域外顧客選好・嗜好調査事業 分析 &報告書 2022 年 2 月 (かづの商工会)

調査事業のサマリー

- 1.回答者の属性毎の「満足度」への影響度は参照すべきでは無い。
 - ⇒年齢、職業別、性別といった分類毎の影響度は無い。

(傾向の把握にとどめるべき程度の内容であった)

- 2.調査場所別による「満足度」への影響度は異なる (参考になる)。
 - ⇒回帰式の説明力に配慮し、重点的な取組が望まれる。
- 3.説明選択基準が最大の時の重相関が0.6を上回る結果が多く見られる。
 - ⇒影響度の優先度は、信頼できる。

目次

- 1調査期間
- 2調査書
- 3 有効回答数
- 4 回答者の全体傾向
- 5 クロス集計分析における有意性の確認と分析実施の必要性の有無
- 1. 調査場所別分析の有意性について
- 2. 職業別分析の有意性について
- 3. 年齢別分析の有意性について
- 4. 性別分析の有意性について
- 5. 居住地別分析の有意性について
- 6場所別の回答結果の満足度への影響分析と結果
- 1. 尾去沢鉱山
- 2. 道の駅 あんとらあ
- 3. 道の駅 おおゆ
- 4. 湯瀬ホテル
- 5. 鹿角感動パークホテル
- 6. ホテル鹿角
- 7 各影響度(説明変数)の内容について

1調查期間 2021年11月1日~2021年11月30日

2調査書

質問1 御職業、御年齢、御性別、お住まいの地域についてお尋ねします。下記各項目から1つ選び○で回答 してください。

≪御職業≫

- ①. 会社経営者/役員
- ②. 会社員
- ③. 契約社員/派遣社員 ④. パート/アルバイト

)

- ⑤. 公務員
- ⑥. 医療関係者
- ⑦. 自営業/自由業
- ⑧. 専業主婦/主夫

- ⑨. 学生
- ⑩. 無職(定年退職含む) ⑪. その他(

≪御年齢≫

- ①. 20歳未満
- ②. 21歳 ~ 29歳
- ③.30歳 ~ 39歳
- ④. 40歳 ~ 49歳

- ⑤.50歳 ~ 59歳
- ⑥. 60歳以上

≪御性別≫

- ①. 男性.
- ②. 女性
- ③. 自由回答(

≪お住いの地域≫

①. 鹿角市内

②. 小坂町

③. ほか秋田県内

- ④. 県外 (東北)
- ⑤. 県外(関東・関西・中部)
- ⑥. ほか県外

質問2 普段、お土産を購入する際、どのような点を重視して選ばれますか。以下の選択肢の中から最も当ては まるものを6つ選び、「選択肢の番号」を優先度の高い順に回答欄に記入してください。

≪選択肢≫

≪回答欄≫	1位	2位	3位	4位	5位	6位

- ①. 地域で作っているもの(地域の食材等)
- ②. 添加物や人工甘味料が少ないもの
- ③. 地域の住民におススメされたもの
- ④. 見た目のデザインが洗練されたもの(お土産感がしないもの・本当に根付いているものは当てはまらない)
- ⑤.他の地域で買えないもの(珍しいもの、貴重なもの、限定のもの等、他の各地域で類似品のないもの)
- ⑥. 郷土感がある(地域に根付いているもの)
- ⑦. 友人や知人、家族を想像して好まれそうなもの
- ⑧. 実用性があるもの(干物、漬物、耳かき等、日常の食事や生活に利用しやすいもの)
- ⑨. 地域土産として、そもそも有名なもの
- ⑩. 滞在中に食べて美味しかったもの、触れて満足したもの
- ①.Webの口コミや雑誌等で評判が良いもの
- ②. お土産を手渡すまでの時間や日にちを踏まえて日持ち(長持ち)するもの
- ③. 持ち運びが便利な重さや形状、荷姿のもの
- ④.お土産として渡しやすい量や個数が入っているもの(配りやすさ)
- (15). どんな味なのかを想像できるもの
- ⑥. 旅先でお世話になった(良くしてくれた)お店や事業者のもの

以下のような3つのパターンのお土産があります。この3つのパターンのうち、好感の持てるもの の順位を決めて、「その選択肢の番号」を、優先度の高い順に回答欄に記入してください。少し難しい選択肢 ですが、直感で構いません。気軽に回答してください。

≪選択肢≫

≪回答欄≫	1位	2位	3位
WILL IN IN			

- ① 観光した地域で栽培されているサツマイモを使ったパイ生地の御菓子。パイ生地を膨らますのに 多くの土産物ではマーガリンを使用するが、このパイ生地はバターを使用している。パッケージ はシンプルで、洗練されたものではない。食味は甘さ控えめでパイ生地はサクサクしており、具 材のサツマイモ餡は、しっとりしている。食感を中心にWEBでも若干高評価なお菓子。
- ②観光した地域では「昔から有名」なお菓子。例えば「長崎といえばカステラだよね!」という程、有名な お菓子。近年の健康志向を意識し、人工甘味料や種々の添加物の使用を抑えるなど工夫しており、数多く ある地域の土産物の中でも、健康配慮の方々に嬉しい原材料表示である。また原材料はトレサビリティが 明確で、厳選素材を使用している。売場では健康志向や本物志向を訴求するなど、展示が目を魅き、合わ せて思わず手にとってしまうほど、パッケージも洗練されたものになっている。
- ② 観光した地域で接した方が、「あれはおススメだよ!」と推薦してくれたお菓子。お土産物とし て根付いていないが、地域の方に人気になりつつある。一見すると、どこでも買えそうだが、よ くよく目をやると、形状や原材料が、希少で珍しいものである。お土産を渡す相手にとっても、 同様な希少性等が伝わり、1度食べてみたいと思えるお菓子。

質問4 以下に示した色のうち、好みの色の選択肢を 3 つ選び、優先度を決めて、優先度の高い順に回答欄 に記入してください。少し難しい選択肢ですが、直観で構いません。気軽に回答してください。

≪選択肢≫

_ • - • •							
≪回答欄≫	1位		2位			3位	
①. 黄色	②. 青色	③. ゴールド		④. 茶色	⑤. 赤色	L	⑥. オレンジ色
⑦. 緑色	⑧. 白色	⑨. ピンク色		⑩. 肌色	⑪. 黒色	L	

質問5 今回この調査へ回答いただいた場所(お買い物の場所)の満足度についてお尋ねします。どの程度満 足いただきましたか。もっとも当てはまる選択肢を選び○で囲んで回答してください。

≪買い物のしやすさについて≫

- ①. とても買い物しやすい空間
- ②. 買い物しやすい空間
- ③. どちらとも言えない

- ④. 少々改善してほしい
- ⑤. 多々改善してほしい

≪品揃えについて≫

- ①. 望む商品が見つかり満足
- ②. 最低限必要なものが揃い満足 ③. どちらとも言えない

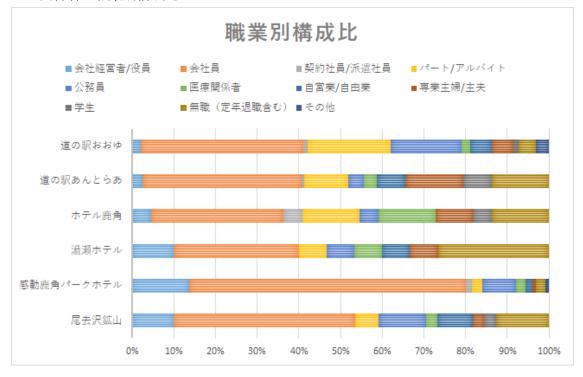
- ④. 少々改善してほしい
- ⑤. 多々改善してほしい

3 有効回答数

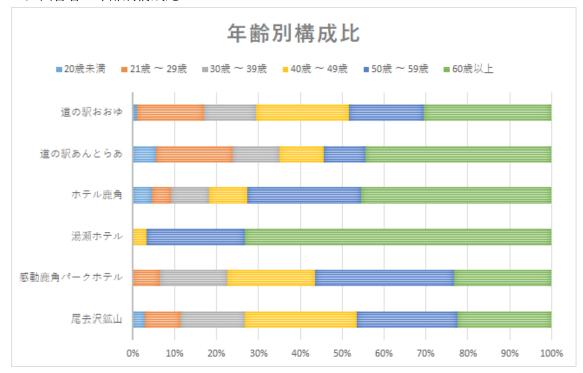
調査実施場所	有効回答数				
尾去沢鉱山	71 名				
道の駅 あんとらあ	162 名				
道の駅 おおゆ	96名				
湯瀬ホテル	30 名				
鹿角感動パークホテル	127 名				
ホテル鹿角	23 名				
Web	13 名				
	(購入拠点未記入者あるため除外)				

4 回答者の全体傾向

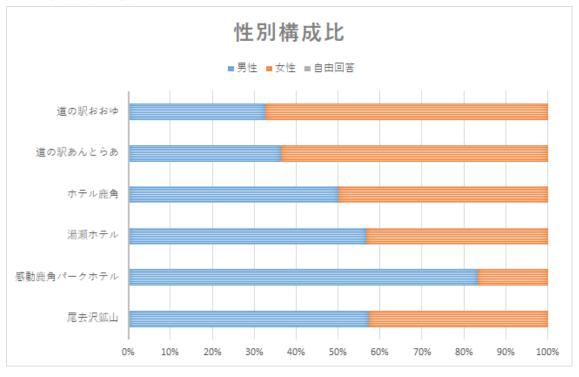
1. 回答者の職業別構成比



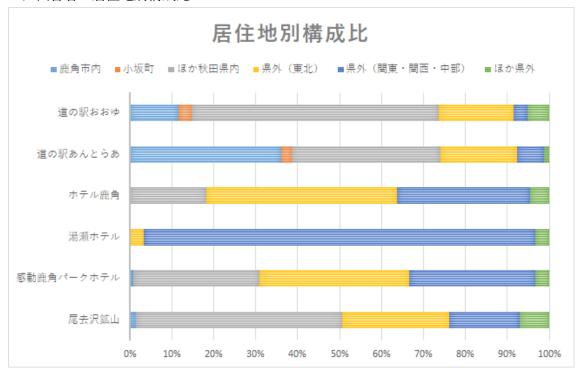
2. 回答者の年齢別構成比



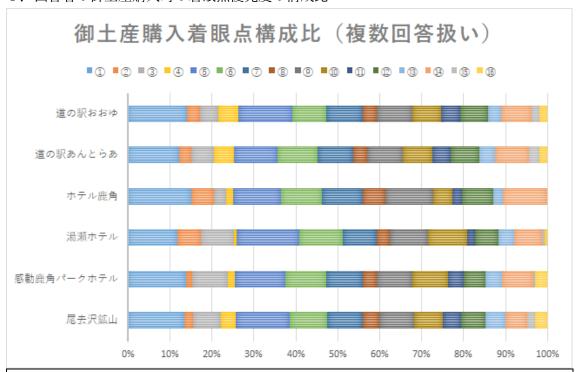
3. 回答者の性別構成比



4. 回答者の居住地別構成比



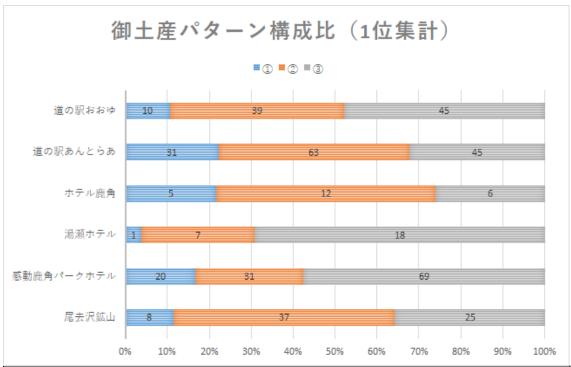
5. 回答者の御土産購入時の着眼点優先度の構成比



- ⑥. 地域で作っているもの(地域の食材等)
- ⑦. 添加物や人工甘味料が少ないもの
- ⑧. 地域の住民におススメされたもの
- ⑨. 見た目のデザインが洗練されたもの(お土産感がしないもの・本当に根付いているものは当てはまらない)
- ⑩. 他の地域で買えないもの(珍しいもの、貴重なもの、限定のもの等、他の各地域で類似品のないもの)
- ①. 郷土感がある(地域に根付いているもの)
- ②. 友人や知人、家族を想像して好まれそうなもの

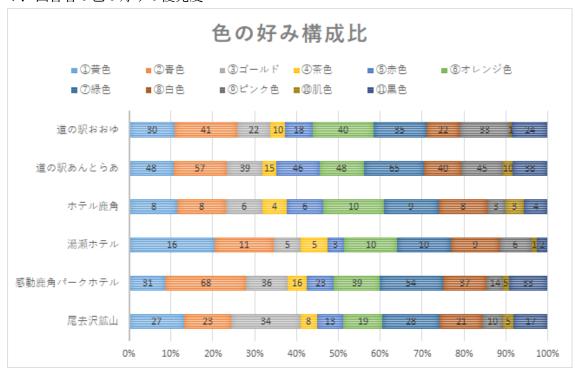
- ③. 実用性があるもの(干物、漬物、耳かき等、日常の食事や生活に利用しやすいもの)
- 個. 地域土産として、そもそも有名なもの
- ⑤. 滞在中に食べて美味しかったもの、触れて満足したもの
- (II). Webの口コミや雑誌等で評判が良いもの
- ①. お土産を手渡すまでの時間や日にちを踏まえて日持ち(長持ち)するもの
- ⑧. 持ち運びが便利な重さや形状、荷姿のもの
- ⑨. お土産として渡しやすい量や個数が入っているもの(配りやすさ)
- ②2. どんな味なのかを想像できるもの
- 21. 旅先でお世話になった(良くしてくれた)お店や事業者のもの

6. 回答者のお土産パターン別好みの優先度

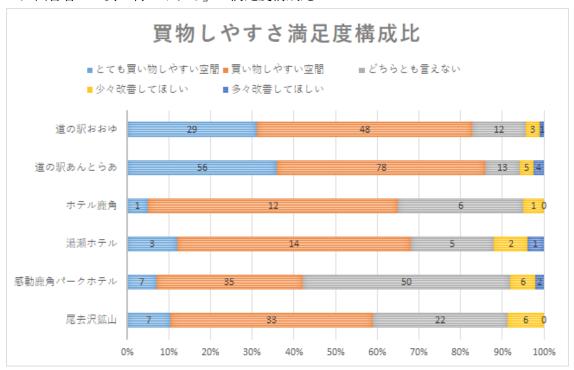


- ① 観光した地域で栽培されているサツマイモを使ったパイ生地の御菓子。パイ生地を膨らますのに多くの土産物ではマーガリンを使用するが、このパイ生地はバターを使用している。パッケージはシンプルで、洗練されたものではない。食味は甘さ控えめでパイ生地はサクサクしており、具材のサツマイモ餡は、しっとりしている。食感を中心にWEBでも若干高評価なお菓子。
- ② 観光した地域では「昔から有名」なお菓子。例えば「長崎といえばカステラだよね!」という程、有名なお菓子。近年の健康志向を意識し、人工甘味料や種々の添加物の使用を抑えるなど工夫しており、数多くある地域の土産物の中でも、健康配慮の方々に嬉しい原材料表示である。また原材料はトレサビリティが明確で、厳選素材を使用している。売場では健康志向や本物志向を訴求するなど、展示が目を魅き、合わせて思わず手にとってしまうほど、パッケージも洗練されたものになっている。
- ③ 観光した地域で接した方が、「あれはおススメだよ!」と推薦してくれたお菓子。お土産物として根付いていないが、地域の方に人気になりつつある。一見すると、どこでも買えそうだが、よくよく目をやると、形状や原材料が希少で珍しいものである。お土産を渡す相手にとっても同様な希少性等が伝わり、1度食べてみたいと思えるお菓子。

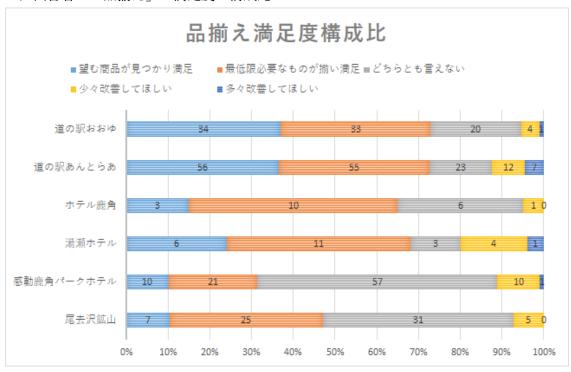
7. 回答者の色の好みの優先度



8. 回答者の「買い物しやすさ」の満足度構成比



9. 回答者の「品揃え」の満足度の構成比



5 クロス集計分析における有意性の確認と分析実施の必要性の有無

1. 調査場所別分析の有意性について

分散分析: 一元配	置					
概要						
グループ	データの個数	合計	平均	分散		
1	6	372	62	1389.2		
2	6	78	13	53.2		
3	6	172	28.66667	427.4666667		
4	6	95	15.83333	223.3666667		
5	6	336	56	980.4		
6	6	259	43.16667	734.1666667		
7	6	243	40.5	621.9		
8	6	98	16.33333	82.66666667		
9	6	244	40.66667	581.0666667		
10	6	207	34.5	509.9		
11)	6	111	18.5	180.7		
12	6	175	29.16667	351.3666667		
13	6	104	17.33333	127.4666667		
14)	6	208	34.66667	549.0666667		
15)	6	43	7.166667	62.56666667		
16	6	60	10	68.4		
1	6	75	12.5	122.7		
2	6	189	31.5	411.9		
3	6	208	34.66667	517.0666667		
①黄色	6	160	26.66667	189.4666667		
②青色	6	208	34.66667	611.4666667		
③ゴールド	6	142	23.66667	231.4666667		
④ 茶色	6	58	9.666667	25.06666667		
⑤赤色	6	109	18.16667	240.5666667		
⑥オレンジ色	6	166	27.66667	278.6666667		
⑦緑色	6	201	33.5	519.5		
⑧白色	6	137	22.83333	182.1666667		
⑨ピンク色	6	111	18.5	280.3		
⑩肌色	6	25	4.166667	11.36666667		
⑪黒色	6	118	19.66667	219.4666667		
分散分析表						
変動要因	変動	自由度	分散	観測された分散比	P-値	F境界值
グループ間	33157.97778	29	1143.379	3.180744091	2.26E-06	1.54321
グループ内	53920.33333	150	359.4689			
合計	87078.31111	179				

(解釈)

P値が 0.05 より小さいため、群のデータが等しいという仮説の域を出る。帰無仮説は棄却され、「有意差は認められる」。つまり、データは同じ傾向に無いということがわかった。

(分析の方向性)

調査場所別の差には意味があるため、分析すべきである。

2. 職業別分析の有意性について

分散分析: 一元	元配置									
概要										
グループ	データの個数	合計	平均	分散						
行1	11	71	6.454545	76.07272727						
行 2	11	125	11.36364	589.4545455						
行 3	11	30	2.727273	9.218181818						
行 4	11	22	2	4						
行 5	11	160	14.54545	297.0727273						
行 6	11	95	8.636364	125.0545455						
分散分析表										
変動要因	変動	自由度	分散	観測された分散比	P-値	F境界值				
グループ間	1318.80303	5	263.7606	1.437553676	0.223985	2.36827				
グループ内	11008.7273	60	183.4788							
合計	12327.5303	65								

(解釈)

P値が 0.05 より大きいため、群のデータが等しいという仮説の域を出ない。帰無仮説は棄却され、「有意差は認められない」。つまり、データは同じ傾向にあるということがわかった。

(分析の方向性)

職業別の差には意味が無い。

3. 年齢別分析の有意性について

分散分析: 一	-元配置					
概要						
グループ	データの個数	合計	平均	分散		
行1	6	71	11.83333	45.36666667		
行 2	6	124	20.66667	219.8666667		
行 3	6	30	5	76.8		
行 4	6	22	3.666667	13.06666667		
行 5	6	160	26.66667	513.0666667		
行 6	6	95	15.83333	87.36666667		
分散分析表						
変動要因	変動	自由度	分散	観測された分散比	P-値	F 境界値
グループ間	2404.222222	5	480.8444	3.019326031	0.346799	2.533555
グループ内	4777.666667	30	159.2556			
合計	7181.888889	35				

(解釈)

P値が 0.05 より大きいため、群のデータが等しいという仮説の域を出ない。帰無仮説は棄却され、「有意差は認められない」。つまり、データは同じ傾向にあるということがわかった。

(分析の方向性)

年齢別の差には意味が無い。

4. 性別分析の有意性について

分散分析: 一	元配置					
概要						
グループ	データの個数	合計	平均	分散		
行 1	2	68	34	50		
行 2	2	120	60	3200		
行 3	2	30	15	8		
行 4	2	20	10	0		
行 5	2	159	79.5	924.5		
行 6	2	92	46	512		
分散分析表						
変動要因	変動	自由度	分散	観測された分散比	P-値	F 境界値
グループ間	7107.75	5	1421.55	1.816870806	0.243826	4.387374
グループ内	4694.5	6	782.4167			
合計	11802.25	11				

(解釈)

P値が 0.05 より大きいため、群のデータが等しいという仮説の域を出ない。帰無仮説は棄却され、「有意差は認められない」。つまり、データは同じ傾向にあるということがわかった。

(分析の方向性)

性別の差には意味が無い。

5. 居住地別分析の有意性について

分散分析: 一	元配置					
概要						
グループ	データの個数	合計	平均	分散		
行1	6	71	11.83333	175.7666667		
行 2	6	123	20.5	433.9		
行 3	6	30	5	127.2		
行 4	6	22	3.666667	17.06666667		
行 5	6	158	26.33333	637.0666667		
行 6	6	95	15.83333	416.9666667		
分散分析表						
変動要因	変動	自由度	分散	観測された分散比	P-値	F境界值
グループ間	2340.472222	5	468.0944	1.553439407	0.203418	2.533555
グループ内	9039.833333	30	301.3278			
合計	11380.30556	35				

(解釈)

P値が 0.05 より大きいため、群のデータが等しいという仮説の域を出ない。帰無仮説は棄却され、「有意差は認められない」。つまり、データは同じ傾向にあるということがわかった。

(分析の方向性)

居住地別の差には意味が無い。

6場所別の回答結果の満足度への影響分析と結果

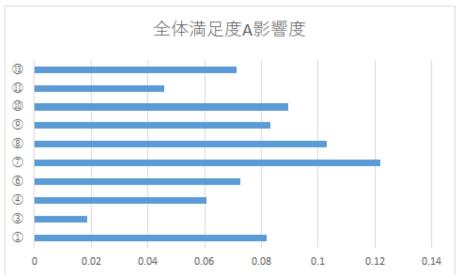
前項において、実施すべきと判定された「調査実施場所別」に、満足度への影響度を分析した。目的変数が満足度、各設問の回答内訳が説明変数である。

なお、満足度 A とは「買い物のしやすさ」を、満足度 B とは「品揃えの充足度」を指している。なお、各影響度の内容の取組の方向性のヒントは、後述する。

1. 尾去沢鉱山

(満足度 A に対する御土産購入要因の影響度)

		_						
回帰	統計	-						
重相関 R	0.694739	-						
重決定 R2	0.244767							
補正 R2	0.118895							
標準誤差	1.000829							
観測数	71							
		説明選択基準	0.292972					
分散分析ā	長							
	自由度	変動	分散	観測された分散比	有意 F			
回帰	10	19.47792343	1.947792	1.944566263	0.056279			
残差	60	60.09954136	1.001659					
合計	70	79.57746479						
	係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%	上限 95.0
切片	0.367228	0.814674799	0.450767	0.653782341	-1.26236	1.996821	-1.26236	1.99682
1	0.081705	0.034924609	2.339466	0.02265792	0.011845	0.151565	0.011845	0.15156
3	0.018743	0.032350675	0.579374	0.564505586	-0.04597	0.083454	-0.04597	0.08345
4	0.06058	0.045290508	1.337579	0.186082062	-0.03001	0.151174	-0.03001	0.15117
6	0.072451	0.032967061	2.197691	0.03184181	0.006507	0.138395	0.006507	0.13839
7	0.121989	0.03389162	3.599392	0.000647343	0.054196	0.189783	0.054196	0.18978
8	0.103005	0.046348596	2.222398	0.030037357	0.010294	0.195716	0.010294	0.19571
9	0.083179	0.038873789	2.139723	0.036453769	0.00542	0.160938	0.00542	0.16093
10	0.089342	0.036671141	2.436299	0.017823695	0.015989	0.162695	0.015989	0.16269
11)	0.045648	0.039997136	1.141292	0.25828328	-0.03436	0.125655	-0.03436	0.12565
13	0.071198	0.045077159	1.579463	0.119487924	-0.01897	0.161365	-0.01897	0.16136



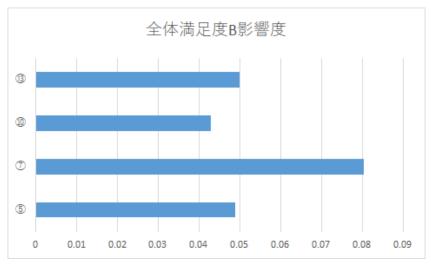
・解釈

影響度を構成比で確認すると、①、⑦、⑧、⑨、⑩で、全体の約7割を構成する。重相関によると69.4%の説明力がある。この5つの要因から重点的に改善に取る組むと良い。

(満足度 B に対する御土産購入要因の影響度)

統計				
0.764475				
0.132842				
0.080287				
1.000568				
71				
	説明選択基準	0.521456		
ξ				
自由度	変動	分散	観測された分散比	有意 F
4	10.12220406	2.530551	2.527679456	0.048789
66	66.07497903	1.001136		
70	76.1971831			
	0.764475 0.132842 0.080287 1.000568 71 度 自由度 4 66	0.764475 0.132842 0.080287 1.000568	0.764475 0.132842 0.080287 1.000568 71 説明選択基準 0.521456 6 自由度 変動 分散 4 10.12220406 2.530551 66 66.07497903 1.001136	0.764475 0.132842 0.080287 1.000568 71 説明選択基準 0.521456 長 自由度 変動 分散 観測された分散比 4 10.12220406 2.530551 2.527679456 66 66.07497903 1.001136

	係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%	上限 95.0%
切片	2.328368	0.370988585	6.276118	3.06704E-08	1.587665	3.069071	1.587665	3.069071
(5)	0.04887	0.030124117	1.622289	0.109509081	-0.01127	0.109015	-0.01127	0.109015
7	0.080359	0.030758863	2.612533	0.011117842	0.018946	0.141771	0.018946	0.141771
10	0.042901	0.032827766	1.306851	0.195798694	-0.02264	0.108444	-0.02264	0.108444
13	0.050018	0.041979125	1.191491	0.237728035	-0.0338	0.133832	-0.0338	0.133832



解釈

上記の4つ(⑦、⑬、⑤、⑩)の項目に絞られた。この4つについて取組めば、満足度 B の向上に貢献する。

(満足度 A に対する御土産パターンの影響度)

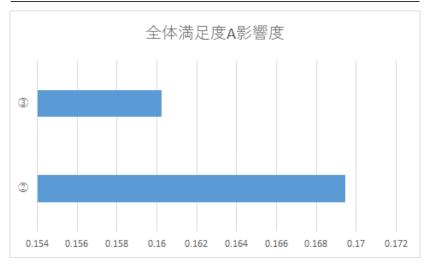
回帰統計 重相関 R 0.416128 重決定 R2 0.173163 補正 R2 0.148844 標準誤差 0.983673 観測数 71

> __ 説明選択基準 0.100207

分散分析表

	自由度	変動	分散	観測された分散比	有意 F
回帰	2	13.7798619	6.889931	7.120552797	0.001557
残差	68	65.7976029	0.967612		
合計	70	79.5774648			

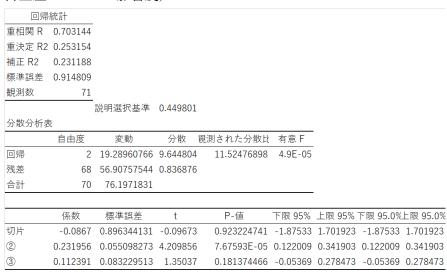
	係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%上限 95.0	%
切片	0.162709	0.96381742	0.168817	0.866441903	-1.76056	2.085976	-1.76056 2.08597	6
2	0.169448	0.05924586	2.860084	0.005620161	0.051225	0.287671	0.051225 0.28767	1
3	0.160241	0.08949471	1.790511	0.077823008	-0.01834	0.338825	-0.01834 0.33882	5

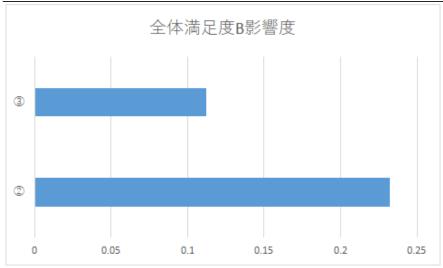


・解釈

パターン②の「形態素解析」(後述)の結果を考慮し、余力で③に取組みたい。説明力は 41.6%であること に留意したい。

(満足度 B に対する御土産パターンの影響度)





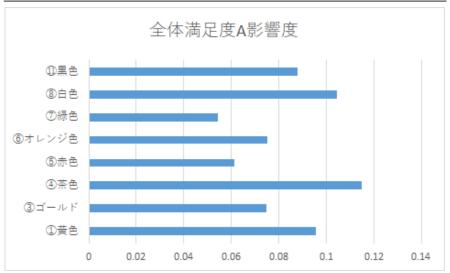
•解釈

パターン②の「形態素解析」(後述)の結果を強化し、余力で③に取組みたい。説明力は70.3%である。

(満足度 A に対する色の好みの影響度)

回帰	統計					
重相関 R	0.699246					
重決定 R2	0.249246					
補正 R2	0.152375					
標準誤差	0.98163					
観測数	71					
		説明選択基準	0.340574			
分散分析表	₹					
	自由度	変動	分散	観測された分散比	有意F	•
回帰	8	19.8343853	2.479298	2.572958866	0.017136	•
残差	62	59.74307949	0.963598			
合計	70	79.57746479				
						•
	係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95% 下限 95.0%上限 95.0%
切片	1 083007	0.58677154	1 8/17302	0.060462600	-U U8804	2 256037 -0 08804 2 256037

	係数	標準誤差	t	P-值	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%	上限 95.0%
切片	1.083997	0.58677154	1.847392	0.069462609	-0.08894	2.256937	-0.08894	2.256937
①黄色	0.095496	0.031446365	3.036776	0.003495061	0.032635	0.158356	0.032635	0.158356
③ゴールト	0.074634	0.029184499	2.5573	0.01300932	0.016295	0.132973	0.016295	0.132973
④茶色	0.115081	0.046610141	2.469006	0.016318079	0.021908	0.208253	0.021908	0.208253
⑤赤色	0.061318	0.037935113	1.616381	0.111089501	-0.01451	0.137149	-0.01451	0.137149
⑥オレンシ	0.075246	0.034099222	2.206685	0.031048429	0.007083	0.14341	0.007083	0.14341
⑦緑色	0.05433	0.032337883	1.680064	0.097977371	-0.01031	0.118972	-0.01031	0.118972
⑧白色	0.104318	0.034038818	3.064685	0.003224222	0.036276	0.172361	0.036276	0.172361
⑪黒色	0.087834	0.033431682	2.627259	0.010833096	0.021005	0.154663	0.021005	0.154663



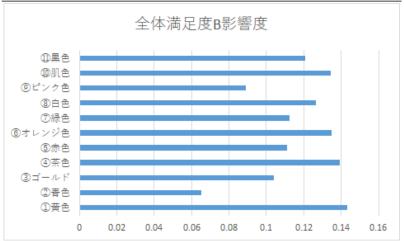
•解釈

色の好みは、8つに絞られたが、絞り切れているとは言えない。とは言え、69.9%の説明力がある。従って、この8つの色の背景にある「心理」(後述)に配慮した空間装飾や接客等が意識したい論点である。

(満足度 B に対する色の好みの影響度)

回帰	回帰統計				
重相関 R	0.602847				
重決定 R2	0.363424				
補正 R2	0.244741				
標準誤差	0.90671				
観測数	71				
		説明選択基準	0.104478		
分散分析表	ŧ				
分散分析表	自由度	変動	分散	観測された分散比	有意 F
分散分析表回帰		変動 27.6919028			
	自由度		2.517446	3.062126349	
回帰	自由度	27.6919028	2.517446	3.062126349	

	係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%	上限 95.0%
切片	-0.88881	0.829214091	-1.07187	0.288144824	-2.54806	0.770447	-2.54806	0.770447
①黄色	0.143436	0.034853616	4.115378	0.000121702	0.073694	0.213178	0.073694	0.213178
②青色	0.065273	0.033654755	1.939488	0.057227853	-0.00207	0.132616	-0.00207	0.132616
③ゴールト	0.104128	0.031420854	3.31397	0.001575727	0.041255	0.167001	0.041255	0.167001
④茶色	0.13931	0.045280223	3.07661	0.003172293	0.048704	0.229915	0.048704	0.229915
⑤赤色	0.110935	0.037276417	2.976018	0.004228595	0.036345	0.185525	0.036345	0.185525
⑥オレンシ	0.13471	0.035687805	3.77468	0.000374179	0.063299	0.206121	0.063299	0.206121
⑦緑色	0.112387	0.032878651	3.418247	0.001148151	0.046597	0.178177	0.046597	0.178177
⑧白色	0.126353	0.034900411	3.620388	0.000612311	0.056517	0.196189	0.056517	0.196189
⑨ピンク包	0.089008	0.043357383	2.052883	0.0445269	0.00225	0.175766	0.00225	0.175766
⑩肌色	0.134313	0.056230656	2.388603	0.020130463	0.021795	0.24683	0.021795	0.24683
①黒色	0.12077	0.034975379	3.453008	0.001031933	0.050785	0.190756	0.050785	0.190756



•解釈

色の好みは、絞れなかった。それだけ心理的に多様性をもった顧客層が、来店しているということである。なお、60.2%の説明力がある。従って、黄色、茶色等、背景にある心理に着眼し、係数の大きな論点から、品揃えを見直していきたい。

2. 道の駅 あんとらあ

(満足度 A に対する御土産購入要因の影響度)

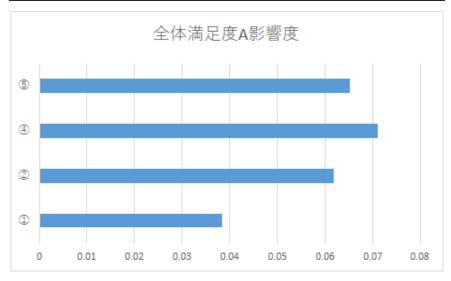
重相関 R 0.652136 重決定 R2 0.124 補正 R2 0.101681 標準誤差 1.107684 観測数 162

> -説明選択基準 0.388675

分散分析表

	自由度	変動	分散	観測された分散比	有意 F
回帰	4	27.26774653	6.816937	5.555934548	0.000329
残差	157	192.633488	1.226965		
合計	161	219.9012346			

		係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%	上限 95.0%
切片	†	3.015493	0.22806854	13.22187	2.67622E-27	2.565015	3.465972	2.565015	3.465972
1		0.038309	0.020098315	1.906072	0.058468133	-0.00139	0.078007	-0.00139	0.078007
2		0.061774	0.029642507	2.083982	0.038781669	0.003225	0.120324	0.003225	0.120324
4		0.071085	0.025353875	2.803708	0.005689741	0.021006	0.121164	0.021006	0.121164
<u>(5)</u>		0.065257	0.021069126	3.097272	0.002314207	0.023641	0.106872	0.023641	0.106872



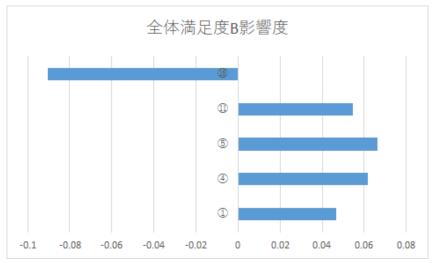
・解釈

4つ(④、⑤、②、①)の影響を加味して取り組めば、満足度 A の向上に貢献する。重相関によると 65.2%の説明力がある。

(満足度 B に対する御土産購入要因の影響度)

回帰	統計				
重相関 R	0.617381				
重決定 R2	0.100731				
補正 R2	0.071908				
標準誤差	1.357709				
観測数	162				
		説明選択基準	0.333556		
分散分析表	ŧ				
	自由度	変動	分散	観測された分散比	有意 F
回帰	5	32.21143087	6.442286	3.494833989	0.005062
残差	156	287.5663469	1.843374		
合計	161	319.7777778			

係数 標準誤差 t	P-値 下限 95% 上限 95% 下限 95.0%上限 95.0%
切片 2.853012 0.326846981 8.728	3.70338E-15 2.207395 3.498628 2.207395 3.498628
① 0.046706 0.024750604 1.887	0.061006562 -0.00218 0.095596 -0.00218 0.095596
④ 0.06173 0.031164411 1.980	799 0.049371959 0.000172 0.123289 0.000172 0.123289
⑤ 0.066432 0.026924941 2.467	298 0.014694452 0.013247 0.119616 0.013247 0.119616
① 0.054578 0.035297491 1.546	228 0.124075874 -0.01514 0.124301 -0.01514 0.124301
16 -0.09051 0.057344856 -1.57	337 0.116505348 -0.20378 0.022761 -0.20378 0.022761

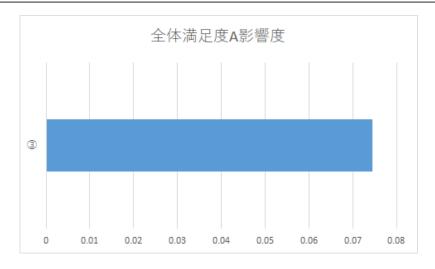


解釈

4つ(⑤、④、⑪、①)の影響を加味して取り組めば、満足度Bの向上に貢献する。重相関によると61.7%の説明力がある。⑯は、満足度Bの後退に大きな影響があるため注意が必要である。

(満足度 A に対する御土産パターンの影響度)

回帰	統計					
重相関 R	0.611613	-				
重決定 R2	0.04478					
補正 R2	0.03881					
標準誤差	1.145791					
観測数	162					
		説明選択基準	0.358423			
分散分析表	ζ					
	自由度	変動	分散	観測された分散比	有意 F	
回帰	1	9.8472327	9.847233	7.500724661	0.006867	
残差	160	210.0540019	1.312838			
合計	161	219.9012346				
	係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95% 下限 95.0%上限 95.0%
切片	3.321711	0.255062939	13.0231	6.78395E-27	2.817987	3.825435 2.817987 3.825435
3	0.074565	0.027226111	2.738745	0.00686699	0.020796	0.128334 0.020796 0.128334

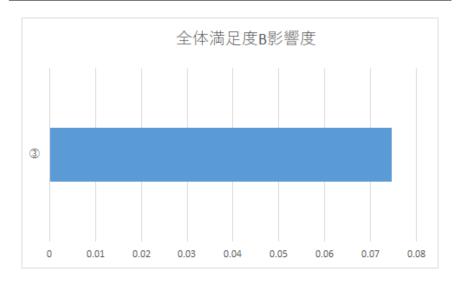


・解釈

パターン③の「形態素解析」(後述)の結果への改善を強化したい。説明力は61.1%である。

(満足度 B に対する御土産パターンの影響度)

回帰	統計					
重相関 R	0.611613					
重決定 R2	0.04478					
補正 R2	0.03881					
標準誤差	1.145791					
観測数	162					
		説明選択基準	0.358423			
分散分析表	ξ					
	自由度	変動	分散	観測された分散比	有意F	
回帰	1	9.8472327	9.847233	7.500724661	0.006867	
残差	160	210.0540019	1.312838			
合計	161	219.9012346				
	係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95% 下限 95.0%上限 95.0%
切片	3.321711	0.255062939	13.0231	6.78395E-27	2.817987	3.825435 2.817987 3.825435
3	0.074565	0.027226111	2.738745	0.00686699	0.020796	0.128334 0.020796 0.128334

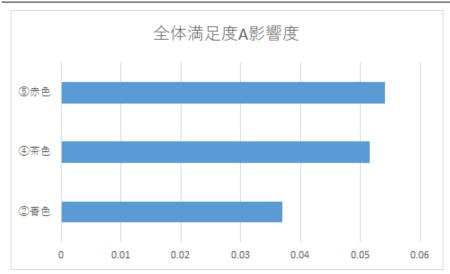


・解釈

パターン③の「形態素解析」(後述)の結果への改善を強化したい。説明力は61.1%である。

(満足度 A に対する色の好みの影響度)

回帰	統計							
重相関 R	0.83053							
重決定 R2	0.053144							
補正 R2	0.035166							
標準誤差	1.147961							
観測数	162							
		説明選択基準	0.674072					
分散分析表	₹							
	自由度	変動	分散	観測された分散比	有意F			
回帰	3	11.68640199	3.895467	2.956003807	0.034245			
残差	158	208.2148326	1.317815					
合計	161	219.9012346						
	係数	標準誤差	t	P-值	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%	上限 95.0%
切片	3.531317	0.17637911	20.02118	3.39434E-45	3.182952	3.879682	3.182952	3.879682
②青色	0.036953	0.020711665	1.784169	0.076315412	-0.00395	0.077861	-0.00395	0.077861
④茶色	0.051617	0.035480528	1.454801	0.147708175	-0.01846	0.121694	-0.01846	0.121694
⑤赤色	0.054115	0.022562917	2.398413	0.017632034	0.009551	0.098679	0.009551	0.098679

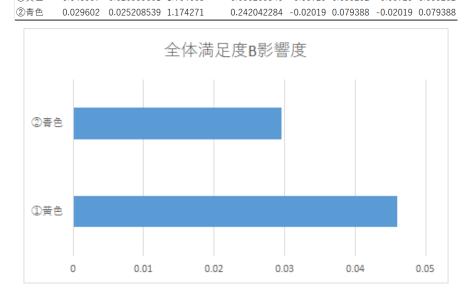


解釈

色の好みは、3つ(赤色、茶色、青色)に絞られた。83.0%と説明力が高い。従って、この3つの色の背景にある「心理」(後述)に配慮した空間装飾や接客等が意識したい論点である。

(満足度 B に対する色の好みの影響度)

回帰	統計							
重相関 R	0.650559							
重決定 R2	0.022668							
補正 R2	0.010375							
標準誤差	1.401995							
観測数	162							
		説明選択基準	0.401462					
分散分析表	ŧ							
	自由度	変動	分散	観測された分散比	有意 F			
回帰	2	7.248756525	3.624378	1.84391242	0.161564			
残差	159	312.5290213	1.965591					
合計	161	319.7777778						
	•		•					
	係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%	上限 95.0%
切片	3.410007	0.19232809	17.73016	1.6655E-39	3.03016	3.789854	3.03016	3.789854
①黄色	0.045957	0.026959661	1.704668	0.090209546	-0.00729	0.099202	-0.00729	0.099202



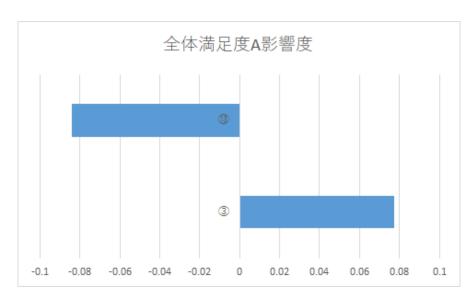
•解釈

色の好みは、2つ(青色、黄色)に絞られた。65.0%の説明力がある。色の背景にある心理に着眼し、品揃えを強化したい。

3. 道の駅 おおゆ

(満足度 A に対する御土産購入要因の影響度)



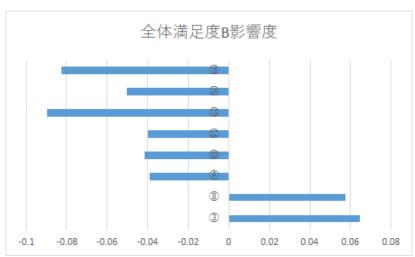


•解釈

(満足度 B に対する御土産購入要因の影響度)

回帰	統計				
重相関 R	0.612111	•			
重決定 R2	0.169835				
補正 R2	0.093498				
標準誤差	1.160916				
観測数	96				
		説明選択基準	0.245303		
分散分析表	ŧ				
	自由度	変動	分散	観測された分散比	 有意 F
回帰	8	23.98746159	2.998433	2.224809589	0.032956
残差	87	117.2521217	1.347726		
合計	95	141.2395833			

	係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%	上限 95.0%
切片	4.556892	0.401068118	11.36189	7.10931E-19	3.759726	5.354058	3.759726	5.354058
3	0.064608	0.036560456	1.767158	0.080708461	-0.00806	0.137276	-0.00806	0.137276
8	0.05764	0.041210243	1.398674	0.165465444	-0.02427	0.13955	-0.02427	0.13955
9	-0.03921	0.031898517	-1.2293	0.222272011	-0.10261	0.024189	-0.10261	0.024189
10	-0.04171	0.034795878	-1.19876	0.233878224	-0.11087	0.027449	-0.11087	0.027449
12	-0.03968	0.037550539	-1.05674	0.293555498	-0.11432	0.034955	-0.11432	0.034955
13	-0.08963	0.04643137	-1.93035	0.056820555	-0.18192	0.002658	-0.18192	0.002658
14)	-0.0503	0.034108827	-1.47466	0.143912566	-0.11809	0.017496	-0.11809	0.017496
15)	-0.08267	0.058669467	-1.40901	0.162397727	-0.19928	0.033946	-0.19928	0.033946



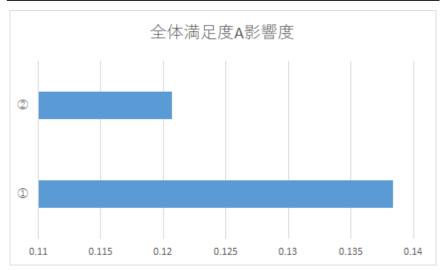
・解釈

2つ(③、®)の影響を加味して取り組めば、満足度Bの向上に貢献する。重相関によると61.2%の説明力がある。③、⑤、⑷、⑩、②、⑨は満足度Bの後退に大きく影響する。必ず考慮したい。

(満足度 A に対する御土産パターンの影響度)

回帰統計 重相関 R 0.785419 重決定 R2 0.235631 補正 R2 0.219193 標準誤差 0.950117 観測数 -説明選択基準 0.592166 分散分析表 分散 観測された分散比 有意 F 自由度 変動 回帰 2 25.88019061 12.9401 14.33453024 3.75E-06 残差 93 83.95314272 0.902722 合計 95 109.8333333

		係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%	上限 95.0%
tj	7片	1.525089	0.464679481	3.282023	0.001452394	0.602328	2.44785	0.602328	2.44785
(1		0.138369	0.091409764	1.513728	0.13348615	-0.04315	0.319891	-0.04315	0.319891
(2		0.120693	0.08415683	1.434144	0.154885193	-0.04643	0.287812	-0.04643	0.287812

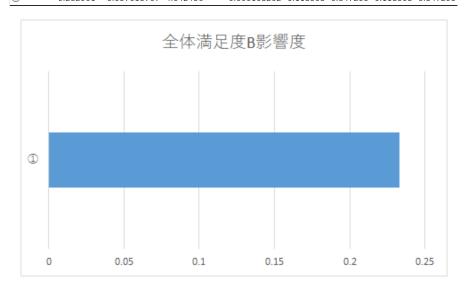


•解釈

パターン①に注力し、次いで②にも一定の配慮が必要である。「形態素解析」(後述)の結果を確認し、改善を図りたい。説明力は 78.5%である。

(満足度 B に対する御土産パターンの影響度)

回帰	統計					
重相関 R	0.684836					
重決定 R2	0.148099					
補正 R2	0.139036					
標準誤差	1.131381					
観測数	96					
		説明選択基準	0.446405			
分散分析表	ζ					
	自由度	変動	分散	観測された分散比	有意F	
回帰	1	20.91743314	20.91743	16.34145261	0.000108	
残差	94	120.3221502	1.280023			
合計	95	141.2395833				
	係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95% 下限 95.0%上限 95.0
切片	1.753917	0.534740913	3.279938	0.001457084	0.692176	2.815657 0.692176 2.81565
1	0.232901	0.057613767	4.042456	0.000108202	0.118508	0.347295 0.118508 0.34729



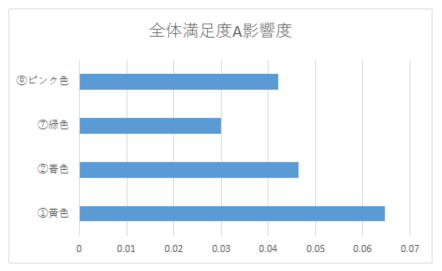
•解釈

パターン①の「形態素解析」(後述)の結果を確認し、改善を図りたい。説明力は 68.4%である。説明力は 68.4%である。

(満足度 A に対する色の好みの影響度)

回帰	統計							
重相関 R	0.717604							
重決定 R2	0.100872							
補正 R2	0.06135							
標準誤差	1.041735							
観測数	96							
		説明選択基準	0.461653					
分散分析表	ξ							
	自由度	変動	分散	観測された分散比	有意 F			
回帰	4	11.07910866	2.769777	2.552293058	0.044286			
残差	91	98.75422467	1.085211					
合計	95	109.8333333						
					•			
	係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%	上限 95.0%
切片	3 176395	0.277505781	11 //623	2 56125F-19	2 625164	3 727626	2 625164	3 727626

	係数	標準誤差	t	P-值	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%_	上限 95.0%
切片 3.	176395	0.277505781	11.44623	2.56125E-19	2.625164	3.727626	2.625164	3.727626
①黄色 0.	.064785	0.026993228	2.400032	0.018430598	0.011166	0.118403	0.011166	0.118403
②青色 0.	.046455	0.02336294	1.988422	0.049769551	4.78E-05	0.092863	4.78E-05	0.092863
⑦緑色 0.	.030024	0.026178184	1.146916	0.254423031	-0.02198	0.082024	-0.02198	0.082024
⑨ピンク色 0.	.042146	0.025006003	1.685451	0.095327989	-0.00752	0.091818	-0.00752	0.091818



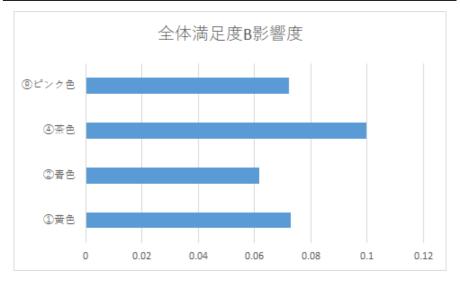
・解釈

色の好みは、4つ(黄色、青色、ピンク色、緑色)に絞られた。71.1%の説明力がある。従って、この4つの色の背景にある「心理」(後述)に配慮した空間装飾や接客等が意識したい論点である。

(満足度 B に対する色の好みの影響度)

回帰網	統計				
重相関 R	0.657591				
重決定 R2	0.127871				
補正 R2	0.089536				
標準誤差	1.16345				
観測数	96				
		説明選択基準	0.370054		
分散分析表	ŧ				
	自由度	変動	分散	観測された分散比	有意 F
回帰	4	18.06044529	4.515111	3.335590238	0.013492
残差	91	123.179138	1.353617		
合計	95	141.2395833			

	係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%	上限 95.0%
切片	2.784062	0.329286294	8.454836	4.34748E-13	2.129975	3.438149	2.129975	3.438149
①黄色	£ 0.072893	0.029416486	2.477969	0.015058083	0.014461	0.131325	0.014461	0.131325
②青台	<u>0.06152</u>	0.028114492	2.188208	0.031215491	0.005674	0.117366	0.005674	0.117366
④茶£	0.099609	0.047451386	2.099172	0.038570774	0.005352	0.193865	0.005352	0.193865
9ピ°	ノク色 0.072216	0.029203946	2.47283	0.015262178	0.014206	0.130226	0.014206	0.130226

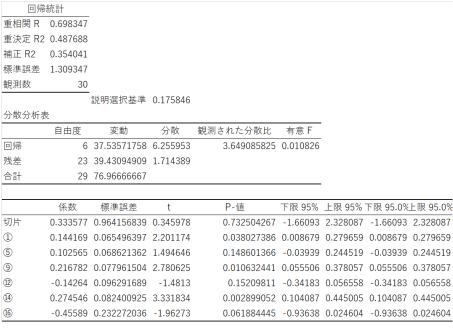


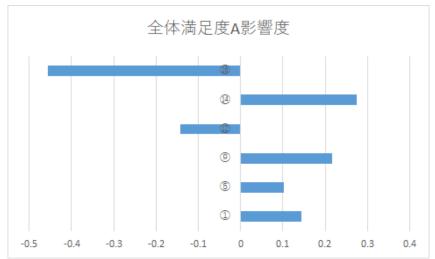
・解釈

色の好みは、4つ(茶色、黄色、ピンク色、青色)に絞られた。65.7%の説明力がある。従って、この4つの色の背景にある「心理」(後述)に配慮した品揃えの強化が望まれる。

4. 湯瀬ホテル

(満足度 A に対する御土産購入要因の影響度)





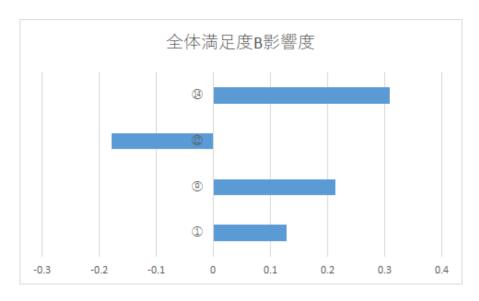
•解釈

4つ(⑭、⑨、①、⑤)の影響を加味して取り組めば、満足度 Aの向上に貢献する。重相関によると 69.8%の説明力がある。⑯、⑫は満足度 Aの後退に大きく影響する。必ず考慮したい。

(満足度 B に対する御土産購入要因の影響度)

回帰網	統計				
重相関 R	0.68463				
重決定 R2	0.341792				
補正 R2	0.236479				
標準誤差	1.52098				
観測数	30				
		説明選択基準	0.256206		
分散分析表	ŧ				
	自由度	変動	分散	観測された分散比	有意 F
回帰	4	30.03215559	7.508039	3.245483863	0.028284
残差	25	57.83451108	2.31338		
合計	29	87.86666667			

		係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%	上限 95.0%
切片	L 1	0.708544	0.809166199	0.875647	0.389557978	-0.95797	2.375053	-0.95797	2.375053
1		0.128399	0.074445649	1.724739	0.096918875	-0.02492	0.281723	-0.02492	0.281723
9		0.21452	0.088448214	2.425373	0.022847391	0.032357	0.396682	0.032357	0.396682
12		-0.17755	0.111690187	-1.5897	0.124469652	-0.40758	0.052476	-0.40758	0.052476
14)		0.309011	0.094018447	3.286705	0.003002219	0.115376	0.502646	0.115376	0.502646

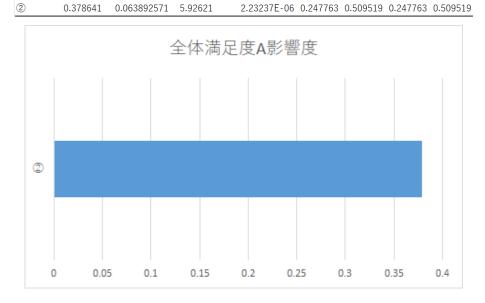


・解釈

3つ(④、⑨、①) の影響を加味して取り組めば、満足度 B の向上に貢献する。重相関によると 68.4%の説明力がある。②は満足度 B の後退に大きく影響する。必ず考慮したい。

(満足度 A に対する御土産パターンの影響度)

回帰統計								
重相関 R	0.745922							
重決定 R2	0.5564							
補正 R2	0.540557							
標準誤差	1.104251							
観測数	30							
		説明選択基準	0.493029					
分散分析表	ξ							
	自由度	変動	分散	観測された分散比	有意 F			
回帰	1	42.82427184	42.82427	35.11996209	2.23E-06			
残差	28	34.14239482	1.219371					
合計	29	76.96666667						
	係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%	上限 95.0%
	DITTO C							

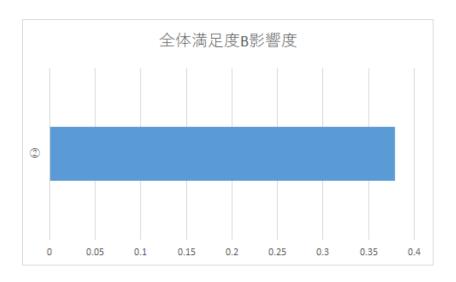


•解釈

パターン②の「形態素解析」(後述)の結果を確認し、改善を図りたい。説明力は 74.5%である。説明力は 74.5%である。

(満足度 B に対する御土産パターンの影響度)

回帰統計						
重相関 R	0.698742					
重決定 R2	0.48824					
補正 R2	0.469963					
標準誤差	1.267261					
観測数	30					
		説明選択基準	0.415132			
分散分析表	Ž					
	自由度	変動	分散	観測された分散比	有意 F	
回帰	1	42.90003348	42.90003	26.71316157	1.75E-05	
残差	28	44.96663319	1.605951			
合計	29	87.86666667				
	係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95% 下限 95.0%上限 95.0%
切片	-0.30622	0.692388466	-0.44226	0.661698383	-1.72451	1.112078 -1.72451 1.112078



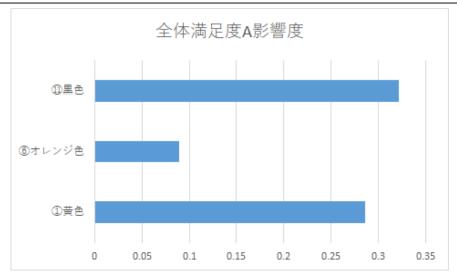
•解釈

パターン②の「形態素解析」(後述)の結果を確認し、改善を図りたい。説明力は 69.8%である。説明力は 69.8%である。

(満足度 A に対する色の好みの影響度)

回帰	統計				
重相関 R	0.915448				
重決定 R2	0.60132				
補正 R2	0.555318				
標準誤差	1.086368				
観測数	30				
		説明選択基準	0.788213		
分散分析表	ξ				
	自由度	変動	分散	観測された分散比	有意 F
回帰	3	46.28158475	15.42719	13.07172876	2.13E-05
残差	26	30.68508192	1.180195		
合計	29	76.96666667			

	係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%	上限 95.0%
切片	0.557781	0.467941564	1.19199	0.244031981	-0.40409	1.519649	-0.40409	1.519649
①黄色	0.286402	0.047899116	5.979285	2.5971E-06	0.187944	0.38486	0.187944	0.38486
⑥オレンシ	0.089662	0.046068124	1.946281	0.062503495	-0.00503	0.184356	-0.00503	0.184356
⑪黒色	0.321757	0.099544429	3.232295	0.003325183	0.11714	0.526373	0.11714	0.526373



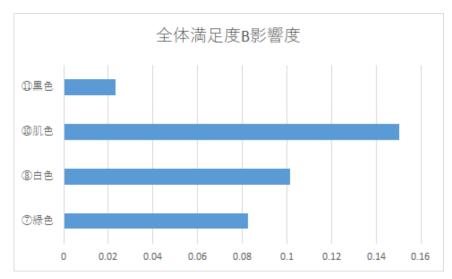
解釈

色の好みは、3つ(黒色、オレンジ色、黄色)に絞られた。91.5%の説明力がある。この3つの色の背景にある「心理」(後述)に配慮した空間装飾や接客等が意識したい論点である。

(満足度 B に対する色の好みの影響度)

回帰統計 重相関 R 0.804404 重決定 R2 0.092662 補正 R2 -0.05251 標準誤差 1.785775 観測数 説明選択基準 0.505892 分散分析表 分散 観測された分散比 自由度 有意 F 変動 回帰 8.14189088 2.035473 残差 25 79.72477579 3.188991 29 87.86666667 合計

ı									
		係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%_	上限 95.0%
	切片	2.137762	0.68368732	3.126813	0.004443282	0.729682	3.545843	0.729682	3.545843
	⑦緑色	0.082414	0.079455757	1.037233	0.309556073	-0.08123	0.246056	-0.08123	0.246056
	⑧白色	0.101451	0.084072434	1.206705	0.23884054	-0.0717	0.274601	-0.0717	0.274601
	⑩肌色	0.150483	0.185177757	0.81264	0.424095722	-0.2309	0.531864	-0.2309	0.531864
	⑪黒色	0.023061	0.155210607	0.148578	0.883078533	-0.2966	0.342723	-0.2966	0.342723



解釈

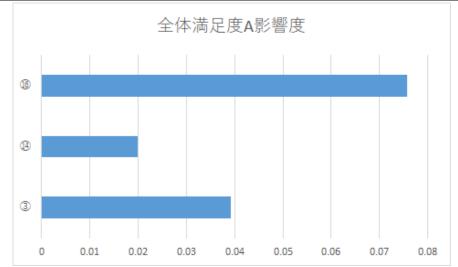
色の好みは、4つ(肌色、白色、緑色、黒色)に絞られた。80.4%の説明力がある。この4つの色の背景にある「心理」(後述)に配慮した品揃えの強化が望まれる。

5. 鹿角感動パークホテル

(満足度 A に対する御土産購入要因の影響度)

回帰:	統計				
重相関 R	0.751792				
重決定 R2	0.023041				
補正 R2	-0.00079				
標準誤差	1.559282				
観測数	127				
		説明選択基準	0.536912		
分散分析表	ξ				
	自由度	変動	分散	観測された分散比	有意 F
回帰	3	7.053073702	2.351025	0.966959023	0.410693
残差	123	299.0571625	2.431359		
合計	126	306.1102362			

	係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%	上限 95.0%
切片	2.261467	0.320394776	7.058378	1.08399E-10	1.627266	2.895669	1.627266	2.895669
3	0.039106	0.035962718	1.087399	0.278986828	-0.03208	0.110292	-0.03208	0.110292
14)	0.019972	0.043195304	0.46236	0.644639916	-0.06553	0.105474	-0.06553	0.105474
16	0.075714	0.060160341	1.258532	0.210583035	-0.04337	0.194797	-0.04337	0.194797



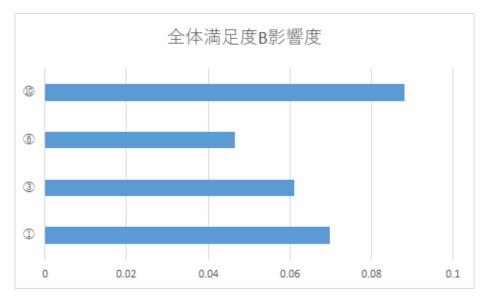
・解釈

3つ (⑯、③、⑭) の影響を加味して取り組めば、満足度 A の向上に貢献する。重相関によると 75.1%の説明力がある。

(満足度 B に対する御土産購入要因の影響度)

回帰	統計				
重相関 R	0.718609				
重決定 R2	0.101512				
補正 R2	0.072053				
標準誤差	1.494264				
観測数	127				
		説明選択基準	0.47676		
分散分析表	ŧ				
	自由度	変動	分散	観測された分散比	有意 F
回帰	4	30.77649692	7.694124	3.445915148	0.010498
残差	122	272.4046054	2.232825		
合計	126	303.1811024			

	係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%	上限 95.0%
切片	1.07223	0.456464323	2.348989	0.020431788	0.168613	1.975846	0.168613	1.975846
1	0.069855	0.034337295	2.03439	0.044080143	0.001881	0.13783	0.001881	0.13783
3	0.061054	0.033545956	1.819998	0.071210821	-0.00535	0.127461	-0.00535	0.127461
6	0.046641	0.033372855	1.397569	0.164778711	-0.01942	0.112706	-0.01942	0.112706
10	0.0882	0.03507867	2.514348	0.013226994	0.018758	0.157642	0.018758	0.157642



•解釈

4つ (⑩、①、③、⑥) の影響を加味して取り組めば、満足度 B の向上に貢献する。重相関によると 71.81% の説明力がある

(満足度 A に対する御土産パターンの影響度)

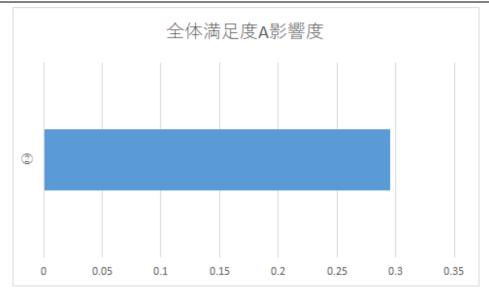
回帰	統計
重相関 R	0.712613
重決定 R2	0.170249
補正 R2	0.163611
標準誤差	1.425469
観測数	127

説明選択基準 0.492067

分散分析表

	自由度	変動	分散	観測された分散比	有意 F
回帰	1	52.11507077	52.11507	25.64766866	1.43E-06
残差	125	253.9951655	2.031961		
合計	126	306.1102362			

		係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%	上限 95.0%
切	片	-0.13932	0.568826378	-0.24492	0.806916928	-1.2651	0.986459	-1.2651	0.986459
2		0.295276	0.058304807	5.064353	1.43209E-06	0.179884	0.410669	0.179884	0.410669



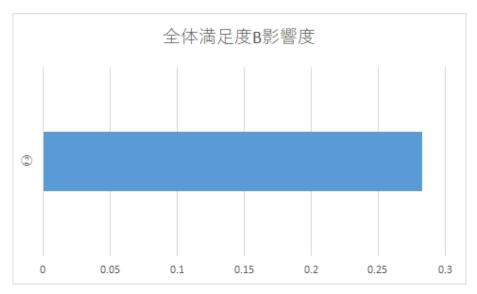
解釈

パターン②の「形態素解析」(後述)の結果を確認し、改善を図りたい。説明力は 71.2%である。説明力は 71.2%である。

(満足度 B に対する御土産パターンの影響度)

	係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95% 下原
合計	126	303.1811024				
残差	125	255.3142059	2.042514			
回帰	1	47.86689644	47.8669	23.43528843	3.74E-06	
	自由度	変動	分散	観測された分散比	有意 F	
分散分析表	ξ.					
		説明選択基準	0.46985			
観測数	127					
標準誤差	1.429165					
補正 R2	0.151145					
重決定 R2	0.157882					
重相関 R	0.697344					
回帰	統計					

	係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%	上限 95.0%
切片	-0.12478	0.570301472	-0.21879	0.827170738	-1.25347	1.003921	-1.25347	1.003921
2	0.282986	0.058456004	4.841001	3.73763E-06	0.167294	0.398677	0.167294	0.398677



・解釈

パターン②の「形態素解析」(後述)の結果を確認し、改善を図りたい。説明力は 69.7%である。説明力は 69.7%である。

(満足度 A に対する色の好みの影響度)

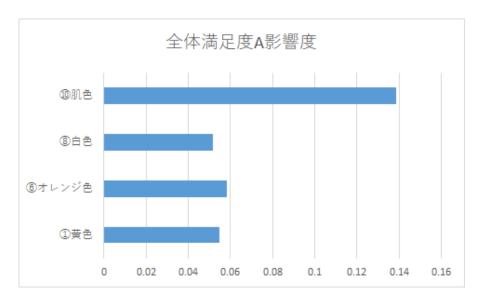
回帰統計 重相関 R 0.642759 重決定 R2 0.058932 補正 R2 0.028077 標準誤差 1.536631 観測数 127

説明選択基準 0.365035

分散分析表

	自由度	変動	分散	観測された分散比	有意 F
回帰	4	18.03960222	4.509901	1.90997555	0.113021
残差	122	288.070634	2.361235		
合計	126	306.1102362			

	係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%	上限 95.0%
切片	1.914228	0.313001062	6.115725	1.19596E-08	1.294612	2.533845	1.294612	2.533845
①黄色	0.054828	0.036347789	1.508434	0.134028711	-0.01713	0.126782	-0.01713	0.126782
⑥オレンシ	0.058142	0.035694021	1.628897	0.105914467	-0.01252	0.128802	-0.01252	0.128802
⑧白色	0.051486	0.036410477	1.41403	0.159899817	-0.02059	0.123564	-0.02059	0.123564
⑩肌色	0.13863	0.080717441	1.717474	0.088429884	-0.02116	0.298418	-0.02116	0.298418



•解釈

色の好みは、4つ(肌色、オレンジ色、黄色、白色)に絞られた。64.2%の説明力がある。この4つの色の背景にある「心理」(後述)に配慮した空間装飾や接客等が意識したい論点である。

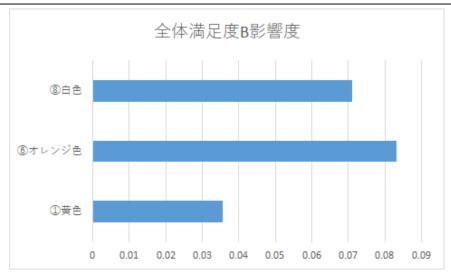
(満足度 B に対する色の好みの影響度)

合計

回帰	統計				
重相関 R	0.648644				
重決定 R2	0.061824				
補正 R2	0.038942				
標準誤差	1.52069				
観測数	127				
		説明選択基準	0.383064		
分散分析表					
	自由度	変動	分散	観測された分散比	有意 F
回帰	3	18.74383563	6.247945	2.70181636	0.048532
残差	123	284.4372667	2.312498		

126 303.1811024

	係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%	上限 95.0%
切片	1.897876	0.2758629	6.879781	2.69222E-10	1.351823	2.44393	1.351823	2.44393
①黄色	0.035555	0.035671991	0.996725	0.320854661	-0.03506	0.106166	-0.03506	0.106166
⑥オレンシ	0.083173	0.035322357	2.354687	0.020121794	0.013255	0.153092	0.013255	0.153092
⑧白色	0.071113	0.035689783	1.992542	0.04852568	0.000468	0.141759	0.000468	0.141759



・解釈

色の好みは、3つ(オレンジ色、白色、黄色)に絞られた。64.84%の説明力がある。この3つの色の背景にある「心理」(後述)に配慮した品揃えの強化が望まれる。

6. ホテル鹿角

(満足度 A に対する御土産購入要因の影響度)

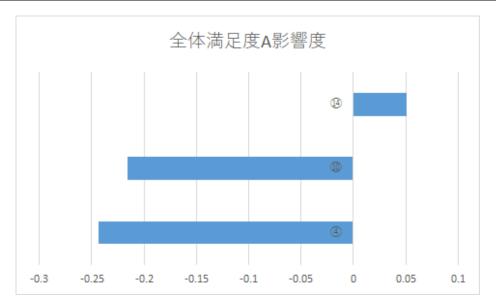
回帰統計 重相関 R 0.737724 重決定 R2 0.289147 補正 R2 0.176908 標準誤差 1.272854 観測数 23

説明選択基準 0.352337

分散分析表

	自由度	変動	分散	観測された分散比	有意 F
回帰	3	12.52134361	4.173781	2.576156709	0.084054
残差	19	30.78300422	1.620158		
合計	22	43.30434783			

	係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%	上限 95.0%
切片	3.904792	0.562092574	6.946884	1.27536E-06	2.728319	5.081265	2.728319	5.081265
4	-0.24343	0.112489483	-2.16405	0.043407267	-0.47888	-0.00799	-0.47888	-0.00799
10	-0.21586	0.104040796	-2.07477	0.051835402	-0.43362	0.0019	-0.43362	0.0019
<u>1</u> 4	0.051017	0.08281681	0.616017	0.545193152	-0.12232	0.224354	-0.12232	0.224354



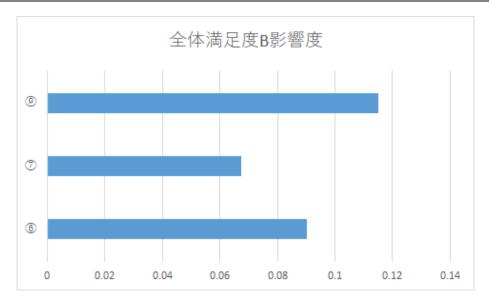
•解釈

1つ($^{(4)}$)の影響を加味して取り組めば、満足度 A の向上に貢献する。重相関によると 73.7%の説明力がある。なお、 $^{(4)}$ 、 $^{(4)}$ 0は満足度の後退に大きく影響する。考慮したい。

(満足度 B に対する御土産購入要因の影響度)

回帰	統計				
重相関 R	0.619802	•			
重決定 R2	0.176234				
補正 R2	0.046166				
標準誤差	1.449118				
観測数	23				
		説明選択基準	0.124852		
分散分析表	ξ				
	自由度	変動	分散	観測された分散比	有意 F
回帰	3	8.53586149	2.845287	1.354935287	0.286595
残差	19	39.8989211	2.099943		
合計	22	48.4347826			

	係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%	上限 95.0%
切片	1.721619	0.83227152	2.068578	0.05247118	-0.02035	3.463583	-0.02035	3.463583
6	0.090379	0.072487	1.246825	0.227613924	-0.06134	0.242096	-0.06134	0.242096
7	0.067369	0.07718616	0.872806	0.393665891	-0.09418	0.228921	-0.09418	0.228921
9	0.115049	0.08378835	1.37309	0.185713275	-0.06032	0.29042	-0.06032	0.29042

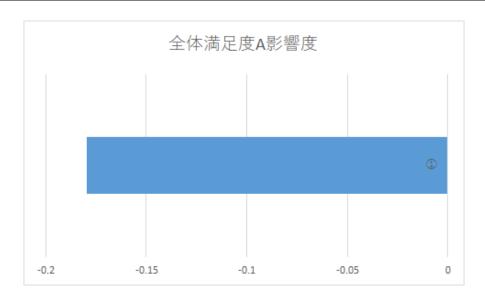


•解釈

3つ(⑨、⑥、⑦)の影響を加味して取り組めば、満足度 B の向上に貢献する。重相関によると 61.9%の説明力がある。

(満足度 A に対する御土産パターンの影響度)

回帰	統計							
重相関 R	0.755466							
重決定 R2	0.065263							
補正 R2	0.020752							
標準誤差	1.388356							
観測数	23							
		説明選択基準	0.488964					
分散分析表	Ž							
	自由度	変動	分散	観測された分散比	有意F			
回帰	自由度	変動 2.826173223		観測された分散比 1.466213293				
回帰残差			2.826173					
	1	2.826173223 40.4781746	2.826173					
残差	1 21	2.826173223 40.4781746	2.826173					
残差	1 21	2.826173223 40.4781746	2.826173		0.239396	上限 95%	下限 95.0%	上限 95.0%
残差	1 21 22	2.826173223 40.4781746 43.30434783	2.826173 1.927532	1.466213293	0.239396		下限 95.0% 1.896819	

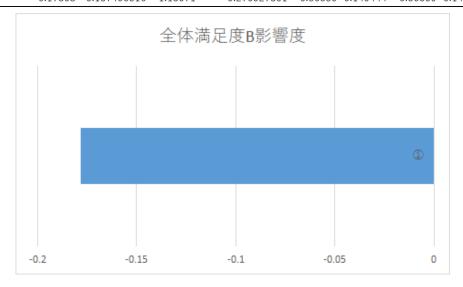


・解釈

パターン①の「形態素解析」(後述)の結果を確認し、満足度に対して、大きく後退するため、注意をはらいたい。説明力は75.5%である。

(満足度 B に対する御土産パターンの影響度)

回帰	統計							
重相関 R	0.639556							
重決定 R2	0.057387							
補正 R2	0.012501							
標準誤差	1.474469							
観測数	23							
		説明選択基準	0.296466					
分散分析表	ξ							
	自由度	変動	分散	観測された分散比	有意 F			
回帰	1	2.779524672	2.779525	1.278494981	0.270928			
残差	21	45.65525794	2.17406					
合計	22	48.43478261						
_								
	係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%	上限 95.0%
切片	4.940972	1.517362787	3.256289	0.003775702	1.785444	8.096501	1.785444	8.096501
1	-0.17808	0.157490516	-1.13071	0.270927801	-0.50559	0.149444	-0.50559	0.149444



・解釈

パターン①の「形態素解析」(後述)の結果を確認し、満足度に対して、大きく後退するため、注意をはらいたい。説明力は 63.9%である。

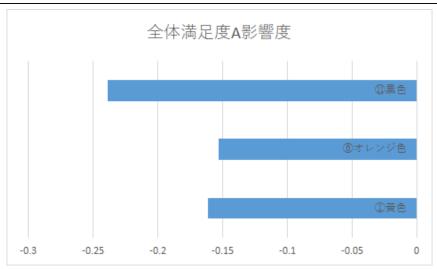
(満足度 A に対する色の好みの影響度)

回帰	統計					
重相関 R	0.628836					
重決定 R2	0.395435					
補正 R2	0.299977					
標準誤差	1.173844					
観測数	23					
		説明選択基準	0.140881			
分散分析表	ξ					
	4++		/\ #4	ÆD YOU	1- 1k	// #411

/\	#14	/\		_	-
77	皵	'n	`	т	⇗

		自由度	変動	分散	観測された分散比	有意 F
[回帰	3	17.12405762	5.708019	4.142519586	0.020369
3	浅差	19	26.1802902	1.37791		
1	合計	22	43.30434783			

	係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%	上限 95.0%
切片	5.17177	0.624262207	8.284611	9.93312E-08	3.865174	6.478365	3.865174	6.478365
①黄色	-0.16086	0.058945156	-2.72894	0.013329247	-0.28423	-0.03748	-0.28423	-0.03748
⑥オレンシ	-0.15286	0.065104142	-2.34788	0.029862133	-0.28912	-0.01659	-0.28912	-0.01659
⑪黒色	-0.23846	0.086399857	-2.76002	0.012461294	-0.4193	-0.05763	-0.4193	-0.05763



・解釈

色の好みは、3つ(黒色、黄色、オレンジ色)が、満足度 A を大きく後退させる。この3つの色の背景にある 「心理」(後述)に配慮した空間装飾や接客等が意識したい論点である。 説明力は62.8%である。

(満足度 B に対する色の好みの影響度)

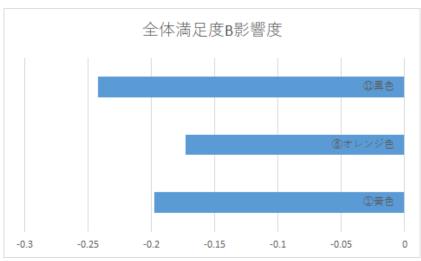
回帰統計 重相関 R 0.682726 重決定 R2 0.466115 補正 R2 0.381817 標準誤差 1.16661 観測数 23

説明選択基準 0.241321

分散分析表

	自由度	変動	分散	観測された分散比	有意 F
回帰	3	22.57616802	7.525389	5.52939126	0.006683
残差	19	25.85861458	1.36098		
合計	22	48.43478261			

Ī		係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%	上限 95.0%
	切片	5.522827	0.620415218	8.901823	3.31132E-08	4.224283	6.821371	4.224283	6.821371
	①黄色	-0.19811	0.058581909	-3.38178	0.003130815	-0.32072	-0.0755	-0.32072	-0.0755
	⑥オレンシ	-0.17352	0.064702941	-2.68181	0.014756684	-0.30895	-0.0381	-0.30895	-0.0381
	11)黒色	-0.24213	0.085867422	-2.81978	0.010941435	-0.42185	-0.0624	-0.42185	-0.0624



•解釈

色の好みは、3つ(黒色、黄色、オレンジ色)が、満足度 B を大きく後退させる。この3つの色の背景にある「心理」(後述)に配慮した空間装飾や接客等が意識したい論点である。 説明力は68.2%である。

7 各影響度(説明変数)の内容について

■質問②について

下記選択肢の内容は、種々の2次データや調査企画時のグループインタビューに基づいたものであり、ウオンツである。ニーズでは無いことに留意して取り扱いたい。

調査結果は、場所毎の相違が有意なため、別途、個別にフィードバックする。

- ①. 地域で作っているもの(地域の食材等)
- ②. 添加物や人工甘味料が少ないもの
- ③. 地域の住民におススメされたもの
- ④. 見た目のデザインが洗練されたもの(お土産感がしないもの・本当に根付いているものは当てはまらない)
- ⑤. 他の地域で買えないもの(珍しいもの、貴重なもの、限定のもの等、他の各地域で類似品のないもの)
- ⑥. 郷土感がある(地域に根付いているもの)
- ⑦. 友人や知人、家族を想像して好まれそうなもの
- ⑧. 実用性があるもの(干物、漬物、耳かき等、日常の食事や生活に利用しやすいもの)
- ⑨. 地域土産として、そもそも有名なもの
- ⑩. 滞在中に食べて美味しかったもの、触れて満足したもの
- ①.Webの口コミや雑誌等で評判が良いもの
- ②. お土産を手渡すまでの時間や日にちを踏まえて日持ち(長持ち)するもの
- ③. 持ち運びが便利な重さや形状、荷姿のもの
- ④.お土産として渡しやすい量や個数が入っているもの(配りやすさ)
- ⑤. どんな味なのかを想像できるもの
- ⑥. 旅先でお世話になった(良くしてくれた)お店や事業者のもの

■質問③について

各選択肢は、形態素解析で設計されている。この解析法のアプローチは、1つ1つの文言をスラッシュで区切り、そのワードの背景を、土産物のテーマ分類で頻出毎に整理するものである。なお、削除線があるものは、テーマに分類することを意図していない。

|事例:観光した地域で/栽培されている/サツマイモを使った/パイ生地の/御菓子/。

調査結果は、場所毎の相違が有意なため、別途、個別にフィードバックする。

選択肢①

観光した地域で栽培されているサツマイモを使ったパイ生地の御菓子。パイ生地を膨らますのに多くの土産物ではマーガリンを使用するが、このパイ生地はバターを使用している。パッケージはシンプルで、洗練されたものではない。食味は甘さ控えめでパイ生地はサクサクしており、具材のサツマイモ餡は、しっとりしている。食感を中心にWEBでも若干高評価なお菓子。

テーマ分類	文言	構成数
商品要因(地域性)	観光した地域で、栽培されている	2
自己幸福性		

商品要因(利便性)		
親密性		
他者幸福性		
	している、食感を	
	えめで、サクサクしており、しっとり	
	るが、バターを使用している、甘さ控	
	た、パイ生地の、マーガリンを使用す	
商品要因(仕様性)	栽培されている、サツマイモを使っ	9
	ンを使用するが)	
(希少性/限定性)	ターを使用している(一般はマーガリ	
商品要因	観光した地域で、栽培されている、バ	3
	しっとりしている、食感を	
(デザイン/シズル性)	たものではない、サクサクしており、	
商品要因	膨らますのに、シンプルで、洗練され	6

選択肢②

観光した地域では「昔から有名」なお菓子。例えば「長崎といえばカステラだよね!」という程、有名なお菓子。近年の健康志向を意識し、人工甘味料や種々の添加物の使用を抑えるなど工夫しており、数 多くある地域の上産物の中でも、健康配慮の方々に嬉しい原材料表示である。また原材料はトレサビリティが明確で、厳選素材を使用している。売場では健康志向や本物志向を訴求するなど、展示が目を魅き、合わせて思わず手にとってしまうほど、パッケージも洗練されたものになっている。

テーマ分類	文言	構成数
商品要因(地域性)	観光した地域では、「昔から有名」な、	4
	長崎といえば、地域の	
自己幸福性	健康志向を意識し、健康配慮の方々	4
	に、健康志向や、本物志向を訴求する	
	など	
商品要因	「昔から有名」な(馴染があるという	8
(デザイン/シズル性)	意)、有名な、嬉しい原材料表示、原材	
	料は、展示が目を魅き、思わず手にとっ	
	てしまうほど、パッケージも、洗練され	
	たもの	
商品要因	観光した地域では、地域の、厳選素材	3
(希少性/限定性)	を	
商品要因(仕様性)	「昔から有名」な、長崎といえば、有名	1 3
	な、健康志向を意識し、人工甘味料や、	
	種々の添加物の使用を抑えるなど、健康	
	配慮の方々に、嬉しい原材料表示、原材	
	料は、トレサビリティが明確で、厳選素	

	材を、健康志向や、本物志向を訴求する など	
他者幸福性	健康配慮の方々に	1
親密性	「昔から有名」な、長崎といえば、有名 な	3
商品要因(利便性)		

選択肢③

観光した地域で接した方が、「あれはおススメだよ!」と推薦してくれたお菓子。お土産物として根付いていないが、地域の方に人気になりつつある。一見すると、どこでも買えそうだが、よくよく目をやると、形状や原材料が希少で珍しいものである。お土産を渡す相手にとっても同様な希少性等が伝わり、1度食べてみたいと思えるお菓子。

テーマ分類	文言	構成数
商品要因(地域性)	観光した地域で、根付いていないが、地	3
	域の方に人気に	
自己幸福性	地域の方に人気に、1度食べてみたい	2
商品要因	形状や (希少)	1
(デザイン/シズル性)		
本日亜田	知小りを作品で、心体や(冬小) 臣社	
商品要因	観光した地域で、形状や(希少)、原材	5
(希少性/限定性)	料が希少で、珍しいもの、同様な希少	
	性等が伝わり	
商品要因(仕様性)	形状や(希少)、原材料が希少で	2
他者幸福性	あれはおススメだよ!、お土産を渡す	3
	相手にとっても、1度食べてみたいと	
	思える	
親密性	あれはおススメだよ!、お土産を渡す	2
	相手にとっても	
商品要因(利便性)	どこでも買えそうだが	1

・選択肢の形態素構成について



■質問④について

・色の嗜好(心理的情緒)の解釈について

印象(イメージ)↩	色↩
知的なイメージ↩	黄色、青色↩
優雅なイメージ↩	ゴールド、水色↩
楽しそうなイメージ↩	黄色↩
おいしそうなイメージ↩	茶色、赤色、橙色、オレンジ色↩
高級感がありそうなイメージ↩	ゴールド、茶色、深赤色↩
穏やかなイメージ↩	水色、緑色、黄緑色↩
元気な・活気のあるイメージ↩	黄色、橙色、白色↩
柔らかい・優しいイメージ⇔	ピンク色↩
親近感のあるイメージ↩	橙色、オレンジ色、黄緑色、ピンク色↩
信頼感があるイメージ↩	緑、青色、深赤色↩
COOL なイメージ↩	白色、黒色↩

・集客や販促に効果が大きい(売れる)4色について

(基本の4色とは)

これまでの多くの2次データや研究で明らかになっているのが、集客や販促、大ヒット商品に必ず使われている色が存在することである。この色使いを念頭に置くことで、1次データで得られた知見を、空間装飾や品揃え等の売場創りに、有効に活用できる

調査結果では、各調査場所毎に影響度が様々である。そのため、今回の結果の解釈においては、訪問時に個社 毎に合わせ、提案をさせていただく。

なお、4色とは、赤色、青色、黒色、白色を指し、下表のようになっている。

色	2 次データや諸研究での指摘事項
赤色 ■	工業製品が生まれる前から人が崇拝してきた色(太陽、血液、火)
青色 ■	生命維持と地球を構成する主たる色(海、空)
黒色 ■	時間の半分を支配する色(夜、暗闇)
白色 □	いつも身近では無いが、季節として神秘的に崇拝してきた色(雪、氷結)

(マーケティングにおける4色の取り扱い)

中でも赤色と青色が、集客や販促には、大きな効果がある。しかしながら、赤色の方が印象付けや、目立つという意味で軍配があがる。従って、競合の売場や競合の商品等を意識し、まずは赤を獲得するという戦術が有効である。一般的には、赤を制するモノが優位なことが多い。仮に競合が赤を先取しているようであれば、対色の青色を採用する。青を基調にしつつ指し色で赤を使う等で対応する。また自社内で主力にしたいものがあれば、そちらに赤を使うという選択も有効である。





調査結果では、各調査場所毎に影響度が様々である。そのため、今回の結果の解釈においては、訪問時に個社毎に合わせ、提案をさせていただく。

・集客や販促で効果の薄い(売れない)色と活用策

これまでの多くの2次データや研究で明らかになっている「売れない色」というものもある。集客や販促に苦戦する、ヒット商品になりにくい、と研究されている。この色使いを念頭に置くことで、1次データで得られた知見を、空間装飾や品揃え等の売場創りに、有効に活用できる。

なお、この分類に入る色は2色で、緑色、黄色になる。

色	2 次データや諸研究での指摘事項
緑色 ■	目立つ、気持ちを高揚させるといった効果が薄いため、購買を誘発したい集客や販促策、
	あるいは商品やサービスそのものの利用が促進されないことが多い。
黄色 _	目立つ、気持ちを高揚させるといった効果はあるが、赤色に比べ、非常に小さい。また日
	本人はレモンの印象が強く、イメージとして収縮(酸味、渋い)したメッセージとして受
	け取る側面も多い。食分野では一部、食欲減退の心理も働く。

しかしながら、使わない方が良いということではなく、緑色の持つ憩いや、安らぎ、ゆとり等のイメージをメッセージとして伝えたいといった主旨等、心理的に働きかけたい場合は、有効に活用したい。

調査結果では、各調査場所毎に影響度が様々である。そのため、今回の結果の解釈では、訪問時に個社毎に合わせ、提案をさせていただく。

・ロングセラーに育てたいお店や商品に活かしたい色

長く愛されるお店や商品の特長として、「飽きさせない」ということがある。先に紹介した売れる色(赤色、青色、黒色、白色)は、工業製品が出回る前から、自然界に広く存在する色として、この効果も期待できると言われている。また、以下の3つの切り口も、ロングセラーに育てたい場合、有効とされている。活用を意識したい。

色	理由		
肌色 _	人の身体に存在する色は、日常、慣れ親しんでいることから、長く共に過ご		
ピンク色	しても、飽きない色と言われている。		
赤色 ■			
黒色 ■			
食べ物にある色	野菜、果物、お肉、お魚といった食材の色も身近であり、飽きない色と言わ		
	れている。ただし野菜にある「派手な色」を多用することは、逆効果になる		
	場合がある。		
茶色 ■	訴求力としては、弱い色だと言われているが、保護色的な要素があり、常に		
(木目模様含む)	傍らにあってほしい色と言われている。緑と同様、目立たない印象を持つ		
	ため、多様は禁物である。		

調査結果では、各調査場所毎に影響度が様々である。そのため、今回の結果の解釈では、訪問時に個社毎に合わせ、提案をさせていただく。

・日本人の世代間の色の好みを踏まえること

(全体と世代間の傾向)

日本人が好きな色というものもある。経年で種々の2次データがあるが、概ね、青色、赤色、黄緑色の3色が、 上位3位を構成する。また、世代毎に好きな色に特長があり、以下のことがわかっている。

色	好きな世代	
青色 ■ 赤色 ■ 黄緑色 ■	全世代	
黄色 □ 白色 □ ピンク色 ■ 赤色 ■	幼少期	
黒色 ■ 白色 □	青年期	
ピンク色	シルバー世代	

調査結果では、各調査場所毎に影響度が様々である。そのため、今回の結果の解釈では、訪問時に個社毎に合わせ、提案をさせていただく。

・日本人の地域間の色の好みを踏まえること

地域によって、平均的な日照時間、湿度、気温、太陽光の色味等等々の気象条件が異なることから、地域間によって、色の好みがあるという研究や2次データが豊富である。これらの情報を整理すると、概ね下表のようになる。

地域	好みの色
九州地方や沖縄	赤色 ■ オレンジ色 ■
中国や四国地方	茶色 ■ ベージュ ■
近畿地方	オレンジ色
中部地方	ゴールド色 単 黄色 _
関東地方	緑色 ■
東北地方	藍色 ■
北海道	青色 ■

調査結果では、各調査場所毎に影響度が様々である。そのため、今回の結果の解釈では、訪問時に個社毎に合わせ、提案をさせていただく。

・流行色の取り入れ方の日本人の傾向を踏まえる

カラーパーソナリティーという言葉がある。これは、流行色というものに触れた時に、どのような反応をするかを指す。大きく以下の3つの分類できる。日本と米国では「反応の違い」に大きな差があることに気付く。この日本や米国の反応の違いは、種々の2次データを踏まえ、概算で傾向は表したものであるが、傾向は理解できる。

反応の分類	反応の内容	日本人の反応の構成比	米国人の反応の構成比
カラーフォワード型	流行色に敏感で、直ぐに	約25%	約20%
	購買するような反応		
カラーブルーデント型	流行色に慎重で、取り入	約25%	約50%
	れるまでに相応の時間を		
	要する		
カラーロイヤル型	流行色に関心が薄く、変	約50%	約30%
	化を避け、自分の好みの		
	色を優先して購買する		

以上のことから、日本人は、流行色に対して、保守的な反応が多いということがわかる。そのあたりを踏まえた、色の選択が必要である。

調査結果では、各調査場所毎に影響度が様々である。そのため、今回の結果の解釈では、訪問時に個社毎に合わせ、提案をさせていただく。

- ・参考:商品やサービス・空間装飾等への色の取り入れ方
- STEP① 消費者に伝えたいキーワードを出し尽くす
- STEP② ①から2~3つのキーワードまで絞り込む
- STEP③ キーワードを意識した色を選択する
- STEP④ ③を踏まえてパッケージデザインの色調や色彩の基礎とする