

第2回千葉県観光振興検討会議 意見交換要旨

1 開催日時 令和7年1月22日(水) 午前10時00分～午後00時00分

2 場所 千葉市役所高層棟2階XL会議室202・203

3 次第

(1) 開会

(2) 意見交換

- ・項目1 県と市の役割
- ・項目2 県の宿泊税の活用方針
- ・項目3 課題解決に向けた取組方針(案)
- ・項目4 市内宿泊事業者・宿泊者向けアンケート調査(案)

(3) 閉会

4 意見交換内容

項目1 県と市の役割、項目2 県の宿泊税の活用方針

(事務局) 県と市の役割及び県の宿泊税の活用方針について、資料をもとに説明を行った。

■委員

- ・あくまでもこれは県の方針だが、市町村・DMOが行う地域における取組みへの支援額11億円のうち、千葉市にはどの位の金額が入ってくると想定しているのか。

■委員

- ・県からの交付金をベースにしつつも、千葉市が独自で宿泊税を導入した場合、事業者支援を県が行うのであれば、やはり市は観光客に来てもらえるようなコンテンツ作りにもっと軸足を置く使い方を考えた方が良いのではないか。

■委員

- ・県は事業者への支援を強く打ち出しており安心している部分もあるが、市町村への支援については、54市町村で配分する中で、千葉市へどの位の支援額が入ってくるのか。また、県の事業者への支援も、個々の事業者のニーズをどの位把握してくれるのか疑問に思った。

■委員

- ・県の制度は色々な議論が尽くされ出てきたものだと思う。特に①から④の県の取組みの方向性に関しては賛成であるが、やはり市町村・DMOに下りてくる支援金が、どのように利用されているのか、透明性や都度の検証報告をよく確認していく必要がある。

■委員

- ・県が示している税収の使い方と、市の税収の使い方、その役割は違って然りだと思う。県の立ち位置は、“広域的に恩恵を”というところで、その中で千葉市がどう使っていくのかという役割は違う。人材支援などはできる限り県に行ってもらいながらも、きめ細かい地域に根差した施策が必要である。県からも観光・宿泊事業者への支援策が色々打ち出されているが、千葉市は千葉市で事業者の属性が他市とは違うため、市の事業者への支援に多少でもシフトする方が良い。
- ・県は財源の4分の1（11億円）を市町村に配分するとしているが、結果として54市町村の取り合いになっていく。より観光政策に効果が見込めるようなところには県も積極的に配分していきであろうが、それは未知数の数字になると思う。千葉市なりに頑張ってもらいながら、この11億からの配分を目指すのは当然だが、市として独自に宿泊税を導入するのであれば、県からの配分は当てにしない方が良い。
- ・千葉市で宿泊税を導入するのであれば、多少のハレーションは起き、また、賛成が多かったとしても、反対の意見は絶対に無くならない。周りがどうこうではなく、千葉市が目的を持って財源を使っていくという覚悟を持つ必要がある。それが無いと、宿泊事業者あるいは宿泊者に対しても説得性が無い。千葉市として独自でも行う覚悟があるのかがポイントになってくる。
- ・県は1.5億円の運営費用を示しているが、これは税収財源の多少に関わらず、税を導入すると必ずかかる。1.5億円が県全体の数字だとして、千葉市が独自に導入したときも、運営費用が10分の1になることは基本的にない。一定のインシヤルコストはかかるため、県で全て制度を設計し一括で導入徴収作業を行うのであれば、そのメリットだけを考えてもかなり大きい。やはりメリットを生かしつつ、市として覚悟を持って導入していくのかがポイントとなる。

■委員

- ・1人150円を取るかどうかはまだ確定はしていないと聞いており、県の宿泊税導入自体が駄目となる可能性があるということも整理しておくべき。仮に150円で徴収できたとしても、54市町村での配分となるため1市町村当たりではそれほどの支援金は貰えない。
- ・前回の会議でも色々議論が出たが、支援金を貰えるから何かするのではなく、千葉市として何をしなければいけないのか、その先に仮にこれを貰えたとしたらどう使うのか。
- ・県と市の実施することが重複することが一番もったいない。観光行政は役所の中でも幾つかの部署にまたがる。例えば、観光地の看板は観光課が作るのか、道路課が作るのか、公園課が作るのか。結局3つの課が同じような看板を作って、同じ場所に看板が3つということが同じ市内でも起こり得る。限られた財源で県の税収が下りてくるということであれば、市は市でその地域に根差したことで、市にしかできないことをその支援金を使ってきちんと実行していくべき。
- ・使途の透明性について、県からの支援金、あるいはそれにプラスして市が徴収した税収をどう宿泊者や事業者に還元していくのかという透明性も含め、県と市が責任を持って徴税し、使っていくことが重要。

→事務局による回答

①配分額

どの位の金額が市に配分されるのかは現時点では示されていない状況。金額だけではなく支援方法自体も補助金か交付金か示されていない。宿泊を伴った観光が非常に重要なポイントだと思っている。宿泊者をいかに増やすかが地元の経済波及効果にもつながる。そのため、従来から、千葉市から県に対し、宿泊者数等により算定した交付金による支援を要望している。市の立場からすると、交付金と補助金では自由度が全く異なり、補助金があっても、希望通りに使えないという状況があるため、自由度の高い形での支援を要望している。

②コンテンツの造成

市としてのコンテンツ作りが重要との意見を頂いたが、我々もその通りだと思っている。従来、本市ではイベントを色々な形で仕掛けてきた経緯があるが、それはまさしく人を呼ぶために、コンテンツを重視するため。引き続きコンテンツ作りに注力していきたい。

③事業者のニーズの把握

個々のニーズの把握が非常に重要との意見を頂いたが、我々もそこは非常に重要だと思っている。県が広域的な行政を行う一方、やはり市に特化した課題は市が責任を持って解決しなければいけない。この部分もしっかり行っていきたい。

④透明性の確保

透明性の確保についての議論はまだ出てきていないが、今後、事業者・宿泊者に対しての透明性の確保、説明責任は必ず生じる。どのような方法で行うのか、この部分は今後議論していきたい。

⑤宿泊税の導入

隣の市が幾らだから本市も幾ら貰うではなく、我々の課題はどこにあり、課題解決するためにはこれ位の金額が必要だということを説明していかないと、事業者や宿泊者の納得感が得られないと考えている。前回会議で説明した課題を解決するために、このような方策が必要だということ十分に議論した上で金額が定まってくると考えている。

徴税コストについても、県は2千数百万人という宿泊者数をもとに金額を算出し、事業規模を45億円としているが、千葉市はその10分の1程度の宿泊者の数。数億円の税収しか無い中で、県に近い金額のコストをかけられるかということ、そこはやはり考えないといけない。この部分もしっかり意識しながら県と調整することが重要と考えている。

⑥県と市の役割、連携

県との役割の重複を無くすべき点については、全くその通りだと考えている。我々は、効果的に補助金や交付金を活用し、集客力を高めていかなければならない。そのためには、重複を避け、我々のエリアの特性であるターミナル性を生かし、県との連携を一層強化する必要がある。

また、合理的に施策を進めるには、本市の施策だけではなく、県が広域的な役割も担うべきだと考えている。県と連携しながら重複を避け、投資効果を高めるように努めていきたい。将来的に本市の組織体制や県との関係性を考える必要があるが、県の方針が決定した後に整理していきたい。

■委員

- ・市と県の連携は本当に必要だと思う。県だけが決めることでもない。今後については、ぜひ市と県で密に連携を取って進めてもらいたい。

項目3 課題解決に向けた取組方針（案）

（事務局） 課題解決に向けた取組方針（案）について、資料をもとに説明を行った。

■委員

- ・取組方針がいくつか示されているが、関連性も含め、グループ分けは一連の流れとして整理でき

ている。

- ・コンテンツの造成・磨き上げについて。千葉市は MICE も含めて、コンベンション施設等イベントをする場とホテル等の宿泊施設がコンパクトにまとまっていることが大きなメリットだと思っている。今後、その点をうまく活用していく必要がある。
- ・通信環境の整備は、当然インバウンドの取込みにも必要で、ユニバーサル化も長い目で見たときに必要な施策である。千葉市でのターミナル駅として、千葉駅は利用者が多く、県都としての玄関口になると思うが、千葉駅前の駐車場は、残念ながらほぼ整備されてない。障害者用の駐車場は1台分のみで屋根がなく、大きな欠陥がある設備で、利用者をずぶぬれで乗り降りさせているケースもある。
- ・事業例に公園の花のスポット作りとあるが、これも徹底的に進めないと集客に結びつかない。国営ひたち海浜公園もスタート当時はそれほど好評判ではなかったが、PR も含めてかなりの力を入れて現在の結果がある。行う以上はしっかり取り組んでほしい。
- ・周遊させるにはビッグデータを活用してルートを作成すべき。MICE 開催都市としても、ビッグサイトなど他市に劣っていることが結果として出ているが、それは箱が劣っているのではなく、周辺を訪れたときの滞在の魅力が、東京や横浜に対して大きく引き離されているのだと思う。周遊させるにはまちの活性化が欠かせないが、中心地から少しでも足を伸ばせるよう、デジタル技術を活用し、観光地の旅館やホテルが作っているような周辺の観光案内を作るのはどうか。
- ・二次交通に関して、周遊性を高めるためには、例えば巡回バスなどの導入が考えられる。一概には難しい面もあるが、当県・当市には多くの企業が参入しており、様々な交通事業者と連携し、市内で乗り放題のチケットを作ることもできるのでは。また、色々な交通手段の利用や、宿泊と組み合わせることも考えると、1日の利用券だけでなく、1.2倍程度の料金で2日間利用できる券を提供することも一つの手だと思う。
- ・ビッグデータに関する民間事業者への支援について、大手企業にとってはビッグデータ自体の入手が難しいため、この支援は非常に効果的だと思うが、規模の小さな事業者にとっては、データを受け取って理解することはできても、これをうまく活用することにまで至らない場合が多い。セミナーで有益な情報を得たとしても、実際に自社で活用する際には忘れられてしまうことが一般的。県でも同様の取組みが行われると思うが、ただビッグデータを提供するだけではなく事業者がそれを実際に活用できるように、市として、さらにきめ細かな手厚い支援を行うことが重要。

■委員

- ・千葉市はどの国をターゲットとしているのか。また、数を狙うのか質を狙うのか。
- ・現在、海浜幕張エリアをキャリア教育の聖地化する取組みを行っており、ターゲットを学生にしている。目的は、修学旅行における舞浜地区への一極集中を解消することだが、海浜幕張エリアには、イオン、ベッツ、ウェザーニューズ、QVC、吉本など、日本を代表するユニークな企業が多く集まっている。いずれも素晴らしいコンテンツであり、これらの企業と連携し、子供たちの学びのソリューションを作りたいと考えている。例えば、QVC は、商品を伝える力やデザイン、企画力、キャッチコピーの作り方など、学校では学べない重要な教育的要素を持っている。こうした企業と協力することで、子供たちが海浜幕張エリア、すなわち千葉市を訪れることの重要性を感じてもらえると考えている。現在、とにかく修学旅行が高額であるという社会的課題があり、実際、特に公立学校の子供たちにとって舞浜エリアに泊まることは難しい状況にある。そうになると、そもそもオーバーツーリズムやインバウンドが多い中で、舞浜エリアに宿泊する必要があるのか。宿泊税の話題もある中で、この機会に、修学旅行の分散化を進めるため、産官学の連携により千葉市への誘致を強化し、平日の稼働を高め、千葉の魅力を広めることが重要である。そして将来的に、千葉を再訪したり、住んだりする人々を増やす流れを作り出していきたい。そ

のために、自治体、企業、学校との連携を強化し、これらをつなげて新たな価値を創出することに力を入れている。今後もこの取組みを進めていきたいと考えている。

■委員

- ・課題『観光産業の業務向上と収益・生産性向上』に対する様々な事業者への支援について、県が広域的に行う事業者への支援と千葉市として行う事業者への支援が重複しないようにとあったが、現在の取組方針では少し分かりにくく感じた。
- ・脱炭素に積極的に取り組む事業者支援とは、具体的にどのようなものをイメージしているのか。

■委員

- ・現在挙げられている課題や課題解決に向けた戦略は、まさにその通りで、非常によくまとまっていると思う。しかしこれは何年にも亘り言われてきていること。千葉の魅力には海もあり、グリーンエリアもあり、幕張のような都会もあるにもかかわらず、なぜ観光客が十分に訪れず、宿泊者が少ないのかという問いは、長年の課題である。
- ・宿泊税の導入以前に、とにかく千葉市に来たいと思ってもらえなければ、宿泊者が増えることもなく、税収も得られない。では、どうすれば人の流れを作り出せるのか。現在、突き抜けたコンテンツが無いことが問題で、そのコンテンツを作り出すしかない。
- ・突き抜けたコンテンツとして、例えば食が挙げられる。美食研究会が『千葉さんが』を通じて『さんが焼き』を広めているが、少し弱く、もっとユニバーサルな千葉名物を考える必要もあるのかと。また、漫画や映画の聖地巡礼なども検討できる。映画やドラマのロケ地として誘致したり、お祭りなども海外の人々に向けて「一緒に担ぎませんか」などと動画を発信し、独自の体験を提供したりすることも重要では。こうした突き抜けたコンテンツを作るために、トライアンドエラーを繰り返しながら、必死に取り組むことが必要である。
- ・若者への情報発信も非常に重要。例えば幕張メッセで若者が集まるイベントなどをうまく活用し、若者をうまく引っ掛けて千葉の魅力を伝える方法も大事。
- ・ビッグデータの利用については、どのようなデータを誰が分析し、どう活用していくのか、この点について知りたい。

■委員

- ・突き抜けたコンテンツが本当に必要だと思う。資料で事業例を挙げているが、本気で全て取り組もうとすると財源がいくらあっても足りないため、選択が必要になると思う。千葉には本当に良いところもあるが、やはり他県に比べたら弱いことをまずは自分たちで把握した上で、何を伸ばしていくかを見極めることが必要ではないか。
- ・公園に花のスポットを作ったとしても、多分それだけでは客は来ない。ユニークベニューやアフターコンベンションも、残念ながら横浜には敵わないのではないかと。そういった中で、既存のコンテンツを使い、新たなものを持ってくるならば可能性は十分にあると思う。一番大事なのは、観光客のニーズの分析であり、しっかりと分析した上で、何に一番力を入れていくのか、均等ではなく、絞って対策した方が良いのでは。

■委員

- ・やはり観光地には何か特徴的なものが無いと、人は来てくれない。突き抜けたコンテンツは重要で、千葉市に消費者が何かを思い浮かべるか。例えば、岐阜県高山市は広大な面積を有するが、高山と聞けば、誰もが古い街並みを思い浮かべる。千葉市についても、消費者の頭に「千葉市といえばこれ」と思い浮かぶものがなければ、訪れたいという気持ちを引き出すことは難しい。
- ・若者の力も必要だが、インスタ映えする写真を撮りたくなるような場所があったとしても、観光客も同じような写真を撮れなければ意味がない。
- ・突き抜けたコンテンツを作るには、今あるものから市が腹を括ってすべきことを選択することが

求められる。行政は、利益を広く還元しなければならないと思うが、千葉市として1つか2つ、突き抜けたコンテンツを頭出しできるかが重要である。「あれがあるから千葉に行きたい」と思ってもらえるような、突き抜けたコンテンツを作ることで、千葉市が観光地として一步成熟できる。それは短期間で作れるものではなく、例えば川越の蔵造りの街並みが30年をかけて作り上げられたように、千葉市も今後5年、10年の計画を立て、集中的に取り組むことが必要だと思う。

- ・コンテンツに関連し、現在、市には宿泊者が回復していないという課題があることから、宿泊施設そのものの魅力を高める必要もあるのでは。“安さ”だけが魅力ではなく、「ここに泊まりたい」と思わせる魅力的な施設も求められる。ただの通過地点ではなく、より魅力的な観光地として成長できるのでは。宿泊施設の魅力向上についても、取組方針等に入れてもらいたい。
- ・ビッグデータの利用についても、データの活用はかなりハードルが高い。宝の持ち腐れにせず、うまく活用するためにも、個々の施設に寄り添ったアドバイザーやコンサルティングのような支援の方法もあるのでは。
- ・ビッグデータだけでなく、実際に来た観光客の生の声をしっかり聞くことも大切。観光客へのアンケート調査や、宿泊施設、集客施設など受ける側の意見を聞くことも重要。
- ・インバウンドの集客が少ないことが問題となっているが、例えばツアー企画者や添乗員にも意見を伺ってみても良いのでは。川上でしっかりとニーズを押さえ、それを実際の誘客施策やコンテンツづくりにつなげることができれば良い。

→事務局による回答

- ・突き抜けたコンテンツを作っていくためにも千葉市の強み、弱み、特異性を本当に生かしていかなければいけないと思っている。千葉市のイベント会場のコンパクトさについては、かなり定着してきていると思っているが、これをどう周辺観光につなげるのか、あるいは食につなげるのかというのは、大きなテーマとして今後取り組まなければいけない。プロスポーツチームもあるが、これも今まで我々が観光や食につなげられなかったことは大きな反省点である。確かに行政は、民間事業と同じレベルの選択・集中を行うことは難しいが、観光あるいはその周辺分野において、選択・集中をどのように行っていくのか、今回の議論を含め、今後さらにこれをブラッシュアップしていきたいと考えている。1年で何とかなるものではないため、短期でできること、中長期でできることを明確にし、各々取り組んでいきたい。

①脱炭素に積極的に取り組む事業者支援

- ・令和5年度からグリーンMICE開催支援補助金を創設し、国際会議やイベントを開催する際に、再生エネルギーなどを使った事業者を手厚く支援するという取組みがある。そうした支援の仕組みを、さらに展開していきたいと考えている。

②ビッグデータの活用

- ・ビッグデータについては、例えば、千葉市の宿泊者のうち半数近くが幕張地区に宿泊しているが、そこから千葉駅の中心市街やグリーンエリアへ足を伸ばしてもらうことができてない。どこから来て、どこにどの位滞在し、何時頃に帰るのか、ビッグデータを分析し、ターゲットを絞り、もう一泊してもらえたり、もう1か所立ち寄ってもらえたりできるように活用していきたい。また、事業者にも使ってもらえるよう取り組んでいきたい。

③インバウンドへの取組み

- ・過去にインバウンド向けの計画を策定しており、その中で過去に行った市内の動向調査などを踏まえ、中国、台湾、またアメリカ、オーストラリア、マレーシア、インドネシアをターゲットと

して設定していた。日本に初めて来る場合、やはり1回目に千葉市に観光に来る例は少ないため、ゴールデンルートではなく地方に目を向けるリピーターが多い、台湾やアジア系の国々を対象に、県と連携して市の魅力発信、プロモーションに取り組んでいる。現地に出張し、旅行代理店にPRを行うとともに、旅行手配を行っているランドオペレーターを訪問し、市の魅力を発信することでインバウンドの獲得に努めている。また、国内旅行に対しても、校外学習という観点でのプロモーションも引き続き行っている。

項目4 市内宿泊事業者・宿泊者向けアンケート調査（案）

（事務局） 市内宿泊事業者・宿泊者向けアンケート調査（案）について、資料をもとに説明を行った。

■委員

- ・個々のホテル名等を特に表に出す内容ではないため、通常のレートや金額などを回答してもらっても問題ないと思う。
- ・宿泊者アンケートにすごく興味がある。どういったものが求められているのかは、先ほどの観光客のニーズと通ずるところがあると思うので、ぜひ行ってほしい。

■委員

- ・アンケート自体は良いが、答える側からすると質問が多すぎて面倒に感じる。

■委員

- ・宿泊者向けアンケートに行政的な言葉を多く使っているが、答える側からしたら意図がよく分からないのでは。
- ・宿泊事業者へのアンケートには、人材不足等に対する支援という設問があるが、宿泊者には聞かないのか。

■委員

- ・質問内容は特段問題ない。後は出てきた結果をどう解析するか。

■委員

- ・アンケートの目的の軸をどこに置いているか。その目的によって、アンケートを出すタイミングが重要。現在のフラットな意見を集めたいのであれば、今すぐに出しても問題ないと思うが、宿泊事業者は徴収の手間を避けたいと考え、宿泊者も税金が取られることに対して理解が深まっていない。特に今の時代、税金という言葉に対して敏感に反応する。宿泊税を導入する効果を見極めたいのであれば、アンケートの目的として、市が宿泊税を導入することでどのような変化が期待でき、千葉市の魅力がどのように向上するのかをしっかりと伝える必要がある。現在のアンケート案に書かれている目的では、その部分が少し弱いと感じる。アンケートに回答する人々が宿泊税導入に対する変化を理解していないタイミングで実施してしまうと、マイナスイメージの回答が多くなる。千葉市がアンケートの目的が導入の効果を見極めることならば、その周知を進め、ある程度浸透したタイミングで実施しないとあまり効果が無いのでは。

■委員

- ・メールを使っていない小規模事業者もいるので、一旦紙で送り、そこにメールでも回答できるようにQRコードを付けるなど工夫をした方が良い。質問が多いという意見もあったので、できるだけ回収率を高めるために、短時間で回答できるような方法を検討してもらおうと良い。回収方法が多様化すると集計するのも大変だが、まずは答える側の負担を減らすという観点で方法を考えて

もらいたい。

- ・文言に行政用語が多く使われているため、特に宿泊者に対しては、言い換えた方が良い。
- ・宿泊者アンケートに千葉市の欠けている部分を聞く設問があるが、「千葉市ならではのイベントや展示会が無い」という選択肢があっても良い。「情報発信がされていない」という選択肢は他の選択肢と質が違うので、無くても良いのでは。

→事務局による回答

- ・アンケートに関する質問数や文章表現は改めて精査したい。
- ・人材不足等に関する設問を入れた目的は、具体的に宿泊事業者が何に困っているのか、その現状を把握するためで、宿泊者アンケートには含めていない。
- ・今後、宿泊税を導入する際は、我々の考えを伝え、事業者の困り事をきちんと聞く必要がある。また、アンケートは1回きりではなく、そのときそのときのタイミングを狙って事業者に向けて行わないときちんとした回答が出てこないと思っている。今後もタイミングを見極め、内容を精査しながら行っていきたい。
- ・アンケートの結果は、次回の会議で報告させていただく。

項目5 まとめ

■委員

- ・観光を目的とした訪日外国人に係る各都道府県の平均宿泊日数の記事では、残念ながら千葉県はワースト2と低い結果だった。これから日本の人口が減っていく中で、観光もインバウンドに目を向けていかないといけない状況であり、もう少し外国人目線に合わせた施策があっても良いと思う。

■委員

- ・千葉の人は千葉を愛し、千葉以外の人は千葉市に行きたいと思えるまちづくりを研究し、スピード感を持って進めていけたら良い。

■委員

- ・アンケート調査の結果に非常に興味がある。アンケートの他、事業者の生の声を聞くような機会も考えてもらっても良い。

■委員

- ・MICE 誘致であるが、グランドデザインを20年、30年後のあるべき姿から逆算して考えることが重要。千葉市は国際会議観光都市であるが、その路線でいくのか、サブカルチャー、スポーツ、フェス、そういったトレンドの発信でいくのか。個人的にはどちらかというとも後者だと思う。賑わいを創出し、住んで良い、訪れて良い、そういった町並みを作っていくことが大事であり、まずはそういうグランドデザインを並行して作っていくことが重要である。

■委員

- ・宿泊事業者に向けてのアンケートは40件集まれば良い方で、そこまで回収するのも非常にハードルが高い。テコ入れも必要である。
- ・教育旅行だが、教育指導者の立場で考えると、修学旅行であれば教育コンテンツを求めていることは間違いないと思う。生徒側のリクエストも大事。リクエストの選択肢に、テーマパークなどが挙がると思うが、そこに併せて、幕張エリアでの企業見学や職場体験ができることも1つのコンテンツになり得る。

■委員

- ・今後、千葉市が観光地として成長していくためには、何か突出したコンテンツを見つけ、それを伸ばしていくことが基本。何年も議論されてきたことであるが、再度腹を括り、突き抜けたものを見つけ出すことが重要。
- ・千葉市には他にも MICE やプロスポーツがある。人を集めるものは全部 MICE であり、幕張メッセという箱に何を入れるかが重要。他の委員が言ったように、サブカルチャーを取り入れるなどして、幕張に行けば、常に楽しいイベントが開催されているというイメージを持ってもらうことが重要である。
- ・プロスポーツ選手と直接会うことや、ピッチに立つなど普段経験できないことを提供するなど、プロスポーツチームと連携した、教育旅行の取組みやインバウンド向けの取組みも可能ではないか。
- ・今ある資源を最大限に活用し、宿泊税を効果的に使うことで、宿泊を促進し、お金を落としてもらう仕組みを作ることが重要。そこまで持っていくことが宿泊税の目的だと思う。
- ・取組方針は、やはり市として何を行うのかがないと、たとえ宿泊税を取るようになったとしても、根底の理解が得られず、徴税者となる事業所の協力も得にくい。この部分は慎重に、少し時間をかけて議論していくべきである。