論文本文中で割愛した事項

表1

日常的な商品探索に関する質問項目および認知過程に関する質問項目の記述統計



表2

商品および年齢群別の商品親和性回答者数とサイン一致評定に関する記述統計



注）商品名とサインラベルとの一致不一致について6件法で尋ねた項目について，年齢群と商品の2要因分散分析を行った結果，年齢群の主効果は有意ではなかったが（*F*(1, 58) = 0.340, *p* = .562, *η*2 = .002），商品の主効果が有意であり（*F*(3, 174) = 39.627, *p* < .001, *η*2 = .259），セルベール，温泡，ウナクール，ヘパリーゼの順に一致度が高いことが分かった．年齢群と商品の交互作用も有意であり（*F*(3, 174) = 3.926, *p* = .010, *η*2 = .026），年齢群別に検討すると，若年者群では，セルベールと温泡の一致度が高く，ウナクールとヘパリーゼの一致度が低いという傾向が確認され，高齢者群では，セルベールと温泡の一致度が高く，ヘパリーゼは一致度が低い傾向が確認された（*p*s < .001）．