

視覚による食品の鮮度や量の知覚 －知覚心理学からのアプローチ－

技術の特徴

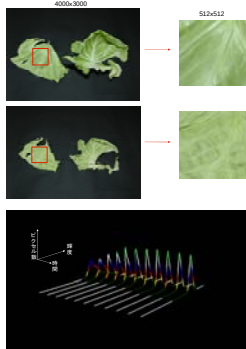
- 食品の認知には**視覚の効果**が絶大です。
例えば、
①スーパーなどで買い物をしているときの**鮮度の判断**
②**食べる量**



こういったヒトの**視覚による食品の認知メカニズム**を研究しています。

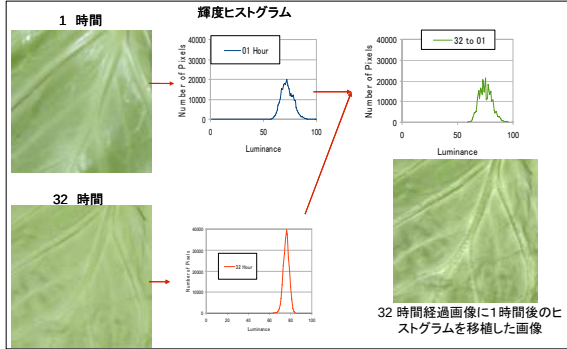
研究の内容

- 食品の鮮度が**輝度ヒストグラムのかたち**によって変化して見える

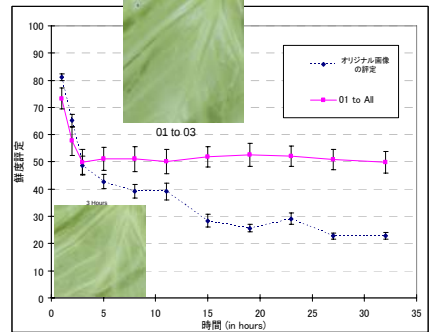


上: キャベツ劣化過程の画像と解析対象エリア

下: 輝度ヒストグラムの変化



輝度ヒストグラムマッチング



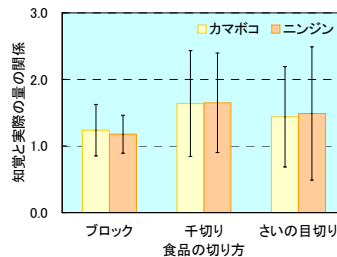
視覚的な鮮度劣化は部分的に輝度ヒストグラムで操作が可能

- 食品の刻み方**で、食品の量が著しく異なって見える。
- 心理学的技法で見かけの量を測定。

10gに見えるニンジンとは



実際のニンジンの量



千切りで過大評価

重量が増すほど錯覚が増大

今後の展開

- 輝度ヒストグラム以外の鮮度知覚に関わる変数の特定。
- 食品に含まれる錯覚の更なる探索。

参 考

Wada, Y. et. al. (2007). Visual illusion in mass estimation of cut food, *Appetite*, **49**, 183–190.