

宿泊税（定率・定額）の検討について

<議論の前提>

- 観光振興を目的とした目的税であり、札幌市の観光まちづくり分野における政策目標と税制が合理的な関係性を有していること（目的の一致）
- 行政組織の政策動機と民間部門の投資動機が税収の拡大につながるような制度であること（動機の一致）

<定率・定額の特徴比較>

	定額	定率
消費者の心理的負担感	低価格となるほど負担感増。そのため自ずと免税点の導入を検討することになる。	総額に対する相対的負担感、担税力に基づく公平感は担保される。消費税率や入湯税との比較で極端に割高にならないよう留意が必要。
免税点	原則導入あり	原則導入なし
税収拡大に向けた戦略	誘致施策の結果としての量的拡大（旅行者数の増加）に連動した安定的税収拡大	資源開発・機能充実による質的向上（旅行消費の増加）に連動した戦略的税収拡大
親和性の高いデスティネーション	時期による価格変動が小さく、宿泊施設間のサービスレベルの差が小さいか、格付け制度等によって質に対するコスト基準が一定程度明確なデスティネーション	時期による価格変動が大きく、宿泊施設のサービスレベルに一定の幅があるデスティネーション
特徴	旅行者数と税収が連動するため広域観光の拠点、交通ハブ等、内外の要因により一定程度以上の安定的な需要が見込める地域では効果的。大規模施設の維持・新設、全方位的なターゲティングと価格戦略による競争力維持が求められる。一方で、外的要因による需要の低迷への対応力が低く、税収を回復させるためのコストも総じて大きい。	宿泊の市場価格が税収と連動するため、差別化戦略（付加価値戦略）による滞在時間の延長（拠点化）や旅行支出の拡大（高付加価値化）を実現することが求められる。一方で、低廉な宿泊施設の拡大、団体客の増加、政府による価格抑制（復興割など）が起こると税収が低迷する。
国外事例	ヨーロッパは定額、定率ともあり主要都市は定額がやや優勢。ただし課税基準は価格ではなく星	北米は基本的に定率。サンフランシスコ市の 14.0%など 10%を越える例も
国内事例	東京都や大阪府、福岡県・福岡市など多数。前例主義的観点からは導入ハードルが低い。	倶知安町のみ

以上