

# **Your Car Looks Like You!**

## **Consumer Evaluation of Anthropomorphized Products**

**The 12<sup>th</sup> Term Members of Prof. Ono's Marketing Seminar  
The Faculty of Business and Commerce, Keio University**

**The English Academic Writing Project Team**

**Kenya HIRASHIMA    Rei ARAI  
Shingo KAJITA    Daiki ITO**

**2014 年度三田祭研究論文**

## 序文

「この論文面白くない？」——6月の末、メディアセンターで手当たり次第に印刷してきた論文の1つに、チームの一人が食いついた。それは、自分が好きな自動車を扱っていたから、という単純な動機であったが、とにかくその勢いのままに、つまり深く考察することもないまま、本論のテーマは決まった。

そのテーマとは、自動車のフロントデザイン——これまでの小野ゼミ内でも他に類を見ない斬新奇抜なテーマに、明確な指針もなしに取り組みはじめてしまった我々は、紆余曲折の日々を送ることとなった。まず、勢いでテーマを決めてしまったため、何を問題意識としているのか、何を主張したいのかがあやふやであった。夏休みには、役に立つのか分からない論文を何となく読みふける日々が続いた。その反動は、夏合宿に現れた。

「何が言いたいのかさっぱりわからない」——当然の帰結である。夏合宿が終わって早々、グループ学習室に舞い戻ることになった我々であったが、小野先生のアドバイスにより、「製品の顔に対して知覚されるパーソナリティ」を探究するという指針を何とか得ることができた。しかし、落ち着く間はなかった。次の問題は、秋学期が始まりまもなくして現れた。

「君たちの研究って既存研究よりも価値あるの？」——豆鉄砲を食った鳩の気分であった。既存研究は、ある特定の製品デザインが消費者の製品選好を高めるという実務的含意を有していたが、我々の論文にはそれに対応するものがなかったのである。「自己と製品のパーソナリティの一致性」という答えを用意できたのは、10月になってからのことであった。その後も問題は続いた。質問票を作成するも、急造のものだったために望んだデータを得ることができず、結果として作り直すことになったり、調査仮説を設定するのか設定しないのかということが定まらなかったりと、問題が尽きることはなかった。気づけば、全チームの中で一番進んでいなければいけない我々は、最後尾を走っていた。

このように回り道を繰り返してきた我々が、何とか論文を形にできる段階にまで漕ぎ着けたことは、周りの方々の御支援の賜物に他ならない。互いに切磋琢磨しあった12期生の同志諸君、親身になって指導して下さった11期生の先輩方、現役生にはできない鋭い指摘をして下さっただけでなく、時にはご一緒に徹夜してくれた菊盛真衣さん、中村世名さんを始めとする大学院生の方々、そして、何より、時には厳しく、時には熱く指導をして下さった小野晃典先生。幾度となく挫けそうになった我々を支えてくれた方々に、感謝の意を表したい。

とは言っても、我々英論チームの終着駅はまだまだ先である。我々の眼前には、国際学会の厳しい査読を通過し、慣れない英語での学会発表など、未だに多くの壁が立ちだかっている。きっと険しい道になるであろう。しかし、自身の成長のため、小野ゼミの名誉のため、そしてこれまで支えてくれた方々のため、全力で壁にぶつかっていく所存である。

2014年11月吉日

世界を変える男の拠点にて

慶應義塾大学商学部小野晃典研究会 第12期  
英語論文執筆プロジェクト担当  
三田祭研究論文プロジェクト・チーム 一同

## 要旨

消費者の拘りは、製品の持つ機能だけでなく、製品のデザインにも及ぶ。これに関連して、消費者が人間に似たパーソナリティを製品に見出すという「擬人化傾向」に関する研究が展開されてきた。既存研究は、快-覚醒理論に基づいて、積極（覚醒）水準を上昇させる「吊り上がった目」のライトと、友好（快）水準を上昇させる「笑った口」のフロントグリルの“顔”を持つ車のデザインが選好されると主張した。しかし彼らは、(1) 製品デザインが 2（吊り上がった目と笑った目）×2（笑った口と怒った口）のみ、(2) 製品イメージが 2 種類（積極性と友好性）のみ、(3) 製品デザインや製品イメージの選好が同質的、という限界を抱えている。そこで本論は、製品デザインを 4×3 に、製品イメージを 4 種類に拡張し、また、自己イメージとの一致度に基づく製品選好の異質性を考慮する。かくして企業が自社の擬人化製品を顧客ニーズに合致させたり競合製品から差別化させたりする方途を示唆することにより、本論はこの研究分野に貢献する。

## Abstract

Nowadays, in highly developed economies, consumer preferences and choice are determined not only by product function, but also product design. In this regard, some researchers have investigated product anthropomorphism, which means the tendency for consumers to think of products as having human-like personalities.

Based on the pleasure–arousal theory, prior studies have proposed that consumers prefer cars best with a certain “face”, *i.e.*, the combination of headlights of slanted eyes and a front grille of an upturned mouth, because they perceive higher aggressiveness (arousal) from the slanted eyes as well as higher friendliness (pleasure) from the upturned mouth.

However, previous studies have three problems: (1) they have considered only a 2 (slanted and arched eyes) x 2 (upturned and downturned mouths) product design; (2) they have considered only 2 factors of product images (aggressiveness and friendliness); (3) they have neglected heterogeneity in preferences for product designs/images.

Thus, we expand the consumer evaluation model of anthropomorphized products by considering a 4 (arched, slanted, squared, and round eyes) x 3 (upturned, downturned, and horizontal mouths) design and 4 factors of images (vitality, warmth, intelligence, and uniqueness) as well as congruities between product image and actual/ideal self-image.

We contribute the research field of product design by implying how firms can fit their anthropomorphized products to their customers and differentiate them from competitors.

## 1. Introduction

In recent years, technological advancements have largely been taken for granted by consumers (Rubera, 2015) and, thus, it is getting more difficult for firms to attract consumers' attention through technological innovation alone. Given this background, product design is increasingly being recognized as an important source of competitive advantage by many firms (Noble and Kumar, 2010).

“Anthropomorphism” is one recent research topic regarding product design. Anthropomorphism refers to seeing human features in non-human objects (e.g., Guthrie, 1993). Automobiles are a good example. People interpret headlights as human eyes and the front grille as a human mouth. It has been proposed that anthropomorphism can enable firms to convey brand personality to consumers intentionally (Landwehr, McGill, and Herrmann, 2011).

However, automobile manufacturers have not provided their customers with the chance to change the cars' faces in their customization system. It is possible for customers to choose the ‘best’ car among various choices with different colors, engines, seats, and wheels; it is not possible to choose favored headlights and front grilles to “build your own car”. In this regard, previous research on anthropomorphism of products has suggested that cars with a particular face—slanted (aggressive) eyes and an upturned (friendly) mouth—are most preferred by consumers (cf. Landwehr, *et al.*, 2011).

Is it really true? Is it necessary for automobile manufacturers to develop a customization system that enables customers to order their cars' faces? In this study, we attempted to develop a consumer evaluation model of anthropomorphized products to address these questions.

## 2. Literature Review

### 2-1. Anthropomorphism and Consumer Preferences

Human brains have the ability to infer much information, such as age, gender, attitudes, and personality traits, by seeing others' faces (cf. Wills and Todorov, 2006) and they also have a tendency to see faces in everything, even in clouds, stones, and cars (cf. Guthrie, 1993). The tendency to attribute human characteristics to non-human objects is called anthropomorphism (Guthrie, 1993).

The impacts of anthropomorphism on consumer preferences have been investigated, largely using the front of a car as an example. However, there are conflicting studies. Aggarwal and McGill (2007) found that consumers preferred cars with a “smiling” grille (i.e., “friendly” expressions in the front of the car). On the other hand, Windhager, Slice, Schaefer, Oberzaucher, Thorstensen, and Grammer (2008) found that consumers preferred cars with slanted headlights (i.e., “aggressive” expressions in the front of a car).

To integrate these seemingly conflicting findings, Landwehr, et al. (2011) used the pleasure-arousal theory of emotions (Russell, 1980, 1989). According to the theory, emotional experience is adequately described by two bipolar and orthogonal dimensions, pleasure-displeasure and arousal-sleep, and the levels of these two dimensions determine a person’s responses. Thus, Reisenzein, (1994) suggested that an affective response of liking is maximized when pleasure meets arousal. Based on this suggestion, Landwehr, et al. (2011) claimed that consumers prefer cars with “slanted” headlights and an “upturned” grille. This is because perceived “aggressiveness” from the slanted headlights triggers arousal whereas perceived “friendliness” from an upturned grille triggers pleasure. As a result of their experiment, the hypothesis was supported.

Landwehr, *et al.* (2011) succeeded in integrating two conflicting ideas. However, their study has three problems. First, they considered and compared four kinds of car fronts, with a 2 (arched and slanted headlights)  $\times$  2 (upturned and downturned grilles) design. However, some automobiles in the real world may not fall into any of their four faces. Second, they assumed only two personality traits, friendliness and aggressiveness, which are perceived from the front of a car through anthropomorphism. However, some automobiles in the real world may have other kinds of car personality. Third, and most importantly, they neglected heterogeneity in consumer preferences of anthropomorphized products. While they suggested that a car with slanted headlights and an upturned grille is most preferred by consumers, some consumers in actual may prefer cars with other faces.

Assuming heterogeneity in consumer preferences of automobiles, the question remains as to why consumers choose different car faces. This question has not been answered by previous studies on product anthropomorphism.

## 2-2. Brand Personality

Brand personality is another concept related to product anthropomorphism, although previous studies on product anthropomorphism have not focused on it. Brand

personality is defined as “the set of human characteristics associated with a brand” (Aaker 1997, pp. 347n.) and regarded as an important aspect of the brand image because it serves as a mechanism upon which managers can differentiate their products and services from competitors.

According to Aaker (1997), brand personality traits are mainly perceived in five distinct dimensions; sincerity, excitement, competence, sophistication, and ruggedness. To identify these dimensions, Aaker identified 309 candidate traits from psychology and marketing, and then asked respondents how descriptive each of the traits was, in general, to reduce the number of personality traits to 114 traits. Then, an exploratory factor analysis was conducted with a data set of consumer evaluations of 37 well-known brands for the 114 personality traits.

### **2-3. Congruity between Self Concept and Product Image**

Self-concept is another idea that focuses on the heterogeneity of consumer preferences. A well-accepted definition of the self-concept is “the totality of the individual’s thoughts and feelings having reference to himself as an object” (Rosenberg, 1979, p.9). Grubb and Grathwohl (1967) claimed that a consumer wants to behave in ways that protect and enhance his/her self-concept and, thus, chooses products or brands that could symbolize that self-concept. Based on this notion, it has been claimed that congruity between self-concept and product image/brand personality would affect the consumer’s preference for the product (cf. Sirgy, 1982, 1985; Aaker, 1999).

The self-concept can take two forms: the “actual self-image” and the “ideal self-image” (Sirgy, 1985). The former is based on the individual’s realistic perception of himself/herself now, whereas the latter is related to how the individual would like to see himself/herself or how he/she would like to be seen. Sirgy (1985) indicated that both self-congruity (congruity between the actual self-image and the product image) and ideal congruity (congruity between the ideal self-image and the product image) affect the consumer’s preference for a product. The relationship between self-congruity and consumer preferences is derived from one’s need for self-consistency, whereas the relationship between ideal congruity and consumer preferences builds on the need for self-esteem.

### 3. Study 1: Identification of Personality Dimensions Perceived from the Front of a Car

As noted earlier, previous studies of product anthropomorphism have used a 2 (arched and slanted headlights)  $\times$  2 (upturned and downturned grilles) factorial design when they focused on the front or “face” of a car. Also, they have used only two personality traits (friendliness and aggressiveness) based on the pleasure-arousal theory of emotions. Is this sufficient? The answer may be no. Thus, in Study 1, we investigated twelve (4  $\times$  3) patterns of car faces with 114 personality traits based on Aaker’s brand personality (1997).

#### 3-1. Method

Landwehr, *et al.* (2011) investigated four (2  $\times$  2) patterns of car faces with two personality traits. To expand their research, we prepare twelve (4  $\times$  3) patterns of car faces and 114 personality traits.

First, four participants were asked to view pictures of all vehicles sold in Tokyo in the fall of 2014 and to judge the shapes of headlights and the front grilles. As a result, not only the previous two (arched and slanted) headlights, but also another two (rounded and squared) headlights were also identified. Additionally, not only the previous (upturned and downturned) grille shapes, but also an additional one (horizontal) was identified. Whereas the previous four (2  $\times$  2) patterns of car faces covered only 42 of 232 Japanese vehicles (18.1%), our twelve (4  $\times$  3) patterns of cars faces covered 205 Japanese vehicles (88.4%). Like Landwehr, *et al.* (2011), we prepared simple line-drawing illustrations of the twelve patterns of the car faces instead of pictures of real vehicles. By doing so, we controlled any possible effects of brands and colors of the vehicles.

Personality traits were from Aaker (1997). Respondents were asked to rate the extent to which the 114 personality traits described specific patterns of the car face. Each was asked to rate two of the 12 faces because it might be troublesome for respondents to rate all faces with 114 questions each.

Respondents were 227 university students in Tokyo; 216 (95.15%) responses were valid. Before answering the questionnaire, they were instructed to think of each car as if it was a person. This instruction was to make the level of respondents’ anthropomorphism equal. We used a five-point Likert scale (1 = not at all descriptive, 5 = extremely descriptive).

### 3-2. Results

To identify a set of personality dimensions perceived from car faces, we conducted an exploratory principal factor analysis with a promax rotation. A four-factor solution resulted on the basis of the following criteria: (1) eigenvalues (greater than one), (2) the shape of the scree plot, and (3) the amount level of variance explained by factors (73.59%). All traits had adequate loadings ( $>0.40$ ) on one of the four factors, except seven traits (erotic, patriotic, predictable, romantic, small town, sophisticated, and with it). We conducted the factor analysis again without these seven traits with lower loadings (cf. Nunnally 1978). As a result, we found a readily interpretable four-factor solution (Table 1) in which the eigenvalues of Factor 1 to 4, were 25.211 (34.62%), 15.781 (21.67%), 9.129 (12.54%), and 3.463 (4.76%), respectively. All Cronbach's  $\alpha$  values were above 0.70 (ranging 0.80 to 0.96), indicating that the four factors had high reliability (cf. Nunnally 1978).

Factor 1 was defined mainly by “active”, “confident”, “aggressive”, and “athletic”, which are associated with energy and strength of mind and body. Thus, we named this factor “vitality”. Factor 2 was defined mainly by “friendly”, “smooth”, “corporate”, and “happy”, which are associated with amiability and affability. Thus, we named this factor “warmth”. Factor 3 was defined mainly by “intelligent”, “technical”, “mature”, and “responsible”, which are associated with intelligence and thoughtfulness. Thus, we named this factor “intelligence”. Finally, factor 4 was defined mainly by “surprising”, “unique”, “special”, and “tasteful”, which are associated with uniqueness and originality. Thus, we named the factor “uniqueness”.

Table 1 Factor Loadings of Each Personality Traits

Personality	Vi	Wa	In	Un	Personality	Vi	Wa	In	Un
Active	<b>0.80</b>	-0.01	-0.16	-0.17	Helpful	0.07	<b>0.69</b>	0.23	0.07
Confident	<b>0.80</b>	-0.09	0.00	-0.13	Healthy	0.32	<b>0.67</b>	0.11	-0.05
Aggressive	<b>0.77</b>	-0.08	-0.17	-0.12	Real	0.03	<b>0.65</b>	0.22	0.03
Athletic	<b>0.75</b>	-0.23	0.08	-0.16	Wholesome	0.13	<b>0.63</b>	0.24	-0.07
Leader	<b>0.74</b>	-0.07	0.34	0.01	Feminine	-0.05	<b>0.62</b>	-0.16	0.10
Cool	<b>0.72</b>	-0.15	0.34	0.01	Sentimental	0.02	<b>0.59</b>	0.22	0.13
Adventurous	<b>0.72</b>	-0.05	-0.18	-0.05	Outgoing	<b>0.46</b>	<b>0.59</b>	-0.16	0.03
Outdoorsy	<b>0.71</b>	0.00	-0.15	-0.08	Carefree	0.15	<b>0.56</b>	<b>-0.47</b>	0.04
Daring	<b>0.70</b>	-0.19	-0.07	0.07	Dependable	0.21	<b>0.56</b>	0.39	-0.11
Lively	<b>0.70</b>	0.23	-0.13	0.02	Fun	<b>0.54</b>	<b>0.56</b>	-0.23	0.11
Motivated	<b>0.70</b>	0.14	0.16	-0.09	Basic	-0.07	<b>0.55</b>	0.20	-0.25
Young	<b>0.70</b>	0.16	-0.28	-0.06	Average	-0.08	<b>0.55</b>	0.15	-0.23
Spirited	<b>0.69</b>	0.34	-0.27	-0.06	Ethical	-0.17	<b>0.53</b>	0.37	0.07
Strong	<b>0.65</b>	-0.28	0.27	0.06	Secure	-0.03	<b>0.52</b>	<b>0.41</b>	-0.07

Influential	<b>0.65</b>	-0.15	0.05	0.14	Trustworthy	0.21	<b>0.52</b>	<b>0.48</b>	-0.01
Flashy	<b>0.65</b>	-0.25	-0.17	0.14	Caring	-0.17	<b>0.51</b>	0.22	0.14
Masculine	<b>0.63</b>	<b>-0.45</b>	0.36	-0.15	Conventional	-0.21	<b>0.50</b>	0.23	-0.20
Up to date	<b>0.62</b>	0.03	-0.20	0.14	Imaginative	0.23	<b>0.50</b>	-0.17	0.36
Good looking	<b>0.62</b>	0.33	0.24	0.05	Sincere	-0.03	<b>0.50</b>	<b>0.46</b>	-0.10
Fashionable	<b>0.61</b>	0.09	0.01	0.24	Honest	-0.04	<b>0.49</b>	0.33	-0.13
Exciting	<b>0.61</b>	-0.32	-0.01	0.15	Simple	0.24	<b>0.45</b>	-0.09	-0.27
Innovative	<b>0.60</b>	-0.31	0.04	0.19	Provocative	<b>0.48</b>	<b>-0.50</b>	-0.01	0.13
Urban	<b>0.60</b>	0.03	0.01	0.15	Nonconforming	0.16	<b>-0.63</b>	-0.03	0.11
Successful	<b>0.58</b>	0.20	0.28	0.17	Intelligent	0.02	-0.05	<b>0.71</b>	0.20
Cheerful	<b>0.56</b>	<b>0.51</b>	-0.35	-0.06	Technical	0.15	-0.07	<b>0.66</b>	0.33
Trendy	<b>0.55</b>	0.00	-0.15	0.23	Mature	0.27	-0.30	<b>0.66</b>	0.11
Charming	<b>0.54</b>	0.26	-0.02	0.09	Responsible	0.22	0.15	<b>0.62</b>	-0.09
Blue collar	<b>0.53</b>	-0.30	0.16	-0.15	Hard working	-0.22	0.27	<b>0.60</b>	0.08
Contemporary	<b>0.53</b>	0.09	-0.02	-0.03	No nonsense	-0.16	0.23	<b>0.59</b>	-0.03
Clean cut	<b>0.52</b>	0.27	0.18	-0.07	Sensible	-0.18	0.38	<b>0.59</b>	0.07
Western	<b>0.49</b>	-0.12	0.13	0.29	Down to earth	-0.25	0.33	<b>0.58</b>	0.00
Reliable	<b>0.48</b>	0.26	<b>0.45</b>	-0.06	Efficient	<b>0.47</b>	0.07	<b>0.57</b>	0.13
Proud	<b>0.48</b>	-0.36	0.35	0.06	Consistence	0.29	0.03	<b>0.56</b>	-0.16
All-American	<b>0.48</b>	-0.22	0.08	0.06	Old-fashioned	-0.36	0.01	<b>0.56</b>	0.09
Interesting	<b>0.47</b>	0.29	-0.25	0.23	Serious	0.18	0.15	<b>0.55</b>	-0.07
Glamorous	<b>0.47</b>	0.24	0.21	0.33	Traditional	-0.14	0.21	<b>0.55</b>	0.00
Tough	<b>0.46</b>	-0.07	0.35	-0.08	Independent	0.41	-0.05	<b>0.53</b>	0.08
Pretentious	<b>0.45</b>	-0.25	-0.14	0.11	Practical	-0.21	0.05	<b>0.53</b>	0.00
Sexy	<b>0.43</b>	-0.04	0.16	0.29	Careful	-0.37	-0.14	<b>0.52</b>	0.18
Loud	<b>0.42</b>	-0.32	-0.13	0.16	Loyal	-0.11	<b>0.45</b>	<b>0.50</b>	0.00
Humorous	<b>0.42</b>	0.37	-0.29	0.32	Thoughtful	-0.26	0.21	<b>0.49</b>	0.37
Ageless	<b>0.41</b>	0.25	0.04	-0.27	Rugged	0.14	-0.29	<b>0.48</b>	-0.08
Friendly	0.03	<b>0.80</b>	-0.17	0.03	Conservative	-0.38	0.25	<b>0.43</b>	0.08
Smooth	-0.01	<b>0.79</b>	-0.18	0.00	Classic	-0.24	0.12	<b>0.42</b>	0.08
Corporate	0.01	<b>0.77</b>	0.13	0.05	Upper class	0.31	-0.01	<b>0.41</b>	0.33
Happy	0.30	<b>0.77</b>	-0.18	0.10	Surprising	0.14	-0.09	-0.09	<b>0.62</b>
Warm	-0.01	<b>0.77</b>	0.01	0.05	Unique	0.25	-0.14	-0.14	<b>0.57</b>
Domestic	0.01	<b>0.77</b>	0.04	0.02	Special	0.29	-0.09	0.14	<b>0.55</b>
Gentle	-0.24	<b>0.76</b>	0.03	0.06	Tasteful	-0.01	0.17	0.26	<b>0.54</b>
Family-oriented	-0.12	<b>0.75</b>	0.05	-0.03	Original	0.18	-0.24	0.01	<b>0.50</b>
Nurturing	-0.02	<b>0.73</b>	0.15	-0.04	Off beat	-0.01	-0.35	-0.07	<b>0.49</b>
Genuine	-0.16	<b>0.72</b>	0.04	-0.05	Versatile	0.39	0.08	0.10	<b>0.42</b>
Big	-0.03	<b>0.70</b>	-0.05	-0.03	Artistic	-0.06	0.12	0.23	<b>0.41</b>
Flexible	0.04	<b>0.69</b>	-0.23	0.14					

Note: Vi=vitality, Wa=warmth, In=intelligence, and Un=uniqueness.

In short, we identified four personality dimensions—vitality, warmth, intelligence, and uniqueness—whereas previous studies have used only two, aggressiveness and friendliness. It can be said that vitality and warmth correspond to aggressiveness and friendliness, respectively. However, intelligence and uniqueness are two dimensions that have not been considered in previous research.

Table 2 Averaged Factor Scores (and Standard Deviations)

Headlights	Grille	Vitality	Warmth	Intelligence	Uniqueness
Arched	Upturned	0.25 (0.93)	-0.04 (0.98)	-1.29 (1.06)	<b>0.72</b> (0.78)
	Downturned	-0.96 (0.75)	0.16 (0.55)	-0.04 (0.61)	<b>0.54</b> (0.86)
	Horizontal	0.29 (0.80)	-0.19 (0.74)	-0.60 (0.64)	<b>0.66</b> (1.00)
Slanted	Upturned	<b>1.07</b> (0.76)	-0.46 (0.58)	-0.31 (0.47)	0.07 (0.67)
	Downturned	<b>0.85</b> (0.73)	-1.05 (0.53)	-0.06 (0.63)	0.23 (0.72)
	Horizontal	<b>0.98</b> (0.56)	-1.15 (0.73)	-0.15 (0.64)	0.04 (1.01)
Round	Upturned	0.49 (0.60)	<b>1.01</b> (0.72)	-0.48 (0.69)	-0.31 (0.82)
	Downturned	-0.89 (0.79)	<b>0.64</b> (0.70)	0.30 (0.65)	-0.51 (0.92)
	Horizontal	-0.45 (0.40)	<b>1.02</b> (0.66)	0.35 (0.64)	-0.24 (0.81)
Squared	Upturned	-0.05 (0.57)	<b>0.48</b> (0.65)	0.23 (0.87)	-0.39 (0.74)
	Downturned	-0.80 (0.94)	-0.86 (0.62)	<b>0.74</b> (0.90)	0.09 (0.85)
	Horizontal	-0.74 (0.49)	-0.03 (0.62)	<b>1.41</b> (0.90)	-0.83 (0.70)

Factor loadings are summarized in Table 2. As shown in the table, the car front with slanted headlights and an upturned grille was high in “vitality”. The car front with the rounded headlights and a horizontal grille was high in “warmth”. The car front with the squared headlights and a horizontal grille was high in “intelligence”. Finally, the car front with arched headlights and an upturned grille was high in “uniqueness”.

Generally, these results indicated that the shape of the headlights strongly affected the levels of the four personality dimensions: arched headlights caused a higher level of “uniqueness”, slanted headlights caused a higher level of “vitality”, rounded headlights caused a higher level of “warmth”, and squared headlights caused a higher level of “intelligence”. Regarding the shape of the front grille, while an upturned grille increased “vitality” and “warmth” as suggested by previous studies, downturned and horizontal grilles did not appear to have great impacts on the levels of personality dimensions.

#### 4. Study 2: Relationship between Congruity and Preference

As noted earlier, previous research on product anthropomorphism has neglected heterogeneity in consumer preferences of anthropomorphized products. Those studies suggested cars with slanted headlights and an upturned grille were most preferred. However, in the real world, some consumers prefer cars with such “faces” while others prefer cars with other “faces”. Thus, in Study 2, we assumed heterogeneity in consumer preferences and investigated whether congruity between self-concept and product image affected preferences for the product.

## 4-1. Method

The questionnaire was designed to measure (1) actual/ideal personalities of the respondent, (2) personality dimensions of each of the twelve (4 × 3) patterns of car faces, and (3) preferences among those faces.

In the first section of the questionnaire, we asked respondents to rate actual personality with the following item: “Each of the following personality dimensions (vitality, warmth, intelligence, and uniqueness) properly describes your personality.” Similarly, we asked respondents to rate their ideal personality as follows: “Each of the following personality dimensions properly describes your ideal personality.”

In the second section of the questionnaire, we asked respondents to evaluate the twelve (4 × 3) patterns of the car faces with the four personality dimensions (vitality, warmth, intelligence, and uniqueness). The following item was used: “Each of the following personality dimensions (vitality, warmth, intelligence, and uniqueness) properly describes the car face.”

The last section of the questionnaire was designed to measure preferences among the twelve (4 × 3) patterns of car fronts. We used the following item: “To what extent do you like each of the twelve car faces?”

Respondents were 59 university students in Tokyo; 58 (98.31%) responses were valid. They were asked to answer the questions in the first two sections by using a seven-point Likert scale with 1 = strongly disagree and 7 = strongly agree. They were asked to answer the questions in the last section using a semantic scale with 1 = dislike and 7 = like. Unlike Study 1, we asked each respondent to evaluate all of the twelve car faces because the total number of question items had been decreased through the factor analysis conducted in Study 1. The sample size was, therefore, 696.

After we collected the data set, self-congruity and ideal congruity were calculated with the following formulae, based on Sirgy (1985):

$$SC = -(\sum_{i=1}^n |PP_i - AP_i|) / n$$
$$IC = -(\sum_{i=1}^n |PP_i - IP_i|) / n$$

where SC = self-congruity, IC = ideal congruity, *i* = each of personality dimensions, PP = product personality, AP = consumers' actual personality, IP = consumers' ideal personality, and *n* = the number of dimensions (4).

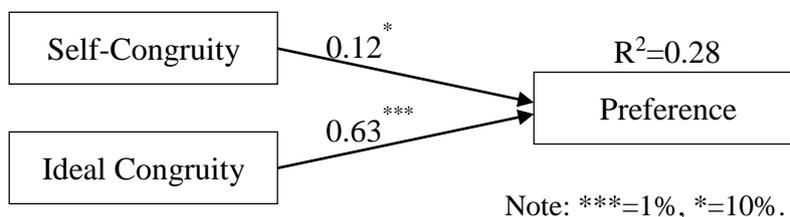
## 4-2. Results

To examine the relationship between congruity and preference, we conducted a

multiple regression analysis. The results are summarized in Figure 1.

The coefficient of determination,  $R^2$ , of the regression model and the adjusted  $R^2$  were 0.284 and 0.282, respectively. Standardized coefficients were 0.122 ( $t = 1.70$ ,  $p < 0.10$ ) and 0.627 ( $t = 12.12$ ,  $p < 0.01$ ) for self-congruity and ideal congruity, respectively. They indicated that consumer preferences for the car face are higher, if self-congruity and/or ideal congruity between self-concept and the product images are higher. They also indicated that ideal congruity has a stronger positive effect on consumer preference than self-congruity.

Figure 1 Estimation Results of Regression Analysis



## 5. Discussion

The findings of Study 1 imply that a car with slanted eyes and an upturned mouth is most advantageous in relation to the trait of vitality. However, some other “faces” are advantageous in other personality dimensions. A car with round eyes and an upturned mouth is more advantageous in relation to warmth; a car with squared eyes and a horizontal mouth is more advantageous in relation to intelligence; and a car with arched eyes is advantageous in relation to uniqueness.

So, which is the most preferred face? As suggested by previous research, consumers may prefer cars with slanted eyes and an upturned mouth, if they are or want to be a vital or aggressive person. However, the findings of Study 2 indicate that consumers choose cars that have high congruity with their ideal or actual self-image. Thus, consumers who are or want to be a warm or friendly person prefer cars with round eyes and an upturned mouth; consumers who are or want to be an intelligent person prefer cars with squared eyes and a horizontal mouth; and consumers who are or want to be an unique person prefer cars with arched eyes.

## 5-1. Theoretical Implications

While previous research considered only four patterns of car faces and two kinds of car personality, we considered twelve patterns of car faces and four kinds of car personality. Also, while previous research assumed homogeneity in preference for the product design, we used the construct of congruity between product image and self-concept and assumed a relationship between congruity and preference. By doing so, we have contributed to developing the research field of product anthropomorphism.

## 5-2. Managerial Implications

Unlike previous research on product anthropomorphism, our study indicates that there is no single “face” that is preferred by all consumers. Instead, we suggest that firms should differentiate their anthropomorphized products from competitors and tailor the products to better match their customers’ needs.

In particular, automobile manufacturers should offer cars with a “face” that have high congruity with ideal or actual self-images. They should investigate which dimensions (vitality, warmth, intelligence, and uniqueness) are the most important ideal/actual self-images for their customers, and design their new cars with particular shapes of headlights and front grilles that represent the important dimensions of product personality. Because self-images are heterogeneous even among customers of a single brand, it might be a good idea for manufacturers to provide a customization system in which customers can choose the ‘best’ car among various choices with different shapes for headlights and front grilles and, therefore, different product image.

## 5-3. Limitations and Future Research

This study has some limitations. First, we considered only twelve patterns of “faces”. Although these twelve patterns cover 88.4 % of Japanese vehicles, some cars on the market in the world may not be included in any of these patterns. Therefore, it might be better to include other patterns of “eyes” (headlights) and “mouth” (front grille). Second, we limited the respondents to university students in Tokyo at a specific point in time. Consumers with different demographics, in different countries, and/or at different points in time may perceive different product images of a particular car face. Respondents should be widened in order to compare their perceived personality traits. Third and finally, while we suggested car manufacturers should provide their customers

with cars with various faces and match product personality to their self-image, we did not discuss the possibility that providing various faces of cars results in brand delusion. Future research should investigate how manufactures can provide various faces of cars and, therefore, various product image and, at the same time, maintain a single brand image.

## References

- Aaker, Jennifer L. (1997), “Dimensions of Brand Personality,” *Journal of Marketing Research*, Vol. 34, No. 3, pp. 347–356.
- (1999), “The Malleable Self: The Role of Self-Expression in Persuasion,” *Journal of Marketing Research*, Vol. 36, No. 1, pp. 45–57.
- Aggarwal, Pankaj and Ann L. McGill (2007), “Is That Car Smiling at Me? Schema Congruity as a Basis for Evaluating Anthropomorphized Products,” *Journal of Consumer Research*, Vol. 34, No. 4, pp. 468–479.
- Carview Corporation (2015), “Carview!” (Accessed in January 5, 2015), [available at <http://carview.yahoo.co.jp/ncar/catalog/type/keicar/>],
- Grubb, Edward L. and Harrison L. Grathwohl (1967), “Consumer Self-Concept, Symbolism and Market Behavior: A Theoretical Approach,” *Journal of Marketing*, Vol. 31, No. 4, pp. 22–27.
- Guthrie, Stewart E. (1993), *Faces in the Clouds: A New Theory of Religion*, New York: Oxford University Press.
- Landwehr, Jan R., Ann L. McGill, and Andreas Herrmann (2011), “It's Got the Look: The Effect of Friendly and Aggressive “Facial” Expression on Product Liking and Sales,” *Journal of Marketing*, Vol. 75, No. 3, pp. 132–146.
- Noble, Charles H., and Minu Kumar (2010), “Exploring the Appeal of Product Design: A Grounded, Value-Based Model of Key Design Elements and Relationships,” *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 27, No. 5, pp. 645–657.
- Nunnally, Jum C. (1978), *Psychometric Theory, 2nd Edition*, New York: McGraw-Hill.
- Reisenzein, Rainer (1994), “Pleasure–Arousal Theory and the Intensity of Emotions,” *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 67, No. 3, pp. 525–539.
- Rosenberg, Morris. (1979). *Conceiving the Self*, New York: Basic Books.
- Rubera, Gaia (2015), “Design Innovativeness and Product Sales’ Evolution,” *Marketing Science*, Vol. 34, No. 1, pp. 98–115.
- Russell, James A. (1980), “A Circumflex Model of Affect,” *Journal of Personality and*

*Social Psychology*, Vol. 39, No. 6, pp. 1161–1178.

Sirgy, M. Joseph (1982), “Self-Concept in Consumer Behavior: A Critical Review,”  
*Journal of Consumer Research*, Vol. 9, No. 3, pp. 287–300.

——— (1985), “Using Self-Congruity and Ideal Congruity to Predict Purchase  
Motivation,” *Journal of Business Research*, Vol. 13, No. 3, pp. 195–206.

Willis, Janine, and Alexander Todorov (2006), “First Impressions Making Up Your  
Mind After a 100-ms Exposure to a Face,” *Psychological Science*, Vol. 17, No. 7,  
pp. 592–598.

Windhager, Sonja, Dennis E. Slice, Katrin Schaefer, Elisabeth Oberzaucher, Truls  
Thorstensen, and Karl Grammer (2008), “Face to Face: The Perception of  
Automotive Designs,” *Human Nature*, Vol. 19, No. 4, pp. 331–346.

**Appendix 1-1 Questionnaire of Study 1  
(Arched x Upturned & Squared x Horizontal)**

# 製品デザインに関するアンケート

ご挨拶

私たちは現在、三田祭に向けて論文の執筆を行っております。本調査はその一環として、「人の顔」と類似した製品デザインから受ける印象に関する消費者データを集計するものであり、皆様にご意見をお伺いしております。お伺いさせていただきましたご意見は、学術的な目的の元、統計上の数値として集計致しますので、皆様の情報が外部に漏れることは一切ございません。また、本調査の結果につきましては、小野晃典研究会のホームページにてご報告できればと考えております。ご多忙中大変恐縮ではございますが、ご協力の程よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会 第12期 英語論文チーム  
平嶋 荒井 伊藤 梶田  
<http://news.fbc.keio.ac.jp/~onosemi/>



**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

1. 上の車は、 <b>活動的</b> である。	1	2	3	4	5
2. 上の車は、 <b>冒険好き</b> である。	1	2	3	4	5
3. 上の車は、 <b>年を取らない</b> 。	1	2	3	4	5
4. 上の車は、 <b>積極的</b> である。	1	2	3	4	5
5. 上の車は、 <b>アメリカ(車)</b> っぽい。	1	2	3	4	5
6. 上の車は、 <b>芸術家</b> っぽい。	1	2	3	4	5
7. 上の車は、 <b>スポーツマン</b> っぽい。	1	2	3	4	5
8. 上の車は、 <b>平均的</b> である。	1	2	3	4	5
9. 上の車は、 <b>標準的</b> である。	1	2	3	4	5
10. 上の車は、 <b>寛大</b> である。	1	2	3	4	5
11. 上の車は、 <b>活動的</b> である。	1	2	3	4	5
12. 上の車は、 <b>力仕事</b> をしていそうである。	1	2	3	4	5
13. 上の車は、 <b>お気楽</b> である。	1	2	3	4	5
14. 上の車は、 <b>用心深い</b> である。	1	2	3	4	5
15. 上の車は、 <b>気遣い</b> ができる。	1	2	3	4	5
16. 上の車は、 <b>魅力的</b> である。	1	2	3	4	5
17. 上の車は、 <b>明るい</b> 。	1	2	3	4	5
18. 上の車は、 <b>容姿が整っている</b> 。	1	2	3	4	5
19. 上の車は、 <b>自信</b> がある。	1	2	3	4	5
20. 上の車は、 <b>保守的</b> である。	1	2	3	4	5

**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

1. 上の車は、 <b>活動的</b> である。	1	2	3	4	5
2. 上の車は、 <b>冒険好き</b> である。	1	2	3	4	5
3. 上の車は、 <b>年を取らない</b> 。	1	2	3	4	5
4. 上の車は、 <b>積極的</b> である。	1	2	3	4	5
5. 上の車は、 <b>アメリカ(車)</b> っぽい。	1	2	3	4	5
6. 上の車は、 <b>芸術家</b> っぽい。	1	2	3	4	5
7. 上の車は、 <b>スポーツマン</b> っぽい。	1	2	3	4	5
8. 上の車は、 <b>平均的</b> である。	1	2	3	4	5
9. 上の車は、 <b>標準的</b> である。	1	2	3	4	5
10. 上の車は、 <b>寛大</b> である。	1	2	3	4	5
11. 上の車は、 <b>活動的</b> である。	1	2	3	4	5
12. 上の車は、 <b>力仕事</b> をしていそうである。	1	2	3	4	5
13. 上の車は、 <b>お気楽</b> である。	1	2	3	4	5
14. 上の車は、 <b>用心深い</b> である。	1	2	3	4	5
15. 上の車は、 <b>気遣い</b> ができる。	1	2	3	4	5
16. 上の車は、 <b>魅力的</b> である。	1	2	3	4	5
17. 上の車は、 <b>明るい</b> 。	1	2	3	4	5
18. 上の車は、 <b>容姿が整っている</b> 。	1	2	3	4	5
19. 上の車は、 <b>自信</b> がある。	1	2	3	4	5
20. 上の車は、 <b>保守的</b> である。	1	2	3	4	5



上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

21. 上の車は、 <b>筋が通っている。</b>	1	2	3	4	5
22. 上の車は、 <b>現代的</b> である。	1	2	3	4	5
23. 上の車は、 <b>平凡</b> である。	1	2	3	4	5
24. 上の車は、 <b>カッコいい。</b>	1	2	3	4	5
25. 上の車は、 <b>協力的</b> である。	1	2	3	4	5
26. 上の車は、 <b>大胆</b> である。	1	2	3	4	5
27. 上の車は、 <b>信頼</b> できる。	1	2	3	4	5
28. 上の車は、 <b>家族好き</b> である。	1	2	3	4	5
29. 上の車は、 <b>堅実</b> である。	1	2	3	4	5
30. 上の車は、 <b>有能</b> である。	1	2	3	4	5
31. 上の車は、 <b>官能的</b> である。	1	2	3	4	5
32. 上の車は、 <b>道徳的</b> である。	1	2	3	4	5
33. 上の車は、 <b>刺激的</b> である。	1	2	3	4	5
34. 上の車は、 <b>家庭的</b> である。	1	2	3	4	5
35. 上の車は、 <b>オシャレ</b> である。	1	2	3	4	5
36. 上の車は、 <b>女性らしい。</b>	1	2	3	4	5
37. 上の車は、 <b>派手</b> である。	1	2	3	4	5
38. 上の車は、 <b>柔軟性</b> がある。	1	2	3	4	5
39. 上の車は、 <b>親しみやすい。</b>	1	2	3	4	5
40. 上の車は、 <b>楽しい。</b>	1	2	3	4	5



上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

21. 上の車は、 <b>筋が通っている。</b>	1	2	3	4	5
22. 上の車は、 <b>現代的</b> である。	1	2	3	4	5
23. 上の車は、 <b>平凡</b> である。	1	2	3	4	5
24. 上の車は、 <b>カッコいい。</b>	1	2	3	4	5
25. 上の車は、 <b>協力的</b> である。	1	2	3	4	5
26. 上の車は、 <b>大胆</b> である。	1	2	3	4	5
27. 上の車は、 <b>信頼</b> できる。	1	2	3	4	5
28. 上の車は、 <b>家族好き</b> である。	1	2	3	4	5
29. 上の車は、 <b>堅実</b> である。	1	2	3	4	5
30. 上の車は、 <b>有能</b> である。	1	2	3	4	5
31. 上の車は、 <b>官能的</b> である。	1	2	3	4	5
32. 上の車は、 <b>道徳的</b> である。	1	2	3	4	5
33. 上の車は、 <b>刺激的</b> である。	1	2	3	4	5
34. 上の車は、 <b>家庭的</b> である。	1	2	3	4	5
35. 上の車は、 <b>オシャレ</b> である。	1	2	3	4	5
36. 上の車は、 <b>女性らしい。</b>	1	2	3	4	5
37. 上の車は、 <b>派手</b> である。	1	2	3	4	5
38. 上の車は、 <b>柔軟性</b> がある。	1	2	3	4	5
39. 上の車は、 <b>親しみやすい。</b>	1	2	3	4	5
40. 上の車は、 <b>楽しい。</b>	1	2	3	4	5



**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

41. 上の車は、 <b>穏やか</b> である。	1	2	3	4	5
42. 上の車は、 <b>純粋</b> である。	1	2	3	4	5
43. 上の車は、 <b>魅力的</b> である。	1	2	3	4	5
44. 上の車は、 <b>顔立ちが良い</b> 。	1	2	3	4	5
45. 上の車は、 <b>幸せそう</b> である。	1	2	3	4	5
46. 上の車は、 <b>勤勉</b> である。	1	2	3	4	5
47. 上の車は、 <b>健康</b> できる。	1	2	3	4	5
48. 上の車は、 <b>面倒見が良い</b> 。	1	2	3	4	5
49. 上の車は、 <b>正直</b> である。	1	2	3	4	5
50. 上の車は、 <b>ユーモア</b> がある。	1	2	3	4	5
51. 上の車は、 <b>想像力豊か</b> である。	1	2	3	4	5
52. 上の車は、 <b>自立</b> している。	1	2	3	4	5
53. 上の車は、 <b>影響力</b> がある。	1	2	3	4	5
54. 上の車は、 <b>革新的</b> である。	1	2	3	4	5
55. 上の車は、 <b>知的</b> である。	1	2	3	4	5
56. 上の車は、 <b>面白い</b> 。	1	2	3	4	5
57. 上の車は、 <b>リーダーシップ</b> がある。	1	2	3	4	5
58. 上の車は、 <b>快活</b> である。	1	2	3	4	5
59. 上の車は、 <b>けばけばしい</b> 。	1	2	3	4	5
60. 上の車は、 <b>忠実</b> である。	1	2	3	4	5

**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

41. 上の車は、 <b>穏やか</b> である。	1	2	3	4	5
42. 上の車は、 <b>純粋</b> である。	1	2	3	4	5
43. 上の車は、 <b>魅力的</b> である。	1	2	3	4	5
44. 上の車は、 <b>顔立ちが良い</b> 。	1	2	3	4	5
45. 上の車は、 <b>幸せそう</b> である。	1	2	3	4	5
46. 上の車は、 <b>勤勉</b> である。	1	2	3	4	5
47. 上の車は、 <b>健康</b> できる。	1	2	3	4	5
48. 上の車は、 <b>面倒見が良い</b> 。	1	2	3	4	5
49. 上の車は、 <b>正直</b> である。	1	2	3	4	5
50. 上の車は、 <b>ユーモア</b> がある。	1	2	3	4	5
51. 上の車は、 <b>想像力豊か</b> である。	1	2	3	4	5
52. 上の車は、 <b>自立</b> している。	1	2	3	4	5
53. 上の車は、 <b>影響力</b> がある。	1	2	3	4	5
54. 上の車は、 <b>革新的</b> である。	1	2	3	4	5
55. 上の車は、 <b>知的</b> である。	1	2	3	4	5
56. 上の車は、 <b>面白い</b> 。	1	2	3	4	5
57. 上の車は、 <b>リーダーシップ</b> がある。	1	2	3	4	5
58. 上の車は、 <b>快活</b> である。	1	2	3	4	5
59. 上の車は、 <b>けばけばしい</b> 。	1	2	3	4	5
60. 上の車は、 <b>忠実</b> である。	1	2	3	4	5



上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

61. 上の車は、 <b>男らしい</b> 。	1	2	3	4	5
62. 上の車は、 <b>大人っぽい</b> 。	1	2	3	4	5
63. 上の車は、 <b>やる気</b> がある。	1	2	3	4	5
64. 上の車は、 <b>生真面目</b> である。	1	2	3	4	5
65. 上の車は、 <b>非協力的</b> である。	1	2	3	4	5
66. 上の車は、 <b>協調性</b> がある。	1	2	3	4	5
67. 上の車は、 <b>風変わり</b> である。	1	2	3	4	5
68. 上の車は、 <b>古風</b> である。	1	2	3	4	5
69. 上の車は、 <b>独創的</b> である。	1	2	3	4	5
70. 上の車は、 <b>アウトドア派</b> である。	1	2	3	4	5
71. 上の車は、 <b>社交的</b> である。	1	2	3	4	5
72. 上の車は、 <b>愛国心</b> が強い。	1	2	3	4	5
73. 上の車は、 <b>現実的</b> である。	1	2	3	4	5
74. 上の車は、 <b>ありきたり</b> である。	1	2	3	4	5
75. 上の車は、 <b>うぬぼれている</b> 。	1	2	3	4	5
76. 上の車は、 <b>誇り高い</b> 。	1	2	3	4	5
77. 上の車は、 <b>挑発的</b> である。	1	2	3	4	5
78. 上の車は、 <b>真心</b> がある。	1	2	3	4	5
79. 上の車は、 <b>頼りになる</b> 。	1	2	3	4	5
80. 上の車は、 <b>責任感</b> がある。	1	2	3	4	5



上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

61. 上の車は、 <b>男らしい</b> 。	1	2	3	4	5
62. 上の車は、 <b>大人っぽい</b> 。	1	2	3	4	5
63. 上の車は、 <b>やる気</b> がある。	1	2	3	4	5
64. 上の車は、 <b>生真面目</b> である。	1	2	3	4	5
65. 上の車は、 <b>非協力的</b> である。	1	2	3	4	5
66. 上の車は、 <b>協調性</b> がある。	1	2	3	4	5
67. 上の車は、 <b>風変わり</b> である。	1	2	3	4	5
68. 上の車は、 <b>古風</b> である。	1	2	3	4	5
69. 上の車は、 <b>独創的</b> である。	1	2	3	4	5
70. 上の車は、 <b>アウトドア派</b> である。	1	2	3	4	5
71. 上の車は、 <b>社交的</b> である。	1	2	3	4	5
72. 上の車は、 <b>愛国心</b> が強い。	1	2	3	4	5
73. 上の車は、 <b>現実的</b> である。	1	2	3	4	5
74. 上の車は、 <b>ありきたり</b> である。	1	2	3	4	5
75. 上の車は、 <b>うぬぼれている</b> 。	1	2	3	4	5
76. 上の車は、 <b>誇り高い</b> 。	1	2	3	4	5
77. 上の車は、 <b>挑発的</b> である。	1	2	3	4	5
78. 上の車は、 <b>真心</b> がある。	1	2	3	4	5
79. 上の車は、 <b>頼りになる</b> 。	1	2	3	4	5
80. 上の車は、 <b>責任感</b> がある。	1	2	3	4	5



**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

81. 上の車は、 <b>ロマンチック</b> である。	1	2	3	4	5
82. 上の車は、 <b>無骨</b> である。	1	2	3	4	5
83. 上の車は、 <b>安全</b> である。	1	2	3	4	5
84. 上の車は、 <b>賢明</b> である。	1	2	3	4	5
85. 上の車は、 <b>情が深い</b> 。	1	2	3	4	5
86. 上の車は、 <b>真剣</b> である。	1	2	3	4	5
87. 上の車は、 <b>性的魅力</b> がある。	1	2	3	4	5
88. 上の車は、 <b>単純</b> である。	1	2	3	4	5
89. 上の車は、 <b>誠実</b> である。	1	2	3	4	5
90. 上の車は、 <b>田舎っばい</b> 。	1	2	3	4	5
91. 上の車は、 <b>人当たり</b> が良い。	1	2	3	4	5
92. 上の車は、 <b>洗練</b> されている。	1	2	3	4	5
93. 上の車は、 <b>特別</b> である。	1	2	3	4	5
94. 上の車は、 <b>元気</b> である。	1	2	3	4	5
95. 上の車は、 <b>強い</b> 。	1	2	3	4	5
96. 上の車は、 <b>成功</b> している。	1	2	3	4	5
97. 上の車は、 <b>意外性</b> がある。	1	2	3	4	5
98. 上の車は、 <b>趣</b> がある。	1	2	3	4	5
99. 上の車は、 <b>熟練</b> している。	1	2	3	4	5
100. 上の車は、 <b>思慮深い</b> 。	1	2	3	4	5

**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

81. 上の車は、 <b>ロマンチック</b> である。	1	2	3	4	5
82. 上の車は、 <b>無骨</b> である。	1	2	3	4	5
83. 上の車は、 <b>安全</b> である。	1	2	3	4	5
84. 上の車は、 <b>賢明</b> である。	1	2	3	4	5
85. 上の車は、 <b>情が深い</b> 。	1	2	3	4	5
86. 上の車は、 <b>真剣</b> である。	1	2	3	4	5
87. 上の車は、 <b>性的魅力</b> がある。	1	2	3	4	5
88. 上の車は、 <b>単純</b> である。	1	2	3	4	5
89. 上の車は、 <b>誠実</b> である。	1	2	3	4	5
90. 上の車は、 <b>田舎っばい</b> 。	1	2	3	4	5
91. 上の車は、 <b>人当たり</b> が良い。	1	2	3	4	5
92. 上の車は、 <b>洗練</b> されている。	1	2	3	4	5
93. 上の車は、 <b>特別</b> である。	1	2	3	4	5
94. 上の車は、 <b>元気</b> である。	1	2	3	4	5
95. 上の車は、 <b>強い</b> 。	1	2	3	4	5
96. 上の車は、 <b>成功</b> している。	1	2	3	4	5
97. 上の車は、 <b>意外性</b> がある。	1	2	3	4	5
98. 上の車は、 <b>趣</b> がある。	1	2	3	4	5
99. 上の車は、 <b>熟練</b> している。	1	2	3	4	5
100. 上の車は、 <b>思慮深い</b> 。	1	2	3	4	5



上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

101. 上の車は、 <b>打たれ強い</b> である。	1	2	3	4	5
102. 上の車は、 <b>伝統的</b> である。	1	2	3	4	5
103. 上の車は、 <b>流行にのっている</b> 。	1	2	3	4	5
104. 上の車は、 <b>信用</b> できる。	1	2	3	4	5
105. 上の車は、 <b>個性的</b> である。	1	2	3	4	5
106. 上の車は、 <b>今風</b> である。	1	2	3	4	5
107. 上の車は、 <b>上流</b> である。	1	2	3	4	5
108. 上の車は、 <b>都会的</b> である。	1	2	3	4	5
109. 上の車は、 <b>多才</b> である。	1	2	3	4	5
110. 上の車は、 <b>心が温かい</b> 。	1	2	3	4	5
111. 上の車は、 <b>開拓者精神</b> が良い。	1	2	3	4	5
112. 上の車は、 <b>健全</b> である。	1	2	3	4	5
113. 上の車は、 <b>抜け目のない</b> 。	1	2	3	4	5
114. 上の車は、 <b>若々しい</b> 。	1	2	3	4	5



上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

101. 上の車は、 <b>打たれ強い</b> である。	1	2	3	4	5
102. 上の車は、 <b>伝統的</b> である。	1	2	3	4	5
103. 上の車は、 <b>流行にのっている</b> 。	1	2	3	4	5
104. 上の車は、 <b>信用</b> できる。	1	2	3	4	5
105. 上の車は、 <b>個性的</b> である。	1	2	3	4	5
106. 上の車は、 <b>今風</b> である。	1	2	3	4	5
107. 上の車は、 <b>上流</b> である。	1	2	3	4	5
108. 上の車は、 <b>都会的</b> である。	1	2	3	4	5
109. 上の車は、 <b>多才</b> である。	1	2	3	4	5
110. 上の車は、 <b>心が温かい</b> 。	1	2	3	4	5
111. 上の車は、 <b>開拓者精神</b> が良い。	1	2	3	4	5
112. 上の車は、 <b>健全</b> である。	1	2	3	4	5
113. 上の車は、 <b>抜け目のない</b> 。	1	2	3	4	5
114. 上の車は、 <b>若々しい</b> 。	1	2	3	4	5

質問は以上になります。ご協力ありがとうございました！

## Appendix 1-2 Questionnaire of Study 1 (Slanted x Uprturned & Arched x Downturned)

# 製品デザインに関するアンケート

ご挨拶

私たちは現在、三田祭に向けて論文の執筆を行っております。本調査はその一環として、「人の顔」と類似した製品デザインから受ける印象に関する消費者データを集計するものであり、皆様にご意見をお伺いしております。お伺いさせていただきましたご意見は、学術的な目的の元、統計上の数値として集計致しますので、皆様の情報が外部に漏れることは一切ございません。また、本調査の結果につきましては、小野晃典研究会のホームページにてご報告できればと考えております。ご多忙中大変恐縮ではございますが、ご協力の程よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会 第12期 英語論文チーム  
平嶋 荒井 伊藤 梶田  
<http://news.fbc.keio.ac.jp/~onosemi/>



上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

1. 上の車は、 <b>活動的</b> である。	1	2	3	4	5
2. 上の車は、 <b>冒険好き</b> である。	1	2	3	4	5
3. 上の車は、 <b>年を取らない</b> 。	1	2	3	4	5
4. 上の車は、 <b>積極的</b> である。	1	2	3	4	5
5. 上の車は、 <b>アメリカ(車)</b> っぽい。	1	2	3	4	5
6. 上の車は、 <b>芸術家</b> っぽい。	1	2	3	4	5
7. 上の車は、 <b>スポーツマン</b> っぽい。	1	2	3	4	5
8. 上の車は、 <b>平均的</b> である。	1	2	3	4	5
9. 上の車は、 <b>標準的</b> である。	1	2	3	4	5
10. 上の車は、 <b>寛大</b> である。	1	2	3	4	5
11. 上の車は、 <b>活動的</b> である。	1	2	3	4	5
12. 上の車は、 <b>力仕事</b> をしていそうである。	1	2	3	4	5
13. 上の車は、 <b>お気楽</b> である。	1	2	3	4	5
14. 上の車は、 <b>用心深い</b> である。	1	2	3	4	5
15. 上の車は、 <b>気遣い</b> ができる。	1	2	3	4	5
16. 上の車は、 <b>魅力的</b> である。	1	2	3	4	5
17. 上の車は、 <b>明るい</b> 。	1	2	3	4	5
18. 上の車は、 <b>容姿が整っている</b> 。	1	2	3	4	5
19. 上の車は、 <b>自信</b> がある。	1	2	3	4	5
20. 上の車は、 <b>保守的</b> である。	1	2	3	4	5



上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

1. 上の車は、 <b>活動的</b> である。	1	2	3	4	5
2. 上の車は、 <b>冒険好き</b> である。	1	2	3	4	5
3. 上の車は、 <b>年を取らない</b> 。	1	2	3	4	5
4. 上の車は、 <b>積極的</b> である。	1	2	3	4	5
5. 上の車は、 <b>アメリカ(車)</b> っぽい。	1	2	3	4	5
6. 上の車は、 <b>芸術家</b> っぽい。	1	2	3	4	5
7. 上の車は、 <b>スポーツマン</b> っぽい。	1	2	3	4	5
8. 上の車は、 <b>平均的</b> である。	1	2	3	4	5
9. 上の車は、 <b>標準的</b> である。	1	2	3	4	5
10. 上の車は、 <b>寛大</b> である。	1	2	3	4	5
11. 上の車は、 <b>活動的</b> である。	1	2	3	4	5
12. 上の車は、 <b>力仕事</b> をしていそうである。	1	2	3	4	5
13. 上の車は、 <b>お気楽</b> である。	1	2	3	4	5
14. 上の車は、 <b>用心深い</b> である。	1	2	3	4	5
15. 上の車は、 <b>気遣い</b> ができる。	1	2	3	4	5
16. 上の車は、 <b>魅力的</b> である。	1	2	3	4	5
17. 上の車は、 <b>明るい</b> 。	1	2	3	4	5
18. 上の車は、 <b>容姿が整っている</b> 。	1	2	3	4	5
19. 上の車は、 <b>自信</b> がある。	1	2	3	4	5
20. 上の車は、 <b>保守的</b> である。	1	2	3	4	5



**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

21. 上の車は、 <b>筋が通っている。</b>	1	2	3	4	5
22. 上の車は、 <b>現代的</b> である。	1	2	3	4	5
23. 上の車は、 <b>平凡</b> である。	1	2	3	4	5
24. 上の車は、 <b>カッコいい。</b>	1	2	3	4	5
25. 上の車は、 <b>協力的</b> である。	1	2	3	4	5
26. 上の車は、 <b>大胆</b> である。	1	2	3	4	5
27. 上の車は、 <b>信頼</b> できる。	1	2	3	4	5
28. 上の車は、 <b>家族好き</b> である。	1	2	3	4	5
29. 上の車は、 <b>堅実</b> である。	1	2	3	4	5
30. 上の車は、 <b>有能</b> である。	1	2	3	4	5
31. 上の車は、 <b>官能的</b> である。	1	2	3	4	5
32. 上の車は、 <b>道徳的</b> である。	1	2	3	4	5
33. 上の車は、 <b>刺激的</b> である。	1	2	3	4	5
34. 上の車は、 <b>家庭的</b> である。	1	2	3	4	5
35. 上の車は、 <b>オシャレ</b> である。	1	2	3	4	5
36. 上の車は、 <b>女性らしい。</b>	1	2	3	4	5
37. 上の車は、 <b>派手</b> である。	1	2	3	4	5
38. 上の車は、 <b>柔軟性</b> がある。	1	2	3	4	5
39. 上の車は、 <b>親しみやすい。</b>	1	2	3	4	5
40. 上の車は、 <b>楽しい。</b>	1	2	3	4	5

**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

21. 上の車は、 <b>筋が通っている。</b>	1	2	3	4	5
22. 上の車は、 <b>現代的</b> である。	1	2	3	4	5
23. 上の車は、 <b>平凡</b> である。	1	2	3	4	5
24. 上の車は、 <b>カッコいい。</b>	1	2	3	4	5
25. 上の車は、 <b>協力的</b> である。	1	2	3	4	5
26. 上の車は、 <b>大胆</b> である。	1	2	3	4	5
27. 上の車は、 <b>信頼</b> できる。	1	2	3	4	5
28. 上の車は、 <b>家族好き</b> である。	1	2	3	4	5
29. 上の車は、 <b>堅実</b> である。	1	2	3	4	5
30. 上の車は、 <b>有能</b> である。	1	2	3	4	5
31. 上の車は、 <b>官能的</b> である。	1	2	3	4	5
32. 上の車は、 <b>道徳的</b> である。	1	2	3	4	5
33. 上の車は、 <b>刺激的</b> である。	1	2	3	4	5
34. 上の車は、 <b>家庭的</b> である。	1	2	3	4	5
35. 上の車は、 <b>オシャレ</b> である。	1	2	3	4	5
36. 上の車は、 <b>女性らしい。</b>	1	2	3	4	5
37. 上の車は、 <b>派手</b> である。	1	2	3	4	5
38. 上の車は、 <b>柔軟性</b> がある。	1	2	3	4	5
39. 上の車は、 <b>親しみやすい。</b>	1	2	3	4	5
40. 上の車は、 <b>楽しい。</b>	1	2	3	4	5



上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

41. 上の車は、 <b>穏やか</b> である。	1	2	3	4	5
42. 上の車は、 <b>純粋</b> である。	1	2	3	4	5
43. 上の車は、 <b>魅力的</b> である。	1	2	3	4	5
44. 上の車は、 <b>顔立ちが良い</b> 。	1	2	3	4	5
45. 上の車は、 <b>幸せそう</b> である。	1	2	3	4	5
46. 上の車は、 <b>勤勉</b> である。	1	2	3	4	5
47. 上の車は、 <b>健康</b> できる。	1	2	3	4	5
48. 上の車は、 <b>面倒見が良い</b> 。	1	2	3	4	5
49. 上の車は、 <b>正直</b> である。	1	2	3	4	5
50. 上の車は、 <b>ユーモア</b> がある。	1	2	3	4	5
51. 上の車は、 <b>想像力豊か</b> である。	1	2	3	4	5
52. 上の車は、 <b>自立</b> している。	1	2	3	4	5
53. 上の車は、 <b>影響力</b> がある。	1	2	3	4	5
54. 上の車は、 <b>革新的</b> である。	1	2	3	4	5
55. 上の車は、 <b>知的</b> である。	1	2	3	4	5
56. 上の車は、 <b>面白い</b> 。	1	2	3	4	5
57. 上の車は、 <b>リーダーシップ</b> がある。	1	2	3	4	5
58. 上の車は、 <b>快活</b> である。	1	2	3	4	5
59. 上の車は、 <b>けばけばしい</b> 。	1	2	3	4	5
60. 上の車は、 <b>忠実</b> である。	1	2	3	4	5



上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

41. 上の車は、 <b>穏やか</b> である。	1	2	3	4	5
42. 上の車は、 <b>純粋</b> である。	1	2	3	4	5
43. 上の車は、 <b>魅力的</b> である。	1	2	3	4	5
44. 上の車は、 <b>顔立ちが良い</b> 。	1	2	3	4	5
45. 上の車は、 <b>幸せそう</b> である。	1	2	3	4	5
46. 上の車は、 <b>勤勉</b> である。	1	2	3	4	5
47. 上の車は、 <b>健康</b> できる。	1	2	3	4	5
48. 上の車は、 <b>面倒見が良い</b> 。	1	2	3	4	5
49. 上の車は、 <b>正直</b> である。	1	2	3	4	5
50. 上の車は、 <b>ユーモア</b> がある。	1	2	3	4	5
51. 上の車は、 <b>想像力豊か</b> である。	1	2	3	4	5
52. 上の車は、 <b>自立</b> している。	1	2	3	4	5
53. 上の車は、 <b>影響力</b> がある。	1	2	3	4	5
54. 上の車は、 <b>革新的</b> である。	1	2	3	4	5
55. 上の車は、 <b>知的</b> である。	1	2	3	4	5
56. 上の車は、 <b>面白い</b> 。	1	2	3	4	5
57. 上の車は、 <b>リーダーシップ</b> がある。	1	2	3	4	5
58. 上の車は、 <b>快活</b> である。	1	2	3	4	5
59. 上の車は、 <b>けばけばしい</b> 。	1	2	3	4	5
60. 上の車は、 <b>忠実</b> である。	1	2	3	4	5



**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

61. 上の車は、 <b>男らしい</b> 。	1	2	3	4	5
62. 上の車は、 <b>大人っぽい</b> 。	1	2	3	4	5
63. 上の車は、 <b>やる気</b> がある。	1	2	3	4	5
64. 上の車は、 <b>生真面目</b> である。	1	2	3	4	5
65. 上の車は、 <b>非協力的</b> である。	1	2	3	4	5
66. 上の車は、 <b>協調性</b> がある。	1	2	3	4	5
67. 上の車は、 <b>風変わり</b> である。	1	2	3	4	5
68. 上の車は、 <b>古風</b> である。	1	2	3	4	5
69. 上の車は、 <b>独創的</b> である。	1	2	3	4	5
70. 上の車は、 <b>アウトドア派</b> である。	1	2	3	4	5
71. 上の車は、 <b>社交的</b> である。	1	2	3	4	5
72. 上の車は、 <b>愛国心</b> が強い。	1	2	3	4	5
73. 上の車は、 <b>現実的</b> である。	1	2	3	4	5
74. 上の車は、 <b>ありきたり</b> である。	1	2	3	4	5
75. 上の車は、 <b>うぬぼれている</b> 。	1	2	3	4	5
76. 上の車は、 <b>誇り高い</b> 。	1	2	3	4	5
77. 上の車は、 <b>挑発的</b> である。	1	2	3	4	5
78. 上の車は、 <b>真心</b> がある。	1	2	3	4	5
79. 上の車は、 <b>頼りになる</b> 。	1	2	3	4	5
80. 上の車は、 <b>責任感</b> がある。	1	2	3	4	5

**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

61. 上の車は、 <b>男らしい</b> 。	1	2	3	4	5
62. 上の車は、 <b>大人っぽい</b> 。	1	2	3	4	5
63. 上の車は、 <b>やる気</b> がある。	1	2	3	4	5
64. 上の車は、 <b>生真面目</b> である。	1	2	3	4	5
65. 上の車は、 <b>非協力的</b> である。	1	2	3	4	5
66. 上の車は、 <b>協調性</b> がある。	1	2	3	4	5
67. 上の車は、 <b>風変わり</b> である。	1	2	3	4	5
68. 上の車は、 <b>古風</b> である。	1	2	3	4	5
69. 上の車は、 <b>独創的</b> である。	1	2	3	4	5
70. 上の車は、 <b>アウトドア派</b> である。	1	2	3	4	5
71. 上の車は、 <b>社交的</b> である。	1	2	3	4	5
72. 上の車は、 <b>愛国心</b> が強い。	1	2	3	4	5
73. 上の車は、 <b>現実的</b> である。	1	2	3	4	5
74. 上の車は、 <b>ありきたり</b> である。	1	2	3	4	5
75. 上の車は、 <b>うぬぼれている</b> 。	1	2	3	4	5
76. 上の車は、 <b>誇り高い</b> 。	1	2	3	4	5
77. 上の車は、 <b>挑発的</b> である。	1	2	3	4	5
78. 上の車は、 <b>真心</b> がある。	1	2	3	4	5
79. 上の車は、 <b>頼りになる</b> 。	1	2	3	4	5
80. 上の車は、 <b>責任感</b> がある。	1	2	3	4	5



上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

81. 上の車は、 <b>ロマンチック</b> である。	1	2	3	4	5
82. 上の車は、 <b>無骨</b> である。	1	2	3	4	5
83. 上の車は、 <b>安全</b> である。	1	2	3	4	5
84. 上の車は、 <b>賢明</b> である。	1	2	3	4	5
85. 上の車は、 <b>情が深い</b> 。	1	2	3	4	5
86. 上の車は、 <b>真剣</b> である。	1	2	3	4	5
87. 上の車は、 <b>性的魅力</b> がある。	1	2	3	4	5
88. 上の車は、 <b>単純</b> である。	1	2	3	4	5
89. 上の車は、 <b>誠実</b> である。	1	2	3	4	5
90. 上の車は、 <b>田舎っばい</b> 。	1	2	3	4	5
91. 上の車は、 <b>人当たり</b> が良い。	1	2	3	4	5
92. 上の車は、 <b>洗練</b> されている。	1	2	3	4	5
93. 上の車は、 <b>特別</b> である。	1	2	3	4	5
94. 上の車は、 <b>元気</b> である。	1	2	3	4	5
95. 上の車は、 <b>強い</b> 。	1	2	3	4	5
96. 上の車は、 <b>成功</b> している。	1	2	3	4	5
97. 上の車は、 <b>意外性</b> がある。	1	2	3	4	5
98. 上の車は、 <b>趣</b> がある。	1	2	3	4	5
99. 上の車は、 <b>熟練</b> している。	1	2	3	4	5
100. 上の車は、 <b>思慮深い</b> 。	1	2	3	4	5



上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

81. 上の車は、 <b>ロマンチック</b> である。	1	2	3	4	5
82. 上の車は、 <b>無骨</b> である。	1	2	3	4	5
83. 上の車は、 <b>安全</b> である。	1	2	3	4	5
84. 上の車は、 <b>賢明</b> である。	1	2	3	4	5
85. 上の車は、 <b>情が深い</b> 。	1	2	3	4	5
86. 上の車は、 <b>真剣</b> である。	1	2	3	4	5
87. 上の車は、 <b>性的魅力</b> がある。	1	2	3	4	5
88. 上の車は、 <b>単純</b> である。	1	2	3	4	5
89. 上の車は、 <b>誠実</b> である。	1	2	3	4	5
90. 上の車は、 <b>田舎っばい</b> 。	1	2	3	4	5
91. 上の車は、 <b>人当たり</b> が良い。	1	2	3	4	5
92. 上の車は、 <b>洗練</b> されている。	1	2	3	4	5
93. 上の車は、 <b>特別</b> である。	1	2	3	4	5
94. 上の車は、 <b>元気</b> である。	1	2	3	4	5
95. 上の車は、 <b>強い</b> 。	1	2	3	4	5
96. 上の車は、 <b>成功</b> している。	1	2	3	4	5
97. 上の車は、 <b>意外性</b> がある。	1	2	3	4	5
98. 上の車は、 <b>趣</b> がある。	1	2	3	4	5
99. 上の車は、 <b>熟練</b> している。	1	2	3	4	5
100. 上の車は、 <b>思慮深い</b> 。	1	2	3	4	5



**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

101. 上の車は、 <b>打たれ強い</b> である。	1	2	3	4	5
102. 上の車は、 <b>伝統的</b> である。	1	2	3	4	5
103. 上の車は、 <b>流行にのっている</b> 。	1	2	3	4	5
104. 上の車は、 <b>信用</b> できる。	1	2	3	4	5
105. 上の車は、 <b>個性的</b> である。	1	2	3	4	5
106. 上の車は、 <b>今風</b> である。	1	2	3	4	5
107. 上の車は、 <b>上流</b> である。	1	2	3	4	5
108. 上の車は、 <b>都会的</b> である。	1	2	3	4	5
109. 上の車は、 <b>多才</b> である。	1	2	3	4	5
110. 上の車は、 <b>心が温かい</b> 。	1	2	3	4	5
111. 上の車は、 <b>開拓者精神</b> が良い。	1	2	3	4	5
112. 上の車は、 <b>健全</b> である。	1	2	3	4	5
113. 上の車は、 <b>抜け目のない</b> 。	1	2	3	4	5
114. 上の車は、 <b>若々しい</b> 。	1	2	3	4	5

**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

101. 上の車は、 <b>打たれ強い</b> である。	1	2	3	4	5
102. 上の車は、 <b>伝統的</b> である。	1	2	3	4	5
103. 上の車は、 <b>流行にのっている</b> 。	1	2	3	4	5
104. 上の車は、 <b>信用</b> できる。	1	2	3	4	5
105. 上の車は、 <b>個性的</b> である。	1	2	3	4	5
106. 上の車は、 <b>今風</b> である。	1	2	3	4	5
107. 上の車は、 <b>上流</b> である。	1	2	3	4	5
108. 上の車は、 <b>都会的</b> である。	1	2	3	4	5
109. 上の車は、 <b>多才</b> である。	1	2	3	4	5
110. 上の車は、 <b>心が温かい</b> 。	1	2	3	4	5
111. 上の車は、 <b>開拓者精神</b> が良い。	1	2	3	4	5
112. 上の車は、 <b>健全</b> である。	1	2	3	4	5
113. 上の車は、 <b>抜け目のない</b> 。	1	2	3	4	5
114. 上の車は、 <b>若々しい</b> 。	1	2	3	4	5

質問は以上になります。ご協力ありがとうございました！

**Appendix 1-3 Questionnaire of Study 1  
(Round x Upturned & Squared x Downturned)**

# 製品デザインに関するアンケート

ご挨拶

私たちは現在、三田祭に向けて論文の執筆を行っております。本調査はその一環として、「人の顔」と類似した製品デザインから受ける印象に関する消費者データを集計するものであり、皆様にご意見をお伺いしております。お伺いさせていただきましたご意見は、学術的な目的の元、統計上の数値として集計致しますので、皆様の情報が外部に漏れることは一切ございません。また、本調査の結果につきましては、小野晃典研究会のホームページにてご報告できればと考えております。ご多忙中大変恐縮ではございますが、ご協力の程よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会 第12期 英語論文チーム  
平嶋 荒井 伊藤 梶田  
<http://news.fbc.keio.ac.jp/~onosemi/>



**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

1. 上の車は、 <b>活動的</b> である。	1	2	3	4	5
2. 上の車は、 <b>冒険好き</b> である。	1	2	3	4	5
3. 上の車は、 <b>年を取らない</b> 。	1	2	3	4	5
4. 上の車は、 <b>積極的</b> である。	1	2	3	4	5
5. 上の車は、 <b>アメリカ（車）</b> っぽい。	1	2	3	4	5
6. 上の車は、 <b>芸術家</b> っぽい。	1	2	3	4	5
7. 上の車は、 <b>スポーツマン</b> っぽい。	1	2	3	4	5
8. 上の車は、 <b>平均的</b> である。	1	2	3	4	5
9. 上の車は、 <b>標準的</b> である。	1	2	3	4	5
10. 上の車は、 <b>寛大</b> である。	1	2	3	4	5
11. 上の車は、 <b>活動的</b> である。	1	2	3	4	5
12. 上の車は、 <b>力仕事</b> をしていそうである。	1	2	3	4	5
13. 上の車は、 <b>お気楽</b> である。	1	2	3	4	5
14. 上の車は、 <b>用心深い</b> である。	1	2	3	4	5
15. 上の車は、 <b>気遣い</b> ができる。	1	2	3	4	5
16. 上の車は、 <b>魅力的</b> である。	1	2	3	4	5
17. 上の車は、 <b>明るい</b> 。	1	2	3	4	5
18. 上の車は、 <b>容姿が整っている</b> 。	1	2	3	4	5
19. 上の車は、 <b>自信</b> がある。	1	2	3	4	5
20. 上の車は、 <b>保守的</b> である。	1	2	3	4	5

**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

1. 上の車は、 <b>活動的</b> である。	1	2	3	4	5
2. 上の車は、 <b>冒険好き</b> である。	1	2	3	4	5
3. 上の車は、 <b>年を取らない</b> 。	1	2	3	4	5
4. 上の車は、 <b>積極的</b> である。	1	2	3	4	5
5. 上の車は、 <b>アメリカ（車）</b> っぽい。	1	2	3	4	5
6. 上の車は、 <b>芸術家</b> っぽい。	1	2	3	4	5
7. 上の車は、 <b>スポーツマン</b> っぽい。	1	2	3	4	5
8. 上の車は、 <b>平均的</b> である。	1	2	3	4	5
9. 上の車は、 <b>標準的</b> である。	1	2	3	4	5
10. 上の車は、 <b>寛大</b> である。	1	2	3	4	5
11. 上の車は、 <b>活動的</b> である。	1	2	3	4	5
12. 上の車は、 <b>力仕事</b> をしていそうである。	1	2	3	4	5
13. 上の車は、 <b>お気楽</b> である。	1	2	3	4	5
14. 上の車は、 <b>用心深い</b> である。	1	2	3	4	5
15. 上の車は、 <b>気遣い</b> ができる。	1	2	3	4	5
16. 上の車は、 <b>魅力的</b> である。	1	2	3	4	5
17. 上の車は、 <b>明るい</b> 。	1	2	3	4	5
18. 上の車は、 <b>容姿が整っている</b> 。	1	2	3	4	5
19. 上の車は、 <b>自信</b> がある。	1	2	3	4	5
20. 上の車は、 <b>保守的</b> である。	1	2	3	4	5



上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

21. 上の車は、 <b>筋が通っている。</b>	1	2	3	4	5
22. 上の車は、 <b>現代的</b> である。	1	2	3	4	5
23. 上の車は、 <b>平凡</b> である。	1	2	3	4	5
24. 上の車は、 <b>カッコいい。</b>	1	2	3	4	5
25. 上の車は、 <b>協力的</b> である。	1	2	3	4	5
26. 上の車は、 <b>大胆</b> である。	1	2	3	4	5
27. 上の車は、 <b>信頼</b> できる。	1	2	3	4	5
28. 上の車は、 <b>家族好き</b> である。	1	2	3	4	5
29. 上の車は、 <b>堅実</b> である。	1	2	3	4	5
30. 上の車は、 <b>有能</b> である。	1	2	3	4	5
31. 上の車は、 <b>官能的</b> である。	1	2	3	4	5
32. 上の車は、 <b>道徳的</b> である。	1	2	3	4	5
33. 上の車は、 <b>刺激的</b> である。	1	2	3	4	5
34. 上の車は、 <b>家庭的</b> である。	1	2	3	4	5
35. 上の車は、 <b>オシャレ</b> である。	1	2	3	4	5
36. 上の車は、 <b>女性らしい。</b>	1	2	3	4	5
37. 上の車は、 <b>派手</b> である。	1	2	3	4	5
38. 上の車は、 <b>柔軟性</b> がある。	1	2	3	4	5
39. 上の車は、 <b>親しみやすい。</b>	1	2	3	4	5
40. 上の車は、 <b>楽しい。</b>	1	2	3	4	5



上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

21. 上の車は、 <b>筋が通っている。</b>	1	2	3	4	5
22. 上の車は、 <b>現代的</b> である。	1	2	3	4	5
23. 上の車は、 <b>平凡</b> である。	1	2	3	4	5
24. 上の車は、 <b>カッコいい。</b>	1	2	3	4	5
25. 上の車は、 <b>協力的</b> である。	1	2	3	4	5
26. 上の車は、 <b>大胆</b> である。	1	2	3	4	5
27. 上の車は、 <b>信頼</b> できる。	1	2	3	4	5
28. 上の車は、 <b>家族好き</b> である。	1	2	3	4	5
29. 上の車は、 <b>堅実</b> である。	1	2	3	4	5
30. 上の車は、 <b>有能</b> である。	1	2	3	4	5
31. 上の車は、 <b>官能的</b> である。	1	2	3	4	5
32. 上の車は、 <b>道徳的</b> である。	1	2	3	4	5
33. 上の車は、 <b>刺激的</b> である。	1	2	3	4	5
34. 上の車は、 <b>家庭的</b> である。	1	2	3	4	5
35. 上の車は、 <b>オシャレ</b> である。	1	2	3	4	5
36. 上の車は、 <b>女性らしい。</b>	1	2	3	4	5
37. 上の車は、 <b>派手</b> である。	1	2	3	4	5
38. 上の車は、 <b>柔軟性</b> がある。	1	2	3	4	5
39. 上の車は、 <b>親しみやすい。</b>	1	2	3	4	5
40. 上の車は、 <b>楽しい。</b>	1	2	3	4	5



**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

41. 上の車は、 <b>穏やか</b> である。	1	2	3	4	5
42. 上の車は、 <b>純粹</b> である。	1	2	3	4	5
43. 上の車は、 <b>魅惑的</b> である。	1	2	3	4	5
44. 上の車は、 <b>顔立ちが良い</b> 。	1	2	3	4	5
45. 上の車は、 <b>幸せそう</b> である。	1	2	3	4	5
46. 上の車は、 <b>勤勉</b> である。	1	2	3	4	5
47. 上の車は、 <b>健康</b> できる。	1	2	3	4	5
48. 上の車は、 <b>面倒見が良い</b> 。	1	2	3	4	5
49. 上の車は、 <b>正直</b> である。	1	2	3	4	5
50. 上の車は、 <b>ユーモア</b> がある。	1	2	3	4	5
51. 上の車は、 <b>想像力豊か</b> である。	1	2	3	4	5
52. 上の車は、 <b>自立</b> している。	1	2	3	4	5
53. 上の車は、 <b>影響力</b> がある。	1	2	3	4	5
54. 上の車は、 <b>革新的</b> である。	1	2	3	4	5
55. 上の車は、 <b>知的</b> である。	1	2	3	4	5
56. 上の車は、 <b>面白い</b> 。	1	2	3	4	5
57. 上の車は、 <b>リーダーシップ</b> がある。	1	2	3	4	5
58. 上の車は、 <b>快活</b> である。	1	2	3	4	5
59. 上の車は、 <b>けばけばしい</b> 。	1	2	3	4	5
60. 上の車は、 <b>忠実</b> である。	1	2	3	4	5

**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

41. 上の車は、 <b>穏やか</b> である。	1	2	3	4	5
42. 上の車は、 <b>純粹</b> である。	1	2	3	4	5
43. 上の車は、 <b>魅惑的</b> である。	1	2	3	4	5
44. 上の車は、 <b>顔立ちが良い</b> 。	1	2	3	4	5
45. 上の車は、 <b>幸せそう</b> である。	1	2	3	4	5
46. 上の車は、 <b>勤勉</b> である。	1	2	3	4	5
47. 上の車は、 <b>健康</b> できる。	1	2	3	4	5
48. 上の車は、 <b>面倒見が良い</b> 。	1	2	3	4	5
49. 上の車は、 <b>正直</b> である。	1	2	3	4	5
50. 上の車は、 <b>ユーモア</b> がある。	1	2	3	4	5
51. 上の車は、 <b>想像力豊か</b> である。	1	2	3	4	5
52. 上の車は、 <b>自立</b> している。	1	2	3	4	5
53. 上の車は、 <b>影響力</b> がある。	1	2	3	4	5
54. 上の車は、 <b>革新的</b> である。	1	2	3	4	5
55. 上の車は、 <b>知的</b> である。	1	2	3	4	5
56. 上の車は、 <b>面白い</b> 。	1	2	3	4	5
57. 上の車は、 <b>リーダーシップ</b> がある。	1	2	3	4	5
58. 上の車は、 <b>快活</b> である。	1	2	3	4	5
59. 上の車は、 <b>けばけばしい</b> 。	1	2	3	4	5
60. 上の車は、 <b>忠実</b> である。	1	2	3	4	5



上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

61. 上の車は、 <b>男らしい</b> 。	1	2	3	4	5
62. 上の車は、 <b>大人っぽい</b> 。	1	2	3	4	5
63. 上の車は、 <b>やる気</b> がある。	1	2	3	4	5
64. 上の車は、 <b>生真面目</b> である。	1	2	3	4	5
65. 上の車は、 <b>非協力的</b> である。	1	2	3	4	5
66. 上の車は、 <b>協調性</b> がある。	1	2	3	4	5
67. 上の車は、 <b>風変わり</b> である。	1	2	3	4	5
68. 上の車は、 <b>古風</b> である。	1	2	3	4	5
69. 上の車は、 <b>独創的</b> である。	1	2	3	4	5
70. 上の車は、 <b>アウトドア派</b> である。	1	2	3	4	5
71. 上の車は、 <b>社交的</b> である。	1	2	3	4	5
72. 上の車は、 <b>愛国心</b> が強い。	1	2	3	4	5
73. 上の車は、 <b>現実的</b> である。	1	2	3	4	5
74. 上の車は、 <b>ありきたり</b> である。	1	2	3	4	5
75. 上の車は、 <b>うぬぼれている</b> 。	1	2	3	4	5
76. 上の車は、 <b>誇り高い</b> 。	1	2	3	4	5
77. 上の車は、 <b>挑発的</b> である。	1	2	3	4	5
78. 上の車は、 <b>真心</b> がある。	1	2	3	4	5
79. 上の車は、 <b>頼りになる</b> 。	1	2	3	4	5
80. 上の車は、 <b>責任感</b> がある。	1	2	3	4	5



上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

61. 上の車は、 <b>男らしい</b> 。	1	2	3	4	5
62. 上の車は、 <b>大人っぽい</b> 。	1	2	3	4	5
63. 上の車は、 <b>やる気</b> がある。	1	2	3	4	5
64. 上の車は、 <b>生真面目</b> である。	1	2	3	4	5
65. 上の車は、 <b>非協力的</b> である。	1	2	3	4	5
66. 上の車は、 <b>協調性</b> がある。	1	2	3	4	5
67. 上の車は、 <b>風変わり</b> である。	1	2	3	4	5
68. 上の車は、 <b>古風</b> である。	1	2	3	4	5
69. 上の車は、 <b>独創的</b> である。	1	2	3	4	5
70. 上の車は、 <b>アウトドア派</b> である。	1	2	3	4	5
71. 上の車は、 <b>社交的</b> である。	1	2	3	4	5
72. 上の車は、 <b>愛国心</b> が強い。	1	2	3	4	5
73. 上の車は、 <b>現実的</b> である。	1	2	3	4	5
74. 上の車は、 <b>ありきたり</b> である。	1	2	3	4	5
75. 上の車は、 <b>うぬぼれている</b> 。	1	2	3	4	5
76. 上の車は、 <b>誇り高い</b> 。	1	2	3	4	5
77. 上の車は、 <b>挑発的</b> である。	1	2	3	4	5
78. 上の車は、 <b>真心</b> がある。	1	2	3	4	5
79. 上の車は、 <b>頼りになる</b> 。	1	2	3	4	5
80. 上の車は、 <b>責任感</b> がある。	1	2	3	4	5



**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

81. 上の車は、 <b>ロマンチック</b> である。	1	2	3	4	5
82. 上の車は、 <b>無骨</b> である。	1	2	3	4	5
83. 上の車は、 <b>安全</b> である。	1	2	3	4	5
84. 上の車は、 <b>賢明</b> である。	1	2	3	4	5
85. 上の車は、 <b>情が深い</b> 。	1	2	3	4	5
86. 上の車は、 <b>真剣</b> である。	1	2	3	4	5
87. 上の車は、 <b>性的魅力</b> がある。	1	2	3	4	5
88. 上の車は、 <b>単純</b> である。	1	2	3	4	5
89. 上の車は、 <b>誠実</b> である。	1	2	3	4	5
90. 上の車は、 <b>田舎っばい</b> 。	1	2	3	4	5
91. 上の車は、 <b>人当たり</b> が良い。	1	2	3	4	5
92. 上の車は、 <b>洗練</b> されている。	1	2	3	4	5
93. 上の車は、 <b>特別</b> である。	1	2	3	4	5
94. 上の車は、 <b>元気</b> である。	1	2	3	4	5
95. 上の車は、 <b>強い</b> 。	1	2	3	4	5
96. 上の車は、 <b>成功</b> している。	1	2	3	4	5
97. 上の車は、 <b>意外性</b> がある。	1	2	3	4	5
98. 上の車は、 <b>趣</b> がある。	1	2	3	4	5
99. 上の車は、 <b>熟練</b> している。	1	2	3	4	5
100. 上の車は、 <b>思慮深い</b> 。	1	2	3	4	5

**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

81. 上の車は、 <b>ロマンチック</b> である。	1	2	3	4	5
82. 上の車は、 <b>無骨</b> である。	1	2	3	4	5
83. 上の車は、 <b>安全</b> である。	1	2	3	4	5
84. 上の車は、 <b>賢明</b> である。	1	2	3	4	5
85. 上の車は、 <b>情が深い</b> 。	1	2	3	4	5
86. 上の車は、 <b>真剣</b> である。	1	2	3	4	5
87. 上の車は、 <b>性的魅力</b> がある。	1	2	3	4	5
88. 上の車は、 <b>単純</b> である。	1	2	3	4	5
89. 上の車は、 <b>誠実</b> である。	1	2	3	4	5
90. 上の車は、 <b>田舎っばい</b> 。	1	2	3	4	5
91. 上の車は、 <b>人当たり</b> が良い。	1	2	3	4	5
92. 上の車は、 <b>洗練</b> されている。	1	2	3	4	5
93. 上の車は、 <b>特別</b> である。	1	2	3	4	5
94. 上の車は、 <b>元気</b> である。	1	2	3	4	5
95. 上の車は、 <b>強い</b> 。	1	2	3	4	5
96. 上の車は、 <b>成功</b> している。	1	2	3	4	5
97. 上の車は、 <b>意外性</b> がある。	1	2	3	4	5
98. 上の車は、 <b>趣</b> がある。	1	2	3	4	5
99. 上の車は、 <b>熟練</b> している。	1	2	3	4	5
100. 上の車は、 <b>思慮深い</b> 。	1	2	3	4	5



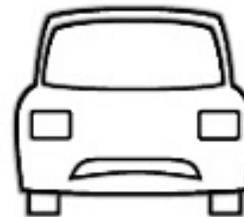
上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

101. 上の車は、 <b>打たれ強い</b> である。	1	2	3	4	5
102. 上の車は、 <b>伝統的</b> である。	1	2	3	4	5
103. 上の車は、 <b>流行にのっている</b> 。	1	2	3	4	5
104. 上の車は、 <b>信用</b> できる。	1	2	3	4	5
105. 上の車は、 <b>個性的</b> である。	1	2	3	4	5
106. 上の車は、 <b>今風</b> である。	1	2	3	4	5
107. 上の車は、 <b>上流</b> である。	1	2	3	4	5
108. 上の車は、 <b>都会的</b> である。	1	2	3	4	5
109. 上の車は、 <b>多才</b> である。	1	2	3	4	5
110. 上の車は、 <b>心が温かい</b> 。	1	2	3	4	5
111. 上の車は、 <b>開拓者精神</b> が良い。	1	2	3	4	5
112. 上の車は、 <b>健全</b> である。	1	2	3	4	5
113. 上の車は、 <b>抜け目のない</b> 。	1	2	3	4	5
114. 上の車は、 <b>若々しい</b> 。	1	2	3	4	5



上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

101. 上の車は、 <b>打たれ強い</b> である。	1	2	3	4	5
102. 上の車は、 <b>伝統的</b> である。	1	2	3	4	5
103. 上の車は、 <b>流行にのっている</b> 。	1	2	3	4	5
104. 上の車は、 <b>信用</b> できる。	1	2	3	4	5
105. 上の車は、 <b>個性的</b> である。	1	2	3	4	5
106. 上の車は、 <b>今風</b> である。	1	2	3	4	5
107. 上の車は、 <b>上流</b> である。	1	2	3	4	5
108. 上の車は、 <b>都会的</b> である。	1	2	3	4	5
109. 上の車は、 <b>多才</b> である。	1	2	3	4	5
110. 上の車は、 <b>心が温かい</b> 。	1	2	3	4	5
111. 上の車は、 <b>開拓者精神</b> が良い。	1	2	3	4	5
112. 上の車は、 <b>健全</b> である。	1	2	3	4	5
113. 上の車は、 <b>抜け目のない</b> 。	1	2	3	4	5
114. 上の車は、 <b>若々しい</b> 。	1	2	3	4	5

質問は以上になります。ご協力ありがとうございました！

**Appendix 1-4 Questionnaire of Study 1  
(Squared x Upruned & Arched x Horizontal)**

## 製品デザインに関するアンケート

ご挨拶

私たちは現在、三田祭に向けて論文の執筆を行っております。本調査はその一環として、「人の顔」と類似した製品デザインから受ける印象に関する消費者データを集計するものであり、皆様にご意見をお伺いしております。お伺いさせていただきましたご意見は、学術的な目的の元、統計上の数値として集計致しますので、皆様の情報が外部に漏れることは一切ございません。また、本調査の結果につきましては、小野晃典研究会のホームページにてご報告できればと考えております。ご多忙中大変恐縮ではございますが、ご協力の程よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会 第12期 英語論文チーム  
平嶋 荒井 伊藤 梶田  
<http://news.fbc.keio.ac.jp/~onosemi/>



**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

1. 上の車は、 <b>活動的</b> である。	1	2	3	4	5
2. 上の車は、 <b>冒険好き</b> である。	1	2	3	4	5
3. 上の車は、 <b>年を取らない</b> 。	1	2	3	4	5
4. 上の車は、 <b>積極的</b> である。	1	2	3	4	5
5. 上の車は、 <b>アメリカ(車)</b> っぽい。	1	2	3	4	5
6. 上の車は、 <b>芸術家</b> っぽい。	1	2	3	4	5
7. 上の車は、 <b>スポーツマン</b> っぽい。	1	2	3	4	5
8. 上の車は、 <b>平均的</b> である。	1	2	3	4	5
9. 上の車は、 <b>標準的</b> である。	1	2	3	4	5
10. 上の車は、 <b>寛大</b> である。	1	2	3	4	5
11. 上の車は、 <b>活動的</b> である。	1	2	3	4	5
12. 上の車は、 <b>力仕事</b> をしていそうである。	1	2	3	4	5
13. 上の車は、 <b>お気楽</b> である。	1	2	3	4	5
14. 上の車は、 <b>用心深い</b> である。	1	2	3	4	5
15. 上の車は、 <b>気遣い</b> ができる。	1	2	3	4	5
16. 上の車は、 <b>魅力的</b> である。	1	2	3	4	5
17. 上の車は、 <b>明るい</b> 。	1	2	3	4	5
18. 上の車は、 <b>容姿が整っている</b> 。	1	2	3	4	5
19. 上の車は、 <b>自信</b> がある。	1	2	3	4	5
20. 上の車は、 <b>保守的</b> である。	1	2	3	4	5

**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

1. 上の車は、 <b>活動的</b> である。	1	2	3	4	5
2. 上の車は、 <b>冒険好き</b> である。	1	2	3	4	5
3. 上の車は、 <b>年を取らない</b> 。	1	2	3	4	5
4. 上の車は、 <b>積極的</b> である。	1	2	3	4	5
5. 上の車は、 <b>アメリカ(車)</b> っぽい。	1	2	3	4	5
6. 上の車は、 <b>芸術家</b> っぽい。	1	2	3	4	5
7. 上の車は、 <b>スポーツマン</b> っぽい。	1	2	3	4	5
8. 上の車は、 <b>平均的</b> である。	1	2	3	4	5
9. 上の車は、 <b>標準的</b> である。	1	2	3	4	5
10. 上の車は、 <b>寛大</b> である。	1	2	3	4	5
11. 上の車は、 <b>活動的</b> である。	1	2	3	4	5
12. 上の車は、 <b>力仕事</b> をしていそうである。	1	2	3	4	5
13. 上の車は、 <b>お気楽</b> である。	1	2	3	4	5
14. 上の車は、 <b>用心深い</b> である。	1	2	3	4	5
15. 上の車は、 <b>気遣い</b> ができる。	1	2	3	4	5
16. 上の車は、 <b>魅力的</b> である。	1	2	3	4	5
17. 上の車は、 <b>明るい</b> 。	1	2	3	4	5
18. 上の車は、 <b>容姿が整っている</b> 。	1	2	3	4	5
19. 上の車は、 <b>自信</b> がある。	1	2	3	4	5
20. 上の車は、 <b>保守的</b> である。	1	2	3	4	5



**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

21. 上の車は、 <b>筋が通っている。</b>	1	2	3	4	5
22. 上の車は、 <b>現代的</b> である。	1	2	3	4	5
23. 上の車は、 <b>平凡</b> である。	1	2	3	4	5
24. 上の車は、 <b>カッコいい。</b>	1	2	3	4	5
25. 上の車は、 <b>協力的</b> である。	1	2	3	4	5
26. 上の車は、 <b>大胆</b> である。	1	2	3	4	5
27. 上の車は、 <b>信頼</b> できる。	1	2	3	4	5
28. 上の車は、 <b>家族好き</b> である。	1	2	3	4	5
29. 上の車は、 <b>堅実</b> である。	1	2	3	4	5
30. 上の車は、 <b>有能</b> である。	1	2	3	4	5
31. 上の車は、 <b>官能的</b> である。	1	2	3	4	5
32. 上の車は、 <b>道徳的</b> である。	1	2	3	4	5
33. 上の車は、 <b>刺激的</b> である。	1	2	3	4	5
34. 上の車は、 <b>家庭的</b> である。	1	2	3	4	5
35. 上の車は、 <b>オシャレ</b> である。	1	2	3	4	5
36. 上の車は、 <b>女性らしい。</b>	1	2	3	4	5
37. 上の車は、 <b>派手</b> である。	1	2	3	4	5
38. 上の車は、 <b>柔軟性</b> がある。	1	2	3	4	5
39. 上の車は、 <b>親しみやすい。</b>	1	2	3	4	5
40. 上の車は、 <b>楽しい。</b>	1	2	3	4	5

**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

21. 上の車は、 <b>筋が通っている。</b>	1	2	3	4	5
22. 上の車は、 <b>現代的</b> である。	1	2	3	4	5
23. 上の車は、 <b>平凡</b> である。	1	2	3	4	5
24. 上の車は、 <b>カッコいい。</b>	1	2	3	4	5
25. 上の車は、 <b>協力的</b> である。	1	2	3	4	5
26. 上の車は、 <b>大胆</b> である。	1	2	3	4	5
27. 上の車は、 <b>信頼</b> できる。	1	2	3	4	5
28. 上の車は、 <b>家族好き</b> である。	1	2	3	4	5
29. 上の車は、 <b>堅実</b> である。	1	2	3	4	5
30. 上の車は、 <b>有能</b> である。	1	2	3	4	5
31. 上の車は、 <b>官能的</b> である。	1	2	3	4	5
32. 上の車は、 <b>道徳的</b> である。	1	2	3	4	5
33. 上の車は、 <b>刺激的</b> である。	1	2	3	4	5
34. 上の車は、 <b>家庭的</b> である。	1	2	3	4	5
35. 上の車は、 <b>オシャレ</b> である。	1	2	3	4	5
36. 上の車は、 <b>女性らしい。</b>	1	2	3	4	5
37. 上の車は、 <b>派手</b> である。	1	2	3	4	5
38. 上の車は、 <b>柔軟性</b> がある。	1	2	3	4	5
39. 上の車は、 <b>親しみやすい。</b>	1	2	3	4	5
40. 上の車は、 <b>楽しい。</b>	1	2	3	4	5



上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

41. 上の車は、 <b>穏やか</b> である。	1	2	3	4	5
42. 上の車は、 <b>純粋</b> である。	1	2	3	4	5
43. 上の車は、 <b>魅力的</b> である。	1	2	3	4	5
44. 上の車は、 <b>顔立ちが良い</b> 。	1	2	3	4	5
45. 上の車は、 <b>幸せそう</b> である。	1	2	3	4	5
46. 上の車は、 <b>勤勉</b> である。	1	2	3	4	5
47. 上の車は、 <b>健康</b> できる。	1	2	3	4	5
48. 上の車は、 <b>面倒見が良い</b> 。	1	2	3	4	5
49. 上の車は、 <b>正直</b> である。	1	2	3	4	5
50. 上の車は、 <b>ユーモア</b> がある。	1	2	3	4	5
51. 上の車は、 <b>想像力豊か</b> である。	1	2	3	4	5
52. 上の車は、 <b>自立</b> している。	1	2	3	4	5
53. 上の車は、 <b>影響力</b> がある。	1	2	3	4	5
54. 上の車は、 <b>革新的</b> である。	1	2	3	4	5
55. 上の車は、 <b>知的</b> である。	1	2	3	4	5
56. 上の車は、 <b>面白い</b> 。	1	2	3	4	5
57. 上の車は、 <b>リーダーシップ</b> がある。	1	2	3	4	5
58. 上の車は、 <b>快活</b> である。	1	2	3	4	5
59. 上の車は、 <b>けばけばしい</b> 。	1	2	3	4	5
60. 上の車は、 <b>忠実</b> である。	1	2	3	4	5



上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

41. 上の車は、 <b>穏やか</b> である。	1	2	3	4	5
42. 上の車は、 <b>純粋</b> である。	1	2	3	4	5
43. 上の車は、 <b>魅力的</b> である。	1	2	3	4	5
44. 上の車は、 <b>顔立ちが良い</b> 。	1	2	3	4	5
45. 上の車は、 <b>幸せそう</b> である。	1	2	3	4	5
46. 上の車は、 <b>勤勉</b> である。	1	2	3	4	5
47. 上の車は、 <b>健康</b> できる。	1	2	3	4	5
48. 上の車は、 <b>面倒見が良い</b> 。	1	2	3	4	5
49. 上の車は、 <b>正直</b> である。	1	2	3	4	5
50. 上の車は、 <b>ユーモア</b> がある。	1	2	3	4	5
51. 上の車は、 <b>想像力豊か</b> である。	1	2	3	4	5
52. 上の車は、 <b>自立</b> している。	1	2	3	4	5
53. 上の車は、 <b>影響力</b> がある。	1	2	3	4	5
54. 上の車は、 <b>革新的</b> である。	1	2	3	4	5
55. 上の車は、 <b>知的</b> である。	1	2	3	4	5
56. 上の車は、 <b>面白い</b> 。	1	2	3	4	5
57. 上の車は、 <b>リーダーシップ</b> がある。	1	2	3	4	5
58. 上の車は、 <b>快活</b> である。	1	2	3	4	5
59. 上の車は、 <b>けばけばしい</b> 。	1	2	3	4	5
60. 上の車は、 <b>忠実</b> である。	1	2	3	4	5



**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

61. 上の車は、 <b>男らしい</b> 。	1	2	3	4	5
62. 上の車は、 <b>大人っぽい</b> 。	1	2	3	4	5
63. 上の車は、 <b>やる気</b> がある。	1	2	3	4	5
64. 上の車は、 <b>生真面目</b> である。	1	2	3	4	5
65. 上の車は、 <b>非協力的</b> である。	1	2	3	4	5
66. 上の車は、 <b>協調性</b> がある。	1	2	3	4	5
67. 上の車は、 <b>風変わり</b> である。	1	2	3	4	5
68. 上の車は、 <b>古風</b> である。	1	2	3	4	5
69. 上の車は、 <b>独創的</b> である。	1	2	3	4	5
70. 上の車は、 <b>アウトドア派</b> である。	1	2	3	4	5
71. 上の車は、 <b>社交的</b> である。	1	2	3	4	5
72. 上の車は、 <b>愛国心</b> が強い。	1	2	3	4	5
73. 上の車は、 <b>現実的</b> である。	1	2	3	4	5
74. 上の車は、 <b>ありきたり</b> である。	1	2	3	4	5
75. 上の車は、 <b>うぬぼれている</b> 。	1	2	3	4	5
76. 上の車は、 <b>誇り高い</b> 。	1	2	3	4	5
77. 上の車は、 <b>挑発的</b> である。	1	2	3	4	5
78. 上の車は、 <b>真心</b> がある。	1	2	3	4	5
79. 上の車は、 <b>頼りになる</b> 。	1	2	3	4	5
80. 上の車は、 <b>責任感</b> がある。	1	2	3	4	5

**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

61. 上の車は、 <b>男らしい</b> 。	1	2	3	4	5
62. 上の車は、 <b>大人っぽい</b> 。	1	2	3	4	5
63. 上の車は、 <b>やる気</b> がある。	1	2	3	4	5
64. 上の車は、 <b>生真面目</b> である。	1	2	3	4	5
65. 上の車は、 <b>非協力的</b> である。	1	2	3	4	5
66. 上の車は、 <b>協調性</b> がある。	1	2	3	4	5
67. 上の車は、 <b>風変わり</b> である。	1	2	3	4	5
68. 上の車は、 <b>古風</b> である。	1	2	3	4	5
69. 上の車は、 <b>独創的</b> である。	1	2	3	4	5
70. 上の車は、 <b>アウトドア派</b> である。	1	2	3	4	5
71. 上の車は、 <b>社交的</b> である。	1	2	3	4	5
72. 上の車は、 <b>愛国心</b> が強い。	1	2	3	4	5
73. 上の車は、 <b>現実的</b> である。	1	2	3	4	5
74. 上の車は、 <b>ありきたり</b> である。	1	2	3	4	5
75. 上の車は、 <b>うぬぼれている</b> 。	1	2	3	4	5
76. 上の車は、 <b>誇り高い</b> 。	1	2	3	4	5
77. 上の車は、 <b>挑発的</b> である。	1	2	3	4	5
78. 上の車は、 <b>真心</b> がある。	1	2	3	4	5
79. 上の車は、 <b>頼りになる</b> 。	1	2	3	4	5
80. 上の車は、 <b>責任感</b> がある。	1	2	3	4	5



**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

81. 上の車は、 <b>ロマンチック</b> である。	1	2	3	4	5
82. 上の車は、 <b>無骨</b> である。	1	2	3	4	5
83. 上の車は、 <b>安全</b> である。	1	2	3	4	5
84. 上の車は、 <b>賢明</b> である。	1	2	3	4	5
85. 上の車は、 <b>情が深い</b> 。	1	2	3	4	5
86. 上の車は、 <b>真剣</b> である。	1	2	3	4	5
87. 上の車は、 <b>性的魅力</b> がある。	1	2	3	4	5
88. 上の車は、 <b>単純</b> である。	1	2	3	4	5
89. 上の車は、 <b>誠実</b> である。	1	2	3	4	5
90. 上の車は、 <b>田舎っばい</b> 。	1	2	3	4	5
91. 上の車は、 <b>人当たり</b> が良い。	1	2	3	4	5
92. 上の車は、 <b>洗練</b> されている。	1	2	3	4	5
93. 上の車は、 <b>特別</b> である。	1	2	3	4	5
94. 上の車は、 <b>元気</b> である。	1	2	3	4	5
95. 上の車は、 <b>強い</b> 。	1	2	3	4	5
96. 上の車は、 <b>成功</b> している。	1	2	3	4	5
97. 上の車は、 <b>意外性</b> がある。	1	2	3	4	5
98. 上の車は、 <b>趣</b> がある。	1	2	3	4	5
99. 上の車は、 <b>熟練</b> している。	1	2	3	4	5
100. 上の車は、 <b>思慮深い</b> 。	1	2	3	4	5



**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

81. 上の車は、 <b>ロマンチック</b> である。	1	2	3	4	5
82. 上の車は、 <b>無骨</b> である。	1	2	3	4	5
83. 上の車は、 <b>安全</b> である。	1	2	3	4	5
84. 上の車は、 <b>賢明</b> である。	1	2	3	4	5
85. 上の車は、 <b>情が深い</b> 。	1	2	3	4	5
86. 上の車は、 <b>真剣</b> である。	1	2	3	4	5
87. 上の車は、 <b>性的魅力</b> がある。	1	2	3	4	5
88. 上の車は、 <b>単純</b> である。	1	2	3	4	5
89. 上の車は、 <b>誠実</b> である。	1	2	3	4	5
90. 上の車は、 <b>田舎っばい</b> 。	1	2	3	4	5
91. 上の車は、 <b>人当たり</b> が良い。	1	2	3	4	5
92. 上の車は、 <b>洗練</b> されている。	1	2	3	4	5
93. 上の車は、 <b>特別</b> である。	1	2	3	4	5
94. 上の車は、 <b>元気</b> である。	1	2	3	4	5
95. 上の車は、 <b>強い</b> 。	1	2	3	4	5
96. 上の車は、 <b>成功</b> している。	1	2	3	4	5
97. 上の車は、 <b>意外性</b> がある。	1	2	3	4	5
98. 上の車は、 <b>趣</b> がある。	1	2	3	4	5
99. 上の車は、 <b>熟練</b> している。	1	2	3	4	5
100. 上の車は、 <b>思慮深い</b> 。	1	2	3	4	5



**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

101. 上の車は、 <b>打たれ強い</b> である。	1	2	3	4	5
102. 上の車は、 <b>伝統的</b> である。	1	2	3	4	5
103. 上の車は、 <b>流行にのっている</b> 。	1	2	3	4	5
104. 上の車は、 <b>信用</b> できる。	1	2	3	4	5
105. 上の車は、 <b>個性的</b> である。	1	2	3	4	5
106. 上の車は、 <b>今風</b> である。	1	2	3	4	5
107. 上の車は、 <b>上流</b> である。	1	2	3	4	5
108. 上の車は、 <b>都会的</b> である。	1	2	3	4	5
109. 上の車は、 <b>多才</b> である。	1	2	3	4	5
110. 上の車は、 <b>心が温かい</b> 。	1	2	3	4	5
111. 上の車は、 <b>開拓者精神</b> が良い。	1	2	3	4	5
112. 上の車は、 <b>健全</b> である。	1	2	3	4	5
113. 上の車は、 <b>抜け目のない</b> 。	1	2	3	4	5
114. 上の車は、 <b>若々しい</b> 。	1	2	3	4	5

**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

101. 上の車は、 <b>打たれ強い</b> である。	1	2	3	4	5
102. 上の車は、 <b>伝統的</b> である。	1	2	3	4	5
103. 上の車は、 <b>流行にのっている</b> 。	1	2	3	4	5
104. 上の車は、 <b>信用</b> できる。	1	2	3	4	5
105. 上の車は、 <b>個性的</b> である。	1	2	3	4	5
106. 上の車は、 <b>今風</b> である。	1	2	3	4	5
107. 上の車は、 <b>上流</b> である。	1	2	3	4	5
108. 上の車は、 <b>都会的</b> である。	1	2	3	4	5
109. 上の車は、 <b>多才</b> である。	1	2	3	4	5
110. 上の車は、 <b>心が温かい</b> 。	1	2	3	4	5
111. 上の車は、 <b>開拓者精神</b> が良い。	1	2	3	4	5
112. 上の車は、 <b>健全</b> である。	1	2	3	4	5
113. 上の車は、 <b>抜け目のない</b> 。	1	2	3	4	5
114. 上の車は、 <b>若々しい</b> 。	1	2	3	4	5

質問は以上になります。ご協力ありがとうございました！

**Appendix 1-5 Questionnaire of Study 1  
(Slanted x Downturned & Round x Horizontal)**

# 製品デザインに関するアンケート

ご挨拶

私たちは現在、三田祭に向けて論文の執筆を行っております。本調査はその一環として、「人の顔」と類似した製品デザインから受ける印象に関する消費者データを集計するものであり、皆様にご意見をお伺いしております。お伺いさせていただきましたご意見は、学術的な目的の元、統計上の数値として集計致しますので、皆様の情報が外部に漏れることは一切ございません。また、本調査の結果につきましては、小野晃典研究会のホームページにてご報告できればと考えております。ご多忙中大変恐縮ではございますが、ご協力の程よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会 第12期 英語論文チーム  
平嶋 荒井 伊藤 梶田  
<http://news.fbc.keio.ac.jp/~onosemi/>



**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

1. 上の車は、 <b>活動的</b> である。	1	2	3	4	5
2. 上の車は、 <b>冒険好き</b> である。	1	2	3	4	5
3. 上の車は、 <b>年を取らない</b> 。	1	2	3	4	5
4. 上の車は、 <b>積極的</b> である。	1	2	3	4	5
5. 上の車は、 <b>アメリカ（車）</b> っぽい。	1	2	3	4	5
6. 上の車は、 <b>芸術家</b> っぽい。	1	2	3	4	5
7. 上の車は、 <b>スポーツマン</b> っぽい。	1	2	3	4	5
8. 上の車は、 <b>平均的</b> である。	1	2	3	4	5
9. 上の車は、 <b>標準的</b> である。	1	2	3	4	5
10. 上の車は、 <b>寛大</b> である。	1	2	3	4	5
11. 上の車は、 <b>活動的</b> である。	1	2	3	4	5
12. 上の車は、 <b>力仕事</b> をしていそうである。	1	2	3	4	5
13. 上の車は、 <b>お気楽</b> である。	1	2	3	4	5
14. 上の車は、 <b>用心深い</b> である。	1	2	3	4	5
15. 上の車は、 <b>気遣い</b> ができる。	1	2	3	4	5
16. 上の車は、 <b>魅力的</b> である。	1	2	3	4	5
17. 上の車は、 <b>明るい</b> 。	1	2	3	4	5
18. 上の車は、 <b>容姿が整っている</b> 。	1	2	3	4	5
19. 上の車は、 <b>自信</b> がある。	1	2	3	4	5
20. 上の車は、 <b>保守的</b> である。	1	2	3	4	5

**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

1. 上の車は、 <b>活動的</b> である。	1	2	3	4	5
2. 上の車は、 <b>冒険好き</b> である。	1	2	3	4	5
3. 上の車は、 <b>年を取らない</b> 。	1	2	3	4	5
4. 上の車は、 <b>積極的</b> である。	1	2	3	4	5
5. 上の車は、 <b>アメリカ（車）</b> っぽい。	1	2	3	4	5
6. 上の車は、 <b>芸術家</b> っぽい。	1	2	3	4	5
7. 上の車は、 <b>スポーツマン</b> っぽい。	1	2	3	4	5
8. 上の車は、 <b>平均的</b> である。	1	2	3	4	5
9. 上の車は、 <b>標準的</b> である。	1	2	3	4	5
10. 上の車は、 <b>寛大</b> である。	1	2	3	4	5
11. 上の車は、 <b>活動的</b> である。	1	2	3	4	5
12. 上の車は、 <b>力仕事</b> をしていそうである。	1	2	3	4	5
13. 上の車は、 <b>お気楽</b> である。	1	2	3	4	5
14. 上の車は、 <b>用心深い</b> である。	1	2	3	4	5
15. 上の車は、 <b>気遣い</b> ができる。	1	2	3	4	5
16. 上の車は、 <b>魅力的</b> である。	1	2	3	4	5
17. 上の車は、 <b>明るい</b> 。	1	2	3	4	5
18. 上の車は、 <b>容姿が整っている</b> 。	1	2	3	4	5
19. 上の車は、 <b>自信</b> がある。	1	2	3	4	5
20. 上の車は、 <b>保守的</b> である。	1	2	3	4	5



**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

21. 上の車は、 <b>筋が通っている。</b>	1	2	3	4	5
22. 上の車は、 <b>現代的</b> である。	1	2	3	4	5
23. 上の車は、 <b>平凡</b> である。	1	2	3	4	5
24. 上の車は、 <b>カッコいい。</b>	1	2	3	4	5
25. 上の車は、 <b>協力的</b> である。	1	2	3	4	5
26. 上の車は、 <b>大胆</b> である。	1	2	3	4	5
27. 上の車は、 <b>信頼</b> できる。	1	2	3	4	5
28. 上の車は、 <b>家族好き</b> である。	1	2	3	4	5
29. 上の車は、 <b>堅実</b> である。	1	2	3	4	5
30. 上の車は、 <b>有能</b> である。	1	2	3	4	5
31. 上の車は、 <b>官能的</b> である。	1	2	3	4	5
32. 上の車は、 <b>道徳的</b> である。	1	2	3	4	5
33. 上の車は、 <b>刺激的</b> である。	1	2	3	4	5
34. 上の車は、 <b>家庭的</b> である。	1	2	3	4	5
35. 上の車は、 <b>オシャレ</b> である。	1	2	3	4	5
36. 上の車は、 <b>女性らしい。</b>	1	2	3	4	5
37. 上の車は、 <b>派手</b> である。	1	2	3	4	5
38. 上の車は、 <b>柔軟性</b> がある。	1	2	3	4	5
39. 上の車は、 <b>親しみやすい。</b>	1	2	3	4	5
40. 上の車は、 <b>楽しい。</b>	1	2	3	4	5



**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

21. 上の車は、 <b>筋が通っている。</b>	1	2	3	4	5
22. 上の車は、 <b>現代的</b> である。	1	2	3	4	5
23. 上の車は、 <b>平凡</b> である。	1	2	3	4	5
24. 上の車は、 <b>カッコいい。</b>	1	2	3	4	5
25. 上の車は、 <b>協力的</b> である。	1	2	3	4	5
26. 上の車は、 <b>大胆</b> である。	1	2	3	4	5
27. 上の車は、 <b>信頼</b> できる。	1	2	3	4	5
28. 上の車は、 <b>家族好き</b> である。	1	2	3	4	5
29. 上の車は、 <b>堅実</b> である。	1	2	3	4	5
30. 上の車は、 <b>有能</b> である。	1	2	3	4	5
31. 上の車は、 <b>官能的</b> である。	1	2	3	4	5
32. 上の車は、 <b>道徳的</b> である。	1	2	3	4	5
33. 上の車は、 <b>刺激的</b> である。	1	2	3	4	5
34. 上の車は、 <b>家庭的</b> である。	1	2	3	4	5
35. 上の車は、 <b>オシャレ</b> である。	1	2	3	4	5
36. 上の車は、 <b>女性らしい。</b>	1	2	3	4	5
37. 上の車は、 <b>派手</b> である。	1	2	3	4	5
38. 上の車は、 <b>柔軟性</b> がある。	1	2	3	4	5
39. 上の車は、 <b>親しみやすい。</b>	1	2	3	4	5
40. 上の車は、 <b>楽しい。</b>	1	2	3	4	5



**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

41. 上の車は、 <b>穏やか</b> である。	1	2	3	4	5
42. 上の車は、 <b>純粋</b> である。	1	2	3	4	5
43. 上の車は、 <b>魅力的</b> である。	1	2	3	4	5
44. 上の車は、 <b>顔立ちが良い</b> 。	1	2	3	4	5
45. 上の車は、 <b>幸せそう</b> である。	1	2	3	4	5
46. 上の車は、 <b>勤勉</b> である。	1	2	3	4	5
47. 上の車は、 <b>健康</b> できる。	1	2	3	4	5
48. 上の車は、 <b>面倒見が良い</b> 。	1	2	3	4	5
49. 上の車は、 <b>正直</b> である。	1	2	3	4	5
50. 上の車は、 <b>ユーモア</b> がある。	1	2	3	4	5
51. 上の車は、 <b>想像力豊か</b> である。	1	2	3	4	5
52. 上の車は、 <b>自立</b> している。	1	2	3	4	5
53. 上の車は、 <b>影響力</b> がある。	1	2	3	4	5
54. 上の車は、 <b>革新的</b> である。	1	2	3	4	5
55. 上の車は、 <b>知的</b> である。	1	2	3	4	5
56. 上の車は、 <b>面白い</b> 。	1	2	3	4	5
57. 上の車は、 <b>リーダーシップ</b> がある。	1	2	3	4	5
58. 上の車は、 <b>快活</b> である。	1	2	3	4	5
59. 上の車は、 <b>けばけばしい</b> 。	1	2	3	4	5
60. 上の車は、 <b>忠実</b> である。	1	2	3	4	5

**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

41. 上の車は、 <b>穏やか</b> である。	1	2	3	4	5
42. 上の車は、 <b>純粋</b> である。	1	2	3	4	5
43. 上の車は、 <b>魅力的</b> である。	1	2	3	4	5
44. 上の車は、 <b>顔立ちが良い</b> 。	1	2	3	4	5
45. 上の車は、 <b>幸せそう</b> である。	1	2	3	4	5
46. 上の車は、 <b>勤勉</b> である。	1	2	3	4	5
47. 上の車は、 <b>健康</b> できる。	1	2	3	4	5
48. 上の車は、 <b>面倒見が良い</b> 。	1	2	3	4	5
49. 上の車は、 <b>正直</b> である。	1	2	3	4	5
50. 上の車は、 <b>ユーモア</b> がある。	1	2	3	4	5
51. 上の車は、 <b>想像力豊か</b> である。	1	2	3	4	5
52. 上の車は、 <b>自立</b> している。	1	2	3	4	5
53. 上の車は、 <b>影響力</b> がある。	1	2	3	4	5
54. 上の車は、 <b>革新的</b> である。	1	2	3	4	5
55. 上の車は、 <b>知的</b> である。	1	2	3	4	5
56. 上の車は、 <b>面白い</b> 。	1	2	3	4	5
57. 上の車は、 <b>リーダーシップ</b> がある。	1	2	3	4	5
58. 上の車は、 <b>快活</b> である。	1	2	3	4	5
59. 上の車は、 <b>けばけばしい</b> 。	1	2	3	4	5
60. 上の車は、 <b>忠実</b> である。	1	2	3	4	5



上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう  
思わない

非常にそう  
思う

61. 上の車は、 <b>男らしい</b> 。	1	2	3	4	5
62. 上の車は、 <b>大人っぽい</b> 。	1	2	3	4	5
63. 上の車は、 <b>やる気</b> がある。	1	2	3	4	5
64. 上の車は、 <b>生真面目</b> である。	1	2	3	4	5
65. 上の車は、 <b>非協力的</b> である。	1	2	3	4	5
66. 上の車は、 <b>協調性</b> がある。	1	2	3	4	5
67. 上の車は、 <b>風変わり</b> である。	1	2	3	4	5
68. 上の車は、 <b>古風</b> である。	1	2	3	4	5
69. 上の車は、 <b>独創的</b> である。	1	2	3	4	5
70. 上の車は、 <b>アウトドア派</b> である。	1	2	3	4	5
71. 上の車は、 <b>社交的</b> である。	1	2	3	4	5
72. 上の車は、 <b>愛国心</b> が強い。	1	2	3	4	5
73. 上の車は、 <b>現実的</b> である。	1	2	3	4	5
74. 上の車は、 <b>ありきたり</b> である。	1	2	3	4	5
75. 上の車は、 <b>うぬぼれて</b> いる。	1	2	3	4	5
76. 上の車は、 <b>誇り高い</b> 。	1	2	3	4	5
77. 上の車は、 <b>挑発的</b> である。	1	2	3	4	5
78. 上の車は、 <b>真心</b> がある。	1	2	3	4	5
79. 上の車は、 <b>頼りになる</b> 。	1	2	3	4	5
80. 上の車は、 <b>責任感</b> がある。	1	2	3	4	5



上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう  
思わない

非常にそう  
思う

61. 上の車は、 <b>男らしい</b> 。	1	2	3	4	5
62. 上の車は、 <b>大人っぽい</b> 。	1	2	3	4	5
63. 上の車は、 <b>やる気</b> がある。	1	2	3	4	5
64. 上の車は、 <b>生真面目</b> である。	1	2	3	4	5
65. 上の車は、 <b>非協力的</b> である。	1	2	3	4	5
66. 上の車は、 <b>協調性</b> がある。	1	2	3	4	5
67. 上の車は、 <b>風変わり</b> である。	1	2	3	4	5
68. 上の車は、 <b>古風</b> である。	1	2	3	4	5
69. 上の車は、 <b>独創的</b> である。	1	2	3	4	5
70. 上の車は、 <b>アウトドア派</b> である。	1	2	3	4	5
71. 上の車は、 <b>社交的</b> である。	1	2	3	4	5
72. 上の車は、 <b>愛国心</b> が強い。	1	2	3	4	5
73. 上の車は、 <b>現実的</b> である。	1	2	3	4	5
74. 上の車は、 <b>ありきたり</b> である。	1	2	3	4	5
75. 上の車は、 <b>うぬぼれて</b> いる。	1	2	3	4	5
76. 上の車は、 <b>誇り高い</b> 。	1	2	3	4	5
77. 上の車は、 <b>挑発的</b> である。	1	2	3	4	5
78. 上の車は、 <b>真心</b> がある。	1	2	3	4	5
79. 上の車は、 <b>頼りになる</b> 。	1	2	3	4	5
80. 上の車は、 <b>責任感</b> がある。	1	2	3	4	5



**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

81. 上の車は、 <b>ロマンチック</b> である。	1	2	3	4	5
82. 上の車は、 <b>無骨</b> である。	1	2	3	4	5
83. 上の車は、 <b>安全</b> である。	1	2	3	4	5
84. 上の車は、 <b>賢明</b> である。	1	2	3	4	5
85. 上の車は、 <b>情が深い</b> 。	1	2	3	4	5
86. 上の車は、 <b>真剣</b> である。	1	2	3	4	5
87. 上の車は、 <b>性的魅力</b> がある。	1	2	3	4	5
88. 上の車は、 <b>単純</b> である。	1	2	3	4	5
89. 上の車は、 <b>誠実</b> である。	1	2	3	4	5
90. 上の車は、 <b>田舎っばい</b> 。	1	2	3	4	5
91. 上の車は、 <b>人当たり</b> が良い。	1	2	3	4	5
92. 上の車は、 <b>洗練</b> されている。	1	2	3	4	5
93. 上の車は、 <b>特別</b> である。	1	2	3	4	5
94. 上の車は、 <b>元気</b> である。	1	2	3	4	5
95. 上の車は、 <b>強い</b> 。	1	2	3	4	5
96. 上の車は、 <b>成功</b> している。	1	2	3	4	5
97. 上の車は、 <b>意外性</b> がある。	1	2	3	4	5
98. 上の車は、 <b>趣</b> がある。	1	2	3	4	5
99. 上の車は、 <b>熟練</b> している。	1	2	3	4	5
100. 上の車は、 <b>思慮深い</b> 。	1	2	3	4	5

**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

81. 上の車は、 <b>ロマンチック</b> である。	1	2	3	4	5
82. 上の車は、 <b>無骨</b> である。	1	2	3	4	5
83. 上の車は、 <b>安全</b> である。	1	2	3	4	5
84. 上の車は、 <b>賢明</b> である。	1	2	3	4	5
85. 上の車は、 <b>情が深い</b> 。	1	2	3	4	5
86. 上の車は、 <b>真剣</b> である。	1	2	3	4	5
87. 上の車は、 <b>性的魅力</b> がある。	1	2	3	4	5
88. 上の車は、 <b>単純</b> である。	1	2	3	4	5
89. 上の車は、 <b>誠実</b> である。	1	2	3	4	5
90. 上の車は、 <b>田舎っばい</b> 。	1	2	3	4	5
91. 上の車は、 <b>人当たり</b> が良い。	1	2	3	4	5
92. 上の車は、 <b>洗練</b> されている。	1	2	3	4	5
93. 上の車は、 <b>特別</b> である。	1	2	3	4	5
94. 上の車は、 <b>元気</b> である。	1	2	3	4	5
95. 上の車は、 <b>強い</b> 。	1	2	3	4	5
96. 上の車は、 <b>成功</b> している。	1	2	3	4	5
97. 上の車は、 <b>意外性</b> がある。	1	2	3	4	5
98. 上の車は、 <b>趣</b> がある。	1	2	3	4	5
99. 上の車は、 <b>熟練</b> している。	1	2	3	4	5
100. 上の車は、 <b>思慮深い</b> 。	1	2	3	4	5



**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう  
思わない

非常に  
そう思う

101. 上の車は、 <b>打たれ強い</b> である。	1	2	3	4	5
102. 上の車は、 <b>伝統的</b> である。	1	2	3	4	5
103. 上の車は、 <b>流行にのっている</b> 。	1	2	3	4	5
104. 上の車は、 <b>信用</b> できる。	1	2	3	4	5
105. 上の車は、 <b>個性的</b> である。	1	2	3	4	5
106. 上の車は、 <b>今風</b> である。	1	2	3	4	5
107. 上の車は、 <b>上流</b> である。	1	2	3	4	5
108. 上の車は、 <b>都会的</b> である。	1	2	3	4	5
109. 上の車は、 <b>多才</b> である。	1	2	3	4	5
110. 上の車は、 <b>心が温かい</b> 。	1	2	3	4	5
111. 上の車は、 <b>開拓者精神</b> が良い。	1	2	3	4	5
112. 上の車は、 <b>健全</b> である。	1	2	3	4	5
113. 上の車は、 <b>抜け目のない</b> 。	1	2	3	4	5
114. 上の車は、 <b>若々しい</b> 。	1	2	3	4	5



**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう  
思わない

非常に  
そう思う

101. 上の車は、 <b>打たれ強い</b> である。	1	2	3	4	5
102. 上の車は、 <b>伝統的</b> である。	1	2	3	4	5
103. 上の車は、 <b>流行にのっている</b> 。	1	2	3	4	5
104. 上の車は、 <b>信用</b> できる。	1	2	3	4	5
105. 上の車は、 <b>個性的</b> である。	1	2	3	4	5
106. 上の車は、 <b>今風</b> である。	1	2	3	4	5
107. 上の車は、 <b>上流</b> である。	1	2	3	4	5
108. 上の車は、 <b>都会的</b> である。	1	2	3	4	5
109. 上の車は、 <b>多才</b> である。	1	2	3	4	5
110. 上の車は、 <b>心が温かい</b> 。	1	2	3	4	5
111. 上の車は、 <b>開拓者精神</b> が良い。	1	2	3	4	5
112. 上の車は、 <b>健全</b> である。	1	2	3	4	5
113. 上の車は、 <b>抜け目のない</b> 。	1	2	3	4	5
114. 上の車は、 <b>若々しい</b> 。	1	2	3	4	5

質問は以上になります。ご協力ありがとうございました！

**Appendix 1-6 Questionnaire of Study 1**  
**(Round x Downturned & Slanted x Horizontal)**

# 製品デザインに関するアンケート

ご挨拶

私たちは現在、三田祭に向けて論文の執筆を行っております。本調査はその一環として、「人の顔」と類似した製品デザインから受ける印象に関する消費者データを集計するものであり、皆様にご意見をお伺いしております。お伺いさせていただきましたご意見は、学術的な目的の元、統計上の数値として集計致しますので、皆様の情報が外部に漏れることは一切ございません。また、本調査の結果につきましては、小野晃典研究会のホームページにてご報告できればと考えております。ご多忙中大変恐縮ではございますが、ご協力の程よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会 第12期 英語論文チーム  
平嶋 荒井 伊藤 梶田  
<http://news.fbc.keio.ac.jp/~onosemi/>



**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

1. 上の車は、 <b>活動的</b> である。	1	2	3	4	5
2. 上の車は、 <b>冒険好き</b> である。	1	2	3	4	5
3. 上の車は、 <b>年を取らない</b> 。	1	2	3	4	5
4. 上の車は、 <b>積極的</b> である。	1	2	3	4	5
5. 上の車は、 <b>アメリカ(車)</b> っぽい。	1	2	3	4	5
6. 上の車は、 <b>芸術家</b> っぽい。	1	2	3	4	5
7. 上の車は、 <b>スポーツマン</b> っぽい。	1	2	3	4	5
8. 上の車は、 <b>平均的</b> である。	1	2	3	4	5
9. 上の車は、 <b>標準的</b> である。	1	2	3	4	5
10. 上の車は、 <b>寛大</b> である。	1	2	3	4	5
11. 上の車は、 <b>活動的</b> である。	1	2	3	4	5
12. 上の車は、 <b>力仕事</b> をしていそうである。	1	2	3	4	5
13. 上の車は、 <b>お気楽</b> である。	1	2	3	4	5
14. 上の車は、 <b>用心深い</b> である。	1	2	3	4	5
15. 上の車は、 <b>気遣い</b> ができる。	1	2	3	4	5
16. 上の車は、 <b>魅力的</b> である。	1	2	3	4	5
17. 上の車は、 <b>明るい</b> 。	1	2	3	4	5
18. 上の車は、 <b>容姿が整っている</b> 。	1	2	3	4	5
19. 上の車は、 <b>自信</b> がある。	1	2	3	4	5
20. 上の車は、 <b>保守的</b> である。	1	2	3	4	5



**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

1. 上の車は、 <b>活動的</b> である。	1	2	3	4	5
2. 上の車は、 <b>冒険好き</b> である。	1	2	3	4	5
3. 上の車は、 <b>年を取らない</b> 。	1	2	3	4	5
4. 上の車は、 <b>積極的</b> である。	1	2	3	4	5
5. 上の車は、 <b>アメリカ(車)</b> っぽい。	1	2	3	4	5
6. 上の車は、 <b>芸術家</b> っぽい。	1	2	3	4	5
7. 上の車は、 <b>スポーツマン</b> っぽい。	1	2	3	4	5
8. 上の車は、 <b>平均的</b> である。	1	2	3	4	5
9. 上の車は、 <b>標準的</b> である。	1	2	3	4	5
10. 上の車は、 <b>寛大</b> である。	1	2	3	4	5
11. 上の車は、 <b>活動的</b> である。	1	2	3	4	5
12. 上の車は、 <b>力仕事</b> をしていそうである。	1	2	3	4	5
13. 上の車は、 <b>お気楽</b> である。	1	2	3	4	5
14. 上の車は、 <b>用心深い</b> である。	1	2	3	4	5
15. 上の車は、 <b>気遣い</b> ができる。	1	2	3	4	5
16. 上の車は、 <b>魅力的</b> である。	1	2	3	4	5
17. 上の車は、 <b>明るい</b> 。	1	2	3	4	5
18. 上の車は、 <b>容姿が整っている</b> 。	1	2	3	4	5
19. 上の車は、 <b>自信</b> がある。	1	2	3	4	5
20. 上の車は、 <b>保守的</b> である。	1	2	3	4	5



**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

21. 上の車は、 <b>筋が通っている。</b>	1	2	3	4	5
22. 上の車は、 <b>現代的</b> である。	1	2	3	4	5
23. 上の車は、 <b>平凡</b> である。	1	2	3	4	5
24. 上の車は、 <b>カッコいい。</b>	1	2	3	4	5
25. 上の車は、 <b>協力的</b> である。	1	2	3	4	5
26. 上の車は、 <b>大胆</b> である。	1	2	3	4	5
27. 上の車は、 <b>信頼</b> できる。	1	2	3	4	5
28. 上の車は、 <b>家族好き</b> である。	1	2	3	4	5
29. 上の車は、 <b>堅実</b> である。	1	2	3	4	5
30. 上の車は、 <b>有能</b> である。	1	2	3	4	5
31. 上の車は、 <b>官能的</b> である。	1	2	3	4	5
32. 上の車は、 <b>道徳的</b> である。	1	2	3	4	5
33. 上の車は、 <b>刺激的</b> である。	1	2	3	4	5
34. 上の車は、 <b>家庭的</b> である。	1	2	3	4	5
35. 上の車は、 <b>オシャレ</b> である。	1	2	3	4	5
36. 上の車は、 <b>女性らしい。</b>	1	2	3	4	5
37. 上の車は、 <b>派手</b> である。	1	2	3	4	5
38. 上の車は、 <b>柔軟性</b> がある。	1	2	3	4	5
39. 上の車は、 <b>親しみやすい。</b>	1	2	3	4	5
40. 上の車は、 <b>楽しい。</b>	1	2	3	4	5

**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

21. 上の車は、 <b>筋が通っている。</b>	1	2	3	4	5
22. 上の車は、 <b>現代的</b> である。	1	2	3	4	5
23. 上の車は、 <b>平凡</b> である。	1	2	3	4	5
24. 上の車は、 <b>カッコいい。</b>	1	2	3	4	5
25. 上の車は、 <b>協力的</b> である。	1	2	3	4	5
26. 上の車は、 <b>大胆</b> である。	1	2	3	4	5
27. 上の車は、 <b>信頼</b> できる。	1	2	3	4	5
28. 上の車は、 <b>家族好き</b> である。	1	2	3	4	5
29. 上の車は、 <b>堅実</b> である。	1	2	3	4	5
30. 上の車は、 <b>有能</b> である。	1	2	3	4	5
31. 上の車は、 <b>官能的</b> である。	1	2	3	4	5
32. 上の車は、 <b>道徳的</b> である。	1	2	3	4	5
33. 上の車は、 <b>刺激的</b> である。	1	2	3	4	5
34. 上の車は、 <b>家庭的</b> である。	1	2	3	4	5
35. 上の車は、 <b>オシャレ</b> である。	1	2	3	4	5
36. 上の車は、 <b>女性らしい。</b>	1	2	3	4	5
37. 上の車は、 <b>派手</b> である。	1	2	3	4	5
38. 上の車は、 <b>柔軟性</b> がある。	1	2	3	4	5
39. 上の車は、 <b>親しみやすい。</b>	1	2	3	4	5
40. 上の車は、 <b>楽しい。</b>	1	2	3	4	5



**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

41. 上の車は、 <b>穏やか</b> である。	1	2	3	4	5
42. 上の車は、 <b>純粋</b> である。	1	2	3	4	5
43. 上の車は、 <b>魅力的</b> である。	1	2	3	4	5
44. 上の車は、 <b>顔立ちが良い</b> 。	1	2	3	4	5
45. 上の車は、 <b>幸せそう</b> である。	1	2	3	4	5
46. 上の車は、 <b>勤勉</b> である。	1	2	3	4	5
47. 上の車は、 <b>健康</b> できる。	1	2	3	4	5
48. 上の車は、 <b>面倒見が良い</b> 。	1	2	3	4	5
49. 上の車は、 <b>正直</b> である。	1	2	3	4	5
50. 上の車は、 <b>ユーモア</b> がある。	1	2	3	4	5
51. 上の車は、 <b>想像力豊か</b> である。	1	2	3	4	5
52. 上の車は、 <b>自立</b> している。	1	2	3	4	5
53. 上の車は、 <b>影響力</b> がある。	1	2	3	4	5
54. 上の車は、 <b>革新的</b> である。	1	2	3	4	5
55. 上の車は、 <b>知的</b> である。	1	2	3	4	5
56. 上の車は、 <b>面白い</b> 。	1	2	3	4	5
57. 上の車は、 <b>リーダーシップ</b> がある。	1	2	3	4	5
58. 上の車は、 <b>快活</b> である。	1	2	3	4	5
59. 上の車は、 <b>けばけばしい</b> 。	1	2	3	4	5
60. 上の車は、 <b>忠実</b> である。	1	2	3	4	5



**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

41. 上の車は、 <b>穏やか</b> である。	1	2	3	4	5
42. 上の車は、 <b>純粋</b> である。	1	2	3	4	5
43. 上の車は、 <b>魅力的</b> である。	1	2	3	4	5
44. 上の車は、 <b>顔立ちが良い</b> 。	1	2	3	4	5
45. 上の車は、 <b>幸せそう</b> である。	1	2	3	4	5
46. 上の車は、 <b>勤勉</b> である。	1	2	3	4	5
47. 上の車は、 <b>健康</b> できる。	1	2	3	4	5
48. 上の車は、 <b>面倒見が良い</b> 。	1	2	3	4	5
49. 上の車は、 <b>正直</b> である。	1	2	3	4	5
50. 上の車は、 <b>ユーモア</b> がある。	1	2	3	4	5
51. 上の車は、 <b>想像力豊か</b> である。	1	2	3	4	5
52. 上の車は、 <b>自立</b> している。	1	2	3	4	5
53. 上の車は、 <b>影響力</b> がある。	1	2	3	4	5
54. 上の車は、 <b>革新的</b> である。	1	2	3	4	5
55. 上の車は、 <b>知的</b> である。	1	2	3	4	5
56. 上の車は、 <b>面白い</b> 。	1	2	3	4	5
57. 上の車は、 <b>リーダーシップ</b> がある。	1	2	3	4	5
58. 上の車は、 <b>快活</b> である。	1	2	3	4	5
59. 上の車は、 <b>けばけばしい</b> 。	1	2	3	4	5
60. 上の車は、 <b>忠実</b> である。	1	2	3	4	5



**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

61. 上の車は、 <b>男らしい</b> 。	1	2	3	4	5
62. 上の車は、 <b>大人っぽい</b> 。	1	2	3	4	5
63. 上の車は、 <b>やる気</b> がある。	1	2	3	4	5
64. 上の車は、 <b>生真面目</b> である。	1	2	3	4	5
65. 上の車は、 <b>非協力的</b> である。	1	2	3	4	5
66. 上の車は、 <b>協調性</b> がある。	1	2	3	4	5
67. 上の車は、 <b>風変わり</b> である。	1	2	3	4	5
68. 上の車は、 <b>古風</b> である。	1	2	3	4	5
69. 上の車は、 <b>独創的</b> である。	1	2	3	4	5
70. 上の車は、 <b>アウトドア派</b> である。	1	2	3	4	5
71. 上の車は、 <b>社交的</b> である。	1	2	3	4	5
72. 上の車は、 <b>愛国心</b> が強い。	1	2	3	4	5
73. 上の車は、 <b>現実的</b> である。	1	2	3	4	5
74. 上の車は、 <b>ありきたり</b> である。	1	2	3	4	5
75. 上の車は、 <b>うぬぼれている</b> 。	1	2	3	4	5
76. 上の車は、 <b>誇り高い</b> 。	1	2	3	4	5
77. 上の車は、 <b>挑発的</b> である。	1	2	3	4	5
78. 上の車は、 <b>真心</b> がある。	1	2	3	4	5
79. 上の車は、 <b>頼りになる</b> 。	1	2	3	4	5
80. 上の車は、 <b>責任感</b> がある。	1	2	3	4	5



**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

61. 上の車は、 <b>男らしい</b> 。	1	2	3	4	5
62. 上の車は、 <b>大人っぽい</b> 。	1	2	3	4	5
63. 上の車は、 <b>やる気</b> がある。	1	2	3	4	5
64. 上の車は、 <b>生真面目</b> である。	1	2	3	4	5
65. 上の車は、 <b>非協力的</b> である。	1	2	3	4	5
66. 上の車は、 <b>協調性</b> がある。	1	2	3	4	5
67. 上の車は、 <b>風変わり</b> である。	1	2	3	4	5
68. 上の車は、 <b>古風</b> である。	1	2	3	4	5
69. 上の車は、 <b>独創的</b> である。	1	2	3	4	5
70. 上の車は、 <b>アウトドア派</b> である。	1	2	3	4	5
71. 上の車は、 <b>社交的</b> である。	1	2	3	4	5
72. 上の車は、 <b>愛国心</b> が強い。	1	2	3	4	5
73. 上の車は、 <b>現実的</b> である。	1	2	3	4	5
74. 上の車は、 <b>ありきたり</b> である。	1	2	3	4	5
75. 上の車は、 <b>うぬぼれている</b> 。	1	2	3	4	5
76. 上の車は、 <b>誇り高い</b> 。	1	2	3	4	5
77. 上の車は、 <b>挑発的</b> である。	1	2	3	4	5
78. 上の車は、 <b>真心</b> がある。	1	2	3	4	5
79. 上の車は、 <b>頼りになる</b> 。	1	2	3	4	5
80. 上の車は、 <b>責任感</b> がある。	1	2	3	4	5



上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう  
思わない

非常にそう  
思う

81. 上の車は、 <b>ロマンチック</b> である。	1	2	3	4	5
82. 上の車は、 <b>無骨</b> である。	1	2	3	4	5
83. 上の車は、 <b>安全</b> である。	1	2	3	4	5
84. 上の車は、 <b>賢明</b> である。	1	2	3	4	5
85. 上の車は、 <b>情が深い</b> 。	1	2	3	4	5
86. 上の車は、 <b>真剣</b> である。	1	2	3	4	5
87. 上の車は、 <b>性的魅力</b> がある。	1	2	3	4	5
88. 上の車は、 <b>単純</b> である。	1	2	3	4	5
89. 上の車は、 <b>誠実</b> である。	1	2	3	4	5
90. 上の車は、 <b>田舎っばい</b> 。	1	2	3	4	5
91. 上の車は、 <b>人当たり</b> が良い。	1	2	3	4	5
92. 上の車は、 <b>洗練</b> されている。	1	2	3	4	5
93. 上の車は、 <b>特別</b> である。	1	2	3	4	5
94. 上の車は、 <b>元気</b> である。	1	2	3	4	5
95. 上の車は、 <b>強い</b> 。	1	2	3	4	5
96. 上の車は、 <b>成功</b> している。	1	2	3	4	5
97. 上の車は、 <b>意外性</b> がある。	1	2	3	4	5
98. 上の車は、 <b>趣</b> がある。	1	2	3	4	5
99. 上の車は、 <b>熟練</b> している。	1	2	3	4	5
100. 上の車は、 <b>思慮深い</b> 。	1	2	3	4	5



上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう  
思わない

非常にそう  
思う

81. 上の車は、 <b>ロマンチック</b> である。	1	2	3	4	5
82. 上の車は、 <b>無骨</b> である。	1	2	3	4	5
83. 上の車は、 <b>安全</b> である。	1	2	3	4	5
84. 上の車は、 <b>賢明</b> である。	1	2	3	4	5
85. 上の車は、 <b>情が深い</b> 。	1	2	3	4	5
86. 上の車は、 <b>真剣</b> である。	1	2	3	4	5
87. 上の車は、 <b>性的魅力</b> がある。	1	2	3	4	5
88. 上の車は、 <b>単純</b> である。	1	2	3	4	5
89. 上の車は、 <b>誠実</b> である。	1	2	3	4	5
90. 上の車は、 <b>田舎っばい</b> 。	1	2	3	4	5
91. 上の車は、 <b>人当たり</b> が良い。	1	2	3	4	5
92. 上の車は、 <b>洗練</b> されている。	1	2	3	4	5
93. 上の車は、 <b>特別</b> である。	1	2	3	4	5
94. 上の車は、 <b>元気</b> である。	1	2	3	4	5
95. 上の車は、 <b>強い</b> 。	1	2	3	4	5
96. 上の車は、 <b>成功</b> している。	1	2	3	4	5
97. 上の車は、 <b>意外性</b> がある。	1	2	3	4	5
98. 上の車は、 <b>趣</b> がある。	1	2	3	4	5
99. 上の車は、 <b>熟練</b> している。	1	2	3	4	5
100. 上の車は、 <b>思慮深い</b> 。	1	2	3	4	5



**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

101. 上の車は、 <b>打たれ強い</b> である。	1	2	3	4	5
102. 上の車は、 <b>伝統的</b> である。	1	2	3	4	5
103. 上の車は、 <b>流行にのっている</b> 。	1	2	3	4	5
104. 上の車は、 <b>信用</b> できる。	1	2	3	4	5
105. 上の車は、 <b>個性的</b> である。	1	2	3	4	5
106. 上の車は、 <b>今風</b> である。	1	2	3	4	5
107. 上の車は、 <b>上流</b> である。	1	2	3	4	5
108. 上の車は、 <b>都会的</b> である。	1	2	3	4	5
109. 上の車は、 <b>多才</b> である。	1	2	3	4	5
110. 上の車は、 <b>心が温かい</b> 。	1	2	3	4	5
111. 上の車は、 <b>開拓者精神</b> が良い。	1	2	3	4	5
112. 上の車は、 <b>健全</b> である。	1	2	3	4	5
113. 上の車は、 <b>抜け目のない</b> 。	1	2	3	4	5
114. 上の車は、 <b>若々しい</b> 。	1	2	3	4	5

**上の車を人に例えると、どのような人に見えますか？**

以下の質問項目を、「全くそう思わない：1」～「非常にそう思う：5」のうち、**1つの数字**を○で囲んでお答えください。

全くそう思わない

非常にそう思う

101. 上の車は、 <b>打たれ強い</b> である。	1	2	3	4	5
102. 上の車は、 <b>伝統的</b> である。	1	2	3	4	5
103. 上の車は、 <b>流行にのっている</b> 。	1	2	3	4	5
104. 上の車は、 <b>信用</b> できる。	1	2	3	4	5
105. 上の車は、 <b>個性的</b> である。	1	2	3	4	5
106. 上の車は、 <b>今風</b> である。	1	2	3	4	5
107. 上の車は、 <b>上流</b> である。	1	2	3	4	5
108. 上の車は、 <b>都会的</b> である。	1	2	3	4	5
109. 上の車は、 <b>多才</b> である。	1	2	3	4	5
110. 上の車は、 <b>心が温かい</b> 。	1	2	3	4	5
111. 上の車は、 <b>開拓者精神</b> が良い。	1	2	3	4	5
112. 上の車は、 <b>健全</b> である。	1	2	3	4	5
113. 上の車は、 <b>抜け目のない</b> 。	1	2	3	4	5
114. 上の車は、 <b>若々しい</b> 。	1	2	3	4	5

質問は以上になります。ご協力ありがとうございました！

## Appendix 2 Questionnaire of Study 2

# 製品デザインに関するアンケート

ご挨拶

私たちは現在、三田祭に向けて論文の執筆を行っております。本調査はその一環として、「人の顔」と類似した製品デザインから受ける印象に関する消費者データを集計するものであり、皆様にご意見をお伺いしております。お伺いさせていただきましたご意見は、学術的な目的の元、統計上の数値として集計致しますので、皆様の情報が外部に漏れることは一切ございません。また、本調査の結果につきましては、小野晃典研究会のホームページにてご報告できればと考えております。ご多忙中大変恐縮ではございますが、ご協力の程よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会 第12期 英語論文チーム  
平嶋 荒井 伊藤 梶田  
<http://news.fbc.keio.ac.jp/~onosemi/>

## 問 2

あなたは、自分自身がどのような人でありたいと  
 思っていますか？

あなたの理想の性格は、以下の質問項目にどの程度  
 あてはまるかをお答えください。

以下の質問項目につきまして、「全くそう思わ ない：1」から、「非常にそう思う：7」のうち、最も 近いと思われる番号 <b>1つ</b> に○印をお付け下さい。	全く そう 思わ ない	そ う 思 わ な い	や や そ う 思 わ な い	…	や や そ う 思 う	そ う 思 う	非 常 に そ う 思 う
私は、 <b>活力がある</b> 人である。	1	2	3	4	5	6	7
私は、 <b>心の温かい</b> 人である。	1	2	3	4	5	6	7
私は、 <b>聡明な</b> 人である。	1	2	3	4	5	6	7
私は、 <b>ユニークな</b> 人である。	1	2	3	4	5	6	7

## 問 1

あなたは、自分自身がどのような人であると  
 思っていますか？

あなたの性格は、以下の質問項目にどの程度  
 あてはまるかをお答えください。

以下の質問項目につきまして、「全くそう思わ ない：1」から、「非常にそう思う：7」のうち、最も 近いと思われる番号 <b>1つ</b> に○印をお付け下さい。	全く そう 思わ ない	そ う 思 わ な い	や や そ う 思 わ な い	…	や や そ う 思 う	そ う 思 う	非 常 に そ う 思 う
私は、 <b>活力がある</b> 人である。	1	2	3	4	5	6	7
私は、 <b>心の温かい</b> 人である。	1	2	3	4	5	6	7
私は、 <b>聡明な</b> 人である。	1	2	3	4	5	6	7
私は、 <b>ユニークな</b> 人である。	1	2	3	4	5	6	7

問 3-1

下の車を人に例えると、どのような人に見えますか？



以下の質問項目につきまして、「全くそう思わない：1」から、「非常にそう思う：7」のうち、最も近いと思われる番号 <b>1つ</b> に○印をお付け下さい。	全くそう思わない	そう思わない	ややそう思わない	…	ややそう思う	そう思う	非常にそう思う
上の車は、 <b>活力がある</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>心の温かい</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>聡明な</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>ユニークな</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7

問 4-1

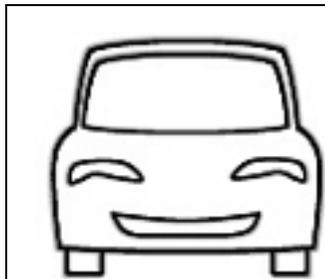
下の車を人に例えると、どのような人に見えますか？



以下の質問項目につきまして、「全くそう思わない：1」から、「非常にそう思う：7」のうち、最も近いと思われる番号 <b>1つ</b> に○印をお付け下さい。	全くそう思わない	そう思わない	ややそう思わない	…	ややそう思う	そう思う	非常にそう思う
上の車は、 <b>活力がある</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>心の温かい</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>聡明な</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>ユニークな</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7

問 3-2

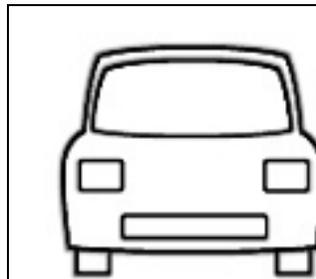
あなたは、下の車をどの程度**好き**ですか？



全く好きではない	好きではない	やや好きではない	…	やや好きである	好きである	非常に好きである
1	2	3	4	5	6	7

問 4-2

あなたは、下の車をどの程度**好き**ですか？



全く好きではない	好きではない	やや好きではない	…	やや好きである	好きである	非常に好きである
1	2	3	4	5	6	7

問 5-1

下の車を人に例えると、どのような人に見えますか？



以下の質問項目につきまして、「全くそう思わない：1」から、「非常にそう思う：7」のうち、最も近いと思われる番号 <b>1つ</b> に○印をお付け下さい。	全くそう思わない	そう思わない	ややそう思わない	...	ややそう思う	そう思う	非常にそう思う
上の車は、 <b>活力がある</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>心の温かい</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>聡明な</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>ユニークな</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7

問 6-1

下の車を人に例えると、どのような人に見えますか？



以下の質問項目につきまして、「全くそう思わない：1」から、「非常にそう思う：7」のうち、最も近いと思われる番号 <b>1つ</b> に○印をお付け下さい。	全くそう思わない	そう思わない	ややそう思わない	...	ややそう思う	そう思う	非常にそう思う
上の車は、 <b>活力がある</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>心の温かい</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>聡明な</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>ユニークな</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7

問 5-2

あなたは、下の車をどの程度**好き**ですか？

	非常に好きである	好きである	やや好きである	...	やや好きではない	好きではない	全く好きではない
	1	2	3	4	5	6	7

問 6-2

あなたは、下の車をどの程度**好き**ですか？

	非常に好きである	好きである	やや好きである	...	やや好きではない	好きではない	全く好きではない
	1	2	3	4	5	6	7

## 問 7-1

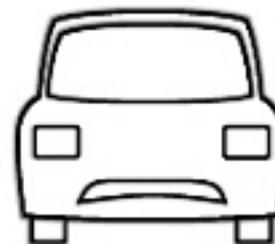
下の車を人に例えると、どのような人に見えますか？



以下の質問項目につきまして、「全くそう思わない：1」から、「非常にそう思う：7」のうち、最も近いと思われる番号 <b>1つ</b> に○印をお付け下さい。	全くそう思わない	そう思わない	ややそう思わない	…	ややそう思う	そう思う	非常にそう思う
上の車は、 <b>活力がある</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>心の温かい</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>聡明な</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>ユニークな</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7

## 問 8-1

下の車を人に例えると、どのような人に見えますか？



以下の質問項目につきまして、「全くそう思わない：1」から、「非常にそう思う：7」のうち、最も近いと思われる番号 <b>1つ</b> に○印をお付け下さい。	全くそう思わない	そう思わない	ややそう思わない	…	ややそう思う	そう思う	非常にそう思う
上の車は、 <b>活力がある</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>心の温かい</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>聡明な</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>ユニークな</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7

## 問 7-2

あなたは、下の車をどの程度**好き**ですか？

	全く好きではない	好きではない	やや好きではない	…	やや好きである	好きである	非常に好きである
	1	2	3	4	5	6	7

## 問 8-2

あなたは、下の車をどの程度**好き**ですか？

	全く好きではない	好きではない	やや好きではない	…	やや好きである	好きである	非常に好きである
	1	2	3	4	5	6	7

問 9-1

下の車を人に例えると、どのような人に見えますか？



以下の質問項目につきまして、「全くそう思わない：1」から、「非常にそう思う：7」のうち、最も近いと思われる番号 <b>1つ</b> に○印をお付け下さい。	全くそう思わない	そう思わない	ややそう思わない	...	ややそう思う	そう思う	非常にそう思う
上の車は、 <b>活力がある</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>心の温かい</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>聡明な</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>ユニークな</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7

問 10-1

下の車を人に例えると、どのような人に見えますか？



以下の質問項目につきまして、「全くそう思わない：1」から、「非常にそう思う：7」のうち、最も近いと思われる番号 <b>1つ</b> に○印をお付け下さい。	全くそう思わない	そう思わない	ややそう思わない	...	ややそう思う	そう思う	非常にそう思う
上の車は、 <b>活力がある</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>心の温かい</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>聡明な</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>ユニークな</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7

問 9-2

あなたは、下の車をどの程度**好き**ですか？

あなたは、下の車をどの程度 <b>好き</b> ですか？	全く好きではない	好きではない	やや好きではない	...	やや好きである	好きである	非常に好きである
	1	2	3	4	5	6	7

問 10-2

あなたは、下の車をどの程度**好き**ですか？

あなたは、下の車をどの程度 <b>好き</b> ですか？	全く好きではない	好きではない	やや好きではない	...	やや好きである	好きである	非常に好きである
	1	2	3	4	5	6	7

問 11-1

下の車を人に例えると、どのような人に見えますか？



以下の質問項目につきまして、「全くそう思わない：1」から、「非常にそう思う：7」のうち、最も近いと思われる番号 <b>1つ</b> に○印をお付け下さい。	全くそう思わない	そう思わない	ややそう思わない	...	ややそう思う	そう思う	非常にそう思う
上の車は、 <b>活力がある</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>心の温かい</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>聡明な</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>ユニークな</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7

問 12-1

下の車を人に例えると、どのような人に見えますか？



以下の質問項目につきまして、「全くそう思わない：1」から、「非常にそう思う：7」のうち、最も近いと思われる番号 <b>1つ</b> に○印をお付け下さい。	全くそう思わない	そう思わない	ややそう思わない	...	ややそう思う	そう思う	非常にそう思う
上の車は、 <b>活力がある</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>心の温かい</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>聡明な</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>ユニークな</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7

問 11-2

あなたは、下の車をどの程度**好き**ですか？

	非常に好きである	好きである	やや好きである	...	やや好きではない	好きではない	全く好きではない
	1	2	3	4	5	6	7

問 12-2

あなたは、下の車をどの程度**好き**ですか？

	非常に好きである	好きである	やや好きである	...	やや好きではない	好きではない	全く好きではない
	1	2	3	4	5	6	7

問 13-1

下の車を人に例えると、どのような人に見えますか？



以下の質問項目につきまして、「全くそう思わない：1」から、「非常にそう思う：7」のうち、最も近いと思われる番号 <b>1つ</b> に○印をお付け下さい。	全くそう思わない	そう思わない	ややそう思わない	…	ややそう思う	そう思う	非常にそう思う
上の車は、 <b>活力がある</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>心の温かい</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>聡明な</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>ユニークな</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7

問 14-1

下の車を人に例えると、どのような人に見えますか？



以下の質問項目につきまして、「全くそう思わない：1」から、「非常にそう思う：7」のうち、最も近いと思われる番号 <b>1つ</b> に○印をお付け下さい。	全くそう思わない	そう思わない	ややそう思わない	…	ややそう思う	そう思う	非常にそう思う
上の車は、 <b>活力がある</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>心の温かい</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>聡明な</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7
上の車は、 <b>ユニークな</b> 人のように見える。	1	2	3	4	5	6	7

問 13-2

あなたは、下の車をどの程度**好き**ですか？

	非常に好きである	好きである	やや好きである	…	やや好きではない	好きではない	全く好きではない
	1	2	3	4	5	6	7

問 14-2

あなたは、下の車をどの程度**好き**ですか？

	非常に好きである	好きである	やや好きである	…	やや好きではない	好きではない	全く好きではない
	1	2	3	4	5	6	7

