

## 第1章 かつしか観光を取り巻く外部環境

### 1. かつしか観光をめぐる観光・旅行市場の動向

この節では、葛飾区で観光振興を推進するにあたっての前提として、わが国の観光の動向と、観光関連事業者からみた東京観光と葛飾区の観光の動向についてまとめます。

#### (1) わが国の観光の動向

国民の一人当たり国内宿泊旅行回数・宿泊数は漸減傾向、日帰り観光レクリエーションへの参加率はほぼ横ばい

平成16年の国民一人当たりの宿泊観光旅行の回数は1.18回（対前年比8.0%減）であり、多少の変動はあるものの、平成3年のバブル経済の崩壊以降、漸減傾向が続いています。また、宿泊観光旅行の泊数は1.92泊（対前年比4.0%減）であり、近年、宿泊旅行回数と同様に漸減傾向となっています。一方で、平成16年度の日帰り観光レクリエーションへの参加率は58.4%であり、ほぼ前年並みとなっています。

図1-1 国民1人当たりの宿泊観光旅行回数及び宿泊数の推移（平均）

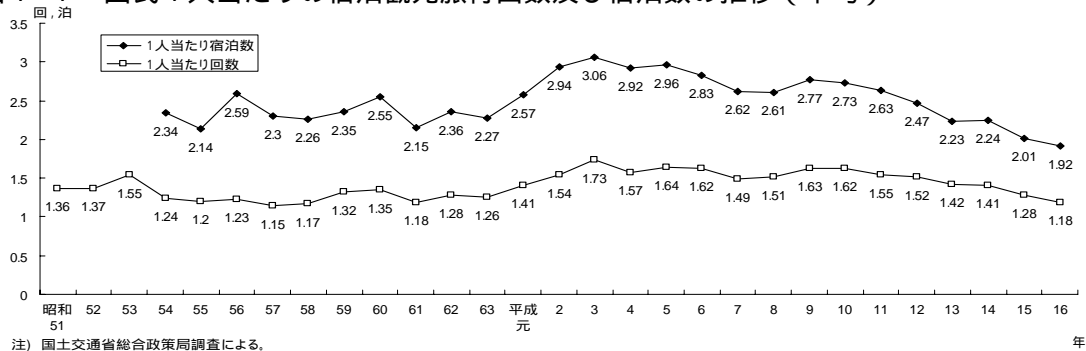
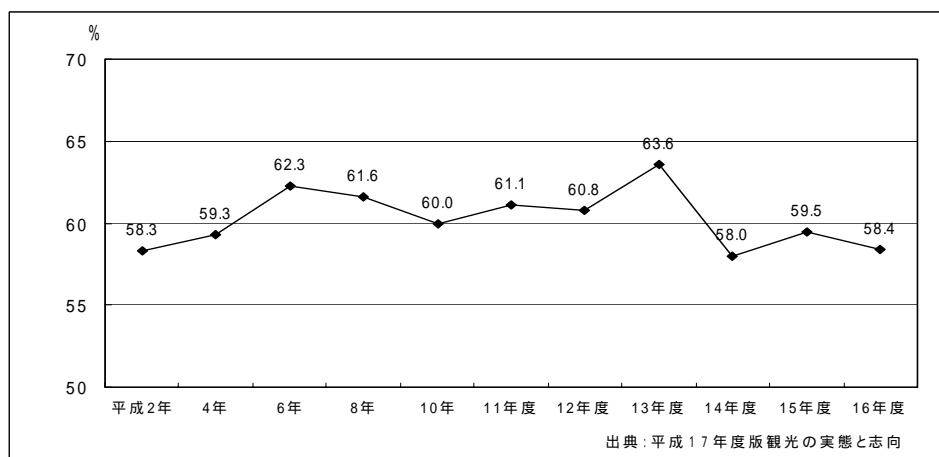


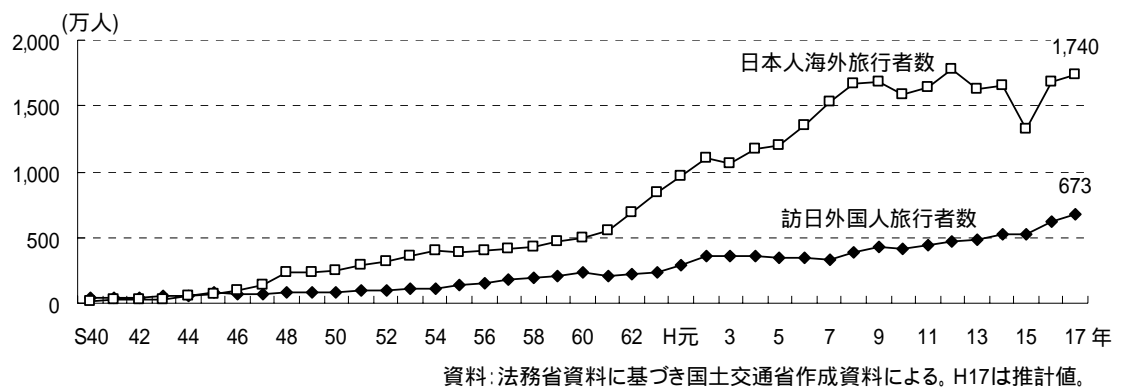
図1-2 日帰り観光レクリエーションへの参加率の推移



海外旅行者数は、過去最高を記録した平成12年に次ぐ水準、訪日外国人旅行者数は増加傾向

平成17年の日本人海外旅行者数は、過去最高を記録した平成12年に次ぐ1,740万人（推計値）であり、対前年比33.9%増でした。訪日外国人旅行者数は673万人（推計値）であり、対前年比9.7%増と大幅に増加。「ビジット・ジャパン・キャンペーン」の効果などもあり、過去最高を更新しました。

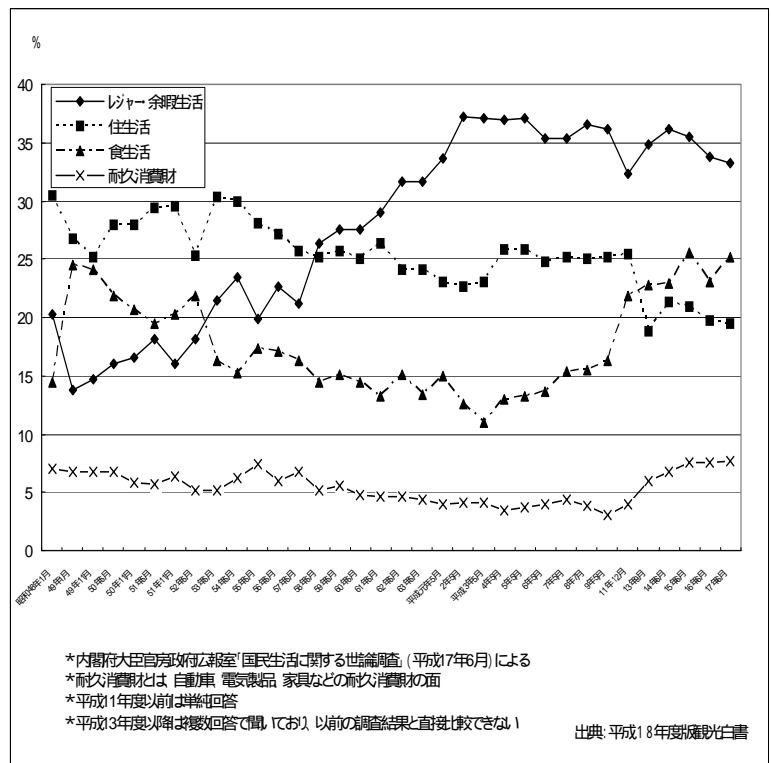
図1-3 日本人海外旅行者数及び訪日外国人旅行者数の推移



観光旅行に対する潜在需要は高い

今後の生活の中で特に重点をおきたい分野としては、「レジャー・余暇生活」が最も高くなっています。また、余暇活動の潜在需要を、参加希望率から実際の参加率を引いた数値でみると、「海外旅行」「国内観光旅行(避暑、避寒、温泉など)」の順に多く(財)社会経済生産性本部の調査による、観光旅行に対する潜在需要は、多様な余暇活動の中で依然として高いことがうかがえます。

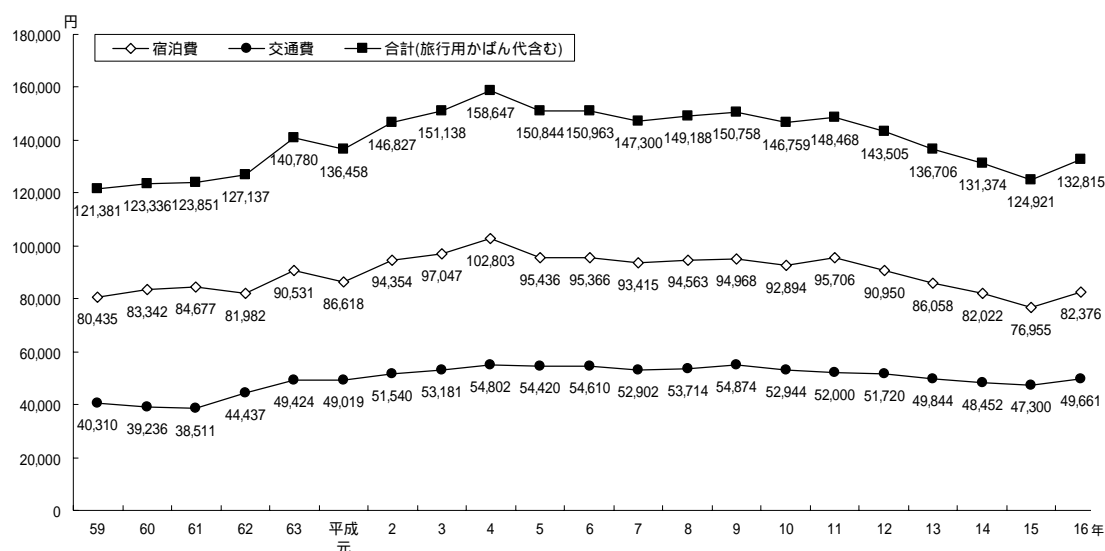
図1-4 今後の生活の力点(推移)



## 旅行関連消費支出は減少傾向の後に増加に転じている

平成 16 年の 1 世帯当たり旅行関連消費支出（国内旅行、海外旅行の区別はない）は 13 万 2,815 円（対前年比 6.3%増）。旅行関連消費支出の自由時間関連支出に占める割合をみると、家計消費支出全体に占める割合は上昇に転じました。

図 1 - 5 旅行関連消費支出の推移



注) 1 総務省統計局「家計調査」及び「消費者物価指数」により国土交通省総合政策局が作成。  
2 合計は、1 世帯当たりの「宿泊費（宿泊料、パック旅行費）」、「交通費（鉄道運賃、航空運賃、有料道路料、他の交通）」及び「旅行用かばん」の年間消費額の合計であり、15年価格に換算している。

「温泉」が大きな魅力であり、「ウォーキング」や「食の魅力」も求められている

観光旅行の主な目的は「自然・名所などの見物・行楽」「温泉に入る・湯治」、旅行先の行動でも「温泉浴」や「自然の風景を見る」の割合が高くなっています。

表 1 - 1 過去 1 年間の観光の目的と行動

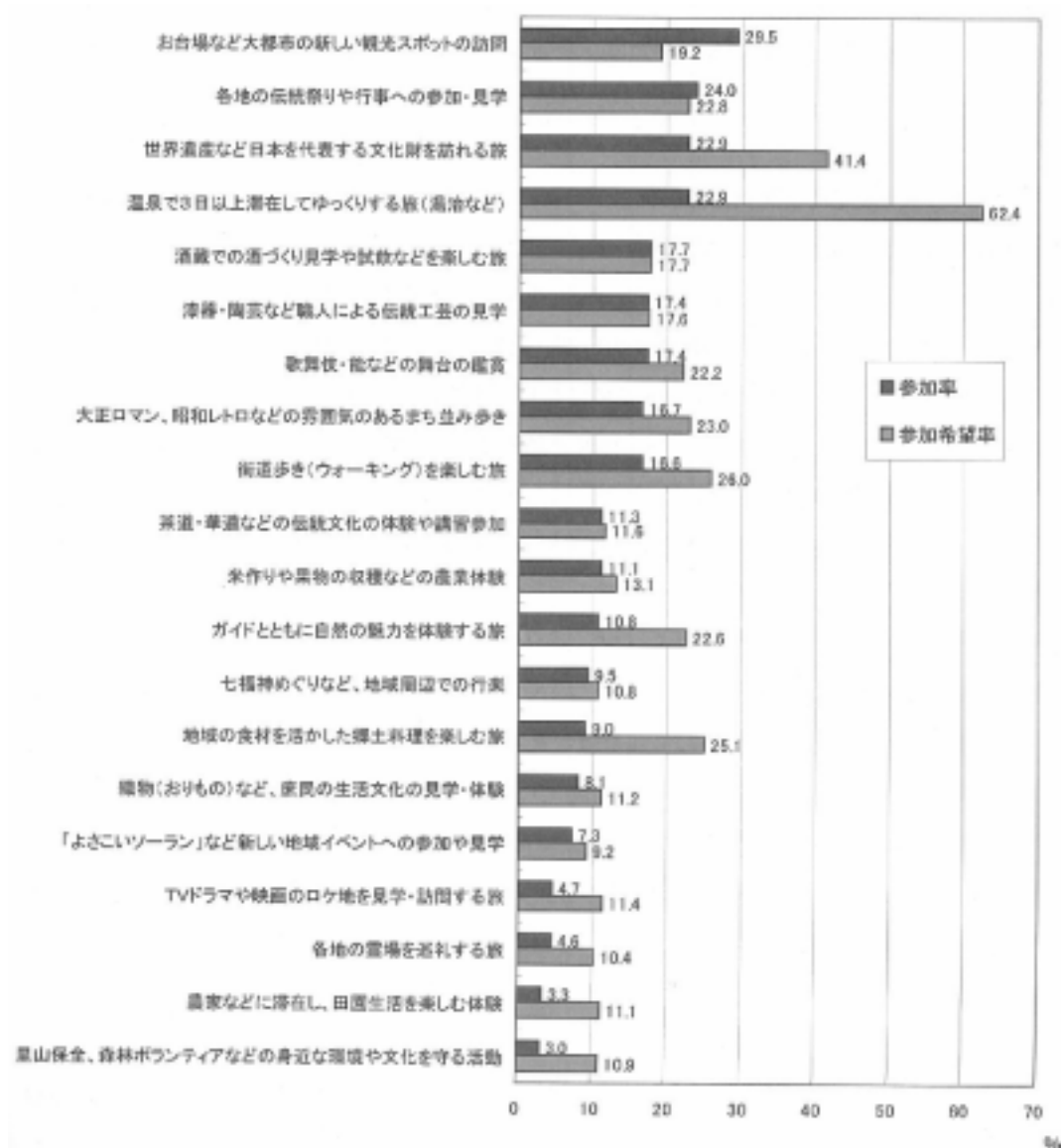
	宿泊観光レクリエーション		日帰り観光レクリエーション	
主な目的	自然・名所などの見物・行楽	24.8%	自然・名所などの見物・行楽	26.3%
	温泉に入る・湯治	18.9%	スポーツ・レクリエーション	20.7%
	スポーツ・レクリエーション	18.5%	温泉に入る・湯治	8.8%
行動 (複数回答)	温泉浴	51.5%	自然の風景を見る	21.7%
	自然の風景を見る	42.5%	温泉浴	12.8%
	名所・旧跡を見る	27.5%	ドライブ	10.9%

出典：平成 17 年度版観光の実態と志向

また、ここ数年求められているテーマ性を持った旅行などの「新しいツーリズム」への参加率をみると、「大都市の新しい観光スポットの訪問」が最も多く、次いで「伝統祭りや行事への参加・見学」「世界遺産などを訪れる旅」「温泉で3日以上滞在する旅」といった形態が多くなっています。

参加を希望する旅としては、「温泉で3日以上滞在する旅」が約6割と最も多く、次いで「世界遺産などを訪れる旅」「ウォーキング」「地域の食材を活かした郷土料理を楽しむ旅」等が多くなっています。

図1-6 新しいツーリズムへの参加率と参加希望率



出典：レジャー白書2005

## 外国人旅行者の訪日動機は多岐にわたっている

外国人旅行者の訪日動機として、「伝統文化・歴史的施設」が最も多く挙げられていますが、これとは対照的な「都市の魅力・現代性」の割合も比較的高くなっています。こうしたことから、わが国の多様な魅力が、外国人旅行者から支持されていることがうかがえます。

表 1 - 2 外国人旅行者の訪日動機  
(単数回答)

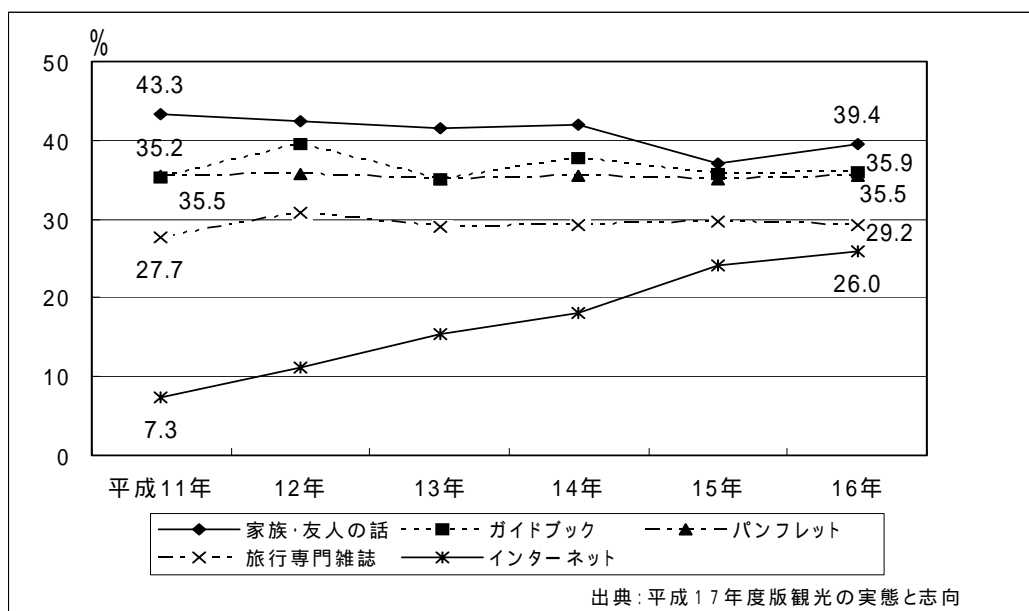
伝統文化・歴史的施設	18.1%
日本訪問への憧れ	15.0%
都市の魅力・現代性	11.9%
温泉・リラックス	9.6%
日本人とその生活	8.5%
自然・景勝地	8.5%
買い物	7.9%
日本の食事	3.8%

出典：JNTO「訪日外客訪問地調査2004 - 2005」

旅行に出る際に参考にしたものは「家族・友人の話」が最も多い  
「インターネット」は年々増加

宿泊旅行に出かけるときに参考にしたものは、「家族・友人の話」「ガイドブック」「パンフレット」「旅行専門雑誌」「インターネット」の順になっています。「インターネット」は、他と比較して年々増加しています。

図 1 - 7 参考にしたもの



## ( 2 ) 観光関連事業者からみたかつしか観光

以下では、区内外の観光関連事業者に対するヒアリング調査の結果から、東京観光と葛飾区の観光の実状についてまとめます(区内事業者: 2 社・団体、区外事業者: 3 社。参考: 「葛飾区観光基礎調査報告書」平成 17 年度)。

### < 東京観光の実状 >

東京は観光地として人気は高いが、訪れるのは定番の場所とショッピング先

- ・東京版の「るるぶ」は、どこの県でも上位 10 位に入るくらい売れている。
- ・東京にくる観光の大きな目的は東京ディズニーランド。そして、六本木ヒルズ、汐留など都市型テーマパークといえるもの。
- ・人気のあるコースは、東京タワー、皇居、浅草などの名所を巡る定番のもの。定番コース以外にも、時期ごとのコースなども設定しているが全体の 5 % 程度。
- ・東京に求められているのは、ショッピング、アミューズメント、最近では六本木ヒルズなどといった都会的なものである。東京版「るるぶ」は地方から遊びに来る人のためのガイドブックであるので、このような東京のメインの観光スポットの情報ばかりとなる。

外国人観光客の目的は明確であり、欧米人は日本の文化や伝統に触れる、中国・韓国・台湾人はショッピング

- ・海外からの観光客の目的意識ははっきりしている。欧米人は日本・東洋の伝統や文化に触れることを目的に浅草や谷中、千駄木、根津などに行く。東南アジアや中国、韓国人は買い物目的に秋葉原などに行くことが多い。
- ・中国、韓国、台湾からの観光客が全外国人観光客の大半を占める。この観光客たちのほとんどは宿泊単価が低い。具体的には 5,000 円以下で食事つきが求められているが、営業的には厳しい。

## < 葛飾区の観光の実状 >

観光地としての葛飾区の知名度は高くない

- ・ 葛飾区それ自体の認知度は高くない。
- ・ 地方在住者のうち、寅さんの映画で柴又というところがあることは知っていても、葛飾区にあることまで知る人は少ない。また、水元公園は都内随一の水郷景観をもつ素晴らしい公園でありながら、近隣の人々しかその良さがわかっていない。広くPRし、観光の視点をもった誘客のプランニングをしていくことが必要。

葛飾の観光といえば柴又だが、訪れる観光客は減っている

- ・ 柴又を訪れるコースは長い期間続けており、土日には民間のバス会社が観光バスを2台出している。ただ、プラスアルファの何かがあればよいと思っている。利用者からの声を受けて、食事をして寅さん記念館も見学ができるように滞在時間を現在の90分よりも長くしようとしている。
- ・ 柴又は、そのまち自体が素晴らしい。しかし、寅さん人気にまだ頼らざるを得ない現状が見える。
- ・ 現在の観光客は最盛期（細川たかしの「矢切の渡し」が流行していた頃や渥美清氏が亡くなった平成8年頃）の2分の1～3分の2程度に減っている。観光バスも、年間ベースで30%くらい減っている。バス会社は、茨城、神奈川、埼玉、千葉などの関東近辺が多い。観光客は中高年が多いが、寅さんを知らない若い世代も増えてきている。外国人観光客も増えていると思う。中でも韓国、台湾、中国人が多い。

水元公園は観光地として活用しきれていない

- ・ 広大な広さをもち、素晴らしい景観をもっている水元公園の利用実態は、近隣の小学生などが遠足で利用していることが多く、あまり広く利用されていない。
- ・ 6月の葛飾菖蒲まつりの時期にはコースに水元公園を組み込んでいる。実際に行った人の評判は良いが、ほとんどの人は水元公園の素晴らしさを事前には聞いたことがないらしい。

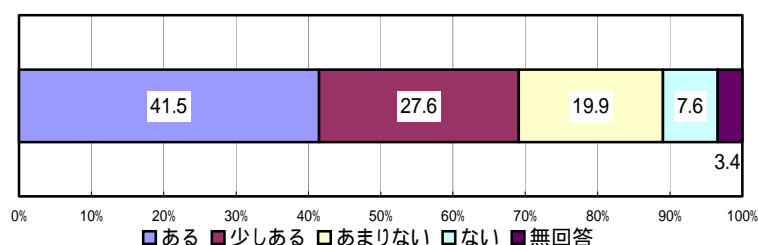
### ( 3 ) 全国の消費者からみた東京観光・葛飾区の観光

(財)日本交通公社が全国の消費者に対して実施している「旅行者動向調査」の結果から、東京都および葛飾区の観光についての意識や来訪経験等をまとめると以下ようになります(配布数：4,000人(毎年) 回収数：2005年2,511人、2006年2,151人)

#### < 東京都心での観光に対する意識(2005年調査) >

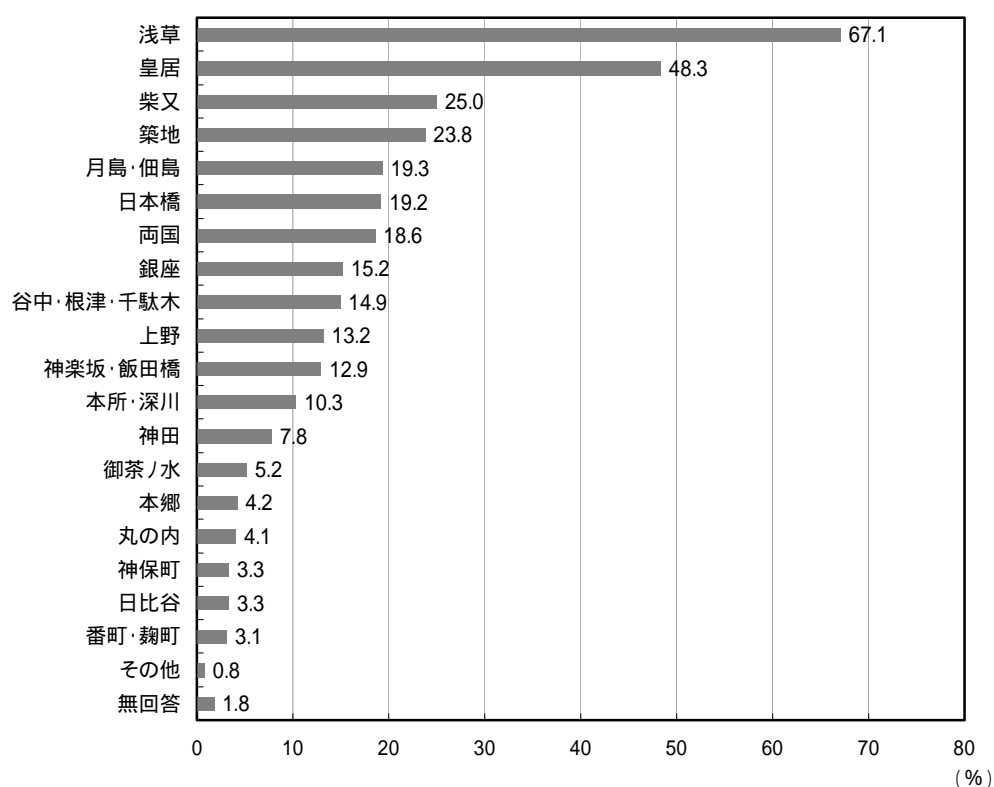
約7割の人が東京都心での観光に興味を持っている

図1 - 8 東京観光への興味の程度



柴又は、「歴史・文化にふれる」まちとして25%の人が来訪希望

図1 - 9 東京観光で行きたい「歴史・文化にふれる」場所



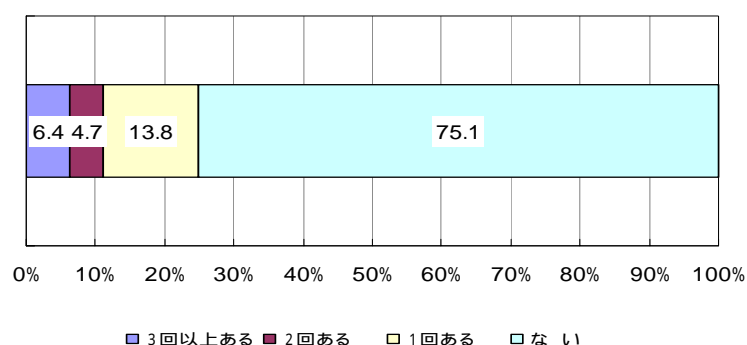


< 葛飾区への来訪経験・来訪意向・期待する過ごし方（2006年調査）>

「観光目的で行ったことがない」が75%、次いで「1回ある」14%、  
「3回以上ある」6%

- ・地域別にみると、「南関東」在住者において「3回以上ある」18.4%、  
「行ったことがない」47.2%、「北関東」在住者で「3回以上ある」9.8%、  
「行ったことがない」68.6%となっており、両地域では全体平均よりも  
来訪経験が高くなっています。

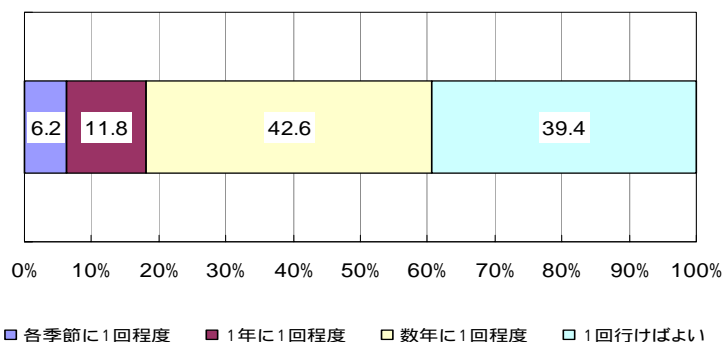
図1 - 10 葛飾区へ観光目的で行った回数



希望する来訪頻度は「数年に1回程度」が43%、次いで「1回行けばよい」39%、「1年に1回程度」12%

- ・「南関東」在住者についてみると、「数年に1回程度」(44.6%)という  
回答は全体平均とほぼ同じ割合ですが、「1回行けばよい」(29.5%)の  
割合が低く、「1年に1回程度」(16.9%)と「各季節に1回程度」(9.0%、  
全体平均6.2%)の回答がやや多くなっています。

図1 - 11 今後葛飾区へ行きたいと思う頻度



葛飾区でやってみたいことは「寅さんやこち亀に縁のある場所を訪ねる」が51%、次いで「帝釈天などの寺社や史跡を訪ねる」42%

- ・ 男女・年齢別に特徴をみると、45～69歳の男性において「帝釈天などの寺社や史跡を訪ねる」という回答が全体平均を上回っています。女性については、55～59歳において「花菖蒲や桜等季節の花を見る」、30～44歳において「商店街で買い物や食べ歩きをする」という回答が、全体平均を約10ポイント以上上回っています。
- ・ ライフステージ別にみると、「未婚の男性」と「小学生の子供を持つ男性」において「寅さんやこち亀に縁のある場所を訪ねる」（それぞれ63.8%、70.2%）が多く、「小学生の子供を持つ男性」は「帝釈天などの寺社や史跡を訪ねる」（51.2%）の割合も高くなっています。女性については、「未婚の女性」において「商店街で買い物や食べ歩きをする」（39.0%）「生活感あふれる下町的な雰囲気を味わう」（37.0%）「花火大会等のイベントや祭を楽しむ」（30.0%）の割合が高い点が特徴となっています。
- ・ 「南関東」在住者についてみると、「花菖蒲や桜等季節の花を見る」（31.4%）「水元公園など自然の中でのんびりする」（27.2%）が全体平均を大きく上回っています。

図1 - 12 葛飾区でやってみたいこと、今後期待するもの

