

葛飾区観光経済実態調査

報 告 書

【概要版】

令和8年3月

葛飾区産業観光部観光課

葛飾区観光経済実態調査 報告書【概要版】

目 次

第1章 調査の目的と概要	2
1.1. 調査の目的	2
1.2. 調査の概要	2
1.3. 調査対象地域	3
第2章 日本人観光客の来訪実態	4
2.1. 日本人観光入込客数	4
2.2. 日本人観光客の来訪実態	5
2.3. 日本人観光客の人流動態	7
2.4. 葛飾区内での日本人観光消費額	8
2.5. 葛飾区訪問未経験者の葛飾区観光に対する意識	9
2.6. 旅行中の災害時に求められる対応	10
第3章 訪日外国人観光客の来訪実態	11
3.1. 訪日外国人観光入込客数	11
3.2. 訪日外国人観光客の来訪実態	11
3.3. 訪日外国人観光客の人流動態	13
3.4. 葛飾区内での訪日外国人観光消費額	14
3.5. 旅行中の災害時に求められる対応	14
第4章 事業者ヒアリング調査	15
4.1. 葛飾区を訪れる観光客の動向	15
4.2. 葛飾区観光に関する意見	15
4.3. 災害時の対応について	16
第5章 観光振興による地域経済活性化に向けて	17
5.1. 葛飾区観光の現状	17
5.2. 葛飾区観光の課題	17
5.3. 観光振興による地域経済の活性化に向けた提案	18

●比率は全て百分率で表し、小数点第2位（または第1位）を四捨五入しているため、個々の回答比率の合計が100%にならないことがある。

●複数回答できる設問の場合、回答比率の合計が100%を超えることがある。

第1章 調査の目的と概要

1.1. 調査の目的

葛飾区では、「観光」を地域の賑わい創出による地域活性化に貢献する一産業として位置付けている。インバウンド戦略を含めた国内外へのPRや効果的な誘客事業など、今後の観光施策の企画立案における基礎資料の作成を目的として、葛飾区を訪れる観光客の実態及び観光消費の動向等の把握を行った。また、近年の地震や集中豪雨などの自然災害が多くなっている状況を踏まえて、観光客及び観光事業者の危機管理に関する意見を調査したものである。

1.2. 調査の概要

主として令和6年度（2024年度）を対象期間とし、葛飾区内の観光地における入込客数及び観光消費額推計のための観光客実態調査、民間事業者等から見た区内観光の実態等を把握するための事業者調査及び外国人観光客の区内観光地への来訪実態調査を以下のとおり実施した。

1) 共通事項

本調査で使用する用語や定義については、原則として国土交通省観光庁作成の「観光入込客統計に関する共通基準」（以下「共通基準」という。）に基づくものとする。

2) 日本人観光客実態調査

葛飾区内の観光客の動向や観光消費額、葛飾区の強みを把握するため、日本人を対象として下記の調査を実施した。調査対象の詳細を表1-1に示す。

- ・GPSデータを活用した調査
- ・インターネット調査（葛飾区訪問経験者および訪問未経験者対象）
- ・現地ヒアリング調査および観光施設等アンケート調査

3) 訪日外国人観光客実態調査

葛飾区における外国人観光客の観光動向や人流動態、観光消費額等の実態を把握するため、下記の調査を実施した。調査対象の詳細を表1-1に示す。

- ・基地局データを活用した調査
- ・GPSデータを活用した調査
- ・現地ヒアリング調査および観光施設等アンケート調査

4) 事業者ヒアリング調査

葛飾区を訪れる観光客の動向を事業者目線で把握するとともに、葛飾区の観光に関する関連事業者の意見を把握するため、葛飾区内外の観光関連事業者（区内宿泊事業者を含む）を対象としたヒアリング調査を実施した。

表 1-1 観光客実態調査の対象

調査名称	調査手法	報告書での表記	調査対象者	(調査対象者の居住地の範囲)		
				葛飾区内 在住者	葛飾区から 20km圏内 在住者	葛飾区から 20km圏外 在住者
日本人観光客 実態調査	GPSデータを 活用した調査	GPS	発地（居住地に相当）から20km以上離れた登録観光スポットを訪問した日本人（勤務地域を除く）	×	×	○
	インターネット調査 （葛飾区訪問経験者）	ネット	2024～2025年度に観光・レジャー目的で葛飾区を訪問した日本人（葛飾区民を除く）	×	○	○
	インターネット調査 （葛飾区訪問未経験者）	ネット	2024～2025年度に観光・レジャー目的で葛飾区を訪問していない日本人（葛飾区民を除く）	×	○	○
	現地ヒアリング調査 および観光施設等 アンケート調査	アンケート	調査時期（2025年8～9月）に調査地点（柴又および亀有）を訪問した日本人	○	○	○
訪日外国人 観光客実態調査	基地局データを 活用した調査	基地局	ローミング情報をもとに計測された、葛飾区内に一定時間※滞在した訪日外国人観光客（※区単位：2時間以上、メッシュ単位：1時間以上）			
	GPSデータを 活用した調査	GPS	葛飾区内でスマートフォンアプリの位置情報ログが連続して2回以上記録された訪日外国人			
	現地ヒアリング調査 および観光施設等 アンケート調査	アンケート	調査時期（2025年8～9月）に調査地点（柴又および亀有）を訪問した訪日外国人			

1.3. 調査対象地域

本調査では、葛飾区内の調査対象地域を下表のように設定した。このほか、区外近隣観光地（浅草、東京スカイツリー、上野、松戸、柏等）も調査対象地域としている。

表 1-2 調査対象地域（葛飾区内）

観光地域	地名（五十音順）
①柴又地域	鎌倉、柴又
②金町・水元地域	金町、金町浄水場、新宿、西水元、東金町、東水元、水元、水元公園、南水元
③堀切地域	小菅、宝町、東堀切、堀切
④亀有地域	亀有、白鳥、西亀有
⑤四つ木・立石地域	お花茶屋、立石、東立石、東四つ木、四つ木
⑥新小岩地域	奥戸、新小岩、西新小岩、東新小岩
その他地域	青戸、高砂、細田

第2章 日本人観光客の来訪実態

2.1. 日本人観光入込客数

G P Sデータとインターネット調査結果を用いて葛飾区（全域）の日本人観光入込客数を推計したところ、令和6年度は年間298.4万人回^{注1}となった。新型コロナウイルスの感染が拡大した令和2～3年度は年間200万人回を下回っていたが、令和4年度には回復基調となり、その後増加傾向が続いている。

令和6年度の年間298.4万人回のうち、宿泊客数は11%（33.1万人回）、日帰り客数は89%（265.3万人回）を占める。観光地域別では、【①柴又地域】が年間181.9万人回と最も多く、次いで【④亀有地域】が年間115.5万人回と推計される。

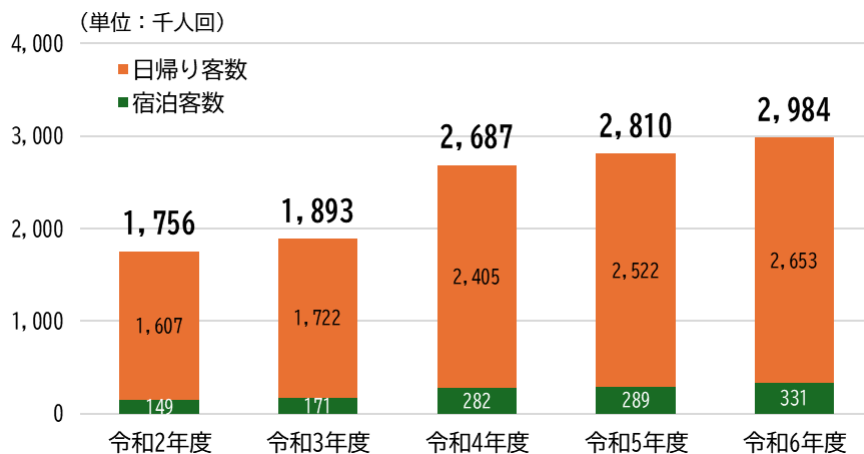


図2-1 葛飾区（全域）の日本人観光入込客数の推移

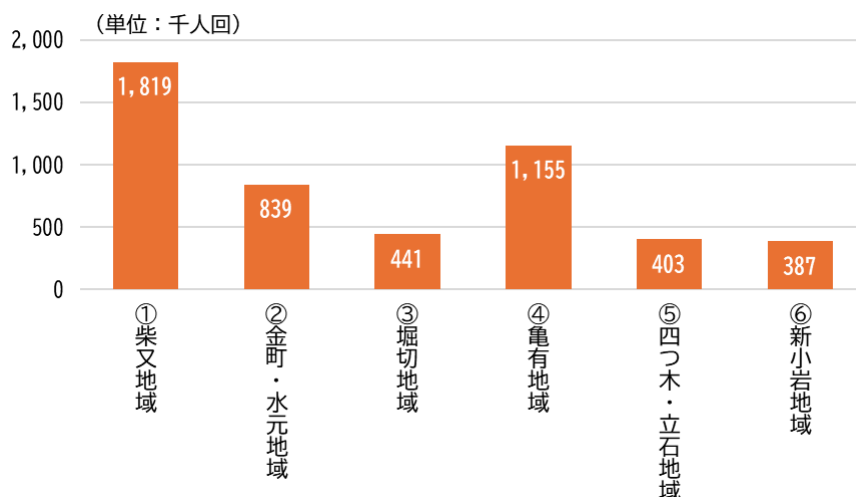


図2-2 調査対象地域の日本人観光入込客数（令和6年度）^{注2}

注1) 「人回」とは、1人の人が葛飾区を3回訪れた場合に3とカウントする単位である。

注2) 調査対象地域の入込客数の延べ合計は、葛飾区（全域）の入込客数とは一致しない。

2.2. 日本人観光客の来訪実態

1) 葛飾区を訪れる日本人観光客の特徴

葛飾区訪問経験者を対象とするインターネット調査結果等に基づき、葛飾区の日本人観光客のペルソナを整理する。「葛飾区を訪れる代表的な観光客像」を、年齢・性別・目的などを組み合わせて“ひとりの人物像”（ペルソナ）として把握することにより、実際の観光客の傾向やニーズを具体的にイメージすることができ、より効果的な施策の検討が可能となる。

▼葛飾区を訪れる日本人観光客 3つのペルソナ

【ペルソナ①】文化・歴史探訪型シニア層（シニア世代男性）

属性	● 性年代：男性 70 歳以上 ● 居住地：関東～全国 ● 訪問頻度：5 回以上のリピーター ● 同行者：夫婦または自分ひとり
行動特性	● 目的：「名所・旧跡」「葛飾柴又の文化的景観」 ● 旅行形態：日帰り中心、個人旅行が主体 ● 情報収集方法：テレビ、新聞、雑誌・ガイドブック

【ペルソナ②】食・まち歩き中心の個人旅行者（ミドル層女性）

属性	● 性年代：女性 30 代～50 代 ● 居住地：関東圏在住 ● 訪問頻度：2 回以上のリピーターが多い ● 同行者：友人・知人、3 名前後のグループ
行動特性	● 目的：「グルメ・食べ歩き」「まち歩き・ウォーキング」「買い物」 ● 旅行形態：主に日帰り、個人旅行が主体（団体旅行は少数） ● 情報収集方法：家族・友人等の口コミ、テレビ、Instagram

【ペルソナ③】キャラクター・ポップカルチャー体験型若年層（20 代男女）

属性	● 性年代：男女 20 代 ● 居住地：全国（関東以外も含む） ● 訪問頻度：初回～2 回程度 ● 同行者：友人・知人、単独
行動特性	● 目的：「漫画・アニメキャラクター巡り」「ロケ地巡り」「買い物」 ● 旅行形態：個人旅行が中心だが、団体旅行利用も他層よりやや多い ● 宿泊：民泊やユニークな宿泊施設を比較利用 ● 情報収集方法：Instagram、YouTube、TikTok、WEB サイト

2) 葛飾区内での宿泊施設の利用実態

葛飾区内宿泊施設の利用実態を俯瞰すると、交通アクセスの良さや料金の手頃さが主な利用条件となっている。若年層や男性は価格志向が強く、女性やシニア層はアクセス・ロコミ・清潔感などをより重視する傾向が顕著である。また、リピーター層は困りごとが少なく、初回訪問者や特定目的層では料金やサービス面での不満が目立つ。

住宅型宿泊施設（民泊等）の利用は区内宿泊客全体のおよそ4割と高く、若年層やビジネス、漫画・アニメキャラクター巡り目的での利用が見受けられる。

▶ 宿泊の傾向と宿泊数

葛飾区観光の訪問形態は「日帰り」が主流であり、全体の72.2%が区内への日帰り訪問である。「葛飾区内に宿泊した」は全体のおよそ1割を占める。

葛飾区内に宿泊した人の区内平均泊数は1.74泊である。「1泊」が宿泊客全体のおよそ6割を占めており、短期宿泊が主流である。

▶ 区内の宿泊施設を利用した理由

葛飾区内宿泊施設の利用理由としては、「目的地へのアクセス・交通の便が良いから」が全体の44.4%と最も多く、次いで「宿泊料金が手頃だったから」が35.0%、「宿泊施設に魅力があったから」が20.5%であった。男性では「宿泊料金が手頃だったから」が他の属性より高く、30～49歳では「交通の便」重視が顕著となっている。目的別では、「漫画・アニメキャラクター巡り」層において「交通の便」「空港アクセス」の理由が特に高い傾向がみられた。

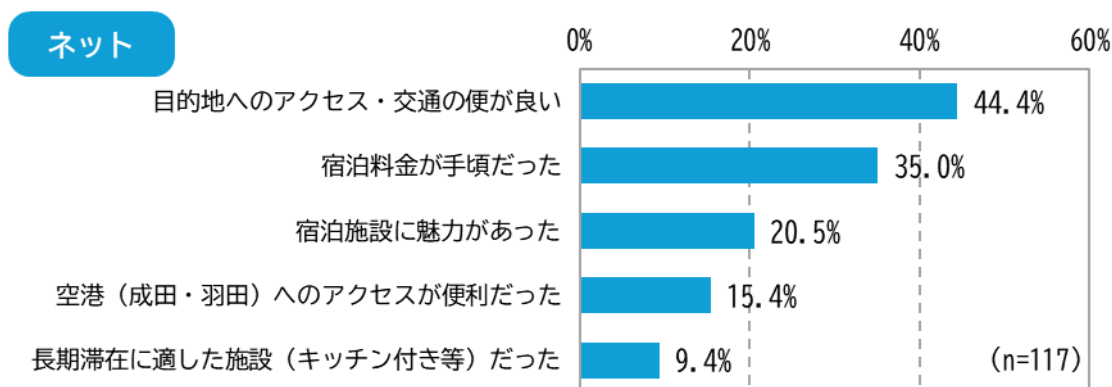


図 2-3 葛飾区内の宿泊施設を利用した理由（複数回答）

▶ 民泊利用の実態

ホテル・旅館以外の住宅型宿泊施設（民泊等）の利用率は全体で41.0%と高い水準であり、特に男性52.4%、女性27.8%と性別による差が大きい。年代別では若年層の利用が顕著である。訪問目的では「ビジネス・会議」や「漫画・アニメキャラクター巡り」で利用率が高い。

利用理由は「宿泊費を抑えたいから」が52.1%で最多、「ホテルにはないユニーク

な宿泊施設に泊まりたいから」27.1%、「プライベートな空間を確保したいから」22.9%、「グループや家族と一緒に泊まりたいから」20.8%が続く。女性、30～49歳、近畿・中国・四国エリアでは「宿泊費」重視が特に高い傾向が認められる。

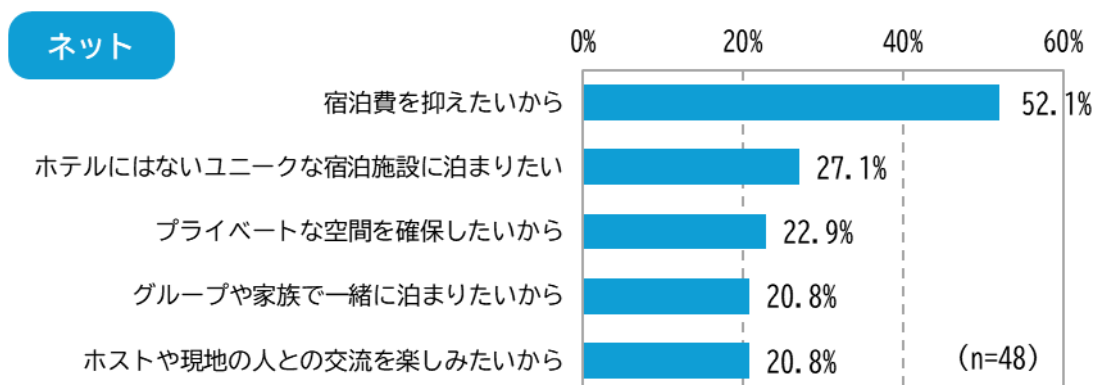


図 2-4 住宅型宿泊施設（民泊等）を利用した理由（複数回答）

2.3. 日本人観光客の人流動態

▶ 柴又地域

柴又地域内では、まずは「柴又帝釈天」で参拝し、その後「帝釈天参道」や「寅さん記念館」を訪れる傾向がみられる。「寅さん記念館」の後は「山本亭」を訪れる人が多い。区内では、柴又地域とあわせて「水元公園」や「堀切菖蒲園」を訪れる動きがみられる。葛飾区以外では、「東京スカイツリー・東京ソラマチ」や「浅草寺・仲見世商店街」を訪れる観光客が一定数存在するが、訪問順としては柴又地域を訪れた後に「東京スカイツリー・東京ソラマチ」や「浅草寺・仲見世商店街」を訪れる人が多い。

【①柴又地域】帝釈天参道

▼前の来訪地



▼当該スポットの前に訪れた来訪地 上位5スポット

- 柴又帝釈天
- 寅さん記念館（柴又公園）
- 山本亭
- 東京スカイツリー・東京ソラマチ
- 浅草寺・仲見世商店街

▼後の来訪地



▼当該スポットの後に訪れた来訪地 上位5スポット

- 柴又帝釈天
- 寅さん記念館（柴又公園）
- 東京スカイツリー・東京ソラマチ
- 浅草寺・仲見世商店街
- 寅さんの碑

▶ 亀有地域

亀有地域では、「アリオ亀有」から「亀有駅前商店街（南口）」への動きが目立つ。他の地域との回遊の動きはあまりみられない。

【④亀有地域】亀有駅前商店街（南口）

▼前の来訪地



▼当該スポットの前に訪れた来訪地 上位5スポット

- アリオ亀有
- 亀有駅前商店街（北口）
- 香取神社
- スマイルホテル東京綾瀬駅前
- 帝釈天参道

▼後の来訪地



▼当該スポットの後に訪れた来訪地 上位5スポット

- アリオ亀有
- 亀有駅前商店街（北口）
- 香取神社
- 曳舟川親水公園
- スマイルホテル東京綾瀬駅前

▶ 葛飾区内の回遊状況

インターネット調査結果に基づき、葛飾区内の観光地域の回遊の動きを把握する。1回の旅行で訪れた葛飾区内の観光地域の組み合わせを集計すると、「柴又地域のみ」が18.5%、「亀有地域のみ」が11.1%と多いが、その次に「柴又地域と亀有地域」を回遊する日本人観光客が10.0%と多いことがわかる。

「柴又地域と亀有地域」を回遊する日本人観光客の客層をみると、居住地が「関東以外」、「葛飾区外に宿泊」、「漫画・アニメキャラクター巡り」を目的とする客層が多い。つまり、遠方からの宿泊客や、漫画・アニメキャラクター好きな客層には、柴又地域と亀有地域を回遊しやすくする施策を講じることで、利便性が高まるとともに、葛飾区全体としての誘客力を高めることが期待できる。

2.4. 葛飾区内での日本人観光消費額

令和6年度における葛飾区内での1人当たり観光消費額は13,823円/人回と推計される。このうち、日帰り客は8,048円/人回、区内宿泊客は44,794円/人回、区外宿泊客は15,431円/人回である。費目別では、「飲食費」（4,391円/人回）が最も多く、次いで「交通費」（3,146円/人回）が多い。区内平均泊数は1.84泊であり、1泊当たり宿泊費は6,779円/泊と推計される。

表2-1 葛飾区内での1人当たり観光消費額（令和6年度）

【葛飾区内1人当たり観光消費額】（費目毎0円を含む1人当たり平均）							（単位：円/人回）
	交通費	宿泊費	飲食費	土産・ 買い物費	入場・ 観覧費	その他	合計
（構成比）	3,146 （22.8%）	1,512 （10.9%）	4,391 （31.8%）	2,449 （17.7%）	1,104 （8.0%）	1,221 （8.8%）	13,823 （100.0%）
日帰り客	1,672	0	3,283	1,830	686	576	8,048
区内宿泊客	9,938	12,462	10,323	5,083	3,324	3,664	44,794
区外宿泊客	4,311	0	4,710	3,085	1,236	2,088	15,431

2.5. 葛飾区訪問未経験者の葛飾区観光に対する意識

葛飾区訪問未経験者では“下町の風情”や漫画・映画キャラクター資源が高い認知を持つ一方で、若年層・女性を中心にイメージが形成されていない層も多いことが明らかとなった。観光情報源や観光ニーズは年代・性別で大きく異なり、シニア層は伝統的な観光資源やメディアへの関心が引き続き高い一方、若年層ではデジタルメディアへの関心が高く従来型の観光資源・体験への関心が低い傾向がみられる。

▶ 国内旅行を計画するときの観光情報源 ～情報源の多様化と属性間の差異～

観光情報源は「テレビ（34.4%）」「その他インターネット（30.6%）」「雑誌・ガイドブック（29.4%）」「YouTube、TikTok等の動画共有サイト（29.2%）」が上位を占め、伝統的メディアとインターネット双方が主要な情報源となっている。

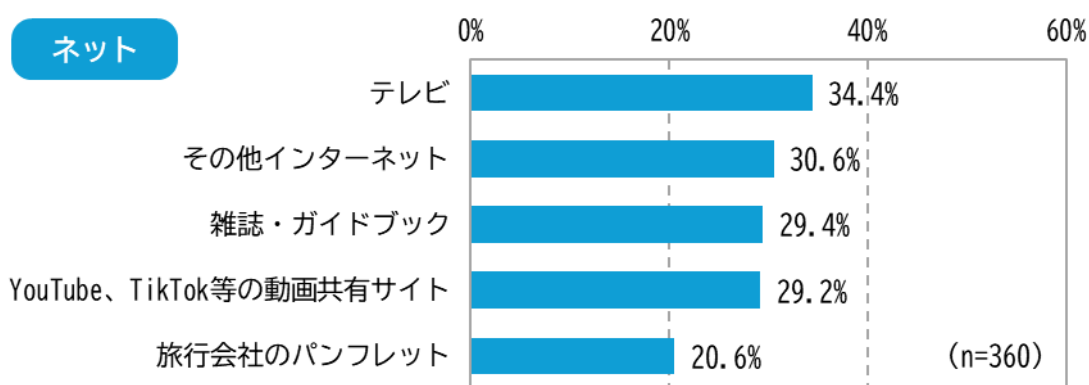


図 2-5 葛飾区訪問未経験者の国内旅行計画の観光情報源（複数回答）

▶ 葛飾区の観光イメージ ～「下町の風情」のイメージは若年層で弱まる傾向～

「下町の風情」（48.3%）が圧倒的に多く、「映画やドラマ、アニメ等のキャラクター」（24.2%）が続く。「特にイメージはない」（28.9%）も高い。男性や60代以上で「下町の風情」が特に高く、若年層や女性では「イメージがない」が目立つ。

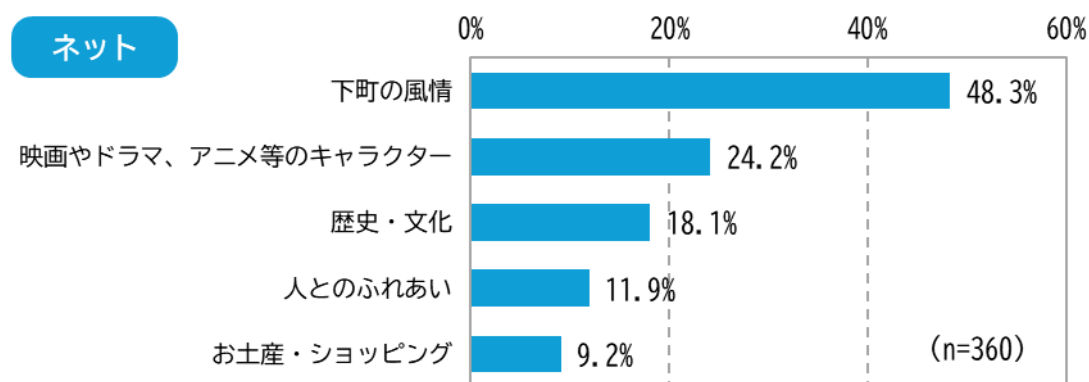


図 2-6 葛飾区訪問未経験者が持つ葛飾区の観光イメージ（複数回答）

2.6. 旅行中の災害時に求められる対応

旅行中の災害時には、観光客は自身の安全確保と迅速な避難行動のため、「交通機関の運行状況」「安全な避難場所」「災害状況」の正確な情報提供を強く求めている。加えて、食料・水・情報端末の充電・衛生用品など、観光客特有ということではなく、基本的な生活物資へのニーズも高く、これらの供給体制の整備が不可欠である。

▶ 旅行中の災害時に求められる情報

葛飾区観光客が旅行中の災害時に必要と考える情報として、「公共交通機関の運行状況」(52.9%)、「安全な避難場所の場所と行き方」(50.4%)、「現在の正確な災害状況」(48.4%)、「滞在している地域や周辺の危険情報」(41.7%)が上位に挙げられた。特に女性や高齢層でこれらの情報ニーズが高く、訪問回数が多い層ほど災害時の情報重視傾向が強い。

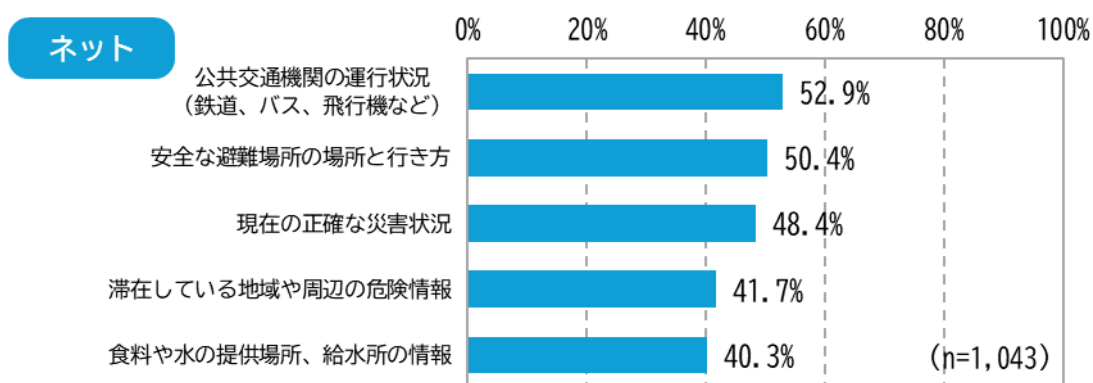


図 2-7 旅行中の災害時に求められる情報（複数回答）

▶ 災害時に必要とされる支援物品

支援物品としては「食料や飲料水」(69.0%)、「携帯電話のモバイルバッテリー」(54.5%)、「簡易トイレや衛生用品」(54.1%)、「毛布や防寒具」(51.0%)が重視されている。関東在住者やリピーター層で特に生活必需品・情報機器のニーズが高い傾向がみられた。

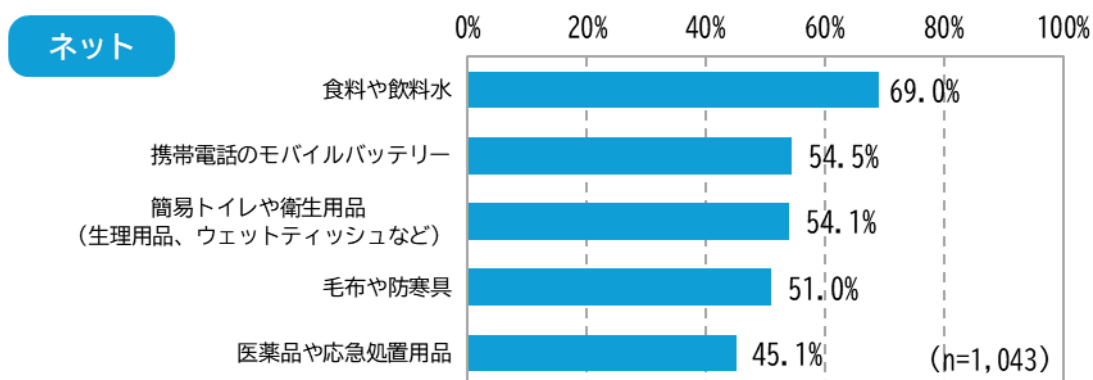


図 2-8 災害時に必要とされる支援物品（複数回答）

第3章 訪日外国人観光客の来訪実態

3.1. 訪日外国人観光入込客数

スマートフォン等のGPSデータによると、葛飾区を訪れた訪日外国人観光入込客数は令和6年度で年間およそ59万人と推計される。訪日外国人の国籍・地域別にみると、「台湾」が最も多くおよそ12万6千人であり、全体の2割強を占める。次いで「韓国」（およそ10万6千人）、「中国」（およそ10万5千人）、「香港」（およそ4万1千人）、「フィリピン」（およそ3万人）、「米国」（およそ2万7千人）、「ヨーロッパ」（およそ2万5千人）の順が多い。

3.2. 訪日外国人観光客の来訪実態

1) 葛飾区を訪れる外国人観光客の特徴

柴又地域および亀有地域で実施した現地ヒアリング等調査結果に基づき、訪日外国人観光客のペルソナを整理する。「葛飾区を訪れる代表的な観光客像」を、国籍・地域や目的などを組み合わせて“ひとりの人物像”（ペルソナ）として把握することで、実際の利用者の傾向を具体的にイメージでき、より効果的な施策の検討が容易となる。

▼葛飾区を訪れる外国人観光客 2つのペルソナ

【ペルソナ①】台湾からのアニメ好き若年層 <亀有地域の主要客層>

属性	● 年代：29歳以下 ● 訪問頻度：5回以上のヘビーリピーター
行動特性	● 目的地と交通手段：亀有地域（+柴又地域）、鉄道利用 ● 目的：漫画・アニメキャラクター巡り ● 旅行形態：個人旅行、葛飾区外に宿泊 ● 情報収集方法：テレビ、YouTube、Instagram、口コミ

【ペルソナ②】ヨーロッパからの歴史・文化関心層 <柴又地域の主要客層>

属性	● 年代：30～49歳の夫婦 ● 訪問頻度：初めて
行動特性	● 目的地と交通手段：柴又地域（名所・旧跡）、鉄道利用 ● 旅行形態：個人旅行、葛飾区外に宿泊 ● 情報収集方法：YouTube、Instagram、Google Map、口コミ

2) 葛飾区内での宿泊施設の利用実態

訪日外国人観光客の葛飾区内宿泊施設の利用実態を俯瞰すると、空港からの交通アクセスの良さや料金の手頃さ、周辺環境の良さが主な利用条件となっている。

住宅型宿泊施設（民泊等）の利用は区内宿泊客全体のおよそ5割と高く、特に台湾からの区内宿泊客での利用率が高い。民泊は「宿泊費抑制」のみならず、「家族と一緒に泊まりたい」という宿泊客のニーズを満たしており、家族連れの訪日外国人観光客に支持されているものと考えられる。

▶ 区内の宿泊施設を利用した理由

葛飾区内宿泊施設の利用理由としては、「宿泊料金が手頃だったから」が全体の43.5%と最も多かったが、2番目に多かった「空港（成田・羽田）へのアクセスが便利だったから」（34.8%）は訪日外国人観光客ならではのニーズである。

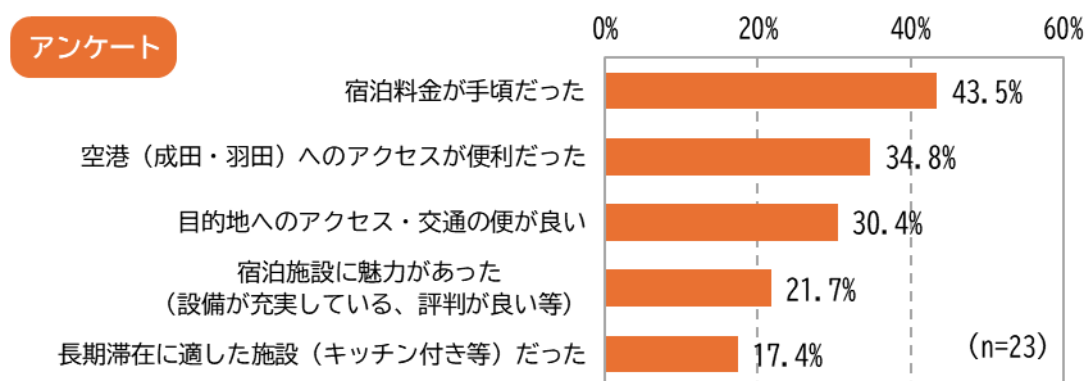


図 3-1 葛飾区内の宿泊施設を利用した理由（複数回答）

▶ 民泊利用の実態

ホテル・旅館以外の住宅型宿泊施設（民泊等）の利用率は全体で 52.2%であった。

民泊等の利用理由では、「宿泊費を抑えたいから」とともに「グループや家族と一緒に泊まりたいから」が 33.3%と最も高かった。次いで、「現地の生活を体験したいから」「葛飾区に宿泊したかったから」がそれぞれ 25.0%を占めた。

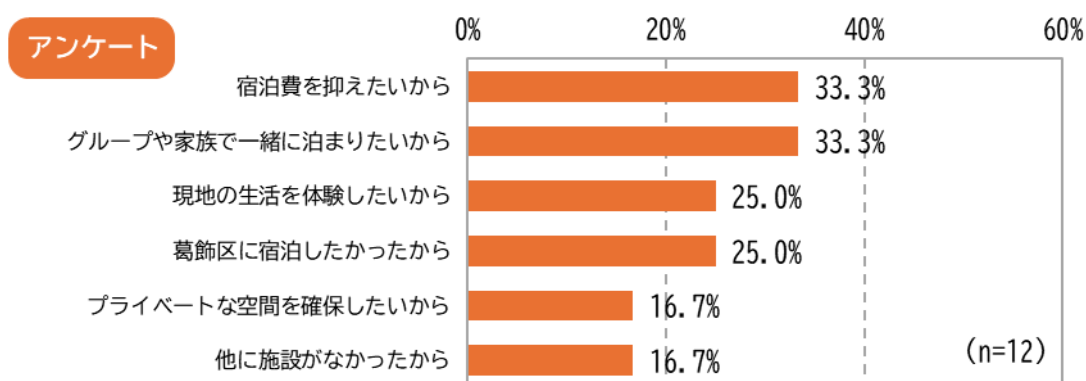


図 3-2 住宅型宿泊施設（民泊等）を利用した理由（複数回答）

3.3. 訪日外国人観光客の人流動態

G P S データで葛飾区を訪れた訪日外国人観光客の前後訪問地をみると、前後とも「東京都墨田区」が圧倒的に多い。後の訪問地では「千葉県成田市」が2番目に多く、帰国前に葛飾区に立ち寄る人が多いのではないかと推測される。宿泊地では、前後ともに「東京都台東区」が圧倒的に多くなる。

▼葛飾区を訪れる前の訪問地

順位	訪問地	周遊者数（人）
1	東京都墨田区	103,644
2	東京都足立区	71,623
3	東京都荒川区	66,538
4	千葉県成田市	60,219
5	東京都台東区	58,738
6	千葉県松戸市	50,923
7	東京都江戸川区	39,531
8	東京都千代田区	33,478
9	東京都港区	19,592
10	東京都中央区	14,894

▼葛飾区を訪れる前の宿泊地

順位	宿泊地	周遊者数（人）
1	東京都台東区	75,891
2	東京都墨田区	34,946
3	東京都新宿区	25,151
4	東京都江戸川区	22,979
5	東京都千代田区	22,240
6	千葉県成田市	22,002
7	東京都中央区	21,345
8	東京都港区	19,697
9	東京都豊島区	16,348
10	東京都足立区	16,225

▼葛飾区を訪れた後の訪問地

順位	訪問地	周遊者数（人）
1	東京都墨田区	118,281
2	千葉県成田市	82,632
3	東京都荒川区	64,432
4	東京都足立区	63,064
5	東京都台東区	60,473
6	千葉県松戸市	50,970
7	東京都江戸川区	39,652
8	東京都千代田区	31,956
9	東京都港区	17,933
10	千葉県船橋市	16,747

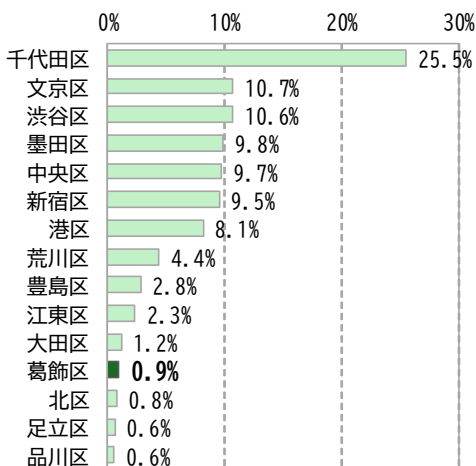
▼葛飾区を訪れた後の宿泊地

順位	宿泊地	周遊者数（人）
1	東京都台東区	76,997
2	東京都墨田区	40,424
3	千葉県成田市	29,888
4	東京都新宿区	22,918
5	東京都千代田区	22,717
6	東京都江戸川区	21,565
7	東京都港区	20,431
8	東京都中央区	19,776
9	東京都足立区	16,736
10	東京都豊島区	13,813

図 3-3 葛飾区の訪日外国人観光客の前後訪問地と宿泊地（令和6年度）

なお、「台東区」に宿泊する訪日外国人観光客の前後訪問地（島しょ部を除く東京都内のみ）を観察すると、前訪問地は「千代田区」「文京区」「渋谷区」、後訪問地は「千代田区」「新宿区」「渋谷区」などが上位であり、「葛飾区」は極めて少数である。

▼来訪地（台東区）の前の周遊先



▼来訪地（台東区）の後の周遊先

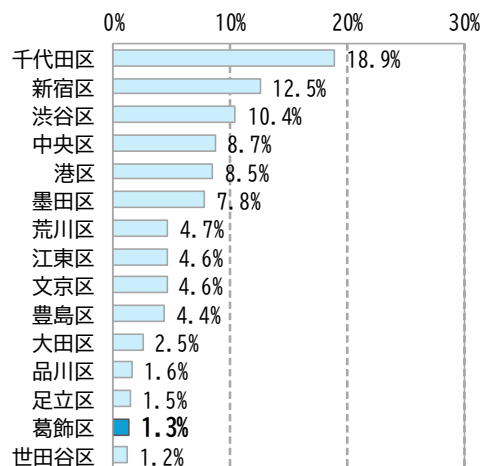


図 3-4 台東区に宿泊する訪日外国人観光客の前後訪問地（令和6年度）

3.4. 葛飾区内での訪日外国人観光消費額

令和7年8～9月に柴又地域および亀有地域にて実施したアンケート等の結果によると、葛飾区内での1人当たり観光消費額は10,818円/人回と推計される。このうち、区内宿泊客は29,728円/人回、区外宿泊客は9,329円/人回である。主な国籍・地域別にみると、「台湾」は14,099円/人回、「ヨーロッパ」は4,044円/人回である。費目別では、「土産・買い物費」(3,644円/人回)と「飲食費」(3,618円/人回)の支出が多い。

表3-1 葛飾区内での1人当たり観光消費額（令和7年8～9月）

【葛飾区内1人当たり観光消費額】（費目毎0円を含む1人当たり平均）							（単位：円/人回）
	交通費	宿泊費	飲食費	土産・ 買い物費	入場・ 観覧費	その他	合計
（構成比）	1,654 （15.3%）	858 （7.9%）	3,618 （33.4%）	3,644 （33.7%）	725 （6.7%）	319 （2.9%）	10,818 （100.0%）
区内宿泊客	2,343	11,757	5,090	7,376	1,594	1,568	29,728
区外宿泊客	1,599	0	3,502	3,350	657	220	9,329
台湾	2,196	995	4,624	4,740	1,024	521	14,099
ヨーロッパ	636	526	1,568	1,098	216	0	4,044

3.5. 旅行中の災害時に求められる対応

訪日外国人観光客の場合には、日本人観光客のように自宅へ戻ることが前提とはならないため、災害発生時には徒歩圏内で迅速にアクセスできる「安全な避難先」に関する情報を求める傾向がみられた。併せて、「食料や飲料水」という生命維持に不可欠な支援物品へのニーズが高い。その他、観光庁が監修している外国人旅行者向け災害時情報提供アプリ「Safety tips」や日本政府観光局が運営する「Japan Safe Travel (JST)」のSNSによる情報発信などの災害時に役立つツールの周知も必要だと考える。

▶ 旅行中の災害時に求められる情報

訪日外国人観光客が旅行中の災害時に必要と考える情報として、「安全な避難先の場所と行き方」(44.8%)を求める声が最も多かった。災害時に帰宅を前提とする日本人観光客は「公共交通機関の運行状況」の選択率が最も高かったが、外国人観光客の場合は近くの避難先への案内が最も求められている。

▶ 災害時に必要とされる支援物品

支援物品については、日本人観光客と同様、「食料や飲料水」(75.9%)の選択率が最も高い結果となった。次いで、「医薬品や応急処置用品」(46.7%)、「携帯電話のモバイルバッテリー」(46.3%)、「災害用ラジオや懐中電灯などの防災グッズ」(40.3%)が重視されている。

第4章 事業者ヒアリング調査

葛飾区を訪れる観光客の動向を事業者目線で把握するとともに、葛飾区の観光に関する関連事業者の意見を把握するため、葛飾区内外の観光関連事業者（民泊事業者を含む）を対象としたヒアリング調査を実施した。ヒアリング調査を行った事業者数は、区内事業者数 12 件（うち団体 2、案内所 1、観光施設 2、宿泊業 3、小売業 2、運輸業 1、製造業 1）、区外事業者数 6 件（うち案内所 3、旅行業 1、運輸業 2）である。

なお、今回の調査では国内外から葛飾区を訪れる観光客への災害時対応に関する考え方や災害対応マニュアル等の策定状況についても併せて把握した。

4.1. 葛飾区を訪れる観光客の動向

▶ 日本人と外国人の比率

令和 6 年における葛飾区内の日本人観光客と訪日外国人観光客の比率は、ヒアリングを行った区内事業者の平均でおよそ 8 : 2 であった。区外事業者の顧客ではおよそ 4 : 6 であり、葛飾区は日本人観光客の割合が高いと推測される。

▶ 日本人観光客の動向

令和 6 年の日本人観光客の増減傾向は、回答が得られた事業者で増加が 7 件、横ばいが 6 件、減少が 1 件であり、全体としては横ばい～増加傾向と捉えられる。主要顧客の年代は事業者によって 10 代から 60 代以上までと幅があるが、50 代以上との回答が多い。同行者もひとりから夫婦、家族、友人、団体と様々だが、区外事業者の取り扱いでは団体客を挙げる回答が目立った。

▶ 外国人観光客の動向

令和 6 年の訪日外国人観光客の動向は、回答が得られた事業者で増加が 10 件、横ばいが 1 件、減少が 3 件であり、全体としては増加傾向と捉えられる。主要顧客の年代は 20 代から 60 代までと幅広いが、日本人よりは若い傾向がみられる。国籍・地域は観光地域により異なり、【④亀有地域】は台湾、【①柴又地域】や【⑤四つ木・立石地域】は欧米を挙げる回答が目立った。【⑥新小岩地域】では中国人の居住者が急増しており、彼らの親族や知人が来訪している様子がうかがえた。

4.2. 葛飾区観光に関する意見

▶ 観光客の受入態勢について

観光地として名高い【①柴又地域】について、観光客の受入態勢の充実を期待する声が目立った。具体的には、「寅さん記念館へのルート表示を増やせるとよい」「矢切の渡しで江戸川を渡った先に観光施設があるとよい」「商店街の多くは閉店時間が早い。夜間の観光魅力を充実させるとよい」「イベントをより充実させるとよい」といった意見が寄せられた。

また、団体ツアーを取り扱う事業者からは、団体バスの駐車場不足や、団体客が一度に入ることのできる食事場所の不足を指摘する声があった。

訪日外国人観光客の受入態勢については、外国人向けの葛飾観光パンフレットの必要性のほか、外国人向けの観光マナーに係る外国語案内が欲しいという声があった。これらの資料に関しては、すでに整備されているものの情報が古いものもあり、定期的な更新が求められる。また、訪日外国人観光客は大きなサイズのスーツケースを持参するケースが多く、鉄道駅や観光地で手荷物預かりサービスや大型コインロッカーの充実が求められる。

▶ 交通手段について

葛飾区の観光地域間のアクセスが弱いことが挙げられる。例えば柴又を訪れた観光客は葛飾区内の他の観光地域ではなく、押上や浅草に行ってしまう傾向が見受けられる。南北を移動する交通網の充実が期待される。

個別の交通手段としては、シェアサイクルやレンタサイクルの充実を期待する声もあるほか、駅前駐輪場の充実を期待する声もあった。

▶ 他地区との連携について

訪れた観光客を案内するために、区内の観光情報を求めている意見があった。具体的には、葛飾区内の観光資源やイベント、駐車場の場所、駐車可能な飲食店などの情報が挙げられた。イベントに関しては、チラシの提供が求められている。

また、葛飾区内での連携はもちろん、近隣の松戸市との観光連携の充実を求める意見もあった。

▶ 葛飾の「食」について

一般に「食」は観光客に重要視される観光魅力のひとつだが、葛飾区は食の魅力に関するPRや発信が他地域に比べて弱いという意見があった。旅行中の様子を写真や動画をSNSにアップする観光客は一定数存在し、それらの投稿は観光地のPRにもつながるものである。

また、葛飾区には訪日外国人観光客の「食」へのニーズを満たすことができない状況もあるという。たとえば、谷中銀座（台東区）では外国人観光客向けの食べ歩き企画を行ったところ、来訪者が増え、宿泊も増加したという話があった。

4.3. 災害時の対応について

訪日外国人を中心に観光客は増加傾向にあり、観光客向けの災害対策は必要との課題認識は多くの事業者が有している。災害時における避難先について、近隣の学校が避難所となるが、区民の利用を想定したものであり、観光客を誘導する仕組みは整っていない。区民への案内も同様ではあるが、外国人観光客とのコミュニケーションを含めて、避難所等の案内についてはピクトグラムなどを用いて誰もが理解しやすい表現とすることが不可欠との意見があった。

第5章 観光振興による地域経済活性化に向けて

5.1. 葛飾区観光の現状

葛飾区は東京都東部に位置し、下町文化や歴史資源を有する地域である。鉄道網は東西方向に充実しており都心へのアクセスは良好だが、南北方向の移動に課題があるため、地域回遊の促進が難しい状況にある。広域連携は有効な方策だが、上野や浅草など既に集客力を持つ地域との連携には葛飾区ならではの付加価値の提示が不可欠となる。

葛飾区の観光客は多様な層で構成されているが、中でも文化・歴史探訪を目的とするシニア層、食やまち歩きを楽しむミドル層女性、キャラクターやポップカルチャーを求める若年層が主要な客層である。

現状の来訪者に加え、潜在的なターゲット層へのアプローチも重要である。潜在的に誘客可能性のある層としては、葛飾区ゆかりのコンテンツに関心を持ちながらも来訪経験のない若年層や、訪問機会が限られる首都圏のファミリー層が挙げられる。訪日外国人では、東京の観光拠点として潜在的需要のある東南アジアからの旅行者が次なるターゲットと考えられる。現在の主要マーケットへの対応を継続しつつ、こうした潜在層の新規開拓にもリソースを配分する必要がある。

5.2. 葛飾区観光の課題

葛飾区には、柴又帝釈天をはじめとする歴史的名所、下町情緒あふれる文化、漫画・アニメの人気キャラクターなど、多様で個性豊かな観光資源がある。水元公園や堀切菖蒲園、江戸川河川敷といった自然豊かな観光資源も豊富である。これらは国内外の観光客にとって大きな魅力となっている。

一方で、観光振興による地域経済活性化に向けて、現状では以下の課題がある。

1) 交通手段 ～南北移動の課題による、区内の回遊性～

葛飾区内の観光回遊を考える上で、南北移動の課題が挙げられる。鉄道網が東西方向に偏っているため、主要観光地間の移動では乗り換えや遠回りが発生し、行動範囲が広がりにくい状況にある。今後、周遊性を高める交通サービスが充実すれば、回遊性の向上や滞在時間の拡大が期待される。

2) 情報発信 ～SNSや動画での発信が弱く若年層中心に認知度向上に課題～

葛飾区観光の情報発信は、SNSや動画といったデジタル媒体の活用が十分とはいえず、トレンド性やビジュアルの魅力を重視する若年層への浸透が課題となっている。今後は、紙媒体やWebサイトに加えて、地域の魅力を短時間で伝えられるショート動画やインフルエンサーとの連携といった手法などを取り入れつつ、葛飾区の魅力を発信していくことが効果的である。

5.3. 観光振興による地域経済の活性化に向けた提案

調査結果を踏まえ、葛飾区における観光振興による地域経済活性化に向けた提案を以下に整理する。

1) 回遊施策～葛飾区内の魅力循環で周遊と消費を促進～

葛飾区全域の魅力を、歴史・自然・キャラクター・食などのテーマ別に整理し、回遊マップやデジタルスタンプラリー、商店街特典と連動させて周遊と消費を促進することが考えられる。さらに、遠方からの観光客が区内をスムーズに回遊できるよう、鉄道・バス・タクシーの利用促進の周知に加え、レンタサイクルやシェアサイクルの活用といった環境を整えていくことで、滞在時間と域内消費の拡大につながるものと考ええる。

2) 広域連携 ～近隣の観光拠点との連携で選ばれる回遊ルートの形成を目指す～

浅草・上野・押上は国内外で高い認知を持つ主要拠点であり、葛飾区がこれらと近接している点は強みであり、広域連携による動線づくりが重要となる。

訪日外国人観光客向けには、浅草・上野・押上の観光関連の案内所やサイネージにて「半日で行ける柴又・亀有モデルコース」のような告知を掲出することで回遊ルートの「定番化」を目指す取組や、日本人、特に関東近郊居住者には「食」をテーマとした期間限定イベントを開催するなど、身近な周遊先としての葛飾の魅力を訴求することが考えられる。

3) 旅行支援・連携 ～商品造成支援を継続し、消費促進と回遊先の多様化に取り組む～

葛飾区では旅行会社を対象に、区内を巡る旅行商品の造成費用を助成しており、特に柴又地域では一定の誘客効果がみられる。一方で、回遊先の多様化や周遊による消費拡大には課題が残る。商品造成支援の効果をさらに高めるため、区内の飲食・土産・文化体験など消費誘発につながる魅力を旅行会社へ積極的に訴求し、商品造成段階から連携を強化することで、区内回遊先の拡大と消費の向上を図る取組みも効果的であると考ええる。

4) 葛飾区未訪問者へのアプローチ ～効果的な媒体活用で若年層等でのイメージ形成～

若年層・ファミリー層など葛飾区未訪問者に対して、まずは「行きたくなる理由」を明確に伝える情報発信が重要である。特に若年層では、情報収集の主流がショート動画やSNSとなっており、短時間で魅力が直感的に伝わる媒体の活用が効果的である。そこで、アニメ・自然体験・下町グルメなど葛飾区の多様な魅力をテーマ別に取上げた映像を制作し、発信を続けていくことが考えられる。チラシやパンフレットなどでの情報を求める層もいるため、紙媒体やWeb上での情報発信は継続しつつ、未訪問層が来訪を具体的にイメージしやすくする情報発信手法を取り入れることで、関心喚起から来訪動機形成へとつなげていく。

本書は、葛飾区産業観光部観光課が株式会社サーベイリサーチセンターに委託して実施した『葛飾区観光経済実態調査報告書』（令和7年度）の概要版である。

◎この冊子は、印刷用の紙へリサイクルできます。

葛飾区観光経済実態調査 報告書 【概要版】

令和8年3月 発行

発行：葛飾区産業観光部観光課

125-0062 東京都葛飾区青戸7-2-1 テクノプラザかつしか2階

電話：03-3838-5558
