

## ロンドン事務所

### 【「2010-11年地域主義法案」について】英国

#### 背景及び概略

2010年12月13日、「2010-11年地域主義法案（Localism Bill 2010-11）」が下院に提出された。同法案は、連立政権の方針である「大きな社会（Big Society）」政策の一環として、地方自治体及び地域コミュニティへの権限委譲を実現するものである<sup>1</sup>。同法案の立法化によって、地方自治体及び地域コミュニティにより多くの自由裁量を与えられ、地方主義（localism）の実践という連立政権の方針が実行されることになる。

同法案は、207の条項と24の付則から成る長大な法案であり、前半と後半に分けた形で下院に提出された。前半は地方自治体及び地域コミュニティの権限強化等について、後半は主に公営住宅、建築許可申請制度、ロンドン行政等についてカバーしている。法案の内容の大半はイングランドのみに適用されるが、対象地域にウェールズが含まれる条項もある。また、同法案の条項の多くは、二次立法の一つである規則（regulation）の制定によって、当該条項の内容の詳細を決定する権限を国務大臣に与えている。同法案の国会での審議は2011年11月までに全て終了し、成立する見込みである。

#### 法案の主な内容

「2010-11年地域主義法案」の主な内容は下記の通りである。

##### \* 自治体の権限及び行政形態等

「2010-11年地域主義法案」の第1～3章は、地方自治体に対する「包括的権限」の付与、地方議員の行動基準に関する制度変更、ビジネス・レイトの改革などをカバーしている。

- ・地方自治体に対し、法律で禁止されていない如何なる行動をも行うことができる法的権限として、「包括的権限（general power of competence）」を付与する。「2000年地方自治法（Local Government Act 2000）」は、イングランド

---

<sup>1</sup> 連立政権の「大きな社会」政策については、2010年8月の月例報告を参照。

及びウェールズの自治体に対し、経済的、社会的、環境的福利（well-being）の追求のため、自治体が有効と考えるあらゆるサービスを一定の制限の下で実施する権限を付与していたが、「包括的権限」はこれに代わるものとなる。

- ・地方自治体が選択できる行政形態として「委員会制度」を復活させる。「委員会制度」とは、地方議会の各委員会が執行機関として機能する行政形態であり、「2000年地方自治法」によって廃止されていた<sup>2</sup>。

- ・イングランド内の人口上位の12大都市（ただしロンドンを除く）において、直接公選首長制度導入の是非を問う住民投票を実施する。

- ・中央政府が策定する地方議員行動規範の採用の地方自治体への義務付けを撤廃する。自治体は、これに代えて、自主的に地方議員の行動規範を策定できるものとする。

- ・現在、地方議員の行動規範の順守について監督を行っている「イングランド基準委員会（Standards for England）」を廃止する<sup>3</sup>。

- ・地方議員の行動規範に関する従来の制度に代えて、地方議員の営利活動及び不動産・株の所有等の登録制度の導入を自治体に義務付ける。また、地方議員が、議員として下す判断に影響を与える可能性のある利害関係等について議会への申告を怠ることを違法とする<sup>4</sup>。

- ・自治体に対し、毎年度、幹部職員の報酬に関する方針を文書化し、発表することを義務付ける。

- ・英国がEU法に違反した場合にEUが英国に対して科する罰金の支払いを、地方自治体またはその他の公共団体（グレーター・ロンドン・オーソリティ（GLA）を含む）に求める権限を中央政府に付与する。ただし、EU法の違反と、それを原因とする罰金による制裁が、地方自治体またはその他の公共

---

<sup>2</sup> ただし、人口8万5000人未満の小規自治体に限っては、「2000年地方自治法」の施行以降も、「委員会制度」の採用が認められていた。

<sup>3</sup> 「イングランド基準委員会」の名称は、以前の「Standards Board for England」から現在は「Standards for England」に変更されている。

<sup>4</sup> 建築物の改修申請の検討に関与している地方議員が、当該建物が親戚の所有であることを申請しなかった場合など。

団体の行動によって引き起こされたと中央政府が判断した場合に限る。

・ビジネス・レイトに関しては、「追加的ビジネス・レイト (business rate supplements)」、慈善団体が占有する事業用資産に対して自治体の判断で適用される「任意軽減措置 (discretionary reliefs)」、小規模企業向け軽減措置について改革を行う。

・港湾地帯に位置する事業用資産に対してビジネス・レイトを遡及請求するとの前労働党政権の方針を撤回する<sup>5</sup>。

#### \* コミュニティの権限強化

第4章は、地域コミュニティの権限強化に関する内容をカバーしている。

・地域住民が、地域にとって重要であると考えられる全ての問題について、自治体に住民投票の実施を提案することを可能にする。ただし、住民投票の結果は、自治体に対して法的拘束力を持たないものとする（現在は、非常に限られた事項についてのみ、地域での住民投票が可能となっている）。

・カウンシル・タックスへの超過税率の適用を計画している自治体に対し、引き上げの賛否を問う住民投票の実施を義務付ける。

・地域住民の権限として、「地域公共サービス提供申出の権利 (community right to challenge)」を導入する。地域の住民グループは、この権利を行使することによって、現在は自治体の責務である地域公共サービスの提供を引き受ける意思があることを表明できるようになる。

・自治体に対し、地域にとって重要な価値を持つと考えられる資産の一覧表の作成を義務付ける<sup>6</sup>。自治体は、一覧表に掲載された資産を競争入札方式によって売却する場合、地域住民のグループに入札の機会が与えられるまで、売却を行えないものとする。

このように、「2010-11年地域主義法案」は、地域コミュニティの権限強化を図

---

<sup>5</sup> 港湾地帯に事業用資産を有する企業に対して2009年初頭、2005年まで遡ったビジネス・レイトの支払い通知が送付された。連立政権は既に、2010年6月に発表した緊急予算の中で、同税の遡及請求を取り止める意向を明らかにしており、地域主義法案はこの方針を確認した。

<sup>6</sup> 「地域にとって重要な価値を持つと考えられる資産」には、集会所、スイミングプール、店舗、パブ、マーケットなどが含まれると考えられる。

っているが、一方で、前労働党政権が自治体に課した民主主義促進の義務及び住民からの請願への対処義務を撤廃するとの内容も盛り込まれている<sup>7</sup>。

### \* 建築許可制度

第5章は、建築許可制度、地域開発計画に関する内容をカバーしている。イングランドの9地域を単位とした地域開発計画の策定を取り止めると共に、地域コミュニティを主体とした地域開発の仕組みを導入するほか、「インフラ施設建築申請検討委員会」を廃止するなどの内容が盛り込まれている。本章の内容は、イングランド及びウェールズにのみ適用される。ただし、「インフラ施設建築申請検討委員会」は、イングランドとスコットランドの境界を越えて建設される石油、ガスの輸送管等の建設申請の検討・承認の権限も有していたため、同委員会の廃止を規定する107条はスコットランドにも関係する。

- ・地域開発公社（RDAs）が策定していた「地域戦略（regional strategies）」を廃止する。
- ・自治体及びその他の公共団体に対し、地域開発の取り組みにおいて協働することを義務付ける。
- ・地域開発に関する業務を担う自治体に対し、「地域開発計画文書」<sup>8</sup>の策定に関してより多くの自由裁量を与える。
- ・前政権が総選挙前に導入した「地域インフラ施設税（Community Infrastructure Levy）」の制度を変更する。同税の税収のうちの多くの割合を、新たに住宅開発が行われた地域におけるインフラ設備の建設資金に利用することを自治体に義務付ける<sup>9</sup>。
- ・「近隣地区開発計画（neighbourhood plans）」及び「近隣地区開発命令

---

<sup>7</sup> この内容は、第4章ではなく第1章に盛り込まれている。

<sup>8</sup> 各自治体が策定する地域の開発計画の方針等を掲げた文書。

<sup>9</sup> 自治体は、新たに住宅開発を行う不動産開発業者に対し、「地域インフラ施設税」を課することができる。同税の目的は、住宅開発の結果生じる公共施設の需要増に対応するため、学校、病院、道路、交通関連施設、図書館、公園、娯楽施設などのインフラ設備の建設資金を調達することである。現在は、自治体が、地域インフラ施設税による税収を、他の目的に流用することも可能であるが、「2010-11年地域主義法案」は、税収の多くを、新たに住宅が建設された地域のインフラ設備建設費に利用することを自治体に義務付けている。

(neighbourhood development orders)」という二つの新たな制度を導入し、地域コミュニティを主体とした地域開発の仕組みを創出する。「近隣地区開発計画」は地域住民が策定する地域開発計画であり、「近隣地区開発命令」は、地方自治体の承認を必要としない建築物建設許可承認の仕組みである。

「近隣地区開発計画」及び「近隣地区開発命令」は共に、パリッシュまたは類似の住民組織が策定する。その後、独立の検査人が、「近隣地区開発計画」または「近隣地区開発命令」の内容が、欧州人権条約及び EU 法に抵触していないこと等を確認する検査を行う。検査で問題ないと判断された場合、当該「近隣地区開発計画」または「近隣地区開発命令」の賛否を問う住民投票が実施される。住民の 50%以上が賛成した場合、自治体は、「近隣地区開発計画」または「近隣地区開発命令」の内容を実行しなければならない。

- ・大規模建築物の建築を計画している不動産開発業者に対し、建築申請を自治体に提出する前の段階で、計画に関する地域住民の意見聴取を行うことを新たに義務付ける（ただし、国家的重要性を有するインフラ施設の建設については、この義務は課されない）。

- ・特に建築許可なしで建築物の改修または建築を行ったケースなど、建築許可申請制度の違反に対する自治体の取り締まり権限を強化する。

- ・「インフラ施設建築申請検討委員会 (the Infrastructure Planning Commission)」を廃止し、国家的重要性を有するインフラ施設の建築申請の承認・却下の権限を国務大臣に戻す。インフラ施設の建築承認制度についてその他の変更を加える。

## \* 公営住宅

第 6 章は、公営住宅制度の大幅な改革を行うほか、「住宅情報パック (HIP)」の廃止などについて規定している。

- ・「住宅情報パック (HIP)」<sup>10</sup>の導入を規定した「2004 年住宅法 (Housing Act 2004)」の条項を撤廃する。

---

<sup>10</sup> 「住宅情報パック (HIP)」とは、住宅の売主が住宅の購入希望者に提供することを義務付けられていた住宅に関する情報書類一式。2007年8月より正式に導入された。現政府は既に2010年5月、住宅の売主に対するHIPの提供義務を撤廃している。

- ・公営住宅サービスを担う自治体に対し、管轄地域内における公営住宅入居申請資格を独自に設定するためのより多くの権限を付与する。

- ・ホームレス世帯への住宅提供という法的義務の履行における自治体の民間賃貸住宅の利用を拡大する<sup>11</sup>。

- ・公営住宅サービスを担う地方自治体及び住宅組合（housing associations）<sup>12</sup>が、公営住宅の新規入居者の入居期限を定めることを可能にする。現行の制度下では、公営住宅に一度入居すれば、終身住み続けることが可能であるが、今後は、新規入居者について、2年以上の期間で入居期間に期限を定めることを可能にする。入居期限の満了前、入居者が依然として公営住宅が必要であるかを見直し、入居期間延長の可否を決定する。

- ・「住宅会計助成金（Housing Revenue Account subsidy）」の制度を廃止し、自治体単位で独立した公営住宅会計の仕組みを導入するための枠組みを構築する。現制度下では、自治体が徴収した公営住宅の家賃収入は国庫に収められ、公営住宅サービス提供資金として自治体に再配分されているが、新たな仕組みでは、自治体が家賃収入を保持し、公営住宅サービスの提供に使うことが可能になる。

- ・公営住宅の入居者が、他地域の公営住宅の入居者と賃貸の権利の交換することを可能にするための新たな仕組みを創設する。これにより、公営住宅入居者の流動性を高める。

- ・公営住宅提供団体の規制機関である「賃貸人サービス局（Tenant Services Authority）」を廃止し、その機能を住宅・コミュニティ庁（HCA）へ移管する。

- ・住宅に関するウェールズ議会の権限を拡大する。

- ・公営住宅に関する入居者からの全ての苦情に対処する単一のオンブズマン

---

<sup>11</sup> 現行制度下では、ホームレス世帯が、自治体から民間賃貸住宅を提供された場合、入居を拒否し、公営住宅が空くまで待つことが可能である。しかし、「2010-11年地域主義法案」は、ホームレス世帯が自治体から提供された民間賃貸住宅への入居を拒否した場合、自治体は、当該ホームレス世帯への住宅提供の義務を免除されると規定している。これにより、ホームレス世帯の民間賃貸住宅への入居を促進し、自治体による公営住宅提供サービスの適正化、公営住宅の不足解消を図る狙いである。

<sup>12</sup> 住宅組合とは、住宅・コミュニティ庁（HCA）に登録している公営住宅提供機関である。

組織を設置する。

## \* ロンドン

第7章は、ロンドンの住宅及び再開発機能を含むロンドン行政に関する改革を行うことを目的としている。

・ロンドンにおける公営住宅サービスへの投資に関する行政権限を、住宅・コミュニティ庁からグレーター・ロンドン・オーソリティへ委譲する。これにより、GLAの支出計画及び「ロンドン住宅戦略 (London Housing Strategy)」<sup>13</sup>に完全に沿った形で公営住宅サービスへの投資を行うことが可能になる。

・ロンドン開発公社を廃止する。ロンドンの経済開発戦略文書の策定をロンドン市長の法的義務とする。

・ロンドン市長に対し、グレーター・ロンドン内の区域を「ロンドン市長開発区域 (Mayoral development areas)」に指定する権限を付与する。グレーター・ロンドン内の区域が「ロンドン市長開発区域」に指定された場合、区域毎に「ロンドン市長開発局 (Mayoral development corporations)」が設置される。「ロンドン市長開発局」は、当該区域内の建築許可申請の承認または拒否の権限を有する。

・中央政府が、政府が有する権限のうち、ロンドン市長への委譲が適当であると判断されるいかなる権限をもロンドン市長に委譲することを可能にする。

・ロンドン市長は、現在6種類あるロンドンの環境戦略文書を統合した「ロンドン環境戦略 (London Environment Strategy)」を策定、発表する。

・ロンドン議会に対し、議員の3分の2の合意を条件として、ロンドン市制の様々な分野についてロンドン市長が策定する戦略文書を拒否する権限を付与する。

## 【ロンドンなどでプロモーション機関を統合の動き】英国

---

<sup>13</sup> ボリス・ジョンソン・ロンドン市長の住宅戦略を掲げた文書で、2010年2月発表。

ボリス・ジョンソン・ロンドン市長は 2010 年 12 月、ロンドンの海外向けプロモーション業務を担う 3 つの機関の統合計画を正式に明らかにした。ロンドンの観光促進業務を担う「ビジット・ロンドン (Visit London)」、ロンドンへの投資誘致機関である「シンク・ロンドン (Think London)」、海外の学生向けにロンドン内の大学への留学情報を提供する「スタディ・ロンドン (Study London)」が、2011 年 4 月に統合され、これら機関の機能を引き継ぐ新組織が設置される。新組織の名称はまだ決定していないが、現在のところ、仮に「プロモート・ロンドン (Promote London)」と呼ばれている。3 組織の統合の目的は経費削減である。英国では現在、ロンドンのみならず全国で、公共財政がひっ迫状態にあるが、これはその影響の一例である。

2010 年 5 月の総選挙で誕生した保守党と自由民主党の連立政権は、同年 6 月に発表した緊急予算で、地域開発公社 (RDAs) を廃止するとの決定を明らかにした。しかし、ロンドンの RDA であるロンドン開発公社及びロンドン開発公社が資金を提供する機関の今後については、しばらくの間、不透明なままであった。当初は、イングランド 9 地域に設置されていた RDAs のうち、ロンドン以外の 8 組織が廃止され、ロンドン開発公社は存続すると考えられていた。しかし、政府はその後、ロンドン開発公社もその他の RDAs と同様に廃止し、その機能をグレーター・ロンドン・オーソリティ (GLA) へ移管するとの方針を確認した。ロンドン開発公社は、「ビジット・ロンドン」、「シンク・ロンドン」、「スタディ・ロンドン」の 3 組織全てに資金を提供していた。

3 組織の廃止計画は、ジョンソン・ロンドン市長が正式に発表する前に、既にマスコミ報道などで伝えられていた。正式な発表が行われる前の 2010 年 11 月、ロンドンの一部の企業の幹部は、ロンドンへの投資誘致機関を何らかの形で存続させるための資金提供を求める書簡を、ビンス・ケーブル・ビジネス・改革・技術相に送付した。書簡は、そうした機関が存在しなければ、海外からの投資が減少し、ロンドン経済は大きな打撃を被ると訴えていた。また、ロンドン市長室は同月下旬、同様に、ロンドンへの投資誘致業務に必要な資金の提供を求めることを目的として、中央政府の関係者と協議を行った。

新組織は、「シンク・ロンドン」の機能を引き継ぎ、ロンドンへの投資誘致業務も担うことになる。しかし、「ビジット・ロンドン」の現在の予算規模が年間 1200 万ポンドであるのに対し、新組織の予算規模は年間わずか 1400 万ポンドに過ぎない（これらの数字は、民間からの出資金を除いた額である）。新組織は、英国政府観光庁である「ビジット・ブリテン (Visit Britain)」及び英国貿易・投資庁 (UK Trade and Investment) と密接に協力しながら業務を行うこととなる。

「プロモート・ロンドン」の理事長には、「ニュー・ウェスト・エンド・カンパニー・ビジネス改善地区（New West End Company Business Improvement District）」の理事長であり、「ロンドン・ファースト（London First）」<sup>14</sup>の副会長でもあるジュディス・メイヒュー・ジョナス氏が就任する。メイヒュー・ジョナス氏は、ロンドン・シティ区の行政機関であるシティ・オブ・ロンドン・コーポレーションで、通常の自治体のリーダーにあたる政策・資源委員会の委員長を6年間、務めた経験がある。更に、ロンドン開発公社の副理事長及びロンドンのロイヤル・オペラ・ハウスの理事長を務めた経験もある。また、「プロモート・ロンドン」の業務執行最高責任者には、現在、ロンドン開発公社の企業支援部長を務めているダニー・ロペス氏が暫定的に就任する。ロペス氏は、英国貿易・投資庁の広報部長、バークレイズ銀行のロンドン対内投資担当長を務めた経験がある。

なお、ボリス・ジョンソン・ロンドン市長は2009年6月、「経済開発戦略（Economic Development Strategy）」<sup>15</sup>で示されたロンドンの更なる経済成長に向けた目標を達成する手段の一つとして、「プロモート・ロンドン委員会（Promote London Council）」を発足させている。GLAによると、「プロモート・ロンドン委員会」の目的は、2012年のロンドン・オリンピックの開催前、開催期間中、更にオリンピックの終了後も、「ロンドンのプロモーション活動に関する包括的戦略の策定及び魅力あるロンドンのブランドの確立について、ロンドン市長に助言を行うこと」である。「プロモート・ロンドン委員会」は、企業、大学、地方自治体の関係者など20人のメンバーで構成されており、会議等の活動はロンドン市庁舎で行う。このように、ロンドンのプロモーション活動に熱心なジョンソン・ロンドン市長であるが、一方で、2008年の市長就任後、公約に沿って、中国及びインドでのGLAによるロンドンへの投資促進活動を取り止めており、産業界から厳しく批判されている。

\* \* \*

自治体のプロモーションを担う複数の組織を統合し、経費削減を図る試みは、ロンドン以外の英国の地域でも見られる。スコットランドの首都であるエジンバラ市の市議会は2010年11月、いずれも官民のパートナーシップである「エジンバラ広報活動促進・調整機構（Destination Edinburgh Marketing Alliance）」、「エジンバラ・コンベンション・ビューロー（Edinburgh Convention Bureau）」、「エジンバラ・フィルム・フォーカス（Edinburgh Film Focus）」を統合し、2011年4月に

<sup>14</sup> 在ロンドンの企業を会員とするロビー団体。中央政府、地方自治体の政策に産業界の声を反映させることを目的とする。

<sup>15</sup> 「経済開発戦略」とは、ロンドンの更なる経済成長に向けたビジョン、目標を掲げてボリス・ジョンソン・ロンドン市長が発表した文書である。

新組織として「マーケティング・エジンバラ (Marketing Edinburgh)」を設置するとの計画を承認した。また、イングランド北部のシェフィールド市は同じく昨年11月、同市の経済開発推進を目的とした同市出資の民間企業である「クリエイティブ・シェフィールド (Creativesheffield)」及びヨークシャー南部の観光促進を担う官民のパートナーシップである「ヨークシャー・サウス・ツーリズム (Yorkshire South Tourism)」を統合した新組織として、「マーケティング・シェフィールド (Marketing Sheffield)」を2011年4月に新設するとの計画を明らかにしている。

また、同じくイングランド北部に位置するリーズ市は2010年12月、いずれも同市のプロモーション業務を担う組織である「ファイナンシャル・リーズ (Financial Leeds)」、「マーケティング・リーズ (Marketing Leeds)」、「コンファレンス・リーズ (Conference Leeds)」と、同市のプロモーション担当部門である「ビジット・リーズ (Visit Leeds)」及び「ロケート・イン・リーズ (Locate in Leeds)」を全て統合し、同市の観光促進と投資誘致を目的とした官民連携の組織を設置することを明らかにした。新組織の設立は、同市が位置するヨークシャー・アンド・ハンバーサイド地方の RDA である「ヨークシャー・フォワード (Yorkshire Forward)」の廃止後に行われる。

一方、やはり2010年12月、イングランド北西部のリバプール市は、同市の経済開発推進を担う独立の民間企業である「リバプール・ビジョン (Liverpool Vision)」を同市が吸収するとの計画を明らかにした。「リバプール・ビジョン」は、同市の文化担当班である「カルチャー・リバプール」と統合し、同市の再開発部門の一チームとなる。「リバプール・ビジョン」は、リバプール市に吸収されるのに伴い、規模が縮小するため、職員の一部が解雇されることになる。

リバプール市はまた2011年1月、同市のプロモーションを目的とした「大使館」をロンドン市内に開設した。同施設は、リバプール市が運営しているが、運営資金は同市ではなく、同市内の企業が出資している。1月より試験的に3ヶ月間、開館した後、今後も継続するかどうかについて決定することになっている。リバプール市は、2010年の上海万博で、英国の都市で唯一、独自のパビリオンを出展し、多くの来場者を集めた。この万博での成功を受け、リバプール市はその後、上海に同市の代表事務所を開設した。前述のように、ロンドンには、ボリス・ジョンソン・ロンドン市長の就任後、中国での投資促進活動を取り止めており、リバプール市の上海での代表事務所開設は、ロンドンとは対照的な動きであると言えるだろう。

#### 【都市ブランド化に関する「ユーロシティーズ」の報告書】英国

## ユーロシティーズの調査

欧州の主要都市のネットワークである「ユーロシティーズ (Eurocities)」は 2010 年 2 月、「都市の魅力と都市ブランドのマネジメント (City Attractiveness and Brand Management)」について調査する作業部会を設置した<sup>16</sup>。同作業部会には、欧州の 40 以上の都市が参加し、都市ブランドの役割のほか、都市が経済成長戦略の一環としていかにして海外へのプロモーション活動を行うべきかなどの点について議論を行った。作業部会の調査は、欧州各地で開催された「ユーロシティーズ」のイベントで議題として取り上げられ、その結果をまとめた報告書は、2010 年 12 月にスペイン・サラゴサ市で開催された「ユーロシティーズ」の特別会議で発表、採択された。

同報告書の序文で、ジャン・ミシェル・ダクラン・仏リヨン市副市長兼グレーター・リヨン大都市共同体副議長は、「都市開発 (urban development)」の概念が、空間面、安全面、衛生面などの観点に焦点を当てていた時期を経て、経済的側面をも取り入れるようになった結果、「都市ブランド」のコンセプトが生まれたと述べている。同氏は、都市がマーケティング及びブランド化に重点を置くようになったことは、経済のグローバル化が進み、優秀な人材、投資、観光客、大規模イベントの誘致等に関して海外の都市との激しい競争にさらされているという都市が置かれた現在の状況を考えると、当然の帰結であると論じている。更に、都市開発の重要な手段として都市のブランド化を試みる人々が検討すべき事項として、「都市ブランドとは何か、都市ブランド構築の方法、都市ブランドの構築に誰が参画すべきか、都市ブランドの構築において使用されるべきコミュニケーション・ツール、都市ブランドのマネジメントの方法」などの点を挙げている。

しかし同時に、同報告書は、欧州の全ての都市に適用できる便利な都市ブランド化の解決法を提示するものではないとも指摘している。「都市は、非常に多様で、重層的であり、都市が長期的に持続可能な結果を生み出すには、個々の都市の状況に合わせた独自の方針を策定・実行することが必要である」とし、同報告書の内容は、都市ブランドに関する議論のきっかけとなるべきであると述べている。

## 報告書の内容

同報告書の要旨は以下の通りであった。

都市ブランドの成功によって都市にもたらされるメリットは、以下の通りであ

---

<sup>16</sup> 「ユーロシティーズ」は、1986年に創設された欧州の主要都市のネットワークであり、現在は 30 以上の国から 140 を超える大都市が参加している。

る。

- ・都市の競争力が高まり、投資、観光客及びイベントの誘致回数の増加、雇用創出、人口増加などの良い影響がもたらされる。
- ・土地・建物、インフラ設備、イベントへの投資によってより大きな収益を得ることが可能になる。
- ・物理的、社会的、経済的、文化的側面を都市ブランドのテーマに沿って考慮に入れた首尾一貫した都市開発が可能になる<sup>17</sup>。
- ・都市の住民、企業、組織が、ブランド化によって都市に生み出される新たな目的、方向性を共有し、都市に誇りを持つようになる。

都市ブランド化が成功した例に、イタリアのジェノバ市（Genoa）のケースがある。ジェノバ市では、1980年代から90年代にかけて、経済の中心が、商業港を利用した海運業から、観光、サービス業、テクノロジー産業へと移行した。同市は2007年、こうした変化を受けた市の新たなビジョンを構築し、広く世界に周知すべく、国際的に著名な建築家であるレンゾ・ピアノ氏に、ジェノバ市の新たなブランドを考案するよう依頼した。ピアノ氏はこれを受け、「都市実験室（urban laboratory）」をコンセプトとした都市ブランド戦略を打ち立てた。同氏が提案した「都市実験室」のイメージとは、過去の歴史に誇りを持ちながらも変革に対してオープンであり、また都市計画を通して成長・変化すると同時に、住民に帰属意識を感じさせる都市、というものであった。イメージ刷新の試みの一貫として作成されたジェノバ市の新しいロゴは、「ジェノバ」の文字を中心に据えた、暖かみを感じさせるデザインであり、ピアノ氏が提案する同市の新しいイメージを象徴していた。

このように、ジェノバ市は、都市に関する新たなイメージを作り上げ、ブランド化を行った例であるが、これと対照的なのが、スウェーデンのカーlustard市（Karlstad）である。カーlustard市は1989年、「生活の質が高く、外部からの訪問者を歓待する街」という、人々が伝統的に同市に対して抱いていたイメージにそのまま基づいてブランド化を行い、その際に作成したロゴを現在も使用している。

\* \* \*

---

<sup>17</sup> 物理的側面とは、都市における建築及び空間の使用に関わる側面を意味する。

都市ブランド構築のプロセスを成功させるために、自治体、地方議員、自治体のステークホルダー（後述参照）などが留意すべき点は下記の通りである。

- ・都市のアイデンティティ、都市が目指す将来の姿、それを達成するための手段等について検討することにより、都市に関する長期的ビジョンを策定する。
- ・都市の将来の展望に焦点を置く。
- ・都市の現在の状況にとらわれない発想力を持ち、都市に新たなチャンスを生み出す。
- ・才能ある人材を引き寄せ、維持することができるダイナミックな環境を創出する。

都市は、都市ブランド構築に向けた戦略を策定しなければならない。戦略に含まれるべき要素は、都市ブランドで伝えるべき主たるメッセージ、都市ブランド構築の目的、都市ブランドのターゲット層などである。都市のアイデンティティに根付いたブランドの構築には、下記のような3つのパターンがある。

- ・確実に構築された都市ブランド — 明確な意味を表す都市のスローガンとロゴを策定する。都市のスローガンとロゴが表す明確な意味は、非常に覚えやすいものであり、都市に関するイメージを創り出す。
- ・「行為誘導型」の都市ブランド — 大規模イベントの開催、大規模建築物の建設などの何らかの行為の実行による都市ブランド化。
- ・最小限の手段で行う都市ブランド — 都市の様々な側面をプロモーションし、都市そのものをブランド化することにより、都市のイメージを変える。

この3つのうち、最初のパターンを実行した例としては、ドイツ・ミュンヘン市のケースがある。ミュンヘン市は、2006年のサッカーの世界カップ開催前、イベントなど様々な機会に利用できる同市の新たなブランドを策定することを決定した。同市はまず、都市ブランド構築の第一段階として、ブランドが満たすべき条件を設定した。その条件とは、ロゴ及びスローガンが、①迅速に策定できること、②どの都市のロゴまたはスローガンであるか容易に理解できること、③ミ

ュンヘン市のあらゆる側面をカバーしていること、④ミュンヘン市の広く知られたシンボルに基づいていること、⑤海外の人にも理解し易いこと、⑥マスコミ向けを含めた広報活動に適していること、⑦ステークホルダーによる策定への関与及び利用が可能であること、などであった。

検討の結果、「ミュンヘン市はあなたを愛している (Munich loves you)」という新たなスローガンが策定された。このスローガンは、上記の条件を全て満たしていると判断された。更に、下記のような同市の特徴を反映させたロゴのデザインが考案された。

- ・住民の生活の質が高いこと、余暇の時間が多いこと。
- ・交通網が発達していること。
- ・地域企業への投資を歓迎すること。外部の学術機関、研究機関との協力を積極的であること。
- ・住民が寛容で、コスモポリタンのような考え方を持っていること。
- ・活気に満ちており、スポーツが盛んであること。

\* \* \*

都市ブランドの成功には、民間企業、公共部門または民間部門が運営する観光施設、ボランティア組織等を含めた地域のステークホルダー（利害関係者）の関与が不可欠である。自治体のみで都市ブランドの策定及びマネジメントを成功させることは不可能であり、ステークホルダーが関与し、彼らが都市ブランドを共有しているとの感覚を持つことが必要である。

都市ブランドの策定及びマネジメントへのステークホルダーの関与が成功するためには、下記の条件が満たされる必要がある。

- ・パートナーシップ： ステークホルダーである民間部門、ボランティア部門等の代表者は、互いにパートナーシップを組むパートナーとして協働する。それにより、パートナー間で都市ブランドに関する合意を形成すると共に、ブランドの信頼性を獲得する。
- ・リーダーシップ： パートナーとして協働しながらも、一部のステークホ

ルダーが力強いリーダーシップを発揮する。それによって、ステークホルダー間の相違点を克服すると共に、進歩の達成と効果的な意思決定が可能になる。

・継続性： ステークホルダー同士がパートナーとして協働すると同時に、一部のステークホルダーが強力なリーダーシップを発揮するという状態を長期間にわたって継続させる。このことは、都市ブランドの長期的戦略を維持し、ブランドの持続性を高めるために重要である。

・ビジョンの共有： ステークホルダーが、都市の未来に関するビジョンを共有する。このことは、ステークホルダーが明確な都市ブランドの戦略を策定するために必要とされる。

・行動に基づいた都市ブランド戦略の実行： 都市ブランド戦略を実行し、都市ブランドを構築するため、ステークホルダーは、各段階において取るべき一連の行動について合意する。

\* \* \*

都市ブランドの構築が完了したら、これをターゲット層に対して周知・宣伝することが必要である。現在使われている都市ブランドの周知・宣伝の方法には、下記のようなものがある。

・新聞、雑誌、ラジオ、テレビ等の従来から存在する媒体を利用した宣伝方法： これらの伝統的メディアの利用は、依然として宣伝方法の主流である。使われる手法としては、都市ブランドを記事または番組内で取り上げて欲しい新聞、雑誌、テレビ局に対してプロモーションを行う方法、広告による宣伝、国内または各国の都市を様々な観点から比較した都市ランキングでの順位を広くアピールするなどの方法がある。

・文化、スポーツ、経済関連等のイベントを開催する： これらイベントは、特定のターゲット層に対して都市ブランドを宣伝・周知するのに有効である。

・地域住民を都市ブランドの親善大使に任命する： 地域に親善大使のネットワークを広げることは、都市ブランドのメッセージを世界各国に周知するのに有効である。また、地域住民を親善大使に任命するため、都市ブランドに対する地域コミュニティからの支持獲得にも有効である。

・ソーシャル・メディアを活用する： ソーシャル・メディアの利用によって、伝統的なメディアでは情報の伝達が難しいと考えられる若年層によりアピールする機会を獲得することが可能である。

・PR グッズを活用する： PR グッズは、依然として、幅広い層に対して非常に効率的に都市ブランドをアピールする手段になり得る。

## **結論**

「ユーロシティーズ」の作業部会が過去 1 年間にわたって実施した「都市の魅力と都市ブランドのマネジメント」に関する調査の主な結論は、下記の通りである。

・都市ブランドと都市のアイデンティティの関連に関して言えることは、都市ブランドは、都市の将来の展望を示すと共に、都市の真の姿に根付いていることが求められるという点である。都市ブランドが伝えるメッセージと現実との間のギャップを深めるべきではない。

・都市ブランドの成功に近道は存在しない。都市ブランド構築にステークホルダーが関与し、都市の未来に関するビジョンを共有することは、都市ブランドを持続させるために不可欠である。また、ステークホルダー間に強力なリーダーシップが存在すること、都市ブランドのマネジメントが適切に行われること、及び都市ブランドのマネジメントのための仕組みが整っていることも同様に重要である。

・都市ブランドの成功に単一の方式は存在せず、都市は、それぞれの固有の状況に応じて都市ブランドを構築、維持する必要がある。しかし、主体性があり、他都市の経験について認識している都市は、ブランド構築に成功する見込みがより高い。

## **【ヘッセン州が環境保護に関する法律を改正】ドイツ**

2006 年の連邦制度改革の一環としてドイツの憲法に当たる基本法が改正されたが、それに伴い、環境に関する法律の位置づけが変更された。従前は、「大綱的立法」に分類され、連邦が基本的な原則を定め、各州は具体的な規制を担っていたが、連邦制度改革の結果として、大綱的立法が廃止され、環境に関する規制は「競合的立法」に分類されることとなった。すなわち、連邦も基礎的な規制を定める一方、いくつかの分野におい

ては、基本法第 72 条に定められた通り、州は連邦法とは異なる規制を制定することができる「逸脱権」を付与された。連邦制度改革後、社会福祉に関する法律が「社会福祉法典」としてまとめられたように、環境に関する法律についても「環境法典」としてまとめる努力があらゆる行政レベルで行われた。しかしながら結局は州からの反対のため、連邦レベルで環境法典を議決することができなかった。その代わり、基本的な概念を定めるための新しい「連邦自然保護法 Bundesnaturschutzgesetz, BNatSchG」のみが 2009 年に議決され、2010 年 3 月に施行となった。

州は、連邦自然保護法に定められている「自然保護の原則」、「生物多様性保護の原則」、そして「海の保護の原則」の 3 原則以外の分野においては、州法を定めることが可能である。各州ごとにそれをいつ定めるかはこれから明らかになるが、すでに新しい法律を実施している州もある。

ヘッセン州は、2010 年 12 月 29 日に施行された「ヘッセン州における連邦自然保護法実施法」を新たに定めた。従前の「ヘッセン州自然保護法」から引き継がれた部分もあるが、新しくなった部分もある。地方自治体の活動に影響するものとしては、以下のものが含まれている。

- ① 市町村は、建築物がある区域内に、特別な保護条例を定めることができる。この権限には、上部行政官庁(郡)がすでに区域内の保護規制を定めている場合、その取り消しを求める権限も含まれている。つまり、市町村の区域内における市町村の保護権限が強化された。
- ② 自然保護の義務がある地方自治体では、環境保護について助言を行う機関として、「自然保護審議会」を設立する義務が以前からあるが、この審議会の構成についての規制が緩和された。
- ③ 地方自治体は、自然保護における違法行為について、調査だけでなく、追及し罰金を科すこともできるようになった。
- ④ 地方自治体は、都市計画のために定める「建設計画 Bebauungsplan」の中に、公園や緑地についての計画や規制を定める「緑地計画 Grünordnungsplan」を設けることができる。

ヘッセン州の風景の特徴である、郊外にある公共りんご園「Streuobstwiesen」について、これらをビオトープと定義し、特別保護することとしている。このようなりんご園は、ヘッセン州のサイダーのような特産酒類「エップルワイ Äppelwoi」の製造に不可欠であり、小規模醸造所がそれに依存している。この点において、州法は連邦法の規定より手厚い保護を保障し、地元の特徴に配慮している。

参照

Hessischer Städtetag, 'Hessisches Ausführungsgesetz zum Bundesnaturschutzgesetz in Kraft', Pressemitteilung 13.1.2011:

<http://www.hess-staedtetag.de/aktuelles/schwerpunkte/artikelansicht/article/hessisches-ausfuehrung>

[sgesetz-zum-bundesnaturschutzgesetz-in-kraft.html?tx\\_ttnews%5BbackPid%5D=24&cHash=bbe9e2e5d718cb847c67ed491688ba74](http://www.hessen.de/irj/HMULV_Internet?cid=9727e586fedd714d803643f4ada70154)

Hessisches Ministerium für Umwelt, Energie, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, 'Die Grundlagen des Naturschutzes':

[http://www.hessen.de/irj/HMULV\\_Internet?cid=9727e586fedd714d803643f4ada70154](http://www.hessen.de/irj/HMULV_Internet?cid=9727e586fedd714d803643f4ada70154)

Rhein-Main-Zeitung, 27. Juni 2008, 'Rheingau-Taunus fürchtet um den Naturschutz':

<http://www.faz.net/s/RubABE881A6669742C2A5EBCB5D50D7EBEE/Doc~E5CB4A87EABA8484283F3D32B833CF490~ATpl~Ecommon~Scontent.html>

## 【ドイツにおける電気・電子製品のリサイクル率は 82%まで上昇】ドイツ

2005 年から、電子製品を含む電気製品の製造業者は、製品の返還およびリサイクルが義務付けられている。その義務に合わせて、不用品の収集やリサイクルのための制度が整備され、現在ではうまく機能している。2006 年から 2008 年の間に、190 万トンの不用電子・電気製品がリサイクルされた。この量は、法律で義務付けられた国民一人当たり年間 4 キロという基準の約 2 倍である。EU の「電気・電子機器の廃棄に関する指令」(WEEE 指令)に基づき、2 年おきに結果について報告することとなっているが、ここで言及している数字は、2008 年までの 2 年間の結果を反映するもので、2011 年 1 月に連邦環境・自然保護・原子力安全省から報告された。

### 電気製品の短くなるライフサイクル

電気製品のライフサイクルは短縮傾向にある。平均的にテレビを 10 年おきではなく、5 年おきに買い換えることとすると、廃棄物となるテレビの数は飛躍的に増える。しかしながら、電気製品は価値のある資源を多く含んでいるため、リサイクルが可能である。リサイクルされた資源の再利用により、新たな資源を確保する必要性は減少する。「電気・電子機器の廃棄に関する指令」を基本にするドイツの「電気製品法」の目標は、以下の通りである。

- ① 電気・電子製品からの廃棄物を減少させる
- ② 廃棄物から資源を取り出す
- ③ 新品に含まれる危険物を低減させる
- ④ 廃棄物に含まれる有害物を除去する

### 電気製品の効率的な収集・処理制度

電気・電子製品の公的処理制度のもとで、ドイツ全国で約 1500 箇所の収集拠点が運営されている。住民は、電気・電子製品を他の家庭ごみと分別し、適切な収集所に持っていく義務がある。製造業者 9000 社は、市場占有率に基づいて廃棄製品の収集拠点

からの運送費を負担している。約 300 企業が、安全で適切な処理を行うよう製造企業から委託を受けている。近年、処理過程はかなり自動化され、コスト削減に成功している。2005 年から 2010 年までの間に、電気・電子製品の適切な処理コストは 50%減少した。欧州各国の比較でも、WEEE に関するドイツのコストは低い方に位置する。

### 価値ある資源の確保

2006 年から 2008 年の間に、廃棄電気・電子製品から、鋼鉄約 100 万トン、銅約 10 万トン、アルミ約 4 万トンのリサイクルすることができた。しかし、貴金属の回収は更に複雑であるため、この分野では、これからの技術的改善が期待されている。

### 有害物の撤去

資源を回収すると同時に、人や環境に害を与える有害物も数千トン回収することに成功し、これらはもはや廃棄されないこととなった。2008 年だけでも、バッテリー等 650 トンが収集され、また、主に冷蔵・冷凍設備から油を含んだ液体 300 トンが回収された。また、水銀 1 トン以上も廃棄製品から回収され、廃棄物の処理工程から除かれたため、人間や環境に被害を与える危険性が減少した。

### 参照

Regierung Online, Pressemitteilung der Bundesregierung 19.1.2011, '82 Prozent wird recycelt':

[http://www.bundesregierung.de/nn\\_1272/Content/DE/Artikel/2011/01/2011-01-19-kabinett-Bericht-Elektronikgesetz.html](http://www.bundesregierung.de/nn_1272/Content/DE/Artikel/2011/01/2011-01-19-kabinett-Bericht-Elektronikgesetz.html)