

2024年12月19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」 ～Y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11月
調査方法	インターネット調査
調査対象	1981-1996生まれの男女（28歳～43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

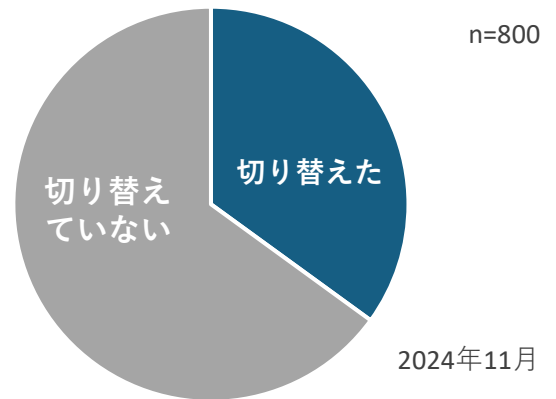
■ 本レポート構成

- ・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）

■ 安価な商材へのスイッチ率は直近6カ月で減少するも、PC・スマホ/通信では増加傾向に

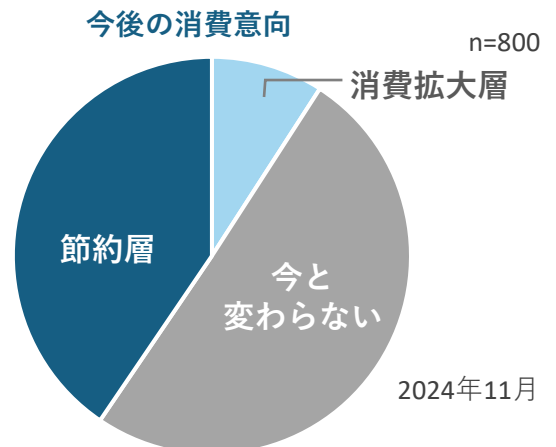


安価なブランド、商品・サービスへの切り替え



- ・安価なブランドや商品、サービスへのスイッチ率は前回調査より3.8ポイント減少。
- ・支出の増加が続く食関連では、「食料品」の安価な商品へのスイッチ率は76.1%と高いが、「嗜好品（飲料・お酒・お菓子など）」は前回調査より4.8ポイント改善（減少）。
- ・直近の6カ月で、安価な商材への切り替えによって支出が最も抑えられたカテゴリーは、「PC・スマホ/通信」であり、前回の調査結果と比較して、スイッチ率が4.1ポイント上昇している。

■ 今後の消費について節約志向が強いものの、消費拡大層も増加



- ・今後の消費において、節約志向層が消費拡大層を31.4ポイント上回っており、依然、節約傾向が強いことがわかる。ただ、同指標は、前回の調査結果より6.2ポイント減少していることから、6カ月前より消費環境は一部で改善している可能性がある。
- ・また、贅沢消費を予定している層も、前回の調査結果より1ポイント高い、14.4%となっている。その対象としては、「嗜好品」がトップ、僅差で「食料品」と「クルマ・乗り物」、「旅行」が同ポイントで続いている。前回の結果から最も伸長したカテゴリーは、「宝飾品」である。

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。