

『慶應マーケティング論究』
第21巻 (Spring, 2025)

食器の色（暗い／明るい）は食品の味（濃い／薄い） に関する消費者の知覚に影響を与えるのか

長谷川 萌々子

食器の重量（重い／軽い）が食品の味（濃い／薄い）に関する消費者の知覚に影響を与えると報告した既存研究があるが、食器の色（暗い／明るい）は食品の味に関する消費者の知覚に影響を与えるであろうか。食器の色が暗い場合、食器の重量が重い場合と同じく、食品の味が濃いと知覚させるであろう。また、食器の重量が重く、食器の色が暗い場合、さらに食品の味が濃いと知覚させるであろう。そこで本論は、食器の重量に加えて、食器の色にも着目して、実証分析を試みる。

第1章 はじめに

食器やパッケージのデザインは、食品に関する消費者の知覚および評価に大きな影響を与える。そのため、食品の提供者は、食器やパッケージのデザインに工夫を凝らすことによって、食品が消費者に提供する価値を高めることができる (Buchanan, 1985)。食器やパッケージの属性（色、形状、感触など）が、食品の味に関する消費者の知覚に影響を与えるように、異なる感覚モダリティ（視覚、触覚、味覚など）の間の関連付けのことを、クロスモーダル対応という (Schifferstein and Spence, 2008; Spence, 2011)。現在、食品業界において、食器と食器に入れられた食品の間のクロスモーダル対応が注目されており、食器の色、大きさ、および質感などが、食品に関する消費者の知覚および評価に影響を与える、ということが指摘されている (Zampini, Mawhinney, and Spence, 2006; Krishna and Morrin, 2008; Schifferstein, 2009)。

このような食器と食器に入れられた食品の間のクロスモーダル対応に関する研究潮流の中で、食器の重量（重い／軽い）と食品の味（濃い／薄い）に関する消費者の知覚の間の関係に関して探究したのが、Piqueras-Fiszman, Harrar, Alcaide-Marzal, and Spence (2011) である。彼らは、食器の重量（重い／軽い）は、食品の味（濃い／薄い）に関する消費者の知覚に影響を与える、ということを見出した。具体的には、重量が重い食器に入れられた食品の方が、重量が軽い食器に入れられた食品に比して、その食器に入れられた食品の味が濃いと知覚される、ということを見出した。

Piqueras-Fiszman, *et al.* (2011) は、食器の重量（重い／軽い）と食品の味（濃い／薄い）に関する消費者の知覚の間のクロスモーダル対応に関して探究したが、興味深いことに、物体の色（暗い／明るい）と物体の重量（重い／軽い）に関する人の知覚の間にも、クロスモーダル対応が存在する、ということも見出されてきた。Bullough (1907) は、人は、色が暗い物体の方が、色が明るい物体に比して、その物体の重量を重いと知覚する、と主張した。また、Payne (1961) は、物体の色（暗い／明るい）と物体の重量（重い／軽い）に関する人の知覚の相関が高いのではないかと考え、実験を通して、Bullough (1907) と同様の主張を展

開した。

物体の色（暗い／明るい）と物体の重量（重い／軽い）に関する人の知覚の間の関係は、日常生活の中にも活かされている。例えば、引っ越しなどに使う段ボール箱には、色が明るい白やベージュなどが用いられることが多い。これは、色が明るい段ボール箱の方が、色が暗い段ボール箱に比して、作業員に、その段ボール箱に入れられた荷物の重量が軽いと知覚させ、作業効率を向上させることができるからである。

こうした物体の色（暗い／明るい）と物体の重量（重い／軽い）に関する人の知覚の間のクロスモーダル対応に着目すると、食器の色（暗い／明るい）は食品の味（濃い／薄い）に関する消費者の知覚に影響を与える、と主張しうるであろう。具体的には、消費者は、色が暗い食器の方が、色が明るい食器に比して、その食器の重量を重いと知覚するため、その食器に入れられた食品の味を濃いと知覚するであろう。また、食器の色（暗い／明るい）は、食器の重量（重い／軽い）が食品の味（濃い／薄い）に関する消費者の知覚に与える影響を強める、と主張しうるであろう。具体的には、食器の重量（重い／軽い）と食器の色（暗い／明るい）の両方を変化させた場合、消費者は、重量が重く色が暗い食器の重量を最も重いと知覚するため、その食器に入れられた食品の味を最も濃いと知覚するであろう。

かくして、本論は、食器の色（暗い／明るい）は、食器の重量（重い／軽い）に関する消費者の知覚に影響を与え、食品の味（濃い／薄い）に関する消費者の知覚、ひいては食品に期待する価格（高い／低い）に関する消費者の評価や、食品の好ましさに関する消費者の評価に影響を与えるのか、ということについて検討する。また、食器の色（暗い／明るい）は、食器の重量（重い／軽い）が食品の味（濃い／薄い）に関する消費者の知覚に与える影響を強めるのか、ということについても検討する。こうした検討によって、本論は、食器が食品に関する消費者の知覚および評価に与える影響に関する研究を発展させることを試みる。そして、いかにして食品に関する消費者の評価を最大化しうるのかという実務的課題に関する含意を提供する。

第2章 既存文献レビュー

2-1. 手にしたものの重量が別のものに関する人の知覚および評価に与える影響

手にしたものの重量（重い／軽い）は、別のものに関する人の知覚および評価に影響を与える。例えば、Jostmann, Lakens, and Schubert (2009) によると、人は、重量が重いクリップボードを持った場合の方が、重量が軽いクリップボードを持った場合に比して、通貨を価値が高いと評価したり、提示された問題を重要であると知覚したりしたという。また、Ackerman, Nocera, and Bargh (2010) によると、人は、重量が重いクリップボードを持って質問に対して回答した場合の方が、重量が軽いクリップボードを持って質問に対して回答した場合に比して、架空の求職者を高く評価したという。このように、重量（重い／軽い）が人の知覚に与える影響に関して、様々な研究が行われてきた。

しかし、食器の重量（重い／軽い）が食品の味（濃い／薄い）に関する消費者の知覚に与える影響に関する研究は、ほとんど行われてこなかった。そこで、Ackerman, *et al.* (2010) の視点を引き継ぎ、食器の重量（重い／軽い）が食品の味（濃い／薄い）に関する消費者の知覚に与える影響に関して探究したのが、Piqueras-Fiszman, *et al.* (2011) であった。彼らは、消費者に、見た目は同じであるが食器の重量（重い／軽い）が異

なる3つのヨーグルトを食べさせ、食品の風味の強さおよび味（濃い／薄い）に関する消費者の知覚、食品に期待する価格（高い／低い）に関する消費者の評価、および食品の好ましさに関する消費者の評価を測定した。その結果、風味の強さに関する消費者の知覚は、3つの食品の間に有意な差が見られなかったが、消費者は、重量が重い食器に入れられた食品、重量が中程度である食器に入れられた食品、重量が軽い食器に入れられた食品の順に、それらの食器に入れられた食品の味を濃いと知覚し、それらの食器に入れられた食品の価格を高いと評価し、また、それらの食器に入れられた食品を好ましいと評価する、ということが見出された。

2-2. 製品の色が製品に関する消費者の知覚および評価に与える影響

消費者が知覚する全ての視覚刺激には、色情報が含まれており（Eliot and Maier, 2007）、消費者行動に様々な影響を与えているという（e.g., Mehta and Zhu, 2009; De Bock, Pandelaere, and Van Kenhove, 2013; Lee, Deng, Unnava, and Fujita, 2014; Mead and Richerson, 2018; Marozzo, Raimondo, Miceli, and Scopelliti, 2020）。例えば、Mead and Richerson（2018）は、色が鮮やかなパッケージの方が、色がくすんだパッケージに比して、そのパッケージ内の食品が健康的でないと知覚される、と主張した。また、Marozzo, *et al.*（2020）は、ベージュのような自然を彷彿させる色は、消費者に、混じり気がなく、添加物が入っていない食品であると知覚させるため、健康食品に対する消費者の支払い意思額（以下WTP）を高める、と主張した。

消費者の注意を惹き付け、消費者の購買を促したり、製品に関する消費者の評価を高めたりするような容器のデザインを考える際にも、色は重要である（e.g., Garber, Burke, and Jones, 2000; Ampuero and Vila, 2006; Piqueras-Fiszman and Spence, 2012）。例えば、Garber, *et al.*（2000）は、特定のブランドに対するロイヤルティが高い消費者は、パッケージの色を大幅に変更すると、そのブランドを選択する確率が低下する一方、特定のブランドに対するロイヤルティが低い消費者は、パッケージの色を大幅に変更すると、そのブランドを選択する確率が上昇する、ということを見出した。また、Ampuero and Vila（2006）は、色が暗い青や黒は、エレガントで高価なイメージを与え、色が明るい白は、手ごろであるというイメージを与える、と主張した。さらに、Piqueras-Fiszman and Spence（2012）は、その理由は定かではないものの、消費者は、オレンジのカップに注がれたホットチョコレートの方が、赤や白のカップに注がれたホットチョコレートに比して、そのチョコレートの香りを強くと知覚する、ということを見出した。このように、容器の色は、製品に関する消費者の知覚および評価に大きな影響を与える。

2-3. 物体の色（暗い／明るい）が物体の重量（重い／軽い）に関する人の知覚および評価に与える影響

色は、色相、明度、および彩度という3つの属性を持つ（cf. JAFCAHP）が、その中でも、明度に焦点を合わせて、物体の色（暗い／明るい）が物体の重量（重い／軽い）に関する人の知覚に与える影響に関して研究したのが、Bullough（1907）であった。彼は、人は、色が暗い物体の方が、色が明るい物体に比して、その物体の重量を重いと知覚する、ということを見出した。さらに、Payne（1961）は、物体の色（暗い／明

るい)と物体の重量(重い/軽い)に関する人の知覚の相関が高く、人は、色彩とは無関係に、色が暗い物体の方が、色が明るい物体に比して、その物体の重量を重いと知覚する、ということを見出した。

Hagtvedt (2020) は、以上に述べたような物体の色(暗い/明るい)が物体の重量(重い/軽い)に関する人の知覚に与える影響に関する既存研究を応用し、製品の色(暗い/明るい)が、製品の耐久性と使いやすさに関する消費者の評価に与える影響に関して研究した。彼は、製品の重量を重いと知覚した消費者は、その製品に耐久性があると予測する(Ford and Smith, 1987)ことから、色が暗い製品の方が、色が明るい製品に比して、その製品の耐久性を高いと評価するのではないかと主張した。また、製品の重量が軽いことは、製品の使いやすさにつながることから、消費者は、色が明るい製品の方が、色が暗い製品に比して、使いやすいと評価するのではないかと主張した。実際に、彼が、消費者に色(暗い/明るい)以外の要素が全て同じであるノートパソコンの画像を見せて、耐久性と使いやすさに関する消費者の評価を測定したところ、消費者は、色が暗いノートパソコンの方が、色が明るいノートパソコンに比して、そのノートパソコンの耐久性を高いと評価した一方、色が明るいノートパソコンの方が、色が暗いノートパソコンに比して、使いやすいと評価したという。そして、どちらの効果も、製品の重量(重い/軽い)に関する消費者の知覚によって媒介されていたという。

以上に概観したとおり、物体の色(暗い/明るい)が物体の重量(重い/軽い)に関する人の知覚に影響を与えるということが、いくつかの色彩心理学研究によって示されてきた。さらに、製品の色(暗い/明るい)を調節して、製品の重量(重い/軽い)に関する消費者の知覚に影響を与えることによって、製品に関する消費者の評価を高めることができる、ということが消費者行動研究によって示されてきた。しかし、食器の色(暗い/明るい)が、食器の重量(重い/軽い)に関する消費者の知覚に影響し、ひいては食品に関する消費者の評価にどのような影響を与えるのか、ということに関して探究した研究は、著者の知りうる限り、行われていない。

2-4. 視覚優位

現代において、人は、視覚を通して得た情報を、触覚や聴覚を通して得た情報より優先的に利用されると言われている。これを視覚優位という。視覚優位に関する研究は、古くから行われており、様々な研究が、触覚や聴覚に対する視覚の優位性を見出してきた(Rock and Victor, 1964; Weerts and Thurlow, 1971)。例えば、Rock and Victor (1964) は、実験を通して、触覚に対する視覚の優位性を見出した。具体的には、彼らが、シリンダーレンズを通して正方形のブロックを見せると同時に、それを手で触らせ、視覚的には縦の辺と横の辺の長さの比が1:2の長方形を見ている一方、触覚的には正方形を触っているという矛盾を人為的に作り出し、ブロックの縦横の辺の長さを回答するように依頼したところ、人は、横の辺の長さを、縦の辺の長さより長いと回答したという。これは、人が無意識に、視覚を通して得た情報を、触覚を通して得た情報より優先的に利用した、ということを含意している。

また、Weerts and Thurlow (1971) は、実験を通して、聴覚に対する視覚の優位性を見出した。具体的には、本人から見て、真正面から20度ずらした位置に置かれた、無音のスピーカーに目を向けながら、真正面の位置にある音源から流れる音を聞いた人は、音源の位置を、真正面から約9度スピーカー寄りにな

れた位置である、と予測した。一方、無音のスピーカーに目を向けずに音を聞いた人は、音源の位置を、正しく予測できたという。つまり、人は、目に見えているスピーカーという視覚を通して得た情報を、聞こえている音という聴覚を通して得た情報より優先的に利用したため、スピーカーに目を向けながら音を聞いた際に、音源の位置を正しく予測できなくなった、ということである。

以上に概観したとおり、人は、無意識に視覚を通して得た情報を、触覚や聴覚を通して得た情報より優先的に利用している。

第3章 仮説提唱

3-1. 食器の色（暗い／明るい）が食器の重量（重い／軽い）に関する消費者の知覚に与える影響に関する仮説

第2-3節において概観したとおり、Bullough (1907) は、消費者は、色が暗い製品の方が、色が明るい製品に比して、その製品の重量を重いと知覚する、ということを見出した。そのため、消費者は、食器の色の色相や彩度が等しい場合、色が暗い食器の方が、色が明るい食器に比して、その食器の重量を重いと知覚すると考えられるであろう。以上の議論より、次の仮説を提唱する。

仮説1 色が暗い食器の方が、色が明るい食器に比して、その食器の重量が重いと知覚される。

3-2. 食器の色（暗い／明るい）が食品に関する消費者の知覚および評価に与える影響に関する仮説

第2-1節において概観したとおり、Piqueras-Fiszman, *et al.* (2011) は、重量が重い食器に入れられた食品の方が、重量が軽い食器に入れられた食品に比して、消費者に、その食器に入れられた食品の味が濃いと知覚され、その食器に入れられた食品の価格が高いと評価され、また、その食器に入れられた食品が好ましいと評価される、ということを見出した。

しかし、彼らは、食品に関する消費者の知覚および評価に影響を与える要素として、食器の重量（重い／軽い）だけに焦点を合わせており、食器の色（暗い／明るい）には焦点を合わせていなかった。そこで本論は、食器の色（暗い／明るい）が、食器の重量（重い／軽い）に関する消費者の知覚に影響し、ひいては食品の味（濃い／薄い）に関する消費者の知覚に影響を与えるのか、ということについて検討したい。前節において提唱したとおり、消費者は、食器の色の色相や彩度が同じである場合、色が暗い食器の方が、色が明るい食器に比して、その食器の重量を重いと知覚すると考えられるであろう。そして、Piqueras-Fiszman, *et al.* (2011) によって見出されたとおり、食器の重量を重いと知覚した消費者は、その食器に入れられた食品の味を濃いと知覚し、その食器に入れられた食品の価格を高いと評価し、また、その食器に入れられた食品を好ましいと評価すると考えられるであろう。以上の議論より、次の仮説を提唱する。

仮説 2a 色が暗い食器に入れられた食品の方が、色が明るい食器に入れられた食品に比して、その食器に入れられた食品の味が濃いと知覚される。

仮説 2b 色が暗い食器に入れられた食品の方が、色が明るい食器に入れられた食品に比して、その食器に入れられた食品の価格が高いと評価される。

仮説 2c 色が暗い食器に入れられた食品の方が、色が明るい食器に入れられた食品に比して、好ましいと評価される。

3-3. 食器の重量（重い／軽い）と食器の色（暗い／明るい）が食品に関する消費者の知覚および評価に与える影響に関する仮説

それでは、食器の重量（重い／軽い）と食器の色（暗い／明るい）の両方を変化させた場合、両者は、食品に関する消費者の知覚および評価にどのような影響を与えるであろうか。

第 2-1 節において概観したとおり、Piqueras-Fiszman, *et al.* (2011) は、消費者は、重量が重い食器に入れられた食品の方が、重量が軽い食器に入れられた食品に比して、その食器に入れられた食品の味を濃いと知覚し、その食器に入れられた食品の価格を高いと評価し、また、その食器に入れられた食品を好ましいと評価する、ということを見出した。そして、第 2-3 節において概観したとおり、消費者は、色が暗い製品の方が、色が明るい製品に比して、その製品の重量を重いと知覚する。そのため、前節において提唱したとおり、消費者は、色が暗い食器に入れられた食品の方が、色が明るい食器に入れられた食品に比して、その食器に入れられた食品の味を濃いと知覚し、その食器に入れられた食品の価格を高いと評価し、また、その食器に入れられた食品を好ましいと評価すると考えられるであろう。よって、食器の重量（重い／軽い）と食器の色（暗い／明るい）の両方を変化させた場合、消費者は、重量が重く色が暗い食器の重量を最も重いと知覚するため、その食器に入れられた食品の味を最も濃いと知覚し、その食器に入れられた食品の価格を最も高いと評価し、また、その食器に入れられた食品を最も好ましいと評価すると考えられるであろう。一方、消費者は、重量が軽く色が明るい食器の重量を最も軽いと知覚するため、その食器に入れられた食品の味を最も薄いと知覚し、その食器に入れられた食品の価格を最も低いと評価し、また、その食器に入れられた食品を最も好ましくないと評価すると考えられるであろう。ここで注目すべきことに、第 2-4 節において概観したとおり、既存研究が、消費者は、視覚を通して得た情報を、触覚や聴覚を通して得た情報より優先的に利用する、ということを見出してきた (e.g. Rock and Victor, 1964) ことを考慮すると、消費者は、重量が軽く色が暗い食器の重量を、実際の重量より重いと知覚するため、その食器に入れられた食品の味を濃いと知覚し、その食器に入れられた食品の価格を高いと評価し、また、その食器に入れられた食品を好ましいと評価すると考えられるであろう。一方、消費者は、重量が重く色が明るい食器の重量を、実際の重量より軽いと知覚するため、その食器に入れられた食品の味を薄いと知覚し、その食器に入れられた食品の価格を低いと評価し、また、その食器に入れられた食品を好ましくないと評価するであろう。以上の議論より、次の仮説を提唱する。

- 仮説 3a 重量が重く色が暗い食器に入れられた食品、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品、重量が軽く色が明るい食器に入れられた食品の順に、それらの食器に入れられた食品の味が濃いと知覚される。
- 仮説 3b 重量が重く色が暗い食器に入れられた食品、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品、重量が軽く色が明るい食器に入れられた食品の順に、それらの食器に入れられた食品の価格が高いと評価される。
- 仮説 3c 重量が重く色が暗い食器に入れられた食品、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品、重量が軽く色が明るい食器に入れられた食品の順に、好ましいと評価される。

第4章 実験1：仮説1の実証

4-1. 実験の概要

第3章において提唱した仮説群のうち、仮説1の経験的妥当性を吟味するために、実験1を実施し、データ収集および実証分析を行った。被験者は、日本国内の男女74名（うち男性20名、女性53名、その他1名、年齢の中央値は22歳）であった。

実験は、以下のとおりに実施した。第1に、被験者が色覚に障害を持たないことを確認するために、被験者に、「あなたは、普段、色を識別しにくいと感じることはありますか？」という質問に対して回答するように依頼した。この質問に対して、「ある」と回答した被験者6名と、「回答したくない」と回答した被験者1名を、分析から除外した。

第2に、被験者に、色が暗い食器と色が明るい食器の画像を見るように依頼した。その後、被験者が、色が明るい食器の方が、色が暗い食器に比して、食器の色を明るいと感じていることを確認するために、被験者に、「どちらの食器の色の方が、明るいと感じますか？」という質問に対して、「食器A」または「食器B」と回答するように依頼した。回答データを収集した後、この質問に対して、「食器B」と回答した被験者1名を、分析から除外した。なお、本実験では、色が暗い食器には「食器A」、色が明るい食器には「食器B」という名称を付けた。

第3に、視覚的な重量（重い／軽い）に関する被験者の知覚を測定するために、被験者に、「どちらの食器の方が、重みを感じますか？」という質問に対して、「食器A」または「食器B」と回答するように依頼した。回答データを収集した後、分析に際しては、被験者に「重みを感じる」と回答された方の食器には2、回答されなかった方の食器には1という数値を付けることによって、被験者の回答を数値化した。実験において用いた食器の画像は、図表1に掲載されるとおりであった。なお、被験者に対して実際に提示した質問票は、補録1に掲載されるとおりであった。

図表 1 実験 1 において用いた食器

a) 色が暗い食器



b) 色が明るい食器

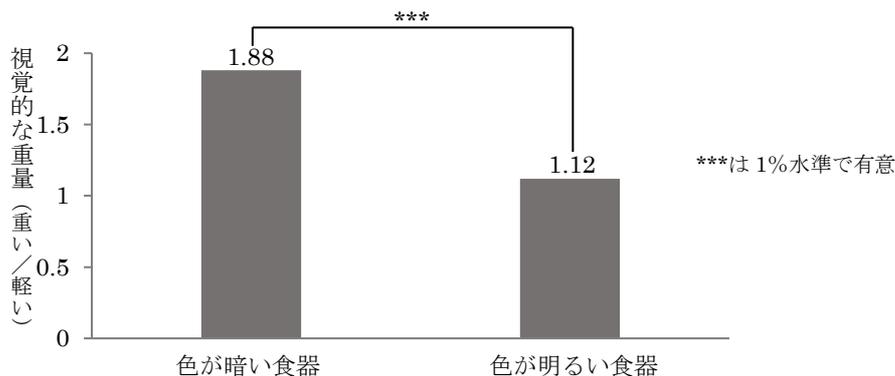


4-3. 視覚的な重量（重い／軽い）に関する被験者の知覚

色が暗い食器の重量（重い／軽い）に関する被験者の知覚と色が明るい食器の重量（重い／軽い）に関する被験者の知覚の間に有意な差があるか否か、ということについて検討するために、 t 検定を行った。

色が暗い食器の重量（重い／軽い）に関する被験者の知覚の平均値は、1.881（標準偏差は 0.327）であった一方、色が明るい食器の重量（重い／軽い）に関する被験者の知覚の平均値は、1.119（標準偏差は 0.327）であり、前者の方が、後者に比して、高水準であり、両者の差は 1%水準で有意であった（ $t = -13.49, p < 0.0001$ ）。以上の結果は、図表 2 に要約されるとおりであった。

図表 2 視覚的な重量に関する被験者の知覚に関する検定の分析結果



これらの結果は、色が暗い食器の方が、色が暗い食器に比して、重量が重いと知覚された、ということを示している。よって、仮説 1 は、支持されたと言いうるのであろう。

第 5 章 実験 2：仮説 2 の実証

5-1. 被験者と実験財の選定

第 3 章において提唱した仮説群のうち、仮説 2 の経験的妥当性を吟味するために、実験 2 を実施し、データ収集および実証分析を行った。被験者は、味覚や嗅覚に障害を持たない日本国内の大学生 26 名（うち男性 13 名、女性 13 名、年齢の中央値は 21 歳）であった。なお、本実験では、Piqueras-Fiszman, *et al.* (2011)

に倣い、実験財としてプレーンヨーグルトを採用した。

5-2. 実験の概要

実験は、Piqueras-Fiszman, *et al.* (2011) に倣い、以下のとおりに実施した。第1に、被験者が味覚や嗅覚に障害を持たないことを確認するために、被験者に、いくつかの質問に対して回答するように依頼した。具体的には、「あなたは、感覚に影響を与えるような重大な疾患を患ったことはありますか?」、「あなたは、食べ物の味を感じにくいことがありますか?」、および「あなたは、食べ物の匂いを感じにくいことがありますか?」という3つの質問に対して回答するように依頼した。回答データを収集したところ、これらの質問に対して、「ある」と回答した被験者はいなかった。

第2に、実験財であるヨーグルトに対して苦手意識を持つ被験者を、分析の対象から除外するために、「あなたは、ヨーグルトが好きですか?」という質問に対して回答するように依頼した。回答データを収集したところ、ヨーグルトに対して苦手意識を持つ被験者もいなかった。

第3に、被験者に、色が明るい食器を片手で持ち上げ、食器に入れられたヨーグルトをスプーン一杯食べるように依頼した。その後、食品の味(濃い/薄い)に関する被験者の知覚、食品に期待する価格(高い/低い)に関する被験者の評価、および食品の好ましさに関する被験者の評価を測定するために、被験者に、いくつかの質問に対して回答するように依頼した。具体的には、食品の味(濃い/薄い)については、「あなたは、この食品について、あっさりしていると感じましたか? それとも濃厚であると感じましたか?」という質問に対して、7点SD尺度(「1:非常にあっさりしている」~「7:非常に濃厚である」)で回答するように依頼した後、「あなたは、この食品の味について、濃いと感じましたか? それとも薄いと感じましたか?」という質問に対して、7点SD尺度(「1:非常に薄い」~「7:非常に濃い」)で回答するように依頼した。回答データを収集した後、分析に際しては、これら2つの質問に対する回答を1つの測定尺度として平均化した。食品に期待する価格(高い/低い)については、「あなたは、この食品について、手ごろであると感じましたか? それとも高級であると感じましたか?」という質問に対して、7点SD尺度(「1:非常に手ごろである」~「7:非常に高級である」)で回答するように依頼した後、「あなたは、この食品について、安価であると予想しますか? それとも高価であると予想しますか?」という質問に対して、7点SD尺度(「1:非常に安価である」~「7:非常に高価である」)で回答するように依頼した。回答データを収集した後、分析に際しては、これら2つの質問に対する回答を1つの測定尺度として平均化した。なお、Piqueras-Fiszman, *et al.* (2011)は、食品に対する被験者のWTPを測定していなかったが、本実験では、食品に期待する価格(高い/低い)に関する被験者の評価をより詳しく測定するために、Marozzo, *et al.* (2020)が用いた質問を参考にして、食品に対する被験者のWTPを測定した。具体的には、被験者に、「あなたは、この食品にいくらまでなら支払っても良いと考えますか? ただし、一般的なカップヨーグルト(80グラム)の価格は、130円とします。」という質問に対して回答するように依頼した。食品の好ましさについては、「あなたは、この食品について、好ましいと感じましたか? それとも嫌いだと感じましたか?」という質問に対して、7点SD尺度(「1:非常に嫌い」~「7:非常に好ましい」)で回答するように依頼した。上述の、食品の味(濃い/薄い)に関する被験者の知覚、食品に期待する価格(高い/低い)に関する被験者の評価、および食品の好ましさ

関する被験者の評価を測定するために用いた尺度は、Piqueras-Fizman, *et al.* (2011) が用いた尺度を参考にして設定した。

第 4 に、被験者に、色が暗い食器を片手で持ち上げ、食器に入れられたヨーグルトをスプーン一杯食べるように依頼した。その後、食品の味（濃い／薄い）に関する被験者の知覚、食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価、および食品の好ましさに関する被験者の評価を測定するために、被験者に、いくつかの質問に対して回答するように依頼した。なお、具体的な質問は、色が明るい食器に入れられた食品を評価するように依頼した際に用いた質問と同様であった。実験において用いた食器の画像は、図表 3 に掲載されるとおりであった。なお、被験者に対して実際に提示した質問票は、補録 2 に掲載されるとおりであった。

図表 3 実験 2 において用いた食器

a) 色が暗い食器



b) 色が明るい食器



5-3. 測定尺度の吟味

分析に先立って、食品の味（濃い／薄い）に関する被験者の知覚および食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価を測る際に用いた測定尺度の信頼性を判断するために、標準化因子負荷量、クロンバックの α 係数、および合成信頼性 (SCR) を、妥当性を判断するために、平均分散抽出度 (AVE) を算出した。その結果、図表 4 に要約されるとおり、各構成概念の標準化因子負荷量は、0.876~0.983 という値を示し、Bagozzi and Yi (1988) が推奨する 0.500 以上という基準を満たしていた。また、クロンバックの α 係数は、0.909 および 0.934 という値を示し、Nunnally (1978) が推奨する 0.700 以上という基準値を満たしていた。また、SCR は、0.910 および 0.937 という数値を示し、Bagozzi and Yi (1988) が推奨する 0.600 以上という基準値を満たしていた。さらに、AVE は、0.836 および 0.881 という数値を示し、Bagozzi and Yi (1988) が推奨する 0.500 以上という基準値を満たしていた。それゆえ、本実験において用いた測定尺度は、高い信頼性と妥当性を有していると言いうるのである。

なお、食品に対する被験者の WTP および食品の好ましさに関する被験者の評価については、質問が 1 つしかなかったため、標準化因子負荷量、クロンバックの α 係数、SCR、および AVE は、算出されなかった。

図表 4 構成概念と測定尺度 1

構成概念	測定尺度（標準化因子負荷量）	α 係数	SCR	AVE
食品の味（濃い／薄い）に関する被験者の知覚	X_1 : 食品について、あっさりしていると感じる (vs. 濃厚であると感じる)。 (0.88) X_2 : 食品の味について、薄いと感じる (vs. 濃いと感じる)。 (0.95)	0.91	0.91	0.84

図表 4 構成概念と測定尺度 1 (つづき)

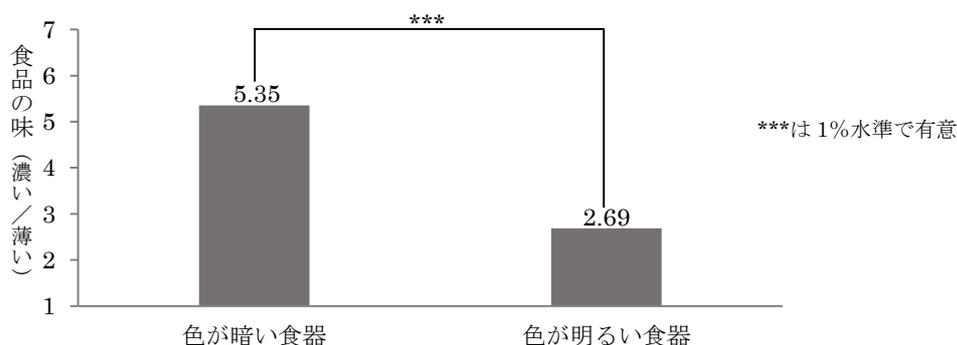
構成概念	測定尺度 (標準化因子負荷量)	α 係数	SCR	AVE
食品に期待する価格 (高い/低い) に関する被験者の評価	X_3 : 食品について、安価であると感じる (vs. 高価であると感じる)。 (0.89) X_1 : 食品について、手ごろであると感じる (vs. 高級であると感じる)。 (0.98)	0.93	0.94	0.88

5-4. 食品の味 (濃い/薄い) に関する被験者の知覚

色が暗い食器に入れられた食品の味 (濃い/薄い) に関する被験者の知覚と、色が明るい食器に入れられた食品の味 (濃い/薄い) に関する被験者の知覚の間に有意な差があるか否か、ということについて検討するために、 t 検定を行った。

色が暗い食器に入れられた食品の味 (濃い/薄い) に関する被験者の知覚の平均値は 5.346 (標準偏差は 1.037) であった一方、色が明るい食器に入れられた食品の味 (濃い/薄い) に関する被験者の知覚の平均値は 2.692 (標準偏差は 1.142) であり、前者の方が、後者に比して、高水準であり、両者の差は 1%水準で有意であった ($t = -8.89, p < 0.0001$)。以上の結果は、図表 5 に要約されるとおりであった。

図表 5 食品の味 (濃い/薄い) に関する被験者の知覚についての検定の分析結果

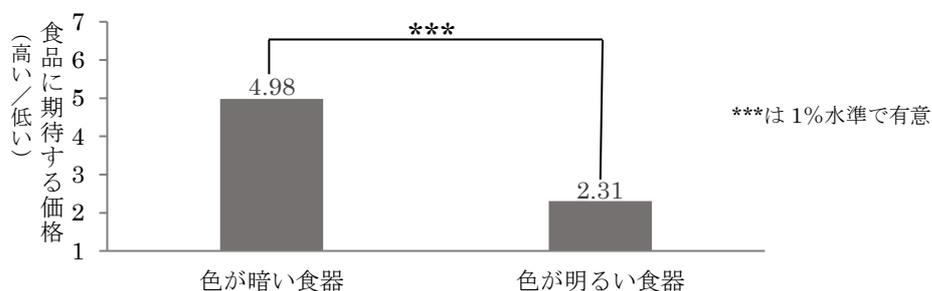


5-5. 食品に期待する価格 (高い/低い) に関する被験者の評価

色が暗い食器に入れられた食品に期待する価格 (高い/低い) に関する被験者の評価と、色が明るい食器に入れられた食品に期待する価格 (高い/低い) に関する被験者の評価の間に有意な差があるか否か、ということについて検討するために、 t 検定を行った。

色が暗い食器に入れられた食品に期待する価格 (高い/低い) に関する被験者の評価の平均値は 4.981 (標準偏差は 1.345) であった一方、色が明るい食器に入れられた食品に期待する価格 (高い/低い) に関する被験者の評価の平均値は 2.308 (標準偏差は 0.981) であり、前者の方が、後者に比して、高水準であり、両者の差は 1%水準で有意であった ($t = -8.19, p < 0.0001$)。以上の結果は、図表 6 に要約されるとおりであった。

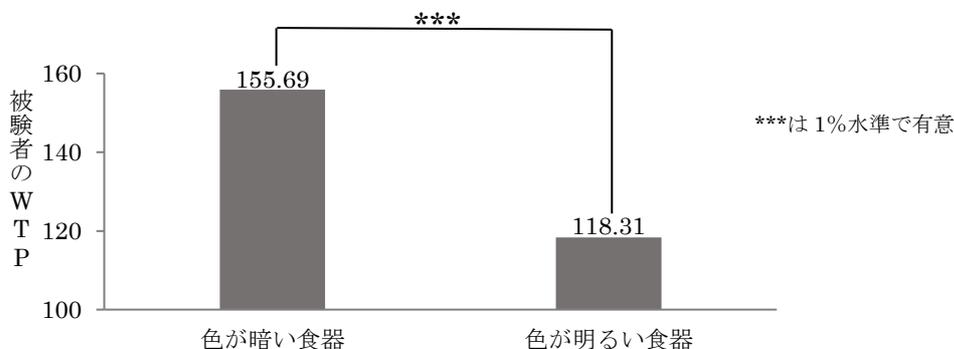
図表 6 食品に期待する価格（高い／低い）に関する評価についての検定の分析結果



さらに、第5-2節において述べたとおり、本実験では、食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価をより詳しく測定するために、食品に対する被験者の WTP を測定し、色が暗い食器に入れられた食品に対する被験者の WTP と、色が明るい食器に入れられた食品に対する被験者の WTP の間に有意な差があるか否か、ということについて検討するために、 t 検定を行った。

色が暗い食器に入れられた食品に対する被験者の WTP の平均値は、155.692 (標準偏差は 25.567) であった一方、色が明るい食器に入れられた食品に対する被験者の WTP の平均値は、118.308 (標準偏差は 22.682) であり、前者の方が、後者に比して、高水準であり、両者の差は 1%水準で有意であった ($t = -5.58$, $p < 0.0001$)。以上の結果は、図表 7 に要約されるとおりであった。

図表 7 食品に対する被験者の WTP についての検定の分析結果



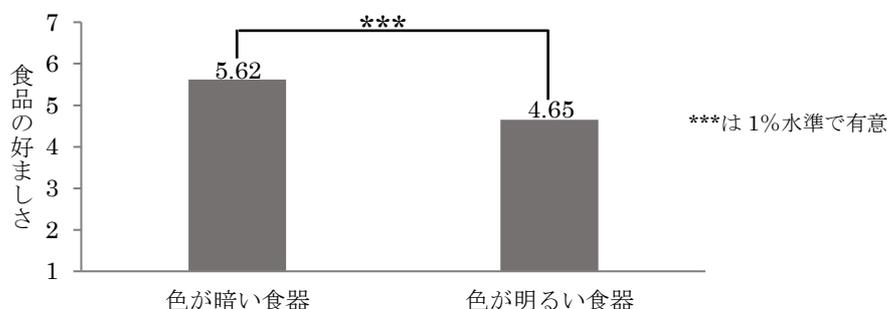
5-6. 食品の好ましさに関する被験者の評価

色が暗い食器に入れられた食品の好ましさに関する被験者の評価と、色が明るい食器に入れられた食品の好ましさに関する被験者の評価の間に有意な差があるか否か、ということについて検討するために、 t 検定を行った。

色が暗い食器に入れられた食品の好ましさに関する被験者の評価の平均値は 5.615 (標準偏差は 0.804) であった一方、色が明るい食器に入れられた食品の好ましさに関する被験者の評価の平均値は 4.654 (標準偏差は 1.056) であり、前者の方が、後者に比して、高水準であり、両者の差は 1%水準で有意であった

($t = -3.69, p = 0.0006$)。以上の結果は、図表 8 に要約されるとおりであった。

図表 8 食品の好ましさに関する被験者の評価についての検定の分析結果



5-7. 実験 2 の結果に関する考察

第 5-4 節、第 5-5 節、および第 5-6 節における、食器の色（暗い／明るい）が、食品の味（濃い／薄い）に関する被験者の知覚、食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価、および食品の好ましさに関する被験者の評価に与える影響についての分析の結果、仮説 2a 「色が暗い食器に入れられた食品の方が、色が明るい食器に入れられた食品に比して、その食器に入れられた食品の味が濃いと評価される」、仮説 2b 「色が暗い食器に入れられた食品の方が、色が明るい食器に入れられた食品に比して、その食器に入れられた食品の価格が高いと評価される」、および仮説 2c 「色が暗い食器に入れられた食品の方が、色が明るい食器に入れられた食品に比して、好ましいと評価される」は、支持されたとはいえるであろう。その理由として、色が暗い食器の方が、色が明るい食器に比して、その食器の重量を重いと知覚した被験者が、その食器に入れられた食品の味が濃いと知覚し、その食器に入れられた食品の価格を高いと評価し、また、その食器に入れられた食品を好ましいと評価したからであると考えられるであろう。

第 6 章 実験 3：仮説 3 の実証

6-1. 被験者と実験財の選定

第 3 章において提唱した仮説群のうち、仮説 3 の経験的妥当性を吟味するために、実験 3 を実施し、データ収集および実証分析を行った。被験者は、味覚や嗅覚に障害を持たない日本国内の大学生 26 名（うち男性 13 名、女性 13 名、年齢の中央値は 21 歳）であった。なお、本実験では、実験財としてチョコレートを採用した。なぜなら、チョコレートは、被験者にとってなじみのある食材であり、かつ、しばしば食品の味（濃い／薄い）が、食品に関する被験者の評価を左右するような食材であるため、食品の味（濃い／薄い）に関する被験者の知覚を測定する本実験に用いるのにふさわしいと考えられるからであった。

6-2. 実験の概要

実験は、Piqueras-Fiszman, *et al.* (2011) に倣い、以下のとおりに実施した。第1に、被験者が味覚や嗅覚に障害を持たないことを確認するために、被験者に、いくつかの質問に対して回答するように依頼した。具体的には、「あなたは、感覚に影響を与えるような重大な疾患を患ったことはありますか?」、「あなたは、食べ物の味を感じにくいことがありますか?」、および「あなたは、食べ物の匂いを感じにくいことがありますか?」という3つの質問に対して回答するように依頼したところ、これらの質問に対して、「ある」と回答した被験者はいなかった。

第2に、実験財であるチョコレートに対して苦手意識を持つ被験者を、分析の対象から除外するために、「あなたは、チョコレートが好きですか?」という質問に対して回答するように依頼したところ、チョコレートに対して苦手意識を持つ被験者もいなかった。

第3に、被験者に、重量が軽く色が明るい食器を片手で持ち上げ、食器に入れられたチョコレートを食べるように依頼した。その後、食品の味（濃い／薄い）に関する被験者の知覚、食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価、および食品の好ましさに関する被験者の評価を測定するために、被験者に、いくつかの質問に対して回答するように依頼した。具体的には、食品の味（濃い／薄い）については、「あなたは、この食品について、あっさりしていると感じましたか? それとも濃厚であると感じましたか?」という質問に対して、7点SD尺度（「1:非常にあっさりしている」～「7:非常に濃厚である」）で回答するように依頼した後、「あなたは、この食品の味について、薄いと感じましたか? それとも濃く感じましたか?」という質問に対して、7点SD尺度（「1:非常に薄い」～「7:非常に濃い」）で回答するように依頼した。回答データを収集した後、分析に際しては、これら2つの質問に対する回答を1つの測定尺度として平均化した。食品に期待する価格（高い／低い）については、「あなたは、この食品について、手ごろであると感じましたか? それとも高級であると感じましたか?」という質問に対して、7点SD尺度（「1:非常に手ごろである」～「7:非常に高級である」）で回答するように依頼した後、「あなたは、この食品について、安価であると予想しますか? それとも高価であると予想しますか?」という質問に対して、7点SD尺度（「1:非常に安価である」～「7:非常に高価である」）で回答するように依頼した。回答データを収集した後、分析に際しては、これら2つの質問に対する回答を1つの測定尺度として平均化した。なお、Piqueras-Fiszman, *et al.* (2011) は、食品に対する被験者のWTPを測定していなかったが、本実験では、食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価をより詳しく測定するために、Marozzo, *et al.* (2020) が用いた質問を参考にして、食品に対する被験者のWTPを測定した。具体的には、被験者に、「あなたは、この食品にいくらまでなら支払っても良いと考えますか? ただし、一般的なパックチョコレートの価格は、300円とします。」という質問に対して回答するように依頼した。食品の好ましさにについては、「あなたは、この食品について、好ましいと感じましたか? それとも嫌いだと感じましたか?」という質問に対して、7点SD尺度（「1:非常に嫌い」～「7:非常に好ましい」）で回答するように依頼した。上述の、食品の味（濃い／薄い）に関する被験者の知覚、食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価、および食品の好ましさに関する被験者の評価を測定するために用いた尺度は、Piqueras-Fiszman, *et al.* (2011) が用いた尺度を参考にして設定した。

第4に、被験者に、重量が重く色が明るい食器を片手で持ち上げ、食器に入れられたチョコレートを食べるように依頼した。その後、食品の味（濃い／薄い）に関する被験者の知覚、食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価、および食品の好ましさに関する被験者の評価を測定するための質問に対して回答するように依頼した。なお、具体的な質問は、上述の重量が軽く色が明るい食器に入れられたチョコレートを評価するように依頼した際に用いた質問と同様であった。

第5に、被験者に、重量が軽く色が暗い食器を片手で持ち上げ、食器に入れられたチョコレートを食べるように依頼した。その後、食品の味（濃い／薄い）に関する被験者の知覚、食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価、および食品の好ましさに関する被験者の評価を測定するための質問に対して回答するように依頼した。なお、具体的な質問は、上述の重量が軽く色が明るい食器に入れられたチョコレートを評価するように依頼した際に用いた質問と同様であった。

第6に、被験者に、重量が重く色が暗い食器を片手で持ち上げ、食器に入れられたチョコレートを食べるように依頼した。その後、食品の味（濃い／薄い）に関する被験者の知覚、食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価、および食品の好ましさに関する被験者の評価を測定するための質問に対して回答するように依頼した。なお、具体的な質問は、上述の重量が軽く色が明るい食器に入れられたチョコレートを評価するように依頼した際に用いた質問と同様であった。実験に用いた食器の画像は、図表3に掲載されるとおりであった。なお、本実験では、重量が軽く色が明るい食器、重量が重く色が明るい食器、重量が軽く色が暗い食器、および重量が重く色が暗い食器の4種類の食器を用意するために、2つの色が明るい食器のうちの1つと、2つの色が暗い食器のうちの1つに、セラミック製の重りを付けることによって、それらの食器の重量を重くした。重量が軽い食器は60グラム、重量が重い食器は142グラムであり、重量が重い食器と重量が軽い食器の重量差は、82グラムであった。なお、被験者に対して実際に提示した質問票は、補録3に掲載されるとおりであった。

6-3. 測定尺度の吟味

分析に先立って、食品の味（濃い／薄い）に関する被験者の知覚および食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価を測る際に用いた測定尺度の信頼性を判断するために、標準化因子負荷量、クロンバックの α 係数、および合成信頼性（SCR）を、妥当性を判断するために、平均分散抽出度（AVE）を算出した。その結果、図表9に要約されるとおり、各構成概念の標準化因子負荷量は、0.904～0.971という値を示し、Bagozzi and Yi (1988) が推奨する0.500以上という基準を満たしていた。また、クロンバックの α 係数は、0.929および0.935という値を示し、Nunnally (1978) が推奨する0.700以上という基準値を満たしていた。また、SCRは、0.930および0.936という数値を示し、Bagozzi and Yi (1988) が推奨する0.600以上という基準値を満たしていた。さらに、AVEは、0.869および0.880という数値を示し、Bagozzi and Yi (1988) が推奨する0.500以上という基準値を満たしていた。それゆえ、本実験において用いた測定尺度は、高い信頼性と妥当性を有しているといえるであろう。

なお、食品に対する被験者のWTPおよび食品の好ましさに関する被験者の評価については、質問が1つしかなかったため、標準化因子負荷量、クロンバックの α 係数、SCR、およびAVEは、計算されなかった。

図表 9 構成概念と測定尺度 2

構成概念	測定尺度 (標準化因子負荷量)	α 係数	SCR	AVE
食品の味 (濃い/薄い) に関する被験者の知覚	X_1 : 食品について、あっさりしていると感じる (vs. 濃厚であると感じる)。 (0.91) X_2 : 食品の味について、薄いと感じる (vs. 濃いと感じる)。 (0.95)	0.93	0.93	0.87
食品に期待する価格 (高い/低い) に関する被験者の評価	X_3 : 食品について、安価であると感じる (vs. 高価であると感じる)。 (0.90) X_4 : 食品について、手ごろであると感じる (vs. 高級であると感じる)。 (0.97)	0.94	0.94	0.88

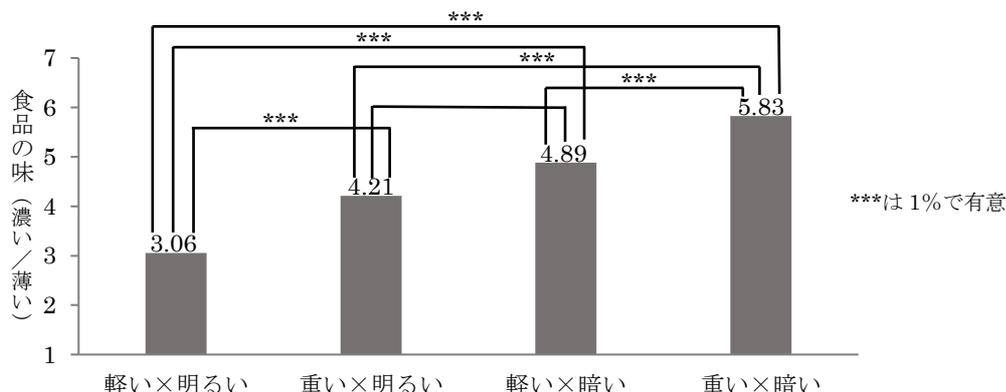
6-4. 食品の味 (濃い/薄い) に関する被験者の知覚

重量が重く色が暗い食器に入れられた食品の味 (濃い/薄い) に関する被験者の知覚、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品の味 (濃い/薄い) に関する被験者の知覚、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品の味 (濃い/薄い) に関する被験者の知覚、および重量が軽く色が明るい食器に入れられた食品の味 (濃い/薄い) に関する被験者の知覚に有意な差があるか否か、ということについて検討するために、Tukey法による多重比較検定を行った。

重量が重く色が暗い食器に入れられた食品の味 (濃い/薄い) に関する被験者の知覚の平均値は、5.827 (標準偏差は 1.363)、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品の味 (濃い/薄い) に関する被験者の知覚の平均値は、4.212 (標準偏差は 0.929)、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品の味 (濃い/薄い) に関する被験者の知覚の平均値は、4.885 (標準偏差は 1.003)、重量が軽く色が明るい食器に入れられた食品の味 (濃い/薄い) に関する被験者の知覚の平均値は、3.058 (標準偏差は 1.366) であった。

分析を行った結果、2種類の食器に入れられた食品の間の、食品の味 (濃い/薄い) に関する被験者の知覚の平均値の差異は、次のとおりであった。重量が重く色が暗い食器に入れられた食品と、重量が軽く色が明るい食器に入れられた食品の味 (濃い/薄い) に関する被験者の知覚の平均値 (5.827 と 3.058) の差は、1%水準で有意であった。また、重量が重く色が暗い食器に入れられた食品と、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品の味 (濃い/薄い) に関する被験者の知覚の平均値 (5.827 と 4.885) の差は、5%水準で有意であった。また、重量が重く色が暗い食器に入れられた食品と、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品の味 (濃い/薄い) に関する被験者の知覚の平均値 (5.827 と 4.212) の差は、1%水準で有意であった。また、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品と、重量が軽く色が明るい食器に入れられた食品の味 (濃い/薄い) に関する被験者の知覚の平均値 (4.885 と 3.058) の差は、1%水準で有意であった。また、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品と、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品の味 (濃い/薄い) に関する被験者の知覚の平均値 (4.885 と 4.212) の差は、非有意であった。また、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品と、重量が軽く食器の色が明るい食器に入れられた食品の味 (濃い/薄い) に関する被験者の知覚の平均値 (4.212 と 3.058) の差は、1%水準で有意であった。以上の結果は、図表 10 に要約されるとおりであった。

図表 10 食品の味（濃い／薄い）に関する被験者の知覚についての検定の分析結果



6-5. 食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価

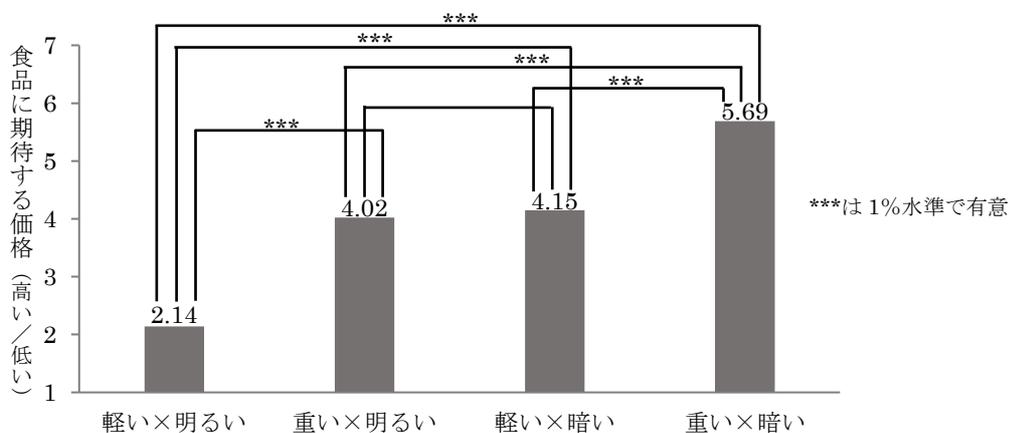
重量が重く色が暗い食器に入れられた食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価、および重量が軽く色が明るい食器に入れられた食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価に有意な差があるか否か、ということについて検討するために、Tukey法による多重比較検定を行った。

重量が重く色が暗い食器に入れられた食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価の平均値は、5.692（標準偏差は 1.364）、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価の平均値は、4.019（標準偏差は 0.842）、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価の平均値は、4.154（標準偏差は 1.247）、重量が軽く色が明るい食器に入れられた食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価の平均値は、2.135（標準偏差は 0.923）であった。

分析を行った結果、2種類の食器に入れられた食品の間の、食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価の平均値の差異は、次のとおりであった。重量が重く色が暗い食器に入れられた食品と、重量が軽く色が明るい食器に入れられた食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価の平均値（5.692と2.135）の差は、1%水準で有意であった。また、重量が重く色が暗い食器に入れられた食品と、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品に期待する価格（高い／低い）に関する評価の平均値（5.692と4.154）の差は、1%水準で有意であった。また、重量が重く色が暗い食器に入れられた食品と、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品に期待する価格に関する被験者の評価の平均値（5.692と4.019）の差は、1%水準で有意であった。また、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品と、重量が軽く色が明るい食器に入れられた食品に期待する価格に関する被験者の評価の平均値（4.154と2.135）の差は、1%水準で有意であった。また、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品と、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価の平均値（4.154と4.019）の差は、非有意であった。また、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品と、重量が軽く色が明るい食器に入れられた食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価の平均値（4.019と2.135）の差は、1%水準で有意であった。

以上の結果は、図表 11 に要約されるとおりであった。

図表 11 食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価についての検定の分析結果



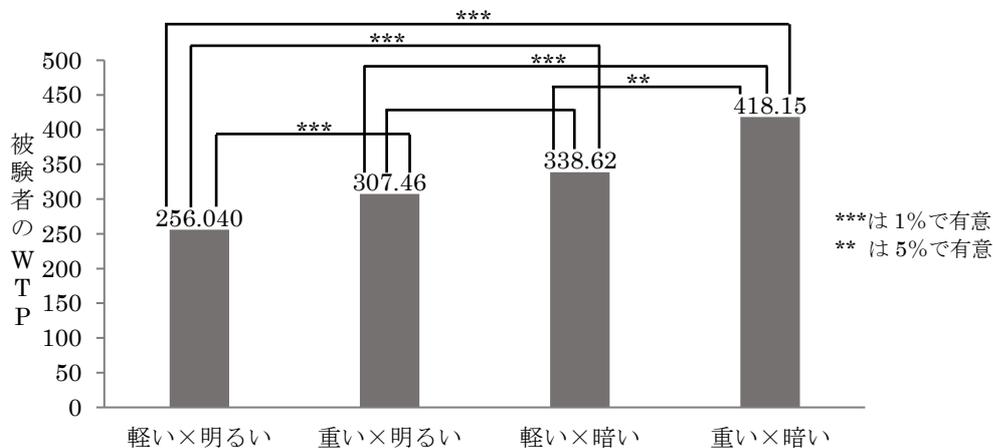
さらに第 6-2 節において述べたとおり、本実験では、食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価をより詳しく測定するために、食品に対する被験者の WTP を測定し、重量が重く色が暗い食器に入れられた食品に対する被験者の WTP、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品に対する被験者の WTP、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品に対する被験者の WTP、および重量が軽く色が明るい食器に入れられた食品に対する被験者の WTP に有意な差があるか否か、ということについて検討するために、Tukey 法による多重比較分析を行った。

重量が重く色が暗い食器に入れられた食品に対する被験者の WTP の平均値は、418.154（標準偏差は 108.261）、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品に対する被験者の WTP の平均値は、307.462（標準偏差は 51.536）、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品に対する被験者の WTP の平均値は、338.615（標準偏差は 69.273）、重量が軽く色が明るい食器に入れられた食品に対する被験者の WTP の平均値は、256.038（標準偏差は 48.430）であった。

分析を行った結果、2 種類の食器に入れられた食品の間の、食品に対する被験者の WTP の平均値の差異は、次のとおりであった。重量が重く色が暗い食器に入れられた食品と、重量が軽く色が明るい食器に入れられた食品に対する被験者の WTP の平均値（418.154 と 256.038）の差は、1%水準で有意であった。また、重量が重く色が暗い食器に入れられた食品と、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品に対する被験者の WTP の平均値（418.154 と 338.615）の差は、1%水準で有意であった。また、重量が重く色が暗い食器に入れられた食品と、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品に対する被験者の WTP の平均値（418.154 と 307.462）の差は、1%水準で有意であった。また、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品と、重量が軽く色が明るい食器に入れられた食品に対する被験者の WTP の平均値（338.615 と 256.038）の差は、1%水準で有意であった。また、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品と、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品に対する被験者の WTP の平均値（338.615 と 307.462）の差は、非有意であった。また、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品と、重量が軽く色が明るい食器に入れられた食品に対する被験者の WTP の平均値（307.462 と 256.038）の差は、10%水準で有意であった。以上の結果は、図表 12 に

要約されるとおりであった。

図表 12 食品に対する被験者の WTP についての検定の分析結果



6-6. 食品の好ましさに関する被験者の評価

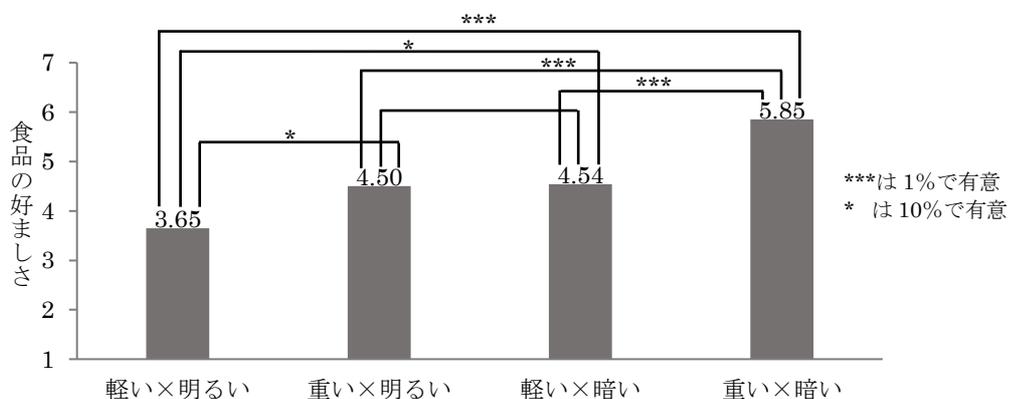
重量が重く色が暗い食器に入れられた食品の好ましさに関する被験者の評価、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品の好ましさに関する被験者の評価、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品の好ましさに関する被験者の評価、および重量が軽く色が明るい食器に入れられた食品の好ましさに関する被験者の評価に有意な差があるか否か、ということについて検討するために、Tukey 法による多重比較検定を行った。

重量が重く色が暗い食器に入れられた食品の好ましさに関する被験者の評価の平均値は、5.846 (標準偏差は 1.026)、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品の好ましさに関する被験者の評価の平均値は、4.500 (標準偏差は 1.152)、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品の好ましさに関する被験者の評価の平均値は、4.539 (標準偏差は 1.045)、重量が軽く色が明るい食器に入れられた食品の好ましさに関する被験者の評価の平均値は、3.654 (標準偏差は 1.357) であった。

分析を行った結果、2 種類の食器に入れられた食品の間の、食品の好ましさに関する被験者の評価の平均値の差異は、次のとおりであった。重量が重く色が暗い食器に入れられた食品と、重量が軽く色が明るい食器に入れられた食品の好ましさに関する被験者の評価の平均値 (5.846 と 3.654) の差は、1%水準で有意であった。また、重量が重く色が暗い食器に入れられた食品と、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品の好ましさに関する被験者の評価の平均値 (5.846 と 4.539) の差は、1%水準で有意であった。また、重量が重く色が暗い食器に入れられた食品と、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品の好ましさに関する被験者の評価の平均値 (5.846 と 4.500) の差は、1%水準で有意であった。また、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品と、重量が軽く色が明るい食器に入れられた食品の好ましさに関する被験者の評価の平均値 (4.539 と 3.654) の差は、10%水準で有意であった。また、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品と、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品の好ましさに関する被験者の評価の平均値 (4.539 と 4.500) の差は、非有意であった。また、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品と、重量が軽く色

が明るい食器に入れられた食品の好ましさに関する被験者の評価の平均値 (4.500 と 3.654) の差は、10%水準で有意であった。以上の結果は、図表 13 に要約されるとおりであった。

図表 13 食品の好ましさに関する被験者の評価についての検定の分析結果



6-7. 実験 3 に関する考察

第 6-4 節、第 6-5 節、および第 6-6 節における、食器の重量 (重い/軽い) と食器の色 (暗い/明るい) が、食品の味 (濃い/薄い) に関する被験者の知覚、食品に期待する価格 (高い/低い) に関する被験者の評価、および食品の好ましさに関する被験者の評価に与える影響についての分析の結果、次のような知見が見出された。

まず、重量が重く色が暗い食器に入れられた食品の味 (濃い/薄い) に関する被験者の知覚、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品の味 (濃い/薄い) に関する被験者の知覚、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品の味 (濃い/薄い) に関する被験者の知覚、および重量が軽く色が明るい食器に入れられた食品の味 (濃い/薄い) に関する被験者の知覚を互いに比較したところ、重量が重く色が暗い食器に入れられた食品、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品、重量が軽く色が明るい食器に入れられた食品の順に、それらの食器に入れられた食品の味が濃いと知覚されたが、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品の味 (濃い/薄い) に関する被験者の知覚と、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品の味 (濃い/薄い) に関する被験者の知覚の間には、有意な差が見られなかった。

次に、食器に入れられた食品に期待する価格 (高い/低い) に関する被験者の評価について、上述の 4 種類の食器に入れられた食品に期待する価格に関する被験者の評価を互いに比較したところ、重量が重く色が暗い食器に入れられた食品、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品、重量が軽く色が明るい食器に入れられた食品の順に、それらの食器に入れられた食品の価格が高いと評価されたが、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品に期待する価格 (高い/低い) に関する被験者の評価と、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品に期待する価格 (高い/低い) に関する被験者の評価の間には、有意な差が見られなかった。また、上述の 4 種類の食器に入れられた食品に対する被験者の WTP についても、同様の結果であった。

最後に、食器に入れられた食品の好ましさに関する被験者の評価について、上述の4種類の食器に入れられた食品の好ましさに関する被験者の評価を互いに比較したところ、重量が重く色が暗い食器に入れられた食品、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品、重量が軽く色が明るい食器に入れられた食品の順に、好ましいと評価されたが、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品の好ましさに関する被験者の評価と、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品の好ましさに関する被験者の評価の間には、有意な差が見られなかった。

したがって、仮説 3a「重量が重く色が暗い食器に入れられた食品、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品、重量が軽く色が明るい食器に入れられた食品の順に、それらの食器に入れられた食品の味が濃いと知覚される」、仮説 3b「重量が重く色が暗い食器に入れられた食品、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品、重量が軽く色が明るい食器に入れられた食品の順に、それらの食器に入れられた食品の価格が高いと評価される」、および仮説 3c「重量が重く色が暗い食器に入れられた食品、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品、重量が軽く色が明るい食器に入れられた食品の順に、好ましいと評価される」は、支持されなかったと言いうるのであろう。

重量が重く色が明るい食器に入れられた食品の味（濃い／薄い）に関する被験者の知覚、食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価、および食品の好ましさに関する被験者の評価と、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品の味（濃い／薄い）に関する被験者の知覚、食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価、および食品の好ましさに関する被験者の評価の間に、有意な差が見られなかった理由としては、次の2つが挙げられる。第1に、本実験において用いた重量が重い食器と重量が軽い食器の質量の差が大きかったことが挙げられる。本実験において用いた重量が重い食器と重量が軽い食器の質量の差は、82グラムであり、被験者が十分に重量（重い／軽い）の違いを感じられる程度であった。そのため、視覚優位性により、被験者が、重量が軽く色が暗い食器の方が、重量が重く色が明るい食器に比して、その食器の重量を重いと知覚したとしても、知覚した重量（重い／軽い）の差は小さかったと考えられる。その結果、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品の味（濃い／薄い）に関する被験者の知覚、食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価、および食品の好ましさに関する被験者の評価と、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品の味（濃い／薄い）に関する被験者の知覚、食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価、および食品の好ましさに関する被験者の評価の間にも、有意な差が見られなかったと考えられるであろう。

第2に、被験者数が少なかったことが挙げられる。本実験では、予算および時間の制約のため、被験者数が26名にとどまってしまった。分析の結果によると、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品の味（濃い／薄い）に関する被験者の知覚、食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価、および食品の好ましさに関する被験者の評価と、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品の味（濃い／薄い）に関する被験者の知覚、食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価、および食品の好ましさに関する被験者の評価の間に、有意な差が見られなかったものの、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品の方が、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品に比して、その食器に入れられた食品の味が濃いと知覚され、その食器に入れられた食品の価格が高いと評価され、また、その食器に入れられた食品が好ま

しいと評価される傾向が見られた。そのため、被験者数を拡大することによって、重量が重く色が明るい食器に入れられた食品の味（濃い／薄い）に関する被験者の知覚、食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価、および食品の好ましさに関する被験者の評価と、重量が軽く色が暗い食器に入れられた食品の味（濃い／薄い）に関する被験者の知覚、食品に期待する価格（高い／低い）に関する被験者の評価、および食品の好ましさに関する被験者の評価の間に、有意な差を見出すことができると考えられるであろう。

第7章 おわりに

7-1. 学術的貢献

本論には、次の2つの学術的貢献がある。1つ目は、既存研究が、食器の重量（重い／軽い）が、食品の味（濃い／薄い）に関する消費者の知覚、食品に期待する価格（高い／低い）に関する消費者の評価、および食品の好ましさに関する消費者の評価に影響を与えるのか、ということについてのみ検討してきたのに対して、本論は、食器の色（暗い／明るい）は、食品の味（濃い／薄い）に関する消費者の知覚、食品に期待する価格（高い／低い）に関する消費者の評価、および食品の好ましさに関する消費者の評価に影響を与えるのか、ということについても検討したことである。そうすることによって、食器の実際の重量（重い／軽い）だけではなく、消費者が食器の色（暗い／明るい）によって知覚する視覚的な重量（重い／軽い）も、食品の味（濃い／薄い）に関する消費者の知覚、食品に期待する価格（高い／低い）に関する消費者の評価、および食品の好ましさに関する消費者の評価に影響を与える、ということを見出した。

2つ目は、食器の色（暗い／明るい）は、食器の重量（重い／軽い）が食品の味（濃い／薄い）に関する消費者の知覚、食品に期待する価格（高い／低い）に関する消費者の評価、および食品の好ましさに関する消費者の評価に与える影響を強めるのか、ということについて検討したことである。そうすることによって、食器の重量（重い／軽い）が、食品の味（濃い／薄い）に関する消費者の知覚、食品に期待する価格（高い／低い）に関する消費者の評価、および食品の好ましさに関する消費者の評価に与える影響は、食器の色（暗い／明るい）を暗くすることによって、さらに強化できる、ということを見出した。

以上のような取り組みを通して、本論は、食器が食品に関する消費者の知覚および評価に与える影響に関する研究の前進に、大きな学術的貢献を成したと断言するであろう。

7-2. 実務的含意

本論には、次のような実務的含意がある。それは、食品に関する消費者の評価をいかに向上させるかという課題を抱える、食品を提供する企業や飲食店に新たな実務的含意を提供したことである。本論の知見によると、食器の重量（重い／軽い）と食器の色（暗い／明るい）の両方を変化させた場合、消費者は、重量が重く色が暗い食器に入れられた食品の味を最も濃いと知覚し、その食器に入れられた食品の価格を最も

高いと評価し、また、その食器に入れられた食品を最も好ましいと評価する。したがって、食品を提供する企業や飲食店は、食品に関する消費者の評価を向上させるために、重量が重く色が暗い食器を用いるべきである。特に、食品の味（濃い／薄い）が評価を左右するような食品を提供する飲食店や、高級感を売り出したいと考える飲食店は、重量が重く色が暗い食器を用いるべきである。

以上のように、食品を提供する企業や飲食店は、食器の重量（重い／軽い）と食器の色（暗い／明るい）を調節することによって、食品に関する消費者の評価を向上させることができると考えられるであろう。

7-3. 本論の限界

本論には、次の2つの限界がある。1つ目は、本論の実験1、実験2、および実験3では、予算および時間の制約のため、消費者が少数、かつ20歳～26歳という若年層の男女に留まっていたことである。今後の研究においては、多数かつ幅広い年代の消費者を対象にして実験を実施することによって、本論と同様の結果を得ることができるか吟味することが望まれるであろう。

2つ目は、予算の制約のため、実験財として採用した食品が、プレーンヨーグルトとチョコレートに限定されたことである。本論の実験2では、Piqueras-Fiszman, *et al.* (2011) に倣い、プレーンヨーグルトを実験財として採用した。また、本論の実験3では、消費者になじみがあり、しばしば食品の味（濃い／薄い）が、食品に関する消費者の評価に影響を与えることから、チョコレートを実験財として採用した。しかし、現実では、飲食店で提供されるようなお惣菜や料理も販売されている。今後の研究においては、より幅広い食料品を採用して実験を実施することによって、本論と同様の結果を得ることができるか吟味することが望まれるであろう。

7-4. 今後の課題

本論には、次のような課題がある。それは、本論は、食品が食器に入れられて販売されることを前提としていた、ということである。本論は、食品が食器に入れられて販売されることを前提とし、本論の実験2および実験3では、食品の容器として、プラスチック製の食器を用いた。しかしながら、本論の実験財として採用したヨーグルトやチョコレートは、飲食店で食器に入れられて販売されるよりも、スーパーマーケットやコンビニエンスストアなどで、パッケージに入れられて販売されることのほうが多いであろう。今後は、食品の容器として、パッケージを用いて実験を実施し、本論の仮説を吟味することも、有意義な課題であるといえるであろう。

上述のような課題を残しているものの、本論は、既存研究が検討してこなかった食器の色（暗い／明るい）は、食品の味（濃い／薄い）に関する消費者の知覚、食品に期待する価格（高い／低い）に関する消費者の評価、および食品の好ましさに関する消費者の評価に影響を与えるのか、について検討し、さらに、食器の色（暗い／明るい）は、食器の重量（重い／軽い）が食品の味（濃い／薄い）に関する消費者の知覚、食品に期待する価格（高い／低い）に関する消費者の評価、および食品の好ましさに関する消費者の評価に与える影響を強めるのか、ということについても検討した点において、一定の意義を持つ研究であったといえる

であろう。

(記) 本論の執筆に際して、お力添えくださった全ての方々に対して、この場を借りて感謝の意を表します。慶應義塾大学商学部小野晃典先生からは、お忙しい中、たくさんの丁寧なご指導を賜りました。小野先生のご指導のおかげで、この卒業論文を執筆できたことを心から感謝いたします。本当にありがとうございました。また、大学院生の先輩方や第20期生の先輩方、同期の第21期生、そして第22期生からも、本論を執筆する上で重要となった数多くのご助言を賜りました。とりわけ、第16期OBかつ第20期大学院生で、同大学院商学究科助教の北澤涼平先生、および21期の皆様は、本論の添削や分析などのために、多大なお時間を割いてくださりました。心から感謝いたします。最後に、本論の執筆に際して、お力添えくださった全ての方々に対する感謝の意を、重ねて表します。本当にありがとうございました。

参考文献

- Ackerman, Joshua M., Christopher C. Nocera, and John A. Bargh (2010), "Incidental Haptic Sensations Influence Social Judgments and Decisions," *Science*, Vol. 328, No. 5986, pp. 1712-1715.
- Ampuero, Olga and Natalia Vila (2006), "Consumer Perceptions of Product Packaging," *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 23, No. 2, pp. 100-112.
- Bagozzi, Richard P. and Youjae Yi (1988), "On the Evaluation of Structural Equation Models," *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 16, No. 1, pp. 74-94.
- Buchanan, Richard (1985), "Declaration by Design: Rhetoric, Argument, and Demonstration in Design Practice," *Design Issues*, Vol. 2, No. 1, pp. 4-22.
- Bullough, Edward (1907), "On the Apparent Heaviness of Colours," *British Journal of Psychology*, Vol. 2, No. 2, pp. 111-152.
- De Bock, Tine, Mario Pandelaere, and Patrick Van Kenhove (2013), "When Colors Backfire: The Impact of Color Cues on Moral Judgment," *Journal of Consumer Psychology*, Vol. 23, No. 3, pp. 341-348.
- Eliot, Andrew J. and Markus A. Maier (2007), "Color and Psychological Functioning," *Current Directions in Psychological Science*, Vol. 16, No. 5, pp. 250-254.
- Ford, Gary T. and Ruth A. Smith (1987), "Inferential Beliefs in Consumer Evaluations: An Assessment of Alternative Processing Strategies," *Journal of Consumer Research*, Vol. 14, No. 3, pp. 363-371.
- Hagtvedt, Henrik (2020), "Dark is Durable, Light is User-Friendly: The Impact of Color Lightness on Two Product Attribute Judgments," *Psychology and Marketing*, Vol. 37, No. 7, pp. 864-875.
- Jostmann, Nils B., Daniel Lakens, and Thomas W. Schubert (2009), "Weight as an Embodiment of Importance," *Psychological Science*, Vol. 20, No. 9, pp. 1169-1174.
- Krishna, Aradhna and Maureen Morrin (2008), "Does Touch Perceptual Transfer of Product Container

- Haptic Cues,” *Journal of Consumer Research*, Vol. 34, No. 6, pp. 807–818.
- Garber, Lawrence L. Jr., Raymond R. Burke, and Jack M. Jones (2000), *The Role of Package Color in Consumer Purchase Consideration and Choice*, Cambridge, MA: Marketing Science Institute.
- Lee, Hyojin, Xiaoyan Deng, Rao Unnava, and Kentaro Fujita (2014), “Monochrome Forests and Colorful Trees: The Effect of Black-and-White versus Color Imagery on Construal Level,” *Journal of Consumer Research*, Vol. 41, No. 4, pp. 1015–1032.
- Marozzo, Veronica, Maria A. Raimondo, Gaetano N. Miceli, and Irene Scopelliti (2020), “Effects of Nature Packaging Colors on Willingness to Pay for Healthy Food,” *Psychology and Marketing*, Vol. 37, No. 7, pp. 913–927.
- Mead, James A. and Rob Richerson (2018), “Package Color Saturation and Food Healthfulness Perceptions,” *Journal of Business Research*, Vol. 82, pp. 10–18.
- Mehta, Ravi and Rui J. Zhu (2009), “Blue or Red? Exploring the Effect of Color on Cognitive Task Performances,” *Science*, Vol. 323, No. 5918, pp. 1226–1229.
- Nunnally, Jum C. (1978), *Psychometric Theory*, New York, NY: McGraw-Hill.
- Payne, Carr (1961), “Apparent Weight as a Function of Hue,” *American Journal of Psychology*, Vol. 74, No. 1, pp. 104–105.
- Piqueras-Fiszman, Betina and Charles Spence (2012), “The Influence of the Color of the Cup on Consumers’ Perception of a Hot Beverage,” *Journal of Sensory Studies*, Vol. 27, No. 5, pp. 324–331.
- , Vanessa Harrar, Jorge Alcaide-Marzal, and Charles Spence (2011), “Does the Weight of the Dish Influence Our Perception of Food?” *Food Quality and Preference*, Vol. 22, No. 8, pp. 753–756.
- Rock, Irvin and Jack Victor (1964), “Vision and Touch: An Experimentally Created Conflict between the Two Senses,” *Science*, Vol. 143, No. 3606, pp. 594–596.
- Schiffstein, Rick (2009), “Comparing Mental Imagery Across the Sensory Modalities,” *Imagination, Cognition and Personality*, Vol. 28, No. 4, pp. 371–388.
- and Charles Spence (2008), “Multisensory Product Experience,” in Hendrik N. J. Schiffstein and Paul Hakkert, eds., *Product Experience*, Amsterdam, Netherland: Elsevier, Chapter. 5, (pp. 133–161.)
- Spence, Charles (2011), “Crossmodal Correspondences: A Tutorial Review,” *Attention, Perception, and Psychophysics*, Vol. 73, No. 4, pp. 971–995.
- Weerts, Theodore C. and Willard R. Thurlow (1971), “The Effects of Eye Position and Expectation on Sound Localization,” *Perception and Psychophysics*, Vol. 9, No. 1, pp. 35–39.
- Zampini, Massimiliano, Sara Mawhinney, and Charles Spence (2006), “Tactile Perception of the Roughness of the End of a Tool: What Role Does Tool Handle Roughness Play?” *Neuroscience Letters*, Vol. 400, No. 3, pp. 235–239.

参考資料

JAFCA HP, <https://jafca.org/> (最終アクセス 2025 年 2 月 4 日)

補録 1 質問票 1：食器の色に対する消費者知覚調査

質問票 1

食器の色に対する消費者知覚調査

<ご挨拶>

慶應義塾大学商学部 4 年小野晃典研究会第 21 期の長谷川萌々子と申します。

私は、現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。この調査は、純粋に学術的な調査であり、特定の営利企業に利用することは決してございません。また、ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位での情報が外部に漏洩することは絶対にございません。

お忙しいところ恐縮ではございますが、上記の旨をご理解頂きますして、本調査へのご協力の程、何卒宜しくお願い申し上げます。

【0】 あなたの年齢と性別を教えてください。

歳 男 ・ 女 ・ その他

【1】 ご自身の知覚に従い、質問に回答してください。



どちらの食器の方が、色が暗いと感じますか？
暗いと感じた方に○を付けてください。

食器 A . 食器 B

どちらの食器の方が、重みを感じますか？重みを感じた方に○を付けてください。

食器 A . 食器 B

ご協力ありがとうございました。

補録2 質問票2：ヨーグルトに対する消費者知覚調査

質問票2

ヨーグルトに対する消費者知覚調査

< ご挨拶 >

慶應義塾大学商学部4年小野晃典研究会第21期の長谷川萌々子と申します。

私は、現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。この調査は、純粋に学術的な調査であり、特定の営利企業に利することは決してございません。また、ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位での情報が外部に漏洩することは絶対ございません。

お忙しいところ恐縮ではございますが、上記の旨をご理解頂きますして、本調査へのご協力の程、何卒宜しくお願い申し上げます。

歳 男 ・ 女 ・ その他

【0】 あなたの年齢と性別を教えてください。

【1】 あなたは、感覚に影響を与えるような重大な疾患を患ったことはありませんか？

はい ・ いいえ ・ 答えたくない

【2】 あなたは、食べ物の味を感じにくいことがありますか？

はい ・ いいえ ・ 答えたくない

【3】 あなたは、食べ物の匂いを感じにくいことがありますか？

はい ・ いいえ ・ 答えたくない

【4】 あなたは、ヨーグルトが好きですか？

1 ... とても嫌い
2 ... 嫌い
3 ... どちらでもない
4 ... どちらでもない
5 ... やや好き
6 ... 好き
7 ... とても好き

この質問について、「1：とても嫌い」～「7：とても好き」のうち、最も当てはまる1つの番号を選択して○を付けてください。

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

【5】この食器を片手で持ち上げ、食器の中のヨーグルトをスプーン1杯食べた後、ご自身の知覚に従い、ヨーグルトを評価してください。



5-1~5-4について、1~7のうち、最も当てはまる数字1つに○を付けてください。

- 1 : 非常にあつさりしている
- 2 : あつさりしている
- 3 : ややあつさりしている
- 4 : どちらでもない
- 5 : やや濃厚である
- 6 : 濃厚である
- 7 : 非常に濃厚である

Q.5-1 あなたは、この食品について、あつさりしていると感じましたか？それとも濃厚であると感じましたか？

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

- 1 : 非常に薄い
- 2 : 薄い
- 3 : やや薄い
- 4 : どちらでもない
- 5 : やや濃い
- 6 : 濃い
- 7 : 非常に濃い

Q.5-2 あなたは、この食品の味について、薄いと感じましたか？それとも濃いと感じましたか？

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Q.5-3 あなたは、この食品について、手ごろであると感じましたか？それとも高級であると感じましたか？

- 1 : 非常に手ごろである
- 2 : 手ごろである
- 3 : やや手ごろである
- 4 : どちらでもない
- 5 : やや高級である
- 6 : 高級である
- 7 : 非常に高級である

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Q.5-4 あなたは、この食品について、安価であると思えますか？それとも高価であると思えますか？

- 1 : 非常に安価である
- 2 : 安価である
- 3 : やや安価である
- 4 : どちらでもない
- 5 : やや高価である
- 6 : 高価である
- 7 : 非常に高価である

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

【6】あなたは、この食品にいくらまでなら支払っても良いと考えますか？ただし、一般的なカップヨーグルト(80グラム)の価格は、130円とします。数字のみで回答して下さい。

円

【8】 この食器を片手で持ち上げ、食器の中のヨーグルトをスプーン1杯食べた後、ご自身の知覚に従い、ヨーグルトを評価してください。



8-1~8-4 について、1~7のうち、最も当てはまる数字1つに○を付けてください。

- 1 … 非常に好む/好まない
- 2 … 好む/好まない
- 3 … やや好む/好まない
- 4 … どちらでもない
- 5 … やや好まない/好む
- 6 … 好まない/好む
- 7 … 非常に好まない/好む

【7】 あなたは、この食品について、好ましいと感じましたか？それとも嫌いだと感じましたか？

- 1 … 非常に嫌い
- 2 … 嫌い
- 3 … やや嫌い
- 4 … どちらでもない
- 5 … やや好ましい
- 6 … 好ましい
- 7 … 非常に好ましい

この質問について、「1：非常に嫌い」~「7：非常に好ましい」のうち、最も当てはまる1つの番号を選択して○を付けてください。

- 1 2 3 4 5 6 7

Q.8-1 あなたは、この食品について、あっさりしていると感じましたか？それとも濃厚であると感じましたか？

- 1 2 3 4 5 6 7

Q.8-2 あなたは、この食品の味について、薄いと感じましたか？それとも濃いと感じましたか？

- 1 … 非常に薄い
- 2 … 薄い
- 3 … やや薄い
- 4 … どちらでもない
- 5 … やや濃い
- 6 … 濃い
- 7 … 非常に濃い

- 1 2 3 4 5 6 7

【10】 あなたは、この食品について、好ましいと感じましたか？
それとも嫌いだと感じましたか？

- 1 2 3 4 5 6 7
 1 : 非常に嫌い
 2 : 嫌い
 3 : やや嫌い
 4 : どちらでもない
 5 : やや好ましい
 6 : 好ましい
 7 : 非常に好ましい

この質問について、「1：非常に嫌い」～「7：非常に好ましい」のうち、最も当てはまる1つの番号を選択して○を付けてください。	1 2 3 4 5 6 7
---	---------------

- 1 2 3 4 5 6 7
 1 : 非常に高級である
 2 : 高級である
 3 : やや高級である
 4 : どちらでもない
 5 : やや手頃である
 6 : 手頃である
 7 : 非常に手頃である

Q.8-3 あなたは、この食品について、手ごろであると感じましたか？それとも高級であると感じましたか？	1 2 3 4 5 6 7
---	---------------

- 1 2 3 4 5 6 7
 1 : 非常に安価である
 2 : 安価である
 3 : やや安価である
 4 : どちらでもない
 5 : やや高価である
 6 : 高価である
 7 : 非常に高価である

Q.8-4 あなたは、この食品について、安価であると予想しますか？それとも高価であると予想しますか？	1 2 3 4 5 6 7
--	---------------

【9】 あなたは、この食品にいくらまでなら支払っても良いと考えますか？
 ただし、一般的なカップヨーグルト(80グラム)の価格は、130円とします。
 数字のみで回答して下さい。

円

ご協力ありがとうございました。

補録3 質問票3：チョコレートに対する消費者知覚調査

質問票3

チョコレートに対する消費者知覚調査

<ご挨拶>

慶應義塾大学商学部4年小野晃典研究会第21期の長谷川萌々子と申します。

私は、現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。この調査は、純粋に学術的な調査であり、特定の営利企業に利用することは決してございません。また、ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位での情報が外部に漏洩することは絶対にございませ

ん。
お忙しいところ恐縮ではございますが、上記の旨をご理解頂きまして、本調査へのご協力の程、何卒宜しくお願い申し上げます。

【0】 あなたの年齢と性別を教えてください。

歳	男	女	その他
---	---	---	-----

【1】 あなたは、感覚に影響を与えるような重大な疾患を患ったことはありませんか？

はい	いいえ	答えたくない
----	-----	--------

【2】 あなたは、食べ物の味を感じにくいことがありますか？

はい	いいえ	答えたくない
----	-----	--------

【3】 あなたは、食べ物の匂いを感じにくいことがありますか？

はい	いいえ	答えたくない
----	-----	--------

【4】 あなたは、チョコレートが好きですか？

1	2	3	4	5	6	7
…とても嫌い	…嫌い	…普通	…どちらでもない	…やや好き	…好き	…とても好き

この質問について、「1：とても嫌い」～「7：とても好き」のうち、最も当てはまる1つの番号を選択して○を付けてください。	
1	2 3 4 5 6 7

【5】この食器を片手で持ち上げ、食器の中のチョコレートにチョコレートを1粒食べた後、ご自身の知覚に従い、チョコレートの知覚を評価してください。



5-1~5-4について、1~7のうち、最も当てはまる数字1つに○を付けてください。

- 1 : 非常にあつさりしている
- 2 : あつさりしている
- 3 : ややあつさりしている
- 4 : ちょうどよい
- 5 : やや濃厚である
- 6 : 濃厚である
- 7 : 非常に濃厚である

Q.5-1 あなたは、この食品について、あつさりしていると感じましたか？それとも濃厚で感じましたか？

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

- 1 : 非常に薄い
- 2 : 薄い
- 3 : やや薄い
- 4 : ちょうどよい
- 5 : やや濃い
- 6 : 濃い
- 7 : 非常に濃い

Q.5-2 あなたは、この食品の味について、薄いと感じましたか？それとも濃いと感じましたか？

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Q.5-3 あなたは、この食品について、手ごろであると感じましたか？それとも高級であると感じましたか？

- 1 : 非常に手ごろである
- 2 : 手ごろである
- 3 : やや手ごろである
- 4 : ちょうどよい
- 5 : やや高級である
- 6 : 高級である
- 7 : 非常に高級である

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Q.5-4 あなたは、この食品について、安価であると予想しますか？それとも高価であると予想しますか？

- 1 : 非常に安価である
- 2 : 安価である
- 3 : やや安価である
- 4 : ちょうどよい
- 5 : やや高価である
- 6 : 高価である
- 7 : 非常に高価である

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

【6】あなたは、この食品にいくらまでなら支払っても良いと考えますか？ただし、一般的なパックチョコレートのは価格は、300円とします。数字のみで回答して下さい。

円

【8】 この食器を片手で持ち上げ、食器の中のチョコレート中のチョコレートを手で持ち上げ、食器の中のチョコレートを評価してください。



8-1~8-4 について、1~7のうち、最も当てはまる数字1つに○を付けてください。

- 1 … 非常に好ましい
- 2 … 好ましい
- 3 … やや好ましい
- 4 … どちらでもない
- 5 … やや好まない
- 6 … 好まない
- 7 … 非常に好まない

【7】 あなたは、この食品について、好ましいと感じましたか？それとも嫌いだと感じましたか？

- 1 … 非常に嫌い
- 2 … 嫌い
- 3 … やや嫌い
- 4 … どちらでもない
- 5 … やや好ましい
- 6 … 好ましい
- 7 … 非常に好ましい

この質問について、「1：非常に嫌い」~「7：非常に好ましい」のうち、最も当てはまる1つの番号を選択して○を付けてください。

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Q.8-1 あなたは、この食品について、あっさりしていると感じましたか？それとも濃厚であると感じましたか？

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Q.8-2 あなたは、この食品の味について、薄いと感じましたか？それとも濃いと感じましたか？

- 1 … 非常に薄い
- 2 … 薄い
- 3 … やや薄い
- 4 … どちらでもない
- 5 … やや濃い
- 6 … 濃い
- 7 … 非常に濃い

**【10】 あなたは、この食品について、好ましいと感じましたか？
それとも嫌いだと感じましたか？**

- 1 2 3 4 5 6 7
 1 : 非常に嫌い
 2 : 嫌い
 3 : やや嫌い
 4 : どちらでもない
 5 : やや好ましい
 6 : 好ましい
 7 : 非常に好ましい

	1 2 3 4 5 6 7
この質問について、「1：非常に嫌い」～「7：非常に好ましい」のうち、最も当てはまる1つの番号を選択して○を付けてください。	

- 1 2 3 4 5 6 7
 1 : 非常に手頃である
 2 : 手頃である
 3 : やや手頃である
 4 : どちらでもない
 5 : やや高級である
 6 : 高級である
 7 : 非常に高級である

Q.8-3 あなたは、この食品について、手頃であると感じましたか？それとも高級であると感じましたか？	1 2 3 4 5 6 7
--	---------------

- 1 2 3 4 5 6 7
 1 : 非常に安価である
 2 : 安価である
 3 : やや安価である
 4 : どちらでもない
 5 : やや高価である
 6 : 高価である
 7 : 非常に高価である

Q.8-4 あなたは、この食品について、安価であると予想しますか？それとも高価であると予想しますか？	1 2 3 4 5 6 7
--	---------------

**【9】 あなたは、この食品にいくらまでなら支払っても良いと考えますか？
ただし、一般的なパックチョコレートのは価格は、300円とします。
数字のみで回答して下さい。**

円

【11】この食器を片手で持ち上げ、食器の中の子ヨコレートを1粒食べた後、ご自身の知覚に従い、子ヨコレートを評価してください。



11-1~11-4について、1~7のうち、最も当てはまる数字1つに○を付けてください。

- 1 : 非常にあつさりしている
- 2 : あつさりしている
- 3 : ややあつさりしている
- 4 : どちらでもない
- 5 : やや濃厚である
- 6 : 濃厚である
- 7 : 非常に濃厚である

Q.11-1 あなたは、この食品について、あつさりしていると感じましたか？それとも濃厚であると感じましたか？

1 2 3 4 5 6 7

- 1 : 非常に薄い
- 2 : 薄い
- 3 : やや薄い
- 4 : どちらでもない
- 5 : やや濃い
- 6 : 濃い
- 7 : 非常に濃い

Q.11-2 あなたは、この食品の味について、薄いと感じましたか？それとも濃いと感じましたか？

1 2 3 4 5 6 7

- 1 : 非常に手強いである
- 2 : 手強いである
- 3 : やや手強いである
- 4 : どちらでもない
- 5 : やや高級である
- 6 : 高級である
- 7 : 非常に高級である

Q.11-3 あなたは、この食品について、手ごろであると感じましたか？それとも高級であると感じましたか？

1 2 3 4 5 6 7

- 1 : 非常に安価である
- 2 : 安価である
- 3 : やや安価である
- 4 : どちらでもない
- 5 : やや高級である
- 6 : 高級である
- 7 : 非常に高級である

Q.11-4 あなたは、この食品について、安価であると予想しますか？それとも高価であると予想しますか？

1 2 3 4 5 6 7

【12】あなたは、この食品にいくらまでなら支払っても良いと考えますか？ただし、一般的なパックチヨコレートの価格は、300円とします。数字のみで回答して下さい。

円

【13】 あなたは、この食品について、好ましいと感じましたか？
それとも嫌いだと感じましたか？

- 1 : 非常に嫌い
2 : 嫌い
3 : やや嫌い
4 : どちらでもない
5 : やや好ましい
6 : 好ましい
7 : 非常に好ましい

この質問について、「1：非常に嫌い」～「7：非常に好ましい」のうち、最も当てはまる1つの番号を選択して○を付けてください。	1 2 3 4 5 6 7
---	---------------

【14】 この食器を片手で持ち上げ、食器の中のチョコレートを1粒食べた後、ご自身の知覚に従い、チョコレートを評価してください。



14-1～14-4について、1～7のうち、最も当てはまる数字1つに○を付けてください。

- 1 : 非常にあつかりしう
2 : あつかりしう
3 : ややあつかりしう
4 : どちらでもない
5 : やや薄く
6 : 薄い
7 : 非常に薄いである

Q.14-1 あなたは、この食品について、あつさりしていると感じましたか？それとも濃厚であると感じましたか？	1 2 3 4 5 6 7
--	---------------

- 1 : 非常に薄い
2 : 薄い
3 : やや薄い
4 : どちらでもない
5 : やや濃い
6 : 濃い
7 : 非常に濃い

Q.14-2 あなたは、この食品の味について、薄いと感じましたか？それとも濃いと感じましたか？	1 2 3 4 5 6 7
---	---------------

【16】 あなたは、この食品について、好ましいと感じましたか？
それとも嫌いだと感じましたか？

- 1 非常に嫌い
- 2 嫌い
- 3 やや嫌い
- 4 どちらでもない
- 5 やや好ましい
- 6 好ましい
- 7 非常に好ましい

この質問について、「1：非常に嫌い」～「7：非常に好ましい」のうち、最も当てはまる1つの番号を選択して○をつけてください。	1 2 3 4 5 6 7
---	---------------

- 1 非常に手頃である
- 2 手頃である
- 3 やや手頃である
- 4 どちらでもない
- 5 やや高級である
- 6 高級である
- 7 非常に高級である

Q.14-3 あなたは、この食品について、手ごろであると感じましたか？それとも高級であると感じましたか？	1 2 3 4 5 6 7
--	---------------

- 1 非常に安価である
- 2 安価である
- 3 やや安価である
- 4 どちらでもない
- 5 やや高価である
- 6 高価である
- 7 非常に高価である

Q.14-4 あなたは、この食品について、安価であると予想しますか？それとも高価であると予想しますか？	1 2 3 4 5 6 7
---	---------------

【15】 あなたは、この食品にいくらまでなら支払っても良いと考えますか？
ただし、一般的なパックチョコレートのは価格は、300円とします。
数字のみで回答して下さい。

円

ご協力ありがとうございました。