

心理学的知見の食品産業適用 — 鮮度の知覚・消費者行動 —

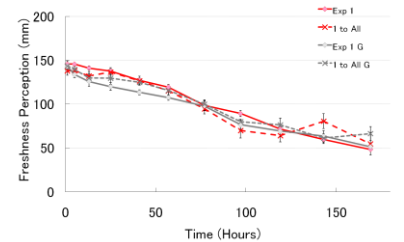
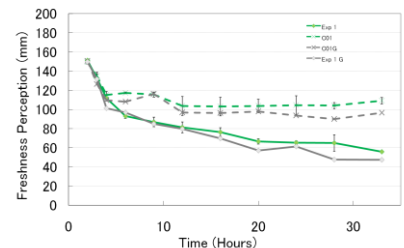
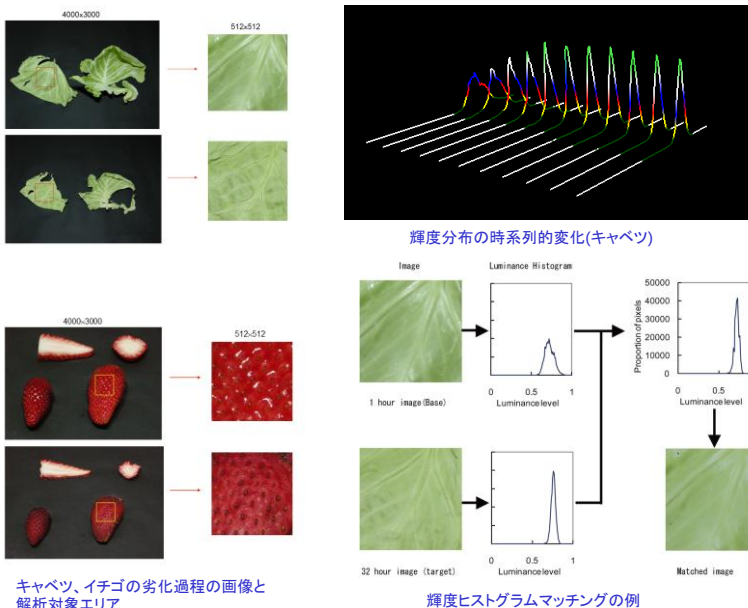
技術の特徴

- ・ 食品産業に利用できる心理学的な知見を発信。
- ・ 非破壊の鮮度評価に利用可能な鮮度の視覚手がかりを解明。
- ・ 食品の情報提示法による消費者理解の促進の可能性を提示。

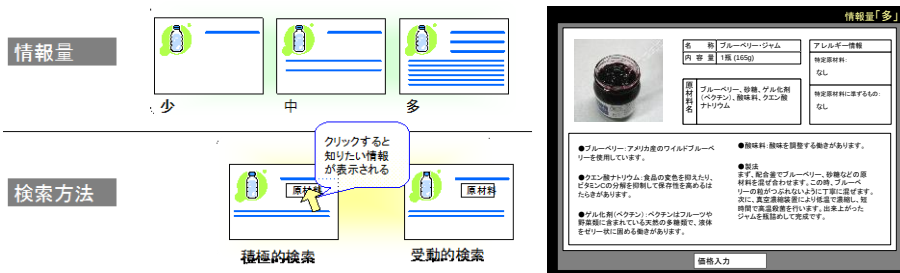


研究の内容

輝度分布パラメタから感じられる鮮度視知覚

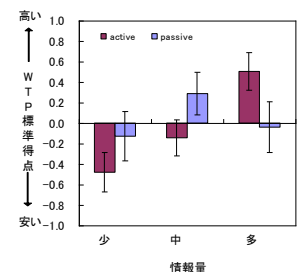


消費者の態度が商品価値を左右する



与える情報量と消費者の情報に対する態度を限定

実験で用いた画面の一例



積極的に検索させると情報量に応じて額が上昇

後続研究で、内容理解の促進にも有効なことも示した。

参 考

Yuji Wada, Carlos Arce-Lopera, Tomohiro Masuda, Atsushi Kimura, Ippeita Dan, Shouichi Goto, Daisuke Tsuzuki, Katsunori Okajima, (2010). Influence of luminance distribution on the appetizingly fresh appearance of cabbage, *Appetite*, **54**, 363-368.

Atsushi Kimura, Yuji Wada, Akiko Kamada, Tomohiro Masuda, Masako Okamoto, Sho-ichi Goto, Daisuke Tsuzuki, Dongsheng Cai, Takashi Oka, Ippeita Dan, (In press). Interactive effects of carbon footprint information and its accessibility on value and subjective qualities of food products, *Appetite*.