

# E-38 多変量相関による消費者行動の分析(その1)

一保守的・マネジメント・公衆意識志向一

実践女大家政

西尾美知子 佐藤朝子 ○湯津美代子

目的 本調査研究は、実態調査を通じて、消費者行動の理論、消費者選択の理論、消費者計画の理論を実証的に解明を試みようとするものである。

方法 調査の時期は、昭和54年6月20日～6月25日(配布)、6月26日～6月30日(回収)、留置法によった。調査対象は、東京都23区およびその周辺都市居住の一般中帯主母集団とし、これより標本を無作為に600世帯を抽出し、被調査者は主婦とした。回収率は、64.0%で、標本はコンピューターによつて、集計処理をおこなった。

集計法は、単純集計、クロス集計、解析法は重相関・因子分析とした。なお調査項目は、特に食品に限定すべきではないけれども、耐久消費財等については、すでに各種の資料があるので割愛した。

結果 重相関・重回帰分析の結果については、保守的志向は、高年齢層に属するに従いその相関が強くなり、マネジメント志向は、典型的な核家族として運営の合理性を要求される中間層の主婦において相関が高く付いている。また公衆意識については、主婦の学歴との相関が強い。

表II-1 変数の設定

変数I	II	III
主婦学歴	主婦年齢	マネジメント志向
+	家族数	+
+	生活費	+

表II-3 アウトポイント

multiple correlation coefficient

①R=0.1236 ②R=0.09868 ③R=0.03007

表II-5 アウトポイント

重回帰方程式

① $Y' = -0.002 \times X_1 + 0.021 \times X_2 + 2.370$

② $Y' = -0.049 \times X_1 + 0.136 \times X_2 + 2.777$

③ $Y' = 0.074 \times X_1 + 0.003 \times X_2 + 3.369$

(別表割愛)