

2026年3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」（総括）

～転換点にある日本の消費：物価上昇時代における消費行動の変化と企業戦略～



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2025年9月から2026年1月に実施した調査結果に基づき、その総括として、物価上昇時代における消費行動の変化と企業戦略についてまとめた。

### ■ 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。

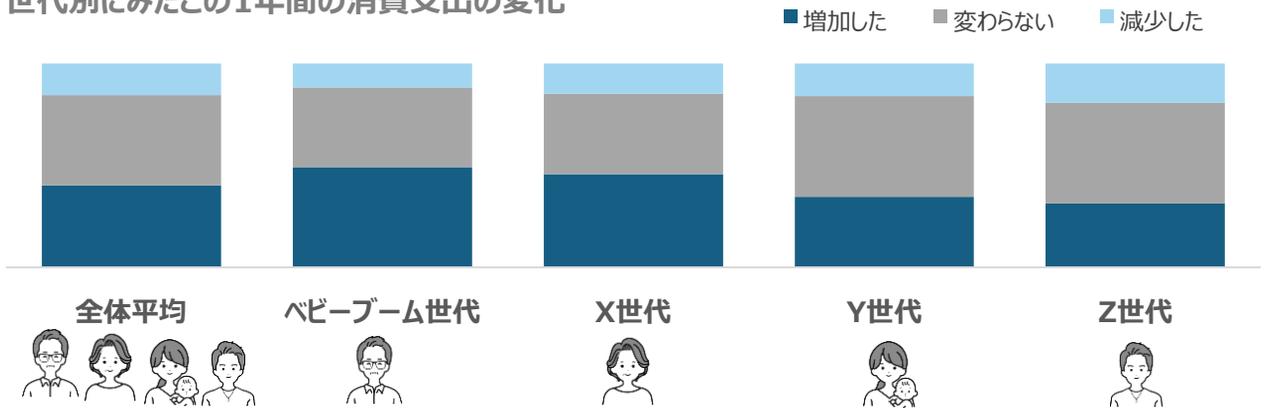
一般消費者および、主要世代へのアンケート調査を通じて、現代の消費者行動を明らかにする。

### ■ 調査概要

調査時期	2025年9月～2026年1月
調査方法	インターネット調査
調査対象	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ベビーブーム世代：60～77歳の男女 800名</li> <li>・X世代：44～59歳の男女 800名</li> <li>・Y世代：28～43歳の男女 800名</li> <li>・Z世代：20～27歳の男女 800名</li> <li>・新高収入層 800名 <ul style="list-style-type: none"> <li>→パワーカップル 30～49歳（既婚者） 400名 （条件）共働き/世帯年収1,500万円以上</li> <li>ニューリッチ 30～49歳（未婚者） 400名 （条件）年収1,500万円以上</li> </ul> </li> </ul>
有効回答数	合計4000名
調査機関	アイブリッジ株式会社

## ■ 世代によって消費支出の増減に差

### 世代別にみたこの1年間の消費支出の変化

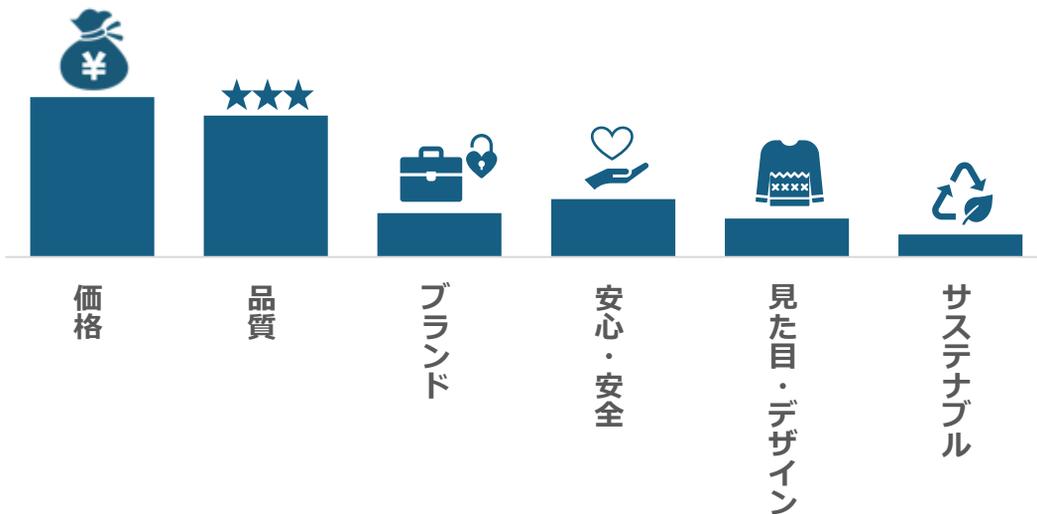


質問：「消費支出」についてお伺いします。あなたの「消費支出（全体）」は、この1年間で、どのように変化しましたか。  
 回答者数：全体（n=3200）、ベビーブーム世代（n=800）、X世代（n=800）、Y世代（n=800）、Z世代（n=800）

過去1年間の消費支出が増加傾向にあることがわかる。全体の増減を見ると、「増加した」が40.2%、「変わらない」が44.4%、「減少した」が15.4%という結果であった。減少よりも増加が大きく上回っており増加基調であるが、「変わらない」が最も多いことから、「維持から微増」が中心的な姿であると言える。

## ■ 購買判断の中心は「価格×品質」

### 商品・サービスの購買決定における要因（全体）



質問：商品やサービスを購入する際に、重視することを2つお選びください。  
 回答者数：全体（n=3200）、ベビーブーム世代（n=800）、X世代（n=800）、Y世代（n=800）、Z世代（n=800）

消費支出の配分を決める要因としては、「価格」と「品質」が上位を占めており、依然として合理的・機能的価値が重視されている。

一方で、「安心・安全」や「ブランド」、「見た目・デザイン」といった要素も一定の影響を持つが、「サステナブル」などの社会的価値の優先度は相対的に低い。

カテゴリー別に見ると、食料品では価格・品質・安心感が重視されるのに対し、衣類や宝飾品ではデザインやブランドといった感性的価値の比重が高まるなど、用途に応じて評価軸が使い分けられている。

## ■ 本レポートの構成

- ・消費支出の推移
- ・購買決定要因
- ・情報源と購入場所
- ・今後の消費意向
- ・現在の消費行動
- ・企業への提言
- ・おわりに



## ■ 本レポートの論点

今後に向けて企業は、下記への対応が求められると本レポートで結論付けられている。

- ①ポートフォリオの二極最適化
- ②価値の言語化
- ③顧客体験の摩擦ゼロ設計
- ④若年層を起点とした市場設計
- ⑤理念と経済合理性の実現

■ 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。

現代の消費者行動に関する調査分析 (総括)  
 転換点にある日本の消費：  
 物価上昇時代における  
 消費行動の変化と企業戦略

### 今後の消費意向

今後の消費意向について、消費者はどのような考えを持っているのか。調査結果によると、「売上増や少ないが収入も増えたり、定めて「年々より節約する」が1位で、「年々より消費を減らす」が2位となっている。①国・地域別から、消費意向を分析した結果が下記の通りである。②「節約増進」または「中程度の消費」であることが決まる。物価上昇に伴って、年々消費支出を削減する意向が強い。③節約や中程度の消費意向が強い傾向が顕著である。④消費意向は年齢層によって異なる傾向がある。

① 消費は全体で慎重。若年層ほど拡大意向が高い  
 今後の消費意向

年齢層	削減意向	中程度の消費	拡大意向
10代	45.8%	47.8%	6.4%
20代	40.8%	46.5%	12.7%
30代	35.1%	44.5%	20.4%
40代	28.9%	40.8%	30.3%
50代	22.1%	38.1%	39.8%

② 節約増進、中程度の消費意向が強い傾向が顕著である。③節約や中程度の消費意向が強い傾向が顕著である。④消費意向は年齢層によって異なる傾向がある。

## ■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。