

E 30 主婦の消費者態度と生活関連サービス利用実態
仙台白百合短大 中森千佳子

目的 都市近郊の団地の主婦の生活関連サービスの利用実態を、主婦の消費者態度と関連させて分析した結果を報告する。

その際に、生活関連サービスには、家事関連サービス（衣・食・住関係、クレジットなど）、その他のサービス（宅急便など）などのサービスが含まれる。また、消費者態度としては、消費者としての知識及び消費者意識を含んでいる。

方法 ①対象地 宮城県泉市 ②対象者 400名。うち、有効回答数382名(95.5%)
③調査方法 留置記入後回収 ④調査期間 昭和60年10月12日～10月19日。

結果 有効回答の一次処理（単純集計）によれば、主婦の利用および、消費者態度については主に次のことが明らかである。

①食生活関連においては、比較的新しいサービス形態にはまだなじまない面が多いが、利便性を感じ、また、その品質やサービスについてもある程度の評価をしている。

②カタログ販売、通信販売など最近の無店舗販売形式とか、ローンなどについては、拒否的反応が強い。

③消費者意識の面からいうと、行政依存的な態度が強く、消費者の自立意識にやや問題がある。

④今回は、以上の一次処理を基礎に、消費者態度を軸とした二次集計の結果を中心に発表する。