

4.「かつしか観光プラン」の構成

かつしか観光を取り巻く外部環境と内部環境（第1・2章）

積極的に活用

機会

今後追い風になると思われる環境変化

時間的余裕のある中高年層や訪日外国人の増加と「昭和ブーム」によって、葛飾区への来訪者の増加が期待される

健康志向の高まりによるハイキングやまちなか散策、ものづくりの現場を体験する教育旅行等新しい旅行の活発化により、葛飾区内に新たな観光資源が生まれる可能性がある

新東京タワーの建設や「寅さん」映画の再放送をきっかけとして、「葛飾」の知名度や葛飾区への来訪意向が高まることが期待される

脅威

今後向かい風になると思われる環境変化

高齢化・少子化の進行による人口減少が、観光産業にマイナスの影響を与える恐れがある

旅行に対する希望は強いものの、消費行動の慎重化や余暇活動の多様化等を背景として、将来的に旅行への志向が低下することが懸念される

全国各地および世界各国での観光振興の取り組みによって、旅行者の奪い合いが一層激化する

「葛飾」のイメージ作りに貢献した映画・テレビアニメの製作・放映が終了したことで、全国へ地域イメージを発信する機会が減少する

強み

他の自治体と比較して優位であるもの

知名度が高い人気映画・テレビアニメの舞台であるため、「葛飾」のイメージを全国へ発信できる

都内では貴重な広々とした公園や河川敷、緑地や農地といった自然が身近にある

今後の取り組みによっては誘客力を持つと期待される地域資源が存在する

区の東西地域からのアクセス条件が良く、区内は自転車等でゆっくりとめぐることができる

弱み

他の自治体と比較して劣っているもの

新しい観光資源を開発する取り組みが弱く、既存観光地への施策の偏りがみられる

区内をスムーズに移動できる手段が不足している

観光振興に対する区民の意識が低く、観光推進体制も充分とはいえない

かつしか観光の将来目標像（第3章）

川の手の魅力と情緒が
息づくまち かつしか
～ 住む人・訪れる人が
ともに織りなす
にぎわいと安らぎの交差点づくり～

・多くの人々を惹きつけている既存の観光地に、新たに人々が集う地域が加わることで、区内全域でにぎわいを生み出すことを目指します

・魅力が高まった「かつしか」を、多くの人々に広く知ってもらいイメージアップにつなげることで、何度でも訪れたい、暮らしたい葛飾区となることを目指します

・区民自身が地元の魅力を知ってそれを楽しみ、地域活性化のために主体的に行動することを通じて、誇りに思えるまちとなることを目指します

かつしか観光の3つの基本的な方向性（第3章）
観光振興施策（第4章）

1.「かつしか」の魅力の再評価と創出

1-1.「かつしか」のイメージの把握と活用

1-2.既存観光資源の新たな手法による活用

1-3.新たな魅力の創出

2.身近で回遊性の高い「かつしか」の実現

2-1.主となるターゲットの明確化

2-2.回遊性を高める周遊ルートの開発

2-3.気軽に何度も訪れたい環境整備と情報発信

3.「かつしか」区民とともに取り組む受け入れ態勢の整備

3-1.区民が主体となった「観光まちづくり」の推進

3-2.観光関連産業に関わる人材の育成

3-3.区内外の観光関連組織、近隣エリアとの連携

リーディングプロジェクト

- 1.全国区の知名度を持つキャラクター活用の検討
- 2.伝統産業製品の地元商店・飲食店等での積極的な利用・PR
- 3.河川を活かした魅力の創出
- 4.「かつしか」ならではのテーマ性・物語性のある周遊ルートの開発
- 5.効果的な情報発信の推進
- 6.区民の生涯教育・文化的活動とともに進める魅力発見と情報発信
- 7.近隣区とともに推進する広域観光ルートの開発と情報発信

「かつしか観光プラン」の着実な推進に向けて（第5章）