

高鷺町（郡上市）観光基礎マーケティング調査 2026

実施主体	高鷺観光協会
集計・可視化	株式会社DataBake
調査期間	2026年9月25日（金）～9月26日（土）
データ取得日	2026-10-01
集計日	2026-10-01
版	v0.1.0（集計 2026-10-01）



調査概要

- ・ 調査方法: インターネットリサーチ（マクロミル QuickMill・モニター会員）。スクリーニング調査で高鷲町の来訪歴を把握し、本調査を割付回収
- ・ 調査期間: 2026年9月25日（金）～9月26日（土）
- ・ 対象: 東海・北陸・関西・関東に居住する 20～79 歳（スクリーニングは関東 3,000・中部 4,000・近畿 3,000）
- ・ 割付: エリア4（東海・関西・関東 各 34 人、北陸 18 人）× 性別2 × 年代3 × 来訪歴2 = 48 セル（有効 1,440）
- ・ 回収の内訳: スクリーニング 10,000 / 本調査回収 1,440 / 有効 1,440 / 無効 0
- ・ 推計: しない（割付回収した回答者の構成をそのまま示す。ウェイトバック・母集団推計・信頼区間を出さない）

軸（全設問に共通）

- ・ エリア別: 東海 408人 / 北陸 216人 / 関西 408人 / 関東 408人
- ・ 性年代別: 男性20～30代 240人 / 男性40～50代 240人 / 男性60代以上 240人 / 女性20～30代 240人 / 女性40～50代 240人 / 女性60代以上 240人
- ・ 来訪歴別: 来訪者 720人 / 非来訪者 720人

n の扱い（表示制御）

- ・ 1～4: n<5 のため非表示
- ・ 5～9: n<10 のため件数のみ
- ・ 10～29: 参考値（n<30）
- ・ 30 以上: 通常表示（代表性は保証しない）

回答者の内訳

👤 集計対象(有効回答)

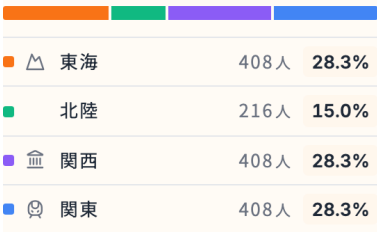
1,440人

以下の構成比はこの人数に対する割合

🔄 回収の流れ



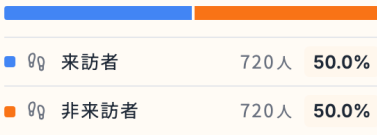
📍 エリア別



👤 性年代別



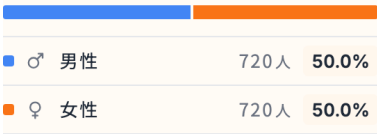
👤 来訪歴別



📅 年代別



👤 性別



構成比＝有効回答に対する割合。割付回収のため母集団の分布ではない。推計・ウェイトなし

調査結果のポイント

主要 5 点＝四象限の結果と、全体との差が大きかった順（自動選定）。今回の回答者での値（推計なし）。公開前に人が選び直し・確認する。

- 1 「知られていないが興味は高い」は 11 件：「ひるがの高原」、「星空」、「清流「長良川」の源流域」、「ホテル」、「ひるがの高原サービスエリア」、「ひるがの高原ソフトクリーム」、「季節の山の幸」、「高原野菜・高原果物」、「ひるがの高原牛乳・乳製品」、「温泉（3か所）」、「けいちゃん」。基準線は認知度・興味度とも 50%（固定）。
- 2 「郡上八幡」が最も多く 30.2%（235人中71人）。次いで「ひるがの高原 牧歌の里」29.8%。区分別では性年代別の男性60代以上で「郡上八幡」が 63.6%と、全体より約33ポイント高い（n=44）。
- 3 「満足（非常に満足＋満足）」は 38.8%（497人中193人）。区分別では性年代別の男性20～30代で「満足（非常に満足＋満足）」が 60.2%と、全体より約21ポイント高い。
- 4 「アクセスの良さ」が最も多く 35.0%（434人中152人）。次いで「スキー以外の体験」15.4%。区分別では性年代別の女性20～30代で「アクセスの良さ」が 14.1%と、全体より約21ポイント低い（n=64）。
- 5 「訪れたい（とても＋やや）」は 53.6%（1,440人中772人）。区分別では来訪歴別の来訪者で「訪れたい（とても＋やや）」が 66.8%と、全体より約13ポイント高い。

認知度 × 興味度（全体）

Q15A×Q16A

「知られていないが興味は高い」は 11 件：「ひるがの高原」、「星空」、「清流「長良川」の源流域」、「ホテル」、「ひるがの高原サービスエリア」、「ひるがの高原ソフトクリーム」、「季節の山の幸」、「高原野菜・高原果物」、「ひるがの高原牛乳・乳製品」、「温泉（3か所）」、「けいちゃん」。基準線は認知度・興味度とも 50%（固定）。

知られていないが興味は高い 認知度 50%未満・興味度 50%以上	知られていて興味も高い 認知度・興味度とも 50%以上	知られているが興味は低い 認知度 50%以上・興味度 50%未満	知られておらず興味も低い 認知度・興味度とも 50%未満
--------------------------------------	--------------------------------	-------------------------------------	---------------------------------

象限は位置の事実。何を優先するか（施策の読み）は人が書く



出典: Q15A×Q16A。横軸＝認知度、縦軸＝興味度（いずれも％）。基準線は固定。数値表は HTML 報告書と Excel に

立ち寄りスポット（秋）

Q5_AUTUMN

「郡上八幡」が最も多く 30.2%（235人中71人）。次いで「ひるがの高原 牧歌の里」29.8%。区分別では性年代別の男性60代以上で「郡上八幡」が 63.6%と、全体より約33ポイント高い（n=44）。

全体 +10ポイント以上 全体 +5ポイント以上 全体 -5ポイント以下 全体 -10ポイント以下 （n=30以上の区分のみ塗る）

		n	郡上八幡	ひるがの 高原 牧歌 の里	ひるがの 高原サー ビスエリ ア	郡上八幡 城	ひるがの 分水嶺 公園	道の駅白 山文化の 里長滝	道の駅大 日岳	道の駅一 今伝授の 里やまと	大滝鍾 乳洞
全体		235	30.2%	29.8%	25.1%	17.0%	12.3%	11.5%	11.1%	10.6%	10.6%
エリア別	東海	59	33.9%	39.0%	18.6%	16.9%	13.6%	5.1%	13.6%	16.9%	15.3%
	北陸	44	38.6%	47.7%	40.9%	9.1%	9.1%	6.8%	6.8%	4.5%	9.1%
	関西	58	27.6%	22.4%	27.6%	15.5%	12.1%	17.2%	8.6%	8.6%	8.6%
	関東	74	24.3%	17.6%	18.9%	23.0%	13.5%	14.9%	13.5%	10.8%	9.5%
性年代別	男性20～30代	42	7.1%	16.7%	14.3%	9.5%	9.5%	9.5%	9.5%	4.8%	9.5%
	男性40～50代	39	30.8%	28.2%	23.1%	17.9%	20.5%	17.9%	20.5%	15.4%	15.4%
	男性60代以上	44	63.6%	40.9%	29.5%	40.9%	15.9%	15.9%	4.5%	4.5%	11.4%
	女性20～30代	39	10.3%	25.6%	17.9%	2.6%	10.3%	7.7%	15.4%	7.7%	5.1%
	女性40～50代※	29	24.1%※	27.6%※	37.9%※	10.3%※	6.9%※	10.3%※	10.3%※	13.8%※	6.9%※
	女性60代以上	42	40.5%	38.1%	31.0%	16.7%	9.5%	7.1%	7.1%	19.0%	14.3%

複数回答のため合計は100%を超える。※＝参考値（n が 10～29）。－＝n が 5 未満のため非表示。数値は%（小数1桁）、分母は各行の n

出典: Q5_AUTUMN。表の色は全体との差（橙＝高い、青＝低い。±5／±10 ポイント。n≥30 の区分のみ）。数値・n は表内

満足度: 夜のコンテンツ

Q13_14

「満足（非常に満足＋満足）」は 38.8%（497人中193人）。区分別では性年代別の男性20～30代で「満足（非常に満足＋満足）」が 60.2%と、全体より約21ポイント高い。

全体 +10ポイント以上 全体 +5ポイント以上 全体 -5ポイント以下 全体 -10ポイント以下 （n=30以上の区分のみ塗る）

		n	非常に満足	満足	どちらともいえない	不満	非常に不満	満足(非常に満足＋満足)
全体		497	11.5%	27.4%	49.3%	9.1%	2.8%	38.8%
エリア別	東海	123	10.6%	19.5%	60.2%	7.3%	2.4%	30.1%
	北陸	67	4.5%	22.4%	61.2%	11.9%	0.0%	26.9%
	関西	140	10.7%	30.0%	46.4%	10.0%	2.9%	40.7%
	関東	167	15.6%	32.9%	38.9%	8.4%	4.2%	48.5%
性年代別	男性20～30代	98	25.5%	34.7%	25.5%	11.2%	3.1%	60.2%
	男性40～50代	82	4.9%	37.8%	42.7%	12.2%	2.4%	42.7%
	男性60代以上	75	2.7%	17.3%	68.0%	9.3%	2.7%	20.0%
	女性20～30代	92	14.1%	28.3%	38.0%	14.1%	5.4%	42.4%
	女性40～50代	77	10.4%	22.1%	62.3%	2.6%	2.6%	32.5%
	女性60代以上	73	6.8%	20.5%	69.9%	2.7%	0.0%	27.4%

満足（非常に満足＋満足）＝非常に満足＋満足 の合計（表の右端の列）。※＝参考値（n が 10～29）。－＝n が 5 未満のため非表示。数値は%（小数1桁）、分母は各行の n

出典: Q13_14。表の色は全体との差（橙＝高い、青＝低い。±5／±10 ポイント。n≥30 の区分のみ）。数値・n は表内

高鷲のスキーエリアを選んだ理由

SQ2

「アクセスの良さ」が最も多く 35.0%（434人中152人）。次いで「スキー以外の体験」15.4%。区分別では性年代別の女性20～30代で「アクセスの良さ」が14.1%と、全体より約21ポイント低い（n=64）。

全体 +10ポイント以上 全体 +5ポイント以上 全体 -5ポイント以下 全体 -10ポイント以下 （n=30以上の区分のみ塗る）

		n	アクセス の良さ	スキー以 外の体 験	ゲレンデ の規模	飲食・グ ルメ	積雪量・ 雪の安 定性	地域・街 の魅力	温泉・入 浴施設	家族連 れ・初心 者への 対応	旅横にスクロール 用（リフト券含 む）	コースの 多様性
全体		434	35.0%	15.4%	13.8%	13.8%	13.4%	13.1%	12.9%	12.9%	12.7%	11.5%
エリア別	東海	179	39.7%	13.4%	12.3%	13.4%	13.4%	8.9%	15.1%	14.0%	14.0%	11.2%
	北陸	75	29.3%	20.0%	13.3%	10.7%	6.7%	9.3%	6.7%	8.0%	4.0%	5.3%
	関西	101	38.6%	13.9%	12.9%	12.9%	11.9%	15.8%	11.9%	18.8%	19.8%	15.8%
	関東	79	25.3%	17.7%	19.0%	19.0%	21.5%	22.8%	15.2%	7.6%	8.9%	12.7%
性年代別	男性20～30代	70	32.9%	18.6%	18.6%	20.0%	22.9%	24.3%	12.9%	15.7%	21.4%	15.7%
	男性40～50代	78	43.6%	7.7%	20.5%	10.3%	16.7%	12.8%	14.1%	11.5%	17.9%	11.5%
	男性60代以上	72	50.0%	15.3%	15.3%	9.7%	8.3%	8.3%	5.6%	9.7%	9.7%	9.7%
	女性20～30代	64	14.1%	14.1%	10.9%	12.5%	14.1%	14.1%	9.4%	15.6%	9.4%	10.9%
	女性40～50代	82	35.4%	17.1%	12.2%	15.9%	13.4%	8.5%	14.6%	9.8%	7.3%	15.9%
	女性60代以上	68	30.9%	20.6%	4.4%	14.7%	4.4%	11.8%	20.6%	16.2%	10.3%	4.4%
来訪歴別	来訪者	367	36.2%	15.5%	14.2%	13.1%	13.9%	13.1%	12.0%	13.6%	13.9%	12.3%
	非来訪者	67	28.4%	14.9%	11.9%	17.9%	10.4%	13.4%	17.9%	9.0%	6.0%	7.5%

複数回答のため合計は100%を超える。※＝参考値（n が 10～29）。－＝n が 5 未満のため非表示。数値は%（小数1桁）、分母は各行の n

出典: SQ2。表の色は全体との差（橙＝高い、青＝低い。±5／±10 ポイント。n≥30 の区分のみ）。数値・n は表内

来訪意向（来訪者は再来訪）

Q10

「訪れたい（とても＋やや）」は53.6%（1,440人中772人）。区分別では来訪歴別の来訪者で「訪れたい（とても＋やや）」が66.8%と、全体より約13ポイント高い。

全体 +10ポイント以上

全体 +5ポイント以上

全体 -5ポイント以下

全体 -10ポイント以下

(n=30以上の区分のみ塗る)

		n	とてもそう思う	ややそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	まったくそう思わない	訪れたい(とても＋やや)
全体		1,440	17.6%	36.0%	33.9%	8.5%	4.0%	53.6%
エリア別	東海	408	18.4%	33.1%	33.8%	10.0%	4.7%	51.5%
	北陸	216	10.6%	38.9%	37.5%	9.7%	3.2%	49.5%
	関西	408	17.9%	38.0%	31.6%	7.8%	4.7%	55.9%
	関東	408	20.1%	35.5%	34.3%	7.1%	2.9%	55.6%
性年代別	男性20～30代	240	22.9%	41.7%	26.2%	6.2%	2.9%	64.6%
	男性40～50代	240	17.5%	37.9%	32.1%	8.3%	4.2%	55.4%
	男性60代以上	240	9.6%	31.7%	44.2%	8.3%	6.2%	41.2%
	女性20～30代	240	22.5%	37.9%	29.2%	7.5%	2.9%	60.4%
	女性40～50代	240	18.8%	35.8%	33.8%	7.5%	4.2%	54.6%
	女性60代以上	240	14.2%	31.2%	37.9%	13.3%	3.3%	45.4%
来訪歴別	来訪者	720	25.3%	41.5%	26.5%	4.4%	2.2%	66.8%
	非来訪者	720	9.9%	30.6%	41.2%	12.6%	5.7%	40.4%

訪れたい(とても＋やや)＝とてもそう思う＋ややそう思う の合計(表の右端の列)。※＝参考値(n が 10～29)。―＝n が 5 未満のため非表示。数値は% (小数1桁)、分母は各行の n

出典: Q10。表の色は全体との差（橙＝高い、青＝低い。±5／±10 ポイント。n≥30 の区分のみ）。数値・n は表内

認知度 × 興味度（来訪歴別）

Q15A×Q16A

「知られていないが興味は高い」の素材は、来訪者で 11 件と最も多く、非来訪者で 5 件と最も少ない。（来訪者 11、非来訪者 5）

この調査で言えること・言えないこと

言えること

- ・割付回収した回答者（本調査 1,440 人）における認知・興味・来訪実態・評価の分布と、3 軸間の差
- ・スクリーニング 10,000 人における高鷺町の認知・来訪歴の分布（エリア・性別・年代の人口構成に沿った配信）

言えないこと

- ・本調査の全体値を母集団の構成比として読むこと（来訪者と非来訪者が半数ずつ、北陸が少ない割付のため）
- ・来訪の因果（興味が高いから来たのか、来たから興味が高いのか）
- ・非来訪者の「興味」は説明文を読んだうえでの興味であり、実際の来訪意向ではない

誤解を避けたいこと

- ・本調査の全体値は割付サンプルの単純合算であること（全ページに注記）
- ・ $n < 30$ のセルの割合を全体の傾向として読ませないこと（北陸 × 性年代 × 来訪歴は 18 人）
- ・「興味が高い」を「来訪意向が高い」と読み替えないこと
- ・「GAP調査」という呼称は使わない（他社の商品名）。「基礎マーケティング調査」と呼ぶ

集計方法と注意

- ・割合の分母は各設問の有効回答者（n_analysis）。無回答は分母から除き、人数を別に示す
- ・複数回答は回答者割合（合計は 100% を超える）。クロスは横%（行＝軸区分）
- ・上限開放区間（例: 50,000円以上）から平均は算出しない
- ・推計・ウェイトバック・信頼区間・検定は行わない（実態調査）
- ・n が少ないセルは表示を制御（1～4 非表示／5～9 件数のみ／10～29 参考値）
- ・本 PPTX の図と数字は HTML 報告書と同じ集計値（aggregates.json）から生成。PPTX 側で再集計していない
- ・Excel（takasu-visitor-survey-2026_集計.xlsx）の集計セルは数式で残し、独立再計算と全セル一致を確認済み
- ・元データ SHA256: raw 41e42f777b392c13... / clean a83dca23a5b295a9...