

2025年1月23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」 ～Z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12月
調査方法	インターネット調査
調査対象	1997-2004年生まれの男女（20歳～27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

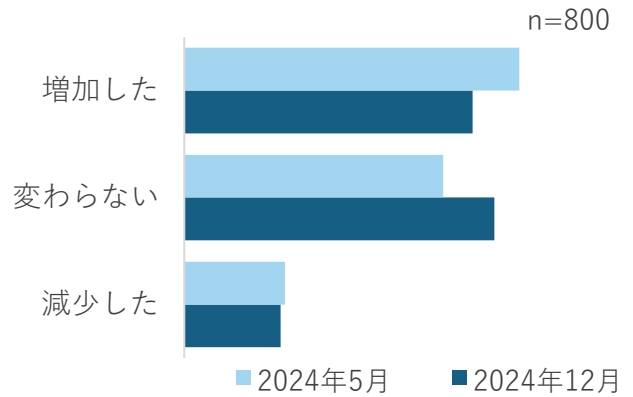
■ 本レポート構成

- ・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）

■消費支出は増加傾向も、増加比率は落ち着き気味



過去1年間の消費支出の変化



・過去1年間の消費支出の増減指標（増加した割合と減少した割合の差）は27.6%で、消費支出は増加傾向にあることがわかる。ただ、この数値は、2024年5月に実施した前回の調査結果33.8%から6.1ポイント減少しており、増加比率が下がっている。

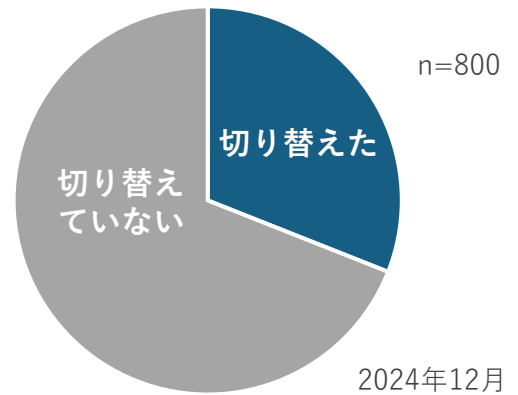
・商品カテゴリーで見た場合、「食料品」「嗜好品（飲料・お酒・お菓子など）」などの食関連の増加が顕著であり、米などのインフレが要因であることは明らかである。

・前回の調査結果と比較して、最も増加傾向にあるのが「家電/家具・インテリア雑貨」である一方、「交遊・遊び」「美容」が最も増減指標が下落したカテゴリーとなっている。

■安価な商材へのスイッチ率は31%で6カ月前より減少



安価なブランド、商品・サービスへの切り替え



・この1年間で、安価なブランドや商品、サービスに切り替えた割合は31.0%であり、前回の調査結果を3.9ポイント下回った。

・最もスイッチ率が高いカテゴリーは、「食料品」と「嗜好品」「衣類品（靴・鞆含む）」であり、ある程度、納得感のある代替品があるカテゴリーと言える。

・前回の調査結果より、「食料品」のスイッチ率は5.7ポイント減少しているが、「嗜好品」と「衣類品」のそれは5ポイント以上、上昇している。

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

※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。