

必要とされる新たな財源モデル 観光の2012年問題



篠崎 宏 (しのざき ひろし)

ツーリズム・マーケティング研究所主任研究員

1990年JTB入社、北海道営業本部、事業創造本部を経て2007年4月より現職。地域活性化の戦略構築、観光客誘致戦略、新規ビジネスモデル構築などを専門に行う。農林水産省政策審議会委員など。

本格的な観光戦略がスタート

第一次世界大戦後、荒廃した国土の復興のためにフランスが国策としてアメリカから観光客を呼び込んだのが国レベルによる本格的なインバンド政策のはじまりといわれている。諸外国が外貨獲得の政策として観光を位置づけ、外国人観光客誘致を積極的に推進したのに対して、日本では内需発展型として日本人をターゲットにした観光戦略の構築がなされてきた。フランスから遅れること1世紀弱、日本では2002年に「経済財政運営と構造改革に関する基本方針2002」が閣議決定され、03年には国土交通省により外国人旅行者訪日促進戦略、外国人旅行者受入れ戦略、観光産業高度化戦略、推進戦略から構成される「グローバル観光戦略」が策定され、韓国、台湾、米国、中国、香港を促進重点国・地域としてビジットジャパンキャンペーンがスタートした。その後、10年には促進重点国・地域が12地域まで拡大し、訪日外国人客は861万人に達している。

この間、各自治体は外国人観光客のみならず日本人観光客を含めて観光客誘致事業を重要な政策と位置付け、競うように観光戦略を構築してプロモーション、人材育成を行ってきた。

観光の2012年問題

2010年4月にツーリズム・マーケティング研究所で行った調査では、都道府県の観光担当部課予算額の平均は6億6,001万円で対前年比106.8%、このうち国際観光経費の対前年比は130.1%となっている。重要政策に位置づけられた観光ではあるが、依然として都道府県の一般会計の0.097%にとどまっており、不安定な財源のもとでの事業展開であるといわざるを得ない。

各自治体は厳しい財源状況下、09年度より「緊急雇用創出推進事業」を観光事業の構築に活用しており、「着地型観光商品造成事業」「観光プロモーション事業」「観光調査事業」「観光人材育成事業」などを推進している。一定の事業効果が表れつつも、11年度までの時限措置である同事業はあくまで「厳しい雇用情勢に鑑

〔参考〕

- ・訪日外国人旅行者 2006年733万人→2010年861万人
- ・日本人海外旅行者 2006年1,753万人→2009年1,545万人
- ・日本人一人当たり国内宿泊数 2006年度2.77泊→2009年度2.31泊

※ 2010年観光白書およびJNTO発表データより抜粋

み非正規労働者、中高年齢者等に対する一層の雇用調整の進行に対処する」ということが事業目的に定められており、本来は「投資型予算」である観光予算を「浪費型予算」へと変質させ、費用対効果の透明性を薄める一因ともなっている。

一般的に各自治体の観光予算はそのほとんどが政策的経費になっている。政策的経費は首長の裁量予算になり、裁量予算だからこそ、首長の政策方針や収支状況の影響を受けやすいという特徴を持っている。

果たして、緊急雇用創出事業で膨らんだ自治体観光予算は、この夏にも予算編成が始まる12年度予算ではどうなるのであろうか。

必要とされる新たな財源モデル

2002年に東京都では観光振興の施策に要する費用として、ホテルおよび旅館の宿泊者に一定の負担額を求める法定外目的税である宿泊税を創設した。09年度の観光予算約23億4,000万円のうち約12億円をこの宿泊税から充当している。導入当初は反対意見が圧倒的であった宿泊税も、今や東京都の観光予算にはなくてはならない財源となっている。

沖縄本島からフェリーで1時間の伊是名村は、人口1,600人の離島で島内には高校も進学塾もない。受験のために学習塾に通う生徒は、夏休みの間、沖縄本島での下宿暮らしを余儀なくされている。伊是名村商工会では、受験生の親の負担を軽減するべく09年11月に伊是名村、伊是名漁業協同組合、JA伊是名支店、コープおきなわ、ホクガン、ナンポー通商などと「チーム伊是名」を立ち上げ、沖縄県内3位の収穫量である伊是名村特産のモズクを加工した「もずくの佃煮」と「もずくようかん」を開発、「もずくの佃煮」は定価248円から2円、「もずくようかん」は定価840円から5円を伊是名島の受験生たちの教育支援金として伊是名島内の夏期講習の実現に役立っている。

政府は「資金の流れを変え、国民が支える公共の構築」として、10年6月に発表した新成長戦略で個人寄付の拡大を掲げている。先進国を見てみると、人口約6,000万人のイギリスにおける年間寄付総額（08年度）は、99億ポンド（1ポンド=150円とした場合、1兆4,850億円）と推計され、GDPのおよそ0.7%に相当、寄付者一人当たりの平均寄付額は年間31ポンド（4,650円）である。一方、政府の新成長戦略によると、日本での年間寄付総額は09年度で約1,000億円、GDPのおよそ0.02%と低水準にとどまっている。

01年に作られたイギリスを代表するソーシャル寄付サイト「Just Giving」は、現在までに約1,000万人が5.4億ポンド（825億円）を寄付した世界で最も成功している寄付サイトのひとつといわれている。インターネットを通じて多くの人々が気軽に寄付に参加できる仕組みであると同時に、「寄付したい人」と「その気持ちを応援する大勢の人たち」が、いつでもどこでも寄付プログラムに参加できるのがサイトの特徴である。一例をあげると、ロンドンマラソン参加者約35,000人のうち、20,999名がJust Givingを通して寄付を行った。支援を受けた非営利団体は1,693団体、Just Givingを通じて集まった寄付金は約38億円、寄付件数は656,350件であった。日本でも、2月に行われた第5回東京マラソンで10万円以上の寄付者を1,000人限定の特別枠のチャリティランナーとして初めて迎え入れた。国、自治体の財源が厳しくなる中で新たな資金循環モデルとして参考とすべき事例であり、全国各地で行われている観光イベントを新たな財源確保の場として機能させることも十分可能である。

日本の資金循環モデルが大きく変わろうとしているにもかかわらず、観光分野での取り組みは大きく遅れており、早急に業界を挙げて、安定した新たな財源モデルについて議論、研究を進めるべきである。

個人寄付の推移（2006年度—2008年度）

	2006年度	2007年度	2008年度
寄付者の割合（16歳以上）	54%	56%	54%
総寄付者数（16歳以上）	2,680万人	2,770万人	2,690万人
年間総寄付額の推定（実質ベース）	103億ポンド	112億ポンド	99億ポンド
寄付者一人当たり年間寄付額の平均	29ポンド	33ポンド	31ポンド

出典：「UK Giving 2009」