

## A—1 消費者の購買動機の測定

実践女子短大 海津美代子

一会計期間における消費者の購買動機は、一定であり得ないように考えられるので、この間における消費者の購買動機を特定の品目について如何に変化するかを計測してみた。

調査の対象とした家庭は、東京都における中流階級であって、これら各々の家庭の家計担当者に対して調査用紙を配布し、その書込みを資料として統計を行った。統計は旬別（初旬、中旬、下旬）、職業別（労務者、職員、一般世帯）、収入別（二万円以上六万円迄を六階級）とし、購買動機の差異を特定の単位によって計測し比較した。

計測の結果は、家計の状態に即応して、その購買動機が極めて機微に変動するもののように認められた。