して示されている点は、関係事業者や市民などにも説得力があり、高山市における宿泊税導入の検討においても、地域DMOと一体化した取組として大いに参考にすべきであると考えます。

一方、熱海市のロケ支援「ADさん、いらっしやい！」については、「売り手（市内事業者）よし、買い手（TV制作側）よし、世間（熱海市全体）よし」の「三方よし」という商法の理念で、担当者の地域への情熱や個性が十二分に発揮された先進事例であるが、「プッシュ的なPRでなく、内側から満足感を発信されると人は興味を引く」「いかに、リピーターになってもらうかがそのまちのチカラ。まちが元々持っているポテンシャル、魅力を高めることが大事」と、ロケ支援のカリスマが語られたことが印象的であった。

高山市において、「観光を活用した持続可能な地域づくり」は市長公約の一つであり、市ではその方針案の中で財源として宿泊税などについても検討するとしているが、観光の活用により日本一広い高山市の多様な地域特性や地域資源を輝かせ、どのように地域の稼ぐ力を生み出して地域経済を活性化していくかは大きな課題である。

そのためには、マーケティングやコンテンツ開発、観光インフラ整備、人材育成、そして、リピーターや滞在日数を増やすような地域のデザインを描いて広域的な観光ネットワークを構築するなど、新たな高山市観光の仕組みも必要であり、支所地域を含む高山市全体の観光振興を中心的に担うべく地域DMOの体制強化と一体化した宿泊税の導入や入湯税の用途などについて、観光関係団体や事業者、市民、観光客の理解を得ながら検討を進めなければならないと考える。

渡辺 甚一

熱海市では宿泊税の条例案が2月議会に上程され、令和6年4月より導入される予定となっている。一泊一人200円で7億円を想定され、人口減少等税収が減少する中で、観光政策に年間約10億円を充てていた分を宿泊税と一般財源（入湯税150円含む）とで運用され、余った一般財源がほかの子育てや福祉などへ回せることになり、市民にも還元されることとなっている。

また、行政職員は職場の移動などがあり継続できないが、DMO（観光地域づくり法人）との行政の役割分担により、観光専門人材を採用するなど、インバウンドを含めた誘客など切れ目のない体制が構築される。

高山市では、市長公約でDMO（観光地域づくり法人）組織の強化と観光振興のための財源確保（新たな財源導入）の取り組みを検討している。

高山市に於いては、入湯税を観光振興に充てているが、ビジネスホテルなど入湯税の徴収が出来ない宿泊施設が多くあり、公平性が欠けているとの指摘もある。DMOの組織体制と役割分担等の明確化をして早急に協議していけるよう考える必要がある。

ロケサポートに於いては、熱海市ではテレビ・SNS等発信を行政が助手となって補佐をしていく体制が話題を呼び、誘客に繋がっている。高山が面白い、行ってみたいとなる発信が必要である事を感じた。

中 箴 博 之

1. 宿泊税について

- ・高齢化率48.7%、唯一「別荘等所有税（650円/㎡）」を徴収している熱海市であるが、観光関連産業のウェイトが大きく、社会情勢による不安定さや域外への流出はあるものの外貨を稼ぐ産業として外せない産業構造の中で、あるべき姿として「観光税」：実現可能な形として「宿泊税」の導入。
- ・使途として観光客と観光消費の増加を狙った事業の拡充に宿泊税を充て、地域の魅力向上事業には一般財源の充当と明快な仕分けができていたが、高山市で導入しようする場合にもかなり慎重な議論が必要だと感じる。
- ・そのうち一般会計からの観光振興費支出とのすみ分けがどうなのか関心をもっていたが、市が直接観光にかかわるのではなく、DMOや観光協会にシフトすべきとの考え方に共感。
- ・宿泊料金に応じた段階的な徴収ではなく一律200円という設定は、分かりやすいが低廉な旅館ホテルにとっては不公平感。
- ・既存の入湯税に加えて宿泊税を新設する議論の過程で、「入湯税額の引き下げとセットで」という考え方もあったようだが、法定目的税である入湯税の税額引き下げを総務省が認めるかという点は確かにそうだと受け止めた。
- ・カード決済が主流の中で、入湯税とともに徴収は現金とする手間に負担感はないのか気になった。（徴収事務負担分に対して2.5%の支援）
- ・宿泊客が200円の宿泊税を払ってもメリットが感じられる仕組みづくりが課題。
- ・東京圏から1時間という地の利を活かしたビジネス利用やインバウンドにはまだ伸びしろがあり、今後、受け入れ環境の整備やコンテンツの充実が課題。
- ・導入に前向きな市長であっても、観光戦略会議を設置してじっくり5年という時間をかけたことと、観光振興条例と熱海型DMOの議論を並行して行ったことで、宿泊税導入に理解が得られたもので拙速に進めるべきものではないと感じた。

2. ロケサポートについて

- ・首都圏に近いという立地の強みはあるにしても、「そんなことまで？」と、他に真似のできない取組を徹底してやることでブランド化に成功していて興味深い。
- ・一過性のイベントに頼らず、ブランド化でリピーターを獲得するという考え方に納得。
- ・競争の厳しいTV業界をつなぎ留めておくために、飽きられないよう次々と手を打つ必要があるなかで、テレビ局やADに対しプッシュ型の営業でなく「引く営業」という言葉に自信を感じた。
- ・「市民の協力があつたからこそ」と言われたが、予算ゼロでほとんど全てを一人でこなしてきたロケ支援担当の山田氏によるところが大きく、地域おこし協力隊の二人の若者に期待するが、後継に課題はあるのではと感じた。
- ・TV放映の影響力は大きいと思うが、一時のブームに終わらせないよう地元事業者側の努力も必要。
- ・高山市のブランド戦略とは一線を画するが、市の一般会計からの観光に関する支出を抑えて市民福祉に充て、住民満足度を上げるという考え方には共感。

松山 篤夫

熱海市は、人口減少で税収が減る中、観光関連の財源を安定的に確保するため、宿泊税の導入を検討してきた。税の特別徴収義務者となるホテルや旅館からは負担軽減を求める意見があり、旅館組合などへの説明会を重ねた。市行財政審議会は1月に創設を認める答申をした際、市に対し、宿泊事業者との意思疎通や宿泊客のニーズの把握を求める付帯意見を付けた。1人1泊200円の宿泊税で、12歳未満や修学旅行などの学校行事に参加した子供には課さない。

導入に向けて市は▽宿泊事業者のシステム改修に上限50万円を補助▽制度を周知するポスターの作製など準備経費として1億2千8百万円を2024年度予算案に盛り込んだ。

宿泊税導入の背景として、財源の厳しい将来の見通しがある。

①人口減少と高齢化が加速する一方、社会保障費の増加が見込まれる中で、今後、投資的経費を十分確保することが困難な見通し

- ・人口は、直近約30年で約3割減少
- ・高齢化率は、約3倍増加（高齢化率48.5%）
- ・市税は、平成8年のピークから約35%減少。
- ・社会保障関係費はこの30年で約4.7倍増加。

②観光基本計画のビジョン（変化し続ける温泉観光地）を実現するためには、他地域と差別化するための安定的な観光目的財源を確保していくことが必要である。

観光政策を進める体制上の制約

- ・①人数、②継続性、③専門性という制約を持つ市役所が、既存資源の延長線上で先進的な観光施策を展開し続けることは困難な状況
- ・DMO×宿泊税というシステムを有効に活用できれば、当該制約を解決することが可能。
- ・こうした制約をDMO×宿泊税で解決
人数不足→宿泊税を減資に、より多くの人材を確保し、先進的な観光施策を検討する体制を構築
継続性 →観光専門人材を採用することによって、切れ目がない体制を構築
専門性 →高いビジネス視点での専門性と当事者意識を有している職員を採用

インバウンド需要の取組

- ・国内の人口減少が確実である中で、日本人の宿泊客も減少していく傾向にある。一方で新興国の成長が著しく、今後外国人宿泊客は増加していくことが見込まれている。
- ・このため、今後、熱海市が観光地として発展していくには、増加が見込まれている海外の需要をしっかりと取り込んでいく必要がある。

これまでの熱海市の検討経緯

上記問題意識の下、将来の熱海市観光ビジョンである「観光基本計画」の策定と、その中核戦略であるDMOと観光目的税の実現についてH30年～R3年5月まで継続的に議論。

- ・競争力の高い持続可能な観光地づくりのため「オール熱海」での取組が必須。実行部隊としてDMOが必要。
- ・実行力のあるDMO組織づくりと魅力ある観光地であり続けるための投資を行うべく、安定した財源の検討・確保に努めることを計画に明記。
- ・専門性の蓄積など従来の観光行政に不足していた部分を改革し、民の論理を取り入れ

た施策展開を可能とする熱海型のDMOを構築することでまとまる。

- ・新しい財源の在り方を検討し宿泊税の導入を候補に税額200円を目安に行政需要を検討。

今後の観光政策に必要であると考えている経費（一例）

- ・宿泊税の使途は、宿泊客の増加・観光消費拡大に資する事業に限定し、当該内容は公開する。
- ・今後の観光政策に必要であると考えている経費は、約5億9千万+ α であると試算している。「選ばれる観光地」であり続けるために、街の魅力を高めるプラス α の投資が必要であると考えている。

長期的投資の一例（プラス α で想定している内容）

- ・魅力的なコンテンツが限られており、日帰りが多いという課題を解消するため、イベント、ランドマークコンテンツ、アクティビティなど多数のコンテンツを創出し、滞在日数やリピート率を高めるとともに、的確なプロモーションを行い、観光インフラを整備することなどにより、観光地ブランドの向上を目指していく。

観光政策に係る財源の内訳

- ・前述のとおり、観光政策に係る経費は年間約10億円を想定している。このうち宿泊税で約7億円、その他約3.5億円を一般財源で充当することと考えている。
- ・宿泊税は目的税であるため、自由に使途を決めることはできない。宿泊税の使途は、条例で観光振興施策に限定することを明記し、執行状況は公開。

※[宿泊税の使途] 熱海市宿泊税条例（案） 第1条

観光資源の魅力向上及び情報発信、旅行者の受入環境の充実その他の地域社会の発展に寄与する持続的な観光振興を図る施策に要する費用にあてる。

参考

2024年2月15日 朝日新聞

「古くからの温泉街で、国内外の観光客でにぎわう静岡県熱海市は14日、観光振興を目的に市内の宿泊客に独自に課税する宿泊税を導入する条例案を2月市議会に提出すると発表した。市内の主な旅館・ホテル団体から宿泊税への支持を取り付けおり、議会で可決される公算が大きい。2025年4月から県内で初めて導入する方針だ。

導入を予定する宿泊税は宿泊者1人あたり1泊ごとに200円。宿泊施設の経営者らが徴収し、12歳未満の宿泊者は除外される。コロナ禍前の2015～2019年、市内の年間宿泊客数は約300万人で、宿泊税を徴収する場合、約6億円の歳入になる。税金の使い道は「持続的な観光振興を図る施策に要する費用に充てる」と明記した。市は観光団体幹部や市職員らでつくり、2025年度に設立予定のDMO（観光地域づくり法人）に徴収事務を委ね、観光施策の企画立案や実施も任せるとする方針だ。」

「入湯税と宿泊税」

入湯税は入湯行為に対する課税であり、宿泊税は宿泊行為に対する課税なので、課税対象が違う。二重課税ではないというのが課税側の理論である。しかし、熱海のような大温泉地では温泉宿がほとんどで、温泉に入る目的で宿泊する客からすると二重に課税されると映る。故に導入に慎重な意見も多い。

熱海ならではの税制

熱海市は日本で唯一、別荘税（別荘等所有税）を徴収している自治体である（法定外目的税のひとつ）。不動産所有者には固定資産税が課されているが、熱海市内に不動産を所有しながら市内に住民登録がない所有者等に対し、固定資産税に加えて別荘税を課している。市内に別荘を持ち、週末などを過ごす人も多い熱海ならではの税制である。

税率は延べ床面積1平方メートルにつき年額650円。これについては「納税義務者が同じであり、不当な二重課税ではないのか」との声も出ている。それに対し、熱海市側は「固定資産税は家屋の価格（評価額）、別荘等所有税は延べ床面積をそれぞれ課税標準として課税されており、課税標準が異なっているので二重課税とはならない」という見解を示している。

入湯税とは、鉱泉浴場が所在する市町村が、鉱泉浴場における入湯に対し、入湯客に対し入湯客に課す目的税（市町村税）。温泉を使った入浴施設を利用したときにかかる税金で日帰り入浴施設でも、温泉がある宿泊施設でもかかる。温泉に入った客に代わって、施設の経営者が市町村に納める。

法律上は一人一日150円を標準としているが、市町村ごとにこれとは違う金額を定めることもできる。熱海市の場合も150円で、1泊2日の場合は、1日として計算している。箱根町の場合は1泊2日150円、日帰りは50円。

入湯税を導入している市町村は多く、2020年度現在の課税市町村数は996自治体（観光経済新聞値）。入湯税収入額が多い全国トップは箱根町（神奈川県）で、2位が熱海市である。

熱海市の入湯税の収入は2021年度で約2億4千3百万円（課税人員約163万人）。支出の内容別割合は観光の振興（観光施設の整備を含む943.8%、環境衛生施設の整備44.2%、消防施設等の整備9.7%、鉱泉源の保護・管理施設の整備2.3%となっている。これに加えて、今、宿泊税の導入である。

宿泊税を全国で初めて導入したのは東京都である（2002年）。東京に次いで、宿泊税を導入している自治体はまだ少ない。2023年4月時点で東京都、大阪府、福岡県、福岡市、北九州市、京都市、金沢市、長崎市、倶知安町。

熱海市の宿泊税の導入のインパクトは大きい。入湯税収入の第一位は近場で競合している箱根町である。導入で税収が上がるという単純な話ではなく、客が近隣の温泉地に流れる恐れがある。

実は、北海道でも、道や札幌市が宿泊税の導入を目指しており、温泉地から反発がでている。例えば、札幌市は1泊150円、日帰り100円の入湯税を課しており、2021年度の収入額は約1億9千万円。市内には全国でも有数の温泉地である定山溪温泉があり、定山溪温泉協会は入湯税に加えての新たな宿泊税に強く反発している。

宿泊税は地方税制に定められた税以外で、地方自治体が導入できる「法定外目的税」にあたる。そのため、新設には総務大臣の同意が必要となる。総務大臣は地方税法第733条に規定する不同意要件に該当する事由があるかどうか検討したうえで、同意するか否かを定める。その不同意要件は以下の3つである。

- 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2号に掲げるものを除くほか、国の経済対策に照らして適当でないこと。

これらに該当しない場合は、総務大臣は同意しなければならないとされており、実際には、総務大臣の同意を得ることよりも、市内の事業者等の同意を得て議会で状例が可決されることのハードルのほうがはるかに高いと指摘されている。