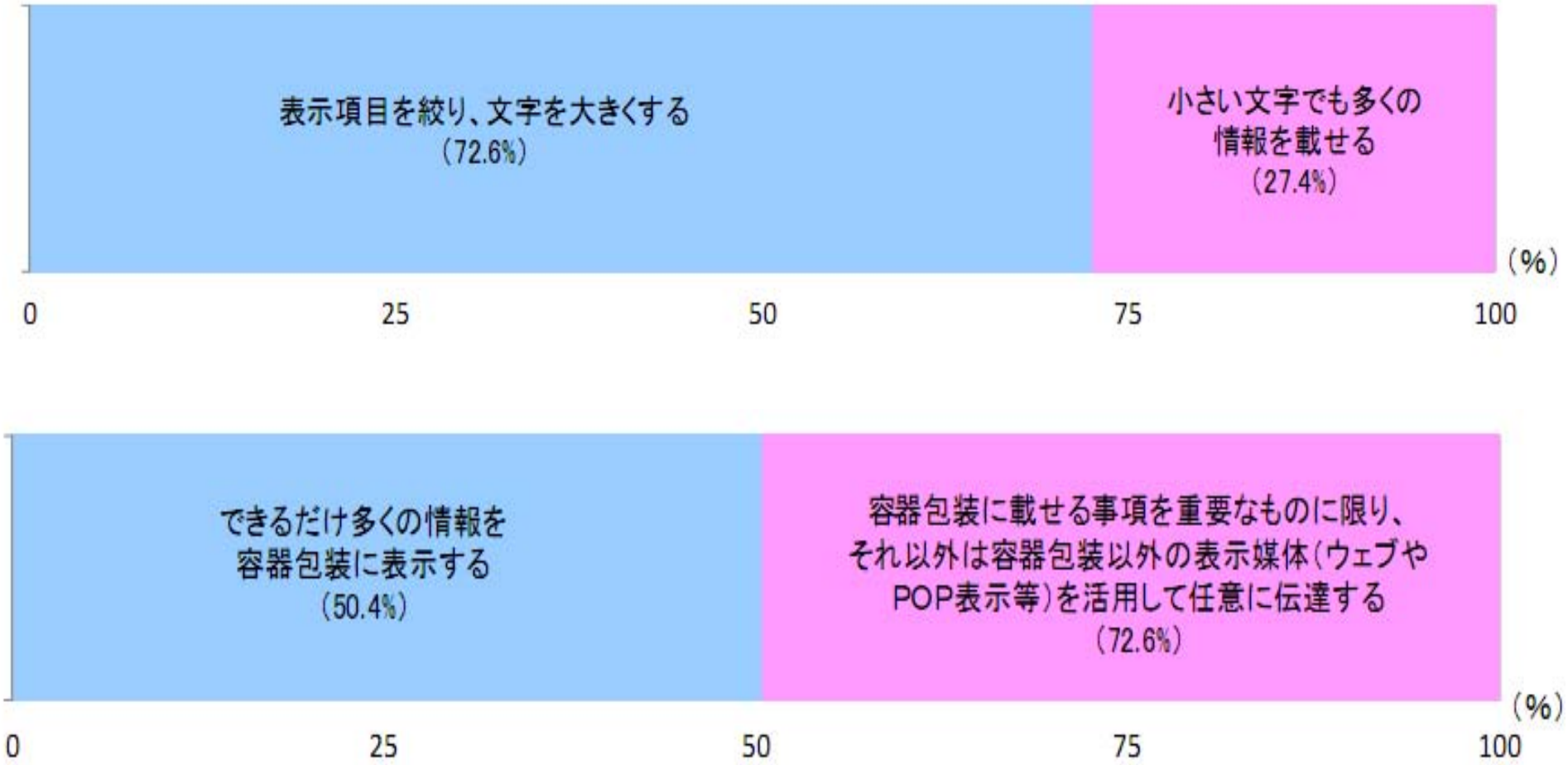(図1)文字の大きさと情報量の選択に関する消費者の意識