

F—7 家庭生活に関する婦人の意識と行動(1) —購買行動について—

広島女大家政 稲田 準子

1. 都市における婦人の、生活意識の変化および変化に伴なり行動の変化傾向を検討しようとする。とくに、家庭生活における主婦の購買行動について、その情報源と心理的要因を考察し、婦人の消費意識と消費行動を分析する一資料をうることを目的とする。

2. 調査対象：広島市住宅地居住，給料生活者家庭(核家族)の主婦。選挙人名簿に基づき無作為抽出。

調査方法：調査票により個人面接調査。

調査内容：生活水準，購買行動，購買計画，余暇。

3. 都市の婦人の購買行動に影響を与える情報源としては、テレビ，新聞などによる広告があげられる。reference group の影響もみられるが、本調査結果としては、諸要因のなかで、とくにマスコミュニケーションの影響が大きく働いていることが示される。

婦人の心理的要因としては、個人がもつ価値観があげられ、商品特性とあいまって、購買行動を規定する大きな要因と考えられる。