

記者発表（資料配付）				
月/日 (曜日)	担当課(室) 係名	TEL	発表者名	その他 配布先
3/28 (火)	兵庫県立大学 政策科学研究所 (神戸商科キャンパス)	078-794-5302 078-362-4123	兵庫県立大学 政策科学研究所長 草薙 真一 (客員研究員 芦谷 恒憲)	教育記者クラブ

地域経済指標研究会(兵庫県立大学政策科学研究所) 第10回神戸マラソンの経済波及効果を推計

兵庫県立大学地域経済指標研究会は、第10回神戸マラソンの経済波及効果を推計しましたので公表します。第10回神戸マラソンは、「感謝と友情」をテーマに、「する・みる・ささえる」が一体となった大会として、ランナー(20,255人)、ボランティア(5,768人)をはじめ、すべての大会関係者が、“ありがとう”の気持ちを伝えあい、阪神・淡路大震災からの復旧・復興における経験と教訓、兵庫・神戸の魅力の国内外への発信に貢献しました。マラソンへの参加や応援活動には、移動・飲食・買物・宿泊などの経済的な効果が伴いました。本調査では、神戸マラソン参加者及び関係者や応援ポイントの応援出演等の観光消費を主体とした経済波及効果について推計を行いました。

推計結果：兵庫県内経済波及効果(生産誘発額コア推計) 20.6億円

表 第10回神戸マラソンの経済波及効果概要 (単位:億円、人)

項目	兵庫県(コア※)	神戸市(コア※)	備考
生産誘発額	20.6	19.0	経済効果(売上額の合計)
直接効果	13.2	12.0	最終需要額
第一次間接効果	4.1	3.8	原材料消費から誘発効果
第二次間接効果	3.3	3.1	民間消費支出による誘発効果
付加価値誘発額	11.9	11.0	(売上額－経費等)の合計
名目GDP	219,783	69,401	令和3年度速報・試算値
名目GDP比(%)	0.005	0.02	
就業者誘発数	203	146	個人業主、雇用者等

(資料)兵庫県「平成27年兵庫県産業連関表」、神戸市「平成27年神戸市産業連関表」

※コア推計: 応援自粛により応援観戦者データが得られないため大会運営と密接な需要の経済波及効果

推計の前提として関連行事等の実績値や第10回神戸マラソンに係る「参加者(ランナー)に関する調査」、「応援ポイント参加者の動向に関するアンケート調査」のデータを用いて最終需要額(直接効果)を推計した。経済波及効果は「平成27年兵庫県産業連関表」、「平成27年神戸市産業連関表」を使用し、産業連関分析により兵庫県内及び神戸市内経済波及効果(直接効果及び第1次間接効果、第2次間接効果)を推計した。

※詳細は、資料「第10回神戸マラソンの経済波及効果(コア推計)」資料を参照してください。

照会先 照会先 兵庫県立大学地域経済指標研究会
産学連携・研究推進機構 特任教授、兵庫県企画部統計課 統計分析官
芦谷 恒憲 (TEL 078-362-4123 統計課、078-794-5142 県立大学)
神戸女子大学心理学部教授 小沢 康英 (TEL 078-731-4416)
※研究会関連 URL <https://ips-u-hyogo.jp/archives/242>

第10回神戸マラソンの経済波及効果(コア推計)について

兵庫県立大学地域経済指標研究会

令和4年11月20日に第10回神戸マラソンが3年ぶりに開催された。神戸マラソン開催は、地域住民のスポーツを通じた健康増進、阪神・淡路大震災からの復興へ手を差し伸べていただいた方々への感謝の気持ちの表明・国内外の被災地域への経験・教訓の発信に貢献した。こうした健康増進や震災復興への感謝といった社会的意義に加えて、神戸マラソンは、ランナー・観客など県内外から多数の来訪者があることから、来訪者の移動・飲食・買物・宿泊などの経済的な効果が伴う。第10回大会は、コロナ禍による応援自粛があり、応援観戦者データが得られないため、応援ポイントの応援出演者等大会運営と密接な需要の経済波及効果(※コア経済効果)を行なった。
 ※大会運営と密接な需要(ランナー、応援出演者、ボランティア等)の経済波及効果

1 マラソン参加者、沿道応援者等の概況

第10回神戸マラソン参加ランナーは、20,255人で前回は65人減であった。(表1)

表1 大会参加者・完走者の推移 (単位:人、%)

区分	第6回	第7回	第8回	第9回	第10回	第9回比増減
参加者(フルマラソン)(A)	19,570	19,709	20,395	20,320	20,255	▲ 65
完走者(フルマラソン)(B)	18,806	18,947	19,562	19,444	19,449	5
完走率(%) C=B/A	96.1	96.1	95.9	95.7	96.0	0.3

(出所)神戸マラソン実行委員会資料

出走者数(20,255人)のうち、兵庫県内は、9,530人(前回は1,538人増)で全体の47.1%を占める。地域別の増減を見ると、海外は、6人で前回は985人減、兵庫県を除く近畿(5,835人)は、前回は540人増であった。(表2)

表2 地域別出走者数の推移 (単位:人)

区分	第6回	第7回	第8回	第9回	第10回	第9回比増減		
						割合(%)		
北海道	126	106	97	377	165	0.8	▲ 212	
東北	282	224	248	275	149	0.7	▲ 126	
関東	1,912	1,792	1,804	1,821	1,654	8.2	▲ 167	
中部	1,413	1,153	1,201	1,476	1,392	6.9	▲ 84	
近畿	兵庫県	7,857	7,882	8,932	7,992	9,530	47.1	1,538
	その他	5,674	5,566	5,172	5,295	5,835	28.8	540
計	13,531	13,448	14,104	13,287	15,365	75.9	2,078	
中国	657	681	633	760	684	3.4	▲ 76	
四国	604	667	591	673	533	2.6	▲ 140	
九州・沖縄	467	490	549	660	307	1.5	▲ 353	
海外	578	1,148	1,168	991	6	0.0	▲ 985	
合計	19,570	19,709	20,395	20,320	20,255	100.0	▲ 65	

(出所)神戸マラソン実行委員会資料

イベント別来場者数は、EXPO来場者数(27,000人)は、前回は3,000人減(第6回大会水準で飲食等出店なし)であった。(表3)

表3 イベント等来場者数の推移

(単位:人)

区分	第6回	第7回	第8回	第9回	第10回	第9回比増減
EXPO来場者数	27,500	28,500	29,500	30,000	27,000	▲ 3,000
集客イベント(3箇所)(注)	43,000	41,500	42,500	43,000	—	
沿道応援者数	600,000	600,000	600,000	610,000	—	
沿道応援イベント団体	118	114	127	116	—	

(注)集客イベント:若松公園、ノビアスタジアム神戸、市民広場

(出所)神戸マラソン実行委員会資料

ボランティアは、ランナー配付物の封入、EXPO会場でのランナーの受付、マラソンコースでの給水・給食・沿道整理、ランナーの救護、手荷物預かり返却等であり、ボランティア参加者は、5,768人で、前回比で1,083人減であった。(表4)

表4 ボランティア参加人数

(単位:人)

区分	第6回	第7回	第8回	第9回	第10回	第9回比増減
EXPO等	704	708	694	670	664	▲ 6
マラソン当日	6,560	6,363	6,114	6,181	5,104	▲ 1,077
計	7,264	7,071	6,808	6,851	5,768	▲ 1,083

(出所)神戸マラソン実行委員会資料

2 消費支出額(最終需要額)の推計

経済効果推計範囲は、交通費、宿泊費支出、商業・飲食等の関連消費のほか、新たな消費活動による生産活動が含まれる。推計の対象期間は令和4年11月18日～20日で関連事業費は令和4年度分を含めて推計した。

来訪者の飲食・買物などの消費活動は、他の産業の生産を誘発する。例えばレストランで食事をすれば、料理に使用される野菜や肉・魚(農業・水産業)、調味料、パン(食料品工業)など関連した産業の需要につながる。こうした経済波及効果を兵庫県内は「平成27年兵庫県産業連関表」、神戸市内は「平成27年神戸市産業連関表」(※今回改定)を用いて推計する。消費支出額は、「参加者(ランナー)向け調査」、「応援ポイント参加者の動向調査」などから消費支出額を下記により推計した。

(1) 消費支出額の推計

観光消費支出額は、一人当たり消費額(参加者・沿道応援者等)×参加者数により推計した。観光客一人当たり消費額は、「参加者(ランナー)に関する調査」(流通科学大学 山口泰雄研究室)、「神戸マラソンの応援ポイント参加者の動向に関するアンケート調査」(流通科学大学 西村研究室)を使用した。

1人当たり消費単価は、大会参加者(ランナー)は県内では減少、県外では増加、沿道応援者は、神戸市内では減少、兵庫県内、関西地域等の地域で増加した。居住地別では、消費単価が低い神戸市内の近隣地域が減少した。(表5)

表5 応援ポイント参加者の消費単価

(単位:円)

区分	第6回	第7回	第8回	第9回	第10回	第9回比増減	
大会参加者(ランナー)	県内	4,116	5,690	6,666	4,406	9,221	4,815
	県外	27,766	28,764	31,655	33,608	35,577	1,969
応援観覧者	近隣(神戸市同区)	3,976	4,610	5,319	4,884	3,898	▲ 986
	神戸市内(除近隣)	4,696	4,810	5,183	5,639	5,846	207
	兵庫県内(除神戸市)	5,796	4,610	6,585	7,877	8,377	500
※居住地の重複なし	関西地域	8,243	5,861	7,322	10,588	8,657	▲ 1,931
	その他県外	17,625	36,930	33,891	36,431	48,728	12,297

(出所)神戸マラソン実行委員会・兵庫県立大学地域経済指標研究会推計資料

消費区分別の動向を見ると、飲食出店の自粛等により飲食費単価が減少、神戸市内地域では、一般応援の自粛呼びかけ等により交通費がやや減少した。(表5-2)

表5-2 第10回(応援ポイント参加者)費目別対9回比増減 (単位:円)

区分	事前購入	当日支出計	交通費	宿泊費	飲食費	その他	合計
近隣	▲ 786	▲ 207	▲ 34	673	▲ 778	▲ 62	294
神戸市内	▲ 37	244	▲ 11	869	▲ 845	231	1,272
兵庫県内	▲ 953	1,001	376	1,121	▲ 698	198	1,771
関西地域	▲ 632	484	148	437	▲ 568	467	972
その他地域	1,216	11,082	1,706	4,952	▲ 325	4,749	14,433

(2) 最終需要額の推計

消費支出額は、大会参加者(ランナー)は5.1億円、応援出演者等は4.0億円、ボランティアは1.6億円で計10.7億円である。うち兵庫県内は5.7億円、神戸市内は4.4億円である。(表6)

表6 項目別消費支出額(コア推計) (単位:百万円)

項目	大会参加者 (ランナー)	応援出演者等	ボランティア	計	推計		参考 兵庫県 10回-9回
					兵庫県内	神戸市内	
交通費	230	89	96	415	204	100	▲ 39
宿泊費	119	99	0	218	41	42	18
飲食費	80	74	29	183	140	139	▲ 128
土産代	46	28	10	84	58	56	▲ 29
その他	34	63	26	123	100	92	▲ 88
事前購入	—	42	—	42	27	15	▲ 50
合計	509	395	161	1,065	570	444	▲ 316

(出所)兵庫県立大学地域経済指標研究会推計

神戸マラソンの周辺整備や運営・維持管理費、安全対策や情報発信など運営関連経費として支出された。これらの活動に伴う事業費等(7.6億円)を加算した最終需要額は、17.9億円である。(表7)

表7 神戸マラソン最終需要額(国内)の推移 (単位:億円)

項目	第6回	第7回	第8回	第9回	第10回(コア)	第9回比増減
消費支出額	48.2	50.4	72.5	84.8	10.7	▲ 74.2
大会参加者(ランナー)	3.5	4.1	4.1	4.1	5.1	1.0
応援出演者等	44.7	46.3	68.4	80.7	5.6	▲ 75.1
大会運営費	5.9	6.2	6.3	7.1	7.6	0.5
合計	54.1	56.6	78.8	91.9	18.2	▲ 73.7
推計実施機関	兵庫県立大学	兵庫県立大学	兵庫県立大学	兵庫県立大学	兵庫県立大学	

(出所)神戸マラソン実行委員会・兵庫県立大学地域経済指標研究会推計

※応援観戦者(コアのみ)

3 経済波及効果推計結果

経済波及効果は、神戸マラソン実行委員会事務局から提供のあった関連資料や各種経済統計データにより、兵庫県及び神戸市を対象に、「平成27年兵庫県産業連関表」、「平成27年神戸市産業連表」から、産業連関分析により推計した。経済波及効果(生産誘発額)は、兵庫県内で20.6億円、神戸市内で19.0億円である。原材料費等経費を除いた付加価値誘発額は、兵庫県内が11.9億円、神戸市内が11.0億円である。

就業者誘発数は、兵庫県内203人、神戸市内146人である。

表8、表9、経済波及効果の内訳：参考表1(兵庫県内)、参考表2(神戸市内)、
図1 第10回神戸マラソンの兵庫県内経済波及効果(コア推計)フローチャート

表8 第10回神戸マラソンの経済波及効果概要

(単位:億円、人)

項目	兵庫県(コア※)	神戸市(コア※)	備考
生産誘発額	20.6	19.0	経済効果(売上額の合計)
直接効果	13.2	12.0	最終需要額
第一次間接効果	4.1	3.8	原材料消費から誘発効果
第二次間接効果	3.3	3.1	民間消費支出による誘発効果
付加価値誘発額	11.9	11.0	(売上額－経費等)の合計
名目GDP	219,783	69,401	令和3年度速報・試算値
名目GDP比(%)	0.005	0.02	
就業者誘発数	203	146	個人業主、雇用者等

(資料)兵庫県「平成27年兵庫県産業連関表」、神戸市「平成27年神戸市産業連関表」

※コア推計: 応援自粛により応援観戦者データが得られないため大会運営と密接な需要の経済波及効果

4 今後に向けて

神戸マラソン開催に伴い、地域のスポーツ・健康に係わる関心、ボランティアマインドやホスピタリティマインドが高まった。こうしたランナーへのおもてなしの心が、今回走ったランナーのリピーターとしての次回以降への参加につながる。他方、地域の人々の関心の深まりや支持の強まりが大会の個性の確立につながる。マラソン開催により参加者を中心としたスポーツ・健康関連消費を拡大するという効果がある。

第10回大会は、コロナ禍の中、大会の応援自粛が呼びかけられた。今大会の経済波及効果は、応援自粛により応援観戦者データが得られないため大会運営と密接な需要の経済波及効果(生産誘発額コア推計)であり、経済波及効果は、大幅に小さくなった。第10回大会の経済波及効果(コア推計)は20.6億円で、第9回大会の経済波及効果(コア推計)29.4億円と比較すると▲30.1%であり、新型コロナウイルス感染症対策による社会的制約が縮小される次回、神戸マラソン2023(第11回大会)は、第9回大会(2019年開催)並の事業が実施されれば、コロナ禍前の経済波及効果が期待される。

表9 神戸マラソン経済波及効果(兵庫県内)比較

(単位:億円、人)

区分	第9回(A)	第9回(B:コア推計) ^(注)	コア比(B/A)	第10回(C:コア推計)	第9回コア比(%)
開催日	2019年11月17日	2019年11月17日		2022年11月20日	
参加者	20,320	20,320		20,255	▲ 0.3
沿道応援観戦者	610,000	推計対象外		推計対象外	—
生産誘発額	80.0	29.4	36.8	20.6	▲ 30.1
直接効果(県内分)	54.2	18.7	34.4	13.2	▲ 29.4
付加価値誘発額	44.2	16.7	37.7	11.9	▲ 28.3
就業者誘発数	863	306	35.5	203	▲ 33.7
使用産業連関表	H27年県産業連関表	H27年県産業連関表		H27年県産業連関表	
推計実施機関	兵庫県立大学	兵庫県立大学		兵庫県立大学	

(出所)神戸マラソン実行委員会資料、兵庫県立大学地域経済指標研究会

(注)コア推計: 応援自粛により応援観戦者データが得られないため、大会運営と密接な需要の経済波及効果

参考表1 第10回神戸マラソンの経済波及効果(兵庫県内コア)

(単位:百万円、人)

部門	最終需要額	生産誘発額	付加価値誘発額	就業者誘発数	雇用者誘発数
1 農業	7.6	11.0	5.0	2	0
2 林業	0.0	0.3	0.2	0	0
3 漁業	0.0	1.7	0.9	0	0
4 鉱業	0.0	0.3	0.1	0	0
5 飲食料品	7.0	50.2	16.8	1	1
6 繊維製品	17.0	18.0	6.7	3	2
7 パルプ・紙・木製品	0.0	3.1	1.0	0	0
8 化学製品	0.0	3.0	1.0	0	0
9 石油・石炭製品	0.0	3.8	0.6	0	0
10 プラスチック・ゴム製品	0.0	3.2	1.2	0	0
11 窯業・土石製品	0.0	0.7	0.3	0	0
12 鉄鋼	0.0	1.4	0.2	0	0
13 非鉄金属	0.0	0.4	0.1	0	0
14 金属製品	0.0	1.7	0.7	0	0
15 はん用機械	0.0	3.6	1.5	0	0
16 生産用機械	0.0	4.3	1.8	0	0
17 業務用機械	0.0	3.9	1.4	0	0
18 電子部品	0.0	3.0	1.1	0	0
19 電気機械	0.0	8.1	2.8	0	0
20 情報通信機器	0.0	1.2	0.4	0	0
21 輸送機械	0.0	9.5	2.9	0	0
22 その他の製造工業製品	14.4	18.3	7.4	1	1
23 建設	0.0	6.3	2.8	0	0
24 電力・ガス・熱供給	0.0	38.2	11.8	0	0
25 水道	0.0	8.3	3.9	0	0
26 廃棄物処理	0.0	8.4	5.2	0	0
27 商業	23.9	123.5	81.9	19	18
28 金融・保険	0.0	41.0	26.5	1	1
29 不動産	0.0	103.0	86.6	1	1
30 運輸・郵便	206.4	261.2	168.3	18	18
31 情報通信	0.0	33.1	17.3	1	1
32 公務	0.0	3.1	2.2	0	0
33 教育・研究	0.0	10.5	7.7	0	0
34 医療・福祉	0.0	16.8	10.2	1	1
35 他に分類されない会員制団体	0.0	7.4	4.3	1	1
36 対事業所サービス	759.9	903.8	539.7	107	91
37 対個人サービス	281.0	329.7	167.7	47	39
38 事務用品	0.0	3.3	0.0	0	0
39 分類不明	0.0	9.0	3.9	0	0
40 合計	1,317.1	2,057.6	1,194.0	203	175

(資料)兵庫県統計課「平成27年兵庫県産業連関表」

参考表2 第10回神戸マラソンの経済波及効果(神戸市内コア)

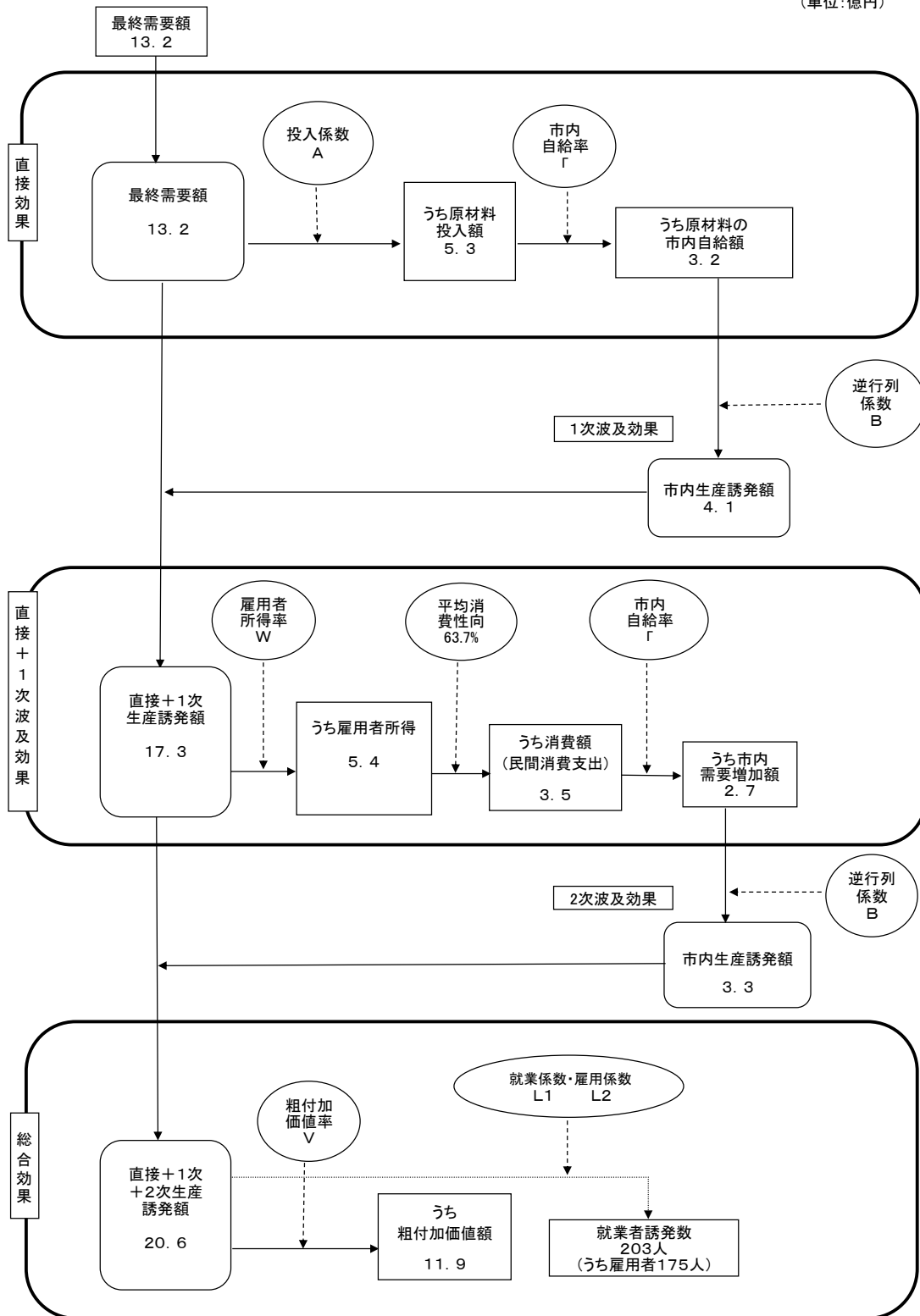
(単位:百万円、人)

部門	最終需要額	生産誘発額	付加価値誘発額	就業者誘発数	雇用者誘発数
1 農林業	7.3	9.2	4.5	2	0
2 酒類	0.0	10.9	6.9	0	0
3 その他の食料品	6.7	41.8	13.5	2	2
4 繊維製品	11.2	11.3	4.9	4	4
5 製材・木製品・家具	0.0	0.7	0.3	0	0
6 ゴム製品	0.0	1.7	0.9	0	0
7 化学製品	0.0	4.5	1.9	0	0
8 鉄鋼	0.0	1.3	0.3	0	0
9 金属製品	0.0	1.1	0.5	0	0
10 はん用機械	0.0	2.2	0.8	0	0
11 生産用機械	0.0	3.2	1.3	0	0
12 業務用機械	0.0	1.2	0.4	0	0
13 電子部品	0.0	0.2	0.1	0	0
14 電気機械	0.0	6.0	2.2	0	0
15 情報・通信機器	0.0	0.5	0.2	0	0
16 造船	0.0	0.1	0.0	0	0
17 その他の輸送機械	0.0	7.8	2.7	0	0
18 その他の製造工業製品	20.5	29.3	10.1	1	1
19 建設	0.0	4.7	2.1	0	0
20 電力・ガス・水道業	0.0	41.8	16.5	0	0
21 商業	23.1	116.6	78.5	9	9
22 金融・保険	0.0	26.8	17.3	1	1
23 不動産	0.0	86.3	70.7	1	1
24 港湾サービス業	0.0	0.6	0.2	0	0
25 港湾以外の運輸	102.3	172.0	100.2	10	9
26 情報通信	0.0	43.8	22.8	1	1
27 教育	0.0	8.5	7.0	1	1
28 研究	0.0	0.5	0.3	0	0
29 医療	0.0	7.0	3.9	0	0
30 保健衛生・福祉・介護	0.0	10.4	7.2	1	1
31 その他の非営利団体サービス	0.0	8.9	5.3	1	1
32 対事業所サービス	759.9	906.4	557.5	81	69
33 宿泊業	42.0	42.5	19.7	2	2
34 飲食サービス	139.0	158.6	60.8	13	10
35 その他の対個人サービス	92.0	112.7	75.6	16	11
36 公務	0.0	3.1	2.2	0	0
37 事務用品	0.0	3.1	0.0	0	0
38 その他	0.0	0.3	0.0	0	0
39 分類不明	0.0	7.8	3.2	0	0
合計	1,204.0	1,895.4	1,102.3	146	123

(資料)神戸市政策調査課「平成27年神戸市産業連関表」

(図1) 第10回神戸マラソンの兵庫県内経済波及効果(コア推計)フローチャート

(単位:億円)



(参考1) 産業連関表各種係数用語

- ・ **投入係数**：ある産業（列）において、生産物1単位を生産するために、諸産業（行）から仕入れる原材料などの投入量の割合をいい、これにより生産物の費用構造（各産業の生産技術的関係）や各産業における必要原材料の投入を通じた産業相互間の連結状況が明らかになる。
- ・ **逆行列係数**：ある部門に対する最終需要が1単位発生した場合、各部門に対してどのような生産波及が生じ、部門別の国内生産額が最終的にどれだけになるかをみたもので、一覧表にしたのが、「逆行列係数表」である。列和（縦方向にみた計）はその列部門に対する最終需要1単位によって引き起こされる産業全体に対する生産波及の大きさを表す。
- ・ **生産誘発額**：生産をするのに必要な原材料としての中間需要、一度生産されたものが再び商品として県内の生産活動に入っていない最終需要である。全ての生産活動は、最終需要を満たすために行われているといえる。つまり、生産は最終需要によって誘発されていることになる。最終需要によって直接・間接に誘発された生産額を最終需要項目別にみたものが、「最終需要項目別生産誘発額」である。
- ・ **付加価値誘発額**：最終需要が増加すれば、それが生産を増加させ、生産の増加に伴って付加価値も増加する。付加価値が増加すれば、その中の雇用者所得、営業余剰などが最終需要部門に支出され、最終需要の増加をもたらすというように相互に影響し合っている。最終需要によって誘発された付加価値額を最終需要項目別にみたものが、「最終需要項目別付加価値誘発額」である。
- ・ **就業者誘発数**：生産需要に対する労働（雇用）需要誘発数
- ・ 域内自給率： $1 - \text{移輸入率}$ （移輸入額／市内需要額）
- ・ 平均消費性向：消費者の所得全体に対する消費支出の割合
- ・ 民間消費支出係数：産業連関表最終需要部門の民間消費支出の内生部門合計を1とした場合の各産業部門の割合。

(参考2) 経済波及効果及び経済的評価

経済効果とは各種プロジェクトは、地域の人々の生活のいろいろな側面に影響を与える。例えば、新しく橋がかけられて交通の便がよくなったり、体育館やホールができて地域の人々が継続的に利用できるようになったりすると、プラスの経済効果がある。他方、博覧会開催中の混雑、騒音とか、リゾートの観光客と地域住民との摩擦とかいった、マイナスの経済効果もあり得ると考えられる。そうしたさまざまな影響を例示すると、①諸産業間の経済波及効果（諸産業の生産量の増加）、②所得創出・分配効果（所得の増加とその分配）、③雇用機会創出効果（仕事口の増加）、④外部経済・不経済効果（生活基盤の整備、環境汚染など）、⑤社会効果（人々の生活変化とそれに伴う社会変化など）などがあげられる。こうした中で経済的な側面に焦点を当てるのが、経済効果分析である。

直接効果はプロジェクトの建設投資（営業開始後は利用客の消費支出）による様々な生産物やサービスへの需要を満たすために引き起こされる産業連関的な波及効果の累積額である。間接効果は直接効果で誘発された所得の中から、家計消費が支出され、消費・所得の循環を通じる乗数的波及過程が始まる。この波及過程で次々と呼び起こされていく経済活動の累計額でプロジェクトそのものからはより遠く、広い範囲での二次的な経済効果であり間接効果までが経済効果の推計対象である。産業連関分析では、生産誘発額、付加価値誘発額、就業者誘発数、雇用者誘発数などの計数が推計され、分析結果評価では経済波及効果と当初需要額及び県内総生産と比較した当初比を計算し、経済効果が高い部門、低い部門を抽出し比較する。この当初比が高い部門が、投資効果が高い部門である。