

2025年12月18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」 ～Y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11月
調査方法	インターネット調査
調査対象	28～43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

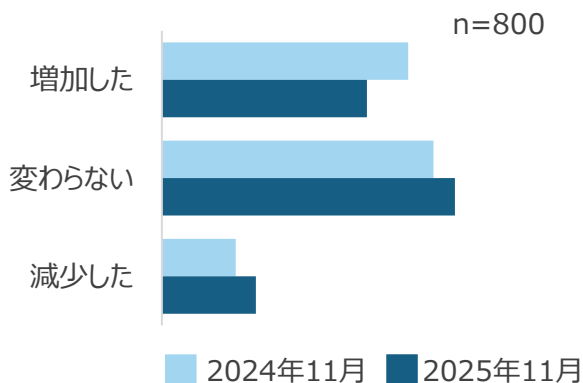
### ■ 本レポート構成

- ・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



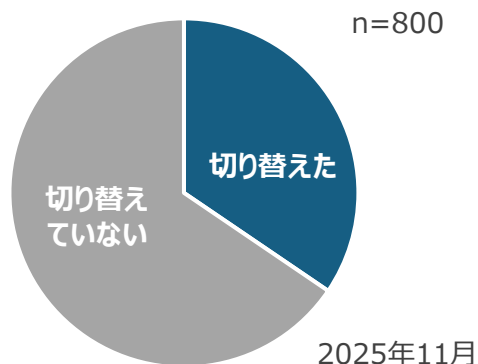
・過去1年間の消費の増減指標（増加した割合と減少した割合の差）は18.8ポイントであり、消費支出は拡大している。ただ、同数値は前年比で10.4%減少しており、消費拡大スピードは鈍化していることがわかる。

・カテゴリー別で見た場合、消費の増加指標がプラスとなっているのは「食料品」と「嗜好品（飲料・お酒・お菓子など）」の2項目のみで、他カテゴリーへの消費支出は抑制されている。他方、「PC・スマホ/通信」と「運動・健康」は前年と比べやや増加し、若干改善傾向にある。

## ■ 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



・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行った層は全体の約3割強であり、1年前の調査結果とほぼ同数値であった。

・切り替えを行った人のうち、「食料品」での切り替えが最も多く、次いで「嗜好品（飲料・お酒・お菓子など）」が続いており、物価上昇の影響を受けての行動である。

・「外食・フードデリバリー」と「衣類品（靴・鞆含む）」でも一定数の切り替えが見られる一方、「クルマ・乗り物」や「美容」など、耐久財・サービス系カテゴリーでは切り替え経験者の比率が1割前後に留まっている。

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](mailto: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。