

CLAIR REPORT No. 364

英国におけるパートナーシップによる 観光振興施策について

Clair Report No. 364(July 20, 2011)
(財)自治体国際化協会 ロンドン事務所



財団法人自治体国際化協会

「CLAIR REPORT」の発刊について

当協会では、調査事業の一環として、海外各地域の地方行財政事情、開発事例等、様々な領域にわたる海外の情報を分野別にまとめた調査誌「CLAIR REPORT」シリーズを刊行しております。

このシリーズは、地方自治行政の参考に資するため、関係の方々に地方行財政に係わる様々な海外の情報を紹介することを目的としております。

内容につきましては、今後とも一層の改善を重ねてまいりたいと存じますので、御叱責を賜れば幸いに存じます。

本誌からの無断転載はご遠慮ください。

問い合わせ先

〒100-0013 東京都千代田区麹町 1-7 相互半蔵門ビル

(財)自治体国際化協会 総務部 企画調査課

TEL: 03-5213-1722

FAX: 03-5213-1741

E-Mail: webmaster@clair.or.jp

目次

はじめに

概要

第1章	英国における観光の現状	1
第1節	英国における国内観光の現状	1
第2節	英国における国際観光の現状	2
第2章	関係機関の役割	3
第1節	英国の国レベルの役割	3
第2節	広域レベルの観光振興	3
	[イングランド南東広域観光局(Tourism South East)]	4
第3節	民間チャリティー団体及びボランティア団体による観光振興	5
1	ノーウィッチ歴史遺産経済再開発トラスト (Norwich Heritage Economic and Regeneration Trust)	6
2	アイアンブリッジ峡谷博物館トラスト (Ironbridge Gorge Museum Trust)	8
3	ビッグピット鉱山博物館 (Big Pit: National Coal Museum)	10
4	ファバーシャム協会 (Faversham Society)	12
第3章	地方自治体の役割	14
第1節	一般的な地方自治体の役割	14
第2節	地方自治体事例紹介	15
1	グリニッジ区 (Greenwich Council) (大都市近郊自治体の観光振興政策)	15
2	ニューフォレスト市 (New Forest District Council) (環境に配慮した観光振興政策)	17
3	ハートルプール市 (Hartlepool Borough Council) (大規模国際イベント誘致による観光振興政策)	20
4	ゲーツヘッド地域 (Gateshead) (大規模土地開発による観光振興政策)	22
5	チェシャーウェスト・チェスター地域 (Cheshire West and Chester) (歴史遺産を考慮した観光振興政策)	25
6	ブライトン・ホーブ市 (Brighton & Hove City Council) (海岸地域の観光振興政策)	28

7	サウスエンド・オン・シー市 (Southend-on-sea Borough Council)	
	(海岸地域の観光振興政策)	30
8	ミドルズブラ市 (Middlesbrough Borough Council)	
	(IT・デザイン企業誘致で地域振興と観光振興)	32
第4章	まとめ	35

はじめに

英国では 2010 年 5 月に政権が変わり、その政策が大きな転換期を迎えた。さらに未曾有の経済不況により英国政府がその財源を厳しく管理することになり、今後 4 年間で大幅な財政支出の削減が見込まれている。現在、英国中央政府の政策転換が打ち出されて間もないため、観光振興に係る施策や組織体制が過渡期であるものの、英国の地方自治体は限られた財源の中で地域の観光関連団体との連携によりその活路を見出そうとしている。日本においても英国と同様に地方自治体レベルで財政支出の削減が求められ、観光政策に係る財源も厳しい状況となっている。そのため、日本の地方自治体における観光政策はその方向性の転換を求められている。

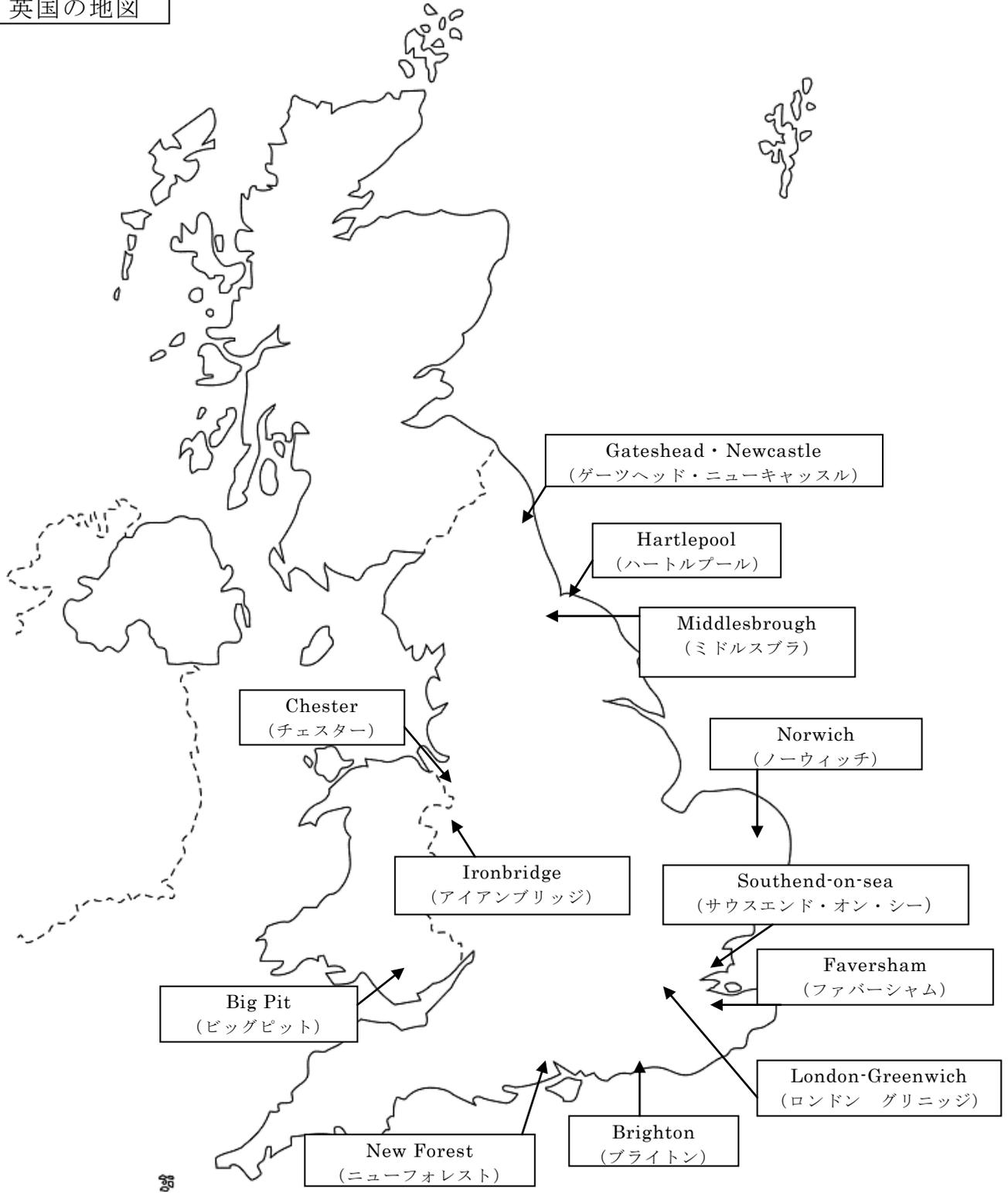
本書では英国の地方自治体等における観光関連団体と連携した観光振興施策を、事例を交えて紹介する。これらの事例が日本の地方自治体における観光振興の一助となることを願っている。

(財) 自治体国際化協会 ロンドン事務所長

概要

本書では、第1章「英国における観光の現状」で英国政府及び観光関係団体が発表した統計情報の分析により英国の観光の現状を述べる。第1節においては英国の国内観光の傾向と現状について、第2節においては英国の国際観光の傾向と現状について述べる。第2章「関係機関の役割」においては、第1節で観光振興に係る国の役割、第2節では広域レベルにおける観光振興の取り組み、第3節では民間団体及びボランティアグループにおける地域に密着した観光振興について事例を交えて紹介する。また、第3章「地方自治体の役割」では、第1節において英国の地方自治体が直面している新たな課題である政府の地域振興政策における地域企業パートナーシップ（Local Enterprise Partnership）について現状を説明し、第2節において様々な地方自治体における地域の特色を生かした観光振興の取り組みと観光関連団体との連携について事例を紹介する。そして、第4章においては上記のことを踏まえまとめを述べる。

英国の地図



第1章 英国における観光の現状

ここでは、英国における現在の観光の動向を関係統計資料より分析し、英国全体の観光の現状を述べる。

第1節 英国における国内観光の現状

2009年における英国国内観光客数は、2008年からの世界的な不景気の中でも、増加傾向にあった。これは、経済的な理由で観光客が遠くの観光地よりも近くの観光地を目的地に選んだためと推測される。2010年においても同様の傾向が予想され、多くの地方自治体や地域内の観光団体は国内観光客の増加を目指している。

英国の国内観光の動向については、イングランド観光局（VisitEngland）、スコットランド観光局（VisitScotland）、ウェールズ観光局（VisitWales）及び北アイルランド観光局（Northern Ireland Tourist Board）の協力で作成された「The UK Tourist Statistics 2009」（英国観光統計）で述べられている。概要は以下のとおりである。

1 概要（2009年における主な観光指標）

英国国内全体で、1億2,600万件（対前年比7%増加）の観光旅行がなされ、宿泊日数は3億9,900万日（対前年比5%増加）であり、220億ポンド（対前年比4%増加）が消費された。平均旅行日数は3.16日で、一件あたりの旅行における消費額は174ポンドで、一晩あたりの消費額は55ポンドであった。

旅行目的の67%は余暇であり、余暇目的の旅行は宿泊を伴う観光の75%を占め、観光による消費額の69%を占めている。

余暇目的での友人等への訪問は19%を占めているが、消費額の占める割合は全旅行の12%のみである。

ビジネス目的の旅行は全旅行の15%であるが、その消費額は国内旅行全消費額の20%となっている。

民間宿泊施設を利用する旅行は全旅行の57%であるが、全消費額の76%を占めている。また、友人宅等を宿泊施設とする旅行は宿泊を伴う全旅行の42%であるが、全消費額の23%に過ぎない。

宿泊施設を利用する旅行のうち接客サービスの提供があるものは、全旅行の37%であり、全宿泊数の27%を占め、全消費額の52%を占める。

交通手段については、自家用車による旅行が全旅行の73%を占めている。

宿泊を伴う旅行のうち50%は事前に予約されたものである。（ただし、友人等の訪問は事前予約には含まれないことを考慮する必要がある。）

旅行目的地の地域は、都市部が39%、小規模の都市が23%、海岸部が21%、山間部が19%となっている。

第2節 英国における国際観光の現状

2009年は世界的な経済不況の影響を受け、英国国民の海外旅行数、外国人の英国への旅行数が大きく減少した。ロンドンなどの大都市においてはこの影響は大きい。

英国の地方自治体では海外からの誘客に積極的に乗り出しているところもあるが、多くの地方自治体及び地域の観光関係団体では現在の景気状況を勘案し、観光産業の英国内市場を重視しているところが多いと推察される。

2009年の英国の国際観光統計については、英国統計局（Office for National Statistics）が発表した「Travel Trends」（観光の傾向）に述べられている。その概要は以下のとおりである。

1 概要

2009年における外国人による英国への旅行件数は2,990万件で、2008年比で6.3%減少した。なお、2009年における外国人による英国での宿泊日数も6.7%減少した。

英国国民の海外旅行件数は5,860万件で、2008年比で15%減少した。なお、英国国民の海外旅行での宿泊日数も13%減少した。

北アメリカ、ヨーロッパ及びその他諸国からの英国への旅行件数は、3.9%から6.7%の間で減少しており、英国から北アメリカへは21%減少、ヨーロッパへは16%減少、その他の国へは9.4%減少となっている。

旅行目的別では、特にビジネス目的での旅行件数が大きく減少しており、海外から英国へは2008年比で19%減少、英国から海外への旅行件数は23%減少した。また、英国国民の海外旅行での宿泊日数も15%減少した。

しかしながら、海外から英国への旅行による消費額は2008年比で1.6%増加し、166億ポンドとなった。一方、英国国民による海外旅行の消費額は14%減少し、317億ポンドであった。

2 観光客の増加要因

前述のように英国国民が海外旅行を控え、また海外からの旅行客が減少傾向にある中、英国として現在国際観光の目玉としているのは、2012年に開催されるロンドンオリンピック及び王室関連イベント（エリザベス女王即位60周年）による海外からの観光客の誘致である。オリンピックの各種イベントが開催される地域の地方自治体では、海外からの誘客を図ると共に、オリンピックを契機にその地名を海外のみならず英国内にも周知させることを重視している。また、各地域で地方自治体と観光関連団体が連携して王室関連イベントを開催することで、地域の知名度の高揚と観光客数の増加を目指している。

第2章 関係機関の役割

第1節 英国の国レベルの役割

中央政府で観光政策を担当しているのは文化メディアスポーツ省である。同省では各観光振興団体と連携しながら、国内外の観光振興を図っている。

国内の観光については、主に①観光諮問機関（観光産業の多くを占める中小企業の支援について協議する）、②閣僚観光検討会議（政府内の観光に関する横断的な組織）、③ロンドン市（首都としての観光振興）や④ロンドン市観光局（VisitLondon）と協調しながら、国内観光産業の育成を図っている。

海外からの観光客誘致に関しては、主に英国観光局（VisitBritain）とイングランド観光局（VisitEngland）とが観光市場の分析を行いながら、英国全体の観光PRを行っている。

財源については、2010年5月に政権交代があり、文化メディアスポーツ省の予算は今後4年間で24%削減されるという大幅な予算の見直しが発表された。このことを受け事業全体の縮小も予想されるが、連立政権の政策方針（The Coalition Programme）においては、観光産業を国家ビジネス戦略の柱の一つとして位置づけている。また、2010年10月に発表されたビジネス・改革・技術省の地方開発白書（Local Growth White Paper）においても地方産業発展のため観光産業を基幹産業ととらえ、地方の公共部門と民間部門の連携の重要性を述べている。さらに、2011年3月には「観光政策指針」（Government Tourism Policy）が発表され、英国の経済発展の重要な柱となる観光に対する政府の今後の指針が示されている。

第2節 広域レベルの観光振興

英国内における広域レベルの観光団体としては、英国全体の観光振興を行っている英国観光局（VisitBritain）、やイングランド、ウェールズ、スコットランド及び北アイルランドの各地域の観光振興を行っているイングランド観光局

（VisitEngland）、スコットランド観光局（VisitScotland）、ウェールズ観光局（Visit Wales）や北アイルランド観光局（Northern Ireland Tourist Board）がある。さらにこの各地域内に個別に地方自治体とパートナーシップ関係にある観光振興団体があり、地方の特色を生かした観光振興を行っている。

政権交代に伴い、現在この広域レベル観光団体の再編が進められており、その存続を含め、観光団体の枠組みについての議論がなされている。

そのような中、広域レベルの観光団体でイングランド内にあるイングランド南東広域観光局（Tourism South East）を訪問する機会を得たので、その概要を述べる。

[イングランド南東広域観光局 (Tourism South East)]

(1) 概要

イングランド南東部（サリー(Surrey)県、ケント(Kent)県、東西サセックス(East and West Sussex)県、ハンプシャー(Hampshire)県、ワイト島 (the Isle of Wight)、バッキンガムシャー(Buckinghamshire)県、バークシャー(Berkshire)県、オックスフォードシャー(Oxfordshire)県)における地域全体の観光振興を目的とした団体である。観光関係の民間団体(約 2,000 団体)と公共団体(約 70 自治体)が会員となっている。なお、2009 年のイングランド南東部における観光による経済効果は年間約 130 億ポンドであり、地域全体で 30 万人の雇用を創出していると推定されている。

主な業務内容は、①会員団体への観光業務アドバイス、②観光市場調査、③観光業務研修の実施、④イングランド南東部内の観光案内所の運営である。

管内の地方自治体との連携については、観光に係る広報で協力している。具体的には、大手の新聞社の情報誌に地域の観光情報を掲載するためイングランド南東広域観光局で紙面を確保し、複数の地方自治体でその紙面を共有している。これにより各地方自治体の経費を削減できるとともに、地域の観光情報を一括で掲載することで相乗効果が生まれ、地域内の観光情報を効果的に広報することが可能となる。

(2) 財源

主な財源は、全収入 530 万ポンドのうち上記業務による収入が 280 万ポンド、イングランド南東地域開発公社(SEEDA)からの収入が 210 万ポンド、会費収入が 39 万ポンドとなっている。2012 年以降は、イングランド南東地域開発公社は政府の方針により廃止となるため、今後の財源調達が大きな課題となっている。

(3) 基本計画等

2012 年に開催されるロンドンオリンピックを地域観光振興の絶好の機会ととらえ、2008 年から 2016 年を視野に入れた観光振興基本計画「On your Marks Get Set Go」を策定している。

イングランド南東部地域では、オリンピックを成功させるために、地域連携協議会が設立されており、イングランド南東広域観光局もそのメンバーとなっている。特にバッキンガムシャー県にあるストック・マンデビル病院は、パラリンピックの発祥地として有名であることから、イングランド南東部地域内の施設のアクセシビリティの向上のため、同協議会は各施設の点検を行うとしている。また、同協議会はオリンピックに参加するボランティアの研修も行っている。

(4) その他

政府の方針により地域開発公社 (Regional Development Agency) が 2012 年に解体されることになり、イングランド南東地域開発公社も廃止となる。これにより財源を約 40% 失うこととなる。

そこで、組織の存続のため 2010 年 9 月に地域の経済開発促進を担う自治体と企業とのパートナーシップとして保守党・自民党連立政権が打ち出した地域企業パートナーシップ (Local Enterprise Partnership) の申請を政府に行ったが、認可されなかった。申請内容が地域の観光産業の振興に特化した内容であったため、地域全体の経済活性化という政府の目的に合わなかったからではないかと推測されている。

現在は政府の観光振興団体英国観光局 (VisitBritain) 及びイングランド観光局 (VisitEngland) とイングランド南東広域観光局の存在意義について議論しているが、政府の立場からは、地域企業パートナーシップと地域の観光振興団体の観光に係る活動にのみ焦点が当てられており、イングランド南東広域観光局などの広域組織には焦点が当てられていないと考えられている。

イングランド南東広域観光局が独自に行った聞き取り調査によると、同団体の会員からはイングランド南東広域観光局の存続の要望が強い。この理由としては、各会員独自では観光に係る市場調査を行うことが困難であり、効率的に販路開拓を行うノウハウがないということがあげられる。

今後は地域内の観光団体のアドバイザー的な存在として存続を検討する。観光業界は中小企業の集合体であるため、個別に観光活動しても効果が少ない。そのため多くの観光団体がまとめて観光誘致をするほうが効果的である。その意味でイングランド南東広域観光局の存在は重要であると考えられている。ただし、十分な財源を確保するために、会員増加させる必要がある。そのため、民間企業の会員を増加させるため、民間企業のニーズを取り入れた市場調査方法などが検討されている。

第 3 節 民間チャリティー団体及びボランティア団体による観光振興

英国ではトラストと呼ばれる民間チャリティー団体が、地域の観光施設を直接運営していることが多い。各民間チャリティー団体は観光施設の保全をその大きな目的として掲げていることが多い。施設の修繕など多額の費用が必要なプロジェクトがある場合は、英国政府関係団体、EU 基金や文化遺産保護団体に必要額を申請し、独自の資金集めイベントを開催するなど財源確保を積極的に行っている。

しかしながら、新政府の方針により英国内の各地域にあった地域開発公社 (労働党政権が 1999 年以来、イングランド地方の経済開発と成長の戦略的リーダーとしての役割を担う組織として設置された地域公社) が解体されることになり、同公社からの補助金が受けられなくなった各民間チャリティー団体の間ではその財源確保方法について議論がなされている。

民間チャリティー団体及びボランティア団体と地方公共団体との連携による観光振興の取り組みについて、その概要を以下に述べる。

1 ノーウィッチ歴史遺産経済再開発トラスト (Norwich Heritage Economic and Regeneration Trust)

(1) 概要

ア 一般

ノーウィッチ地域には数多くの中世ヨーロッパ遺産が千年以上前の姿のままの状態で見守られており、その歴史的な希少価値はヨーロッパで高く評価されている。しかし、各歴史遺産の保存は所有者に委ねられていたため、ノーウィッチ地域の各歴史遺産をまとめて集合体としてとらえ、地域全体の土地再開発を行うため、地元自治体であるノーウィッチ市の協力の下、ノーウィッチ歴史遺産経済再開発トラスト (Norwich Heritage Economic and Regeneration Trust) が 2004 年に民間チャリティー団体として設立された。

ノーウィッチ歴史遺産経済再開発トラストでは当該地区の開発にあたり地区に点在する歴史的遺産に配慮しながら土地開発を行い、地域の観光を促進している。

事業の財源は各プロジェクトで獲得した資金（主にヨーロッパ地域開発基金 (European Regional Development Fund)）と地元有力企業の協力で賄われている。資金が比較的多く確保されているため、資金集めのためのイベントは行っていない。

意思決定機関である委員会のメンバーは、地元有力企業、国会議員、ノーウィッチ大学、ノーウィッチ司教など多岐にわたる地元有力者で構成されている。なお、当該委員会は年 4 回開催され、年間計画、財源及び大規模イベントについて討議される。

イ 地方自治体等との連携

地元自治体であるノーウィッチ市とは実務レベルでの業務提携をしており、各種観光イベントの開催などで協力している。ただし、自治体からの財源補助は原則行われていない。また、他の地方自治体に対しても観光ビジネスプランのコンサルティングなど観光振興に係るアドバイスをを行っている。

地元大学とも連携をしながら歴史遺産の価値を分析し、その結果を住民及び観光客に理解しやすい形で提供している。現在は電子データ（3次元マップなど）を様々なメディア媒体で提供できるよう検討中である。

(2) 主なプロジェクト

ア Norwich12

ノーウィッチ市内にあるヨーロッパ史上歴史的価値の高い12か所の主要歴史遺産を保全しながら観光による地域活性化を図るプロジェクトである。2006年から2009年までは、英国政府歳入庁投資プランに認定され100万ポンドの財源が確保された。この12か所には古くは1075年に建設されたNorwich Castleから、新しくは2001年に建設されたThe Forum（大型多目的イベント施設）まで含まれており、歴史的価値が深まると考えられる幅広い建設年次の建造物がNorwich12に指定されている。

このNorwich12は、ベルギーのアントワープ（Ghent：人口24万人）市との共同プロジェクトShaping24の一環事業でもある。アントワープ市はノーウィッチ市と同様に1000年から1550年ごろの中世ヨーロッパの景観を残すヨーロッパでも貴重な地区であり、同市内の12か所の主要歴史遺産の保全と地域活性化を目指している。このShaping24は両市の共同プロジェクトとして2009年3月にヨーロッパ地域開発基金から450万ユーロの資金が認められ、2011年までその活動が保証されている。



Norwich12 の一つ
Norwich Cathedral(1145年完成)



Norwich12 の一つ
The Forum(2001年完成)

イ Norwich Lanes

ノーウィッチ市内の中小企業活性化と歴史遺産の保全を目的として行われたノーウィッチ市との共同土地開発プロジェクトである。このプロジェクトは、①地域内の歴史的に価値の高い通り（lane）に新たな独自の標識と歴史を説明した看板を設置し、②歩道を整備し、③共通パンフを作成し、通りの歴史を来訪者に周知するものである。プロジェクトの資金は49万5千ポンドであったが、この土地開発により雇用が創出され、観光産業が大幅に改善された結果、その経済効果は約1,668万ポンドに上ると推計されており、大成功を収めている。

ウ Heritage Open Days

これは、毎年9月に開催されるイベントで、地域内の歴史建造物が無料で開放され、各歴史遺産の中で様々なイベントが行われる。2010年は4日間で134のイベントが開催され、来場者は10万人を超えた。イベントは展示のような受

動的なものだけでなく、体験型のイベントも多く準備し、参加者が積極的に歴史を学べる場を提供した。このイベントでは約 650 名のボランティアに協力を求め、事前に研修会も開催した。

(3) 今後の見通し

財源に関しては政府の方針により、地域開発公社からの資金が 2012 年からなくなるが、主な財源はヨーロッパ地域開発基金や文化遺産関係の基金からの資金であるため、運営に支障はないと考えられている。歴史遺産の保全と地元経済の活性化の観点から成功を収めており、各国の歴史遺産保全団体や世界銀行をはじめ、国内でもナショナルトラスト (National Trust) や政府の歴史遺産担当大臣からも意見を求められるなど、存在は高く評価されている。

2 アイアンブリッジ峡谷博物館トラスト (Ironbridge Gorge Museum Trust)

(1) 概要

アイアンブリッジ峡谷博物館トラストは産業革命の発祥の地とされるアイアンブリッジ周辺の産業遺産の保全を行うと共に、観光による地域振興を行っている民間チャリティー団体である。なお、この地域はユネスコの産業遺産に登録されている。

2009 年に 1,200 万ポンドをかけて Blists Hill Victorian Town (ビクトリア時代の産業革命の様子を展示している施設) の大改修を行った。この改修により観光案内所や世界遺産地域展示室や構内のメイン通りのカナル通り (Canal Street) が新たに整備された。この改修に係る財源は主に 西ミッドランド開発公社 (Regional Development Agency Advantage West Midlands) やヨーロッパ地域開発基金からの資金である。大規模修繕が必要な場合は、歴史遺産宝くじ基金 (Heritage Lottery Fund) や ヨーロッパ地域開発基金などからの資金を活用している。1991 年にテelford 地域開発公社の協力により、400 万ポンドの基金が設立され、年間約 30 万ポンドの収益を上げており、建造物修繕費に充てられている。

2009 年の訪問客数は 56 万 7 千名で学校からの訪問は 7 万人となり、過去 10 年間で最高記録となった。訪問者の 25% がロンドンやイングランド南東部から来ている。アイアンブリッジ管内の博物館の入場者数は 2008 年に比べて 23% 増加し、大規模改修のあった Blists Hill Victorian Town は 38% の増加であった。なお、大規模改修を行った 2009 年以前は、訪問者数は年間 30 万人でその内 6 万人が学生であった。

2009 年は入場料が最大の収入源であり、2008 年と比べて 46% の増加であった。これは入場者数の増加と入場料の値上げによるものである。おみやげなどの関連商品販売や会議室貸与などで 6 万 4 千ポンドの売り上げもあった。

地域開発公社の廃止に伴い、大規模修繕に必要な資金を集めるのが従前より困難になり、今後は民間部門からの資金調達が必要となる。しかし、当該団体の過

去の取り組み実績に鑑みると、当該団体による資金調達は、他のトラストに比較して容易と考えられている。

アイアンブリッジの観光による地域における経済効果は 1,700 万ポンド以上と推測されている。雇用面では、150 名のフルタイム従業員がおり、400 名以上のボランティアスタッフがいる。

事業内容は、学生を対象とした教育サービスを幅広く提供している。特に地元自治体との連携により、文化教育事業「Find Your Talent」を進めている。この事業の一環である「Street Kids」事業では、Blists Hill Victorian Town において、学生を対象にビクトリア時代の生活や技術を実際に体験させて学ばせている。また、テルフォード・レキン（Telford & Wrekin）市との連携の下、地元住民向け割引サービスとしてフレックスカード（Flex Card）を発行し、地元住民がアイアンブリッジ管内の博物館をより多く利用できるよう配慮している。以前は、地元住民でアイアンブリッジ峡谷博物館には行ったことのない者が多かったが、これ以後、管内博物館へ頻繁に訪問するようになった。また、住民が地域イベントに数多く参加するようになり、アイアンブリッジ峡谷博物館を中心としたコミュニティの形成が進みつつある。地元地方自治体との今後の連携としては、自治体教育部門と連携し、地元の生徒のためのカリキュラムについて協議しながら、学校のニーズに合った実習を提供するとしている。

さらに、地元の慈善団体の支援事業として Blists Hill Victorian Town の建物の一部貸しも行っている。また、バーミンガム大学との連携事業としてアイアンブリッジ研究所（Ironbridge Institute）を運営しており、その生徒数は増加傾向にあり、カナダやアメリカなどの海外からの通信教育講座も行っている。

なお、Blists Hill Victorian Town では、他の地域の博物館と差別化を図るため、体験型ワークショップを重視している。この体験型ワークショップは生徒にとっても好評であるため、学校とのスケジュール調整が難航するほどである。また、年齢に応じたワークショップも提供している。



Blists Hill Victorian Town 風景 1



Blists Hill Victorian Town 風景 2

(2) 基本計画

ア アイアンブリッジ峡谷博物館トラスト基本計画（2010－2014年）

この基本計画では、①生涯学習、②博物館管理及び③地域開発を主要テーマに掲げ、2010年度以降は訪問者数を60万人以上とし、さらに学校からの訪問者数を4千人増加させることを見込んでいる。また、2011年までに現行2団体（アイアンブリッジ峡谷博物館（Ironbridge Gorge Museum Trust Ltd）とアイアンブリッジ峡谷博物館開発トラスト（Ironbridge Gorge Museum Development Trust））を統合し、新たな資金確保計画を策定するとされている。アイアンブリッジ峡谷博物館は西ミッドランド地域における観光主要地として、地元自治体（テルフォード・レキン市とシュロプシャー（Shropshire）県）やバーミンガム大学と連携し観光産業の促進を行うとされている。

イ テルフォード・レキン市 基本計画（2006-2011年）

地元自治体であるテルフォード・レキン市における基本計画においても経済振興策の一環としてアイアンブリッジ峡谷周辺の観光産業の振興を重視している。また、シュロプシャー観光連携事業（Shropshire Destination Partnership）を進め、関係自治体との連携を強化しながら、交通網の整備を行うことでアイアンブリッジ峡谷周辺の利便性を高めるとしている。

3 ビッグピット鉱山博物館（Big Pit: National Coal Museum）

(1) 概要

ビッグピット鉱山跡地は2000年にユネスコの世界産業遺産に登録されたブレナボン（Blaenavon）産業地域に位置する旧炭鉱である。この産業地域は19世紀の社会と経済の面影を当時のままの状態で見守っている。現在は炭鉱の歴史を学ぶ場となっており、年間14万人以上が訪れる一大観光地となっている。



ビッグピット鉱山跡地概観



ビッグピット鉱山跡地内部

(2) ブレナボン連携協議会（Blaenavon Partnership）

ブレナボン産業地域の景観保全のため、公共部門と民間部門の連携によりブレナボン連携協議会が組織されている。この組織は世界遺産登録を目的としてトーフェン市 (Torfaen County Borough Council) の主導で1997年に設立された。2000年に世界遺産に登録された後も、このブレナボン連携協議会に賛同する団体同士で連携を図りながら、ブレナボン産業地域の景観保全に努めている。

(ブレナボン連携協議会の主な構成団体)

- ・トーフェン市

ブレナボン連携協議会を主導している。ブレナボン産業地域の約50%の地域を管轄している。街づくり計画や環境問題への対応をしている。

- ・モンモスシャー市 (Monmouthshire County Council)

ブレナボン産業地域の約 50%弱の地域を管轄しているが、管轄内の産業地域における地域開発は、ブレコン・ビーコン国立公園管理公社 (Brecon Beacons National Park Authority) が行っている。

- ・ブレコン・ビーコン国立公園管理公社 (Brecon Beacons National Park Authority)

ブレナボン産業地域の約 45%の地域はブレコン・ビーコン国立公園となっている。この団体は当該国立公園の生息動植物の保全を目的としている。

- ・ブラニュー・гент市 (Blaenau Gwent County Borough Council)

この自治体はブレナボン産業地域を管轄していないが、近隣自治体として世界遺産の保全に協力している。

- ・ブレナボン町 (Blaenavon Town Council)

ブレナボン産業地域の最も主要なパリッシュ (Parish:近隣自治体) であり、トーフェン市との共同出資でこの地域の保全を目的として計画策定グループを立ち上げている。なお、このグループは年間5万ポンドの予算を確保している。

上記の自治体の他に、ウェールズ政府の歴史保全部門 (Welsh Historic Monuments)、ウェールズ政府の歴史記録調査部門 (Visit Monuments of Wales)、ウェールズ国立博物館 (National Museum Wales : ビッグピット鉱山博物館 Museum を運営)、ウェールズ政府の自然環境保護部門 (The Countryside Council for Wales)、ウェールズ議会経済担当部門 (The Welsh Assembly Government Department for the Economy and Transport)、ブレナボン産業地域近隣運河管理企業 (British Waterways) がブレナボン連携協議会の構成メンバーとなっている。

(3) 課題

ブレナボン産業地域は、世界遺産に登録されたことにより巨額の資金が地域開発に投資され、同地域の経済は好転した。主な投資内容は、①世界遺産観光案内

所の設置、②舗装整備と公共スペースの改修、③主要道路に街路樹を植樹、④店舗の改修、⑤街の中心部の街灯改修、⑥街の中心部の歩道標識の設置であった。

しかし、この開発にも関わらず、トーフェン市による調査によると、80%以上の買い物客はブレナボンで買い物をせずに近郊の経済規模の大きい地域まで出向いて買い物をしていることが明らかになった。当該調査の回答者の40%以上は、ブレナボンは買い物をするのに適していないと回答した。

また、さらなる懸念材料として、政府の財源の大幅な削減により、今後の施設運営に大きな影響が出ると想定されることがある。今後、予定していた管内の施設の改修を中止せざるを得なくなる可能性がある。また、人材面においても、他の観光地とは違いボランティアによる施設維持は困難である。その理由としては、①ブレナボン地域は人口が少ないところであり、ボランティアを募っても希望者が少ないこと、②施設維持には炭鉱に係る特殊技能が必要であるため、ボランティアの能力では不十分であることが挙げられる。

4 ファバーシャム協会 (Faversham Society)

～地元に着したボランティア団体による観光振興の例

(1) 概要

ファバーシャム (Faversham) 町は、スウェール市 (Swale Borough) 内のパリッシュである。人口は約 17 万人。ケント県内の鉄道や幹線道路の要衝となっており、ロンドンとカンタベリー (Canterbury)、ドーバー (Dover)、マーゲイト (Margate) やアッシュフォード (Ashford) などの中継地となっている。

ファバーシャム協会は 1962 年に設立されたファバーシャム町の観光振興及び観光関係施設管理を行う団体である。また、地域の土地開発にも大きな影響力のある団体である。ファバーシャム協会はイングランド南東広域観光局 (前述 Tourism South East) に所属しているが、当該団体からは比較的独立して活動を行っている。ファバーシャム町内の観光案内所の運営については、イングランド南東広域観光局と協力しながら情報を共有しているが、その他の活動は独自で行っている。

役職員は全員ボランティアで構成されており、主に退職後の 60 歳台前後の者がその主な構成メンバーとなっている。住民は地域の活動に積極的に参加する傾向があり、経歴も様々であるので、ファバーシャム協会の事務所管理だけでなく各種イベント運営にも適材適所で人材を配置することができる。また、この団体は退職した者の地域コミュニティにおける重要な交流の場にもなっている。

主な活動内容は以下のとおり。

- ・観光施設、観光案内所及び歴史的建造物の運営管理
- ・観光案内印刷物や地元情報誌の発行
- ・各種年間イベントの実施 (地域の歴史を振り返るツアーや地域交流イベントなど)

- ・ファバーシャムの歴史研究
- ・ファバーシャムの土地開発計画



ファバーシャムの街並み



ファバーシャム協会事務所兼観光案内所

(2) 財源

主な収入源は各種イベントによる収入、会員からの会費や寄付金となっている。また、活動内容は多岐にわたるが、地域の規模が大きくなり、他の地域と観光振興に関して競合することは少なく、組織はボランティアで構成されているので、財政的には安定して運営されている。現在は政府や地方自治体からはほとんど財政的支援を受けることなく独立して運営されている。そのため、大規模な公的支出の削減が今後予想されるが、ファバーシャム協会の活動は今後も安定して行えると協会では考えている。

地域内の歴史的建造物の大規模修繕などの大きなプロジェクトを行う場合は、歴史遺産トラストなどの他団体の助成金を活用する。この助成金の手続きは煩雑なものであるが、ファバーシャム協会は活動実績のある団体であるため、他の団体に比べて申請どおりに助成金を付与される傾向が強いと考えられている。

地元地方自治体の支援については、ファバーシャム協会の設立時に、地方自治体（ケント県、スウェール市）が事務所建物の購入時の保証人になるなどの財政的支援を行った。現在は、ケント県はファバーシャム町内の博物館に所属する博物館学芸員（パートタイム）の人件費を負担しているが、スウェール市は同市内のファバーシャム地域以外の地域の土地開発を集中的に行っているため、ファバーシャム協会には直接的な財政的支援を行っていない。

第3章 地方自治体の役割

ここでは、観光振興に係る地方自治体の取り組みと、各地域における関係団体とのパートナーシップについて述べる。

第1節 一般的な地方自治体の役割

地方自治体は観光振興政策に対する法的な責任があるわけではなく、地域振興政策の一環として観光振興政策を重視している。地方自治体における観光振興に係る組織の形態には大きな差異があり、地方自治体の組織として観光振興部門を設けている自治体もあれば、観光振興部門を完全に民間部門に切り離している自治体や、人件費は自治体が負担し、観光振興プロジェクトの経費は民間部門で賄う地域もある。

したがって、日本的な感覚で言えば、イギリスの自治体には観光政策に対する「一般的な役割」は「何もない」と言ってしまえるかもしれない。しかし、財源も権限も日本に比べてはるかに限定されているイギリスの自治体にとっては、外部とのパートナーシップによる政策実現がむしろ一般的な姿であり、観光政策についてもその例に漏れない。そこで、ここでは、パートナーシップを通じた自治体の観光政策における役割について述べる。2010年5月の政権交代に伴い、地方自治体における観光振興のあり方も根本的に見直されることとなった。特にイングランドにおいては地域企業パートナーシップがイングランド各地に新設され、ここが地域に密着した経済振興を行うこととなる。この地域企業パートナーシップは、従来地域の境界線にとらわれることなく自治体間で自由に合意に達した地域が指定される。

地域企業パートナーシップは、現政権の方針により地域開発公社が2012年までに廃止されることを受け、新たに地域の経済振興を目的に新設され、管内の経済団体や慈善団体が主な運営主体となる。地域企業パートナーシップの主な役割としては、①地域内の大規模なインフラ整備プロジェクトの優先順位の決定、②2011年度設置予定の地域成長ファンド（Regional Growth Fund）の調整、③高度成長事業の支援、④地域内の住宅計画管理、⑤地域内の失業対策、⑥民間部門からの資金調達などがある。

しかしながら、2011年3月現在、地域企業パートナーシップについては、まだ具体的な組織や財源が国から示されてはおらず、イングランド内の各地方自治体でそのあり方について大きく議論がなされているところである。地域企業パートナーシップの地域割りについては、文化的・歴史的見地からの地域割りがされていないと考えられている地域も多く、観光振興の現場から見た場合、この地域企業パートナーシップの機能は観光に係る情報共有にとどまるのではないかとの懸念も指摘されている。また、イングランドの沿岸地域など都市部から離れた地域では、地方自治体が地元経済の主たる牽引役を担っており、管内の経済団体や慈善団体のみでは地域企業パートナーシップの運営が困難であるとの指摘もある。

第2節 地方自治体事例紹介

ここでは、地方自治体の地域内の関係団体との連携について事例を紹介する。

1 グリニッジ区 (Greenwich Council) (大都市近郊自治体の観光振興政策)

(1) 概要

グリニッジ区はテムズ川南側に位置し、人口は約 24 万人である。

英国海軍関係の長い歴史がある一方で、O2 (オーツー) アリーナ (大型イベント施設) を有し、2012 年に開催されるオリンピックの開催地になるなど、現在でも英国内有数の集客力のある地域である。国内観光客と外国人観光客の割合は5割ずつで、外国人観光客の主な国籍は北アメリカ諸国、韓国、日本及びヨーロッパ諸国である。

2006 年にグリニッジ区に年間約 900 万人の観光客が訪れ、年間延べ 60 万日滞在した。観光による経済効果は年間 5 億 3,200 万ポンドに上り、約 8,400 名の雇用を創出している (スカーバラ観光経済活動調査 (2006 Scarborough Tourism Economic Activity Monitor (STEAM) 調査結果より。))。

2007 年に O2 アリーナが開設されたことに伴い、観光客数は大幅に増加した。2008 年だけで 1,400 万人がこの施設を訪れている。また、海軍歴史博物館や天文台など歴史的な遺産が多いこの地域では、O2 アリーナの開設前までは観光客の年齢層は高かったが、この施設の開設により、この地域への訪問者の年齢層が大幅に若年齢化した。

なお、グリニッジ区は 2012 年に王立指定自治体 (Royal Borough) になる予定であり、これにより地域住民の意識高揚効果があると同時に、観光客 (特に北アメリカ諸国からの観光客) の増加が見込まれると考えられている。



O2 アリーナ



グリニッジ市概観

(2) 関係団体との連携

ア グリニッジ区基本計画 (Greenwich Strategy)

グリニッジ区は 2015 年までの基本計画において観光を主要施策の 1 つとして掲げ、次の 6 つの主要テーマにおいて計画を進めていく予定である。

(主要テーマ)

- ・安心して生活できる場所（治安面及び健康面）
- ・働くことができる場所
- ・学ぶことができる場所
- ・観光ができる場所（文化の地として）
- ・環境に配慮した場所
- ・オリンピック・パラリンピックの開催地

イ グリニッジ連携協議会（Greenwich Partnership）

グリニッジ連携協議会とは、地元企業、ボランティア団体及び地方自治体関係者の協議機関で、上記基本計画の実行機関として、グリニッジ区の経済問題、社会問題や環境問題を協議し、年間4回ほど会議を開催している。観光関連では、オリンピック開催による同区への訪問者数の増加に対応するため、ホテルの収容客室数を現在の500客室から2,000客室に増加させる案などが協議されている。

ウ グリニッジ海事世界遺産運営協議会

（Maritime Greenwich World Heritage Site Steering Group）

グリニッジ海事世界遺産運営協議会は、地元企業、ボランティア団体及び公共部門が連携して世界遺産地域を活性化させるために設立した組織である。グリニッジ市の主導により設立され、同区は組織運営について2004年に優良地方自治体賞（Beacon Council Award）を受賞した。

この組織は世界遺産地域推進計画（Heritage Site Management Plan）の協議機関として位置づけられており、下部組織にマーケティング部門があり、同計画の実行・検証を行っている。

グリニッジ海事世界遺産運営協議会の構成メンバーは以下のとおりである。

- ・ the National Maritime Museum（海事博物館）
- ・ 02 arena（02アリーナ）
- ・ the Foundation for the Old Royal Naval College（旧王立大学基金）
- ・ Greenwich Hospital Estates（グリニッジ地域の病院開発社）
- ・ Docklands Light Railway（DLR 鉄道管理会社）
- ・ Thames Clippers（テムズ川周辺開発公社）
- ・ Greenwich Market（グリニッジ市場）
- ・ English Heritage（イングランド歴史遺産管理基金）

(3) 今後の目標・課題

グリニッジ区における現在の観光客のターゲットは若者であり、特に O2 アリーナを活用した各種イベントによる観光振興を重視している。世界遺産地域は、学術的な要素が多く含まれるため、若者を牽引する観光対象の主力とはならないと考えられている。最近、グリニッジ区に訪れた観光客を対象に聞き取り調査を行ったところ、グリニッジに訪問する主な理由は、O2 アリーナで開催される各種イベントへの参加であり、世界遺産への訪問が目的と回答した者の数は少なく、観光目的理由リストの第 14 位であった。

オリンピック開催時には大幅な観光客の増加を見込んでいるが、開催後の観光客数は減少すると想定されている。予算削減が叫ばれる中、現在開発が進められているオリンピック関連建造物の管理をオリンピック終了後にどのように行うのかが大きな課題になる。

2 ニューフォレスト市 (New Forest District Council)

(環境に配慮した観光振興政策)

(1) 概要

ニューフォレスト市はイングランド南西部ハンプシャー (Hampshire) 県に属し、ニューフォレスト国立公園があり、夏期は多くの国内観光客が滞在する。この国立公園内の森林の大部分が原生林であり、固有種の野生動物が数多く生息している。

2008年における観光に係る指標としては、ニューフォレスト市への宿泊を伴う旅行件数は年間延べ87万1千件で、日帰り旅行は年間延べ717万5千件であった。また、観光客が延べ334万7千日滞在した。

観光による経済効果は、観光客がニューフォレスト市内において観光活動で年間4億4013万3千ポンドを消費し、その内訳は、滞在観光客が1億6237万9千ポンド、日帰り旅行客が2億7,775万5千ポンドであったと推測される。観光客のニューフォレスト市在住の友人宅への訪問や、同市内に保有する別荘への訪問などによる消費額は1,377万8千ポンドであった。関連産業への波及効果を加えると4億6,090万ポンドの経済効果があった。

また、雇用面では、フルタイム及びパートタイムを含む10,177名の雇用が創出されたと推測される。



ニューフォレスト概観



ニューフォレスト固有種の原生馬

(2) 市の観光政策

ニューフォレスト市の観光政策は、2004年に持続可能型観光政策の先進的な取り組みであるとして優良地方自治体賞(Beacon Council Award)を受賞している。特に同市のVICEモデルは高い評価を得ている。以下同モデルの概要を記載する。

(VICE Model)

地域経済の観点からは安定した雇用と地域活性化のために観光産業は必要である一方、観光客の増加による自然環境の破壊をどのように防ぐかが課題となっている。そこで、この課題を解消するため、観光に係る4つの側面 VICE (Visitor (訪問客)、Industry (観光関連業)、Community (地域社会)、Environment (環境)) を考慮して観光振興に取り組むとしている。

- ・ Visitor (訪問客) - 訪問客に国立公園の保全を意識させる。
- ・ Industry (観光関連産業) - 観光関連産業の収入を安定させ、環境保全に対する責任感を意識させる。
- ・ Community (地域社会) - 地域社会全体の利益を最大化させる。
- ・ Environment (環境) - 森林環境の保全を第一に考える。

(3) 関係団体との連携

約25年前にはニューフォレスト市内の企業は、ニューフォレスト市の環境保全を重視しすぎるあまり、外部からの訪問者に対して排他的であったが、同時に環境保全を行うためには多額の費用がかかることも理解していた。しかし、中央政府からの補助金のみで依存すると、財源の自由度が下がり環境保全に柔軟に対応できない。そこで、ニューフォレスト市が中心となり、地元企業が積極的に環境保全と観光振興に参加できるよう地元企業の意識改革を行い、観光による収益を地元企業に還元し、地元企業の企業活動を財政的に安定させる取り組みを行った。

ニューフォレスト市は、環境保全と観光振興を両立させるために、VICEモデル

を提唱し、地元企業、地元住民及び観光客に少しずつ協力を求めることで、多額の費用をかけることなく一丸となって環境保全と観光振興に参加できる環境を整えた。例えば観光広報をする際には、ニューフォレスト市と地元企業が連携して、地元住民用広報及び観光客用広報を行った。

ア 地元住民用広報

地元住民用広報では、「Brand New Forest」のブランディングを行い地元住民に対して観光への参加意識を高めた。

「Brand New Forest」のブランドに賛同する住民は、Brand New Forest カード（3 ポンド）を購入することで、地元の製品の割引サービスを受けられる。これにより地域住民の購買意欲を高め、地元企業の利益も高めることができる。

イ 外部用広報

外部用広報では、主に以下の2点が重視されている。住民向け広報とは異なり、ある程度の経費をかけて目に付くような冊子を作成している。

(ア) 観光客向け森林保全注意喚起パンフ

森林保全のためには観光客一人一人の協力が必要不可欠である。観光客の森林保全の意識を高めるため、地域内のホテルの各ベッドルームに卓上用のパンフを設置。一目でわかるように細かいことは記載せず森林保全5カ条（① 運転速度を落とす、② 地元産品を購入する、③ 自動車をあまり使わない、④ 野生動物に触れずに観賞する、⑤ Green Leaf（後述）賛同企業を利用する。）のみを記載している。

(イ) グリーンリーフ（Green Leaf）

グリーンリーフとは以下の条件をクリアした地元企業に付与されるブランドである。地元企業からこのブランドに賛同を得ることで、森林保全への意識を高めるとともに、広報媒体を通じて賛同企業が積極的に広報活動を行い、賛同企業の経営に有利になるよう配慮する。また、このブランドの賛同企業のサービスを観光客が利用することで、観光客も森林保全に間接的に参加できる。なお、この賛同条件はポイント制となっており、各条件が数値化されている。

(グリーンリーフ賛同条件)

- ・ 地元産の食材を使用していること
- ・ 自動車を使わない観光を促進していること
- ・ 環境保全に積極的に参加していること
- ・ 接客サービスの向上に努めていること
- ・ エネルギー、ゴミ、水の管理及びリサイクルの知識を深めていること
- ・ 地域の観光イベントや観光振興活動に参加していること

3 ハートルプール市 (Hartlepool Borough Council)

(大規模国際イベント誘致による観光振興政策)

(1) 概要

ハートルプール市はイングランド北東部に位置するユニタリー制（一層制）の地方自治体で、市長は英国では数少ない直接公選制で選出されている。ハートルプール市は港町として歴史の深い都市であるが、近郊のニューキャッスル（Newcastle）市などの大都市と比べ規模も小さく、全国的な知名度のあまりない都市であった。そこで国際的な海洋ヨットレースであるトールシップ（Tall Ship）の開催候補地として名乗りを上げ、その招致に成功し、知名度を上げることに成功した。



ハートルプール沿岸部



英国軍艦 HMS Trincomalee 号

(2) トールシップ (Tall Ship)

トールシップとは、若者に海洋技術を学ぶ場を提供することで若者の育成を図ることを目的として毎年開催される国際船舶イベントである。なお、このイベントに参加する各船の船員の半数は 15 歳から 25 歳までの者でなければならないとされている。

2010 年に開催されたトールシップは、ベルギーのアントワープ（Antwerp）がスタート地点となり、デンマークのアルボーグ（Aalborg）、ノルウェーのクリスチャンサンド（Kristiansand）を經由してハートルプールがゴール地点であった。2010 年の開催でこのイベントは 54 回目となる。なお、英国の都市が次回このイベントの開催地となるのは 2014 年となる。

今回のイベントの開催には英国ではリース市（Leith）、アバディーン市（Aberdeen）、ニューキャッスル市そしてハートルプール市が名乗りを上げ、他の大都市を押さえてハートルプール市が英国における開催地となった。このイベントの主催者は、ハートルプール市、地元の船舶管理会社（PD Ports と Hartlepool Marina Ltd）及びこのイベント全体の管理進行を行った航海訓練研修所（Sail Training International）である。

約 20 カ国の大型帆船約 60 隻が参加し、参加した全船員数は約 3 千人であった。

ハートルプール市におけるイベントは2010年8月7日から10日の4日間開催され、船舶を受け入れただけでなく、大規模なコンサート、市場や様々なワークショップも同時に開催された。イベント開催期間中にハートルプール市には約100万人の観光客が訪問し、ハートルプール市における経済効果は約2,650万ポンド、来場者一人当たり一日平均30.59ポンドが消費されたとされる。

(3) トールシップの影響

ア 関係団体との連携強化

関係団体との連携強化のため、地元の港管理会社、船舶業者や宿泊施設が意見集約を図るための積極的な意見交換を行った。また、ハートルプール市近郊の関係団体や宿泊施設とも連携し、イベント参加者がイベント期間中に滞在できる場所を確保した。

イベントボランティア（約230名）に対しては、各種業者と協力しながら、イベントに係る研修、イベントボランティア交流イベント、オンライン上での意見交換などを行うことで、イベント関係者が一丸となって当該イベントに取り組むことができた。

ハートルプール市内の交通網は大型イベントへの対応が難しいと考えられていたが、警察、消防や地元企業との連携で、比較的円滑に受け入れをすることができた。イベント近隣住民の中には、自宅の裏庭を開放して、駐車場として提供している者もいた。

また、地元自治体であるハートルプール市と関係団体との連携強化でイベント実施が円滑に行われただけでなく、地域の一体感を醸成することができた。

イ 各種メディアによるハートルプール市のイメージアップ広報

ハートルプール市はイベント開催前までは英国内でも知名度の低い地域であったが、BBC、各新聞社や各国のメディアがこのイベントを取り上げ、ハートルプール市の地名を英国内にとどまらず、各国に知らせることに成功した。

イメージアップ広報を対外的に行うことで、地元企業に対してもこのイベントの重要性や意義を伝えることができ、当該イベントに対し数多くの地元企業からの財政的及び人的協力を得ることが可能となった。

また、このイベントで知名度が上がったことにより、海洋技術の研修をハートルプール市で希望する団体が増加しており、現在、海洋技術研修所の設立を検討している。

(4) 課題

トールシップは大規模な国際イベントであり、それを実施した地域として知名度が向上し地元経済にも好影響があったものの、所詮一過性のものであった。今後中央政府の財政支出の大幅な削減により、市の観光政策関係予算も削減が予想

される。そのような中で、イベントにより向上した知名度を生かした観光産業を、地元関連観光企業と連携して維持・発展させることが課題となっている。

4 ゲーツヘッド地域 (Gateshead) (大規模土地開発による観光振興政策)

(1) ニューキャッスル・ゲーツヘッド土地開発機構 (Newcastle Gateshead Initiative)

ア 概要

ニューキャッスル・ゲーツヘッド土地開発機構はニューキャッスル市及びゲーツヘッド市の両地域がヨーロッパにおけるレジャーとビジネスの目的地として認識されるよう、両地域のためにマーケティングを行う団体である。2000年にニューキャッスル市及びゲーツヘッド市の主導のもと公共部門と民間部門の共同出資で設立され、両地域のブランド形成に努めた。主に芸術文化の先端地としてのイメージを国内外に発信してきた。会員団体は、ニューキャッスル市、ゲーツヘッド市、企業団体（銀行、弁護士団体、建築業界、酒造業界、ホテル・観光業界、交通関連企業（鉄道、空港）、地域開発公社、メディアなど地域振興に関係のある様々な業種の約 160 の団体・企業で構成されている。地域の生活、仕事、学術研究、観光を促進することを目的として、①観光関連マーケティング、②国内外の広報放送、③関係団体連携会議の開催、④文化イベントの開催などを行っている。

イ 経緯

20年前にはニューキャッスル市とゲーツヘッド市の一帯は、レストランやホテルもほとんどなく、衰退した造船業の廃墟であった。住民の地域開発に対する意識は低く、同地域は、文化、交通及び観光面で他の都市に比べて大きく出遅れていた。

そのような中で、ニューキャッスル市とゲーツヘッド市は 1995 年に **Capital Coach** (文化芸術イベント) の開催候補地として名乗りを上げた。結果的にはリバプール (Liverpool) 市にその招致合戦は負けてしまったものの、芸術による地域振興の可能性にニューキャッスル市とゲーツヘッド市の関係者は大きな興味を抱いた。

そして、2000年にニューキャッスル・ゲーツヘッド土地開発機構が設立され、民間・公共部門の強力な連携により、芸術による地域振興と造船関係の文化遺産保護が本格的に開始された。その結果過去 10 年間で以下のような成果があった。

- ・ 2 億 5,000 万ポンドを投資して世界クラスのイベント施設 (Sage Gateshead や Baltic など) を開設した。これらの施設の年間稼働率はほぼ 100% である。
- ・ 2006 年に世界芸術文化サミットが開催され、ヨーロッパにおける公共芸

術の中心地となった。

- ・ ニューキャッスルとゲーツヘッド地域に、観光による 12 億ポンド相当の経済効果があった。
- ・ イングランド内でトップクラスの保養地候補となった。
- ・ 2002 年からホテル客室数が 42% 増加した。今後 2 年間でさらに 20% の客室数の増加が見込まれている。

ウ 今後の見通し

政府の方針による地域開発公社の廃止に伴い財源の大幅な削減が予想されるが、組織体制や事業の見直しを行い組織は存続させる。民間部門が主要会員であるため、民間部門の会員の増加を目指す。近郊の教育機関を対象にした事業（文化遺産ツアーや施設の貸与など）の展開など新しい分野に足を踏み入れることも検討している。

また、ニューキャッスル市とゲーツヘッド市への観光客のターゲットはヨークシャーやリーズといった近郊都市からの国内旅行者であり、また外国人観光客で多い国籍は、アイルランド、ノルウェー、オランダである。今後はこれらのターゲットを重点として観光振興に取り組むとしている。なお、海外向け広報については、ニューキャッスル・ゲーツヘッド土地開発機構が独自で行うのではなく、英国観光局（VisitBritain）主催の英国内各都市合同の海外観光説明会に参加している。

(2) ゲーツヘッド市

ア 観光主要施設概要

ニューキャッスル・ゲーツヘッド土地開発機構主導のもと、ゲーツヘッド市はこの 10 年間で大きく変貌を遂げた。ゲーツヘッド市では 5 億ポンドの資金を投資して、様々な観光施設の設立に協力した。近年新設された主要観光施設の概要は、以下のとおりである。

(ア) Sage Gateshead (セージ・ゲーツヘッド)

Sage Gateshead は、ゲーツヘッドの河川沿岸地区の再開発計画の最大事業として建設された大型多目的イベント施設である。2004 年 12 月に開設され公共投資額は 7 千万ポンドであった。コンサートホール、教育施設、会議室やレストランを併設し、400 名以上の雇用を創出している。2008 年の当該施設への訪問者数は年間 60 万人であった。



Sage Gateshead

(イ) Baltic (バルチック)

当時ゲーツヘッド市のランドマーク的存在であったが廃墟となっていた Baltic Flour Mill (小麦製粉所) を、現代アート美術館に改修したものである。2002 年 7 月に完成し公共投資額は 4,600 万ポンドであった。この美術館は現代アートを扱う美術館としてヨーロッパ最大級のものである。5 つのギャラリー、300 人収容可能な芸術スペース、60 人収容可能な映画館や展望レストランを併設している。100 人の雇用を創出しており、地元経済効果は年間 500 万ポンドである。2008 年には 35 万 5 千人がこの施設を訪れた。



Baltic

(ウ) Millennium Bridge (ミレニアム橋)

ミレニアム記念事業の一環として設置された傾斜可動式の橋で、2002 年 5 月に完成し、公共投資は 2,200 万ポンドであった。この橋が架けられたことで、ニューキャッスル市とゲーツヘッド市間の移動時間が、数百メートル離れたところにある既存のタイン橋を利用した場合と比較して大幅に短縮され、タイン川両岸地域への経済効果は大きいものとなった。



Millennium Bridge

(エ) Angel of the North (北の天使)

ミレニアム記念事業の一環で建設された現代アートで、1998年に完成した。芸術振興を進める Gateshead 市のランドマークとなっている。高さ 20 メートルの巨大な建造物で、幹線道路や鉄道から見る事ができる。3,153 個の鋼鉄部品から構成されており、閉鎖となった炭鉱の上に設置されている。その重量のため、この建造物の下に位置する旧炭鉱内を 700 トンのコンクリートと 32 トンの鋼鉄で補強し、地下 20 メートルを掘り下げ支柱を設置している。それにより 80 万ポンドという多額の経費がかかり、建設当時はこの建造物に批判が集まった時期があった。なお、この経費は宝くじ基金、ヨーロッパ地域開発基金や企業からの寄付金で賄われた。



Angel of the North

イ 課題

政府の大幅な予算削減により、Gateshead 市における観光部門の予算確保はとてつもないものとなっている。しかし地域開発については今後も継続して行う必要があり、特に Sage Gateshead 近郊の土地開発が重視されている。また市内に大規模な会議施設の建設が予定されている。

5 チェシャーウェスト・チェスター地域 (Cheshire West and Chester)

(歴史遺産を考慮した観光振興政策)

(1) 概要

チェシャーウェスト・チェスター市は人口が約 32 万 8 千人で、イングランドとウェールズの境に位置する都市であり、住民の生活レベルが比較的裕福な地域である。ローマ時代より戦略の要地として栄え、ローマ時代の遺跡が数多く存在し、ローマ時代の城壁跡が現存しており、国内有数のチェスター大聖堂 (Chester Cathedral) を有している歴史の古い都市である。また、英国史上の各王朝でも戦略上重要な拠点として考えられていたため、各時代の建築様式が混在する歴史的価値の高い都市である。

観光による経済効果は 2009 年において 17 億 8 千万ポンドで、雇用創出効果は 27,041 人 (当該地域の総被雇用者数の 15%) と算出されている。

ホテル客室数は過去 18 ヶ月で 966 室増加し、ホテルの稼働率は 2009 年度で

69%であった。2009年度の管内ホテルの平均宿泊日数は2.54日で、中級クラスのホテルの利用が32%、高級クラスのホテルの利用が23%、安宿の利用が17%であった。

観光10カ年計画（2020:Time to Meet the Challenge）によると、2020年までに、観光客による地元での消費額を17億8千万ポンドから30億ポンドに増加させ、雇用創出を3万7千人まで増加させる計画である。



市内風景



旧市庁舎（観光案内所が内部にある）



チェスター大聖堂



市庁舎

（2）チェシャーウェスト・チェスター市

ア 市の観光政策

チェシャーウェスト・チェスター市は、観光振興PRやマーケティングの実施主体ではなく、地域開発計画の一環として観光振興を進めている。同市では市の地域開発基本計画において観光を重点項目として掲げるなど、地域開発の枠組みの中で観光に係る計画策定を行っている。なお、同市は観光案内所の運営などを以前行っていたが、現在は観光案内所の運営、地域観光振興の広報やマーケティングも含めてチェスター・チェシャー観光局（Visit Chester&Cheshire：後述）が実施主体となっている。

同市では観光振興の一環として駐車場整備計画「Park and Ride」を展開して

いる。市内のうち主要観光地である城壁内は細い道が多く、また地盤が砂岩でできているため大型駐車場の建設が難しい。そのため、城壁外の土地に複数の広大な駐車場を確保し（駐車料金無料）、その各駐車場と中心市街地間に有料バス（往復 1.70 ポンド）を運行させている。地元住民向けには時間帯に応じて当該バス料金の割引サービスを提供している。なお、同市はチェスター駅と中心市街地内の観光スポットなどの主要地を結ぶ無料バスも運行している。

イ 課題

観光客数の増加により、特に城壁内の地域が週末になると混雑するため、地元住民からは多くの苦情が寄せられている。ホテル業界からはホテルの増設についてはチェスター地域の品格を下げることになる、反対の声も上がっている。このような住民や観光業界からの苦情処理と地域開発計画のバランスが同市での課題となっている。

また、地域連携の要となる地域企業パートナーシップの設立については、ある程度その方向性が固まりつつあり、地域企業パートナーシップの組織としてマーケティング部門を設ける予定である。このマーケティング部門において、チェシャー及びワーリントン（Warrington）地域内の地方自治体と民間部門が連携してマーケティングを行う予定である。

(3) チェスター・チェシャー観光局（Visit Chester&Cheshire）

ア 概要

2004年に設立された半官半民の団体で、チェシャー及びワーリントン地域の観光振興に係る業務を行っている。主な財源は北西地域開発公社（Northwest Regional Development Agency）からの補助金や会員企業からの会費である。会員企業は地域のホテル業界や史跡管理者など観光関連企業約 400社で構成されている。なお、会員企業数よりも会員企業の質（財政的な体力）が重視されている。

業務内容は、各種イベントの広報・マーケティング、観光案内所の運営（年間来訪客 30万人）、観光動向関係調査、郊外地域の観光産業支援、観光施設の維持管理の支援である。

同団体では、マーケティング事業の一環として、英国内大手の鉄道旅客会社 Virgin Train との連携事業を展開している。2009年には「Virgin Trains Short Break」キャンペーンが展開され、同鉄道会社の路線がチェスターに確保された。これにより、観光客が 15万人増加し、同地域内滞在客が 11万9千人に上り、経済効果は 1,790万ポンドであったと推計されている。また、2010年には、Virgin Train と提携して、全国的な広報キャンペーン「Eventful Escapes」を展開した。これによりチェシャー地域内で同年夏に開催された大型イベント（Chester Races や Chestival など）について全国的に周知することに成功した。

イ 課題

チェスター・チェシャー観光局の財源について、2010年までは北西地域開発公社から補助金が拠出されていたが、2012年以降には当該公社の廃止による減収のため、ランドマーク的存在であるチェスター大聖堂の改修工事などの大型プロジェクトが頓挫する可能性がある。

ただし、北西地域開発公社からの補助金は原則として大型プロジェクトのための資金であり、チェスター・チェシャー観光局の運営については、地元企業からの会費や寄付などの支援が比較的安定しているため、事業の優先順位を改め、効率的に組織改編し、地域企業パートナーシップを効果的に運用することで運営を継続することができると考えられている。

観光振興全体の今後の方向性としては、チェシャーウエスト・チェスター市内に現存するローマ時代からビクトリア時代に至る多種多様な歴史的建造物を中心とした観光客誘致も重要であるが、市郊外の大型イベントの開催により、観光事業の多様化を推進し、様々な年齢層の観光客を、市内だけでなく郊外にも招致するのがとても重要と考えられている。

6 ブライトン・ホーブ市 (Brighton & Hove City Council)

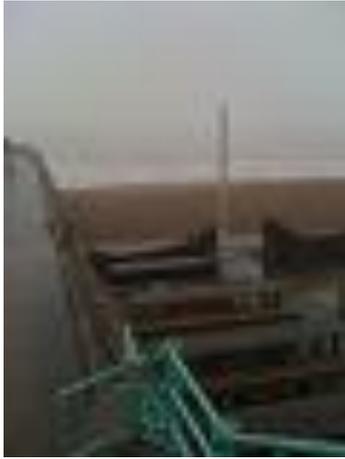
(海岸地域の観光振興政策)

(1) 概要

ブライトン・ホーブ市は英国内で有数の海岸観光地であり、2009年において宿泊を伴う旅行が年間144万5千件(対前年比4.2%増)、日帰り旅行が年間711万8千件(対前年比5.0%増)である。観光によるブライトン・ホーブ市内の経済効果は2009年には9億8,880万ポンドであり、対前年比で5.3%増加している。

観光による雇用創出効果は、2009年でフルタイム労働者が13,626名、パートタイム労働者が18,533名で、対前年比で5.4%の増加となっている。ブライトン・ホーブ市内で観光関連企業に従事する者は市内全労働者の約12%と考えられている。

上記のとおり2009年は対前年比で観光指数が増加傾向にあったが、これは2008年に発した経済危機により国内旅行者が増加したことによるものと推測されている。



ブライトン・ホーブ市沿岸部



ブライトン・ホーブ市庁舎

(2) 市の観光政策

ブライトン・ホーブ市における観光振興は主に VisitBrighton（ブライトン観光局）が実施主体となっている。ブライトン観光局はブライトン・ホーブ市の観光振興を行う半官半民の公共団体であり、事業活動の主な財源は会員企業からの会費である。なお、人件費はブライトン・ホーブ市が負担している。会員企業は現在のところ観光関連企業約 350 社ほどである。会員数は今後も増加が見込まれるものの、規模の小さい企業の入会であるため、財源が大幅に増加するわけではない。

会員企業が受けられるサービスは以下のとおりである。

- ・ ブライトン観光局のウェブページ（月平均 10 万件のアクセス）に会員企業専用のページを掲載する。ホテル関係者はオンライン予約専用サイトに登録が可能である。
- ・ ブライトン観光局の国内海外広報による情報共有
- ・ 観光案内所（年間約 30 万人の来場者）に会員企業の広告を掲載
- ・ 市の観光地図に会員企業名を掲載
- ・ 週刊ニュースレターの定期購読
- ・ 観光調査結果の閲覧
- ・ 会員企業間での意見交換会（観光に係る異業種が集う貴重な場となっている。）

1990 年代は、ブライトン・ホーブ市内の各業界団体が観光振興活動をバラバラに行っていたためその PR 効果は薄く、観光客数が増加せず、観光産業は伸び悩んでいた。そこで改革の一環として、ブライトン観光局が中心となって観光に係るブライトン・ホーブ市のブランドを立ち上げた。これによりブライトン・ホーブ市内の観光関係団体が一丸となって観光振興を効果的に進めることが可能となった。

ブライトン観光局が観光振興のマーケティングで重視しているのは以下の3点である。

ア オンラインサービス

ブライトン観光局の専用ホームページでホテル予約サービスを提供し、電子ニュースレターを発行するとともに、Twitter や Facebook などのソーシャルメディアによる情報提供を行う。また、オンラインで利用できるソフト面においては、大手メディア企業との共同プロジェクト（iPhone の専用アプリケーションの開発や、マイクロソフト社との 3D 写真プロジェクトなど）や QR コードの作成（例えばコンサートのポスターに QR コードを添付し、観光客が QR コードから音楽データを容易に取得できる）に取り組んでいる。

イ 印刷物

原則として、従来型の紙ベースによる観光 PR は行わない（過去に作成したものはあるが、更新は行わない予定である。）。ただし、有名誌「Time Out」との共同事業で、第3者でかつ広告の専門家によってデザインされた印刷物は作成している。ブライトン・ホーブ市の主な観光ターゲットはロンドン在住の若者であるため、この年齢層に支持の高い Time Out 誌とともに作成されたポケット型パンフレットによる観光 PR 効果は高いと考えられている。

ウ マスコミ関係者との連携強化

ジャーナリストと積極的に意見交換を行う場を設ける。1週間程度ブライトン・ホーブ市内にジャーナリスト（年間約80人程度）を滞在させ、ブライトン・ホーブ市の魅力を発信してもらおう。ジャーナリストとの意見交換は、メディア側の観光に対する要望やトレンドを知ることのできるのも、とても効果の高いものと考えられている。

最近では、Facebook や Twitter で支持者の多いサイトを立ち上げている人や影響力の大きいブロガーとの交流を重視している。

7 サウスエンド・オン・シー市 (Southend-on-sea Borough Council)

(海岸地域の観光振興政策)

(1) 概要

ロンドンから電車で1時間程度の位置にあり、人口約16万4千人のユニタリーである。2005年にはサウスエンド・オン・シー市の運営が危ぶまれたが、行革を進め2011年にはLGC Council of the Year (Local Government Chronicle 地方自治体専門誌による年間優良地方自治体賞)の最終候補地になるなど、目覚ましく

改善が進んでいる。

観光客数は2009年では594万4,300人で、そのうち日帰り観光客数は569万1千人、滞在観光客数は25万3,300人と9割以上の観光客が日帰り観光客となっている。2009年のサウスエンド・オン・シー市における観光による経済効果は3億3,581万1千ポンドであり、常用雇用者7,419人の雇用を創出していると算出されている。これはサウスエンド・オン・シー市の被雇用者全数の20.1%になる。



サウスエンド・オン・シー市庁舎

(2) 市の観光政策

観光客の79%が英国民であり、そのうち96%の観光客が日帰り観光客（ロンドンや近郊の都市の居住者が週末に訪れる。）である。そのため、一人当たりの消費額が少なく、観光収入が天候に大きく左右されるため、観光客の長期滞在化をどのように進めるかが課題となっている。これを解決するため、サウスエンド・オン・シー市では、地域開発を積極的に推進している。ホテルの増設や歩行者専用道路や駐車場を新設するなど、観光の受け皿を広げるために海岸部の開発を進めている。

サウスエンド・オン・シー市は、低所得労働者が多く居住する地域である。また、サウスエンド・オン・シー市内の住民の高齢化が進む一方、東欧諸国からの移民が急増している地域である。また、この地域のイメージがあまりよいものではないため、それが観光に悪影響を与えている。このイメージを払拭するために、文化・スポーツイベント（大規模な映画祭、ポーランド芸術祭、ウィンドサーフィン世界大会）を積極的に推進している。また、タブロイド誌ではない大衆紙を扱うジャーナリストを招待（年間25名程度）し、彼らとの意見交換の場を多く設け、サウスエンド・オン・シー市のイメージを向上させるような広報活動を行っている。

今後の観光客の対象としては、従来の沿岸リゾート観光客のみでなく、ビジネス客を新たなターゲットとして考えている。そのため、会議の開催などができる施設の開発が検討されている。

関係団体との連携については、広域レベルでは、エセックス県広域観光局（Essex

County Tourism Group(Visit Essex)) と共同広報事業を展開している。また、サウスエンド・オン・シービジネス観光連携協議会(Southend Business and Tourism Partnership)を設置し、サウスエンド・オン・シー市内の観光関連企業との意見交換の場を提供している。今後この連携で構築された関係団体が地域企業パートナーシップ(Local Enterprise Partnership)に発展する可能性がある。

8 ミドルズブラ市(Middlesbrough Borough Council)

(IT・デザイン企業誘致で地域振興と観光振興)

(1) 概要

ミドルズブラ市があるティーズバレー(Tees Valley)地域には、ミドルズブラ市の他にダーリントン市(Darlington Borough Council)、ハートルプール市(Hartlepool Borough Council)、レドカー・クリーブランド市(Redcar & Cleveland Borough Council)及びストックトン・オン・ティーズ市(Stockton-on-Tees Borough Council)がある。ティーズバレー地域での観光客数は、2009年において1,517万4千人(うち日帰り観光客数は1,307万4千人)であり、観光客の滞在延べ日数は1,772万4千日となっており、観光客のほとんどは日帰り観光客である。また、ティーズバレー地域の観光による経済効果は2009年で5億6,300万ポンドにのぼり、9,085名の雇用を創出している。

ミドルズブラ市は人口約14万人の都市で、かつては鉱業都市として大いに栄えたが、現在は鉄鋼産業の衰退により住民の生活水準は全国平均よりも低いといわれている。しかし、近年では地域開発が大幅に進み、デザインやIT関連企業を積極的に誘致している。

(2) 市の観光政策

鉄鋼業の名残として1911年に建設されたミドルズブラ橋がランドマークとして存在しており、その維持管理には反対意見も出ているが、歴史を振り返る重要な観光資源として見直しが進められている。

ミドルズブラ市では一般観光客をターゲットにした様々な週末イベントが開催されているが、観光の目玉となる名所が少ない。そこで、現在は、新たな分野としてデザインやIT部門のビジネス観光が新しいターゲットとして検討されている。

この背景には、デジタルシティ(Digital City)と呼ばれる地域開発プログラムが大きく関与している。このデジタルシティの一環としてボーホー(Boho)と呼ばれるIT・デザイン産業集積地がミドルズブラ市内に建設された。これは北東地域開発公社(One North East)からの補助金で設立され、ミドルズブラ市内にあるティーズサイド大学(Teesside University)にその事務局が設置され、ミドルズブラ市もその運営に協力している。ミドルズブラ駅のすぐそばに位置し、近代的な建物の中で数多くのデザインやIT関連企業が事業を営んでいる。

なお、ティーズサイド大学はデジタルデザインに特化した学科が高く評価され

ており、同大学では国際的なデジタルデザインイベント「Animex」を主催している。ティーズサイド大学は2010年年間優良大学(University of the Year for 2010)に選出されるなど全国的な評価が高く、このイベントには数多くの世界的に有名なアニメ配給会社が参加している。現在のところ、このイベントの財源は参加企業からの参加費や広告収入で運営されているが、海外からの参加企業数が減少しているため、今後については地元自治体との協力でコストを押さえたイベントの運営が検討されている。

(3) 観光関係団体との連携

ティーズバレーには、ティーズバレー連携協議会(Tees Valley unlimited)と呼ばれる広域連携組織があり、これはティーズバレー全体の経済振興を目的として、ミドルズブラ市を含むティーズバレー地域内の地方自治体と民間企業により合同で設立されたものである。当協議会の役員は各自治体の首長や地域内の商工会議所会頭などで構成され、会員企業はエネルギー関連会社やIT企業など多岐にわたる。

主な業務内容は、地域内全体の地域経済振興計画、交通、雇用・職能訓練、住宅及び観光振興である。ただし、地域内の各地方自治体は独自で経済振興策を展開しているため、当協議会では複数の地方自治体に関係する大型プロジェクトを進めている。

ティーズバレー地域は公共部門が地域経済の大きな牽引役となっており、当協議会の存在は今後形成される地域企業パートナーシップ(Local Enterprise Partnership)の前身的な組織として注目されている。

(4) 課題

ミドルズブラ市は、近代的な地域開発は進んでいるものの、全国的にはその生活水準が低いというイメージを簡単には払拭できない状態にある。2010年に全国放送でそのことに焦点を当てた報道がなされ、元々衰退した鉄鋼業都市のイメージがある中、さらにミドルズブラ市のイメージが低下してしまった。「衰退した地域」を強調することで国からの支援を得るという側面も考えられるが、人々や企業の足が遠のいてしまっている現状がある。

また、今後政府からの財源を削減されることが予想されるため、観光に欠かせないミドルズブラ市のイメージアップ施策のための財源も、今後は限られたものとなるのではないかと懸念されている。



ミドルスブラ市庁舎



ボーホー (Boho)



ミドルスブラ橋

第4章 まとめ

日英両国とも国及び地方自治体における観光振興予算の厳しさは共通している。英国では2010年5月の政権交代や世界的な経済不況により、地方レベルにおける観光振興の今後の舵取りはとて難しい局面を迎えている。英国の政策方針では観光振興を主な施策として盛り込んではいるものの、地域企業パートナーシップの運用や観光振興に係る財源など、地方の観光関係団体の現場レベルでは、観光振興の実効性に影を落とす複数の要因が存在する。殊に政府が経済振興策の一環として導入を決定した地域企業パートナーシップについては、その地域の割り振り方には政治的な色彩が強く、文化や歴史が考慮されていない地域もあるという指摘もあり、観光振興の実務レベルでは地域企業パートナーシップの枠組みや実効性を疑問視する声も聞かれる。今後各地域において地域企業パートナーシップがどのように観光振興を行うのかが注目される。

一方、日英両国の地方レベルにおける観光振興の手法には、かなり大きな違いがある。英国の地方自治体では、日本と同様に観光振興は地域振興策の一環として捉えられているものの、日本の地方自治体でよく見受けられるような地方自治体単体での観光振興は稀である。英国の地方自治体では、観光関係団体とのパートナーシップが基本であり、観光振興の主要部分である広報活動や市場調査については専門知識を有する民間部門が担当しており、その裁量範囲が日本よりも広範囲にわたるように思われる。また、観光振興に従事する地方自治体職員は、その専門分野に長期間従事している者が大多数を占めている。これは、英国と日本の就労形態の違いが大きく関与していると考えられる。英国では専門知識を持った地方自治体職員が、地域を問わず自治体を渡り歩いてその知識を生かせる業務に従事し続け、一方日本では地方自治体職員は同地域にとどまり、様々な分野の業務に短期間ずつ従事している。

今後、財源が厳しくなる英国の地方レベルの観光振興を検証することは、これからの日本の地方自治体における観光振興のあり方を考える重要な機会となると考える。

最後にこのレポートにご協力いただいた英国の関係地方自治体や観光振興団体の皆様にこの場を借りて感謝申し上げます。

参考文献等

英国の地方自治 ((財) 自治体国際化協会 2003年)

英国の地方自治 (概要版) 2010年度改訂版 ((財) 自治体国際化協会 2010年)

The Coalition: our programme for government (Cabinet Office 2010年)

http://www.direct.gov.uk/prod_consum_dg/groups/dg_digitalassets/@dg/@en/documents/digitalasset/dg_187876.pdf

Spending Review 2010 (HM Treasury 2010年)

http://cdn.hm-treasury.gov.uk/sr2010_completereport.pdf

Local Growth: realising every place's potential (The Stationery Office 2010年)

<http://www.bis.gov.uk/assets/biscore/regional/docs/l/cm7961-local-growth-white-paper.pdf>

Government Tourism Policy (Department for Culture, Media and Sport 2011年)

http://www.culture.gov.uk/images/publications/Government2_Tourism_Policy_2011.pdf

Britain Marketing & 2012 Games Global Strategy 2010-2013 (Visit Britain)

http://www.visitbritain.org/Images/VB%20Strategy%202010-13_tcm139-181832.pdf

A Strategic Action Plan for Tourism 2010-2020 (VisitEngland 2010年)

[http://www.visitengland.org/Images/7049_Strategic_Actionplan_LR_singles%20\(2\)_tcm143-197945.pdf](http://www.visitengland.org/Images/7049_Strategic_Actionplan_LR_singles%20(2)_tcm143-197945.pdf)

The UK Tourist Statistics 2009 (VisitEngland, VisitScotland, Visit Wales, Northern Ireland Tourist Board 2010年)

http://www.visitbritain.org/Images/UK%20Tourist%202009_tcm139-191452.pdf

Travel Trends(The International Passenger Survey)(Office for National Statistics 2010年)

http://www.statistics.gov.uk/downloads/theme_transport/travel-trends09.pdf

Tourism South East Annual Report (Tourism South East 2010年)

<http://www.tourismsoutheast.com/files/corporate/pdf/Annual%20Report%202009%202010.pdf>

Strategic Plan 2010-14(The Ironbridge Gorge Museum Trust Ltd 2010年)

http://www.ironbridge.org.uk/uploadedfiles/strategic_plan_2010-2014.pdf

Annual Review 2009 (The Ironbridge Gorge Museum Trust Ltd 2010年)

http://www.ironbridge.org.uk/uploadedfiles/annual_review_2009.pdf

Our Community Strategy 2006-2011 (Telford & Wrekin Strategic Partnership 2006)

<http://www.telford-partnership.org.uk/NR/rdonlyres/EEC02B58-F3A4-440C-92F4-463E04A0B6B1/0/CommunityStrategy20062011WEB.pdf>

Blaenavon Retail Distinctiveness Study (Miller Research 2009年)

<http://www.world-heritage-blaenavon.org.uk/en/WorldHeritageSite/WorldHeritage>

[Site/Publications/MillerBlaenavonRetailDistinctivenessStudy2009.pdf](#)

The Faversham Society Annual Report to Members Number 47 (Faversham Society 2010年)

The Greenwich Strategy 2006-2015(Greenwich Council)

<http://www.greenwich.gov.uk/NR/rdonlyres/6CE8EE6A-0F5E-41A3-A62C-C36399E2234/0/GreenwichStrategyMarch08.pdf>

The Economic Impact of Tourism New Forest 2008 (Tourism South East)

<http://mediafiles.thedms.co.uk/Publication/NF/cms/pdf/new-forest-tourism-economic-impacts-estimates-2008.pdf>

The Tall Ships Races – Hartlepool 2010 Independent Evaluation & Economic Impact Assessment (Cabinet Agenda 7.1 Hartlepool Borough Council 2011年)

http://www.hartlepool.gov.uk/egov_downloads/24.01.11_-_Cabinet_Agenda.pdf

Corporate Plan 2010/13 (NewcastleGateshead Initiative)

2020Time to Meet the Challenge (Visit Chester&Cheshire 2010)

<http://content.yudu.com/Library/A1p68e/2020TimetoMeettheCha/resources/index.htm?referrerUrl=http%3A%2F%2Fwww.yudu.com%2Fitem%2Fdetails%2F219734%2F2020--Time-to-Meet-the-Challenge>

2010Annual Review (Visit Chester&Cheshire)

<http://content.yudu.com/Library/A1p68c/VisitChesterCheshire/resources/index.htm?referrerUrl=http%3A%2F%2Fwww.yudu.com%2Fitem%2Fdetails%2F219732%2FVisit-Chester---Cheshire-2010-Annual-Review>

The Economic Impact of Tourism Brighton & Hove 2009 (Tourism South East)

Economic Impact of Tourism Southend on sea 2009 Headline Figures (East of England Tourism)

【監修】

ロンドン事務所 所長 藤島 昇

【執筆担当】

ロンドン事務所 所長補佐 小川佳央

【協力】

ロンドン事務所 主任調査員 イルメリン・キルヒナー

調査員 アンドリュー・ステューブンス