

第4章 事業者ヒアリング調査

4.1. 事業者ヒアリング調査の概要

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。

4.2. 事業者ヒアリング調査結果

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。

なお、令和 7 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区内事業者平均でおよそ 7 : 3 であり、足元では外国人観光客の割合が増える傾向がみられた。

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。

なお、令和 7 年の日本人観光客の増減傾向は、増加が 4 件、横ばいが 7 件、減少が 4 件であり、全体としては横ばいといえる。客層に大きな変化はみられない。

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うかがえた。

なお、令和7年の訪日外国人観光客の増減傾向は、増加が8件、横ばいが3件、減少が4件であり、全体としては増加傾向といえる。

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。

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。

商店街・町会の防災活動

- ①防災訓練を、商店街ではなく、町会が実施するケースがある。
- ②商店街において、防火訓練や、商店スタッフを対象とした避難訓練がおおむね実施されている。
- ③火事用にポンプ車があり、商店街で管理している。

観光施設・案内所の防災体制

- ①観光施設や案内所で、訓練を実施しているケースは多い。
- ②防災訓練中に顧客対策も実施する施設はあるが観光客への対応は不十分

交通・観光事業者の安全備品と教育

- ①事業所の本社には消火器やAEDが設置されているところが多い
- ②観光バスの常備品は消火器、無線機、救急箱、経口補水液OS-1など
- ③観光バスでは観光客への災害対応を乗務員やガイドが実施する

防災情報・外国人向け対応

- ①観光客への災害冊子はない
- ②日本語・英語・中国語のマニュアルや災害時用案内カードがあるとよい
- ③葛飾区では「水害」に関する資料や情報が不可欠

4) その他

ツアー商品

定期観光バスでは、葛飾区へのツアー商品は柴又方面のみの設定が多い。現状では訪日外国人のみを対象とするツアーはないという話が多い。

事業者間の連携活動

葛飾区内の大規模商業施設では、区内の玩具製造業者や神社、観光施設等との共催イベントを開催している。

外国人対応

観光客との対応の基本は「英語」が多い。日本のイメージ・景観を維持する上では、多言語表記を過度に増やさないという選択肢もあり得る。