

(参考資料)

1. アンケート調査結果

(1) 市内アンケート調査の概要

平成 27 年度に高山市内に居住する 15 歳以上の男女 1,000 名に対して、無作為にアンケート調査票を郵送し、405 名の市民から回答を得た。

(属性)

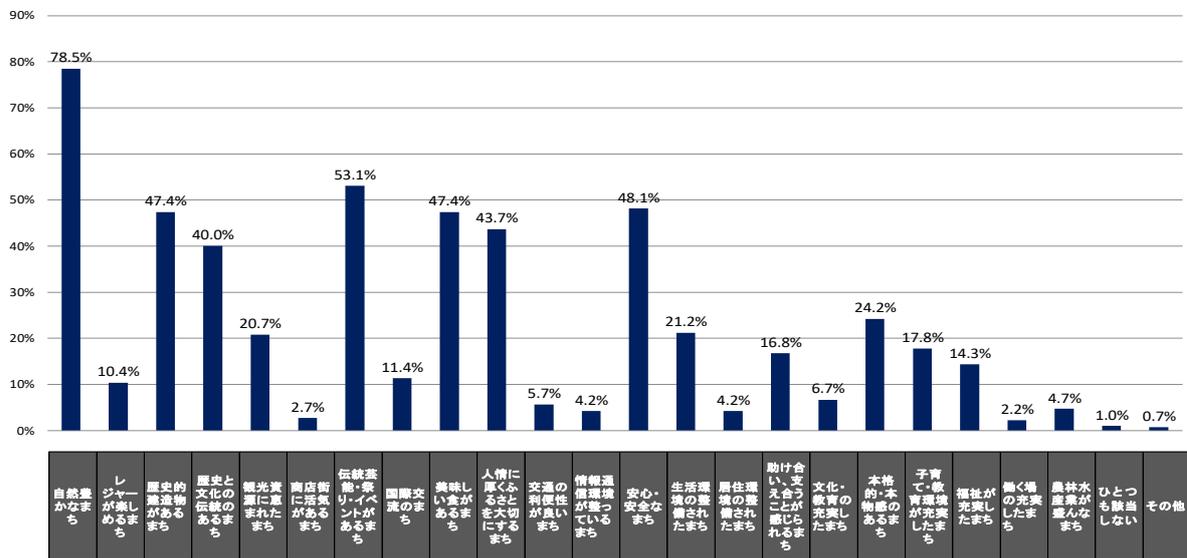
性別	年代	回収件数
男性	18 歳未満	9 名
	18 歳以上 24 歳以下	6 名
	25 歳以上 34 歳以下	12 名
	35 歳以上 49 歳以下	44 名
	50 歳以上 64 歳以下	39 名
	65 歳以上 99 歳以下	69 名
女性	18 歳未満	7 名
	18 歳以上 24 歳以下	6 名
	25 歳以上 34 歳以下	19 名
	35 歳以上 49 歳以下	44 名
	50 歳以上 64 歳以下	52 名
	65 歳以上 99 歳以下	92 名
属性不明		6 名
合計		計 405 名

◆飛騨高山の良いところは「自然」「歴史・文化」「治安」「食文化」

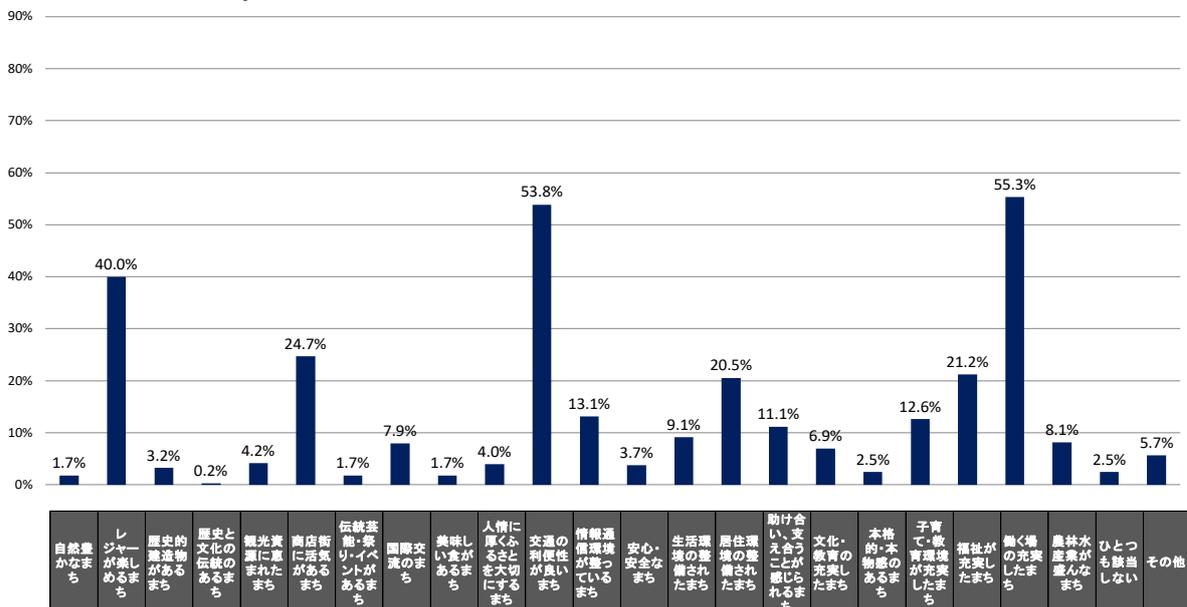
飛騨高山の「良いところ」では、多くの市民が「自然豊かなまち」(78.5%)をあげており、自然・環境が圧倒的に評価されている。これ以外に「伝統芸能・祭り・イベントがあるまち」(53.1%)、「安心・安全なまち」(48.1%)、「歴史的建造物があるまち」(47.4%)、「美味しい食があるまち」(47.4%)、「人情に厚くふるさとを大切にすまち」(43.7%)などがあげられており、古くから受け継がれている伝統や歴史・文化、人柄、安全・安心などの評価が高くなっている。

一方、飛騨高山の「良くないところ」では、「働く場の充実したまち」(55.3%)、「交通の利便性が良いまち」(53.8%)、「レジャーが楽しめるまち」(40.0%)などがあげられている。

問：飛騨高山の『良いところ』はどのようなところにあると思いますか。あてはまるものすべてに○をつけてください。



問：飛騨高山の『良くないところ』はどのようなところにあると思いますか。あてはまるものすべてに○をつけてください。



◆飛騨高山の魅力度（知人等にお勧めできるもの）は

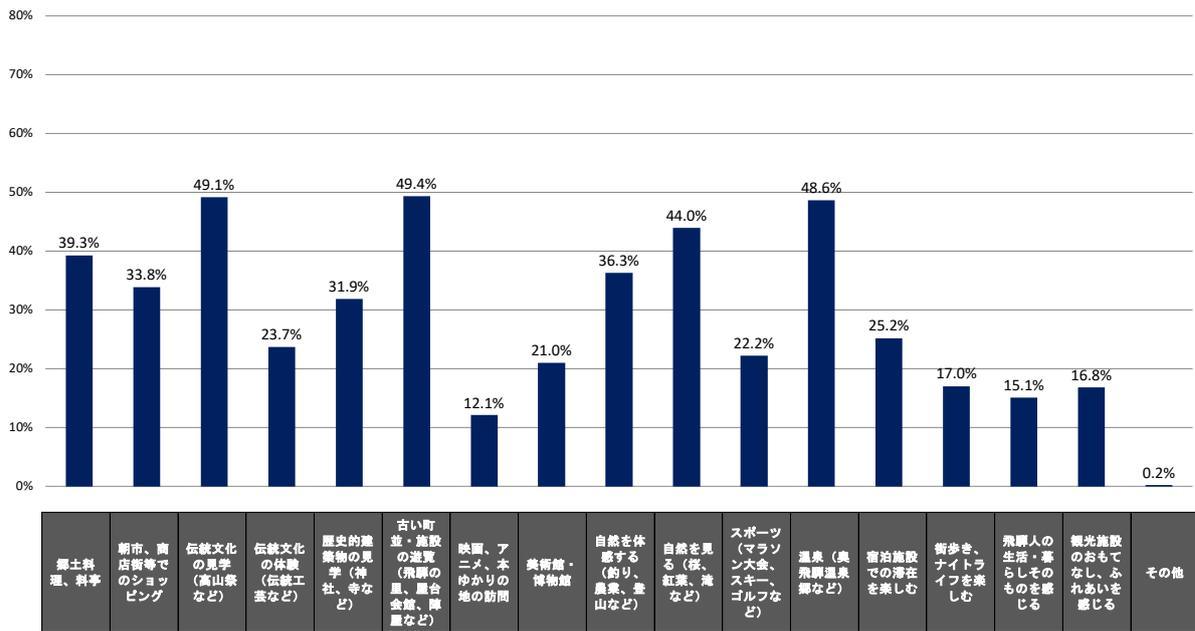
「古い町並」「高山祭」「温泉」「飛騨牛」

飛騨高山を代表する催し・活動での魅力度（知人等にお勧めできるもの）では、「古い町並・施設の遊覧（飛騨の里、屋台会館、陣屋など）」（49.4%）「伝統文化の見学（高山祭など）」（49.1%）、「温泉（奥飛騨温泉郷など）」（48.6%）が上位になっており、知名度（飛騨高山を代表するもの）でも同様の結果になっている。なお、「自然関連（自然を見る・自然を体感する）」、「郷土料理・料亭」も魅力度では上位にあるが、飛騨高山の代表となる知名度においては少し低いという結果になっている。

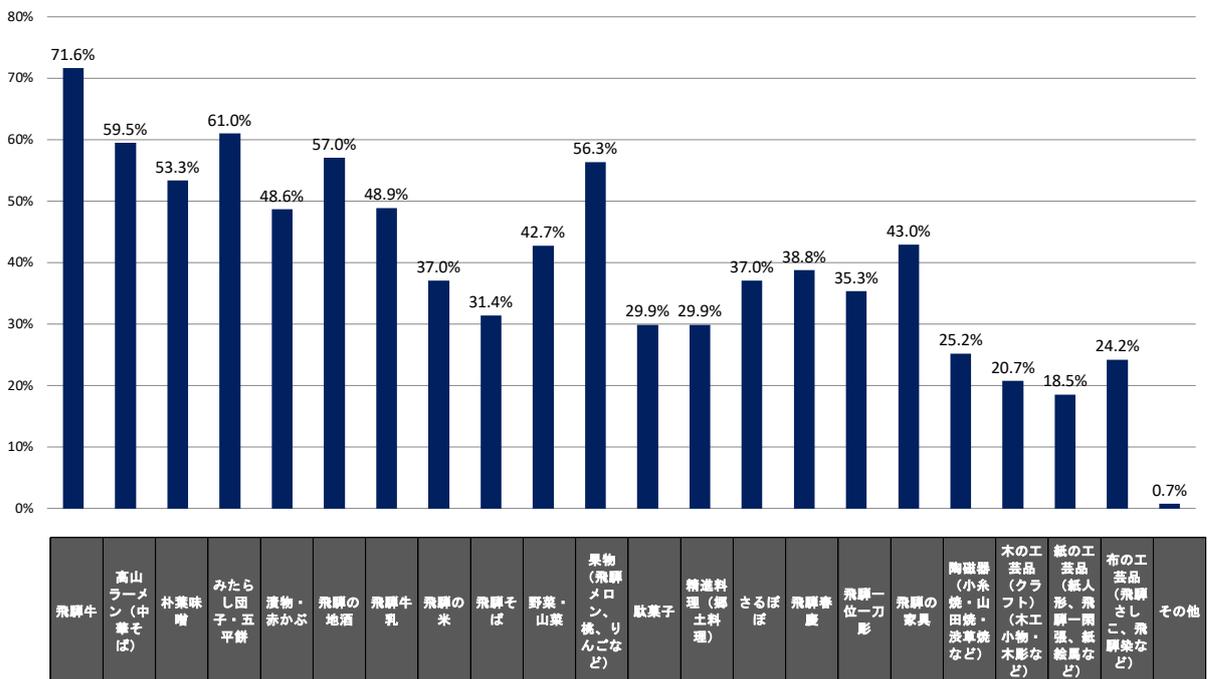
飛騨高山を代表する食・食材・料理での魅力度では「飛騨牛」（71.6%）のほか、「みたらし団子・五平餅」（61.0%）、「高山ラーメン（中華そば）」（59.5%）、「飛騨の地酒」（57.0%）などで5～6割程度の比率、物産品においても「飛騨の家具」（43.0%）「飛騨春慶」（38.8%）、「さるぼぼ」（37.0%）、「飛騨一位一刀彫」（35.3%）、で3～4割程度の比率と大きな差異は見られない。

なお、「果物」、「飛騨牛乳」、「飛騨の米」は魅力度に対して知名度が低いという結果になっている一方、「飛騨春慶」、「飛騨一位一刀彫」、「さるぼぼ」は知名度に対して魅力度が低いという結果になっている。また、全体の傾向として物産品より食・食材・料理の方が、魅力度の比率が高い傾向にある。

問：次に挙げる『飛騨高山』の催し・活動等について、以下の項目ごとにあてはまるものをお選びください。<知人等にお勧めできるもの>⇒魅力度（口コミ）



問：次に挙げる『飛騨高山』の食・食材・料理、物産品等について、以下の項目ごとにあてはまるものをお選びください。<知人等にお勧めできるもの>⇒魅力度（口コミ）



◆どこの都市にも負けない飛騨高山の地域資源は「高山祭」と「飛騨牛」

飛騨高山の催し・活動や食・食材・料理、物産品で、どこの都市にも負けないと思われる飛騨高山の地域資源では、魅力度が高いと回答した地域資源が多く含まれており、特に「高山祭」と「飛騨牛」で多くの回答が得られている。一方、魅力度が高いと市民が回答した「古い町並」、「温泉」、「自然」は若干少ない状況となっている。

また、地元でしか知られていない魅力ある地域資源として、多くの市民が「漬物ステーキ」と回答している。

問：どこの都市にも負けないと思われる飛騨高山の魅力ある地域資源（観光スポット・施設、催し、食・食材・料理、物産品など）をご自由にお書きください。

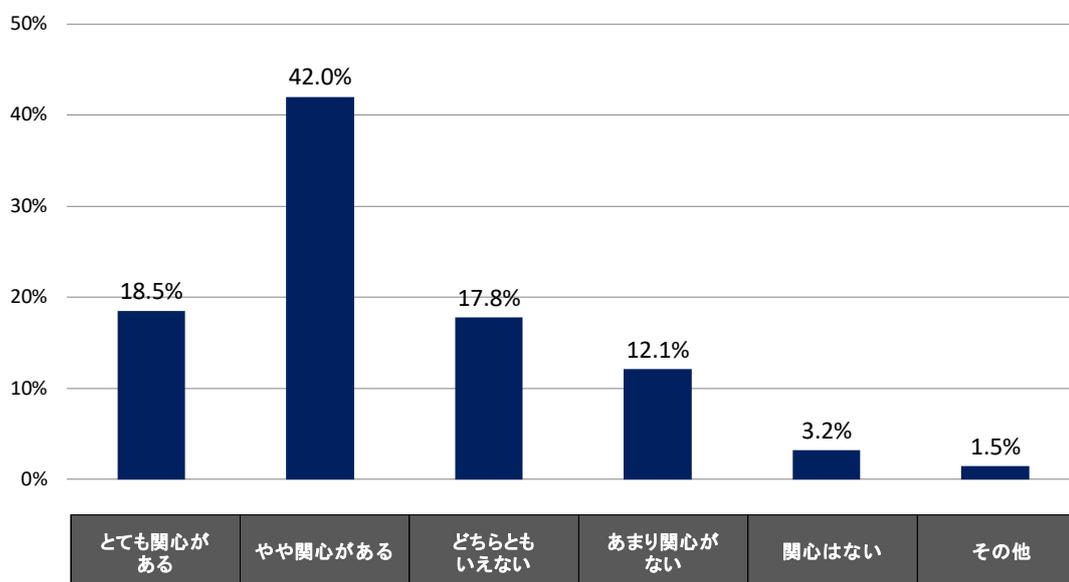
主要キーワードが回答に含まれていた件数は下記のとおり。

No	キーワード	件数	No	キーワード	件数
1	高山祭	86	18	一位一刀彫	7
2	飛騨牛	66	19	五平餅	6
3	古い町並	38	20	飛騨の里	5
4	温泉	29	21	マラソン	5
5	自然	21	22	伝統	4
6	みたらし団子	19	23	桜	4
7	陣屋	18	24	歴史	2
8	観光	16	25	美術館	2
9	屋台	10	26	地酒	2
10	朴葉味噌	10	27	工芸品	1
11	家具	10	28	郷土	0
12	水	9	29	映画	0
13	ラーメン	9	30	博物館	0
14	そば	9	31	スポーツ	0
15	さるぼぼ	9	32	スキー	0
16	朝市	7	33	国際	0
17	飛騨春慶	7			

◆飛騨高山ブランドの取り組みに市民の期待は大きい

飛騨高山ブランドの取り組みについて、「とても感心がある」(18.5%)、「やや感心がある」(42.0%)と答えた市民が多く、飛騨高山ブランドの取り組みが地域の活性化に繋がると考える市民が多いという結果になっている。

問：あなたは、『飛騨高山ブランド』の取り組みについて、どの程度関心がありますか。あてはまるもの1つに○をつけてください。



(2) 市外アンケート調査の概要

平成 27 年度に首都圏、中京圏、関西圏に居住する 18 歳以上の男女 672 名に対し、インターネットによるアンケート調査を実施した。

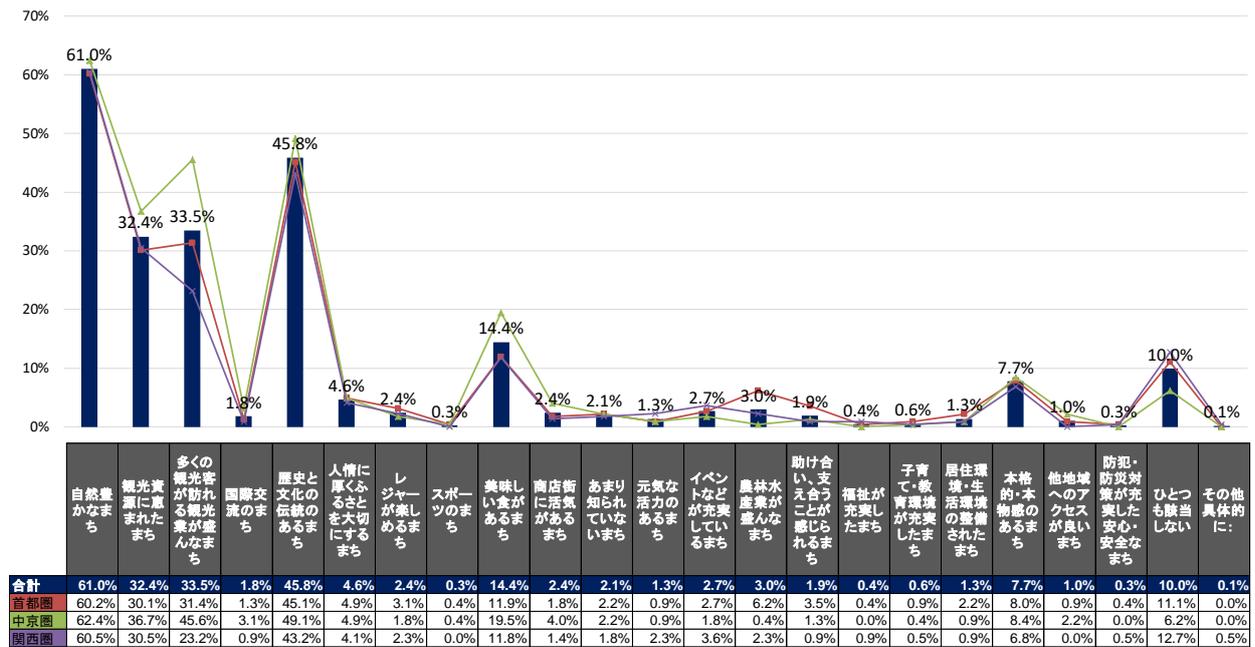
(属性)

性別	年代	居住地域			
		首都圏	中京圏	関西圏	合計
男性	18 歳以上 24 歳以下	22 名	23 名	23 名	68 名
	25 歳以上 34 歳以下	23 名	23 名	24 名	70 名
	35 歳以上 49 歳以下	23 名	23 名	24 名	70 名
	50 歳以上 64 歳以下	22 名	23 名	20 名	65 名
	65 歳以上 99 歳以下	23 名	22 名	21 名	66 名
女性	18 歳以上 24 歳以下	21 名	21 名	21 名	63 名
	25 歳以上 34 歳以下	22 名	24 名	22 名	68 名
	35 歳以上 49 歳以下	24 名	22 名	22 名	68 名
	50 歳以上 64 歳以下	23 名	23 名	23 名	69 名
	65 歳以上 99 歳以下	23 名	22 名	20 名	65 名
合計		小計 226 名 【内訳】 ・東京都 84 名 ・神奈川県 56 名 ・埼玉県 43 名 ・千葉県 43 名	小計 226 名 【内訳】 ・愛知県 155 名 ・岐阜県 40 名 (高山市除く) ・三重県 31 名	小計 220 名 【内訳】 ・大阪府 108 名 ・兵庫県 52 名 ・京都府 25 名 ・奈良県 19 名 ・和歌山県 9 名 ・滋賀県 7 名	合計 672 名

◆飛騨高山のイメージは観光で訪れたいまちのイメージとほぼ一致

飛騨高山のまちのイメージでは、「自然豊かなまち」(61.0%)、「歴史と文化の伝統のあるまち」(45.8%)、「観光産業が盛んなまち」(33.5%)があげられている。これは、市外の人が観光などで訪れたいまちのイメージと飛騨高山のまちのイメージがほぼ一致している状況となっている。

問：あなたが考える「飛騨高山のまちのイメージ」をお知らせください。「飛騨高山のまちのイメージとしてふさわしいキーワード」を3つまでお選びください。(回答は3つまで)

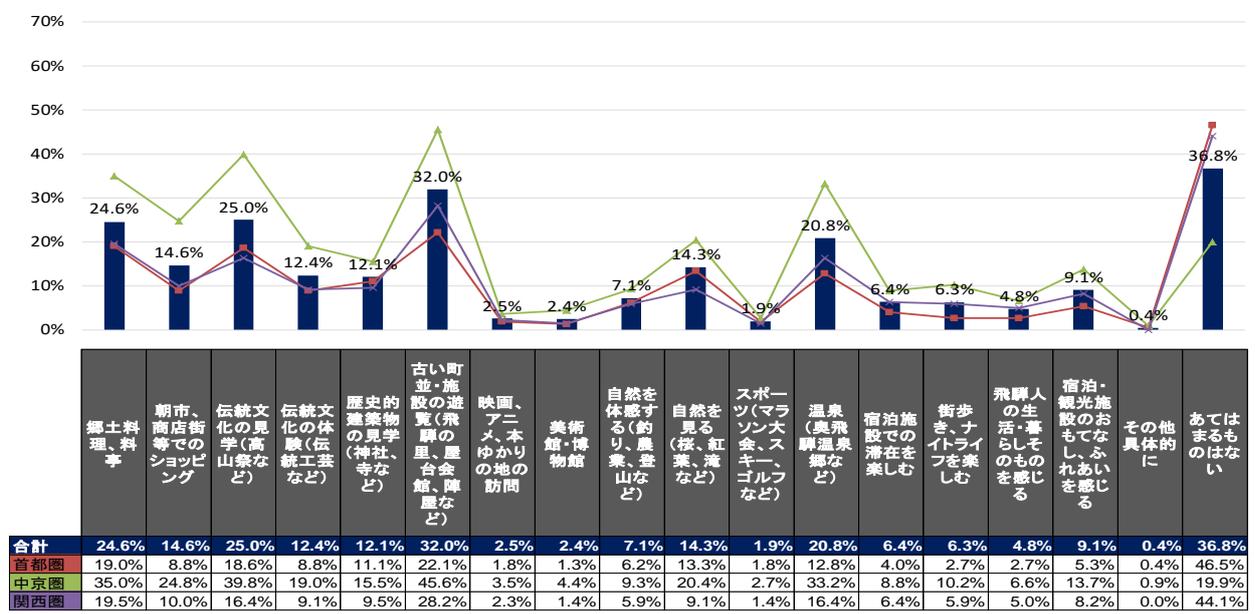


◆飛騨高山の魅力度（知人等にお勧めできるもの）は

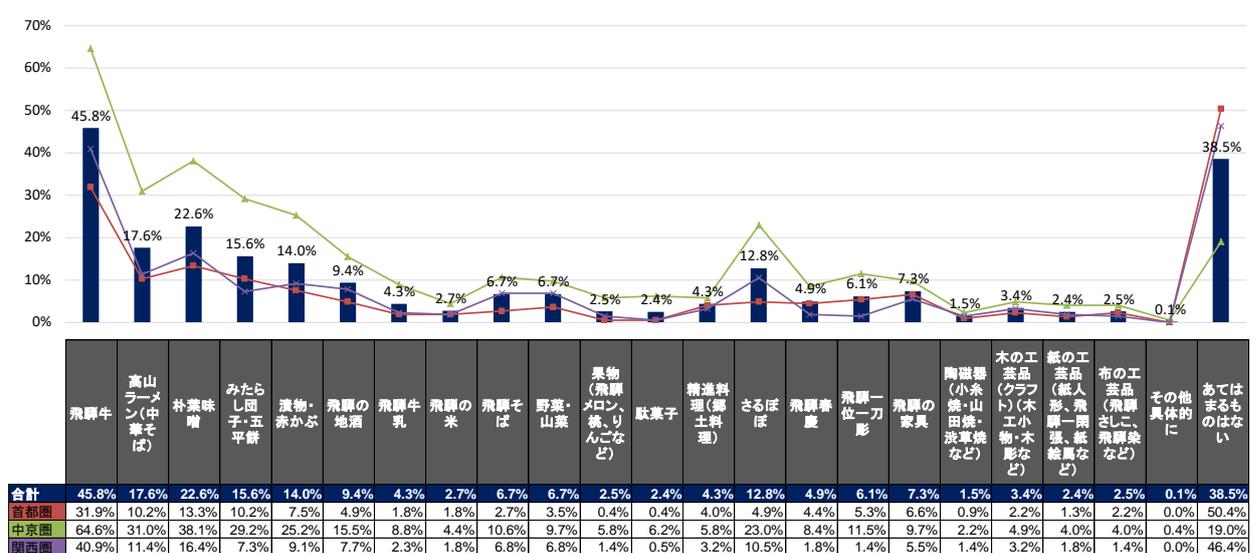
「古い町並」「高山祭」「飛騨牛」「さるぼぼ」

飛騨高山の催し・活動での魅力度（知人等にお勧めできるもの）は、「古い町並・施設の遊覧」（32.0%）、「伝統文化の見学（高山祭など）」（25.0%）、「郷土料理、料亭」（24.6%）の順となっている。また、食・食材・料理での魅力度は、「飛騨牛」（45.8%）、「朴葉みそ」（22.6%）、「高山ラーメン（中華そば）」（17.6%）の順、物産品では「さるぼぼ」（12.8%）、「飛騨の家具」（7.3%）、「飛騨一位一刀彫」（6.1%）の順となっている。なお、全体的な傾向として、中部圏に比べ、首都圏や関西圏での比率が低くなっている。

問：次に挙げる『飛騨高山』の催し・活動等について、以下の項目ごとにあてはまるものをお選びください。＜知人等にお勧めできるもの＞⇒魅力度（口コミ）



問：次に挙げる『飛騨高山』の食・食材・料理、物産品等について、以下の項目ごとにあてはまるものをお選びください。＜知人等にお勧めできるもの＞⇒魅力度（口コミ）



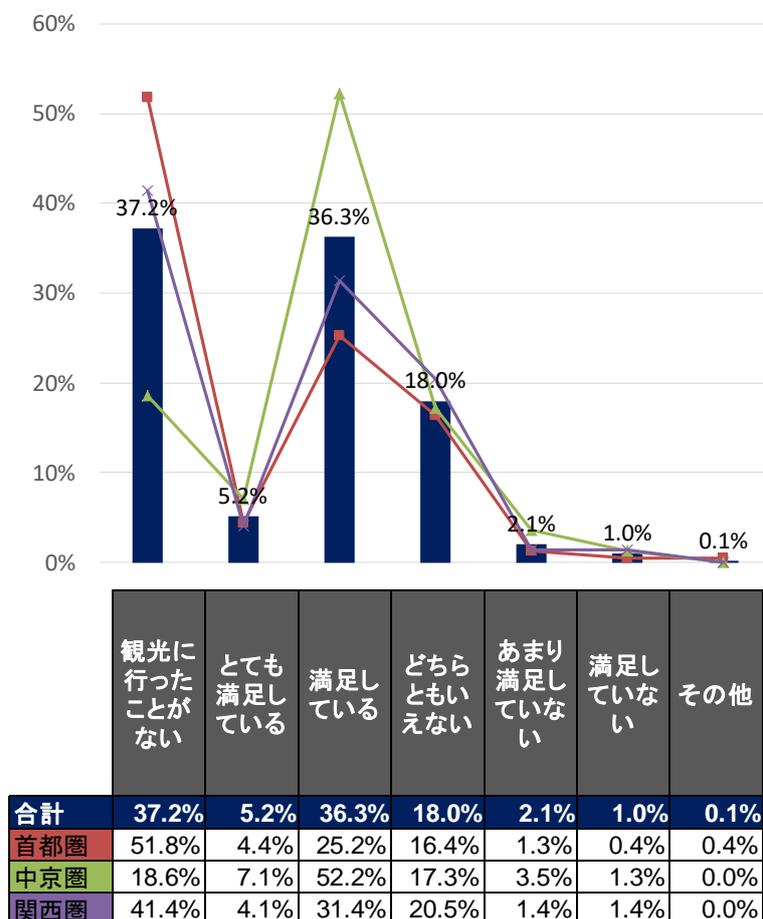
◆飛騨高山を訪れた方の9割超が、また訪れたい

飛騨高山を訪れたことがない市外の方は全体の37.2%を占めており、特に首都圏では51.8%と半数以上の方が飛騨高山を訪れたことがない状況になっている。

また、飛騨高山を訪れたことがある人の内、66.1%の人が「とても満足している」「満足している」と回答しており、その内92.1%の人が「是非、また訪れたい」「機会があれば、訪れたい」と回答している。なかでも中京圏の人の満足度が高い一方で、首都圏及び関西圏の人の満足度はやや低い結果となっており、遠方から飛騨高山へ訪れる際の期待が大きいことがうかがわれる。なお、飛騨高山を訪れたことがある人のうち、「あまり満足していない」「満足していない」と回答した人は5%であった。

問：あなたは飛騨高山を観光して満足しましたか。あてはまるものを1つお選びください。

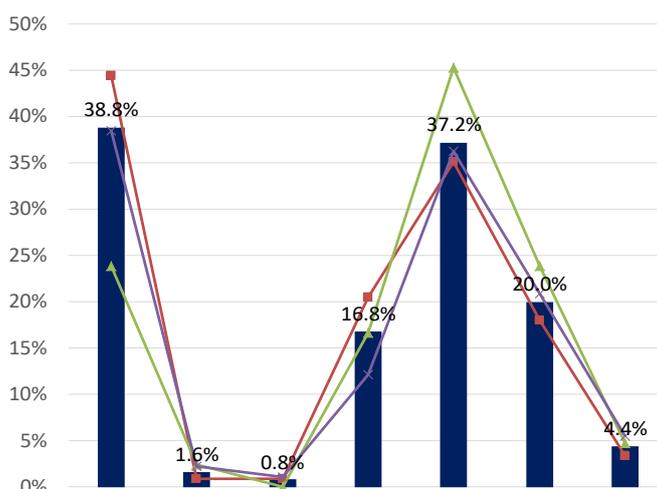
(回答は1つ)



◆首都圏、関西圏及び若年層への情報発信が弱い

飛騨高山を訪れたことがない人のうち、38.8%の方が「飛騨高山のことをよく知らない」と回答している。なかでも首都圏及び関西圏での回答が多くなっており、両圏域において飛騨高山の情報発信が弱い結果となっている。また、「飛騨高山へ行ってみたいが、機会が無い」と回答した人が37.2%、「飛騨高山へ行ってみたいが交通の便が悪い」と回答した人が16.8%となっている。なお、「飛騨高山に全く興味が無い」と回答した人が20.0%となっており、特に若年層に多いことが分かる。

問：「観光に行っていない」を選択された方は、その理由としてあてはまるものをすべてお選びください。（回答はいくつでも）



	飛騨高山のことをよく知らない(飛騨高山の情報に触れる機会が少ない)	飛騨高山のことを知っているが、魅力がない(行きたいと思わない)	飛騨高山のことを知っているが、近隣の観光地がある	飛騨高山へ行ってみたいが、交通の便が悪い	飛騨高山へ行ってみたいが、機会(友人・知人などの誘い)がない	飛騨高山に全く興味がない	その他
合計	38.8%	1.6%	0.8%	16.8%	37.2%	20.0%	4.4%
首都圏	44.4%	0.9%	0.9%	20.5%	35.0%	17.9%	3.4%
中京圏	23.8%	2.4%	0.0%	16.7%	45.2%	23.8%	4.8%
関西圏	38.5%	2.2%	1.1%	12.1%	36.3%	20.9%	5.5%

(3) 外国人アンケート調査の概要

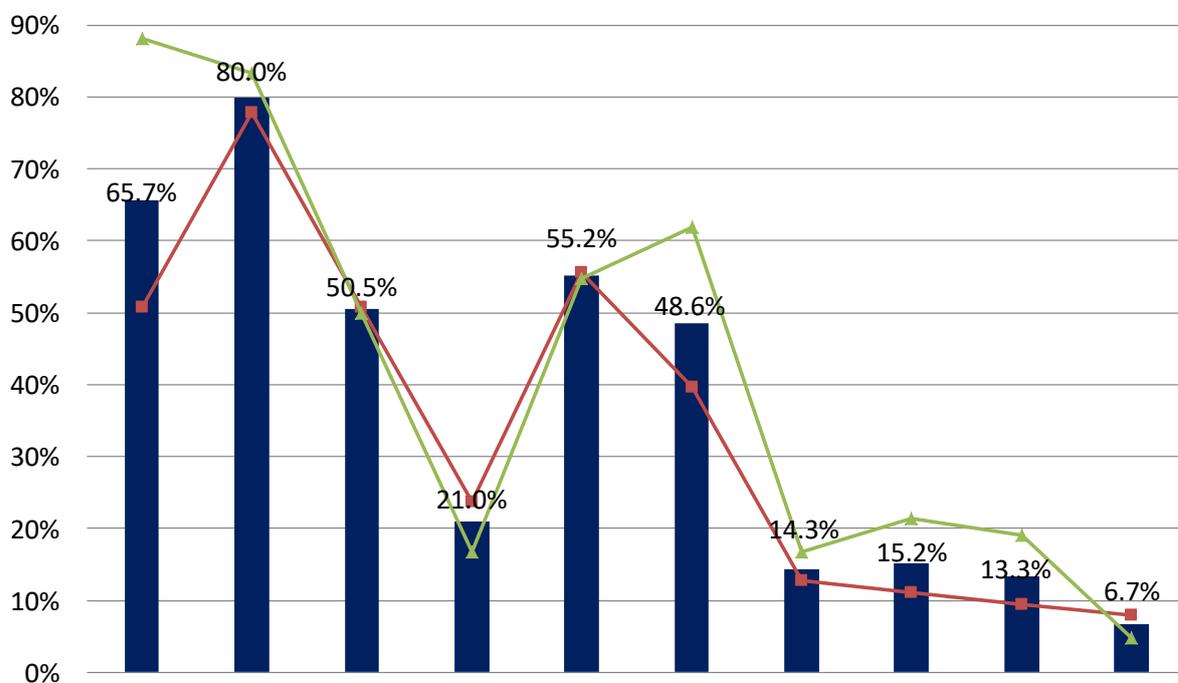
平成27年度に飛騨高山へ訪れたことのある外国人男女105名(男49名、女56名)に対し、インターネットによるアンケート調査を実施した。

◆飛騨高山へ「古い町並」「伝統文化」「自然(山、紅葉)」を求めて訪問

飛騨高山へ何を求めて訪問したかでは、「古い町並」(80.0%)をはじめ、「伝統文化」(65.7%)、「自然(山、紅葉)」(55.2%)、「料理」(50.5%)、「歴史的建築物」(48.6%)などがあげられており、多くの外国人が古い町並をはじめとする歴史や伝統とともに自然や食を目的に訪問している。

なお、「伝統文化」「歴史的建築物」においては、アジアの人より欧米豪他の人のほうが興味を示している。

問：高山に何を求めに来ましたか？あてはまる数字を全てお書きください。



	伝統文化	古い町並	料理	温泉	自然(山、紅葉)	歴史的建築物	買い物	美術館・博物館	宿泊施設	その他
全体	65.7%	80.0%	50.5%	21.0%	55.2%	48.6%	14.3%	15.2%	13.3%	6.7%
アジア	50.8%	77.8%	50.8%	23.8%	55.6%	39.7%	12.7%	11.1%	9.5%	7.9%
欧米豪他	88.1%	83.3%	50.0%	16.7%	54.8%	61.9%	16.7%	21.4%	19.0%	4.8%

◆飛騨高山のイメージは「伝統」「食」「人情」「本物」

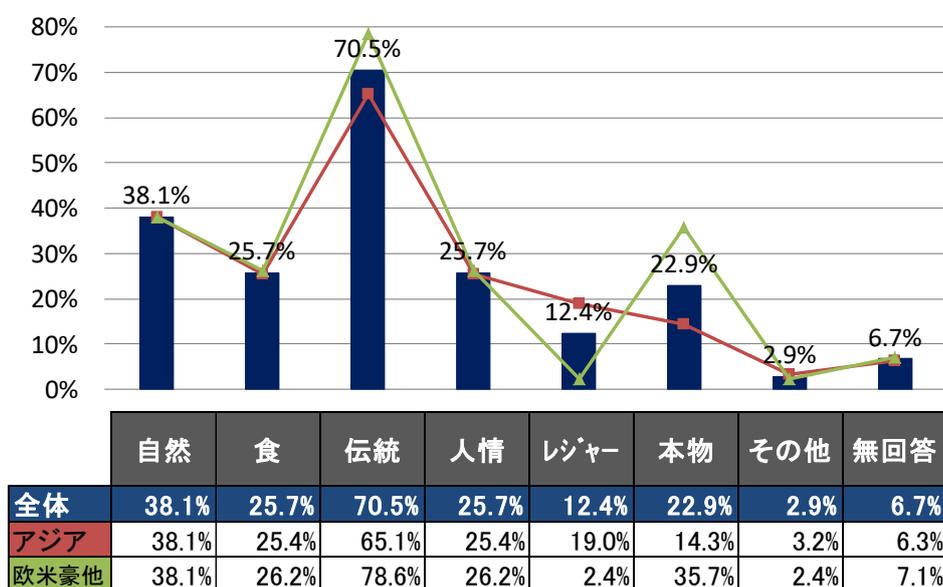
飛騨高山へ訪問する前のイメージでは、「伝統」(70.5%)と考えている人が非常に多く、次いで「自然」(38.1%)となっている。

なお、欧米豪他の方はアジアの方に比べて「本物」というイメージが高い。

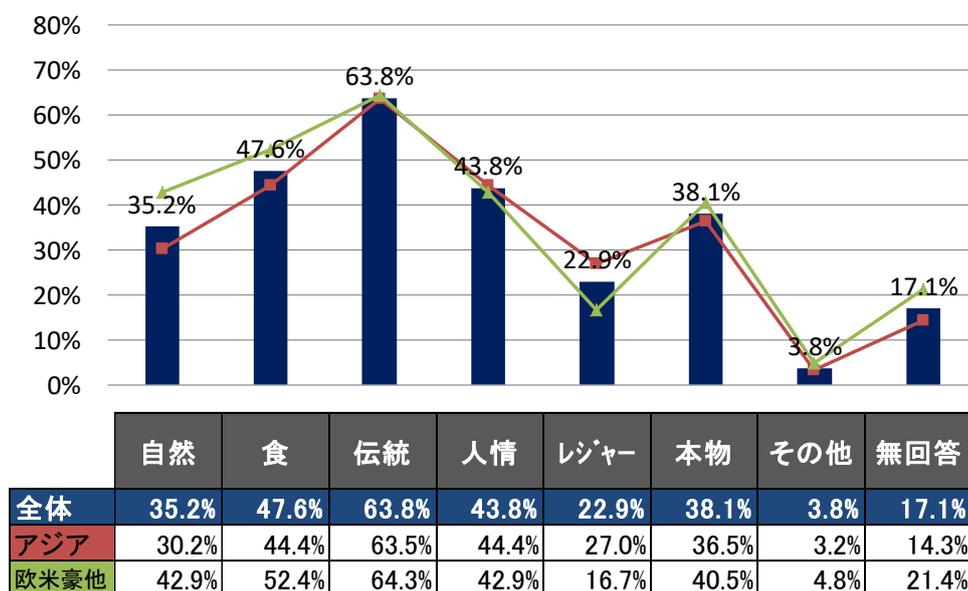
一方、飛騨高山へ訪問した際のイメージでは、訪問する前と同様に「伝統」(63.8%)と感じた人が多くなっているが、訪問する前に比べ「食」(47.6%)、「人情」(43.8%)、「本物」(38.1%)が飛騨高山のイメージと感じる人の割合が増加している。

問：高山へ訪問する前のイメージは何ですか。また実際訪問した時のイメージは何ですか？あてはまる数字をそれぞれ1つお書きください。

高山へ訪問する前のイメージ



実際に高山へ訪問した際のイメージ



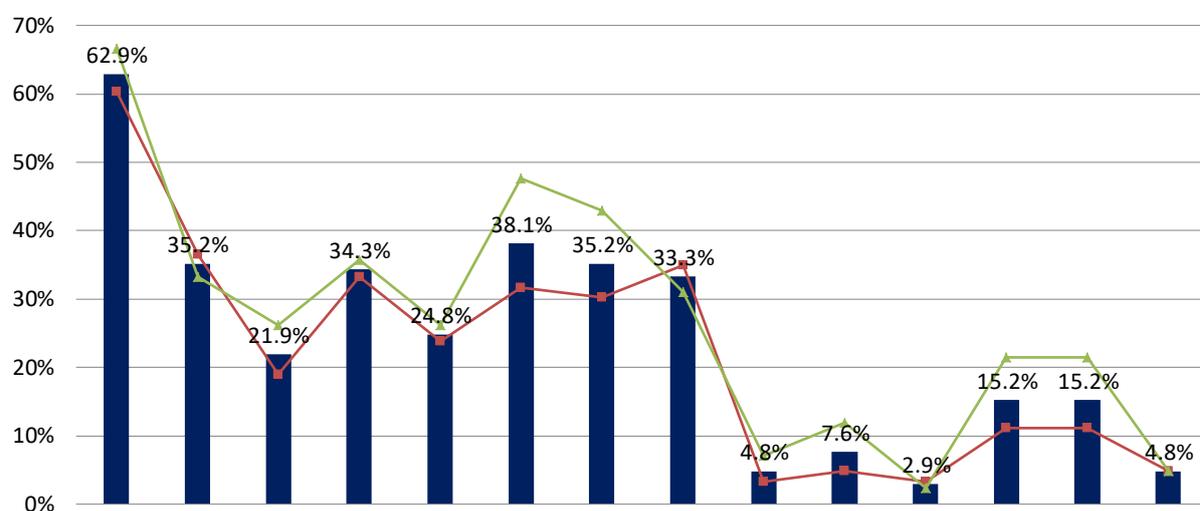
◆飛騨高山への訪問時に購入した食・料理、物産品では「飛騨牛」がトップ

飛騨高山へ訪問した際に購入した食・料理等では、「飛騨牛」(62.9%)が最多となっており、その他「飛騨の地酒」(38.1%)、「朴葉味噌」(35.2%)、「野菜・果物」(35.2%)、「高山ラーメン」(34.3%)が3~4割の比率となっている。

また、飛騨高山へ訪問した際に購入した物産品等では、「さるぼぼ」(33.3%)が最多ではあるが3割程度となっており、「飛騨の家具」(4.8%)や「飛騨一位一刀彫」(7.6%)、「飛騨春慶」(2.9%)などの伝統的工芸品を購入する比率は低くなっている。

なお、「飛騨の地酒」「野菜・果物」「陶磁器」については、アジアの人よりも欧米豪他の人のほうが、購入する比率が高くなっている。

問：以下の高山の食・料理、物産品等について、何を購入しましたか？あてはまる数字を全てお書きください。



	飛騨牛	朴葉味噌	みたらし団子	高山ラーメン	漬物・赤かぶ	飛騨の地酒	野菜・果物	さるぼぼ	飛騨の家具	飛騨一位一刀彫	飛騨春慶	陶磁器	その他	無回答
全体	62.9%	35.2%	21.9%	34.3%	24.8%	38.1%	35.2%	33.3%	4.8%	7.6%	2.9%	15.2%	15.2%	4.8%
アジア	60.3%	36.5%	19.0%	33.3%	23.8%	31.7%	30.2%	34.9%	3.2%	4.8%	3.2%	11.1%	11.1%	4.8%
欧米豪他	66.7%	33.3%	26.2%	35.7%	26.2%	47.6%	42.9%	31.0%	7.1%	11.9%	2.4%	21.4%	21.4%	4.8%