

(要約版)

コーヒーの風味を最大限に楽しむ方法の研究 — 視覚的要素による風味の予期の観点から —

大沼 卓也 (近畿大学産業理工学部・産業心理学研究室)

1. 研究目的

現在、コーヒー市場の拡大と複雑化が進む一方で、コーヒーの専門的な知識や経験があるわけではない大多数の一般消費者が、コーヒーを十分に楽しめていない可能性がある。このような問題に対して食の心理学の視点からは、パッケージやカップ等の視覚的要素を手がかりとして、コーヒーの風味に関する適切な予期を直感的に形成させる方法が効果的であると考えられる。そこで本研究では、視覚的要素の中でも比較的単純なものである「色」に着目し、風味の予期形成の基盤となる風味と色の連想関係を明らかにすることを目指す。

2. 研究 1

研究 1 では、基本味を含む様々な風味特性から連想される色はどのようなものであるかを、日本人を対象としたアンケート調査により検討した。日本在住の男女 89 名(うち女性 41 名、平均年齢 21.8 歳・標準偏差 5.16 歳)に対して基本味(「甘味」、「塩味」、「酸味」、「苦味」および「うま味」とコーヒーの風味(「甘いフルーツ」、「柑橘フルーツ」、「チョコレート」、「ナッツ」、「フローラル」、「ハーブ」および「スパイシー」)に関する単語を一つずつ提示し、それらの単語のイメージに最も当てはまると感じられる色を 18 色のカラーパネルから一つずつ選んでもらった。

その結果、基本五味では「甘味」はピンク、「塩味」は白や青、「酸味」は黄、「苦味」はオリーブや緑系、「うま味」はだいたいと赤が、当てはまる色として選ばれていた。この結果は、同様の調査を行った海外の先行研究および国内の先行研究と概ね一致しており、基本五味と色の連想関係は様々な文化圏に共通してみられるものであることが改めて確認された。

コーヒーの風味特性については、「甘いフルーツ」はオレンジ(だいたい)や桃(ピンク)、イチゴ(赤)などの果物の色が、「柑橘フルーツ」はオレンジ(だいたい)やレモン(黄)、ライム(黄緑)などの果物の色が多く選ばれた。「チョコレート」は茶系や黒など、チョコレート菓子に特徴的な色が多く選ばれた。「ナッツ」は木の実の色であるベージュや茶系の色が多く選ばれた。「フローラル」は、様々な種類の花が連想されたと思われるが、ピンクや赤紫が多く選ばれた。「ハーブ」は植物の色である緑系の色、「スパイシー」は唐辛子の色である赤が多く選ばれた。このように、それぞれの風味特

性語によって連想される色のパターンは単語間で多少重複はみられるものの、それぞれが独特のものであり、単語と関連した食物や事物の典型的な色が選ばれる傾向にあることがわかった。

3. 研究 2

続く研究 2 では、アンケート調査の結果をふまえながら、風味と色の連想が熟考的で恣意的なものではなく直感的に生じる妥当な現象であるかを検討するため、ストループ課題を用いた行動実験を行った。日本在住の男女 40 名（うち女性 22 名、平均年齢 22.2 歳・標準偏差 4.33 歳）が各自所有のコンピュータを用いて、インターネット上の心理学実験用サーバー Pavlovia を通じたオンライン実験に参加した。参加者は、画面上に表示された単語の内容は無視しながら、単語が表示された色をできるだけ速く正確に判断するよう求められた。より具体的には、「甘味」、「苦味」、「酸味」のいずれかの味覚語が、ピンク色、オリーブ色、黄色のいずれかの色で表示された。

実験の結果、味覚語とその表示色が連想関係にない“不一致”な組み合わせであった場合（e.g., オリーブ色の「甘味」）、連想関係にある“一致”した組み合わせであった場合（e.g., オリーブ色の「苦味」）と比べて表示色の判断が抑制されることがわかった。このように、味覚語の表示色の判断においてストループ効果がみられたことから、味覚語と色の間には確かに連想関係があること、そしてその連想関係は熟考的なプロセスによる強引なものではなく、1 秒以内の瞬間的な判断にも影響を及ぼすほどに直感的でかつ非意識的なものである可能性が示唆された。

4. 結論

味覚・風味特性と色の間に直感的な連想関係があるならば、コーヒーが提供されるカップやボトルのパッケージに特定の色が付されることで、その色と連想関係にある味覚・風味特性が非意識的に予期される可能性がある。たとえば、あるコーヒーが甘味を連想させるピンク色のマグカップで提供される場合は、そうでない場合に比べて甘味がより強く予期されるかもしれない。そしてそのような予期の結果として、そのコーヒーの匂い成分に由来する甘さに注意が向き、甘さがより一層際立って感じられる可能性がある。このように、色などの視覚的要素を適切にデザインすることで、そのコーヒーに感じ取るべき味覚・風味特性の予期を直感的に形成させるとともに、実際にもその特性をより感じやすくさせることができると考えられる。

このような現象に関する研究知見の蓄積と応用を今後も進めていくことで、コーヒーをカフェイン摂取のための飲み物としてではなく、複雑な風味を持つ嗜好品として楽しめる人々が増え、我が国におけるコーヒー文化が今後もより深く・広く発展していくことが期待される。