

本研究報告は、昭和53年（1978年）10月1日、日本女子大学において開催された、第30回日本家政学会総会、F. 家庭経営学・家政学原論：家族関係部門での研究発表、「消費者の購買行動に関する一研究（第一報）」に続くものである。

「第一報」においては、「概要」として、昭和46年（1971年）第一回、昭和52年（1977年）第二回調査研究の「目的」、「方法」、「結果」の概要を報告した。耐久消費財、就中、家庭用電化製品—電気洗濯機、電気掃除機、電気冷蔵庫、ルーム・クーラー、カラー・テレビ、パネル・ヒーター、電子レンジ、食器洗い機等について、保有率、満足度、必要度、耐久度（耐用年数、買替理由、買替品の処分法、買替前の使用法、保管法）等について、第一次オイル・パニック（昭和48年、1973年）前と後の激動する経済社会の変動期にある消費者行動の比較をしたのであるが、家政学、就中、家庭経営学の伴からは多少はみ出した感があつた。今回は、すぐれて家庭経営学的アプローチとして「家庭内における意志決定プロセス」に焦点を当ててみよう。前述の家庭用電化製品について、それぞれ「現有品」、「これから買おうとするものについて」、唯が購買決定をしたか？「主婦」「夫」「家族全員」「希望する家族」「その他」でクロス集計、また「現有品を買った場所」（電気小賣店、デパート、スーパー、安売店、その他）、「その理由」「支払方法」（現金払い、クレジット、ローン、割賦販売、その他）等について。

以上は、東京都を母集団とした調査研究であるが、最近、ハーバード・グループによつてなされたニューヨーク市の調査研究の結果と非常に類似している点が興味深い。