

2024年4月18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～



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、ベビーブーム世代を対象とした調査結果を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3月
調査方法	インターネット調査
調査対象	1947-1964年生まれの男女（60歳～77歳）
有効回答数	800名
調査機関	アイブリッジ株式会社

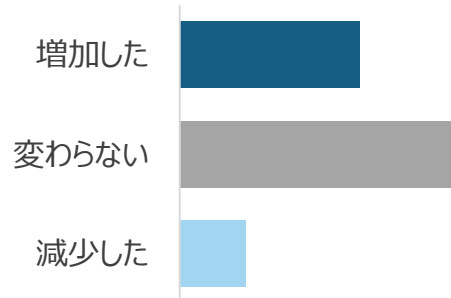
### ■ 本レポート構成

- ・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）

## ■ 過去1年間の消費支出の変化

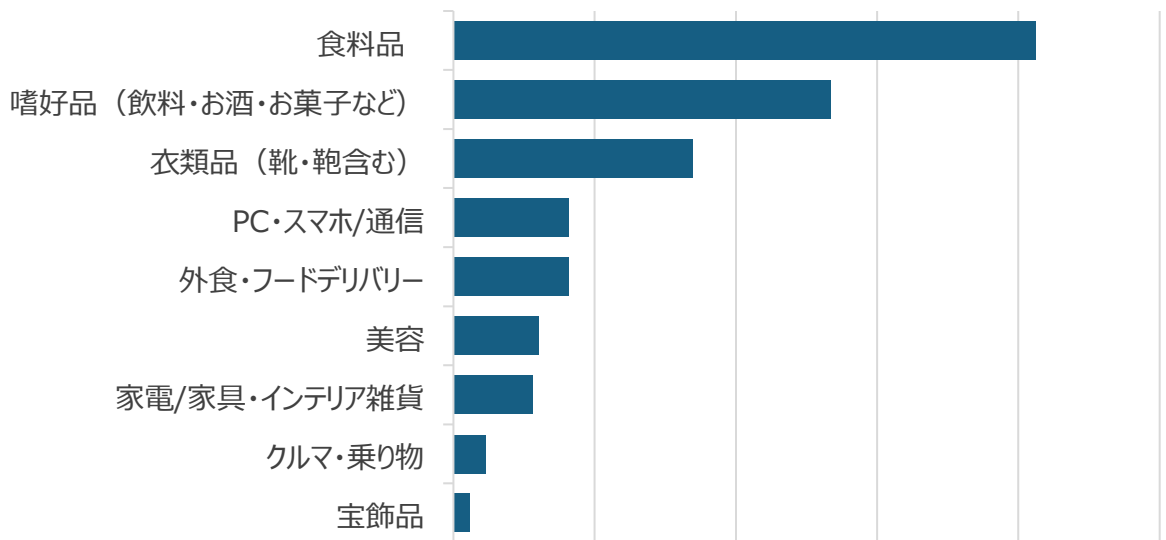


### 過去1年間の消費支出の変化



- 過去1年間の消費支出において、「変わらない」が最も多いものの、消費拡大層は、減少層より21.8%多い、34.6%となっていることから、全体消費支出は増加傾向にあることがわかる。
- 消費支出が増加したものとして、一番に挙げられたのは『食料品』で約7割、その次に『嗜好品』の順で高くなっている。他方、『預貯金・投資』『衣類品』『宝飾品』『交際・遊び』『旅行』では4割以上が支出を減少させており、家計での支出の捻出方法がわかる。

## ■ この1年間で、安価なブランドや商品等に切り替えをおこなったものは『食料品』が第1位



- この1年間で、安価な商品・サービスへの切り替えについて、『切り替えていない』人の方が多く、約7割いた。
- また、『切り替えた』の回答者（32.0%）の中で、その切り替えた内容について聞いたところ、8割が『食料品』（82.4%）、半数以上が『嗜好品（飲料・お酒・お菓子など）』と回答。

詳しくは、本編レポートに記載。



## ■ 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。