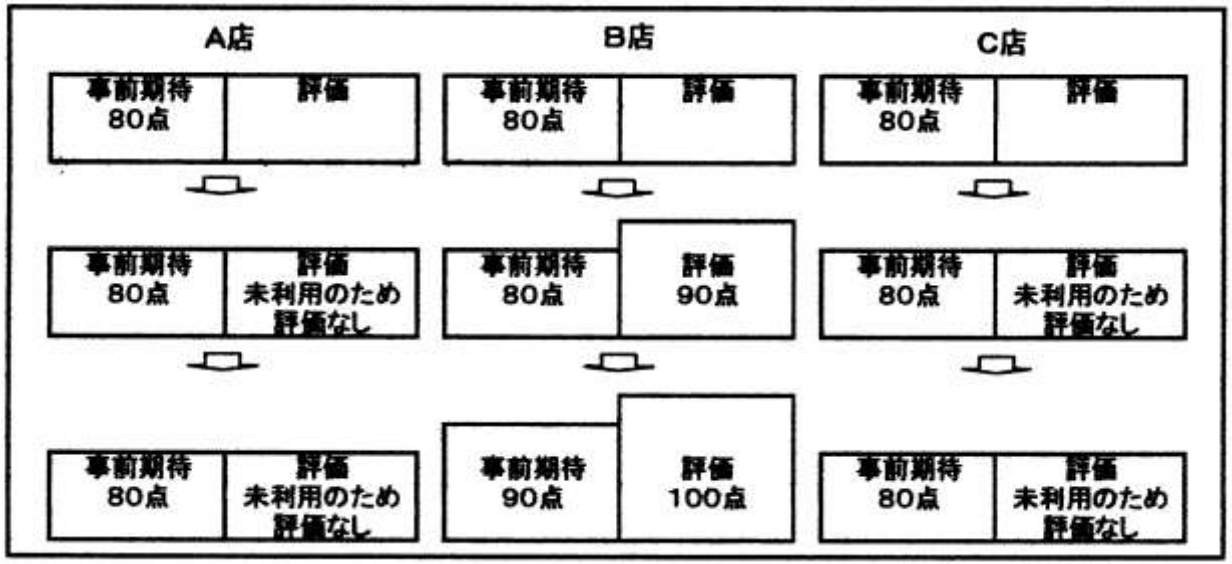事前期待と評価の双方が高まり、差別化要因獲得