

2024年10月17日  
株式会社SVPジャパン

## SVPトレンド調査 「現代の消費者行動に関する調査分析」 ～ベビーブーム世代編（第2回目）～



会員制マーケットリサーチサービスを提供している、株式会社SVPジャパン（本社：東京都中央区、代表取締役社長：橋本 雅、以下「SVPジャパン」）は、「現代の消費者行動に関する調査分析」と題して、主要世代の消費者行動のトレンドを把握することを目的に、年2回の定点観測を実施。今回は第2回目の調査結果に基づき、レポートにまとめた。

### ■ 調査目的

景気や物価上昇など経済的要因のみならず、戦争やCOVID-19などに代表される社会的環境の変化は、消費者の支出に大きな影響を与えており、消費者行動を多様化、複雑化させている。

一般消費者および、主要世代へのアンケート調査を通じて、現代の消費者行動を明らかにする。

### ■ 調査概要

調査時期	2024年9月
調査方法	インターネット調査
調査対象	1947-1964生まれの男女（60歳～77歳の男女）
有効回答数	800名
調査機関	アイブリッジ株式会社

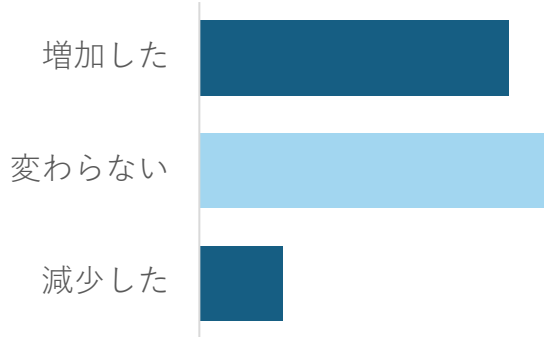
### ■ 本レポート構成

- ・調査概要
- ・調査結果サマリー
  - 消費支出の推移 ●低価格商品へのスイッチ状況 ●購買決定要因
  - 情報源と購買チャネル ●消費意向 ●考察
- ・アンケート調査結果（設問10問）

## ■消費支出の推移、6カ月前より消費支出は増加傾向に



### 過去1年間の消費支出の変化



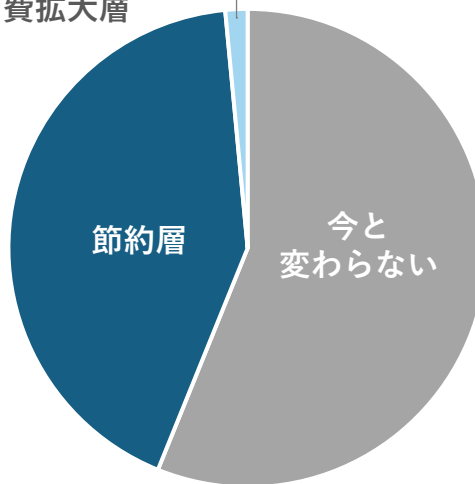
・過去1年間の消費の増減指標（増加した割合から減少した割合の差）は、+30.5%であり、2024年3月時点での+21.9%を上回る、ある程度強い増加が見られる。

・カテゴリ別では15区分中、食料品と嗜好品（飲料・お酒・お菓子など）のみで支出の増加が見られ、それ以外では、支出が抑制されている。物価上昇が続く食関連支出を除くカテゴリの消費を制限することで、家計の収支バランスを取っている構図に変化はない。

・ただ、前回実施した2024年3月の調査結果と比べて、旅行や趣味、外食など多くのカテゴリで改善傾向にあり、消費全体を押し上げている。

## ■今後の消費については、半数弱が節約意向

消費拡大層



・今後の消費に対する増減指標（拡大層と節約層の差）は-40.9%であり、前回より1.2ポイント改善しているが、節約意向が圧倒的に強い。

・節約志向が強い中、11.5%が贅沢消費を予定しており、その割合は前回調査より2.0ポイント高くなっている。

・贅沢消費の対象は、旅行、クルマ・乗り物、家電/家具・インテリア雑貨の順で高い。前回調査より、増加率では家電/家具・インテリア雑貨とPC・スマホ/通信で高い一方、預貯金・投資と外食・フードデリバリーで大きく減少している。

詳しくは、本編レポートに記載。※下の画像をクリックして、会員専用サイトからご覧ください。



## ■ 購読について/資料ダウンロード・お問い合わせ

※本サービスのご利用は、SVP会員様限定でございます。

購読をご希望の場合、当社SVP会員になっていただきますと、定期的に配信する市場調査レポートを全てご購入いただけます。なお、SVP会員は、ビジネス調査に関する、クイックリサーチとプロジェクトリサーチもご利用いただけます。

資料請求



お問い合わせ



## SVPトレンド調査更新スケジュール・・・毎月第3木曜日の発刊を予定

### [会社概要]

社名 : 株式会社SVPジャパン  
代表取締役 : 橋本 雅  
所在地 : 東京都中央区日本橋蛸殻町1-38-9 宮前ビル2F  
設立年月日 : 1974年7月1日  
事業内容 : 会員制のビジネス情報提供サービス  
URL : <https://www.svpjapan.com/>

### [本プレスリリースに関するお問い合わせ先]

株式会社SVPジャパン DX推進部 デジタルマーケティング課  
[info@svpjapan.com](mailto:info@svpjapan.com)

※本レポートの内容、画像等の一部もしくは全部の複製、無断での転載・複写をお断りいたします。