

目的 豊かさの最中に生まれ成長した現代の若者は、低経済成長がつづく中でも購買力は旺盛で、スポーツ、ファッション、音響製品、車、旅行等の購買行動にその様式を見ることが出来る。しかし、かかる生活行動は必ずしも将来生活に好結果をもたらすとは考えられない。そこで、前報の生活意識につづいて若年層の購買行動と貯蓄行動に研究の焦点を当て、若者のバックグラウンドともいうべきライフスタイルの解明を図る。

方法 調査方法、標本抽出、調査期間、分析手法は前報と同様。調査内容は購買行動と貯蓄行動を柱とし、前者については、商品、サービスの所有と経験の有無、商品、サービスのイメージ感、購買態度について。後者については、貯蓄意識と貯蓄目的などを中心とした内容で行なう。回収率、有効回答率は前報と同様。

結果 (1)購買行動：商品、サービスの所有、経験は日常生活に身近かなものの所有、経験が多く、男子は勤労者、学生ともに音響製品、乗物への志向が強く、女子は総体的に白所用電化製品、教養関係への志向が高い。商品、サービスに対するイメージも自己の所有、経験が多い程必需品的、一般普及品的イメージが強く相関度も高い。購買態度は多変量解析による座標軸からみると、勤労者男子と学生女子に、勤労者女子と学生男子との間に差が大である。概して、男子は情報収集、購買決定は堅実である。学生は男女ともに衝動買い、他人志向的であるが、商品の再利用度は高い。(2)貯蓄行動：貯蓄意識、貯蓄目的に現代的若者像が表現されている。中でも、貯蓄の必要意識は全体に高いが、特に女子に不測の事故への防衛意識が強い。貯蓄目的は勤労者の結婚資金、学生の旅行資金が主力。