

2025年6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」 ～Z世代 韓国編～



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、韓国の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5月
調査方法	インターネット調査
調査地域	韓国の都市部
有効回答数	400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

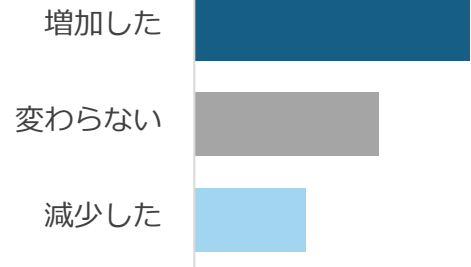
- ・調査概要
- ・調査サマリー
 - 消費支出の推移 ●低価格商品へのスイッチ状況 ●購買決定要因
 - 情報源と購買チャネル ●消費意向 ●考察
- ・アンケート調査結果（設問10問）

■ 過去1年間の消費支出は増加傾向にあり、増加指標は日本のZ世代とほぼ同じ。



過去1年間の消費支出の変化

n=400



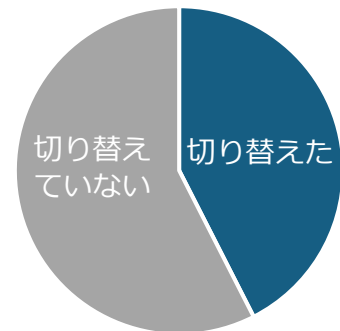
- ・過去1年間の消費支出について、増加した層が減少した層を上回っており、全体として支出の拡大が確認できる。消費の増減指標（増加層の割合と減少層の割合の差）は、日本のZ世代とほぼ同等の水準となっている。
- ・カテゴリー別の消費動向では、「食料品」や「預貯金・投資」での増加傾向が強く見られる一方で、「宝飾品」や「家電／家具・インテリア雑貨」「交際・遊び」などの非必需品への支出は抑制されている。
- ・本調査の対象15カテゴリーのうち半数以上で消費が減少しており、支出の優先度が高い項目に絞って消費を行い、家計の収支バランスを意識している様子が見える。

■ 優先度の低い項目への消費抑制と、安価な商材への切り替えで、収支バランスを調整。



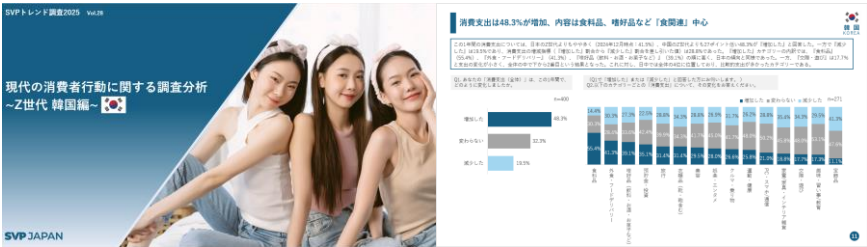
安価なブランド、商品・サービスへの切り替え

n=400



- ・過去1年間で、安価なブランドや商品・サービスに切り替えた層は一定数存在し、日本のZ世代のスイッチ率を上回っていることから、商材の切り替えに対してより柔軟な対応をしていることがうかがえる。
- ・安価なブランドや商材へのスイッチ率は、「食料品」や「外食・フードデリバリー」を中心とした食関連、および「衣類品（靴・鞆を含む）」で特に高くなっている。
- ・一方で、高額消費の代表例である「クルマ・乗り物」や「宝飾品」などではスイッチ率が低く、価格以外の要素が重視されていると考えられる。

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。