

2025年8月21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 ベトナム編～



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、ベトナムの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7月
調査方法	インターネット調査
調査地域	ベトナムの都市部
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

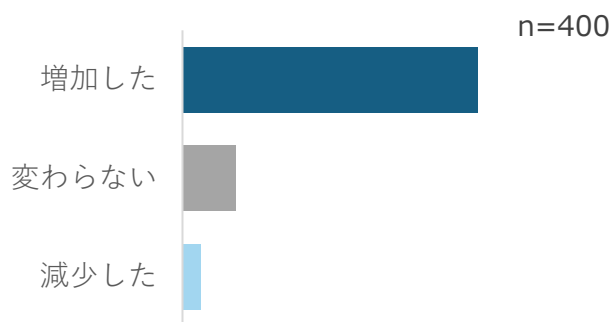
■ 本レポート構成

- ・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）

■非常に強い消費の拡大。インフレの高い食料品と自己投資向け消費に関心。



過去1年間の消費支出の変化

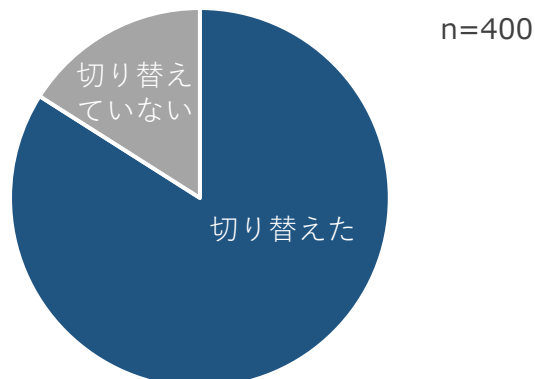


- 過去1年間の消費支出については、全体の約8割が「増加」と回答しており、「減少」と回答した層を大きく上回っており、非常に強い消費支出の拡大が見られる。
- 本調査15カテゴリー中、「宝飾品」を除く全てのカテゴリーで消費支出が拡大。他の消費カテゴリーより物価上昇率が明らかに高くなっている「食料品」で、消費の増加指標（増加層と減少層の差）が最も高い。
- 支出が特に「増加した」カテゴリーとして、「運動・健康」「美容」「外食・フードデリバリー」「娯楽・エンタメ」があり、自己投資や体験型消費への関心が強いことがわかる。
- 他方、「旅行」や「宝飾品」といった高額・嗜好性の強いカテゴリーでは、「減少した」と回答した割合が他カテゴリーよりも相対的に高く、消費者の二極化が見られる。

■生活必需品から耐久財・デジタル機器まで、全方位で安価な商材へスイッチする傾向。

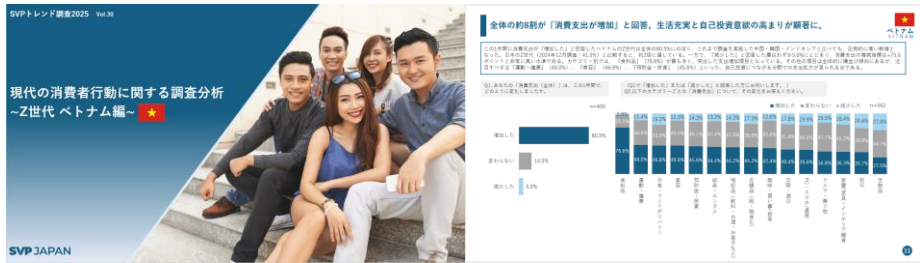


安価なブランド、商品・サービスへの切り替え



- この1年間で安価なブランドや商品、サービスに切り替えを実施した層は8割以上と非常に高く、物価上昇への対応やコストパフォーマンスを重視する合理的な姿勢が見られる。
- 切り替えの対象で最も多かったのは「食料品」、次いで「衣類品（靴・鞆含む）」、「嗜好品（飲料・お酒・お菓子など）」と、生活必需品が中心である。
- ただ、「家電/家具・インテリア雑貨」や「PC・スマホ/通信」などの耐久財・デジタル機器、「外食・フードデリバリー」や「美容」と言った経験消費や自己投資など、全方位で商材のスイッチが行われている。
- 切り替えを行っていない層は16.0%と少数派で、全般的に、Z世代は柔軟に消費行動を変化させている。

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。