

お菓子の形状と若年層の心理

仙台第三高等学校 心理 F5班

1. 序論

外観はおいしさに係わる重要な要因である¹⁾

対象の色、パッケージデザインによる味覚の変化の研究事例は存在するが、一方で対象の形状による変化は事例は調べた限りでは見つからなかった。

食欲と色は深く関わっていて、私たちは、目でも食べ物を感じている²⁾。そのため形状にも同様、或いはそれ以上の影響力を有していると私たちは仮定した。本研究では「お菓子の形状による人間（若年層）の食欲傾向を、人間の心理的側面から探求すること」を主題とし、より良い広告商品開発により日本または海外の企業開発へ貢献することを主な目的とする。

2. 材料と方法

アンケートについて

アンケートの対象は、仙台第三高校のアンケート参加生徒58名とする。

質問事項

①「次の三角形、四角形、五角形のチョコレートの内、最も美味しそうだと思うものを選んで下さい。」



②「次の大、小のチョコレートの内、最も美味しそうだと思うものを選んで下さい。」



③「次の形状のチョコレートの内、最も美味しそうだと思うものを選んで下さい。」



④「次の形状のチョコレートの内、最も美味しそうだと思うものを選んで下さい。」



尚、質問事項にはそれぞれ自由記述欄を設け、選択した理由を記入してもらった。

なお、このアンケートの写真に使用したチョコレートは、既存のものを溶かし、自分たちで形を作った。そのことによって、既存の商品のイメージに左右されることなく調査ができた。

(右記のQRコードはアンケートに用いた)



まとめ・結論

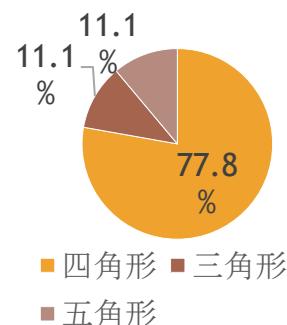
以下の結果・考察から、若者の味覚は既視感、食べやすさ、簡素さ、動物の好みなどといった観点から、形状による視覚的影響を受けるといえる。

尚、形状の特徴は以下の結果を参考にするとよい。

3. 結果・考察

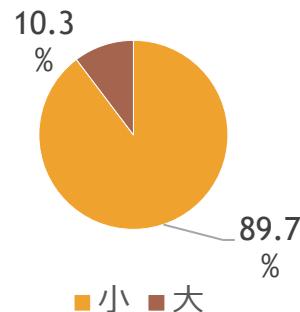
①結果・考察

四角形を約77.8%、三角形、五角形をともに約11.1%のアンケート協力者が選択した。四角形を選択した人が挙げた理由で最も多かったものは、「市販のチョコレートと形が似ているから、見たことがあるから」というものであった。よって既視感のあるものが選ばれやすいといえる。



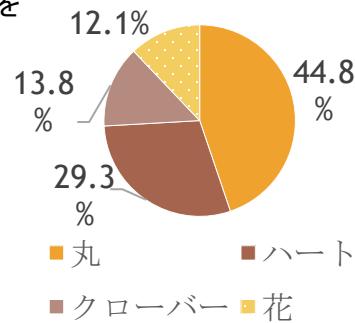
②結果・考察

大を選択したのは全体の約10.3%小を選択したのは全体の約89.7%と小を選択した人が多かった。「小」を選んだ人の回答は、「高級感がある」「濃そう」といった回答が多くチョコレートのサイズの小ささに少なからずの希少感を抱いているようだ。また、「食べやすそう」という回答も多かった。従って大きさについては、食べやすさや希少感といった観点では小が選ばれやすいといえる。



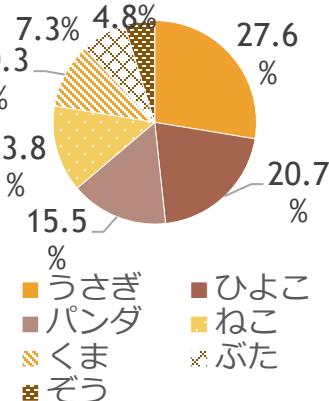
③結果・考察

丸を44.8%、ハートを29.3%、クローバーを13.8%、花を12.1%のアンケート協力者が選択した。丸を選択した人が挙げた理由で最も多かったものは、「シンプルだから」というものであった。よって複雑なつくりのものよりも単純なつくりのものが選ばれやすいといえる。



④結果・考察

うさぎを27.6%、ひよこを20.7%、パンダを15.5%、ねこを13.8%、くまを10.3%、ぶたを7.3%、ぞうを4.8%のアンケート協力者が選択した。全ての動物に共通して最も多かった理由は、「好きな動物だから」や「かわいいから」であった。このことから自分の好きな動物が食べたいという傾向にあるといえる。



参考文献

- 1) 視覚要因がおいしさに及ぼす影響 https://www.jstage.jst.go.jp/article/ajscs/18/0/18_0_48/_article/-char/ja/
- 2) 色と味覚の関係 http://color-psychology.jp/k_shoku.html