

2020年度 若手・女性研究者奨励金 レポート

研究課題	トップダウン処理に基づく人間的な食行動の研究 —音楽の存在による食事体験への影響の検討—
キーワード	①食行動、②味わいの知覚、③トップダウン処理

研究者の所属・氏名等

フリガナ 氏名	オオヌマ タクヤ 大沼 卓也	所属等	近畿大学 産業理工学部 准教授
プロフィール	2018年に東北大学大学院文学研究科の博士後期課程を修了。博士（文学）。2018年より近畿大学産業理工学部 講師。2021年より同大学 准教授（現在に至る）。味覚や嗅覚、選択行動など、食を中心とした日常生活の幅広い行動とその心理について、心理学実験法や生理計測を駆使した研究を行っている。		

1. 研究の概要

本研究では、人間の認知機能のうち知識や期待、状況の認識などに基づくトップダウン処理に着目し、食事の場における状況要因が食物の味わいの知覚に及ぼす影響について検討した。41名の実験参加者には、見た目や素材は同じだが重さだけが異なる食器でヨーグルトを食べてもらい、その味わいについて評価してもらった。その結果、食器の重さによる味わいへの影響がみられ、普段から甘い食物を好む参加者においては、全く同じヨーグルトを食べる場合であっても、軽い食器よりも重い食器で食べたときのほうがヨーグルトをよりおいしい、より高級感があると評価することがわかった。この結果から、食事をよりおいしく楽しむためには、食物そのものの味わいやおいしさはもちろんのこと、食器のような状況要因も重要であることが実証的に示された。

2. 研究の動機、目的

一般的に食物の味わいやおいしさは、その食物の物理化学的特性によって決まるものであり、我々はそれをセンサーのように味わっていると考えられている。しかしながら、近年の心理学や感覚科学の研究により、食物の味わいの感じ方は食物「外」の要因によっても影響されることが明らかになってきているが、いまだに明らかでないことは多くない。したがって本研究では、食事の場における状況要因が食物の味わいの感じ方に及ぼす影響を実証的に明らかにすることを目的とした。

なお、当初は状況要因として食事の場のBGMに着目し、BGMである楽曲の印象としての「重厚さ」が食物の味わいの感じ方に及ぼす影響を検討する計画であった。そこで、第一実験で食器の物理的な「重さ」による味わいへの影響を検討した後、その結果をふまえながら、第二実験でBGMの比喩的な印象としての「重厚さ」による味わいへの影響を検討する計画であった。しかしながら、新型コロナウイルス感染症の社会的な広がりに伴い、本学学生のキャンパス入構が厳しく制限された結果、飲食を伴う対面実験が限られた期間しか実施できず、第一実験は完了できたものの第二実験は研究期間内に実施することができなかった。

3. 研究の結果

41名の大学生が実験に参加した。これらの参加者は、ランダムに「重食器条件」あるいは「軽食器条件」に割り振られた。参加者には提示したヨーグルトを好きなだけ食べてもらい、感じられる味わい（「おいしさ」、「甘さ」、「酸っぱさ」、「ミルク感」、「濃厚さ」、「高級感」）について評価してもらった。このとき、重食器条件の参加者には約400gの比較的重い木製の器でヨーグルトを食べてもらい、軽食器条件の参加者には約110gの標準的な重さの木製の器

で食べてもらった。これらの器は見た目も素材も全く同一であるが、器の底部に金属の重りを仕込むことによってその重さを操作した。

全体的な結果としては、各評定項目について実験条件間で有意な差はみられなかった。そこで、参加者の甘い食物に対する元々の好みを要因として組み込んだ重回帰分析を行ったところ、実験条件と甘い食物に対する好みとの間で統計学的に有意な交互作用がみられた(図1)。具体的には、普段から甘いものを好む参加者(図1●)については、重食器条件のほうが軽食器条件よりもヨーグルトをよりおいしい、より高級感があると評価することがわかった。一方で、甘い食物をそこまで好まない参加者(図1▲)では、実験条件による有意な差はみられなかった。つまり、元々甘い食物が好きな参加者に限定的ではあるものの、食器の重さはたしかにヨーグルトの味わいの感じ方に影響を及ぼすことがわかった。

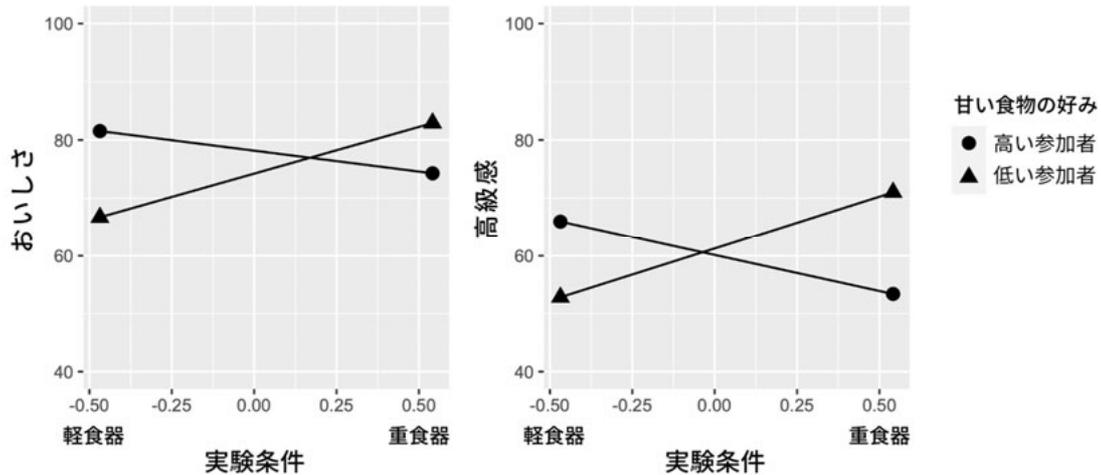


図1 各条件におけるヨーグルトの「おいしさ」と「高級感」の平均得点

今後は、本研究でみられた食器の物理的な重さによる味わいへの影響が、BGMである楽曲の印象としての「重厚さ」によっても同様にみられるかどうかを明らかにしていきたい。

4. 研究者としてのこれからの展望

私は研究者として、世の中が少しでもより良く楽しい場所になるような実学的研究を進めていきたいと考えています。しかし、今のところ本研究のように、研究室内で大学生を相手に実験する「閉じた」研究が主であり、そこが大きな課題であると感じています。したがって今後は、大学の研究室を飛び出して、企業や飲食店の方々と共同で研究を進めながら、研究成果を直接的に社会に還元できるようになれることを目指しています。

5. 社会（寄付者）に対するメッセージ

新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、外食よりも自宅で食事をすることが増えたことと思います。たまにはお店の味を自宅でも味わいたいと思い、飲食店の料理をテイクアウトしたり、宅配してもらったりしたとしても、何となく物足りない、お店で食べるのとは何かが違うと感じたことはないでしょうか。もちろん、食べている料理は同じはずですが、なぜ違って感じるかというと、その料理を食べる環境が違うことに原因があるかもしれません。本研究でも示されたように、食器の重さが変わるだけでも味わいの感じ方は変わります。そのため、食器を含む食事の環境に注意を向け、たとえば料理をテイクアウトの紙皿から少し立派な食器に盛り付け直すなど、ちょっとした手間を加えるだけでも、自宅にいながらにしてお店のときのように食事をおいしく楽しむことができるようになると考えられます。

一般的に「食」と「心理学」は関係がないと思われがちです。しかし、食べることは生きる喜びや幸福と密接に結びついた、きわめて人間的な営みであります。そのため、本研究のように人間の心という視点から食の実態を明らかにせんとする研究を社会的にご支援いただけることで、私たち研究者は人類の食と健康、そして幸福に少しでも貢献することができると信じています。改めまして、今回ご支援くださいました皆様に心より御礼申し上げます。