

食事画像から受ける印象に関する感性工学的研究

梅村 隆宏

Umemura Takahiro

名古屋文理大学 情報文化学部 情報文化学科 はせがわ研究室

HASEGAWA Laboratory, Department of Information Culture, Nagoya Bunri University

平成19年1月28日 提出

要旨

食事を撮影した画像から人が受ける印象について調査した。皿に盛られた、とんかつをデジタルカメラで3種類撮影し、学生50名にスクリーン上で見せて、画像から受ける印象に関するアンケートを実施した。とんかつの画像は、とんかつの種類と置き方によって、ローズかつ、ヒレかつの平ら盛、ヒレかつの重ね盛の3種類と、とんかつ画像のバックの色によって、赤、黄、青、黒、灰、白の6色の計18通りの写真を用意した。アンケートでは、対になる表現として、「おいしそう まずそう」、「ボリュームある ボリュームない」、「健康的(ヘルシー) 不健康」、「センスがいい ダサい」の4通りの表現について、それぞれ7段階で答える官能評価を行った。結果、全体的にヒレよりもローズのポイントが高く、色では赤や黄色といった暖色系の色のポイントが高かった。

1. はじめに

食べ物を見たとき、その見栄えや色合いが見た人の印象にどのような影響を持つのかは、興味深い問題である。とくに、近年、インターネットの Web サイトや印刷媒体である広告チラシなどでもカラー画像で情報を示す場合が多くなり、外食産業にとって、商品である食事メニューの写真画像を見て消費者がどのような感じ方をするのかは重要な問題である。すでに、食材の色などが食欲や印象に影響を持つという報告がなされている^{1)・3)}。

今回、食べ物の中でもとんかつに重点を置き、外食産業で提供されるような、とんかつについて、その種類や盛り付けだけでなく、食べ物の色は自然のまま、背景のみを変え

た場合の影響を知るため、同じ内容の品を背景の色を変えて示して、見る人にどのような印象を与えるかを調べた。

2. 方法

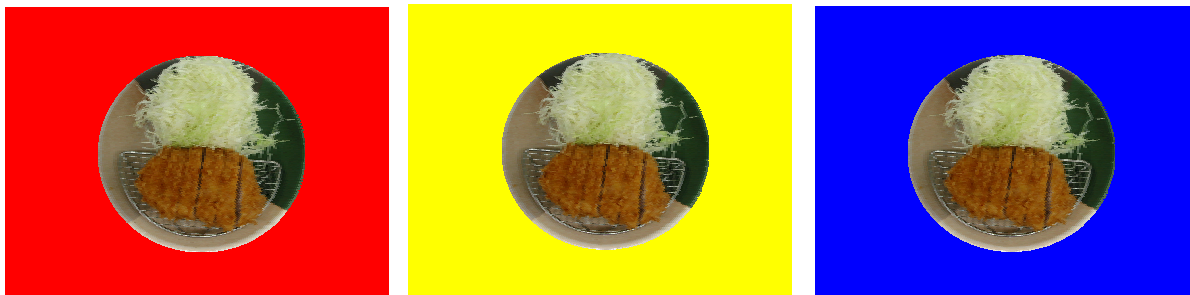
2.1. とんかつ画像

始めに、題材であるとんかつをデジタルカメラで撮影した。とんかつの種類は、ローズかつ(図1(a))、ヒレかつ(図1(b)(c))の2種類であるが、ヒレかつについては、平ら盛り(図1(b))と重ね盛り(図1(c))の2つの盛り方のものを撮影した。いずれも、実験に用いたのは、ほぼ真上の同じ距離から撮影したものである(図1)。それらの画像を、Adobe Photoshop 7.0 を使用して編集し、皿



(a) ロースかつ (b) ヒレかつ (平ら盛り) (c) ヒレかつ (重ね盛り)

図1 アンケートに用いたとんかつの種類と盛りつけ方



(a) 赤

(b) 黄

(c) 青



(d) 黒

(e) 灰

(f) 白

図2 アンケートに用いたとんかつ画像の背景色

より外側の背景を切り取り(図1) 単色の背景色の上に配置した(図2) 実験に用いた背景色は、赤、黄、青、黒、灰、白の6色(図2(a)~(f))である。以上のように、とんかつの種類と盛り付け方3通り(図1)をそれぞれ6通りの背景色(図)で表示した、合計18通りのとんかつ画像を用意した。

2.2. アンケートの実施方法

Microsoft PowerPoint を使用してとんかつ画像を1枚ずつスクリーンに投影し、紙でアンケート(図3)を行った。グループ A、B、C と三通りに分け見る順番も人それぞれバラバラにした。アンケート項

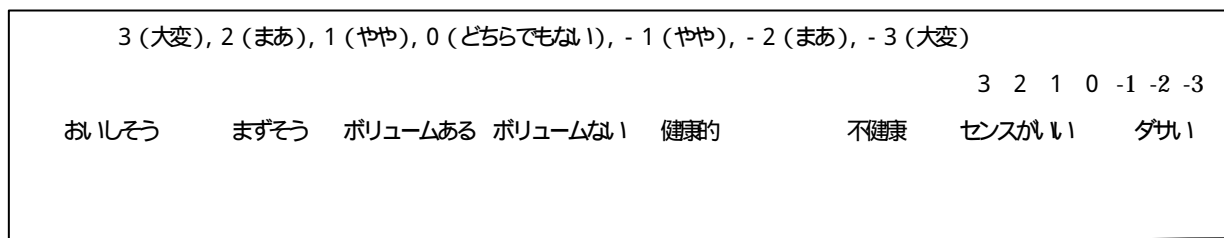
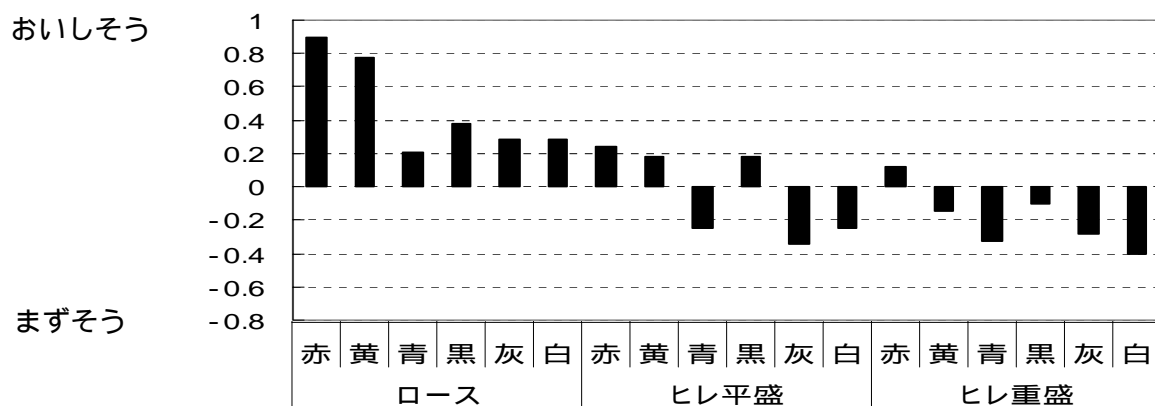
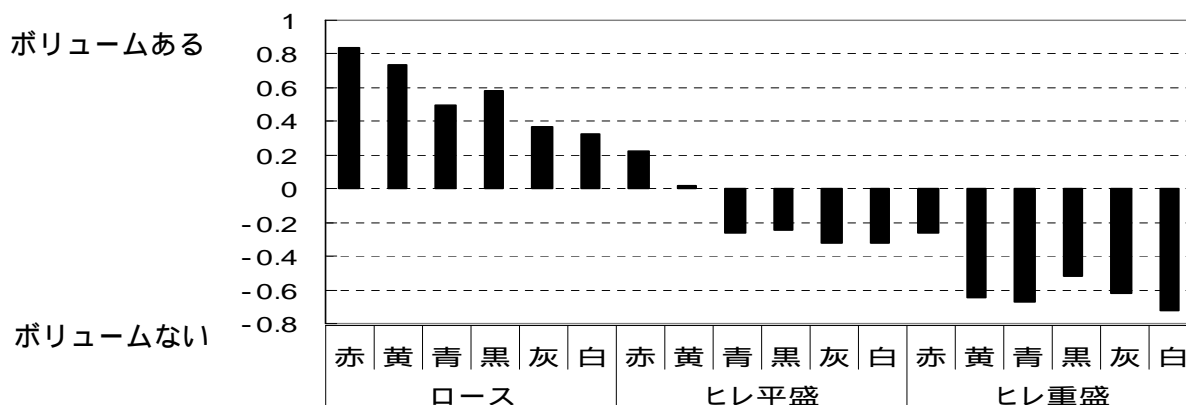


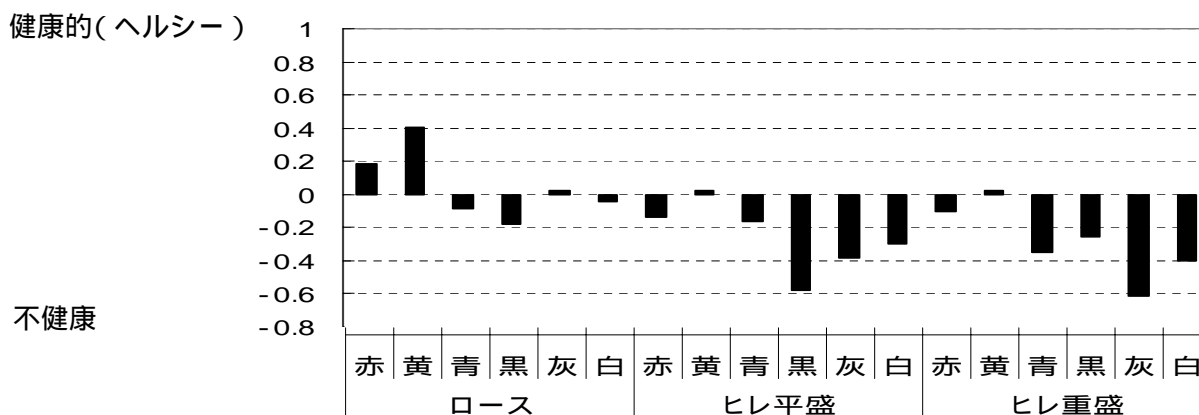
図3 アンケート用紙 (部分)



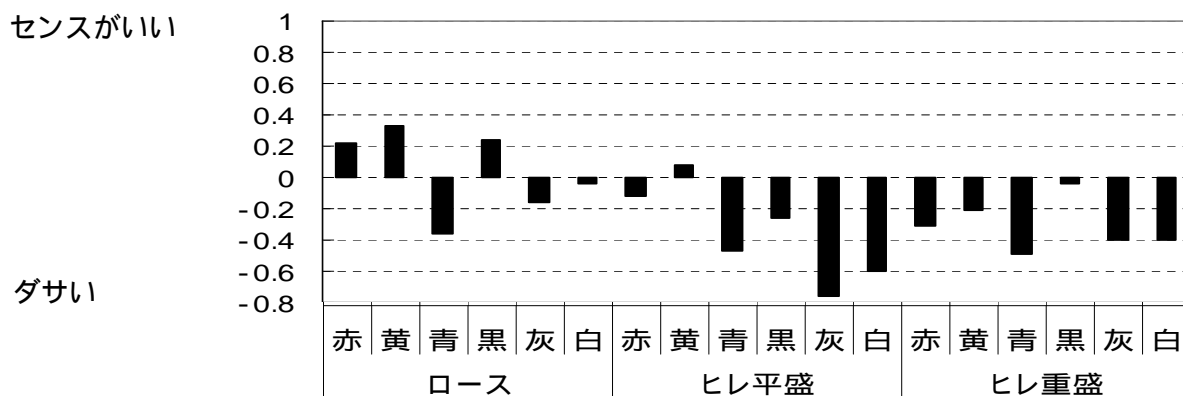
(a) 問1：おいしいそう まずそう



(b) 問2：ボリュームある ボリュームない



(c) 問3：健康的(ヘルシー) 不健康



(d) 問4：センスがいい ダサイ

図4 アンケート集計結果

目は、おいしそう　まずそう、ボリュームある
ボリュームない、健康的（ヘルシー）　不健康、セ
ンスがいい　ダサいの4種類である。評価は 3(大
変), 2(まあ), 1(やや), 0(どちらでもない), -
1(やや), -2(まあ), -3(大変)の7段階。写
真を見せるときに、とんかつについての説明
はせず、画像だけを見せた。

2.3. 被験者

本研究の被験者は大学生 50 名(有効回答者
数) 19.5±2.1(歳)である。

3. 結果

アンケートの結果を図 4 に示す。

問 1 「おいしそう　まずそう」

とんかつの種類（ローズ、ヒレ平盛、ヒレ
重盛）と背景色（赤、黄、青、黒、灰、白）
を要因とする 2 元配置分散分析の結果は、種
類($p<0.0001$)、色 ($p=0.0001$) とともに有意差
を示した。種類では、ローズ>ヒレの関係が
有意($p<0.0001$)であり、ヒレの盛り付け方の
差は有意でなかった。色では、赤のみが、青
($p=0.0211$) 灰 ($p=0.0236$) 白 ($p=0.0206$)
より有意にポイントが高かった。

問 2 「ボリュームある　ボリュームない」

2 元配置分散分析の結果、種類 ($p<0.0001$)、
色 ($p=0.0020$) とともに有意差を示した。種類
では、ローズ>ヒレ平盛($p<0.0001$)、ローズ
>ヒレ重盛($p<0.0001$)の他、ヒレ平盛>ヒレ
重盛($p=0.0001$)の関係も有意であった。色で
は、赤のみが、灰 ($p=0.0416$) 白 ($p=0.0158$)
より有意にポイントが高かった。

問 3 「健康的（ヘルシー）　不健康」

2 元配置分散分析の結果、種類 ($p=0.0005$)、
色 ($p=0.0012$) とともに有意差を示した。種類
では、ローズ>ヒレ平盛($p<0.0052$)、ローズ
>ヒレ重盛($p<0.0023$)であり、ヒレの盛り付
け方の差は有意でなかった。色では、黄のみ
が、黒 ($p=0.0222$) 灰 ($p=0.0308$) より有意
にポイントが高かった。

問 4 「センスがいい　ダサい」

2 元配置分散分析の結果、種類 ($p<0.0001$)、
色 ($p<0.0001$) とともに有意差を示した。種類
では、ローズ>ヒレ平盛($p=0.0003$)、ローズ
>ヒレ重盛 ($p<0.0017$) であり、ヒレの盛り付
け方の差は有意でなかった。色では、黄のみ
が、青 ($p=0.0183$) 灰 ($p=0.0171$) より有意
にポイントが高かった。

4. 考察

今回の実験で食べ物についての、色と形に
ついての重要性がわかり、色においては赤や
黄色といったような暖色系の色が、食欲をそ
そることができ、逆に青や白といった寒色系
の色だと、食欲を抑える効果がわかり、ボリ
ュームに関しても赤、黄と暖色系の色がポイ
ントが高く、形においても丸みを持った、
ローズかつのポイントが比較的高かった。

問 3 についての健康　不健康についてだが、
全体的にポイントが低く、とんかつについ
ての健康面でのイメージは必ずしも良くない
ということがわかった。

問 4 のセンスがいいーダサいにおいては、
ヒレにおいてのイメージが全体的に低く、灰
色、青が特にダサいイメージを与えているこ
とがわかった。

5. 今後の課題

今回、ローズ、ヒレについての情報を被験
者に与えずに実施したので、次回にはローズ、
ヒレについての所載を被験者に告げた上での
実験をし、今回との違いを調べてみたい。

参考文献

- 1) 岩本知沙土：「色の雑学事典」, 日本実
業出版社 (2001)
- 2) 原島博監修、井口征士ほか著：「感性情報
処理」オーム社(1994)
- 3) 長町三生：「感性工学」海文堂出版(1989)