

雇用を下支えするインバウンド 約27万人の雇用誘発効果が徐々に顕在化

経済調査部 エコノミスト

松浦大将

03-3591-1435

hiromasa.matsuura@mizuho-ri.co.jp

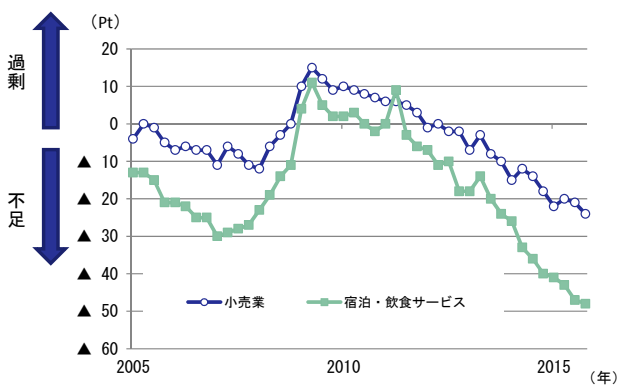
- 内需の低迷が続いているにもかかわらず、小売業や宿泊・飲食サービス業といった業種で労働需給のひっ迫感が強まっている。その背景の一つには、インバウンド需要が増加していることがある
- 2015年のインバウンド消費の伸びは前年差+1.5兆円に上り、雇用創出効果は上記2業種を中心に27万人前後。効果が表れるまでには一定のラグがあることから、2016年の雇用を下支えする見通し
- ただし、足元ではインバウンド消費の中身が変容しつつある模様。今後も持続的な雇用の創出を図るためには、インバウンド需要の広がりにも目を向ける必要

1. インバウンド需要が足元の雇用を下支え

日本経済は内外需ともに力強さを欠いているが、失業率が約20年ぶりの低水準になるなど、雇用状況は改善傾向が続いている。日銀短観の雇用人員判断D Iをみると、高齢化が進んでいることや、震災対応・政策方針により公共投資が増加していることから、医療・福祉を含む対個人サービス業や建設業などで労働需給のひっ迫感が強まっている。さらに、足元ではそれらの業種に加えて、小売業や宿泊・飲食サービス業などでも人手不足が鮮明となっている（図表1）。

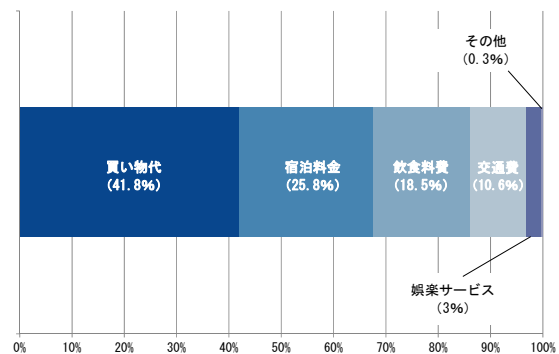
内需が弱含んでいるにもかかわらず、これらの業種で人手不足感が強まっている一つの要因として、インバウンド需要が大幅に増加していることが挙げられるだろう。2015年の訪日外国人数は、1,974万人（2014年：1,341万人）と、2020年に2,000万人としていた政府目標をほぼ達成した。また、訪日外国人による日本国内での消費総額は、約3.5兆円と2014年（約2兆円）を大きく上回っており、

図表1 雇用人員判断D Iの推移



(注) 全産業（除く小売業、宿泊・飲食サービス業）の値は、全産業の判断D Iの値から有効回答社数をウェイトに用いて小売業、宿泊・飲食サービス業を除いた。
(資料) 日本銀行「全国企業短期経済観測調査」より、みずほ総合研究所作成

図表2 インバウンド消費の品目別シェア(2015年)



(注) 2015年各四半期の品目別消費額（1人当たり）に訪日外国人数を乗じることで、四半期別の各品目消費額を計算。その数値を合算した年間消費総額から品目別のシェアを算出。
(資料) 日本政府観光局「訪日外客数・出国日本人数」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」より、みずほ総合研究所作成

消費増税の影響が未だに残る日本経済にとっては貴重な存在となっている¹。消費額を品目別にみると、「宿泊料金」や「飲食費」のほか「買い物代」などのシェアが大きく、とりわけ小売業や宿泊・飲食サービス業にとって追い風であるといえるだろう（図表2）。

そこで、本稿では、2014年から2015年にかけてのインバウンド消費の増加がもたらした経済効果（インバウンド需要に起因する生産誘発効果、付加価値誘発効果雇用創出効果）について考えてみることにしたい。

2. インバウンド需要増による雇用創出効果は大きい

（1）雇用創出効果は27万人程度と試算（産業連関分析による試算）

まず、インバウンド消費の増加による経済効果を試算してみよう。通常、ある産業で需要が増えると、部品の費消や関連サービスの利用を通じて、その産業だけでなく他の産業にも恩恵は波及する。そうした波及効果まで含めた影響を捉えるため、ここでは産業連関分析を用いている（考え方ならびに試算方法は、補論を参照）。図表3は、その試算結果を示したものである。これをみると、2015年のインバウンド消費による経済効果は、生産誘発効果が6.8兆円、付加価値誘発効果が3.8兆円、雇用創出効果が63万人となる。そのうち、2014年と比較した追加的な押し上げ効果は、生産誘発効果で2.8兆円、付加価値誘発効果で1.6兆円、雇用創出効果で26.7万人に及ぶ計算だ。

雇用創出効果の増加分を業種別にみると、恩恵を一番受けたのは小売業の12.9万人、次いで宿泊・飲食サービス業の3.9万人となる。これら2業種で全体の半分以上が誘発される格好である。小売業や宿泊・飲食サービス業の雇用ひっ迫に、好調なインバウンド需要が一定の影響を及ぼしているとみて間違いなさそうだ。

（2）雇用創出効果はラグをともなって徐々に顕在化（回帰モデルによる試算）

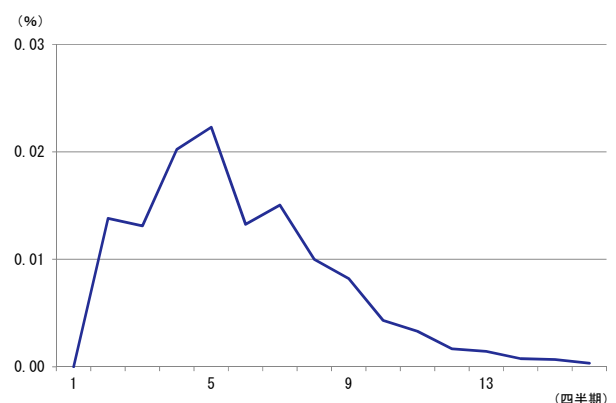
産業連関分析は、理論上、インバウンド需要の増加による雇用誘発効果の最大値を示したものであり、いつどの程度の効果が表れるかまでは考慮していない。一般的には、売上が増加してから雇

図表3 インバウンド需要による経済・雇用創出効果
（産業連関分析）

	生産 誘発額 (兆円)	付加価値 誘発額 (兆円)	雇用誘発		
			(万人)	小売業 (万人)	宿泊・飲食 サービス業 (万人)
2014年 (インバウンド消費額2.0兆円)	4.0	2.2	36.3	12.9	9.6
2015年 (インバウンド消費額3.5兆円)	6.8	3.8	63.0	25.9	13.5
伸び	2.8	1.6	26.7	12.9	3.9

(注) 試算結果は、1次波及効果（原材料波及効果）と2次波及効果（家計迂回効果）を含めたもの。
(資料) 総務省「産業連関表」、「労働力調査」、日本政府観光局「訪日外客数・出国日本人数」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」より、みずほ総合研究所作成

図表4 インバウンド消費が雇用に与える影響
（回帰モデルによる推計）



(資料) 総務省「労働力調査」、日本銀行「国際収支」より、みずほ総合研究所作成

用の拡大に結びつくまで、ある程度の時間差が生じると考えられる。そこで次に、効果がどの程度の時間差を伴って顕在化するのかを確かめることにした。具体的には、雇用者数を被説明変数、実質旅行収支（インバウンド消費の変数）のラグと自己ラグ（いずれも1～4期）を説明変数とした回帰モデルを推計し、シミュレーションによって雇用が拡大するまでの時間差を検証した（推計方法は補論を参照）。

図表4は、1年間を通じてインバウンド消費が1%増加し続けた場合の雇用への影響をみたものである。雇用への効果は徐々に大きくなり、5四半期後（1年強）をピークに減退するが、その後もしばらく一定のプラスの効果があることがわかる。この結果を踏まえると、昨年のインバウンド需要増加による押し上げ効果は2016年にも持ち越され、当面の雇用を下支えするとみられる。

(3) 雇用改善の一方で名目賃金を下押し

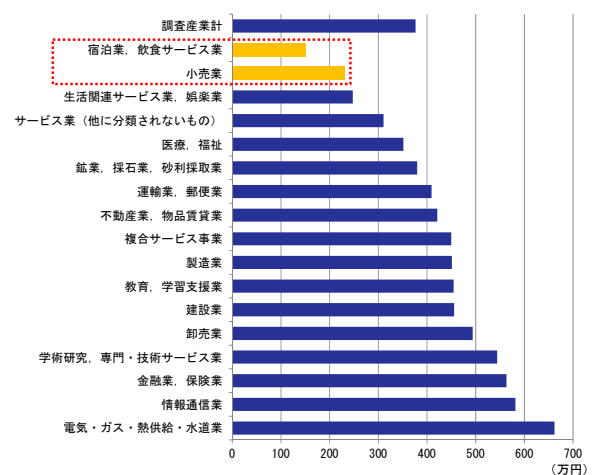
インバウンド消費の増加は、雇用にプラスの効果をもたらす反面、産業全体でみた1人あたり平均賃金の抑制要因となる点には注意が必要である。インバウンドの恩恵を受ける小売業や宿泊・飲食サービス業などでは、そもそも非正規雇用の割合が高く、他の業種に比べて賃金が低いからだ（図表5）。雇用堅調の一方で、賃金の伸び悩みが指摘されているが、その背景にはインバウンド需要の増加も一役買っているとみていいだろう。

3. 今後は多様化するインバウンド需要を上手く取り込むことも必要

このように、2015年に増加したインバウンド消費は、今後の雇用を下支えするとみられる。一方、足元では、これまで恩恵を受けてきた百貨店などで外国人による売上の伸びが鈍化し始めているという声もある。今後の持続的な雇用の創出のためには、インバウンド需要の持続性もさることながら、その広がりにもっと目を向ける必要があるようだ。各種報道によると、インバウンド消費は、電化製品や化粧品といった従来の「モノ」への支出から、文化体験や美容体験などサービスを体感する「コト」消費へと裾野を広げつつあるという。急増する訪日外客数について目を奪われがちだが、彼らの需要の潜在的な魅力は、その広がりにある。

旺盛なインバウンド需要を内需の活性化に結び付けるためには、まだ見ぬ需要を顕在化させる知恵と工夫が求められている。

図表5 産業別名目賃金



(注) 2015年の値。
(資料) 厚生労働省「毎月勤労統計調査」より、みずほ総合研究所作成

【補論】インバウンド需要の経済効果・雇用誘発効果の試算方法

以下の手順で、産業連関分析と回帰モデルによってインバウンド需要の経済効果・雇用誘発効果を試算した。

1. 産業連関分析による試算

- ① 観光庁「訪日外国人消費動向調査」の調査品目別に「購入者単価×購入率×訪日外客数」を計算し、訪日外客による品目別購入総額を算出した。
- ② 品目別購入総額（①）の数値を図表6の分類に基づき、各産業への新規需要として計上することで、1次波及効果（原材料波及効果）、2次波及効果（家計迂回効果）を試算した。

なお、2次波及効果（家計迂回効果）を試算する際の限界消費性向は、0.4とした（実質消費支出、実質可処分所得、実質金融資産からなる消費関数を推定した結果）。

図表 6 品目分類

アンケートでの品目分類	産業連関表の分類
宿泊料金	宿泊業
飲食費	飲食サービス
航空(日本国内移動)	航空輸送
鉄道・モノレール・スキーリフト	鉄道旅客輸送
バス・タクシー	道路旅客輸送
その他交通費	その他の対個人サービス
娯楽サービス費	娯楽サービス
買物代	小売業
パッケージツアー(国内収入分)	その他の運輸附帯サービス
その他	分類不明

(注) アンケートでの品目分類は、観光庁「訪日外国人消費動向調査」上の項目。
(資料) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」、総務省「産業連関表」より、みずほ総合研究所作成

2. 回帰モデルによる試算

- ① 雇用者数を被説明変数、自己ラグと旅行収支（受取、CPIで実質化）のラグを説明変数とした回帰モデルを推計（最小二乗法）。（推計期間：2006年Q1～2015年Q4、全て対数値・季節調整値、自己ラグと旅行収支のラグはともに1～4期）
- ② 上記のモデルから、1年間を通じて毎四半期に1%ずつインバウンド消費が増加し続けた場合の雇用のインパルス応答（本文図表4）を算出した。

本稿の産業連関分析、回帰モデルによる分析はともに人手不足感の高まりが深刻でなかった時期を推計期間として含んでいる。足元では、売上の増加により労働需要が高まったとしても、人手不足感の高まりから直ちに雇用を拡大することができない可能性があるため、本稿の試算結果がやや過大となっている可能性もある。

¹ 2015年の日本の経済成長率+0.4%（実質）のうち、波及効果を含めないインバウンド消費の直接的な押し上げ分は、約0.2%Ptに相当する。

●当レポートは情報提供のみを目的として作成されたものであり、商品の勧誘を目的としたものではありません。本資料は、当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成されておりますが、その正確性、確実性を保証するものではありません。また、本資料に記載された内容は予告なしに変更されることもあります。