

「能登の観光振興に向けたアンケート調査」

－ 地域住民と首都圏住民のまなざしの比較から －



2015年3月

金沢大学 地域創造学類 香坂研究室
株式会社日本政策投資銀行 北陸支店

このほど金沢大学地域創造学類 香坂研究室と株式会社日本政策投資銀行北陸支店では、能登の観光振興に関するアンケート調査を共同で実施した。

<要旨>

人口減少や高齢化が急速に進むと見込まれる能登地域では、地域の活力を今後いかに高めていくかという深刻な課題に直面している。そうしたなか、2015年は北陸新幹線の金沢開業と能越自動車道七尾氷見道路の全線開通もあり、これまで交通アクセスが不便であった能登地域においても、観光による交流人口の拡大など、地域振興に向けた取り組み機運が高まりを見せている。

能登地域では、豊かな自然や癒やしの景観、新鮮で美味しい食材、独自の文化や伝統工芸など、多くの恵まれた観光資源があり、それらを活用できる観光産業には大きな可能性がある。また、今春には能登をロケ地とするNHK朝の連続ドラマ「まれ」が始まり、2017年秋には「奥能登国際芸術祭」開催が予定される、といった話題豊富な地域でもある。

当レポートは、能登の地域住民201名への対面形式でのアンケート調査、及び首都圏（一都三県）住民824名へのインターネットリサーチ形式でのアンケート調査に基づき、両者の間に存在する観光に対する意識のギャップの把握や、それを踏まえた能登地域における観光振興の方策について検討を行ったものである。

調査の結果、能登地域のイメージに関しては、「心の安らぎが得られる癒やし」「独特な生活・文化」「大都市からの距離が遠い」などの項目で地域住民と首都圏住民との間にギャップが存在し、両者のイメージは必ずしも一致しているわけではなかった。

一方、首都圏観光客の能登旅行に対する満足度は概ね高く、「豊かな自然・美しい景観」「おいしい食べ物」が期待を裏切らない観光資源となっている。なかでも、「癒やし」を感じてもらうことが、首都圏観光客の満足度を向上させるポイントであることがわかった。

地域住民おすすめの観光スポットは、首都圏住民にはほとんど知られておらず、あまり訪れてもいなかった。地域の誇る「祭り」ではそのギャップが特に大きく、能登地域への誘客を図るにあたっては、そうした地域住民のおすすめスポットをしっかりと認知してもらう必要がある。

また、能登旅行のリピーターは様々な観光スポットを訪れており、ディープな能登を知ってもらうためには、いかにリピーターを増やすかも重要な視点となる。

北陸新幹線開業は、首都圏住民が能登に旅行するきっかけになりうるが、現地での交通手段の不便さを指摘する向きもあり、二次交通の充実と利用しやすさへの工夫も求められる。

北陸新幹線開業や「まれ」放映による交流人口の拡大を嚆矢とした、地域活性化を図る取り組みの更なる強化を期待したい。

目次

はじめに	2
1. 調査概要	3
2-1. 能登地域のイメージ	5
2-2. 能登地域のイメージ	6
3-1. 能登旅行に対する首都圏観光客の満足度	7
3-2. 能登旅行に対する首都圏観光客の満足度	8
4. 能登地域の観光スポット	9
5. 能登旅行のリピーター	11
6. 交通手段	12
7. プロモーション	13
<参考>地域住民からの意見～能登の魅力向上に必要なのは？～	14
<コラム> NHK連続テレビ小説「まれ」の放映に伴う経済波及効果	15

はじめに

これまで金沢大学香坂研究室と日本政策投資銀行北陸支店は、2013年3月に、金沢を訪れる外国人旅行者の増加に着目し、インバウンド観光に関する共同調査とその成果を「食に関する外国人客と飲食店とのギャップ調査—金沢のインバウンド観光のアンケート結果にみる実態と課題—」として公表した。また2014年3月には、金沢の伝統野菜である加賀野菜に焦点を当てて、日本人観光客・加賀野菜料理提供店への共同調査とその成果を「加賀野菜の認知度等に関するアンケート調査—『加賀野菜』ブランドの発信・普及に向けて—」として公表した。

今回は、北陸への観光の中でも、特に世界農業遺産に指定され、貴重な里山里海を有する能登地域における観光振興に焦点を当て、調査を実施したものである。

人口減少や高齢化が急速に進むと見込まれる能登地域では、地域の活力を今後いかに高めていくかという深刻な課題に直面している。そうしたなか、2015年は北陸新幹線の金沢開業と能越自動車道七尾氷見道路の全線開通もあり、これまで交通アクセスが不便であった能登地域においても、観光による地域振興に向けた取り組み機運が高まりを見せている。

能登地域では、豊かな自然や癒やしの景観、新鮮で美味しい食材、独自の文化や伝統工芸など、多くの恵まれた観光資源があり、それらを活用できる観光産業には大きな可能性がある。また、今春にはNHK朝の連続ドラマ「まれ」が始まり、2017年秋には「奥能登国際芸術祭」開催が予定される、といった話題豊富な地域でもある。

以上を踏まえ、当レポートでは、能登の地域住民201名への対面形式でのアンケート調査、及び首都圏（一都三県）住民824名へのインターネットリサーチ形式でのアンケート調査に基づき、両者の間に存在する観光に対する意識のギャップの把握や、それを踏まえた能登地域における観光振興の方策について検討を行ったものである。

尚、香坂研究室のゼミ所属学生では、主に村北安奈、廣村美紅、川上潤吾と修士課程の又木実信が参加し、能登地域での住民アンケートや分析を実施した。

1. 調査概要

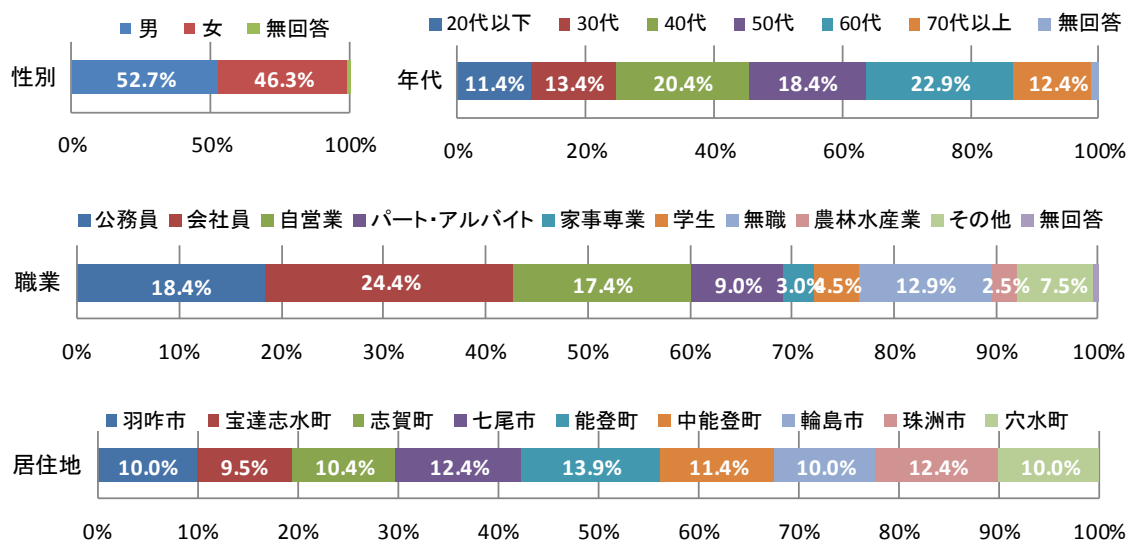
(1) 能登の住民に対するアンケート調査

2014年8月～2015年1月にかけて、能登地域の各市町の住民（201名）を対象に、現地での対面形式のアンケート調査を実施した（図表 1-1）。

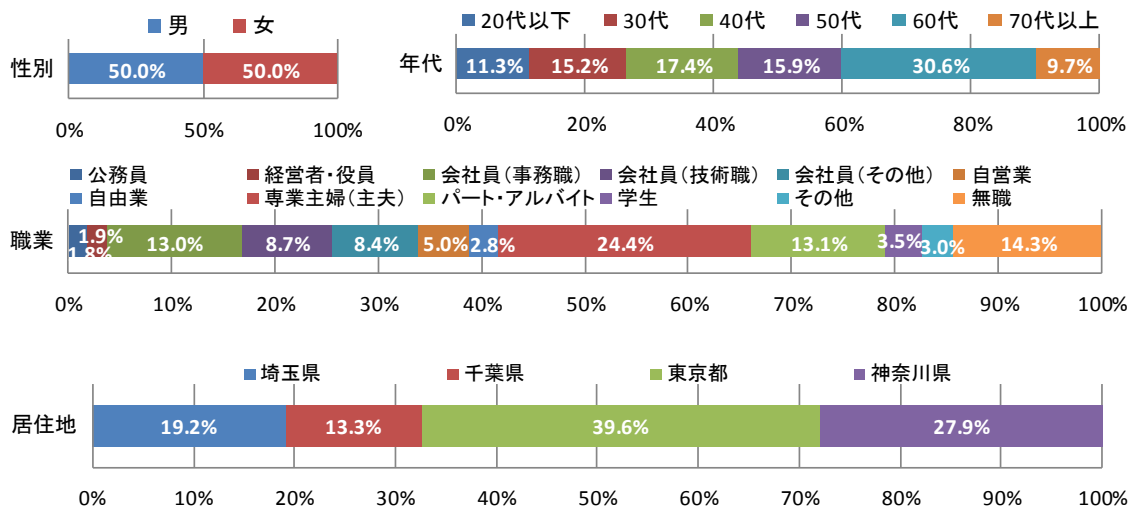
(2) 首都圏の住民に対するアンケート調査

2015年1月に、首都圏（一都三県）住民のうち、能登地域に旅行で訪れたことのある男性 206 名、同女性 206 名、能登地域に旅行で訪れたことがない男性 206 名、同女性 206 名を対象に、インターネットリサーチ形式のアンケート調査を実施した（図表 1-2）。

【図表 1-1 回答者プロフィール（地域住民／n=201）】



【図表 1-2 回答者プロフィール（首都圏住民／n=824）】



(3) 能登地域の定義

当レポートにおいて「能登地域」とは、北陸地域の中央付近から日本海へ北に向けて突き出した能登半島において、石川県内の宝達志水町から北の地域（珠洲市、輪島市、能登町、穴水町、志賀町、七尾市、中能登町、羽咋市、宝達志水町）と定義する。

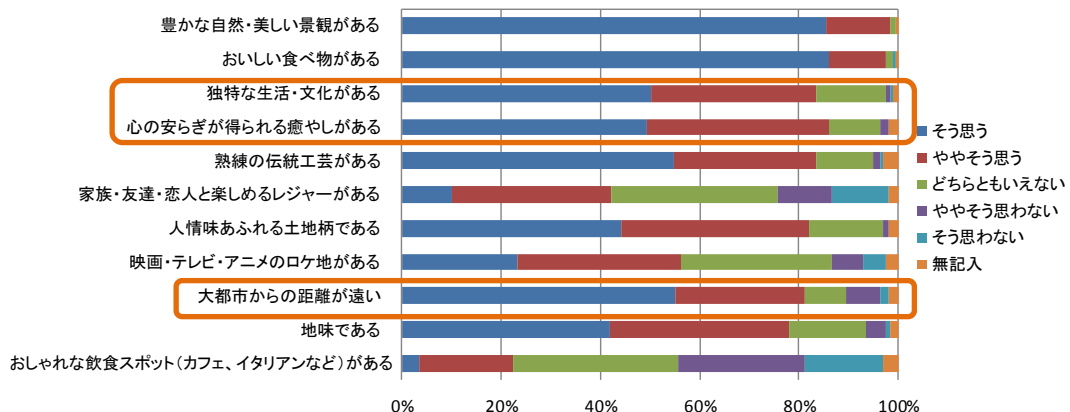


(出典) ©Esri Japan

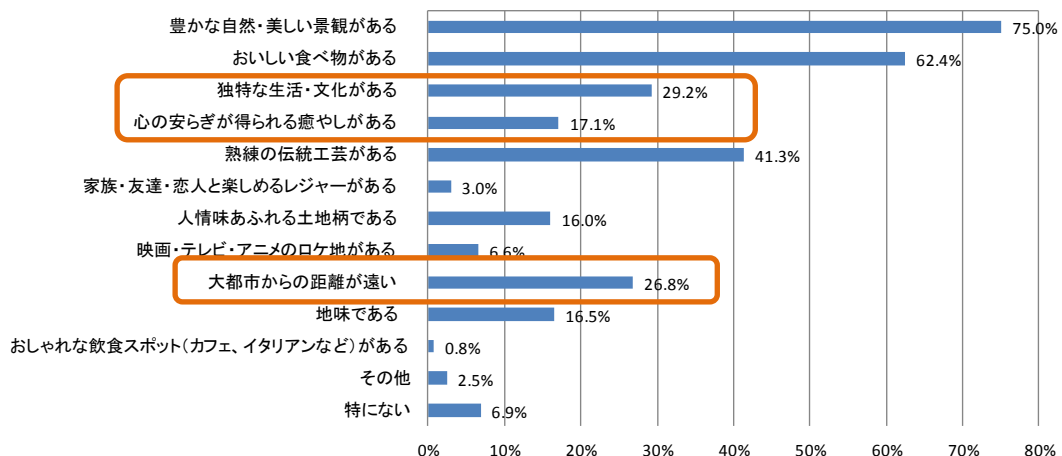
2-1. 能登地域のイメージ

- 地域住民に対して、能登地域のイメージを尋ねたところ、「豊かな自然・美しい景観」「おいしい食べ物」について「そう思う」と回答した人が8割超となった。「独特な生活・文化」「心の安らぎが得られる癒やし」「熟練の伝統工芸」「大都市からの距離が遠い」について「そう思う」と回答した人も約半数いた（図表 2-1）。
- 首都圏住民に対して、能登地域のイメージを尋ねたところ、やはり「豊かな自然・美しい景観」「おいしい食べ物」を挙げる人が多かった。一方、「心の安らぎが得られる癒やし」を挙げた人は2割弱、「独特な生活・文化」「大都市からの距離が遠い」を挙げた人は3割弱となった（図表 2-2）。
- 能登地域のイメージに関しては、「心の安らぎが得られる癒やし」「独特な生活・文化」「大都市からの距離が遠い」などの項目で、地域住民と首都圏住民との間にギャップが存在することがわかる。

【図表 2-1 「あなたが思う能登地域のイメージは？」（地域住民／n=201）



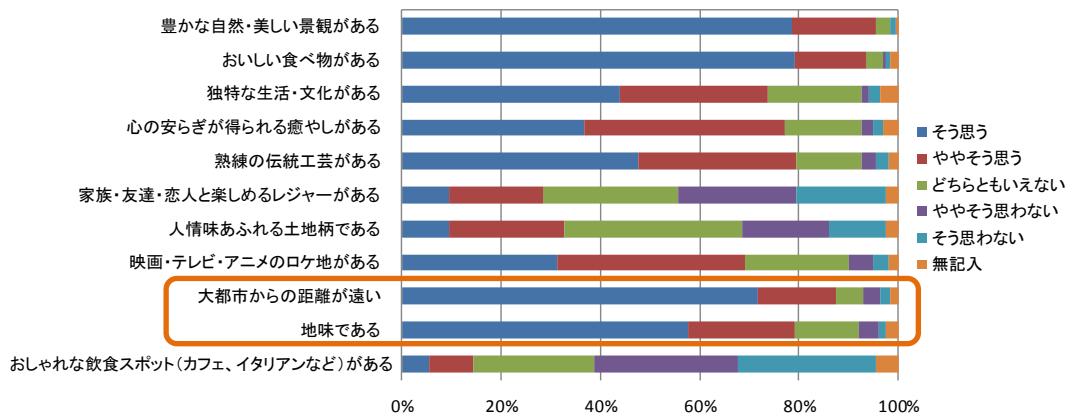
【図表 2-2 「能登地域のイメージにあてはまるものは？」（首都圏住民／n=824 複数回答）



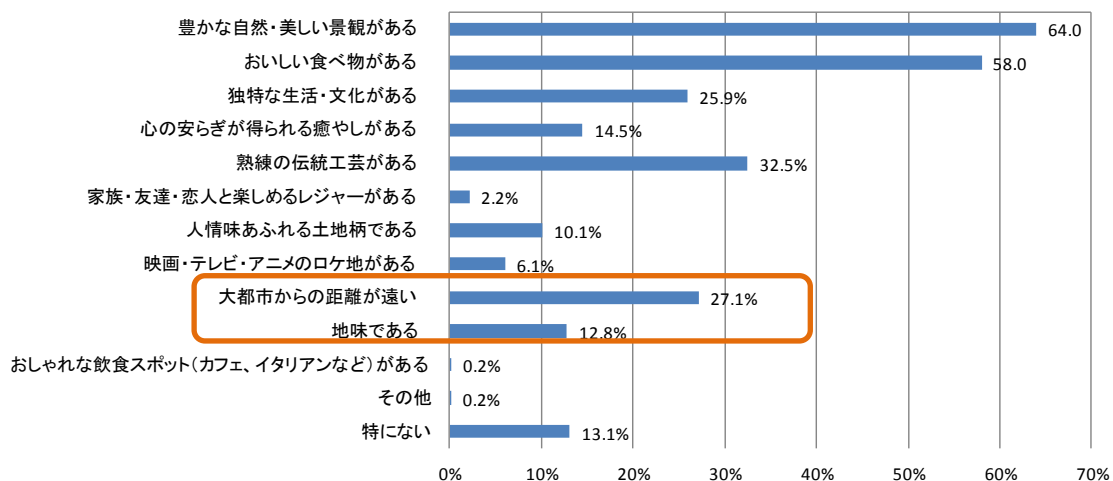
2-2. 能登地域のイメージ

- 地域住民に対して、「能登地域に訪れたことがない人が抱いていると思うイメージ」を尋ねたところ、「大都市からの距離が遠い」について「そう思う」と回答した人が約7割、「地味である」について「そう思う」と回答した人が6割弱となった（図表2-3）。
- 一方、能登地域に旅行で訪れたことがない首都圏住民（以下、「首都圏住民（能登経験無）」に対して、能登地域のイメージを尋ねたところ、「大都市からの距離が遠い」を挙げた人は3割弱、「地味である」を挙げた人は1割強となった（図表2-4）。
- 「大都市からの距離が遠い」や「地味である」といった項目は、見方によってはネガティブなイメージとも捉えられるが、首都圏住民（能登経験無）は、地域住民が思っているほどそうしたイメージを持っていないと考えられる。

【図表2-3 「能登地域に訪れたことがない人が抱いていると思うイメージは？」
(地域住民/n=201)



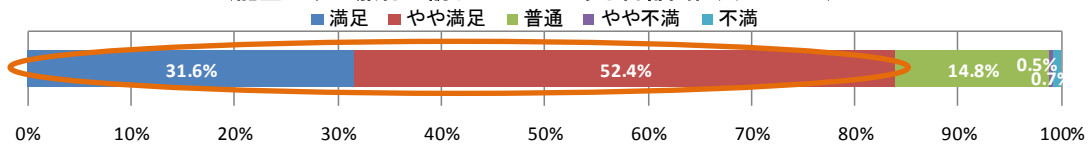
【図表2-4 「能登地域のイメージにあてはまるものは？」
(能登地域に旅行で訪れたことがない首都圏住民/n=412 複数回答)



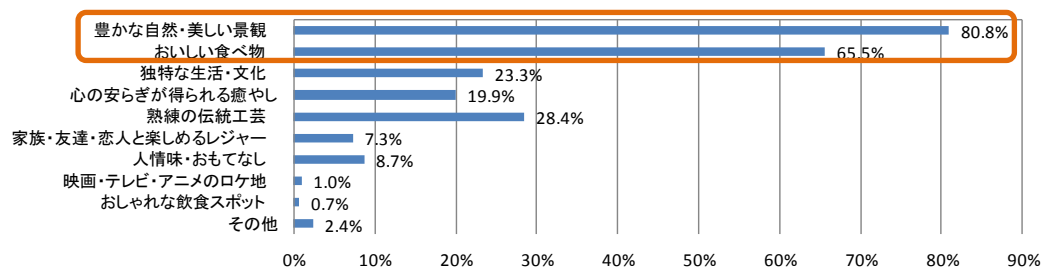
3-1. 能登旅行に対する首都圏観光客の満足度

- 能登地域に旅行で訪れたことがある首都圏住民（以下、「首都圏住民（能登経験有）」）に対して、能登旅行の総合的な満足度を尋ねたところ、「満足」「やや満足」の合計回答数が全体の 8 割以上となり、首都圏観光客の能登旅行に対する満足度は概ね高いことがわかった（図表 3-1）。
- 首都圏住民（能登経験有）に対して、旅行前に期待度の高かった項目を尋ねたところ、「豊かな自然・美しい景観」「おいしい食べ物」を挙げる人が多かった（図表 3-2）。これらの項目は、旅行後に満足度の高かった項目とも一致しており（図表 3-3）、首都圏観光客の期待を裏切らない観光資源となっていることがわかる。

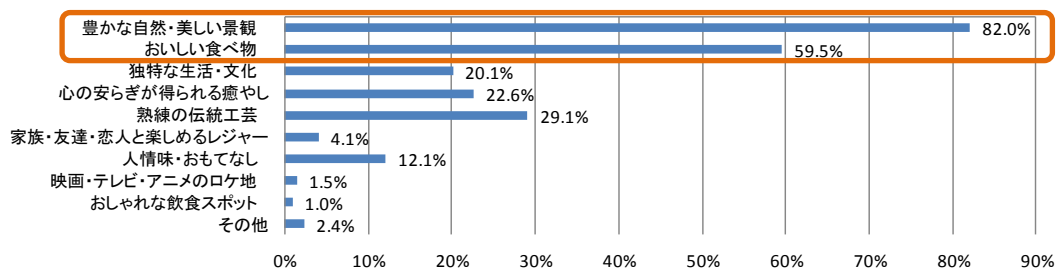
【図表 3-1 総合的な満足度】
（能登地域に旅行で訪れたことがある首都圏住民／n=412）



【図表 3-2 「能登地域への旅行前に期待度の高かったものは？」】
（能登地域に旅行で訪れたことがある首都圏住民／n=412 複数回答）



【図表 3-3 「能登地域への旅行後に満足度の高かったものは？」】
（能登地域に旅行で訪れたことがある首都圏住民／n=412 複数回答）



3-2. 能登旅行に対する首都圏観光客の満足度

➤ 首都圏住民（能登経験有）における、「能登旅行の総合的な満足度」と「旅行後に満足度の高かった項目」のクロス集計表をみると、総合的な満足度を「満足」と回答した人は「やや満足」と回答した人に比べ、満足度の高かった項目として「心の安らぎが得られる癒やし」を挙げる人の割合が大きく増えることがわかった（図表 3-4）。「癒やし」を感じてもらうことは、首都圏観光客の満足度を向上させるポイントの一つと考えられる。

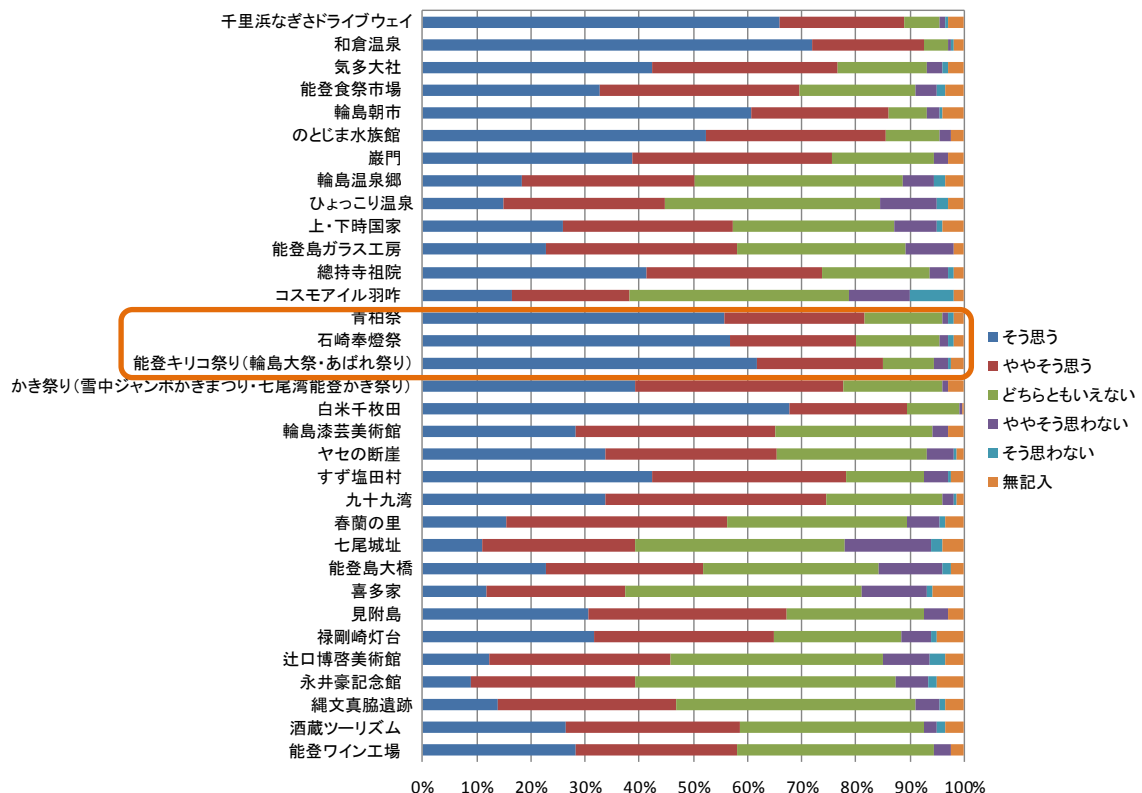
【図表 3-4 総合的な満足度と旅行後に満足度の高かった項目（クロス分析）】
（能登地域に旅行で訪れたことがある首都圏住民／n=412 複数回答）

回答数 (上段：人、 下段：%)	全体	豊かな自然・美しい景観	おいしい食べ物	独特な生活・文化	心の安らぎが得られる癒やし	熟練の伝統工芸	家族・友達・恋人と楽しめるレジャー	人情味・おもてなし	映画・テレビ・アニメのロケ地	おしゃれな飲食スポット	その他
全体	412 100.0	338 82.0	245 59.5	83 20.1	93 22.6	120 29.1	17 4.1	50 12.1	6 1.5	4 1.0	10 2.4
満足	130 100.0	119 91.5	93 71.5	35 26.9	51 39.2	47 36.2	10 7.7	26 20.0	4 3.1	2 1.5	2 1.5
やや満足	216 100.0	176 81.5	128 59.3	42 19.4	37 17.1	66 30.6	4 1.9	22 10.2	1 0.5	1 0.5	3 1.4
普通	61 100.0	42 68.9	24 39.3	6 9.8	4 6.6	7 11.5	3 4.9	2 3.3	1 1.6	1 1.6	2 3.3
やや不満	2 100.0	1 50.0	0 0.0	0 0.0	1 50.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
不満	3 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	3 100.0

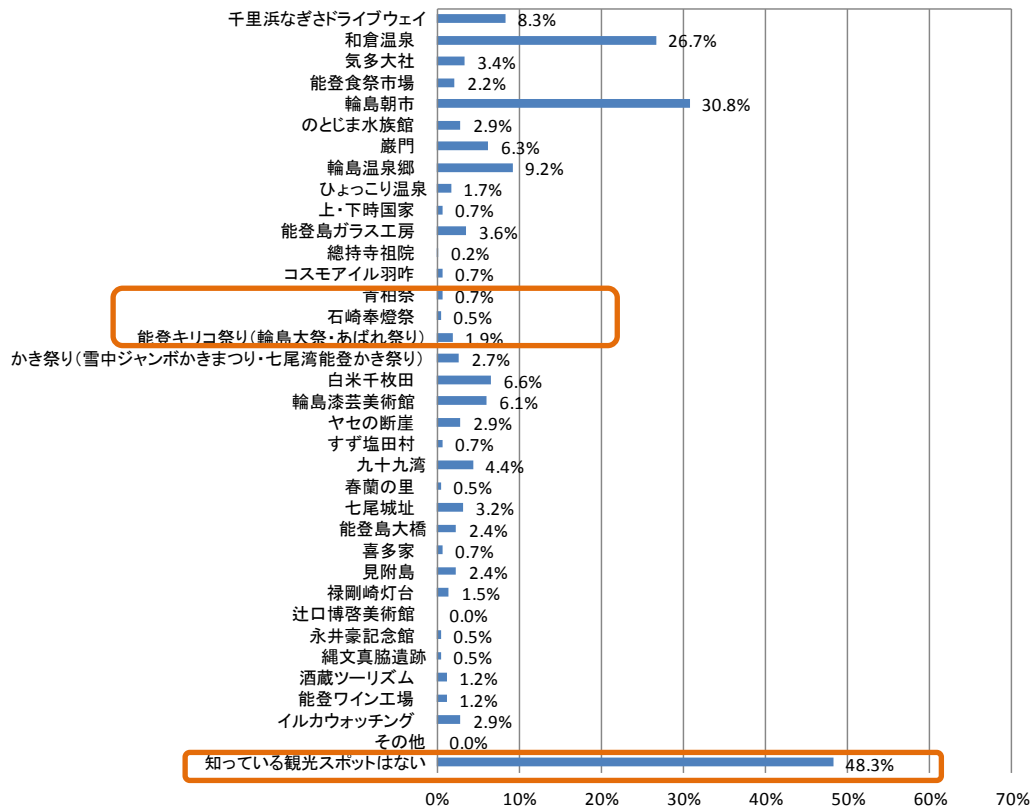
4. 能登地域の観光スポット

- 地域住民に対して、観光客に訪れて欲しいおすすめ観光スポットを尋ねたところ、「そう思う」と回答した人の割合が高い順に「和倉温泉」「白米千枚田」「千里浜なぎさドライブウェイ」となった。それ以外には、「能登キリコ祭り」「石崎奉燈祭」「青柏祭」といった「祭り」が上位に挙がった（図表 4-1）。
- 首都圏住民（能登経験無）に対して、能登地域で知っている観光スポットを尋ねたところ、3割前後の人が「輪島朝市」「和倉温泉」を知っていたが、それ以外の観光スポットはほとんど知られておらず、そもそも「知っている観光スポットはない」と回答した人が5割近くいた（図表 4-2）。
- 首都圏住民（能登経験有）に対して、能登地域への旅行の際に訪れた（体験した）観光スポットを尋ねたところ、「輪島朝市」「和倉温泉」「千里浜なぎさドライブウェイ」が多く挙げられたが、それ以外の観光スポットについては3割未満にとどまった。（図表 4-3）
- 地域住民が観光客に訪れて欲しいおすすめ観光スポットは数多くあるが、首都圏住民（能登経験無）にはほとんど知られておらず、首都圏住民（能登経験有）が能登地域に旅行した際にもあまり訪れていない。特に、地域の誇る「祭り」については、そのギャップが大きいことがわかった。能登地域への誘客を図るにあたっては、まずは地域住民のおすすめ観光スポットをしっかりと認知してもらう必要がある。

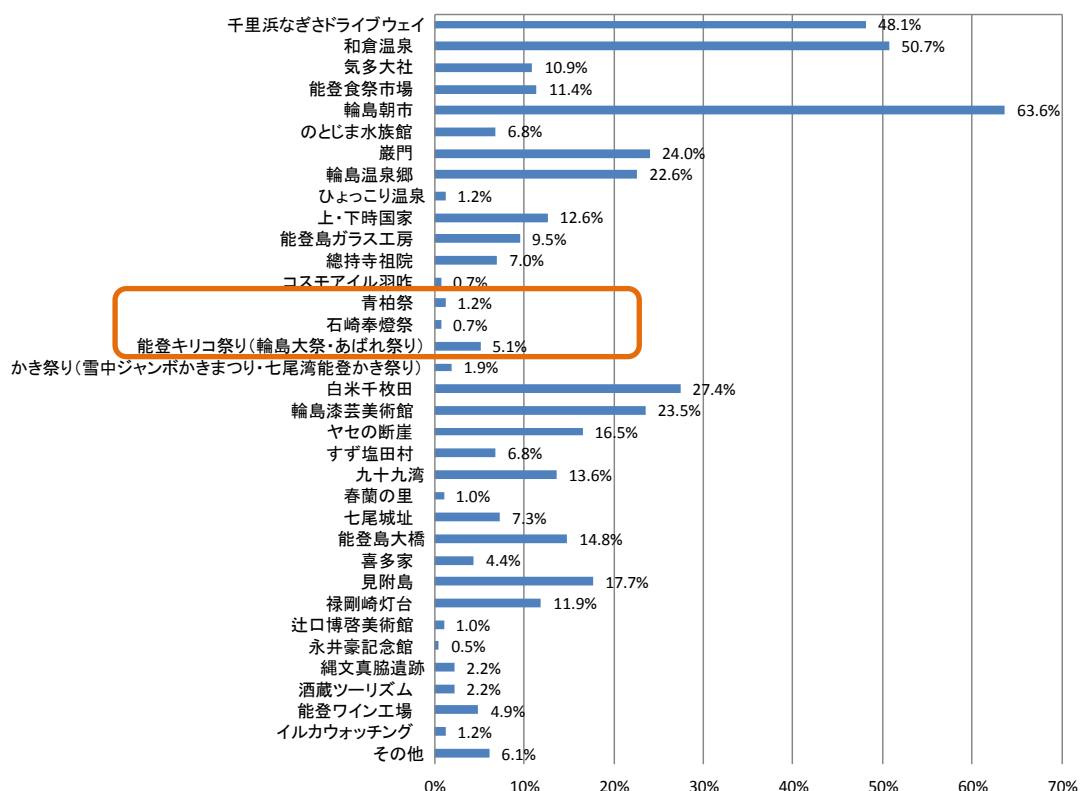
【図表 4-1 「観光客に訪れて欲しいおすすめ観光スポットは？」（地域住民／n=201）



【図表 4-2 「能登地域に関して知っている観光スポットは？」
(能登地域に旅行で訪れたことがない首都圏住民／n=412 複数回答)



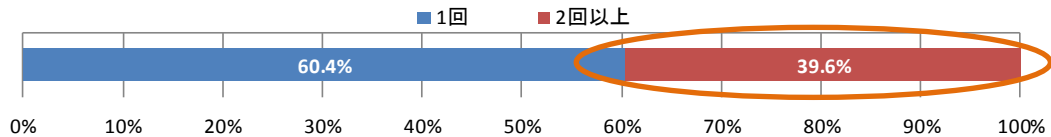
【図表 4-3 「能登地域への旅行の際に訪れた(体験した)観光スポットは？」
(能登地域に旅行で訪れたことがある首都圏住民／n=412 複数回答)



5. 能登旅行のリピーター

- 首都圏住民（能登経験有）に対して、能登地域への旅行回数を尋ねたところ、2回以上訪れたことがある人が約4割となり、リピーターが相応に存在することがわかった（図表5-1）。
- 首都圏住民（能登経験有）における、「能登地域への旅行回数」と「能登地域への旅行の際に訪れた（体験した）観光スポット」のクロス集計表をみると、旅行回数2回以上のリピーターは、1回だけの観光客に比べ、「輪島朝市」「和倉温泉」「千里浜なぎさドライブウェイ」以外にも様々な観光スポットに訪れていることがわかる（図表5-2）。
- ディープな能登を知ってもらうためには、リピーターを増やす工夫も求められる。

【図表5-1 「能登地域には何回旅行したことがありますか？」
 （能登地域に旅行で訪れたことがある首都圏住民／n=412）



【図表5-2 能登地域への旅行回数と訪れた（体験した）観光スポット（クロス分析）
 （能登地域に旅行で訪れたことがある首都圏住民／n=412 複数回答）

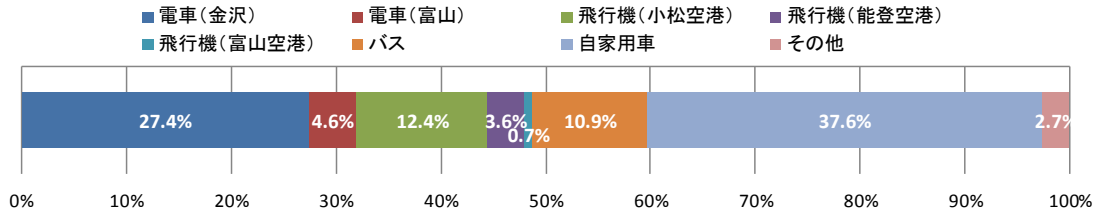
回答数 (上段:人 下段:%)	全体	千里浜 なぎさド ライブ ウェイ	和倉温 泉	気多大 社	能登食 祭市場	輪島朝 市	のどしま 水族館	巖門	輪島温 泉郷	ひよこり 温泉	上・下時 国家	能登島カ ラス工房	總持寺 祖院	コスモア イル羽咋	青柏祭	石崎奉 燈祭	能登キリ コ祭り(輪 島大祭・ あばれ祭 り)	かき祭り (雪中 ジャンボ かきまつ り・七尾 湾能登 かき祭 り)
全体	412 100.0	198 48.1	209 50.7	45 10.9	47 11.4	262 63.6	28 6.8	99 24	93 22.6	5 1.2	52 12.6	39 9.5	29 7.0	3 0.7	5 1.2	3 0.7	21 5.1	8 1.9
1回	249 100.0	98 39.4	102 41.0	17 6.8	7.2 2.2	131 52.6	10 4.0	45 18.1	43 17.3	3 1.2	19 7.6	19 7.6	10 4.0	1 0.4	0 0.0	0 0.0	7 2.8	0 0.0
2回以上	163 100.0	100 61.3	107 65.6	28 17.2	29 17.8	131 80.4	18 11.0	54 33.1	50 30.7	2 1.2	33 20.2	20 12.3	19 11.7	2 1.2	5 3.1	3 1.8	14 8.6	8 4.9

回答数 (上段:人 下段:%)	白米千 枚田	輪島漆 芸美術 館	ヤセの断 崖	すず塩田 村	九十九 湾	春蘭の 里	七尾城 址	能登島 大橋	喜多家	見附島	禄剛崎 灯台	辻口博 啓美術 館	永井豪 記念館	縄文真 跡遺跡	酒蔵ソ リズム	能登ワイ ン工場	イルカ ウォッチ ング	その他
全体	113 27.4	97 23.5	68 16.5	28 6.8	56 13.6	4 1.0	30 7.3	61 14.8	18 4.4	73 17.7	49 11.9	4 1.0	2 0.5	9 2.2	9 2.2	20 4.9	5 1.2	25 6.1
1回	49 19.7	50 20.1	29 11.6	10 4.0	28 11.2	0 0.0	10 4.0	30 12.0	6 2.4	37 14.9	21 8.4	3 1.2	1 0.4	4 1.6	3 1.2	10 4	2 0.8	18 7.2
2回以上	64 39.3	47 28.8	39 23.9	18 11.0	28 17.2	4 2.5	20 12.3	31 19	12 7.4	36 22.1	28 17.2	1 0.6	1 0.6	5 3.1	6 3.7	10 6.1	3 1.8	7 4.3

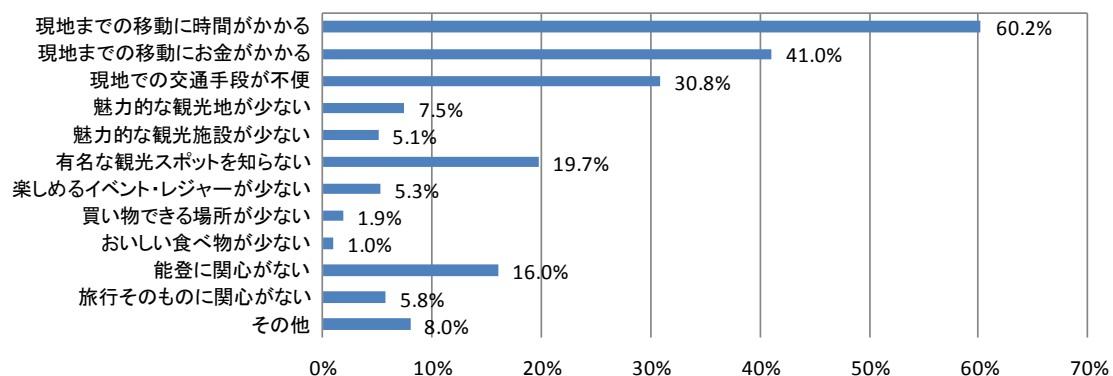
6. 交通手段

- 首都圏住民（能登経験有）に対して、能登地域までの主な交通手段を尋ねたところ、「自家用車」との回答が4割弱と最も多く、次いで「電車（金沢）」が3割弱となった（図表6-1）。
- 首都圏住民（能登経験無）に対して、能登地域に旅行しなかった理由を尋ねたところ、「現地までの移動に時間がかかる」との回答が約6割と最も多く、次いで「現地までの移動にお金がかかる」が約4割、「現地での交通手段が不便」が約3割となった（図表6-2）。以上を踏まえると、首都圏からの距離の割に自家用車での来訪が多い理由として、現地までの移動費用の高さや現地での交通手段の不便さがあるようにも思われる。特に、現地での交通手段の不便さについては、レンタカーやバスなどの二次交通の充実と利用しやすさへの工夫が求められよう。
- 首都圏住民に対して、「北陸新幹線開業に伴い能登地域に行きたいか？」と訪ねたところ、「是非行きたい」「どちらかといえば行きたい」の合計回答数が約7割となった（図表6-3）。「現地までの移動に時間がかかる」というボトルネックが改善される北陸新幹線開業は、首都圏住民が能登に旅行するきっかけになりうると考えられる。

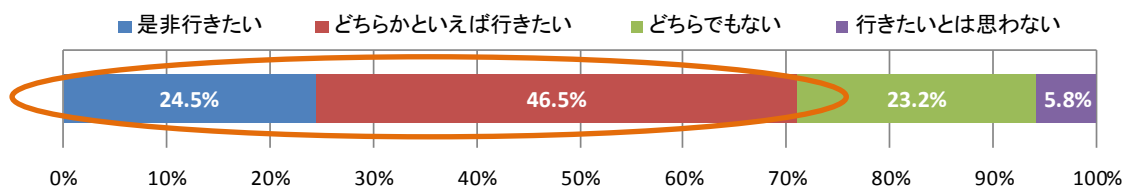
【図表6-1 「能登地域までの主な交通手段は？」
 （能登地域に旅行で訪れたことがある首都圏住民／n=412）



【図表6-2 「能登地域に旅行しなかった理由」
 （能登地域に旅行で訪れたことがない首都圏住民／n=412 複数回答）



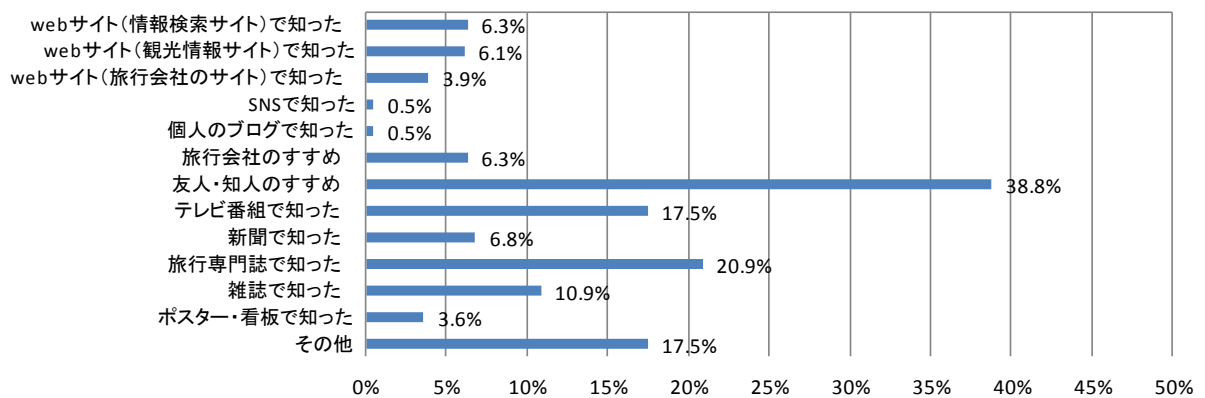
【図表6-3 「北陸新幹線開業に伴い能登地域に行きたいか？」（首都圏住民／n=824）



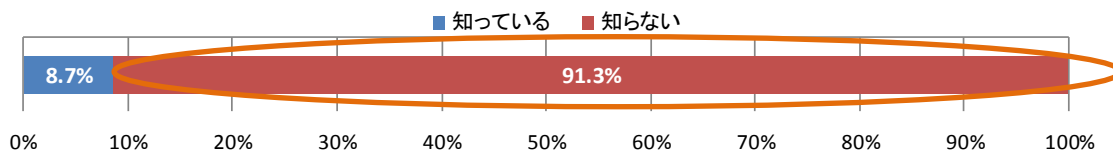
7. プロモーション

- 首都圏住民（能登経験有）に対して、能登旅行のきっかけを尋ねたところ、「友人・知人のすすめ」との回答が4割弱と最も多く、次いで「旅行専門誌で知った」が約2割、「テレビ番組で知った」が2割弱となり、これまでは、リアル・チャンネルがきっかけとなり能登旅行をする人が多いことがわかった（図表 7-1）。
- 一方で、「SNS で知った」「個人のブログで知った」との回答は極めて少なく、各種の「web サイト」という回答もさほど多くない（図表 7-1）。ネット・チャンネルによるプロモーション強化が今後の課題と考えられる。
- 首都圏住民に対して、『「能登の里山里海」が世界農業遺産の認定地域であることを知っているか?』と尋ねたところ、「知らない」との回答が9割超となった（図表 7-2）。
- 首都圏住民は能登地域に対して「豊かな自然・美しい景観」を強くイメージしており（P5 図表 2-2）、首都圏住民（能登経験有）にとっても期待度及び満足度が一番高い項目である（P7 図表 3-2、図表 3-3）。また、「癒やし」が首都圏観光客の満足度向上のポイントでもある（P8 図表 3-4）。能登地域をブランディングするうえでは、日本の原風景を想起させる世界農業遺産「能登の里山里海」をもっと活用する余地があるのではないだろうか。

【図表 7-1 「能登地域への旅行のきっかけは？」
（能登地域に旅行で訪れたことがある首都圏住民／n=412 複数回答）



【図表 7-2 「能登の里山里海」が世界農業遺産の認定地域であることを知っていますか？】
（首都圏住民／n=824）



＜参考＞地域住民からの意見～能登の魅力向上に必要なのは？～
(アンケート時に寄せられた意見を一部抜粋)

○現状と取り組みの方向性

- ・アウトドアプログラムを充実させる。
- ・やはり大都会から遠いイメージがある。訪れやすいイメージに変えられたら良いと思う。
- ・食に対する宣伝を大々的に行う。
- ・魅力は十分すぎるほどある。あとは、情報発信（宣伝、PR、誘致力）が上手になればもっと多くの人に魅力が伝わる。
- ・若い力（例えば大学との連携強化など）をもっと活用する。
- ・農業ツーリズム、地域の普通の暮らしの紹介やステイ、紹介の方法を変えた方がよいのでは。
- ・マイカーやバス等の駐車場、食事をとれる場所、能登をアピールする人たちの強い意志が必要。
- ・海と山がきれいなのでその自然環境を生かして、日本人のふるさと（癒やしとして、心休まる所）として観光客が何回もリピーターとして能登へ来られるような行事、イベントなどを考えられたらどうか。
- ・祭り以外の大規模のイベントが必要。
- ・若者が来なくなるイベント・スポットが必要。
- ・若い人の職場を確保する。若者が集まれば祭りも盛んになる。

○行政等への要望

- ・インフラ整備（特に道路）を望む。
- ・観光名所の整備、行き来のしやすさ（道路の整備）、できれば高速道路を望む。

○北陸新幹線開業と関連する内容

- ・無料化されたのと里山海道と北陸新幹線金沢開業により、能登空港をつなげての回遊ルートのアピールして首都圏との距離感を縮め、交流人口の拡大をはかればよいと思うので、それを広く知らしめる施策を民官あげて取り組んでいければと、感じる。
- ・東京駅に出店(カキなど)。
- ・奥能登では里山里海芸術祭を予定しているが、もし大勢の観光客が来ても受け入れ（宿泊）が不可能では？現に近所の民宿は高齢化により閉鎖となっている。結局金沢などのホテルに観光客が流れてしまうのではと懸念している。

＜コラム＞ NHK連続テレビ小説「まれ」の放映に伴う経済波及効果

- 2015年度前期のNHK連続テレビ小説で、主に輪島市と横浜市を舞台とした「まれ」が放映される。
- 放映に伴う経済波及効果を推計したところ、輪島市への観光入込数が約34万人増加し、石川県全体への経済波及効果として約66億円がもたらされるとの結果となった。
- 能登地域では、今後、人口減少や高齢化が急速に進むと見込まれている。「まれ」放映に伴い期待される経済波及効果をさらに高め、交流人口の拡大を嚆矢とした地域活性化を図る取り組みが望まれる。

【推計の前提】

- ・「まれ」放映前の輪島市の観光入込数として、輪島市が公表している2014年のデータを使用。
- ・観光入込客増加率として、2009年度前期～2013年度後期の5年間に放映されたNHK連続テレビ小説のうち、三大都市圏以外の市町村を舞台としたものを抽出し、それら市町村における放映前後の観光入込客増加率を平均した値（31.34%）を使用。
- ・増加した観光入込客のうち日帰り客と宿泊客の割合は、輪島市が公表している2014年のデータを元に独自に推計（日帰り客割合84.9%、宿泊客割合15.1%）。
- ・日帰り客と宿泊客の消費単価は、石川県が公表している2013年のデータを使用（日帰り客消費単価7,484円、宿泊客消費単価39,059円）。
- ・1次波及効果及び2次波及効果の推計にあたっては、石川県の産業連関表（2005年）を使用。

【経済波及効果】

（百万円）

経済波及効果	直接効果	1次波及効果	2次波及効果
6,565	4,204	1,433	927

（注1）直接効果とは、日帰り客と宿泊客の増加入込数に消費単価を乗じ合算した額。

（注2）1次波及効果とは、直接効果で必要とされる財・サービスを生産・提供するために県内産業にもたらされる生産誘発額。

（注3）2次波及効果とは、直接効果及び1次波及効果によって生じた雇用者所得の増加分が新たな消費に向けられることによって県内産業にもたらされる生産誘発額。

※但し、本結果については観光入込客増加率等に強い前提を置いた推計値であることに留意が必要。

- ・本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所：金沢大学香坂研究室・日本政策投資銀行と明記して下さい。
- ・本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要ですので、以下の連絡先までご連絡下さい。

<お問い合わせ先>

金沢大学 地域創造学類 香坂研究室 (香坂 玲)
〒920-1192 石川県金沢市角間町 人間社会棟 3号館 1212号室
Tel: 076-264-5475 E-mail : kohsaka@staff.kanazawa-u.ac.jp

株式会社日本政策投資銀行北陸支店 (新井 洋司)
〒920-0031 金沢市広岡三丁目1番1号
Tel : 076-221-3216 E-mail : he_8754@dbj.jp