

2025年11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」 ～X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10月
調査方法	インターネット調査
調査対象	44～59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

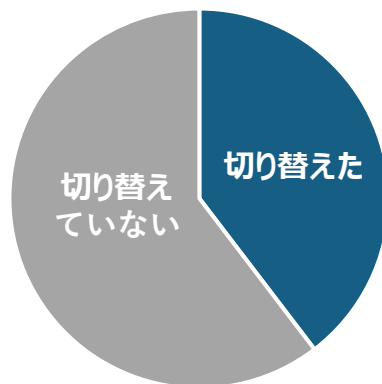
- ・調査概要
- ・調査結果サマリー
 - 消費支出の推移 ●低価格商品へのスイッチ状況 ●購買決定要因
 - 情報源と購買チャネル ●消費意向 ●考察
- ・アンケート調査結果（設問10問）

■ 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



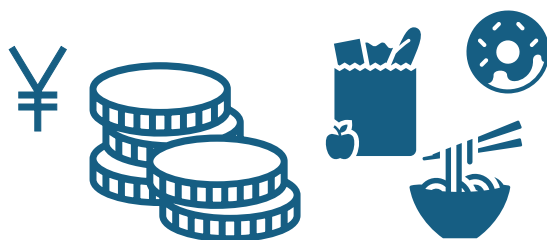
- ・安価なブランドや商品、サービスへの切り替え率は、前年同時期より4.4ポイント高く、世代全体の約4割がコスト抑制を意識した行動をとっている。
- ・「食料品」の切り替え率が最も高く、「嗜好品」や「衣類品」を含む、生活必需品において節約意識が強く出ている。
- ・他方、「宝飾品」や「クルマ・乗り物」「家電/家具・インテリア雑貨」など高額・専門商品については、切り替え率が極めて低いことが、消費行動の特徴となっている。

■ 商品・サービス購入時に重視する要因



購入する際に重視すること

生活必需品は特にコスパ重視



- ・「価格」と「品質」は全ての商品・サービスカテゴリーで最も重視されており、特に「食料品」や「嗜好品」などの生活必需品でその傾向は強い。
- ・また、食関連のみならず、「美容」や「クルマ・乗り物」においても、約3割程度の方々が「安心・安全（生産地やサポート体制など）」を重視しており、信頼・リスク回避志向も確認できる。
- ・「ブランド」や「デザイン」、「サステナブル」要素を重視する割合は総じて低く、「宝飾品」や「衣類品」などの贅沢品の場合でも「ブランド」が2割未満に留まるなど、X世代では合理性重視の志向が際立っている。

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。