

2025年10月16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」 ～ベビーブーム世代編（第3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、定点観測を実施。今回は第3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9月
調査方法	インターネット調査
調査対象	60～77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

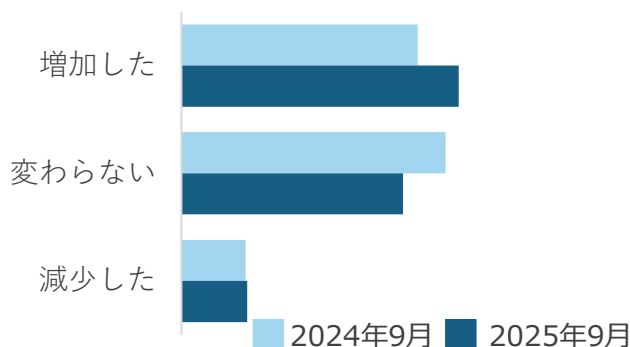
- ・調査概要
- ・調査結果サマリー
 - 消費支出の推移 ●低価格商品へのスイッチ状況 ●購買決定要因
 - 情報源と購買チャネル ●消費意向 ●考察
- ・アンケート調査結果（設問10問）

■ 過去1年間の消費支出の変化



過去1年間の消費支出の変化

n=800



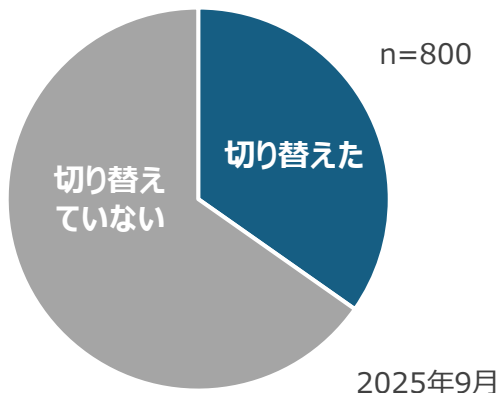
- ・全体の消費支出は増加傾向に。過去1年間の消費の増減指標（増加した割合から減少した割合の差）は37.5ポイントであり、前年の調査結果より7.0ポイント高い。
- ・食料品と嗜好品への消費支出を増加させて割合は引き続き高く、生活コスト上昇に対応する購買拡大が見られる。また、現代の必需品であるPC・スマホへの消費も伸長している。
- ・他方、それ以外のカテゴリーへの消費支出は減少傾向にある。特に、宝飾品と預貯金・投資、娯楽・エンタメ、交際・遊びでその傾向が強い。
- ・ただ、食品やスマホ以外でも、美容や健康・運動、趣味への消費を前年比で増加させた割合はプラスに転じており、削減志向はやや緩和気味である。

■ 過去1年での安価な商品・サービスへの切り替え



安価なブランド、商品・サービスへの切り替え

n=800



2025年9月

- ・過去1年で安価なブランドや商品・サービスに切り替えたと回答した層は、前年比6.1%増となっており、コスト重視の消費行動が広がっている。
- ・切り替えた先として最も多いのが食料品であり、特に食費節約が家計防衛の中心になっている。また、嗜好品と衣類品が続いてスイッチ率が高くなっていることから、生活必需性の高いカテゴリーでの節約が、消費者意識の中心となっていることがわかる。
- ・ただ、1年前の調査結果と比較して、安価な商材へのスイッチ率は、ほぼ全てのカテゴリーで横ばいとなっているものの、嗜好品は6.5ポイントと大きく減少している。

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。