

報道関係各位

2026年3月6日
株式会社クロス・マーケティング

ミラノ・コルティナ冬季オリンピックの観戦者は67% 日本過去最多のメダル獲得、選手の喜びや涙、若手選手の活躍が印象的

－ミラノ・コルティナ冬季オリンピックに関する調査（2026年）閉幕直後編－

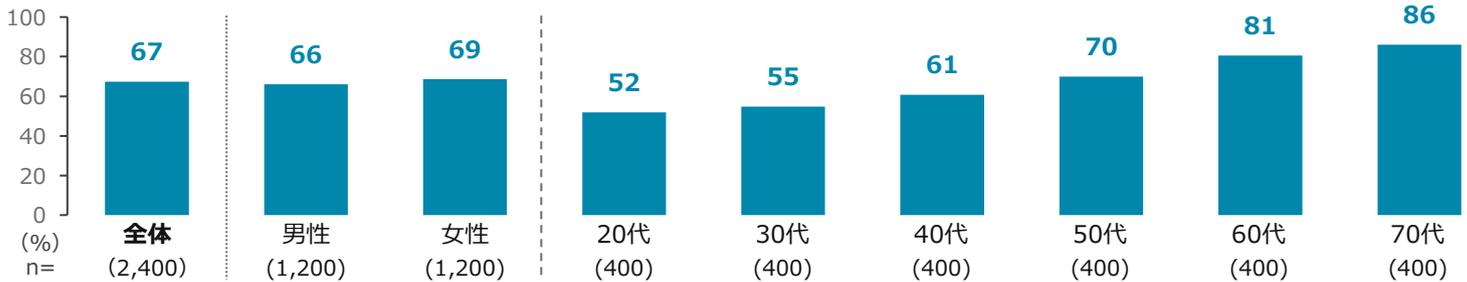
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長兼CEO：五十嵐 幹）は、2026年2月26日～27日に、全国47都道府県に在住する20～79歳の男女2,400人を対象に「ミラノ・コルティナ冬季オリンピックに関する調査（2026年）」を実施しました。今回は、閉幕直後編として、観戦経験、観戦した競技・式典、観て感動したか・話題になったか、印象に残ったこと、印象に残った選手・チーム、日本国内での冬季オリンピック開催意向とその理由について分析をしました。

■ 調査結果 （一部抜粋）

- ✓ **【オリンピックの観戦経験】** ミラノ・コルティナ2026冬季オリンピックの観戦経験は67%で、60～70代は8割を超えた。＜図1＞ 観戦した競技別では「フィギュアスケート」56%、「スノーボード」41%、「スキージャンプ」40%が高かった。開幕直前の観たい競技で4番手だった「スノーボード」の観戦経験は2番手にアップした。＜図2＞
- ✓ **【感動・話題・印象】** オリンピックを観た人で「感動した」と回答した人は87%と多数を占めた。家族や知人などの間で「話題になった」と回答したのは49%。感動・話題のいずれも年代が上がるほど高い割合となった。＜図3＞ 閉幕後に印象に残ったことは、「日本が過去最多のメダル数を獲得した」「メダルを取った時の選手の喜びや涙」「10代やオリンピック初出場の選手の活躍」が4割台、「選手のテクニックのすごさ」「競技終了後、選手同士が称えあう姿」が3割台と続いた。「日本が過去最多のメダル数を獲得した」「長く競技を続けているベテラン選手の奮闘」は、どの年代も一定数の割合があり、年代による差は見られなかった。＜図4＞ 印象に残った選手・チームは、フィギュアスケートペアで逆転金メダルを獲得したりくりゅうペアが断トツ。次いで、坂本花織、平野歩夢、フィギュアスケート団体戦、高木美帆、中井亜美が上位にあがった。＜図5＞
- ✓ **【開催意向とその理由】** 日本国内での冬季オリンピック開催意向は59%、60～70代の意向者は6割を超える。意向者からは、「感動を間近で見たい」「応援や観戦に行きたい」「リアルタイムで競技が見られる」といった声があがった。一方、非意向者は、「費用がかかる・税金への負担」「オーバーツーリズム」「不透明なお金の問題」を懸念していた。＜図6＞

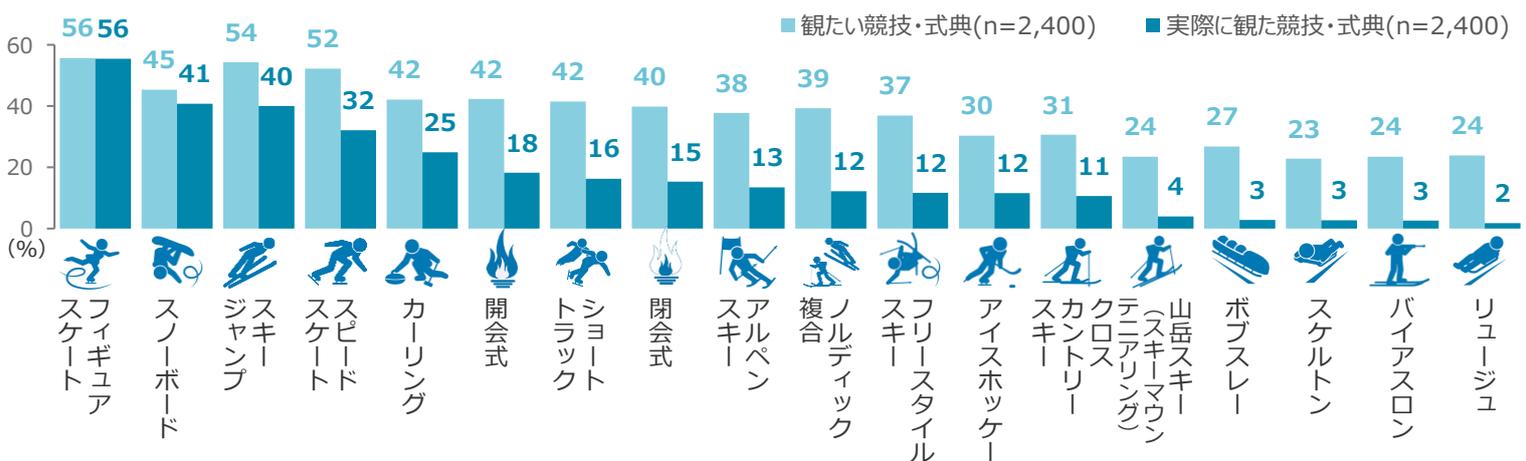
◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/20260306olympics>

＜図1＞ ミラノ・コルティナ2026冬季オリンピックの観戦経験（単一回答）

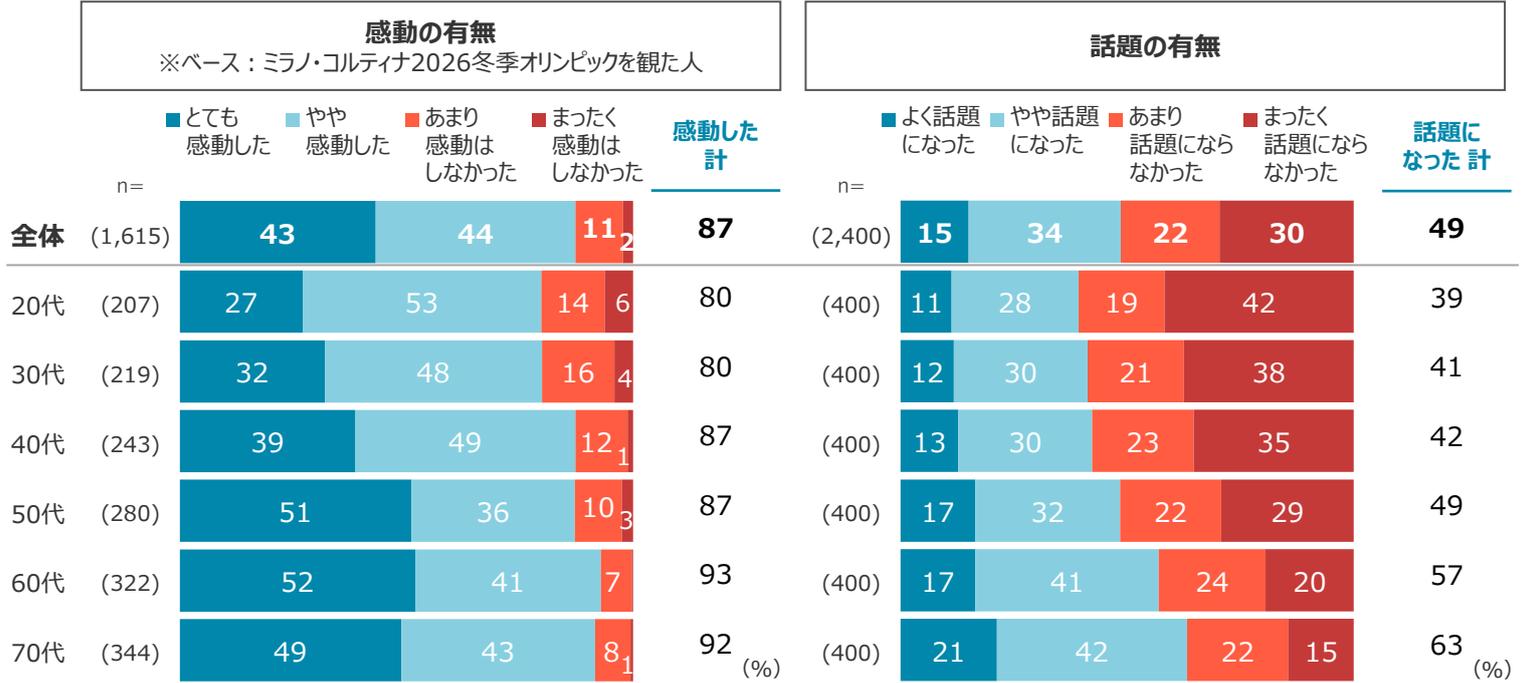


＜図2＞ 観たい競技・式典と、実際に観た競技・式典

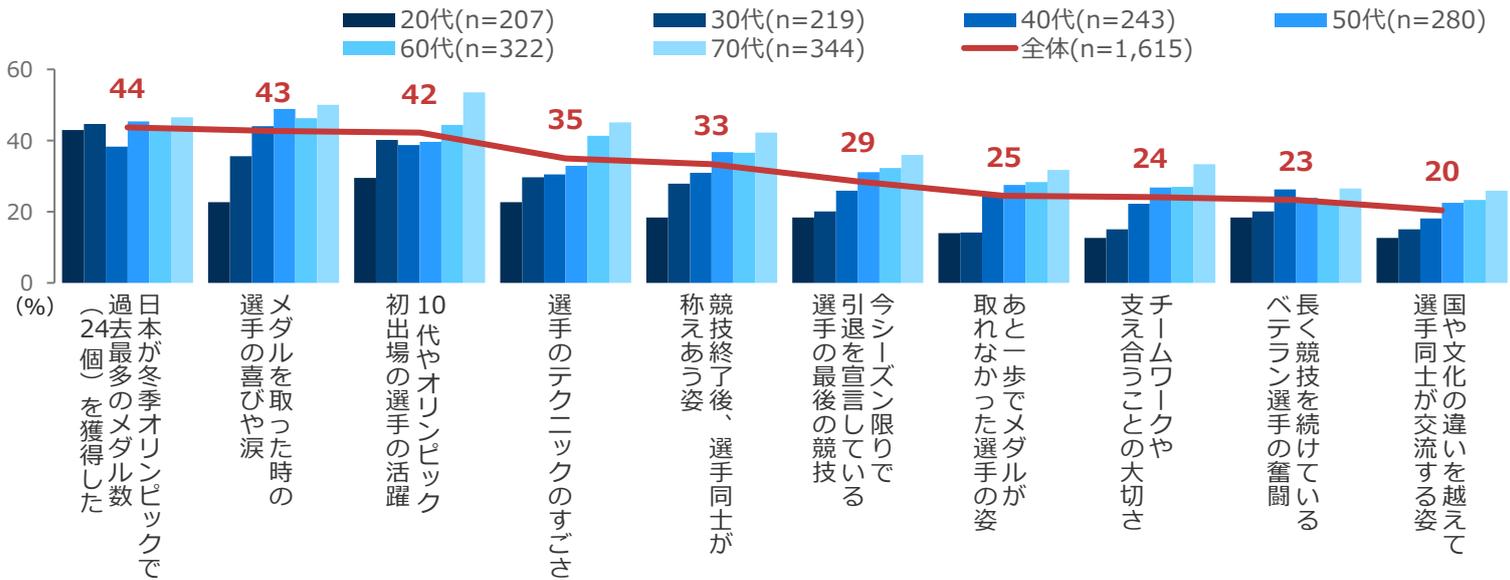
（観たい競技・式典：各単一回答 ※4段階評価で聴取 ととも+やや観たい割合 / 実際に観た競技・式典：複数回答）



<図3> ミラノ・コルティナ2026冬季オリンピックを観て感動したか、話題になったか（単一回答）



<図4> 印象に残ったこと（複数回答） ※ベース：ミラノ・コルティナ2026冬季オリンピックを観た人 ※20%以上を記載

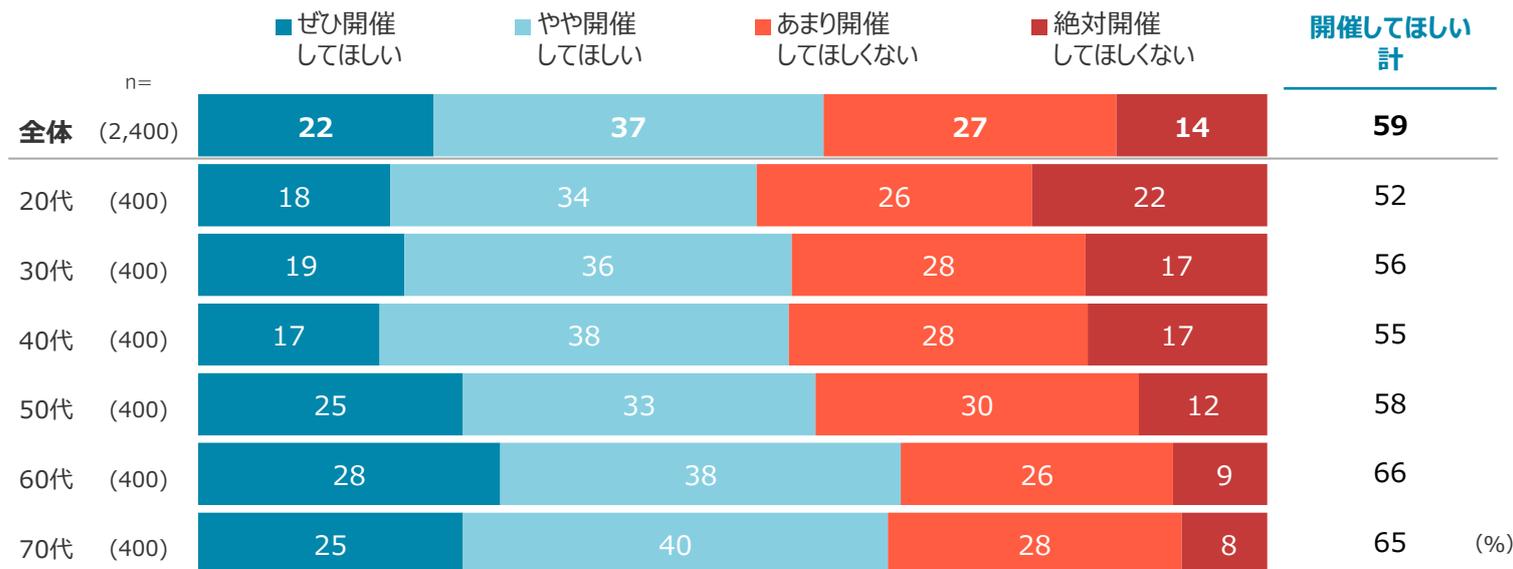


<図5> 印象に残った選手・チーム、印象に残ったシーン（自由回答） ※件数をカウントして集計 / 10件以上を掲載

* 敬称略 / 名前が判別できる選手は寄せてカウント / 日本チーム除く

1 りくりゅうペア 932件 ・SP5位から逆転金メダル ・リフトなど完璧な演技 ・演技終了後抱き合う姿	4 フィギュアスケート団体戦 98件 ・チームワークの良さ ・お互いに称えあうシーン ・涙を流して感動する姿	7位 スキージャンプ混合団体 67件 8位 高梨沙羅 37件 9位 村瀬心花 33件 10位 アリサ・リュウ 16件 11位 スキージャンプスーパーチーム 13件 12位 二階堂蓮 12件 13位 スピードスケート女子団体バシュート 10件
2 坂本花織 164件 ・躍動感のある演技と笑顔 ・フリーの演技で悔しがる ・自分を褒めてあげたい	5 高木美帆 82件 ・安定感のある渾身の滑り ・1,500m後の号泣 ・リンクにお辞儀をする場面	
3 平野歩夢 123件 ・痛みを抑えて奮闘した姿 ・怪我をしても諦めない ・決勝で大技を決めた時	6 中井亜美 70件 ・17歳の初出場で銅メダル ・しぐさが可愛い ・はじける笑顔	

<図6> 日本国内での冬季オリンピック開催意向（単一回答）



開催してほしい理由 (n=1,404)

- オリンピックの感動を間近で見たい
- 実際に応援や観戦に行きたい
- 時差がなく、リアルタイムで競技が見られる
- 競技人口の増加につながる／有望な選手が育つ
- 経済効果に期待／景気回復が見込まる
- インバウンド効果が期待できる
- 長野オリンピックの感動を再び味わいたいから
- 街や人が盛り上がる／楽しめる／わくわくする

開催してほしくない理由 (n=996)

- 費用がかかりすぎる／税金負担が大きい／税金の無駄遣い
- オリンピック以外のことに税金を使ってほしい
- オーバーツーリズム／これ以上、外国人が増えないでほしい
- 東京2020と同様な利権がらみの汚職事件が起きる／不透明なお金の問題が発生する
- 温暖化の影響で地域が限られる／雪が少なく開催が難しい
- 費用対効果に期待できない
- 過去に夏季2回、冬季2回開催しているから、十分

■ レポート項目一覧

- 属性設問（性別／年代／未既婚／居住地／同居家族人数／同居家族／子どもの有無／同居子どもの学齢／職業）
- 調査結果サマリー

▼ 調査結果詳細

- ミラノ・コルティナ2026冬季オリンピックで観戦した競技
- 観戦方法
- オリンピックを楽しめたか
- オリンピックで感動はあったか
- 印象に残ったこと
- 印象に残った競技や選手・チーム（自由回答抜粋）
- オリンピックの話題の有無
- 日本国内での冬季オリンピック開催意向
- 日本国内で冬季オリンピックを開催してほしい理由・開催してほしくない理由（自由回答抜粋）

◆ レポートのダウンロードはこちらから <https://www.cross-m.co.jp/report/20260306olympics>

■ 調査概要

- 調査手法 : インターネットリサーチ（クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用）
- 調査地域 : 全国47都道府県
- 調査対象 : 20～79歳の男女
- 調査期間 : 閉幕直後編：2026年2月26日（木）～27日（金）
閉幕直前編：2026年2月4日（水）～5日（木）
- 有効回答数 : 本調査2,400サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>
所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
設立 : 2003年4月1日
代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

〈例〉「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」