

彩度による食欲の変化の調査

Investigation of changes in appetite as a function of color saturation

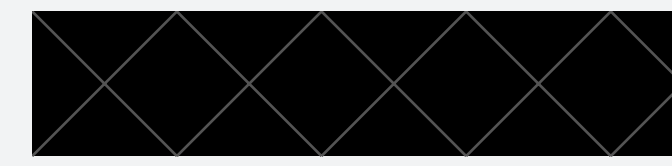
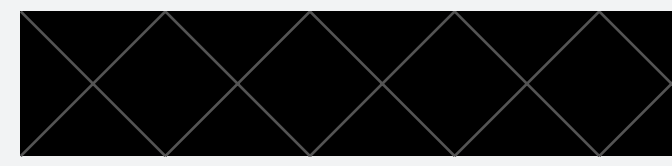
TEAM



MEMBER



中辻 基希



目的 Purpose

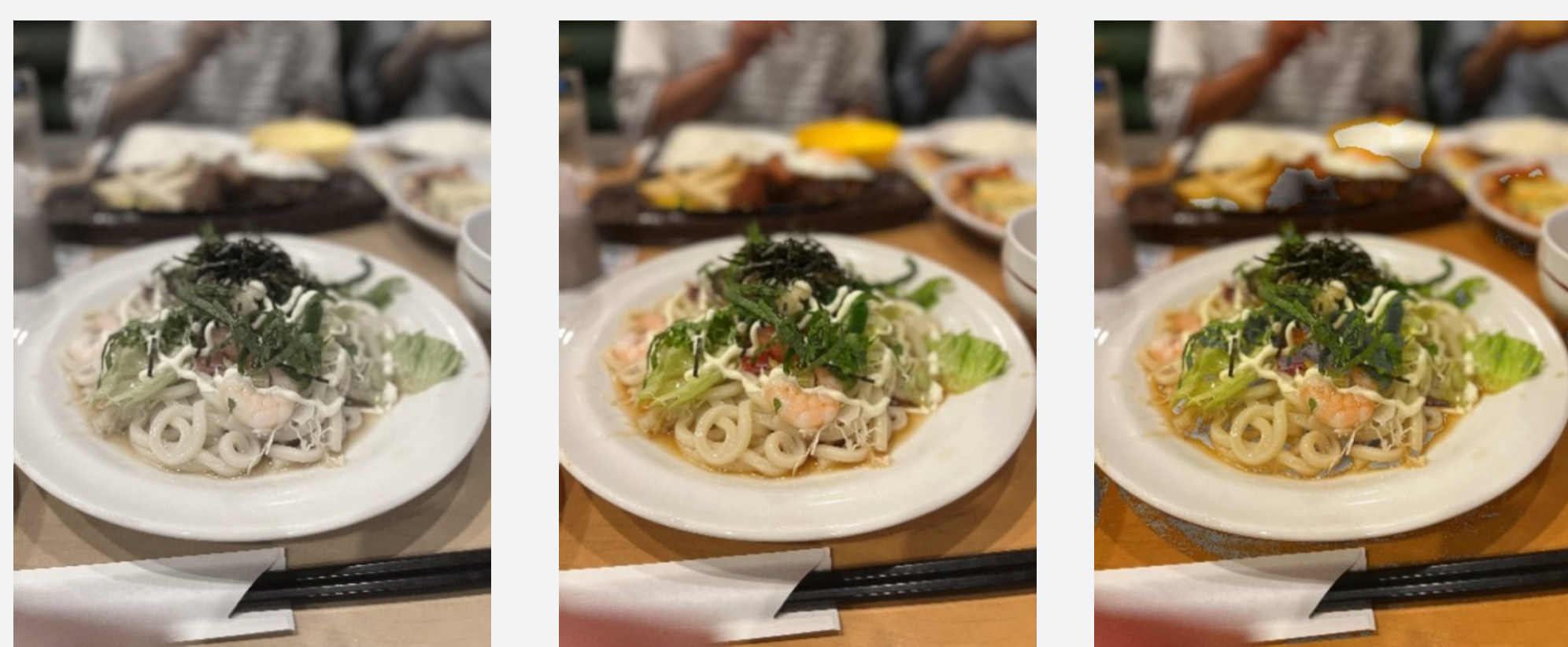
食品の画像の彩度を変更し
購買意欲や食欲が向上するための条件を調べる

方法 Method

本実験では実験者がランダムに抽出した
19 人の被験者に協力してもらい、データを収集した

手順は以下の通りである

1. ベースとなる食品の画像を撮影する
2. 0% から 200% まで 5% ずつ
彩度を変化させた画像を用意する
3. 彩度の低いものから順に画像を見せていき
美味しそうと感じた彩度を記録する
4. 3 の手順と逆の手順を踏む。
彩度の高いものから順に画像を見せていき
美味しくなさそうと感じた彩度を記録する



50% 100% 150%

図 1 彩度を変更した画像の例

刺激 Stimulus

本実験では以下の 6 種類の画像を実験のベースとした。



画像 1



画像 2



画像 3



画像 4



画像 5



画像 6

結果 Result

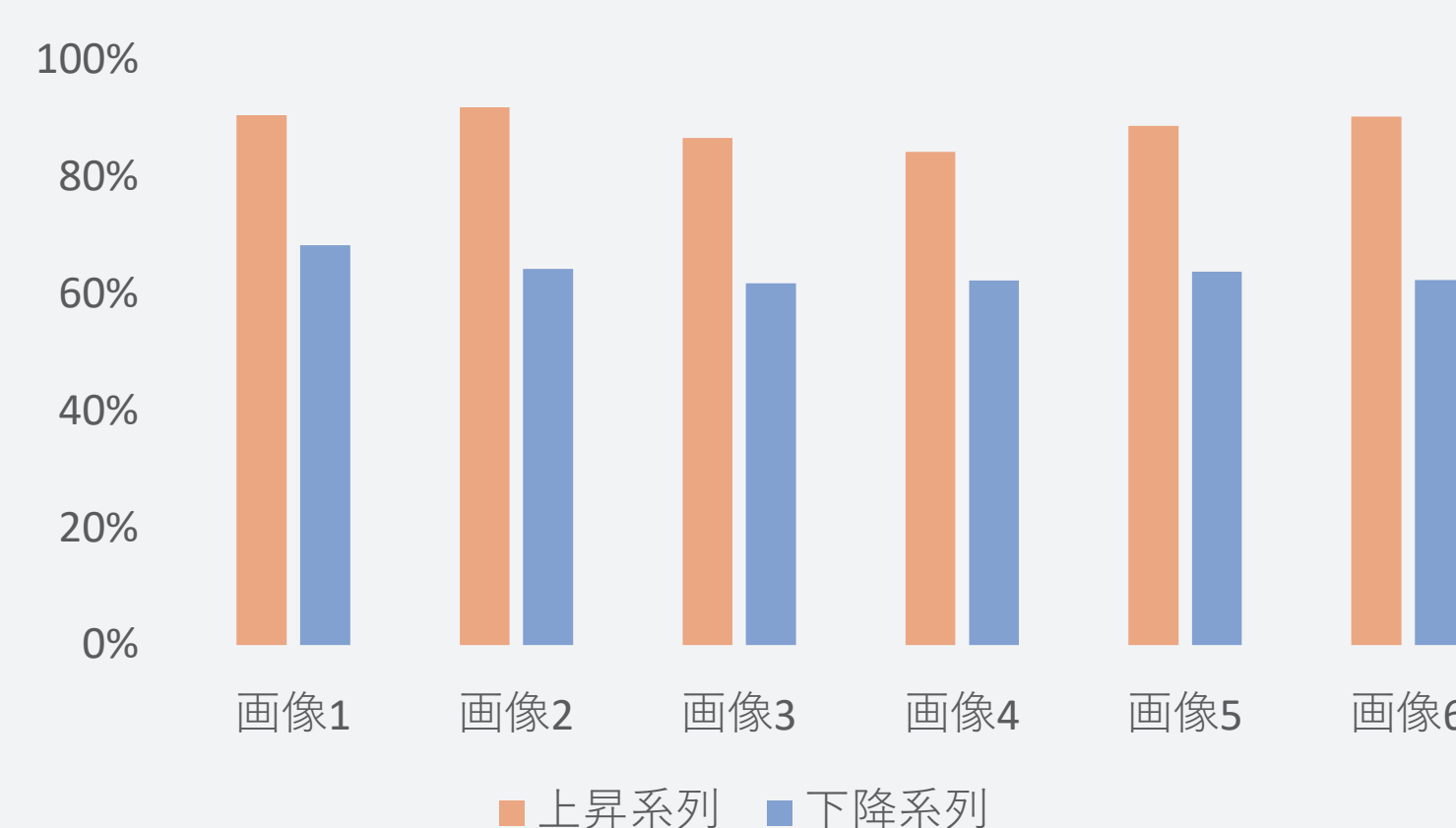


図 2 美味しそうと感じる彩度の境界

左の図 2 は各画像における
美味しそうと美味しくなさそうの境界を
示したものである。エラーバーの幅は
全体的に小さく、データのばらつきは
小さかった。

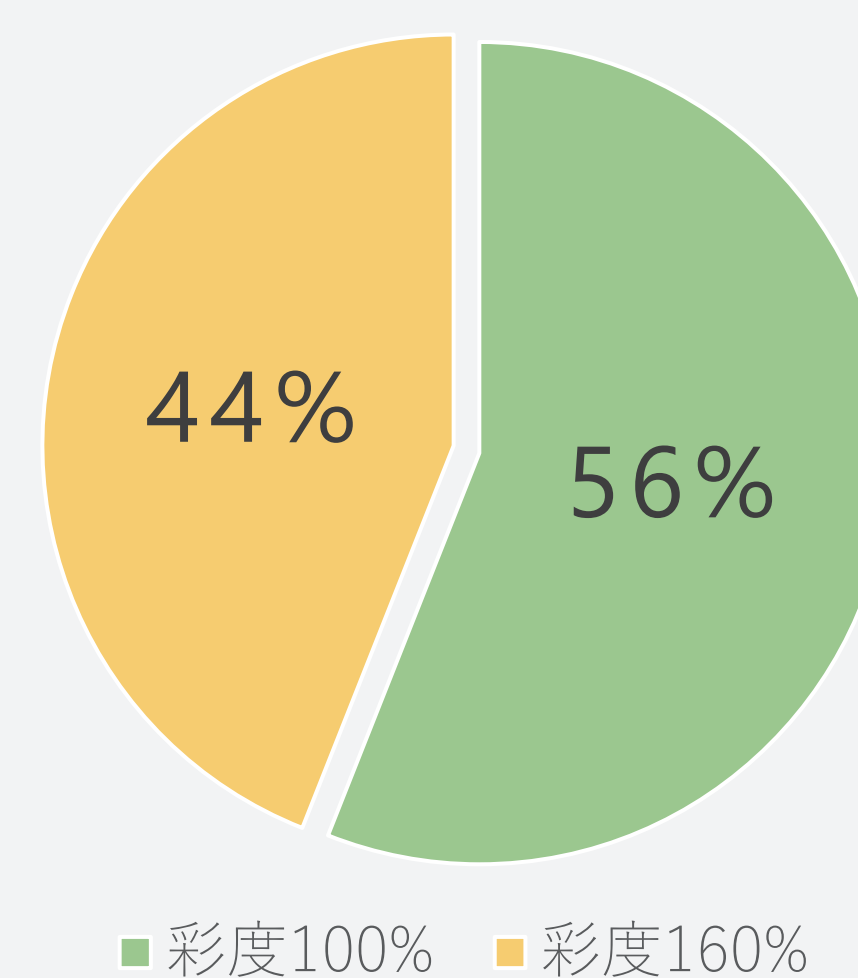


図 3 美味しそうと答えた彩度の割合

左の図 3 は、彩度 100% と 160% の
画像を提示して、どちらが美味しそうか
答えてもらった結果である。
彩度 100% の画像の方が、160% の
画像よりも美味しそうと答えた人の
割合が高かった。

100% 以上の彩度が美味しそうと感じることはなく、

元の画像の 63% 以上の彩度

であれば、美味しそうと感じる

考察 Discussion

図 2 より、被験者や画像の種類やモニターの特性によって「美味しそう」と感じる彩度が大きく異なることは無いと分かった。
このことから、本実験の結果は以下のような事例に応用できるだろう。

1. 飲食店のメニューを取り換える目安

図 2 から、63% ほどから美味しくなさそうと感じることが分かった。

そのため、飲食店のメニューが色褪せた場合、交換の目安として 65% ほどの彩度が、交換に最適な時期と言えるだろう。

2. SNS に上げる写真の加工の目安

SNS に上げる写真を加工する際、フィルターによっては美味しくなさそうと感じることがある。

そのため、本実験で得た美味しそうと感じる彩度を目安に加工することで、加工に失敗することは無くなるだろう。