

F-8 消費者行動の分析(その1) 購買行動の場所と距離の関係, 購入方法
 実践女大家政 ○西尾美知子 丹羽昌子 海津美代子

目的 本調査研究は、消費者行動の理論を実態調査を通して、両者の接点を探求しようとするものである。

方法 母集団=東京都23区および周辺都市、無作為抽出、留置法、標本有効数425(400の中)、被調査者=主婦、調査時期=8.52.6、集計処理は、コンピュータによる。なお設問は47項目、調査品目は、集計処理の便宜上、牛・豚肉に限った。

- 結果 ①購入場所は最寄店70.3%、地区別には移動距離の法則が反映。
 ②購入法は、1回分300g、週3~4回の多頻度当用買いの傾向大。
 ③価格反応は、価格選好と実質選好の二極に分化する。

