

米国におけるTID制度と
カリフォルニア州における導入事例調査
文献調査 報告書

平成 31 年 3 月



公益社団法人 日本観光振興協会
JAPAN TRAVEL AND TOURISM ASSOCIATION

目 次

目 次.....	i
図表目次.....	ii
1. 業務の概要.....	1
1-1 業務の目的.....	1
1-2 業務の内容.....	1
1-3 報告書の構成.....	2
2. 米国の TID.....	3
2-1 米国における TID の発展の背景、歴史.....	3
2-2 TID の仕組み.....	6
2-3 TID のデスティネーションの財源としての特徴.....	8
2-4 TID の形成過程、現状、課題.....	11
3. カリフォルニア州の TID.....	22
3-1 カリフォルニア州の全域 TID.....	24
3-2 カリフォルニア州の地域 TID.....	28
3-3 TID を導入したデスティネーションの活動効果測定.....	31
3-4 TID の統治.....	33
4. 我が国での TID 導入に向けた環境.....	34
4-1 日本版 DMO の財源.....	34
4-2 我が国の宿泊税.....	35
4-3 日本版 BID.....	38
5. 日本の DMO 財源としての TID の長所と短所.....	42
6. 参考文献.....	43

図表目次

図表 2-1	TID が導入されている州	4
図表 2-2	米国の TID 数の推移	5
図表 2-3	TID 導入のプロセス	6
図表 2-4	TID 制度の仕組み、及び資金フロー概念図	7
図表 2-5	DMO の主な財源	8
図表 2-6	DMO の財源の特徴・問題点	9
図表 2-7	米国の宿泊税と TID の比較	10
図表 2-8	TID 導入の動機	11
図表 2-9	デスティネーションの予算額 TID 導入前・直近年の比較	12
図表 2-10	負担金料率毎の TID の分布	13
図表 2-11	TID 内で負担金に差を設ける要素	14
図表 2-12	負担金の引き上げを行った TID (引き上げ幅・比率)	15
図表 2-13	負担金を引き上げた時期	15
図表 2-14	カリフォルニア州の TID 関連法令	17
図表 2-15	TID の主たる組成者	18
図表 2-16	TID 組成に要した期間	18
図表 2-17	TID 導入過程の最大の課題	19
図表 2-18	TID を導入した DMO の主要マーケティング目的	19
図表 2-19	TID 管理運営上特に困難な課題	20
図表 2-20	DMO 常勤役員の年間報酬	21
図表 3-1	カリフォルニア州における宿泊税・TID	22
図表 3-2	宿泊業者の明細書記載例 (アナハイム シェラトンホテル)	23
図表 3-3	TID の資金調達先別金額の割合	25
図表 3-4	カリフォルニア州 TID 負担金	25
図表 3-5	カリフォルニア州観光局 HP 負担金計算	27
図表 3-6	2016 年時点で稼働している TID があるカリフォルニア州の 32 郡	28
図表 3-7	サンディエゴ市の宿泊税、負担金	29
図表 3-8	観光地マーケティング以外の目的を持つカリフォルニア州の TID	29
図表 3-9	宿泊料金以外を負担金対象事業としている TID	30
図表 3-10	マンモスレイク TID の負担金	30
図表 4-1	運営資金の課題	34
図表 4-2	宿泊税の導入事例	35
図表 4-3	宿泊税の使用目的 (東京都)	36
図表 4-4	宿泊税の使用目的 (大阪府)	36
図表 4-5	宿泊税使用目的 (京都市)	37
図表 4-6	地域再生エリアマネジメント負担金制度の概要	39
図表 4-7	日本版 TID 制度導入の提案 (広島県)	41

略語集

略語	名称(断りのないものは英語)	日本語名称
BID	Business Improvement District	事業改善地区
DMO	Destination Management / Marketing Organization	DMO
HP	Home Page	ホームページ
KPI	Key Performance Indicator	主要業績評価指標
TID	Tourism Improvement District	観光産業改善地区

為替レート

本文中の現地通貨の換算については、以下のレートを使用する。

2019年2月末時点

米国	1 米ドル(USD)	→	110.87 円(JPY)
----	------------	---	---------------

出所:三菱 UFJ 銀行 中値 2018年2月28日

1 業務の概要

1. 業務の概要

1-1 業務の目的

日本版 DMO (Destination Management/Marketing Organization) の課題は財源と人材と言われて久しいが、未だ有効な解決策はない。一部の有名観光地では宿泊税が導入されはじめているが、限定的である。TID (Tourism Improvement District/観光産業改善地区) は日本における導入事例が少ないため理解が進んでいない。

本事業では、米国での TID 導入において、その背景、仕組み、導入前後の DMO の財政事情と一般的な事業内容等、基本的な事項について理解するとともに、実際に TID を導入しているカリフォルニア州を事例に、州法においてどのように定めているか、宿泊税との区分、州内 DMO との分配、実施している事業の内容、財政事情等、導入地域においてどのように運用されているか等について情報を収集し、日本での財源課題の解決に向けた参考とする。

1-2 業務の内容

(1) 業務内容・方法

米国 TID 制度の基本的事項、カリフォルニア州の TID 運用事例、及び日本版 BID の背景、現状について、文献調査を行う。

(2) 基本方針

日本での観光振興事業の財源問題の解決に向けた参考とするため、以下の方針で調査を進める。

- ① 米国の TID 制度に関する調査で TID の特徴を多面的に把握する。
- ② カリフォルニア州の TID 運用事例調査で TID の具体的取り組みを把握する。
- ③ 日本版 DMO 制度導入の背景、現状の取り組みを把握する。
- ④ 上記①~③で得た情報を基に、TID 制度の長所、短所を日本への導入を想定して整理する。

(3) 米国の TID についての主な文献

米国の TID についての調査は CIVITAS 社¹の文献を中心に行う。CIVITAS 社は、過去 20 年以上に亘り米国の BID(Business Improvement District/事業改善地区)、TID の形成・導入等に関する多くの支援・アドバイスの実績を有しており、BID、TID の分野でナンバーワンのコンサルティング会社である。よって、米国 TID については CIVITAS 社の文献を中心とした調査とする。

本報告書においては、CIVITAS 社による文献から、4 文献を参考文献として取り上げる。その内、特に「TID 全米調査結果、CIVITAS 社、2017 年」(文献 2) を主要文献とする。当文献は、CIVITAS 社が 2017 年に全米の TID を対象として行ったインターネット調査の結果をまとめたものであり、米国 TID についての体系的文献として最新のものである。

なお、英文文献の翻訳は株式会社ワールド・ビジネス・アソシエイツにおいて行った。

¹ CIVITAS 社 HP (文献 1) <http://www.civitasadvisors.com/about/> (閲覧日 2019 年 2 月 3 日)

1 業務の概要

以下に「TID 全米調査結果、CIVITAS 社、2017 年」（文献 2）の調査概要を示す。

CIVITAS 社による全米 TID 調査（2017 年）の調査概要

- 【調査対象】 調査時点で米国に存在していた 153 の TID
- 【回答者】 調査対象とした 153 のうち 99 の TID
- 【回答率】 64.7%
- 【調査内容】 TID の形成過程、TID 導入前後の資金調達額水準、課題、測定可能な効果
- 【調査方法】 調査票は TID 導入地域の会長、社長、役員等の責任者あてとしたインターネット調査で、e メールに質問票へのリンクを付けて送付した
2 度 e メールを送付し、回答のない先に対して電話でフォローを行った
3 度目のメールを送付し、合計 99 のデスティネーションから回答を得た

本報告書において当調査結果を記載する際に母数（n）は示していない。これは、CIVITAS 社の当調査における個々の調査結果が、「回答内容別の回答者数」の「個々の質問毎の総回答者数」を母数とした割合として示されているが、母数である「個々の質問毎の総回答者数」が明示されていないためである。全体として調査に参加した TID の数は 99 であるが、個々の質問毎にみると、回答した TID の数は 99 以下となる。

1-3 報告書の構成

第 2 章以降に前述の基本方針に対応してそれぞれ章を配置する。

本報告書にて言及する調査対象文献、参考文献の一覧は本報告書の末尾に示す。

本報告書はできる限り適切と思われる文献に基づき調査結果を記述しているが、文献調査の制約から、最新の情報が反映されていない場合等あることに留意されたい。

2 米国の TID

2. 米国の TID

2-1 米国における TID の発展の背景、歴史

(1) BID の概要

BID は、限定された地区においてその地区の価値を高めるために行う、防犯、治安維持、その他公共性の高い事業の資金調達の仕事である。BID が導入された地区においては、事業が行われることにより物権価格の上昇が見込まれるなど恩恵を受ける不動産業者等が、受益者として BID 負担金を支払い、BID の管理運営団体が事業運営、資金管理を行う。BID が導入された地区では、受益者となる不動産業者等は、例えその事業に反対であっても BID 負担金を納付する義務を負う。BID 負担金は、税と同様に地方政府が強制力をもって徴収するが、その資金は地方政府の財源となるわけではなく、全額が管理運営団体に事業資金として交付される。

BID は 1970 年頃カナダで初めて形成され、その後米国、欧州に広がった。現在米国ではほぼすべての州に BID が導入されている²。

(2) TID の概要

TID は、BID が発展し、地域の観光振興財源を確保する仕組みとなったものである。TID の場合は、受益者となるのは観光関連事業者である。宿泊事業者が受益者となる場合が一般的であるが、飲食業者、小売業者、アトラクション施設、レンタカー事業者等も受益者となり負担金の納付者となっている場合がある。受益者は TID 負担金を納付する義務を負い、地方政府が強制力をもって徴収業務を行う。地方政府が受益者から徴収した TID 負担金は、全額が地区の観光振興事業を担う DMO 等の TID の運営主体に交付され、デスティネーションのマーケティング活動の費用となる。TID の場合には、観光事業者が TID 負担金を納付するが、通常観光事業者は負担金を観光客から徴収するので、多くの場合は最終的な負担者は観光客となる。TID は BID から進化したものであり多様な BID の一形態とみることができるが、負担金を観光客に転嫁する仕組みとなっていることが TID の特徴であると考えられる。

なお、BID 及び TID の「負担金」とは、受益者が負担し、地方政府が徴収し、運営主体に交付される事業のための資金を意味しており、英文では“Assessment”とされているものを日本語に翻訳したものがある。2018 年に導入された日本版 BID の名称が「地域再生エリアマネジメント負担金制度」とされたので、本報告書ではこれに従って Assessment を負担金とした。日本語の表現が定まっていないため、引用する文献によっては賦課金、分担金等とされている場合がある。

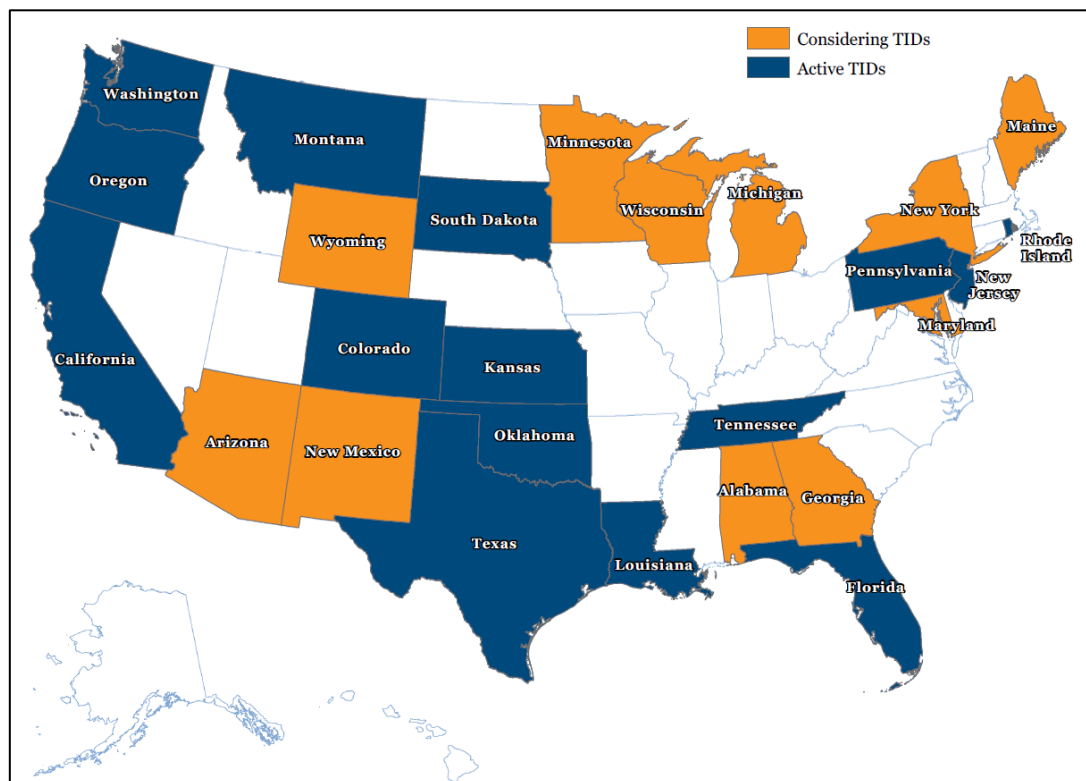
² 出所：「地方における中心市街地活性化における一考察、日本政策投資銀行中国支店、2017 年 2 月」（文献 3）

2 米国の TID

(3) 米国における TID の普及

1989 年にカリフォルニア州で導入された TID は他の州にも広がり、2018 年 12 月時点で導入している州は全米で 15 州となっており、更に 11 州で導入が検討されている。

図表 2-1 TID が導入されている州

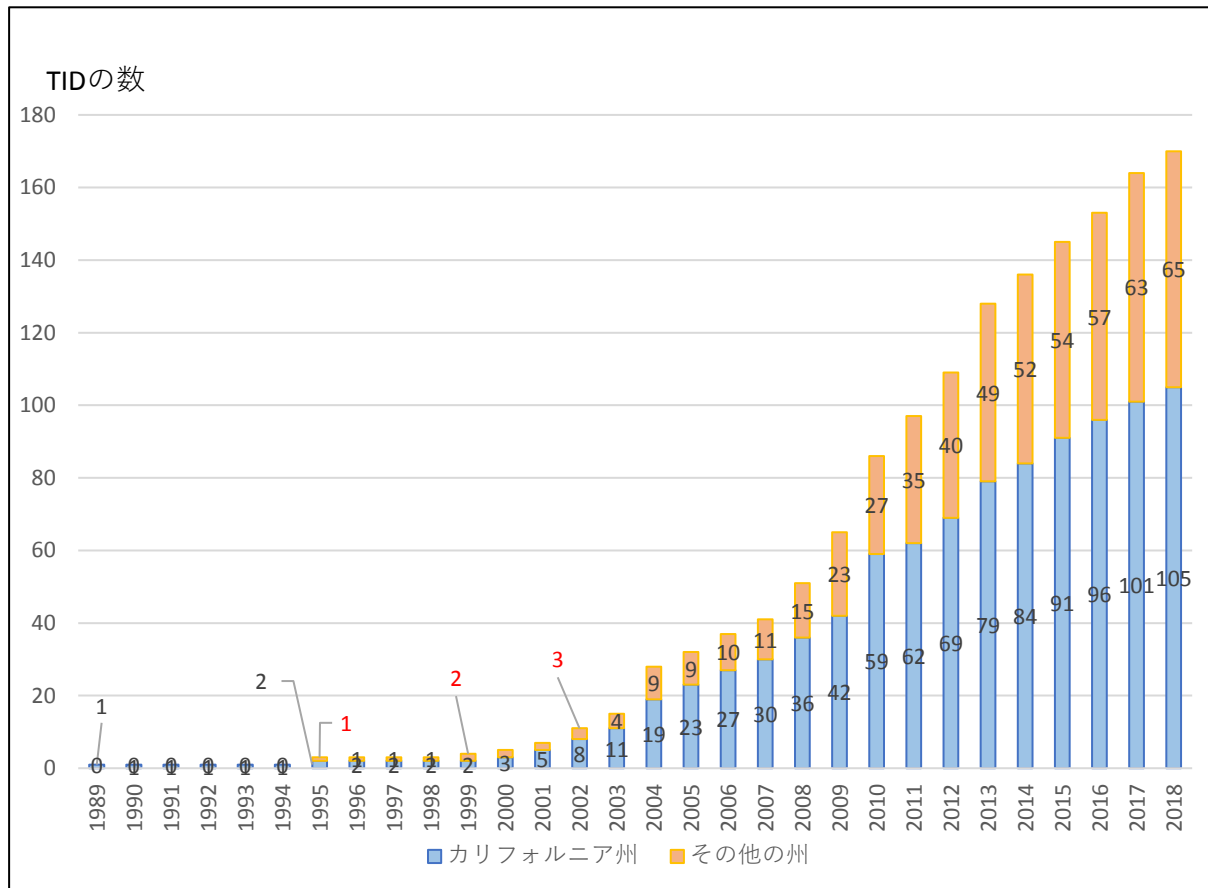


出所：「米国 TID 導入地図、CIVITAS 社、2018 年 12 月」（文献 4）

2 米国の TID

「世界の TID 一覧、CIVITAS 社、2019 年 1 月」（文献 5）によると、現在全米で 173、そのうちカリフォルニア州で 105 の TID が導入されている。TID は全米に広がっているが、数ではカリフォルニア州は全米の 6 割以上を占めており、TID が最も普及している州である。

図表 2-2 米国の TID 数の推移



※「世界の TID 一覧」に記載されている 173 の米国の TID のうち形成年の記載がない 3TID は除いた。
 ※各年毎に形成された TID の数を前年の数に加えて集計した。活動を停止した TID は「世界の TID 一覧」から削除されるのでここには反映されていない。
 出所：「世界の TID 一覧、CIVITAS 社、2019 年 1 月」（文献 5）を基に WBA にて作成

2 米国の TID

2-2 TID の仕組み

本節においては、TID の各当事者の位置付けと資金の流れを説明する。そのために、はじめに TID 導入の手続きについて述べ、当事者間でどのような合意をするのかを確認し、その上で資金の流れ、当事者の位置付けについて述べる。

(1) TID 導入の手続き

TID の導入はデスティネーションのマーケティング資金調達のために行われるものであるため、多くの場合は DMO や宿泊業者等の地元の観光事業関係者のリーダーシップによって導入が進められる。TID 負担金を納付する地元観光事業者、TID の運営主体となって地域のマーケティング活動を行う DMO が、マーケティング活動の内容、負担金の水準、資金活用の方法、存続期間、見直しの条件等について合意し、地方政府の承認を得た上で導入されるものである。

導入手順は以下の通りである。

図表 2-3 TID 導入のプロセス

手順	参加者、業務内容等
1 運営委員会の組成	参加者：宿泊事業者、自治体関係者、その他
2 観光関連事業者への働き掛け	メンバー/パートナー候補者のデータベース構築
3 事業計画と定款の策定	地域の年間予算、事業評価、マネジメント、サービス内容の決定
4 メンバー企業による承認	事業計画と定款を成立するための投票
5 地方自治体による承認	地方自治体のレビューと承認（説明責任の確保）
6. TID の導入	観光業の促進のための税金以外のファンドの活用

出所：「国内外の観光地域づくり体制に関する調査業務、観光庁、2016 年」（文献 6）を基に表を作成

以下、宿泊事業者が TID 負担金を納付し、DMO が運営主体となるものとして、TID の資金の流れ、当事者の位置付けについて述べる。

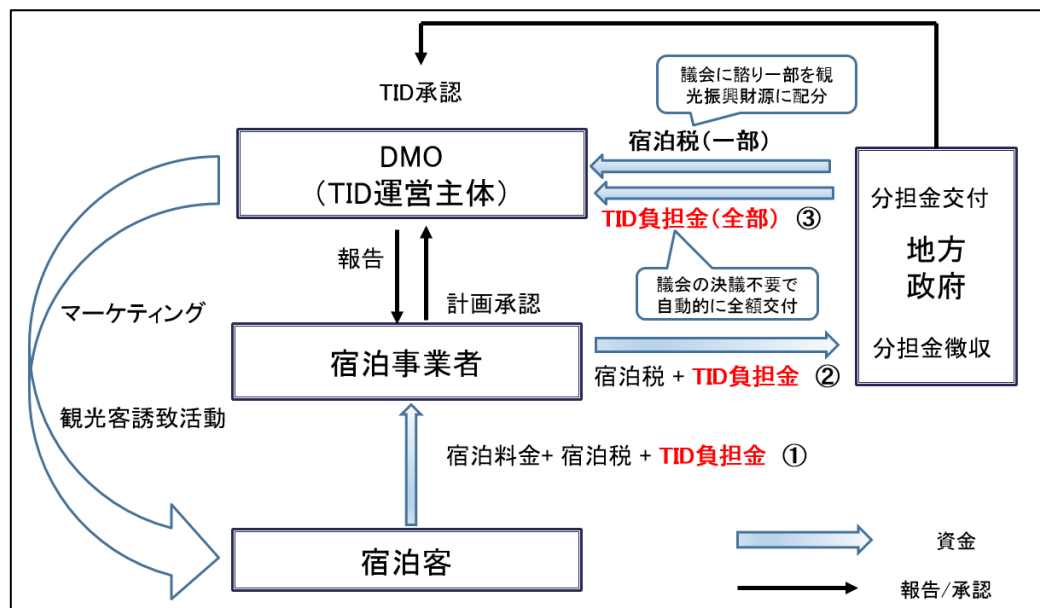
(2) TID の資金の流れ

TID 負担金を支払う受益者の範囲、負担金の金額の計算方法等については、TID の導入時に、宿泊事業者、DMO、地方政府等の当事者が合意をしている。受益者である宿泊事業者は、合意に従って計算された TID 負担金を、通常は観光客から徴収する。宿泊税が課されている地域では、観光客は宿泊税と TID 負担金の両方を宿泊料金に上乗せして支払う (①)。宿泊事業者は、宿泊税、TID 負担金をともに地方政府に納付する (②)。地方政府は、TID 負担金については全額をそのまま TID 運営主体である DMO に活動資金として交付する (③)。DMO は交付された資金をデスティネーションのマーケティング活動に使い、観光客の誘致を行う。図表 2-4 には TID 制度の資金の流れが示されており、(①) ~ (③) は図表に示した矢印に対応している。

2 米国の TID

(3) TID 当事者の位置付け

図表 2-4 TID 制度の仕組み、及び資金フロー概念図



出所：WBA にて作成

TID の仕組みを構成するのは、宿泊事業者（受益者）、宿泊客、地方政府、DMO である。TID 当事者それぞれの位置付けを述べる。

宿泊業者は、DMO のマーケティング活動の受益者であり、TID 負担金の納付義務者である。宿泊事業者は、TID 負担金を宿泊税と同様に宿泊料金を基準にして一定のルールで計算された金額を納付しており、負担金の額は、宿泊料金収入、または宿泊客の数に原則として連動するものである。宿泊事業者は DMO のマーケティング活動の受益者となっており、TID の負担金は強制力をもって徴収される仕組みになっている。これは同様に恩恵を受ける宿泊事業者の中で負担金の納付を行わない、いわゆるフリーライダーを排除するためである。

宿泊客は、宿泊料金に上乗せされた TID 負担金を支払っており、広く導入されている宿泊税と変わるところはない。TID 負担金の納付義務は宿泊事業者等が負っているが、事実上の負担者は宿泊客となる。

地方政府にとっては、TID 負担金は宿泊税とは別に計算されるものであり、TID 導入によって税収が減ることはない。宿泊料収入が変わらなければ TID の導入は税収にとって中立的である。もし、DMO のマーケティング活動が奏功し宿泊料収入が増えれば、当然に税収も増えることになる。なお、TID 負担金の納付は強制力が伴うものであり導入には法的手続きが必要である。TID 形成のための法的環境を整えることは TID 導入のための前提である。

DMO にとっては、宿泊事業者が納付する TID 負担金が財源となる。この資金は、すべてが DMO の活動資金になり、負担者である宿泊業者が承認した計画に沿ってマーケティング活動に充てられる。TID 負担金は一旦地方政府に納付されるが、そのまま DMO の活動資金として交付され、運用について政府は関与しない。TID 負担金の額は、基本的には宿泊業者等の収入に連動してお

2 米国の TID

り、DMO にとってはマーケティングの効果に連動する成功報酬の要素を持つ自主財源になっていると考えられる。

DMO のマーケティング活動が奏功し、観光客誘致に成功して宿泊料収入が増えれば DMO、宿泊事業者、地方政府とも利益を得る Win-Win の関係となる。TID が DMO 資金調達の仕事みとして大きく発展している理由として、関係者がベクトルを合わせた努力を行えるからであるとも考えられる。

2-3 TID のデスティネーションの財源としての特徴

米国では、デスティネーションのマーケティングを DMO が担っており、多くの DMO が存在している。デスティネーションに TID が導入され、DMO は TID の運営主体となって、TID 資金をマーケティング資金としている。このような形で TID は DMO の資金調達手段として急速に伸びている。従来の DMO の財源との比較で、TID の特徴を示し、TID 導入前後でデスティネーションの資金調達額の水準の変化を確認する。

(1) 米国のデスティネーションマーケティングの財源

DMO が行うデスティネーションマーケティングは、長期のビジョンに沿った戦略に基づき計画的に行われる必要がある。DMO が地域のブランディングを行い、競合する地域との差別化を行って観光客を誘致していくためには、安定した、継続的な財源が求められる。米国の DMO がデスティネーションマーケティングを行うための資金源を確認し、それぞれの問題点を指摘し、評価する。

① 財源の種類

米国 DMO は、政府機関、民間企業、非営利団体等から多様な形態で資金を取り込み、マーケティング活動の資金としている。この DMO の財源は、ほとんどがマーケティング活動に向けられており、建物等のハード面は別途政地方政府等が整備することが多い。以下は、DMO の主な財源である。

図表 2-5 DMO の主な財源

事業者が地方政府に納付する税のDMOへの配分			観光目的の負担金	DMOの自主財源
宿泊税 ・ホテル税 ・ベッド税 ・ロジング税 ・アコモデーション税	飲食税 ・レストラン税 ・フードアンドベバレッジ(F/B)税	カジノ税 ・カジノ税 ・ゲーム税	TIDによる負担金 TID:観光開発地域(Tourism Improvement District)	・会費 ・スポンサー費 ・広告収入費 ・事業費 (コンベンションセンター運営受託イベント、駐車場運営等)
北米のDMOの74%が宿泊税を導入している	旅行者以外も支払うため、導入は少ない		使い道を議会に諮らなくてよいことから近年、導入を望むDMOが多い	事業費には政府一般財源・補助金が原資になっているものも含まれる

出所：各種資料により WBA にて作成

2 米国の TID

Tourism Economics 社³ (Oxford Economics の一社で観光経済の調査機関) は従来型の主要財源 (宿泊税、政府一般財源、補助金、会費) の特徴、問題点を次のように指摘している。

図表 2-6 DMO の財源の特徴・問題点

財源	特徴・問題点
宿泊税	宿泊税は特定の行政区域の宿泊料金に係る税金である。行政によって執行されるものであり、地域内で自主的に合意して導入される TID とは異なる。また、宿泊税収入の一部は観光業界以外にも振り向けられることがある。
一般財源	観光事業促進は経済的な波及効果の高いものであるが、他のすべての地域産業との競合の上で予算を獲得しなければならず、特に政府財政状態が厳しい場合には予算配分金額が大きく振れる。更に政治手続的な問題として、年初にならないと予算額が固まらないことである。これらの不安定な要因のため、DMO は戦略的かつ効果的なマーケティングを継続的に行うことが困難になっている。
補助金	一般財源と同様に、政府や慈善団体からの補助金を使って観光振興事業が行われており、プログラムの拡大、浸透のために有効である場合がある。しかし、補助金収入は不安定であること、また資金使途が特定の目的のみに絞られていること等、観光振興の財源としては理想的なものではない。
会費	会員制度を導入して、マーケティング用ツールに会員情報を載せるなどして個別事業者からの会費収入を得ている DMO もある。会員制度は、支払者と受益者の整合性の観点からは優れているが、会員事業者が負担できる資金は限られている。また、会員の利益を優先せざるを得ないため、デスティネーション全体を捉えたビジョンの開発等が行いにくくなっている。

出所：「観光経済、TID 廃止の衝撃、2016 年」(文献 8)

一般財源は、政府の財政状況により大きく増減する可能性があるものであり、安定性に欠ける。補助金は特定の使途に限って交付される一時的なものであり、DMO が継続して行っているデスティネーションマーケティングの資金にはなりにくい。会費収入は、資金規模が限られ、特定の会員の利益への配慮も必要となり、DMO が自由に活動に使えるで安定的な資金とはならない。

② 主な財源としての宿泊税

現在、米国 DMO の主要な財源となっているのは宿泊税である。他の財源と比較して宿泊税への依存が特に高いこと、TID 負担金も宿泊税と同様に宿泊料金に上乗せして徴収する点で類似性があることから、宿泊税との比較で TID の特徴を確認する。

TID 負担金と宿泊税との大きな違いは、TID が地元の観光業者主導で進められるプロジェクトであり、宿泊税は地方政府に徴収される税であることである。また、TID 負担金は、合意された

³ Tourism Economics 社 HP (文献 7) <https://www.tourismeconomics.com/> (閲覧日 2019 年の 2 月 3 日)

2 米国の TID

内容以外の目的に使用されることはなく、すべてが観光地マーケティング活動に使用される点である。

DMO の主要財源としての宿泊税と TID の特徴を下図にて比較する。

図表 2-7 米国の宿泊税と TID の比較

項目	宿泊税	TID
設立の主導者	地方政府	地元観光関連事業者、DMO
対象事業	宿泊事業	宿泊事業、その他観光関連事業
納付先	地方政府	地方政府を經由して DMO を中心とする TID 管理運営機関
資金の使用	一般的には地方議会に諮る必要があり、必ずしもすべてが DMO の活動資金となるわけではない	自動的に DMO のマーケティング資金となり、負担金負担宿泊業者との合意に基づく計画に沿って使用される
資金獲得活動	政府との折衝が必要	負担事業者への報告が必要

出所：WBA にて作成

宿泊税は DMO の重要な財源になっているが、取り扱いは州や地域によって異なり、ほとんどの場合は議会に諮る必要がある。地方政府の財源が厳しくなると DMO の予算にも削減圧力がかかるし、選挙等の政治的イベントが近づくと有権者の支持率を意識した政治的な削減圧力が高まることもある。

③ TID と既存財源との違い

TID 負担金によって調達された資金は、政府の財源にはならず、すべてが DMO の活動資金となる点が従来の財源と異なる TID の特徴である。宿泊税を含む政府財源からの予算獲得が DMO にとって不安定になりつつある環境に対応して、DMO の安定的、独占的な資金獲得手段として拡大してきたものと思われる。

デスティネーションのマーケティングは、地域において中長期的に取り組んでいくべき活動であり、政治リスク、地方財政リスクを回避し、DMO の安定的な収入源を確保していくことが、共通の課題として捉えられている。観光振興事業は元々多くを政府の資金に依存していたが、一部のデスティネーションでは TID 導入により、DMO の独自の安定財源の確保を実現している。

2 米国の TID

2-4 TID の形成過程、現状、課題

本節においては、TID の現状と課題について、本調査の主要文献とした「TID 全米調査結果、CIVITAS 社、2017 年」（文献 2）の調査結果を中心に、主要項目別に整理する。

(1) TID 導入の動機

「TID 全米調査結果 CIVITAS 社 2017」（文献 2）によると、TID を導入したデスティネーションのうち約半分は既存の財源が不十分であり追加資金が必要であったとしている。また、政府からの資金供給の減少を理由とした回答等を合わせると、大半が既存資金に上乗せした活動資金が必要であるとしている。また、25%は、資金源がなく基盤となる資金が必要であったとしているが、これは TID を導入することによって新たにデスティネーションのマーケティング活動を行おうとするものと考えられる。以下、アンケート結果を示す。

図表 2-8 TID 導入の動機

最も強い動機	比率
既存の資金源では不十分であり、追加の資金が必要である	49%
資金源がなく、基盤となる資金が必要である	25%
市、郡政府からの資金供給の減少したため	14%
その他	12%

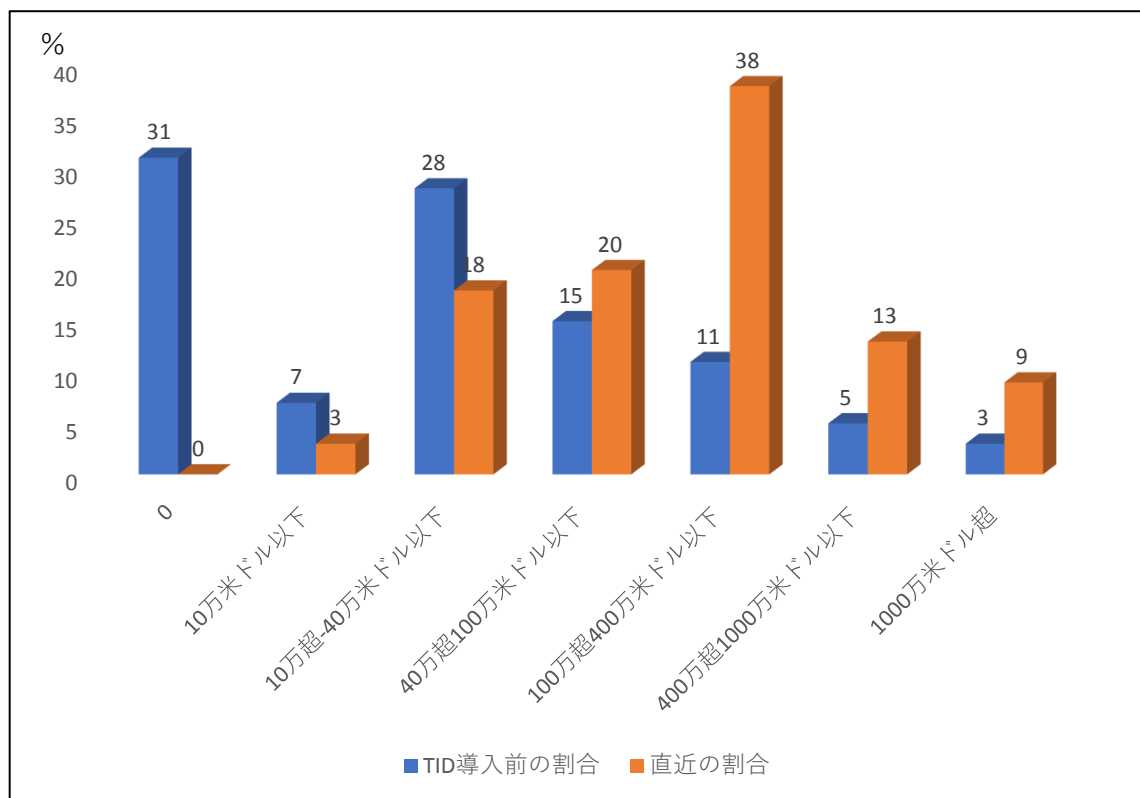
出所：「TID 全米調査結果、CIVITAS 社、2017 年」（文献 2）

同調査結果のその他としたものには、「地方政府の支出抑制」、「2008 年の不況」、「宿泊税が観光マーケティングに使われないため」、「増加した予算額に対する安定調達源の確保」、「宿泊業者から資金調達だけでなく支出についても管理したい意向があった」、等の回答がみられた。

(2) TID の導入前後の資金調達額の変化

「TID 全米調査結果、CIVITAS 社、2017 年」（文献 2）では、TID を導入したデスティネーションの導入前と後の資金額を比較し、TID 導入によって DMO の資金調達額がどのように変化したかについての調査結果を記載している。縦軸はデスティネーションの観光振興予算額、横軸は予算額毎のデスティネーションの割合を示すもので、青が TID 導入前、オレンジが TID 導入後の割合である。

図表 2-9 デスティネーションの予算額 TID 導入前・直近年の比較



出所：「TID 全米調査結果、CIVITAS 社、2017 年」（文献 2）

この調査は、TID 導入前と調査時の予算額の比較をしたものであり、TID 導入後かなりの年数が経過しているデスティネーションもあるので、この増減には TID 以外の財源の増減分も入っている。

同調査によると TID 導入後の変化率は、最低でも 21%、最大で 633% の増加であった。平均の増加率は 204% であり 3 倍以上になっている。TID 導入後のマーケティング活動資金が減ってしまったデスティネーションはゼロであった。

また、TID 導入前には観光振興予算が全くなかったとしたデスティネーションが全体の 31% あり最も多かった。TID 制度を活用して、地域の観光業者が自主的に新たなマーケティング活動を始めたケースが多いものと考えられる。

全体では、導入前の予算額が平均 1,363,569 米ドル（約 1 億 4968 万円）、中央値は 250,000 米ドル（約 2744 万円）、直近期の予算額は平均 3,820,154 米ドル（約 4 億 1934 万円）、中央値が 1,218,000 米ドル（約 1 億 3370 万円）となった。

2 米国の TID

(3) TID 負担金

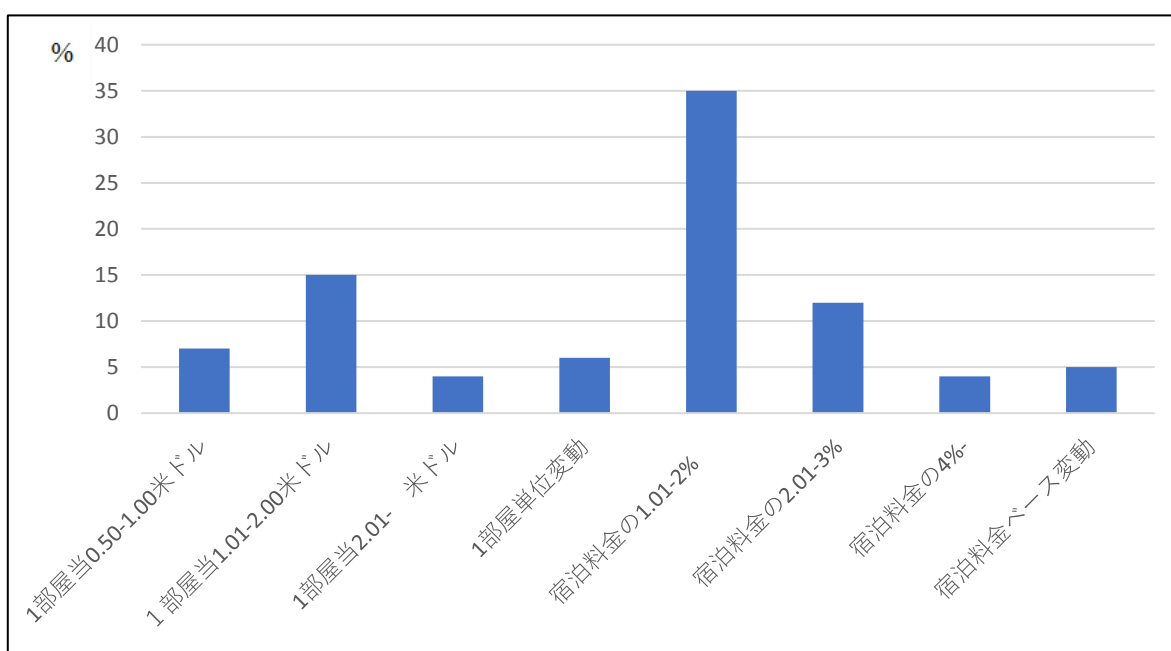
① TID 負担金の計算基準と負担金料率

TID 負担金の最終的な負担者は、通常は宿泊者等の観光客となる。宿泊客は、宿泊料金、宿泊税に加えて TID 負担金を負担する必要があり、負担金料率は TID によって異なっている。

負担金料率は宿泊料金を基準に一定比率で計算する TID が全体の 3 分の 2、一泊について定額で決めている TID が全体の 3 分の 1 となっている。最も多いのは、宿泊料金の 1%超 2%以下とする TID で全体の 35%であった。宿泊者にとっては、宿泊税と TID の合計が宿泊料金以外の負担となるため、合計で宿泊料にどれだけ上乗せされるのかが関心事になる。

負担金料率の分布を以下に示す。

図表 2-10 負担金料率毎の TID の分布



出所：「TID 全米調査結果、CIVITAS 社、2017 年」(文献 2)

宿泊客にとってみれば、TID 負担金の金額分だけ宿泊費用負担が大きくなるので、その額によってはその地域での宿泊を控える可能性もあるので、TID 負担金の料率を定める際に DMO、宿泊事業者等が考慮すべき問題である。なお、TID 負担金による宿泊客への負の影響は、CIVITAS 社の調査によるとほとんどみられておらず、多くのデスティネーションにおいて TID 導入は宿泊客の増加につながっていると思われる。「TID 全米調査結果、CIVITAS 社、2017 年」(文献 2)によると、回答者のうちで宿泊客数が減少したとしたのはわずか 1% (1 件) であった。

② 事業者による負担金の差

負担金の対象となる事業者の事業分野が異なる場合、また、同業者でも立地、業態、規模等の条件が異なる場合、また小規模事業者保護への配慮が必要な場合等があるため、TID の負担金を負担する事業者を分類して、負担する事業者の線引きや、負担率に差をつける等の手当がなされている。

2 米国の TID

・負担金を納付する事業者の線引きの基準

TID によっては、一定基準を満たすホテルのみが負担金を負担する場合がある。「TID 全米調査結果、CIVITAS 社、2017 年」(文献 2)によると、この負担金を納付する義務を負う事業者の基準についての質問に回答した TID は 91 で、うち 39 の TID が事業者の線引きの基準を設けている。最も多い基準は「部屋数」であり、回答者の 30%が負担金の負担業者を決める基準としている。「収入」「平均部屋料」を負担すべき業者の基準としている TID は 10%以下であった。「その他」と回答したには「ホテルが自主的に支払っている」「サービスの範囲」がみられた。

・納付する負担金額に差を設ける場合の要素

TID の多くは、負担金額、料率に、事業者によって差を設けている。「TID 全米調査結果、CIVITAS 社、2017 年」(文献 2)では、差を設けている TID は全体の 68%あり、理由は下表に示した通りである。

図表 2-1-1 TID 内で負担金に差を設ける要素

負担金料率に差を設ける要素	比率
TID 内で料率に差を設けていない	32%
平均宿泊代金を基準に差を設けている	25%
販売宿泊部屋数を基準に差を設けている	19%
立地している地区により差を設けている	15%
提供するサービスか総合的か限定的かで差を設けている	4%
その他	5%

出所：「TID 全米調査結果、CIVITAS 社、2017 年」(文献 2)

③ 負担金の引き上げ

TID 導入以降、導入時に定められた負担金が引き上げられた事例がある。引き上げの要因は、DMO の活動資金が当初の負担金料率では十分に調達できなくなった場合、当初は慎重に低く負担金率を設定し様子をみながら引き上げた場合、等が考えられる。

調査に回答した TID の 70%は引き上げを行っておらず、引き上げを行った場合でも引き上げ幅は小さい。全体としては慎重に対応をしている様子である。しかし一方では、調査に回答した TID の 30%は、負担金納付事業者と合意し、引き上げを行っている。DMO と事業者が必要性を認め、一緒になってデスティネーションマーケティングに取り組んでいる様子が見えてくる。

2 米国の TID

図表 2-12 負担金の引き上げを行った TID（引き上げ幅・比率）

引き上げ幅・率	比率
1 部屋当たり 0.25-1.00 米ドル引き上げ	14%
1 部屋当たり 1.01-2.00 米ドル引き上げ	1%
宿泊料金対して 0.25-1.00%引き上げ	10%
宿泊料金に対して 1.01-2.00%引き上げ	5%
引き上げは行っていない	70%
合計	100%

出所：「TID 全米調査結果、CIVITAS 社、2017 年」（文献 2）

負担金引き上げを行った TID の引き上げの時期は分散している。引き上げを複数回行った TID もあり、その場合にはそれぞれの引き上げを 1 件と数えて集計している。導入後 2 年以内に引き上げを行っているものも 20%以上あり、関係者間の合意により柔軟な対応をすることも可能であるようである。

図表 2-13 負担金を引き上げた時期

引き上げた時期（導入後の経過年数）	比率
導入後 0-2 年	21%
導入後 3-5 年	38%
導入後 6-10 年	26%
導入後 10 年超	15%

出所：「TID 全米調査結果、CIVITAS 社、2017 年」（文献 2）

（4）TID の導入プロセスと課題

① 法的環境の整備

TID 導入のための前提となる法的環境は州によって異なっており、カリフォルニア州のように州法の条項に基づき形成される場合と、州法によらず地方自治の範囲で形成される場合とがある。TID 導入に際しては、その地区において TID 導入の法的な根拠をどのように整えるかを事前に確認する必要がある。先行事例がある州においては法整備がなされていると考えられるが、多くの州では TID 導入のための法案提出が必要になるなど、それぞれ法整備に向けて準備をする必要があり、TID 導入についてのハードルは高いと考えられる。

全米観光協会の「米国観光の法律調査 2016 年」（文献 9）では、全米の各州の州法を調査し、TID 導入に必要な法律の要件の適合性について検証している。その結果、州法による TID の設立が可能であるとされたのは 11 州であった。また州法によって付与された地方政府の権限について調査を行い、各州での TID の導入が州法によらずに地方自治の範囲で行うことの可能性について評価を行っている。その結果、地方自治の権限で TID を導入することが可能であるとされたのは 11 州であった。合計 22 州のうち 3 州はいずれによっても導入が可能とされたので、重複を除く

2 米国の TID

と合計 19 州で導入に大きな障害はないと評価された。一方、TID を導入することが州法によっても、地方自治の権限によっても困難であると評価された州は 4 州であった。

カリフォルニア州のように州法による TID 形成が確立されている州では問題は少ないが、TID の形成の事例がない州において新たに導入する場合には法的環境の整備にかなりの時間を要するものと思われる。

② カリフォルニア州の TID 関連法

TID 導入が特にカリフォルニアで進んだ理由として、TID 設立に向けた法的基盤が整っており、早い時期から先行事例が存在していたことがあげられる。カリフォルニアでの TID は、1989 年 駐車場・事業改善地域法 (Parking and Business Improvement Area Law)、または 1994 年 事業改善地区法 (Property and Business Improvement District Law) を導入の根拠としており、その後の拡大の基礎となった。

カリフォルニア州の TID 関連法令の概要について、「国内外の観光地域づくり体制に関する調査業務、観光庁、2016 年」(文献 6) に以下のように整理されている。

図表2-14 カリフォルニア州のTID関連法令

カリフォルニア州のTID 関連法令

- **地域名称**：Property and Business Improvement District（日本では「**BID**」として紹介されることが多い）
- **地域の承認権限を有する自治体**：市、郡等
- **賦課金/フィー/税金**：賦課金（Assessment）は、地域内の不動産やビジネスにプラスとなるような施設の新設・維持・改善や事業の促進を目的とした課徴金を意味する。
- **地域のベース**：不動産及びビジネスの両方が対象
- **分類**：市議会は、便益の度合に応じて地域内に一つの若しくは複数の恩恵ゾーン（benefit zone）を設けることができる。賦課金がビジネスに対して課される場合には、市議会は便益の度合に応じてビジネスのカテゴリーを定義することができる。
- **重複**：提案される賦課金対象不動産地域の境界線は、既存の賦課金対象不動産地域の境界線と重複しないこととする。但し、本法令とは異なる法令に基づき設立される賦課金対象地域との重複や、賦課金対象ビジネス地域同士、賦課金対象ビジネス地域と不動産地域との重複を禁止するものではない。
- **賦課金の基礎**：(a) 不動産に対して課される賦課金は、対象地域の不動産における推定利益額に基づいて課される。市議会は、地域内のサービス提供による不動産への恩恵を決定することを目的として不動産を分類することができる。
(b) ビジネスに対して課される賦課金は、対象地域のビジネスにおける推定利益額に基づいて課される。市議会は、地域内のサービス提供によるビジネスへの恩恵を決定することを目的としてビジネスを分類することができる。
- **提供されるサービス**：地域内のビジネス・不動産にプラスとなるようなイベントの促進、地域内の公共スペースにおける音楽の演奏、地域内の観光の促進（Promotion of tourism within the district）、マーケティング・経済開発、セキュリティ・公衆衛生・落書き除去、街路・歩道清掃・その他地方自治体が通常提供する公共サービスの補完するもの。
- **オーナーによる承認**：地域設置に係る手続きを行うためには、賦課金対象の不動産/ビジネスのオーナーのうち金額ベースで**50%超のオーナー**らが署名した書面での申請書提出が必要となる。
- **運営主体**は、NPO、アドバイザー委員会、地方政府：地域管理計画（management district plan）が不動産/ビジネスの所有者から成る協会を指定する場合、市はかかる指定された**NPO** 法人との間でサービス提供に関する契約を締結する。
- **地域の有効期間**：新しく設置された地域では、最長有効期限は5年間である。
但し、更新によって、最長10年まで延長することが可能である。

出所：「内外の観光地域づくり体制に関する調査業務、観光庁、2016年」（文献6）

2 米国の TID

③ 主たる組成者・組成に要した期間

TID の組成は地域観光業界がリーダーシップをとって進められており、地方政府が主導しているケースはわずかである。

図表 2-15 TID の主たる組成者

主たる組成者	比率
地域 DMO	42%
宿泊業者	28%
商工会議所 (Chamber of Commerce)	20%
地方政府 (市、郡政府)	6%
その他	4%

出所：「TID 全米調査結果 CIVITAS 社 2017 年」(文献 2)

TID の組成に要する期間については 6 から 12 か月が最も多いが、長期間に亘るものも少ない。

図表 2-16 TID 組成に要した期間

TID 組成に要した期間	比率
6 カ月未満	23%
6 カ月以上 12 か月以下	41%
13 カ月～18 カ月	15%
18 カ月超	21%

出所：「TID 全米調査結果、CIVITAS 社、2017 年」(文献 2)

2 米国の TID

④ TID 導入過程における課題

地元の宿泊事業者等の受益者、地方政府の理解を高めるための啓発、教育活動が最大の課題となる。TID 導入に時間がかかることを問題点としているケースもある。地元の観光関連事業者、地方政府関係者との合意形成に時間、労力がかけられていることがうかがえる。

以下、CIVITAS 社の調査結果を示す。

図表 2-17 TID 導入過程の最大の課題

TID 導入過程の最大の課題	比率
地域宿泊業者に対する啓発・教育活動	32%
政治的問題の克服	24%
地方政府に対する啓発・教育活動	20%
資金使用計画の策定と合意	5%
法的問題の克服	4%
その他	15%

出所：「TID 全米調査結果、CIVITAS 社、2017 年」（文献 2）

なお、この調査でその他と回答したものの中には、「障害や課題はなかった」「TID 導入についての州法の整備」「組成に要する期間の長さ」等をあげている。

(5) TID の資金用途

TID 導入によって資金調達をしたデスティネーションの活動について確認する。「デスティネーションは何を主要マーケティング目的としているか」「TID が廃止された場合にデスティネーションのどの活動に影響が出るか」「TID 管理運営上の問題点」「DMO 等 TID 運営主体の役員報酬」について以下に示す。

① 主要な用途

TID を導入したデスティネーションの大半は既存・新規マーケットからの新規訪問顧客誘致を主要マーケティング目的としているが、滞在期間の長期化、リピーターの来訪頻度拡大を最重要としているデスティネーションも存在する。それぞれの地域の特徴、TID の負担金負担者である事業者の戦略等が、マーケティング目的に反映されていると考えられる。

図表 2-18 TID を導入した DMO の主要マーケティング目的

マーケティング目的	比率
既存マーケットからの新規訪問客の誘致	42%
新規マーケットからの新規訪問客の誘致	34%
観光客の滞在期間の長期化	13%
既存顧客の来訪頻度の増大	5%
その他	6%

出所：「TID 全米調査結果、CIVITAS 社、2017 年」（文献 2）

2 米国の TID

また、同調査によると、最も多くのデスティネーションが KPI としてフォローしている指標は「客室稼働率」である。また、60%以上のデスティネーションが KPI としてあげたものには、「HP の閲覧件数とコンバージョン（成果につながる動き）」、「SNS 等での評価」、「SNS フォロワー数と返信数」、「グーグル分析」、「一日の平均宿泊売り上げ」であった。なお、デスティネーションの 7%は、KPI を設定していないと回答している。

KPI の設定は成果を関係者に示すためにも必要である。また、KPI の目標値達成に加え、TID を導入しているデスティネーションは、TID を継続していくために、調達した資金をいかに効率よく活用し経済効果を創出しているかを利害関係者に効率的に伝えていく必要がある。

② TID が廃止された場合の影響

「TID 全米調査結果、CIVITAS 社、2017 年」（文献 2）では、TID が廃止された場合の影響についても調査を行っている。

TID が廃止されたとした場合に削減されると考えられる活動として最も多かったのは「伝統的メディア」でデスティネーションの 80%を超えた。次いで「オンラインメディア」が 70%以上、「ウェブサイトの開発」「スタッフの拡充」「法人への営業（group sales）」が 60%以上、「デスティネーションの紹介冊子（Destination collateral）」「調査」「スペシャルイベント」が 50%となっている。

TID による資金調達はデスティネーションのマーケティング活動の前提となっていることが明らかである。

③ TID 管理運営上の課題

TID 導入後の運営上の困難な課題としては、導入時と同様「関係者の理解を深める啓発・教育活動」が最も多くあげられている。特に、「導入に反対していた事業者への対応」をあげているデスティネーションもあり、関係者の理解を得ていくことに労力を使っている様子が見える。その他には「役員会への過半数の出席の確保」「既存の資金源の保持」「異なるタイプの設備のバランスをとること」「宿泊業者の TID 活動への取り組み」「新しいマーケティングのトレンドについていくこと」「法律的課題」等である。

図表 2 - 19 TID 管理運営上特に困難な課題

解決が困難な課題	比率
地方政府に対する啓発・教育	38%
資金調達のため特定の検証可能な結果を示すこと	28%
宿泊業者に対する啓発・教育	19%
資金調達方法について共通のビジョンを示すこと	17%
TID 導入に反対していた事業者等への対応	12%
特に課題はない	7%
その他	19%

出所：「TID 全米調査結果、CIVITAS 社、2017 年」（文献 2）

2 米国の TID

④ 役員報酬

運営に係るコストとして DMO 等 TID 運営主体の常勤役員の報酬をみると、最も多い範囲は 10 万米ドル以上 15 万米ドル未満で全体の 26%を占めた。役員の報酬は、一般的には TID の予算規模が大きければ高くなることが多い。この役員報酬は、米国の他業界のマーケティング責任者の報酬と比較して、決して高い水準ではないと考えられる。

図表 2-20 DMO 常勤役員の年間報酬

年間報酬額	比率
5 万米ドル未満	17%
5 万米ドル以上 7 万 5000 米ドル未満	13%
7 万 5000 米ドル以上 10 万米ドル未満	21%
10 万米ドル以上 15 万米ドル未満	26%
15 万米ドル以上 20 万米ドル未満	10%
20 万米ドル以上	13%

出所：「TID 全米調査結果、CIVITAS 社、2017 年」（文献 2）

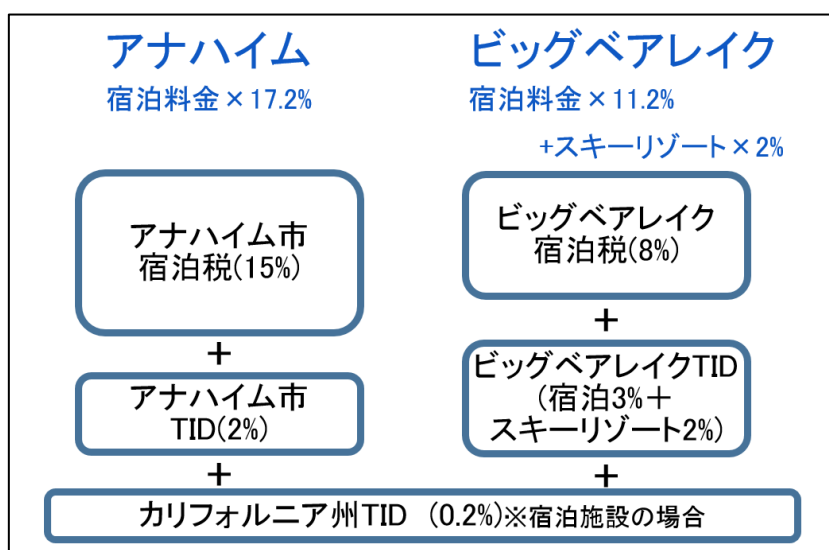
3 カリフォルニア州の TID

3. カリフォルニア州の TID

本章では、カリフォルニア州を対象として、TID の具体的な例について報告する。カリフォルニア州では州全域が 1 つの TID となっており、TID 負担金として徴収された資金は州全体の観光振興財源をして使用されている。また、州全域の TID とは別に、カリフォルニア州の多くのデスティネーションで TID が導入されており、それぞれのデスティネーションの観光振興財源となっている。

下図は、アナハイム市とビッグベアレイクでの宿泊税と TID 負担金の料率である。両地域を含みカリフォルニア州内にある TID 負担金業者となる宿泊事業者には、宿泊料金にかかるカリフォルニア州 TID (0.2%) の納付義務がある。その上で、アナハイム市の場合には市 TID 負担金として宿泊料金の 2%、宿泊税として宿泊料金の 15%、合計で宿泊料金の 17.2%を納付しなければならない。この分は通常宿泊客に転嫁され、宿泊客が負担する金額となる。同様、ビッグベアレイクの場合には、カリフォルニア州 TID として 0.2%、ビッグベアレイク TID 負担金が 3%、宿泊税が 8%であり、宿泊客は通常、宿泊料金に対して合計が 11.2%を上乗せして支払う必要がある。更に、宿泊客がスキーリゾートを利用する場合にはその代金に対して 2%の TID が別途徴収される。

図表 3-1 カリフォルニア州における宿泊税・TID



出所：各種資料に基づき WBA が作成

3 カリフォルニア州の TID

宿泊客の TID 負担金支払いの具体例として、アナハイム市シェラトンパークホテル (Sheraton Park Hotel at Anaheim Resort) は以下の明細を宿泊客に渡している。

図表 3-2 宿泊業者の明細書記載例 (アナハイム シェラトンホテル)

Date	Reference	Description	Charges/Credits (USD)
Tax ID : SHERATON PARK HOTEL JUL-14-2018 10:54 ANTHONY			
10-JUL-18	RT121	Room Charge	211.00
10-JUL-18	RT121	Resort Assessment Fee	0.48
10-JUL-18	RT121	Occupancy Tax	31.65
10-JUL-18	RT121	ATID Assessment	4.22
11-JUL-18	RT121	Room Charge	211.00
11-JUL-18	RT121	Resort Assessment Fee	0.48
11-JUL-18	RT121	Occupancy Tax	31.65
11-JUL-18	RT121	ATID Assessment	4.22
12-JUL-18	RT121	Room Charge	211.00
12-JUL-18	RT121	Resort Assessment Fee	0.48
12-JUL-18	RT121	Occupancy Tax	31.65
12-JUL-18	RT121	ATID Assessment	4.22
13-JUL-18	RT121	Room Charge	211.00
13-JUL-18	RT121	Resort Assessment Fee	0.48
13-JUL-18	RT121	Occupancy Tax	31.65
13-JUL-18	RT121	ATID Assessment	4.22
14-JUL-18	VI	●●●●●	-989.40
For Authorization Purpose Only			
●●●●●			
Date	Code	Authorized	
10-JUL-18	004824	1181.6	

※Resort Assessment Fee (カリフォルニア州 TID の負担金)

※Occupancy Tax (宿泊税)

※ATID Assessment (アナハイム TID の負担金)

出所 : WBA

なお、アナハイム市シェラトンパークホテルでは上図の通り詳細を記載した明細表宿泊客に交付しているが、すべてのホテルが同様の対応をしているわけではなく、ホテルによっては宿泊料金に上乘せられる負担金額を合計金額で記載している。

3 カリフォルニア州の TID

3-1 カリフォルニア州の全域 TID

(1) ビジットカリフォルニア

① カリフォルニア州観光マーケティング法とビジットカリフォルニア

ビジットカリフォルニアはカリフォルニア州の州レベルの DMO であり、州政府観光局と協力し、カリフォルニア州 TID を財源として州全体のマーケティングを行っている。都市単独では対応が難しいインバウンド、危機管理など州全体の課題に対応している。なお、ビジットカリフォルニアのように、州レベルで積極的に DMO として活動しているのは例外的なケースであり、多くは州として積極的な DMO 活動をしているわけではない。

1995 年に、観光旅行市場におけるカリフォルニア州のシェアを高めることを目的に、カリフォルニア州観光マーケティング法が制定された。この法律により、観光関連事業者に負担金を課して資金調達し、非営利公益団体ビジットカリフォルニアを設立して、高級デスティネーションとしてのカリフォルニア州のマーケティング活動を行うことができるようになった。

カリフォルニア州観光マーケティング法は、1997 年に観光業界全体の承認を得て施行され、TID 負担金プログラムが 1998 年に開始され、その後 6 年毎に業界の承認を受けて更新されてきた⁴。

② ビジットカリフォルニアの運営

上記、カリフォルニア州 TID 負担金プログラムによると、ビジットカリフォルニアは、観光業界の代表分野である宿泊事業、レストラン/小売業、アトラクション/レクリエーション事業、交通/旅行サービス事業、そして乗用車レンタル事業をそれぞれ代表する合計で 37 人のメンバーで構成される委員会(Commission/Board)によって統制されるものとなっている。委員会は四半期毎に開催され、ビジットカリフォルニアのプログラムのマーケティング計画、支出、及び全体的な戦略を監督、承認している。なお、現在、HP に掲載されている委員会メンバー名簿（2017 年 5 月 9 日更新）には 34 名の委員が紹介されている⁵。

(2) 資金調達と運用の概要

ビジットカリフォルニア HP に掲載されている「エヴォルブ 2017 年度のレビュー」(“EVOLVE Year In Review FY17/18”) (文献 12) によると、2017 年度のビジットカリフォルニアに対する業界別投資構成 (Tourism Industry Investment) が示されている。これらの業界はカリフォルニア州 TID の負担金負担事業者と一致しており、TID 負担金による資金調達であると考えられる。

⁴ 出所：カリフォルニア州観光局 HP (観光マーケティング法) (文献 10))

⁵ 出所：カリフォルニア州観光局 HP (ビジットカリフォルニア委員会) (文献 11))

3 カリフォルニア州の TID

図表 3-3 TID の資金調達先別金額の割合

業界	比率
レンタカー	53%
宿泊施設	36%
レストラン、小売業	7%
アトラクション	2%
交通サービス	1%
政府	0.002%

出所：「エヴォルブ 2017 年度のレビュー」（文献 12）

(3) 負担金の負担事業者

カリフォルニア州の全体を範囲とした州 TID では、委員会構成メンバーを出している 5 分野の事業者が TID 負担金を負担している。宿泊料金以外に、スキーリゾートのチケット販売代金、アトラクション施設の入場料金、小売店の売り上げ等に対して負担金がかかるようになっており、広範囲の観光関連事業者が負担し、カリフォルニア州としての観光地マーケティングを担うビジットカリフォルニアの活動資金となっている。

図表 3-4 カリフォルニア州 TID 負担金

対象事業	負担金料率
宿泊事業	観光客収入の 0.195%
アトラクション、リクリエーション事業	観光客収入の 0.0975%
レストラン、小売業	観光客収入の 0.0975%
交通、旅行サービス事業	観光客収入の 0.0975%
乗用車レンタカー事業	観光客収入の 0.0975%

出所：カリフォルニア州観光局 HP（TID 負担金料率）（文献 13）

また、上記の 5 分野に含まれる多数の業種が記載された「産業分野・業種リスト」（文献 14）を HP に掲載し、負担金の対象に含まれる業種であること、またリストに含まれていない場合でも類似の業種は対象になることの注意喚起がなされていて、観光業界に関連する事業者として通知を受けた場合には州 TID の申告を行う義務があることが説明されている。

なお、収入（後述のカリフォルニア総収入基準）が 100 万米ドル未満の事業者は州 TID 負担金の負担を免除される。また、レンタカー業界で負担金を負担する事業者⁶は、空港、またはホテルで事業を行っているものに限られている。

⁶出所：カリフォルニア州観光局 HP（レンタカー業界の負担金負担事業者）（文献 15）

3 カリフォルニア州の TID

(4) 州 TID の計算に必要な事項

以下、事業者の TID 負担金の負担額を計算するために必要な事項を、カリフォルニア州観光局 HP⁷に記載されている内容に基づき説明する。

① カリフォルニア総収入 (California Gross Receipt)

各事業者の負担金負担額の計算はカリフォルニア総収入 (California Gross Receipt) を基準として行われる。カリフォルニア総収入は、州内の売り上げから返品、割引を控除した金額で、納税時にも使用されているものである。

② カリフォルニア総収入からの控除項目

TID 負担金計算前に、以下の 2 項目についてはカリフォルニア総収入から控除される。

- 1) 30 日を超えるレンタル収入で以下のもの : カヌー、ハウスボート、娯楽用ボート、こぎ舟、ヨット、サーフィン用具、海岸施設、ヨットの停泊所
- 2) 他州との交通輸送の売り上げ、ディーゼルエンジンの販売代金、他州との定期運行、他州バス運行の売り上げ

③ 観光関連収入

カリフォルニア総収入のうち、以下の人から収受したものを意味する。

- 1) 通勤・通学以外で片道 50 マイル (約 80.5 キロメートル) 以上の旅行をした人
- 2) 距離や目的を問わず宿泊施設に泊まった人

自宅となるのは、31 日以上連続で居住している場所である。(31 日以上連続でホテルに泊まった場合には自宅とみなされ旅行収入とはならない)

(5) 負担金負担額の計算

各事業者の負担金負担額は、カリフォルニア総収入から控除項目を控除した金額を基準として、その内の観光関連収入にかかる金額を算出し、事業について定められた負担金料率を乗じて算出する。

カリフォルニア州観光局では事業者向けに TID 負担金の計算方法、納付方法について情報提供を行っている。以下は、150 万米ドルの収入 (カリフォルニア総収入) がある宿泊業者で、仮にそのうち 80% を観光客から得ている場合を想定してシミュレーションを行ったものである。

この場合の納付額は 2,340 米ドルである。(150 万米ドル×0.195%×80%=2,340 米ドル)

⁷ 出所 : カリフォルニア州観光局 HP (TID 負担金算出に必要な事項) (文献 16)

図表 3-5 カリフォルニア州観光局 HP 負担金計算

Assessment Calculator

Select an Industry Category:
Accommodations ▼

California Gross Receipts

Percentage of Tourism: **Estimate your %**
[How to Calculate Percentage of Tourism](#) *This estimation has a variability of 1-5% %

Estimated Assessment Fee: **Calculate!**

Continue and file your assessment

出所：カリフォルニア州観光局 HP（TID 負担金計算画面）（文献 17）

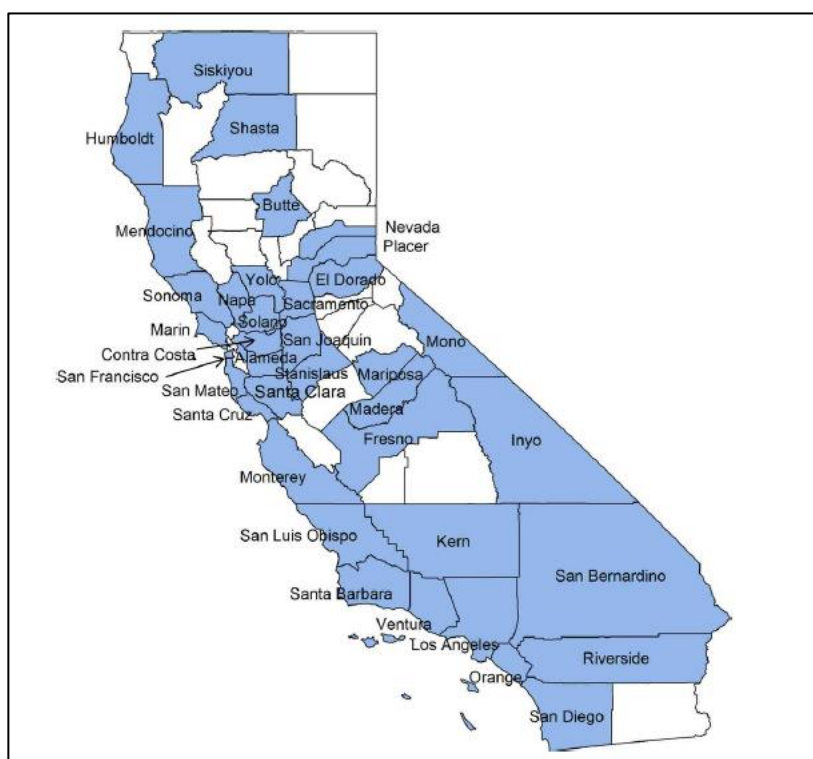
3 カリフォルニア州の TID

3-2 カリフォルニア州の地域 TID

(1) カリフォルニア州の地域 DMO

カリフォルニア州では郡や市のデスティネーションのマーケティングを行う地域 DMO が多く存在している。カリフォルニア州には 58 の郡があるが、2016 年までに 38 郡において TID が導入されている。異なる情報源によるため時期はずれるが、カリフォルニア州全体では 105 の TID が存在している。同じ郡の中で複数の異なる TID が導入され、それぞれが地域 DMO (または DMO 以外の TID 運営主体) の資金源となっており、デスティネーションのマーケティング活動が行われている。ビジットカリフォルニアは地域 DMO を直接的にコントロールする関係にはなく、それぞれのデスティネーションにおいて地域 DMO が宿泊税、TID を組み合わせて資金調達を行っている。

図表 3-6 2016 年時点で稼働している TID があるカリフォルニア州の 32 郡



出所：「観光経済、TID 廃止の衝撃、2016 年」(文献 8)

「観光経済、TID 廃止の衝撃、2016 年」(文献 8)によると、TID にのみ資金調達を依存しているデスティネーションもあるが、多くは既存の宿泊税を主とする既存財源に上乗せされている。現在の TID を導入しているデスティネーションのうち財源の構成を明らかにしている 44 のデスティネーションについては、平均で活動資金の 82%を TID で調達している。

3 カリフォルニア州の TID

例えばサンディエゴ市では、宿泊税、TID 負担金は以下の表のように決められている。サンディエゴ市の TID 負担金は、部屋数が 30 室以上の場合 (1.45%+0.55%) と 30 室未満 (0.55%) の場合とで負担金の料率が変わる設計されている。

宿泊税は一部が、TID 負担金は全部がデスティネーションの活動資金となっている。

図表 3-7 サンディエゴ市の宿泊税、負担金

宿泊税・負担金	料率
宿泊税 (すべての宿泊施設)	10.50%
負担金 A (30 室以上のすべての宿泊施設)	1.45%
負担金 B (すべての宿泊施設)	0.55%

出所：サンディエゴ市 HP (文献 18)

(2) カリフォルニア州の地域の TID

「世界の TID 一覧、CIVITAS 社、2019 年 1 月」(文献 5)によると、2019 年 1 月時点でのカリフォルニア州の TID の合計予算額は約 2 億 7975 万米ドルで、規模の大きなものは、サンディエゴ (3900 万米ドル)、ロサンゼルス (2780 万米ドル)、サンフランシスコ (2500 万米ドル)、アナハイム (1750 万米ドル)、パームスプリングス (1458 万米ドル) の 5 地区が 1000 万米ドルを超えている。

TID 資金を使用した活動の目的は、ほとんどが観光地マーケティングであるが、以下の TID は別の活動目的を併記している。

図表 3-8 観光地マーケティング以外の目的を持つカリフォルニア州の TID

地域 TID	TID 資金を使用した活動目的
アナハイム	観光マーケティング・交通
バーバンク	観光マーケティング・デスティネーション開発
パシフィックグローブ	観光マーケティング・ハード面の改善
サクラメント	資本改善 (Capital Improvements)
サンフランシスコ	観光マーケティング・サービス・モスクムセンター改善

出所：「世界の TID 一覧、CIVITAS 社、2019 年 1 月」(文献 5) より WBA が作成

宿泊事業者以外を負担者とする TID 負担金で資金調達を行っているのはビッグベアレイクとマンモスレイクスの 2 地域である。

ビッグベアレイク TID は、ロサンゼルスから車で 2 時間程度の距離にあるバーナーディーノ山脈 (標高 2,060 メートル) に形成されており、宿泊施設以外にスキーリゾートが受益者として負担金を納付している。

3 カリフォルニア州の TID

カリフォルニア州のモノ郡のヨセミテ国立公園とシエラ国立森林公園の真ん中あたりに位置するマンモスマウンテンに形成されたマンモスレイク TID では、宿泊施設の他、レストランとスキーリゾートが受益者となり負担金を納付している。

図表 3-9 宿泊料金以外を負担金対象事業としている TID

地域 TID	負担金対象の事業
ビッグベアレイク	宿泊料金の 3% + スキーリゾートの 2%
マンモスレイクス	宿泊料金、レストラン、スキーリゾートの 1%-2%

出所：「世界の TID 一覧、CIVITAS 社、2019 年 1 月」(文献 5) より WBA が作成

マンモスレイク TID は、TID 負担金を納付する小売事業者、レストラン事業者を 3 タイプに分類して負担金の額に差を設けている。タイプ 1 は年間収入が 15 万米ドル以上あって、その半分以上を観光客から得ているものものであり、売り上げの 1.5% を負担金として負担する。タイプ 2 は、年間収入が 5 万米ドル以上 15 万米ドル未満で、その半分以上を観光客から得ているものであり、年間 500 米ドルの負担金を負担する。タイプ 3 は、タイプ 1、2 に入らない小規模事業者か地元住民への売り上げを主としている事業者で、年間 50 米ドルの負担金を納付する。

タイプ 2、3 の事業者は、その旨を規則に従って申告することが必要である。

図表 3-10 マンモスレイク TID の負担金

対象事業	負担金料率
宿泊事業	収入の 1%
小売業 タイプ 1	売り上げの 1.5%
レストラン タイプ 1	売り上げの 1.5%
スキーリゾート	リフトチケットとスキー教室売り上げの 2%
小売業 タイプ 2	年間 500 米ドル (要申告)
レストラン タイプ 2	年間 500 米ドル (要申告)
小売業 タイプ 3	年間 50 米ドル (要申告)
レストラン タイプ 3	年間 50 米ドル (要申告)

※タイプ 1：年間収入が 15 万米ドル以上で、その半分以上を観光客から得ているもの

※タイプ 2：年間収入が 5 万ドル以上 15 万ドル未満でその半分以上を観光客から得ているもの

※タイプ 3：それ以外

出所：マンモスレイクタウン HP (文献 19)

3 カリフォルニア州の TID

3-3 TID を導入したデスティネーションの活動効果測定

TID を導入した DMO は、TID 負担金を活用した活動の効果、関係者に説明し理解を得ていくことが必要である。TID による資金調達、負担金負担者である事業者との合意の上で成り立っているものであり、関係者が効果を認識できないと TID が継続されないリスクがある。何らかの理由で途切れることがあると影響が大きい。また、TID の資金で行われるデスティネーションのマーケティング活動は、事業者の業績と密接に結びついていることの理解を得ることが重要である。

以下「観光経済、TID 廃止の衝撃、2016 年」(文献 8) から、効果説明の事例を示す。

(1) パームスプリング TID のケース

Strategic Marketing and Research Insights (SMARI) と組んでキャンペーンの効果測定を行った。概要は次の通りである。

- ・ 1000 名の来訪者を対象に調査を行った。
- ・ 38%の対象者がキャンペーンを知っており、広告が効果的であったと回答した。
- ・ SMARI では 7%はキャンペーンの成果で増えたものと評価し、54 万人の旅行者、5 億 2330 万米ドルの旅行者の支出の増加にあたり、381 対 1 の投資効果があったとした。

(2) ニューポートビーチアンドカンパニー

TID の資金で展示会への出展により団体客の誘致に成功した事例を CIVITAS に報告した。

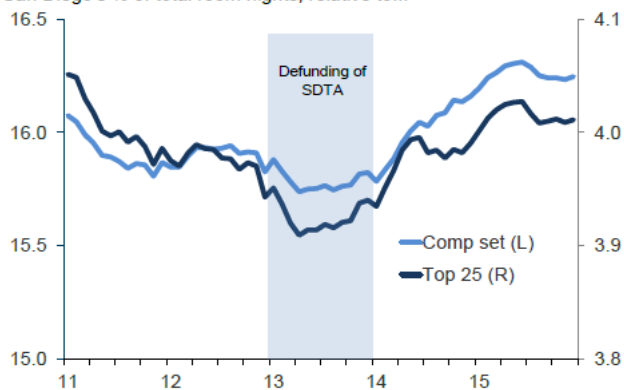
- ・ TID で調達した資金で DMO が旅行展示会に出展した。
- ・ その結果、宿泊人日を 16,000 から 80,000 に増やした。

参考：2013 年サンディエゴの事例
(TID 資金が一時的に途絶えた例)

サンディエゴの TID による資金調達額が毎年 2000 万米ドル以上あったが、2013 年にほぼすべての資金が引き上げられ、プロモーション活動を大幅削減せざるを得なくなった。2013 年は米国の旅行業界としては安定成長をした年であったが、サンディエゴのホテル需要は停滞し、ライバル都市との比較で大幅に空室率が増え、宿泊料もかい離して下がった。

San Diego room demand market share

San Diego's % of total room nights, relative to...



右縦軸
全米トップ 25 市場の中での
マーケットシェア

左縦軸
競合市場の中での
マーケットシェア

Sources: STR, Tourism Economics

2013 年のサンディエゴのケースは、TID の資金によるプロモーションが行われなくなると、大きな影響を受けることが証明された。

出所：「観光経済、TID 廃止の衝撃、2016 年」(文献 8)

3 カリフォルニア州の TID

3-4 TID の統治

TID 形成時に、TID 受益者/負担金納付者（観光関連事業者）と TID 運営主体（DMO 等）が、TID 負担金により調達した資金で行うマーケティング活動の内容について合意をし、地方政府の承認を受ける。TID 運営主体は、合意内容に従って活動し、活動の成果、資金使途等を TID 受益者/負担金納付者に報告し承認を得ている。また、地方政府も、TID 負担金が、合意内容通りに活用されているかをレビューすることで説明責任を確保している。統治の具体的な仕組みについては、TID の合意内容よると考えられるが、本調査では詳細な情報を取得できていない。

参考：サンタクララ市 ニュースリリース（抜粋・抄訳）
(TID 財務管理に問題があった例)

2018 年 11 月 26 日

「外部監査により、サンタクララ商工会議所の運営する TID の財務管理が不適切であることがまた明らかにされ、市による更なる監視が求められる」

～外部の監査により、TID の財務管理者でありアドバイザーボードである商工会議所によるいい加減な内部統制、指針の欠如、及びずさんな会計が明らかにされた～

11 月 27 日の市議会で、外部監査を実施した TAP International がサンタクララ TID の監査結果を報告する。サンタクララ商工会議所が TID の財務責任者である。

今回は、商工会議所に対する公的資金の管理について、2 度目の監査として市の委託で行われたものである。初回の監査では、Santa Clara Convention Center、及び Conventon Visitor Bureau の合計約 160 万米ドルの資金管理について、適切に処理されておらず、透明性、情報開示に問題があり、証憑も適切に保管されていないことが判明していた。

市長は、前回の監査で明らかにされた不適切な会計について商工会議所が認識していたにもかかわらず、公表も改善もしていなかったこと驚きであるとしている。

今回の監査は、2012 年度から 2016 年度についての TID についてのもので、受益者のホテルが TID 負担金を支払っているかについて、また、資金が目的に沿って使用されたかについての確認も行われた。監査の結果（概要）は以下の通りである。

- TID 負担金は概ね正しく徴収されていたが、TID の権限についての承認手続きが正しく行われていなかった。
- TID の支出についての会計管理がずさんであった。
- TID による補助金の支払いが TID の指針に沿ったものでなかった。

出所：サンタクララ市 HP <http://santacalaraca.gov/home/showdocument?id=62180>

4. 我が国での TID 導入に向けた環境

日本版 DMO の財源としての TID 導入に向けた環境を、現状の日本版 DMO の財源についての課題、我が国において近年導入されつつある宿泊税の状況、日本版 BID の導入の背景と現在の取り組み、を把握することで整理し、我が国の DMO の財源課題の解決に向けた参考としたい。

4-1 日本版 DMO の財源

日本版 DMO 登録制度が 2015 年 11 月にスタートし、わずか 3 年余りの間に 102 件の DMO、121 件の候補法人が登録された（2018 年 12 月 21 日現在）。我が国においても DMO が観光振興の担い手として立ち上がりつつある。日本版 DMO は様々な課題を抱えているが、その中でも財源をいかに手当するかが共通の課題となっている。日本版 DMO は地域の稼ぐ力を引き出す主体であり、必ずしも日本版 DMO そのものが稼ぐ必要があるわけではない。しかしながら、自律的・継続的な活動を行っていくために「公的資金での担保」と併せ「安定的・長期的な自主財源」が求められており、「安定的な運営資金を確保すること」が DMO 登録の要件となっている。

「日本版 DMO」形成・確立に係る手引き（第 3 版）」（文献 20）によると、日本版 DMO の財源としては、収益事業（物販、着地型旅行商品等）、公的管理の受託、メンバーシップフィー（会費・賛助金・寄付金等）、特定財源（法定外目的税、負担金）、行政からの補助金・委託事業があり、行政や観光関連団体と連携し、それぞれの役割を整理した上で、自主財源確保の取り組みを地域の実情に応じて組み合わせ安定的な運営資金の確保を検討することが重要、としている。

また、同手引きにおいて、自主財源の 3 要素として網羅性、自主性、持続性の観点から運営資金としての課題を整理している。

図表 4-1 運営資金の課題

【自主財源の 3 要素】			
網羅性：マネジメントの受益者となる特定地域内の地権者・事業者等を漏れなく対象とする。 フリーライダーの発生を防止し、組織活動の安定性をもたらす。			
自主性：魅力ある観光地域づくりという目的の下、DMO が自身の事業活動を主体的及び事後的に決定できる			
持続性：単年度でなく、DMO が自律的・継続的に活動できる運営資金を確保することが、事業の実効性や人材確保等の面で必要。			

資金の種類	網羅性	自主性	持続性
補助金	—	×	×（単年度）
指定管理	—	×	△（複数年）
収益事業	—	○	×
会費制	×	○	×
	（フリーライダー）		
法定外目的税 負担金	○	○	○

出所：「日本版 DMO」形成・確立に係る手引き（第 3 版）（文献 20）

4 我が国での TID 導入に向けた環境

4-2 我が国の宿泊税

(1) 我が国での宿泊税導入状況

宿泊税は 2002 年 10 月に東京都、2017 年 1 月に大阪府、2018 年 10 月に京都市で導入され、DMO の財源として期待されており全国に広がりつつある。宿泊税は、増加している訪日観光客の需要に対応するためだけでなく、住環境や都市計画上の課題に対応するための財源とすることを目的としている法定外目的税であり、一般会計に組み入れられる。宿泊税の導入が進む自治体は以下の通りである。

図表 4-2 宿泊税の導入事例

導入(予定)年月	自治体	宿泊料金 (一人一泊)	税収
2002 年 10 月	東京都	1 万円未満 0 円 1 万円以上 1 万 5000 円未満 100 円 1 万 5000 円以上 200 円	23.61 億円 (2017)
2017 年 1 月	大阪府	1 万円未満 0 円 1 万円以上 1 万 5000 円未満 100 円 1 万 5000 円以上 2 万円未満 200 円 2 万円以上 300 円	7.7 億円 (2017 年)
2018 年 10 月	京都府京都市	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	45.6 億円 (見込み)
2019 年 4 月	石川県金沢市	2 万円未満 200 円 2 万円以上 500 円	7.2 億円 (見込み)
2019 年 11 月	北海道虻田郡 倶知安町	宿泊料金の 2%	3 億円

※大阪府では 2019 年 6 月 1 日以降 7000 円以上について 100 円課税される。

※税収額は観光経済新聞 (東京都、大阪府、京都市、金沢市)、朝日新聞 (倶知安町)

出所：観光経済新聞 2018 年 10 月 15 日 (文献 21)、朝日新聞 2018 年 9 月 3 日 (文献 22)

4 我が国での TID 導入に向けた環境

(2) 宿泊税の使途

宿泊税を導入した自治体の、宿泊税導入の目的、使途は以下の通りである。

① 東京都

東京都主税局の HP に宿泊税の使用目的について以下の説明がされている。

図表 4-3 宿泊税の使用目的（東京都）

国際都市東京の魅力を高めるとともに、観光の振興に要する経費に充てるために導入されたもので、次のよう取り組みの経費に全額が使われる。	
消費拡大に向けた観光経営	インバウンド対応を行う観光事業者への支援、観光産業人材育成等
集客力が高く良質な観光資源の開発	水辺の活用、ライトアップによる演出やアニメやマンガ等の観光資源の活用
観光プロモーションの新たな展開	新たなアイコン等を活用した東京の魅力発信や富裕な旅行層の誘致に向けたプロモーションなど
MICE 誘致の新たな展開	都立施設を活用したユニークベニューの推進や MICE 施設の機能強化に向けた設備導入の支援など
外国人旅行者の受け入れ環境の向上	多摩地区での観光情報センターの整備やハラールなど多様な文化・習慣への対応など
日本各地と連携した観光振興	旅行者誘致のため連携する全国の地域の拡大など

出所：東京都主税局 HP（文献 23）

② 大阪府

大阪府は宿泊税充当事業として以下を HP にて説明している。

図表 4-4 宿泊税の使用目的（大阪府）

観光客と地域住民相互の目線に立った受け入れ環境整備の推進	
1 旅行者への観光案内、情報提供の充実・強化	
	(1) 旅行者にとって必要な情報を簡単に入手できるようにするための環境整備
	(2) 旅行者が容易に行きたい場所に行けるようにするための環境整備 (わかりやすい多言語表示や案内の実施、観光案内機能や情報入手のための環境整備の充実 等)
2 大阪での滞在時間を快適に過ごすための取り組み	
	(1) 旅行者と地域住民との相互理解の促進のための事業
	(2) 宿泊施設の確保に向けた事業
	(3) 宿泊施設や観光地における快適性や満足度を高めるための事業
	(4) 府域の移動利便性向上のための事業
3 旅行者の安全・安心の確保	
	(1) 旅行中の災害時対応等、旅行者の不安を解消し、安心感を高めるための事業

4 我が国での TID 導入に向けた環境

魅力づくり及び戦略的なプロモーションの推進	
1 魅力溢れる観光資源づくり	(1) 国内外から集客できる新たな魅力づくりやしかけの推進並びに府域における既存の魅力資源の更なる活用
2 効果的な誘客促進	(1) 更なる誘客促進に向けた観光に関するマーケティングリサーチの強化 (2) 積極的かつ効果的な大阪の魅力の情報発信

出所：大阪府 HP（文献 24）

③ 京都府京都市

京都市は宿泊税条例施行に、以下の目的をあげている。

図表 4-5 宿泊税使用目的（京都市）

国際文化観光都市京都の魅力高め、及び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課す。※平成 30 年度予算案（現在市議会にて審議中）における宿泊税の使途は主として以下のような施策を想定している。	
混雑対策	(例) 観光案内標識の設置・改良, 安心・安全な東大路歩行空間創出事業, 市バスの混雑対策（前乗り後降り方式導入）への支援など
民泊対策	(例) 通報・相談窓口の体制強化, 現地調査員（見回り部隊）の増強など
宿泊事業者支援	(例) 旅館をはじめとする宿泊施設の経営強化・魅力発信支援
受け入れ環境の整備	(例) 外国人観光客マナー啓発, 観光地周辺のトイレ洋式化, 京都観光オフィシャルサイトの機能強化（観光地の分散化や京都の生活スタイル・習慣の周知）など
京都ならではの文化振興・美しい景観の保全	(例) 京町家の改修助成制度の創設・拡充, “京都を彩る建物や庭園”助成制度, 歴史的町並み再生事業, 無電柱化事業など

出所：京都市 HP（文献 25）

④ 石川県金沢市（以下、金沢市 HP⁸より）

宿泊税の使途について、次の 3 つの方向性を軸に、来年度（2019 年度）の当初予算編成において検討することとしている。

- ・まちの個性に磨きをかける歴史・伝統・文化の振興
- ・観光客の受け入れ環境の充実
- ・市民生活と調和した持続可能な観光の振興

⁸ 出所：金沢市 HP（文献 26）

4 我が国での TID 導入に向けた環境

⑤ 北海道虻田郡倶知安町（あぶた郡くっちゃん町）（以下、倶知安町 HP⁹より）

宿泊税の目的は以下の通りである。（HP 掲載の「宿泊税の制度概要」）

- ・世界に誇るリゾート地として発展していくことを目指し、地域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に導入される。
- ・税収は観光客満足度の底上げと再び倶知安を訪れていただくため、観光客の増加に伴う課題解決のために使われる。

(3) 宿泊税導入の課題

宿泊業者は以下のような共通した懸念を持っているものと推察される。導入時には十分な理解を得る必要があると考える。

① 観光客の減少の懸念

観光税は地域の観光地としての価値を上げるために徴収されるものであるものの、自治体間の観光客誘致競争激しい状況では、負担増により含めて宿泊客数が減少してしまうとの懸念がある。また、宿泊業界の激しい競争状況を考えると、宿泊税導入により宿泊料金を値下げせざるを得ない状況となることも懸念される。

② 使途が不明確

宿泊税は、観光振興目的とされるが、観光地としての環境を良くするためインフラ整備をした場合などは、地域の住民のメリットになるものである。徴収されたすべて観光目的に使用されているわけではない。

4-3 日本版 BID

(1) BID 制度の背景

多くの都市で民間団体が、エリアマネジメント団体としてエリアの価値を向上させるための活動に取り組んでいる。こうしたエリアマネジメント団体の活動は地域の活力向上、稼ぐ力を高めるものと期待されている。財源として、自治体からの補助金・委託金、会員等からの会費、イベントの開催等による自主財源があげられるが、財源不足を課題として認識しているエリアマネジメント団体が全体の約 3 分の 2 存在し、人材面とならび大きな課題となっている。

財源問題の解決に向けて、2016 年、「日本版 BID を含むエリアマネジメントの推進方策に関する検討会」にて BID、TID 等資金調達を含む枠組みについて検討され、同年 6 月に「検討会中間とりまとめ」が出された。その後、内閣官房・内閣府において検討を継続し、2018 年 2 月 6 日に「地域再生法の一部改正法案による地域再生エリアマネジメント負担金制度の創設」が閣議決定され、2018 年 6 月 1 日に交付・施行された。

(2) 日本版 BID（地域再生エリアマネジメント負担金制度）

日本版 BID の導入・活用プロセスは以下の通りである。

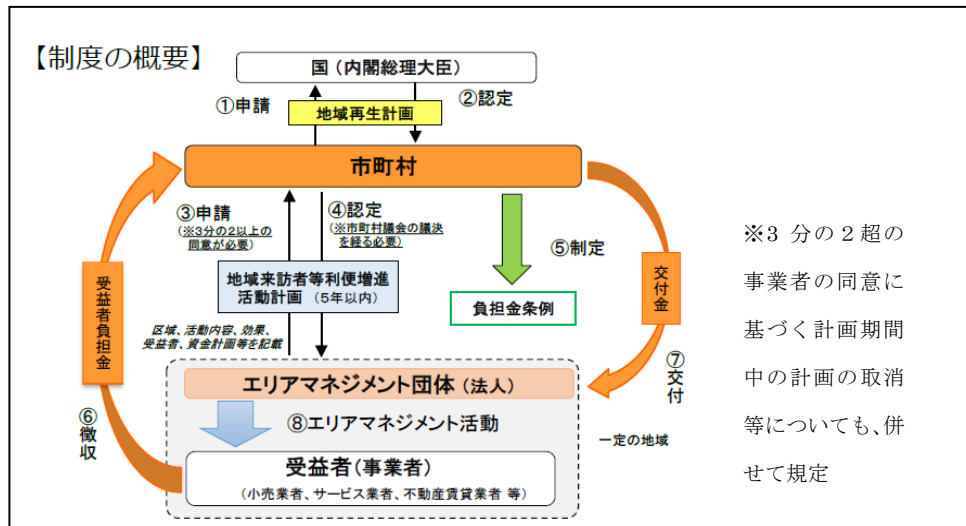
- ① 市町村が国に地域再生計画の申請を行う。
- ② 国は計画の認定を行う。

⁹ 出所：倶知安町 HP（文献 27）

4 我が国での TID 導入に向けた環境

- ③ 受益者（事業者）の 3 分の 2 以上の同意を得て、エリアマネジメント団体が市町村に「地域来訪者等利便増進活動計画」を申請する。
- ④ 市町村は計画の認定を行う。
- ⑤ 市町村は負担金条例を制定する。
- ⑥ 受益者から「受益者負担金」を徴収し、交付金としてエリアマネジメント団体に交付する。
- ⑦ エリアマネジメント団体は、交付金を元にエリアマネジメント活動を実施する。

図表 4-6 地域再生エリアマネジメント負担金制度の概要



出所：地域再生エリアマネジメント負担金制度について 2018年6月（文献28）
内閣官房まち・ひと・しごと創成本部事務局 内閣府地方創成推進事務局

エリアマネジメント活動では、活動資金を安定的に確保することが課題である。特に、利益を得ているにもかかわらず事業に賛同せずに資金を出さないフリーライダーの問題を解決することが必要である。従来の民間としての取り組みではフリーライダーから強制的に負担金を徴収することはできなかった。そのため、日本版 BID 制度においては地域政府を仕組みの中に組み込んで税金と同様に、該当する事業者から負担金を強制的に徴収できるものとした。

2019年2月時点では申請の事例はなく、内閣府地方創成推進事務局では市町村、エリアマネジメント会社と協議しながら、運用に向けてのガイドライン作成の準備中であり、詳細については今後詰められることになる。また、現時点では、事業者が納付する負担金を、事業者が顧客から徴収することにより転嫁する TID のような仕組みは想定されていないようである。

(3) 我が国での取り組み

我が国における先行事例として大阪版 BID 制度がある。大阪市は 2013 年度に「大阪版 BID 制度検討会」を立ち上げ、2014 年 4 月に「大阪市エリアマネジメント活動促進条例」を施行し制度を創設した。適用第 1 号となったのはエリアマネジメント団体「グランフロント大阪 TMO」であり、対象地域は、JR 大阪駅北側の大規模複合施設「グランフロント大阪」を含む「うめきた先行開発区域」7ヘクタールのエリアである。関係者の役割分担は以下の通りである。

- ・エリアの地権者：グランフロント大阪 TMO の活動資金を受益者負担金として負担する

4 我が国での TID 導入に向けた環境

- ・大阪市：エリアの地権者から受益者負担金を徴収しグランフロント大阪 TMO に交付する
- ・グランフロント大阪：交付された受益者負担金を活動資金としてオープンカフェの運営、巡回警備、放置自転車対策などを行う。

「グランフロント大阪 TMO」による大阪版 BID 第 1 号導入の後、同制度が広がっていくことが期待されたが、2019 年 2 月時点で第 1 号案件に続く案件は出ていない。大阪市においては、エリアマネジメント活動の多くが法人格を有さない任意団体によって行われているため、大阪版 BID の申請を行うためには任意団体を法人化することが必要である。関係者間で法人化に向けての合意形成が難しいために、取り組みが進んでいないようである。

(4) 日本版 TID

日本版 BID 制度の創設を受け、日本での TID 制度導入が関心を集めている。BID の観光事業版である TID は、日本版 DMO の安定的な財源となる可能性があり、近年導入が進みつつある宿泊税とともに注目されている。ただ現状では TID の創設についての具体的動きはまだ多くないようである。

BID と比較して、TID を導入する際に懸念されている課題は、負担金を支払う受益者を特定することがより困難である点である。BID の場合、制度を導入した地域の価値が高まれば物権価格は上昇すると考えられ、地権者等の受益者を特定することは比較的容易である。観光事業の場合には、関係する事業者の範囲が業種的にも地理的にも広がり、受益者を特定することが難しくなるため導入を予定する地域での合意形成が困難になると思われる。現在、内閣府において日本版 BID の運用ガイドラインが準備されており、この制度を観光事業に活用することが可能であるかは今後判断されていくことになるが課題は多いと考えられる。

その中で、広島県は、内閣府に対する「平成 30 年度施策に関する提案」（文献 29）の中で、海外の TID 制度及び日本版 BID 制度を参考にして、日本版 DMO の観光地経営のための財源を中長期的に確保する仕組みを整備することを提案している。広島県は、一般社団法人せとうち観光推進機構を兵庫県、岡山県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県とともに結成し、地域の観光振興に取り組んでいる。同推進機構の本部は広島市におかれており、株式会社瀬戸内ブランドコーポレーションと一体となって「せとうち DMO」として活動を行っている。せとうち DMO の活動のように、複数の県にまたがる観光振興事業を行っている場合には、TID 導入には国レベルでの法整備が必要である。また、広島県内においても 23 の市町があり、複数の市町が同じ制度を同時期に導入することは不可能であり、やはり国レベルの法整備が求められている。

図表 4-7 日本版 TID 制度導入の提案（広島県）

1 地方創生の推進

(4) 地方の産業競争力の強化 ②日本版DMOの推進

国への提案事項

- 1 日本版DMOが、将来にわたり安定的かつ継続的な運営を行っていくことができるよう、次の点に留意し、新たな法的枠組みを整備すること
 海外のTID制度※や地域再生エリアマネジメント負担金制度を参考にしながら、
 - (1) 日本版DMOが明確なコンセプトに基づき、多様な関係者と共同しながら、自らの責任で観光地経営を行える権限の付与
 - (2) 日本版DMOが観光地経営を行うための、財源を中長期・安定的に確保する仕組みの整備(受益者である宿泊事業者等からの賦課金徴収等)
 - (3) 受益と負担の原則の観点から、受益者による適切なガバナンスの確保

※TID(Tourism Improvement District: 観光産業改善地区)
- 2 国際観光旅客税について、法の趣旨に鑑み、日本版DMOを含む地方の観光振興施策の財源に充当できるよう、その仕組みの検討を早期に進め、税収の一定割合を地方に配分すること

【提案先省庁:内閣府, 観光庁】

出所：平成 30 年度施策に関する提案、広島県、平成 29 年 5 月（文献 29）

宿泊税の導入は広がりつつあり、観光振興財源として期待されている。しかし、その運用については議会に諮る必要があり、海外の事例でみられるように、観光振興財源として使用される割合が減らされる可能性もある。TID によって調達した資金使途が合意された事業以外に使われることがないという点においては、観光事業者関係者の理解を得やすいはずである。今後、TID 導入に向けた法整備についての議論が活発化すると思われる。

5. 日本のDMO財源としてのTIDの長所と短所

米国のTID、カリフォルニア州の事例、日本での動きについてみてきた点から、制度導入・運営の難易度、資金源としての安定性、資金運用の自由度の点から長所と短所を整理し、我が国の観光振興事業の財源課題の解決に向けた参考資料としたい。

(1) 制度導入・運営の難易度

① 長所

- ・先行事例があればそれがモデルとなり導入が一気に進む可能性がある。
- ・負担金の負担者が事業の受益者でありベクトルが同じなので合意形成がしやすい。
- ・負担金の負担率を、一定の基準で事業者をクラス分けして差を設ける、一部の事業者の負担を免除するなど、地域の事情に応じた柔軟な設計が可能である。
- ・宿泊料金だけでなく、レストランやアトラクションなど、地域状況に応じて様々な観光関連事業者が負担金を負担することが可能である。

② 短所

- ・法整備が必要であり先行事例がない場合には時間を要する。
- ・事業者、行政等関係者の理解が必要なので、啓発、教育にコストがかかる。
- ・日本版BID制度の場合、人数・負担金額双方で3分の2の合意をとるのは困難である。
- ・制度導入に反対する事業者存在する場合、理解を得るために時間とエネルギーを要する。

(2) 資金源としての安定性

① 長所

- ・税金と同様に強制力をもつので対象事業者すべてから徴収される。
- ・宿泊業者等の収入と連動した金額を調達する仕組みであり、他の要因に左右されない。
- ・TID負担金の使途は、負担者と合意された観光振興目的100%使用されることが保証されており、自主財源となる。

② 短所

- ・資金維持のため活動結果を関係者に上手く伝えるための活動評価にコストがかかる。
- ・活動の結果が理解されにくい場合、TIDが見直され、打ち切りとなる場合がある。

(3) 資金運用の自由度

① 長所

- ・DMOの自己資金となり、行政の指図等を受けない。
- ・事業者との協議し、自由に活動の設計ができる。

② 短所

- ・事業者との合意に沿って活動する必要があり説明責任を負う。
- ・事業者の利益に配慮せざるを得ない場合も考えられる。

6 参考文献

6. 参考文献

文書名(本報告書中)	現文書名 / WEB
文献 1 CIVITAS 社 HP	http://www.civitasadvisors.com/about/ (閲覧日 2019 年 2 月 3 日)
文献 2 「TID 全米調査結果、CIVITAS 社、2017 年」	Tourism Improvement Districts A National Study of Results, CIVITAS, 2017
文献 3 「地方における中心市街地活性化における一考察、日本政策金融公庫中国支店、2017 年 2 月」 ”BID” を活用した観光拠点整備、再開発の可能性について	
文献 4 「米国 TID 導入地図、CIVITAS 社、2018 年 12 月」	National TID Map CIVITAS, December 2018
文献 5 「世界の TID 一覧、CIVITAS 社、2019 年 1 月」	Global TID Matrix CIVITAS, January 2019,
文献 6 「内外の観光地域づくり体制に関する調査業務」、観光庁、2016 年	
文献 7 Tourist Economics 社 HP	https://www.tourismeconomics.com/ (閲覧日 2019 年 2 月 3 日)
文献 8 「観光経済、TID 廃止の衝撃、2016 年」	Tourism Economics/The Economic Impact of the Elimination of Tourism Improvement Districts in California Draft” https://caltravel.org/wp-content/uploads/2016/08/California-TID-Draft-2016-07-21.pdf (閲覧日 2019 年 2 月 3 日)
文献 9 「米国観光の法律調査、2016 年」	Tourism District Law Study” , U.S. Travel Association, 2016
文献 10 カリフォルニア州観光局 HP (観光マーケティング法)	https://californiatourism.ca.gov/Regulations , (閲覧日 2019 年 2 月 3 日)
文献 11 カリフォルニア州観光局 HP (ビジットカリフォルニア委員会)	https://californiatourism.ca.gov/assets/uploads/files/editor/Commission%20Roster%205-9-2017.pdf (閲覧日 2019 年 2 月 3 日)
文献 12 「エヴォルブ 2017 年度レビュー」	“EVOLVE Year In Review FY17/18” https://industry.visitcalifornia.com/marketing-communications/year-in-review (閲覧日 2019 年 2 月 3 日)
文献 13 カリフォルニア州観光局 HP (TID 負担金料率)	https://californiatourism.ca.gov/Calculate-Assessment (閲覧日 2019 年 2 月 3 日)
文献 14 「産業分野・業種リスト」カリフォルニア州観光局 HP	”Category/Segment List” https://californiatourism.ca.gov/assets/uploads/files/editor/IndustryCategoriesSegments.pdf (閲覧日 2019 年 2 月 3 日)
文献 15 カリフォルニア州観光局 HP (レンタカー業界の負担金負担事業者)	https://californiatourism.ca.gov/RentalCarRegulations (閲覧日 2019 年 2 月 2 日)
文献 16 カリフォルニア州観光局 HP (TID 負担金額算出に必要な事項)	https://californiatourism.ca.gov/Definitions (閲覧日 2019 年 2 月 3 日)
文献 17 カリフォルニア州観光局 HP (TID 負担金計算画面)	https://tourism.ca.gov/AssessCalc.aspx (閲覧日 2019 年 2 月 3 日)
文献 18 サンディエゴ市 HP	https://www.sandiego.gov/treasurer/taxesfees/tot (閲覧日 2019 年 2 月 3 日)
文献 19 マンモスレイクタウン HP	https://www.townofmammothlakes.ca.gov/551/TBID (閲覧日 2019 年 2 月 3 日)

6 参考文献

文献 20 「日本版 DMO」形成・確立に係る手引き（第 3 版）	
文献 21 観光経済新聞 HP	https://www.kankokeizai.com/ (閲覧日 2019 年 2 月 3 日)
文献 22 朝日新聞 HP	https://www.asahi.com/articles/ASL9344QFL93IIP E00H.html (閲覧日 2019 年 2 月 3 日)
文献 23 東京都主税局 HP	http://www.tax.metro.tokyo.jp/shitsumon/tozei/hotel/general_01.html (閲覧日 2019 年 2 月 3 日)
文献 24 大阪府 HP	http://www.pref.osaka.lg.jp/toshimiryoku/syukuhakuzei/ (閲覧日 2019 年 2 月 3 日)
文献 25 京都市 HP	http://www.city.kyoto.lg.jp/gyozai/page/0000236942.html (閲覧日 2019 年 2 月 3 日)
文献 26 金沢市 HP	https://www4.city.kanazawa.lg.jp/13060/syukuhaku/syukuhakutop.html (閲覧日 2019 年 2 月 3 日)
文献 27 倶知安町 HP	http://www.town.kutchan.hokkaido.jp/town_administration/AccommodationTax/ (閲覧日 2019 年 2 月 3 日)
文献 28 地域再生エリアマネジメント負担金制度について 2018 年 6 月 内閣官房まち・ひと・しごと創成本部事務局 内閣府地方創成推進事務局	
文献 29 平成 30 年度施策に関する提案 平成 29 年 5 月 広島県	

米国における TID 制度とカリフォルニア州における導入事例調査 文献調査 報告書

平成 31 年 3 月 公益社団法人 日本観光振興協会

受託事業者：株式会社ワールド・ビジネス・アソシエイツ

本書の全部または一部の無断転載、複写、および複写物の配布を禁じます
