

質の異なるおいしさの多角的評価

— 食品摂取時の感情に基づいたおいしさ評価 —

成果の特徴

- 感情を用いたおいしさ評価法について検討した結果、おいしさは「充足感」「安心感」「快活感」の3種類の感情によって構成されることが明らかとなりました。
- 3種類のおいしさ感情によって、その後の消費行動に関連する意欲を説明することができました。

成果の内容

一般消費者アンケートによって食品摂取時に想起される感情語句を収集・選抜し、「数日以内に食べて印象に残った食品」を食べたときの感情を評価してもらいました。因子分析の結果、おいしさに関連する感情は「充足感」「安心感」「快活感」の3つの概念にまとめることができました。

またこの3つの感情因子によってその後の食行動を説明することができるか検証した結果、各感情因子で異なる特徴を持っていることが分かりました。

幸せ	ほっこり	疲れが吹き飛ば
至福	まったり	また頑張ろうという気持ち
満足	優しい	おもわず笑顔になる
満足感	楽しい	あたたまる
最高	贅沢な気持ち	心温まって満たされる
幸福感	気持ちいい	気分が上がる
安心	良い	テンションが上がる
感動	嬉しい	癒される
落ち着く	元気になる	ほっとする
計27語句		



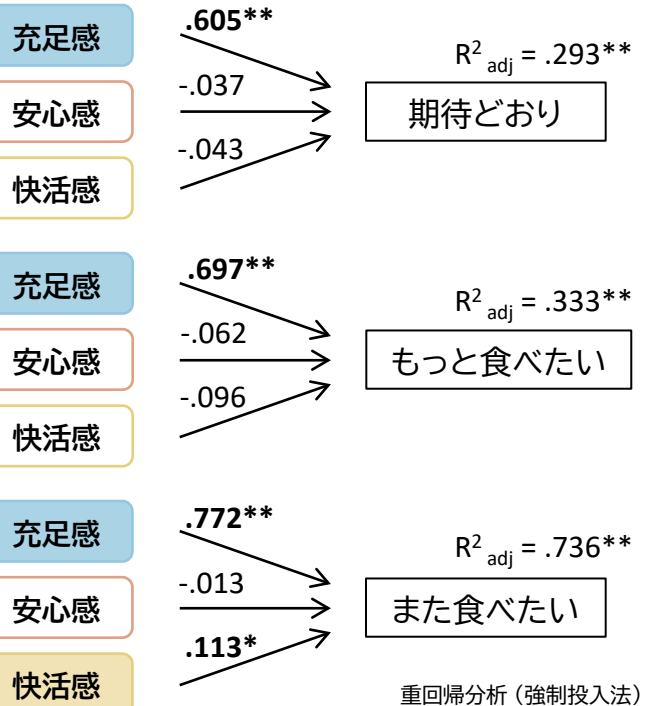
因子分析（最尤法，プロマックス回転）
※詳細な数値データは発表者にお尋ねください

充足感 ($\alpha^* = .926$) (幸せ, 満足, 最高など)

安心感 ($\alpha = .898$) (ほっとする, 癒されるなど)

快活感 ($\alpha = .924$) (楽しい, 気分が上がるなど)

*クロンバックの α 係数: 因子の信頼性を示す係数. 0~1のあいだで表され, 1に近いほど信頼性が高いことを示す.



係数は各感情因子の影響の大きさを示す（標準化回帰係数）。
また R^2_{adj} はモデル全体のあてはまりの良さを示す。
塗りつぶされた変数は有意な変数を示す。

想定される用途・連携希望先

おいしさや好ましさだけでは評価しきれない質の異なるおいしさの多角的な評価が可能です。食品に限らず各種商品の開発や販売を行う企業との連携を希望します。

※ 本成果は日本官能評価学会2022年大会にて学会優秀発表賞を受賞しました。
株式会社ニチレイフーズとの共同研究の成果です。

代表研究者：西部 美咲
所 属：食品研究部門
食品健康機能研究領域

