

平成23年度 クレア海外事務所
インターンシップ研修（ロンドン事務所）

ロンドンの 観光振興について

～ロンドン市、ロンドン市カムデン区、ロンドン
市リッチモンド・アポン・テムズ区の取り組み

業務部企画調整課

山下英男（東京都荒川区）

はじめに

平成 23 年度クレア海外事務所インターンシップ研修において、9 月 7 日から 11 月 5 日まで、ロンドン事務所を訪問し、ロンドンにおける観光振興政策についての調査を行った。

調査の目的は、荒川区を、より魅力的で活発な区にするため、ロンドンの観光振興政策を活用することであり、調査にあたっては、ロンドンの各自治体を訪問し、具体的な事例の聞き取りを行った。以下、具体的な調査結果について、報告する。

目次

概要	3
1 ロンドン市の観光振興について	3
(1) ロンドン市の概要	3
(2) ロンドン&パートナーズについて	3
(3) ロンドン・アンド・パートナーズでの聞き取り調査について	4
2 ロンドン市リッチモンド・アポン・テムズ区の観光振興について	7
(1) リッチモンド・アポン・テムズ区の概要	7
(2) リッチモンド・アポン・テムズ区での聞き取り調査について	8
3 ロンドン市カムデン区の観光振興について	9
(1) カムデン区の概要	9
(2) カムデン区での聞き取り調査について	10
4 荒川区の観光振興政策への寄与について	13
(1) ロンドン・アンド・パートナーズの取り組みについて	13
(2) リッチモンド・アポン・テムズ区の取り組みについて	13
(3) カムデン区の取り組みについて	13

概要

ロンドンの観光振興政策を調査するにあたり、ロンドン市の各地方公共団体へ訪問し、聞き取り調査を行った。具体的には、ロンドン・アンド・パートナーズ（ロンドン市全体の観光促進業務を担当）、ロンドン市リッチモンド・アポン・テムズ区及びロンドン市カムデン区を訪問した。

ロンドン・アンド・パートナーズには9月27日に訪問し、広報部長のジョナサン・ヘイル氏に面会し、聞き取り調査を行った。

ロンドン市リッチモンド・アポン・テムズ区には9月28日に訪問し、観光・イベント部長のアンジェラ・アイヴィー氏に面会し、聞き取り調査を行った。

また、ロンドン市カムデン区には10月5日に訪問し、同区議会選出議員である財政担当閣僚のセオ・ブラックウェル氏、同区芸術・観光部長のキャロライン・ジェンキンソン氏、及び同区のビジネス改善地区であるカムデントウン・アンリミテッド社最高経営責任者のサイモン・ピカスリー氏に聞き取り調査を行った。

1 ロンドン市の観光振興について



写真：ビッグベン、テムズ川、ロンドン・アイ
(London&Partners ホームページより)



ロゴ写真：London&Partners
ホームページより

(1) ロンドン市の概要

イギリス及びイングランドの首都であり、人口7,796,600人(※1)、面積1,572.1 km²(※2)である。世界有数の経済・文化・観光・交通などの中心都市であるとともに、ニューヨークと並ぶ金融センターでもある。

(2) ロンドン&パートナーズについて



写真：テムズ川から臨むロンドン市庁舎
(wikipedia ホームページより)

ロンドン市には観光振興を直接実施する組織はなく、ロンドン・アンド・パートナーズがそれを担当している。

ロンドン・アンド・パートナーズは、ロンドン市の海外向けプロモーション業務を担う組織であり、ロンドン市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)」が合併・統合して2011年4月に設置された。行政と民間とのパートナーシップで運営される非営利組織である。合併・統合の目的は対外向けプロモーション組織を一つにまとめることと、経費削減である。

(3) ロンドン・アンド・パートナーズでの聞き取り調査について

ロンドン・アンド・パートナーズ広報部長への聞き取り調査結果について、以下、まとめた。

ア ロンドンの観光状況について



写真：ロンドン・ブリッジ

(London Bridge Exhibition ホームページより)

ロンドンには、ユネスコ世界遺産であるウエストミンスター寺院、ロンドン塔、河港都市グリニッジのほか、バッキンガム宮殿、セントポール大聖堂、大英博物館といった世界的に有名な観光施設がある。

2010年には、1,460万人の海外からの観光客が訪れ、86億ポンド(約1兆円)が消費された。(※3)

イ ロンドン・アンド・パートナーズのビジョンについて

ロンドン&パートナーズのビジョンは、ロンドンを世界で最も素晴らしい大都市と世界的に認知される都市にすることであり、その実現に向けて、観光振興施策が立案・実行されている。

ウ 観光振興政策について

ロンドン・アンド・パートナーズの観光振興政策について、イベントの広報方法、他の団体との協働、観光客が道に迷わないための取り組み、外国からの観光客を増やすための取り組み、及びボランティアツアーガイドについて行った聞き取り調査結果について、以下述べる。

(ア) イベントの広報方法について

ロンドン・アンド・パートナーズでは「ロンドン・シティ・ガイド」を毎年1回、「ロンドン・プランナー」を毎月1回発行しており、ロンドンの各公共機関等において無料で配布している。これらの印刷物が、ロンドン・アンド・パートナーズが発行している主要な印刷物である。しかし、今ではほとんどの広報活動をウェブサイトにおいて行っている。なぜなら、観光客が観光情報の収集にウェブサイトを使うケースが増えており、また、印刷物を作成するよりも、ウェブサイトにおいてPRをする方が、費用が安いからである。

印刷物以外の広報活動としては、他の様々なキャンペーンや、ウェブサイト上で、同時に複数のイベントの広報を行うことによる場合が多い。

また、ロンドン・アンド・パートナーズでは、基本的に新聞等、マスメディアに費用を払って広告を載せることはせず、ロンドン・アンド・パートナーズのウェブサイト上や各種キャンペーンにおいてPRを行っているが、マスメディアを無料で有効に活用している。例えば、ロンドンのアトラクション等を紹介する記事を書きたいという照会がマスメディアからあれば、当該マスメディアの記者の旅程案を作成し、ロンドン・アイへ無料で招待し、ロンドンの各アトラクションのPR記事作成の一助としてもらうなどして、結果として、宣伝してもらいたいアトラクションやイベントを、マスメディアを通じて費用を払わずに宣伝してもらえ活動を行っている。

メールマガジンの配信も行っており、読者は、どの情報をどのくらいの頻度で受け取るか、選択できるようになっている。しかし、現在は、フェースブックやツイッターなどのソーシャルネットワークサービスの利用による広報活動が、主流となっており、メールマガジンの読者を増やすことを目的とした活動は行っていない。

また、ロンドン市の観光促進業務を担っていた「ビジット・ロンドン (Visit London)」と、ロンドンへの投資誘致機関であった「シンク・ロンドン (Think London)」が合併したことにより、投資誘致のイベントで、併せて観光振興のプロモーションを行うことができるようになった。合併以前はこのようなプロモーション活動はなされていなかったことから、このことは合併による観光振興面における大きなメリットであると言える。



写真：(左から) ロンドン・プランナー、ロンドン・シティガイド
(Visit London ホームページより)

(イ) 他の団体との協働について



(Visit London ホームページより)

ロンドン・アンド・パートナーズでは、ビジット・ブリテン（英国政府観光庁）、ビジット・イングランド（イングランド観光庁）や、様々な地方公共団体、及び民間団体等と協働してイベント等をおこなっている。2012年ロンドンオリンピックに向けたイベントとしては、旅行業者、博物館、美術館、地方公共団体等と協働して、「リミテッド・エディション・ロンドン」キャンペーンを、行っている。これは、観光客をロンドンへ呼び込むためのもので、ロンドンでのみ体験できる、一生に一度のイベントという触れ込みで、展覧会、ショー、各種イベントを、観光客自身が考案したユニークなものも含めて、観光客に提供している。それらのイベント例としては、ナショナル・ギャラリーにおいてのレオナルド・ダ・ビンチ展覧会、チャーチル・ウォールームにおいてシャンパンなどを飲みながら1940年代の夜のスタイルを味わえる演出イベント、ロンドン動物園に宿泊できるイベント（動物に関するトークショーを聞きながらの夕食会の後、懐中電灯を使っての園内散策、翌朝は宿泊施設で聞こえる動物の声で目を覚ますというもの）などがある。

(ウ) 観光客が道に迷わないための取り組みについて



写真:Transport for London ホームページより

ロンドンには、地下鉄の駅前を中心に、地図の標識があり、その地図では周辺の施設の場所が確認できるだけでなく、徒歩で要する時間についても確認ができる。

また、ウェブサイトは9カ国語で利用できるようになっており、外国人観光客でも、事前にウェブサイトをチェックすることによって、道に迷うことを防ぐことができる。

(ウ) 外国からの観光客を増やすための取り組みについて

外国からの観光客は、ロンドン・アンド・パートナーズの調査では、英国の歴史にとっても興味を持っている人が多いので、城や歴史についてのキャンペーンをするだけでなく、歴史的建築物等に関する新しい発見や考察を加えたキャンペーンを行うなどして、常に観光客が新鮮さを感じることができるものを加えることを試みている。



写真：国会議事堂ツアー

(parliament.uk ホームページより)

(オ) ボランティアツアーガイドについて

ロンドン・アンド・パートナーズでは、ボランティアツアーガイドを現在は雇っていないが、ロンドン市庁において、「ロンドン・アンバサダー」スキーム(観光大使計画)を行っており、ロンドンオリンピックに向けて、約 8,000 人のボランティアガイドが集められた。ボランティアガイドは、オリンピック会場だけでなく、空港、駅、各種交通機関、観光名所などに配置され、観光客からの質問に答えたり、アドバイスをすることにより、観光客がロンドンを観光することを助ける。

2 ロンドン市リッチモンド・アポン・テムズ区の観光振興について



ロゴ写真：リッチモンド・アポン・テムズ区ホームページより

写真： Hampton Court Palace

(Historic Royal Palaces ホームページより)

(1) リッチモンド・アポン・テムズ区の概要

同区は、ロンドン中心地から約 15 マイル (約 24km) 南西に位置しており、ロ

ンドン中心地から電車で20分である。人口は186,700人（※1）、面積は57.4km²（※2）であり、同区の中心部をテムズ川が流れており、ロンドンの王立公園の中で最も大きなリッチモンド・パークも同区内にあり、自然が豊かである。

また、労働人口に占める観光部門に従事する人数の割合は、イギリス全体では8%であるのに対し、リッチモンド・アポン・テムズ区のそれは12%（約8,600人）となっており、同区の観光産業への依存度の高さを示している。

（2）リッチモンド・アポン・テムズ区での聞き取り調査について

リッチモンド・アポン・テムズ区観光・イベント部長への聞き取り調査について、以下まとめた。

ア リッチモンド・アポン・テムズ区の観光状況について

同区には、ユネスコ世界遺産であるキュー王立植物園をはじめ、ハンプトンコート・パレス、リッチモンド・パーク、リッチモンド・パーク、トゥイッケナム・ラグビー場など、有名な観光施設が存在する。年間、167,000人の海外からの観光客が訪れ、8,911万ポンド（約110億円）が消費されている（※4）。

イ 観光振興政策について

同区の観光振興政策について、イベントの広報方法、他の団体との協働、テムズ川の観光資源としての活用方法について行った聞き取り調査結果について、以下述べる。

（ア）イベントの広報方法について

主にウェブサイトとパンフレットで広報活動を行っている。同区では、今では旅行者の多くがウェブサイトから情報を得ていると考えており、ウェブサイトでの広報活動を充実させている。その一方で、「ヘリテージ・マガジン」など、マスメディアにも費用を払って広告を載せている。

また、同区のホームページは、7カ国語で閲覧可能である。

（イ）他の団体との協働について

同区では、イベントの大きさに関わらず、様々な民間団体や公共団体と協働して、イベント等を行っている。オリンピック関連のイベントでは、ホテルと協働し、同区のホームページから、ホテルの予約ができるようにした。

（エ）テムズ川の観光資源としての活用方法について

同区は、ロンドンの自治体で唯一、テムズ川の両岸にまたがる自治体であり、同区の中央を横切る形でテムズ川が西から東へ流れている。

この特徴を生かして、ロンドン市ウエストミンスター区のウエストミンスター埠頭から、リッチモンド・アポン・テムズ区のハンプトンコート・パレス埠頭までボートを運航する「リバー・テムズ」イベントを行っている。

ウ 観光政策で重視しているポイントについて



写真：リッチモンド・アポン・テムズ区ホームページより

同区で重視している観光振興政策ポイントは、簡潔に述べると、観光客をただ呼び込むだけでなく、いかに宿泊客を増やすか、ということであった。観光客が宿泊すれば、ホテルはもちろんのこと、地元のレストランや小売店の売上増にもつながり、区全体が活性化するので、前記（イ）で述べたように、同区のホームページから地元のホテルが予約できるようにするなど、民間団体と協働し、宿泊客を増やすことを試みている。

また、上記以外に、現在同区では下記の事項を目標としている。

- ・2012年ロンドンオリンピックを同区の観光振興に最大限に活用するため、ロンドンオリンピックに訪れた観光客を、できるだけ多く同区の観光名所等に誘致する
- ・2015年ラグビー・ワールドカップを機に、できるだけ多くの投資を呼び込む
- ・ロンドン空港及びヒースロー空港へのアクセスの良さを積極的にPRする
- ・セントラル・ロンドンでは徴収される渋滞税がないこと、及びホテル代金が安いことをPRする
- ・需要の増加に対応するため、特定の高い質のホテル、及びブティック・ホテルの部屋数を増加させる
- ・文化及び遺産に関する名声を高める
- ・住民及び観光客の消費力を増大させる

3 ロンドン市カムデン区の観光振興について



ロゴ写真：カムデン区ホームページより

写真：カムデンロック・マーケット
(カムデン区ホームページより)

(1) カムデン区の概要

同区は、ロンドン中心部の北に位置しており、人口は212,200人（※1）、面積は21.8km²（※2）である。

世界的に有名な博物館、図書館、歴史的な建物から、緑豊かな大きな公園、マーケット、レストラン、ライブハウスまで存在し、観光客にとって、たくさんの見

どころがある。

(2) カムデン区での聞き取り調査について

カムデン区において、同区議会議員のセオ・ブラックウェル氏の紹介のもと、同区芸術・観光部長から同区の観光状況及びウェブサイト「ラブ・カムデン」について、また、カムデントウン・アンリミテッド社最高経営責任者からカムデントウン・アンリミテッド社によるビジネス改善地区について、また、セオ・ブラックウェル議員からキングス・クロス再開発地区について、聞き取り調査を行った。以下、調査結果についてまとめた。



写真：セオ・ブラックウェル議員

ア カムデン区の観光状況について



写真：セントパンクラス駅
(EUROSTAR ホームページより)

同区には、世界的に有名な大英博物館を始め、映画ハリーポッターの撮影でも使用されたキングス・クロス駅、ロンドンでも最も有名なストリートマーケットの一つである「カムデン・ロック・マーケット」等をかかえるカムデントウン・マーケット、及びユーロ・スターの終着駅であるセントパンクラス駅が存在する。

年間、110万人の海外からの観光客が訪れ、58億9千万ポンド（約720億円）が消費されている。

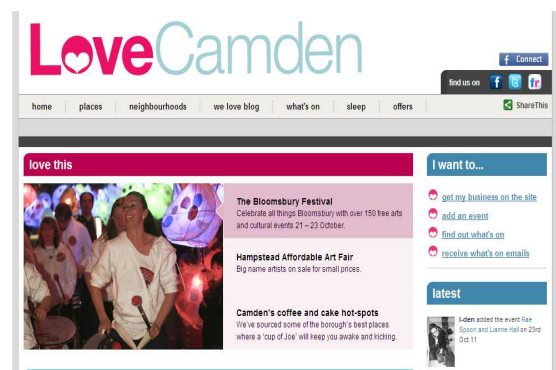
イ 観光振興ウェブサイト「ラブ・カムデン」について

「ラブ・カムデン」とは、カムデン区内の最新のイベントや、レストラン、パブ、ショップ等の情報から、子どもといっしょに一日を過ごすコースのアド

バイス、さらには当ウェブサイトユーザー用の地元の小売店の割引券まで得ることができるウェブサイトであり、カムデン区の住民、旅行者、企業・商店によって運営されている。

このウェブサイトでは、住民だけでなく観光客も、同区内の最新のイベント情報やレストランを選ぶ際のアドバイスなど、日々確認・利用・書き込みをすることができる。

行政ではなく、利用者が主体となって運営しているものであるため、受益者の視点での最新情報が日々アップデートされており、また、情報はレストラン、パブ、劇場、映画館、博物館、美術館、小売店、コンサートからウォーキングスポット、アウトドアスペース、子どもと遊べる場所まで、非常に広範囲に渡る。



写真：ラブ・カムデンホームページ

ウ キングス・クロス再開発地区について

キングス・クロス地区の再開発は、この地域の活性化を目的としたものであり、面積は 67 エーカー (271 km²) を占め、ロンドン中心部で最も大きな再開発地区である。

当地区には、ユーロスター（ロンドンからパリを 2 時間 15 分で結ぶ超高速鉄道）の終着駅であるセント・パンクラス駅があり、ヨーロッパ大陸と英国を結ぶ交通拠点となっている。また、キングス・クロス駅も当地区に存在し、英国北部の主要都市とロンドンを結ぶ拠点駅となっている。そのため、2012 年ロンドンオリンピックの際には、多数の観光客の利用が見込まれている。

この再開発計画では、再開発業者・鉄道会社・運輸会社が参加して、パートナーシップを形成している。また、当再開発では、次の計画を含んでいる。

- ・競争力をつけるための研修計画付きの 25,000 の仕事の確保
- ・全部で 1,946 戸の新しい住宅、うち 40% を経済的な価格で提供
- ・学生向けの最多 650 戸までの宿泊施設
- ・3 つの新しい緑の公共空間の確保、新しい景観の広場、公園、デザイン性のある便利なストリート
- ・独特な建築遺産の保護の充実
- ・公共自転車のドッキングスペースの確保、エネルギー効率の高いビルへの

ザイン、再生可能エネルギー、風力発電、太陽エネルギー、自動点灯システム、緑の屋根など、環境的な持続可能性への配慮・45,925 平方フィートまでのショッピング、エンターテインメント、さらに 455,510 平方フィートまでの新しいビジネス及び雇用スペースの確保

エ カムデントウン・アンリミテッド社について

カムデントウン・アンリミテッド社は、ビジネス改善地区（**BID=Business Improvement District**）の一つであり、ビジネス改善地区とは、「明確に線引きされた商業地域の中におけるビジネス環境を改善するための事業やサービスを展開していく、地方自治体と当該地域のビジネスコミュニティとの間のパートナーシップ」とされている（※5）。地方自治体により既に提供されているサービスを補足する形が基本となる。

財源となる **BID** 特別税は、課税評価額の 1% が基本であり、ビジネス改善地区として認められるためには、納税事業者の過半数以上の賛成、課税対象となる不動産総評価額の過半数以上の賛成を得ることが必要となる。

カムデントウン・アンリミテッド社の最初の投票は、2006 年に行われ、投票率 50%、人数比賛成率 83%、課税比賛成率 84% で承認され、5 年間の存続が認められた。さらに 2011 年に、更新を問う選挙が行われ、投票率 66%、人数比賛成率 81%、課税比賛成率 81% で承認された。

同社の目的は、カムデントウンを、より働きやすく、住みやすく、訪れやすい地区に変えることであり（※6）、地元のビジネスコミュニティにより運営されている。

また、同社は、カムデン区、ロンドン市交通局、グレーター・ロンドン・オリシティ、英国中央政府、その他民間団体等、様々な団体と協働している。

過去に、同社が達成した成果としては、以下のものが挙げられる。

- ・カムデントウンのパトロール要員を 28 名追加
- ・1,000 万ポンド（約 12 億円）の街並み美化再生計画の準備と実行
- ・活気のあるビジネス地区のための国際的なマーケット・キャンペーンを、ロンドン・アンド・パートナーズ、タイムアウト（雑誌）、ガーディアン（新聞）とともに実行
- ・空き家となっている建物を芸術、ファッション、デザイン性に溢れたポップアップショップ（短期間だけ営業される店舗）に変えるプログラムを実行し、その結果、それらの建物を長期間賃借される、人気の建物・ショップに変えた。
- ・ローカル・ディスカウント・カード・プログラムを開始し、100 以上の地元企業、5,000 人以上の従業員、住民が参加（※6）



写真：サイモン・ピカスリー氏(カムデンタウン・アンリミテッド社 CEO)

4 荒川区の観光振興政策への寄与について

以上の、ロンドンの観光振興政策についての調査結果を参考に、荒川区の観光振興政策を進化させ、荒川区をより魅力的で活力のある区にしていきたい。そのための具体的な参考事例について、以下、述べる。

(1) ロンドン・アンド・パートナーズの取り組みについて

ア 「リミテッド・エディション・ロンドン」キャンペーンについて

同キャンペーンは、観光客自身が考案したユニークなイベントも実施されているが、こうした試みは、新たな観光資源の発掘という意味で非常に興味深いものである。荒川区民から公募されたユニークなイベントが実施され、それが同時にマスメディアを通してPRされれば、そのイベントへの集客のみならず、荒川区のPRにもなり、地域の経済の活性化が期待される。

そのため、同キャンペーンを実施することは、観光客の誘致方法として、とても魅力的なものであり、荒川区の観光振興政策に反映させるべきものと思われる。

イ 外国人観光客を増やすための取り組みについて

外国人にとって興味のある分野の日本の歴史に関するイベントが実施されれば、外国からの観光客を増やす上で、有効であると思われる。従来から認知されている歴史の考察に、外国との関わりについて等、新しい考察を加えた荒川区区内探訪イベントを実施し、そのイベントを荒川区の伝統工芸品試作体験イベントとジョイントして実施できれば、外国人観光客にとっては魅力的なイベントとなると思われる。実施に向け、観光振興政策へ反映させていきたい。

(2) リッチモンド・アポン・テムズ区の取り組みについて

同区の「リバー・テムズ」イベントは、テムズ川を観光資源として活用しようとする試みであるが、荒川区においても、隅田川が接しているため、観光振興政策として参考とすべきものと思われる。リッチモンド・アポン・テムズ区のイベント実施方法等を参考に、荒川区においても隅田川を積極的に活用した観光振興政策を立案していきたい。

(3) カムデン区の取り組みについて

ア 観光振興ウェブサイト「ラブ・カムデン」について

同ウェブサイトは、住民、観光客、地元の企業・商店によって運営されているため、情報の更新頻度が高く、常に新しい情報が掲載されており、また、情報の幅も広範囲に渡っている。そのため、観光客にとっては、得たい情報を最も効率よく得ることができるウェブサイトとなっている。また、ウェブサイトの運営に住民及び観光客が関わることで、住民の地元への愛着が促進されるだけでなく、観光客の地元への興味も促進されると思われる。こうした試みを、荒川区でもおこない、住民、観光客主導の観光振興を通じた荒川区の活性化を実現させていきたい。その際、英語版のウェブサイトも立ち上げ、日本語が分からない観光客でも荒川区の観光情報等の取得及び発信を可能にすることにより、外国からの観光客数の増加につなげていきたい。また、英語版のウェブサイトだけでなく、荒川区内の在住外国人の中で多数を占める韓国人、中国人でも参加できるように、韓国語、中国語のウェブサイトも立ち上げていきたい。

イ カムデンタウン・アンリミテッド社の取り組みについて

同社では、空き家となっている建物を芸術、ファッション、デザイン性に溢れたポップアップショップ（短期間だけ営業される店舗）に変えるプログラムを実行し、その結果、それらの建物を長期間賃借される、人気の建物・ショップに変えることに成功した。この取り組みは、東京都内でも比較的不動産賃借料が安いという利点のある荒川区に適した取り組みであるものと思われる。空き家を人気のある建物・ショップに変えることができれば、自然に観光客の増加も期待できるため、この取り組みを荒川区の観光振興政策に反映させていきたい。

ウ カムデン・ロック・マーケットについて

カムデン・ロック・マーケットは、カムデン区内にある世界的に有名なストリート・マーケットであり、週末にはたくさんの種類のマーケットが並び、大勢の観光客が訪れ、同区の主要な観光スポットの一つとなっている。このストリート・マーケットでは、たくさんの種類の品物を手頃な値段で購入することができる。荒川区内においても、こういったストリート・マーケットを開くことが可能な場所を確保・実施することができれば、他の東京23区に比べて地価が安いというメリットがあるため、観光客の増加につながると思われる。実施に向けて、取り組んでいきたい。



あら坊（荒川区シンボルキャラクター）

注

※1 下記ホームページ（GLA Intelligence Update）11 ページ参照。

<http://www.london.gov.uk/sites/default/files/DMAG%20Update%2004-2010%20R2008%20London%20Plan%20Ethnic%20Group%20Population%20Projections.pdf>

※2 下記ホームページ（Office For National Statistics）の「Standard Area Measurements」参照。

<http://www.ons.gov.uk/ons/guide-method/geography/products/other/uk-standard-area-measurements--sam-/index.html>

※3 下記ホームページ（London & Partners）参照。

http://www.londonandpartners.com/media-centre/press-releases/2011/overseas-visitors-to-london-spend-more-than-86-billion-in-2010-as-capital-bucks-uk-trend?WT.cg_n=SC_RSSClickThrough&WT.rss_ev=a&WT.rss_a=overseas-visitors-to-london-spend-more-than-86-billion-in-2010-as-capital-bucks-uk-trend&WT.rss_f=press-releases

※4 下記ホームページ（London Development Agency）参照。

http://www.lda.gov.uk/Documents/Local_Area_Tourism_Impact_report_Richmond_upon_Thames_2007_data.pdf_8247.pdf

※5 下記ホームページ（クレアロンドン事務所・英国の地方自治）92 ページ参照

<http://www.clair.or.jp/j/forum/pub/series/pdf/j40.pdf>

※6 下記ホームページ（Camden Town Unlimited）参照

<http://www.camdentownunlimited.com/about-us>