

1. 夫の年収が2年続けて低下した世帯が増加 年齢の高い層ほど顕著

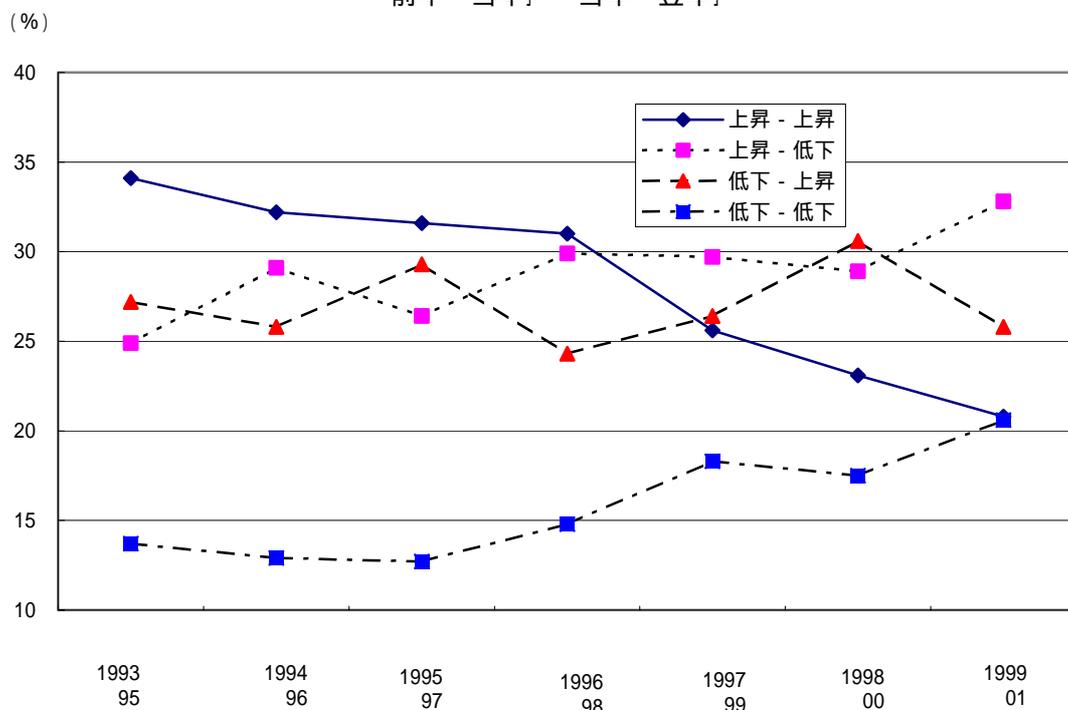
1 - 1 夫の年収が2年続けて低下した世帯の割合が増加、2年続けて上昇した世帯の割合は低下

厳しい経済環境の中で、人々の所得の状況はどうなっているのだろうか。ここでは、同一の人を追跡するパネル調査の特性を活かして、「夫の年収が2年続けて上昇した世帯」と「夫の年収が2年続けて低下した世帯」に注目した。全世界帯に占めるその割合を示したのが、図表1 - 1である。

全世界帯に占める「夫の年収が2年続けて上昇した世帯」の割合は、5年前は32.3%だったが、年々減少しついに今回20.8%にまで下がった。逆に、「夫の年収が2年続けて低下した世帯」の割合は、5年前は12.9%だったが、増加傾向を続けついに今回は20.6%に達した。5年前は、「2年連続上昇」の世帯は「2年連続低下」の世帯の2.5倍もあったが、今回はほぼ同じくらいの割合になっている。

1年だけの増減ではなく、2年続けて低下している世帯の割合が増加しているということは、経済環境の厳しさに直面する世帯が確実に広がっていることを示している。

図表1 - 1 夫年収の変化パターンごとの世帯割合の推移
「前年～当年」「当年～翌年」



1. 夫の年収が2年続けて低下した世帯が増加

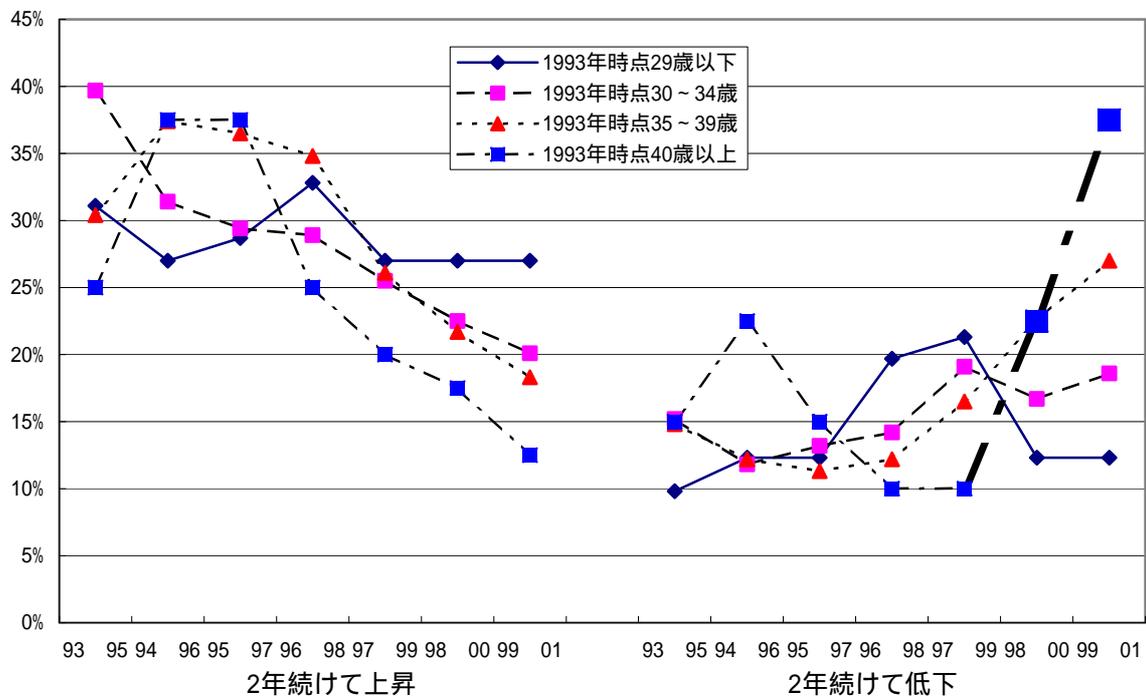
1 - 2 夫の年齢が高い世帯や、自営業の世帯で「2年続けて低下した世帯」の割合が特に増加

では、「夫の年収が2年続けて低下した世帯」は、具体的にはどのような人たちののだろうか。

「夫の年収が2年続けて低下した世帯」を、夫の年齢階層別（パネル1 = パネル調査の第1年度（1993年）時点の年齢による）に分けて表したのが、図表1 - 2である。すると、「2年続けて低下した世帯」は、夫の年齢がより高い層で近年増加しつつあることがわかる。特に、パネル1時点で40歳以上の層では、前々回のデータではわずか10.0%だったが、昨年は22.5%、今回は実に37.5%にまで達しており、急速に増加している。中高年層における賃金抑制圧力が、一段と強いものになっているといえる。

また、夫の職種別にみると、「2年続けて低下した世帯」は、特に夫が自営業である層で増加していることが注目される（前々回のデータで24.2%と急増し、昨年では19.7%に下がったものの、今回ふたたび29.7%にまで増加している）。企業に勤める雇用者ばかりでなく、自営業にも、長期化する景気の低迷が波紋を投げかけているといえる。

図表1 - 2 夫の年収が2年続けて上昇した世帯割合、低下した世帯割合
（夫の年齢別）：「前年～当年」「当年～翌年」



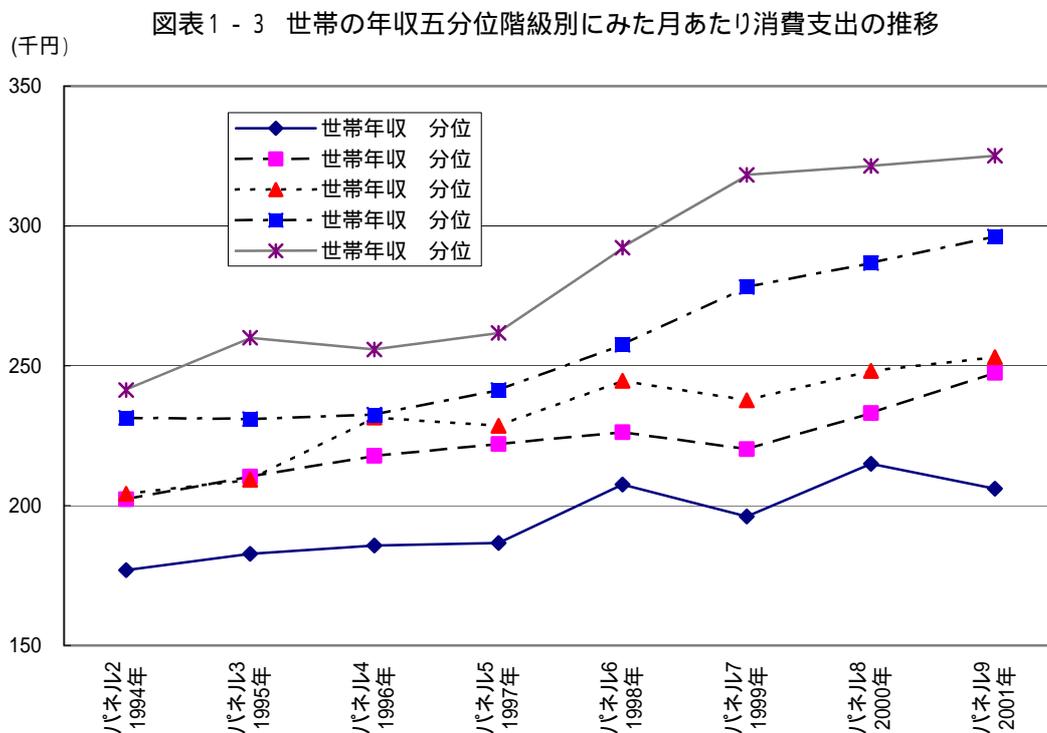
1. 夫の年収が2年続けて低下した世帯が増加

1 - 3 消費支出の差が拡大 低所得層で消費支出が低下

では、このような厳しい経済状況の中で、消費支出の動向はどのようになっているのだろうか。ここでは、各世帯の年収に基づき階層分けをおこない、それぞれの所得階層別に消費支出や可処分所得の動向を調べた。

図表1 - 3は、それぞれの所得階層における月あたりの消費支出の推移を描いたものである。パネル8（2000年）とパネル9（2001年）を比較すると、最低所得層である第1分位のみが、消費支出が減少しており（21万4970円→20万6050円、約8,900円の減少）、他はすべて増加している。消費支出の格差は、低所得層が減少する形で拡大したといえることができる。

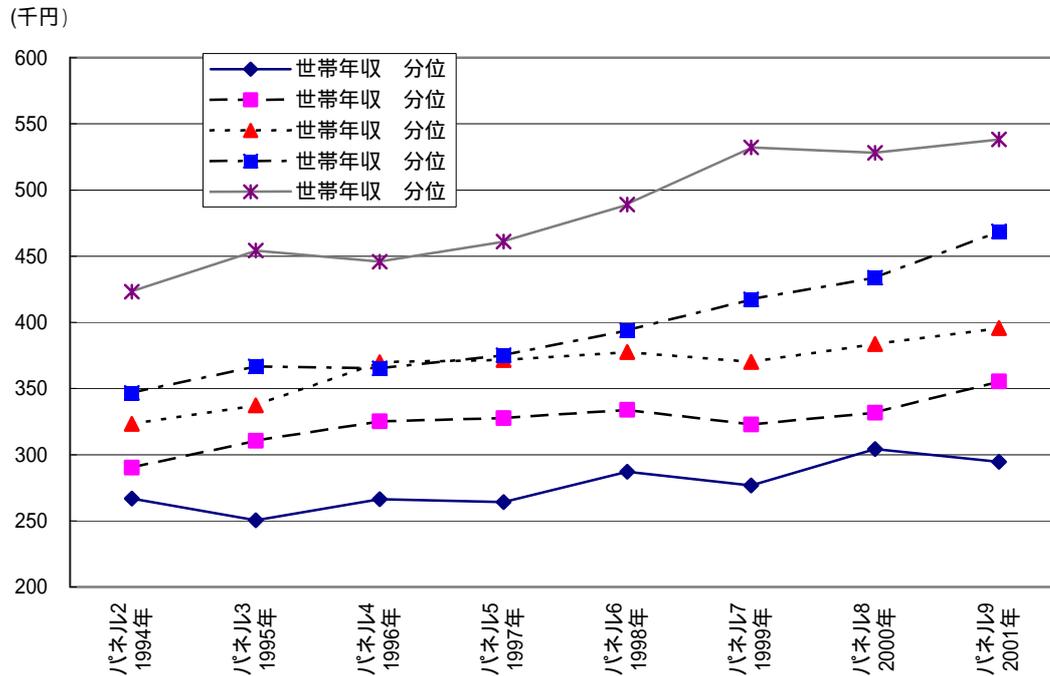
一般に消費支出は、可処分所得と平均消費性向（消費支出／可処分所得）の積として示される。そこで、各所得階層における可処分所得の推移を示したのが図表1 - 4である。ここでも、前回調査に比べて第1分位のみが減少している（30万4170円→29万4630円、約9,500円の減少）。次に、図表1 - 5では、各所得階層における消費性向の推移を示した。これによると、前回調査に比べて、すべての所得階層で消費性向が低下していることが確認できる（第1分位では、71.4%→71.0%）。特に、低所得層においては、可処分所得自体が縮小する中で、さらに消費支出を切り詰めており、長引く景気低迷により消費の景気下支え効果が弱まっているといえる。



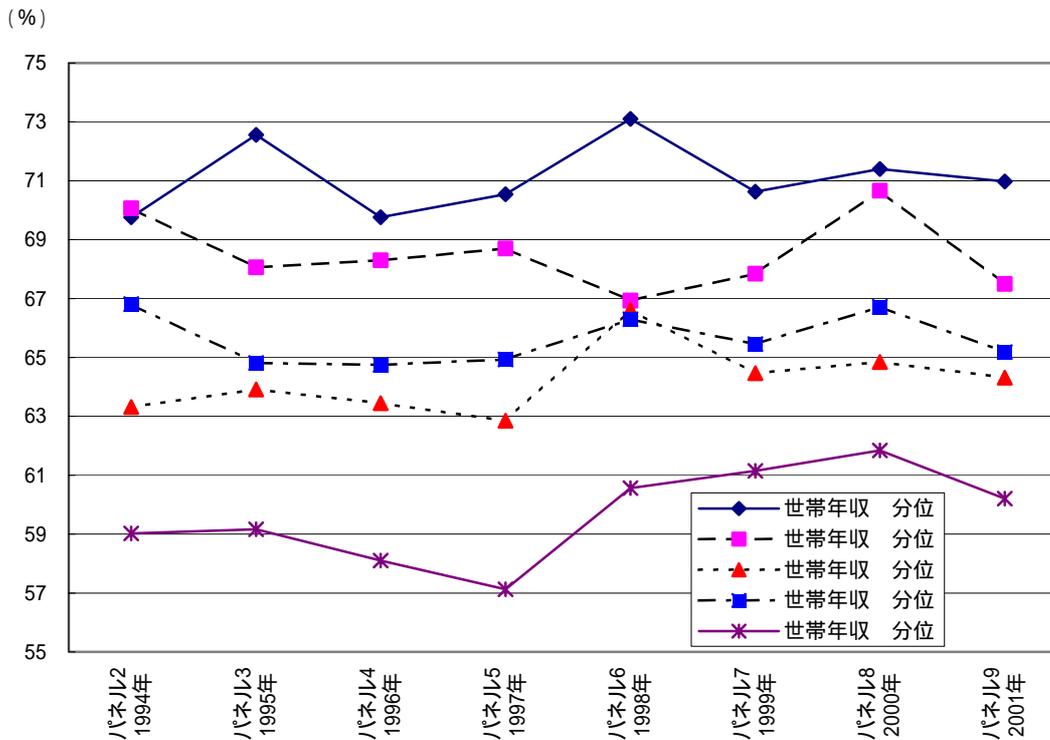
注：パネル2からパネル9までの8年分の世帯年収の平均額をもとに、五分位の階級を設定した。以下の図表も同じ。

1. 夫の年収が2年続けて低下した世帯が増加

図表1 - 4 世帯の平均年収五分位階級別にみた月あたり可処分所得の推移



図表1 - 5 世帯の平均年収五分位階級別にみた月あたり消費性向の推移



1. 夫の年収が2年続けて低下した世帯が増加