

2025年5月15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 中国編～



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～Z世代 アジア4カ国編～』と題し、経済成長やデジタル化の進展が著しいアジア4カ国（中国、韓国、インドネシア、ベトナム）のZ世代を対象に、消費行動の調査・分析を実施する。今回は、中国のZ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

価値観やライフスタイルの違いによって、世代ごとの消費行動は多様化している。そうした中で、Z世代の消費行動は世界的に注目を集めており、日本のみならず各国でその影響力が拡大している。今回は、経済成長とデジタル化が進むアジア4カ国（中国・韓国・インドネシア・ベトナム）のZ世代を対象に調査を実施し、各国Z世代の共通する消費トレンドと異なる要因を明らかにし、当該セグメントの特徴をまとめる。

■ 調査概要

調査時期	2025年4月
調査方法	インターネット調査
調査地域	中国（北京・上海の2都市を対象）
有効回答数	400名（北京200名、上海200名）
調査機関	株式会社マーケティングアプリケーションズ

■ 本レポート構成

- ・調査概要
- ・調査サマリー
 - 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年の消費支出は強い増加傾向に。食費のみならず、リア充にも積極的。



過去1年間の消費支出の変化

n=400

増加した

変わらない

減少した

- ・過去1年間の消費支出は、増加した層が減少した層を上回っており、強い増加傾向にあることが確認できる。
- ・15カテゴリー中「宝飾品」と「美容」を除く13カテゴリーで、消費支出の増加が確認される。
- ・特に増加指標（増加層と減少層の差）が高いのは「食料品」。中国ではデフレ懸念が強いものの、食料品を中心に消費者物価指数はプラスで推移しており、その影響が大きい。
- ・「交際・遊び」「娯楽・エンタメ」「運動・健康」の増加指標も高く、プライベートを充実させるために積極的に動いている層も目立つ。

■ 消費支出は拡大する一方、安価な商材へ切り替えることで節約を実現。



安価なブランド、商品・サービスへの切り替え

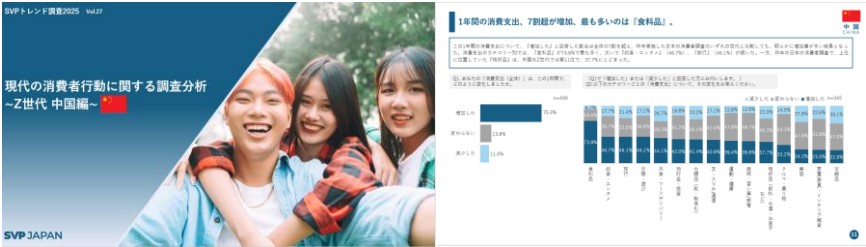
n=400

切り替え
ていない

切り替えた

- ・消費支出が増加する一方で、大多数が安価なブランドや商品、サービスへスイッチすることで、節約にも努めている。
- ・「食料品」のスイッチ率が最も高く、「外食・フードデリバリー」「嗜好品（飲料・お酒・お菓子など）」を含め、食関連で高くなっている。
- ・ファストファッションも一般化して重要な選択肢となっている「衣類品（靴・鞆含む）」も、スイッチ率が「食料品」に次いで高くなっている。
- ・他方、「宝飾品」や「クルマ・乗り物」など高額商材のスイッチ率は低くなっている。

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。