

2025年2月20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」 ～新高収入層編（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	2025年1月
調査方法	インターネット調査
調査対象	・パワーカップル 30～49歳（既婚者）400名 （条件）共働き/世帯年収1,500万円以上 ・ニューリッチ 30～49歳（未婚者）400名 （条件）年収1,500万円以上
有効回答数	800名
調査機関	アイブリッジ株式会社

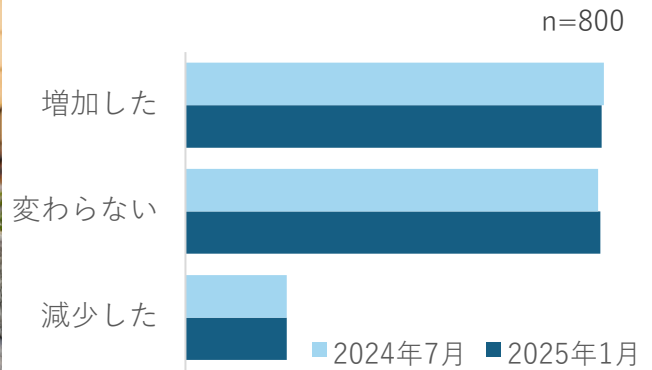
### ■ 本レポート構成

- ・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）

## ■ インフレが続く食料品のみならず、宝飾品を除く全てのカテゴリーで消費が拡大



過去1年間の消費支出の変化



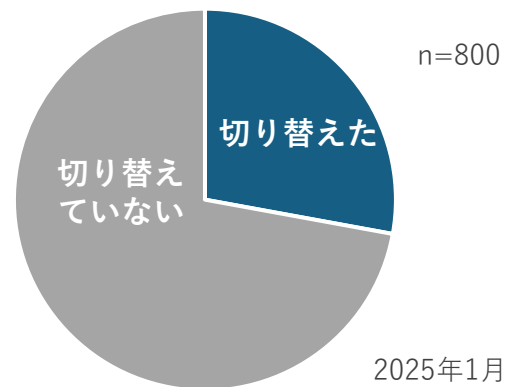
・パワーカップルとニューリッチから構成される新高収入層であるが、過去1年間の消費支出の増減指標（増加した割合と減少した割合の差）は33.8%で、消費支出は増加が続いている。2024年7月に実施した前回調査とほぼ同水準で、全体平均よりも高く、消費拡大を最も牽引している層のひとつと言える。

・カテゴリー別では、「食料品」を中心とした食関連の支出増が目立つが、「宝飾品」を除く全てのカテゴリーで増加している。特に「預貯金・投資」と「旅行」の増加指標は、他の一般的な世代よりも圧倒的に高い。他方、前回の調査結果と比較した場合、「交遊・遊び」や「趣味・習い事/教育」、「娯楽・エンタメ」の伸長は鈍化している。

## ■ 消費の決定は「価格」よりも「品質」を重視、ブランドが保証する品質を求める傾向



安価なブランド、商品・サービスへの切り替え



・商品・サービス購入の決定において、一般的なセグメントでは「価格」が最重要要素であるが、新高収入層は「品質」を最も重視している。また、「ブランド」を重視する点も、他の一般的層より高く、ブランドが保証する品質を求める傾向が強い。

・その傾向は、「衣類品」「宝飾品」のファッション・アクセサリと、「クルマ・乗り物」、「PC・スマホ/通信」で強く見られる。それらは自分を表現する手段のひとつであるが、デザインによる他人との差別化よりも、品質とブランドを好む点は、新たに台頭しているZ世代とは大きく異なる。

