

遠隔での共食における他者との親密度と 「おいしさ」の関係性の検討

An examination of the relationship between interpersonal closeness and “deliciousness” in remote co-eating

小林 海生[†], 遠山 紗矢香[†]
Kaiki Kobayashi, Sayaka Tohyama

[†] 静岡大学大学院総合科学技術研究科
Graduate School of Integrated Science and Technology, Shizuoka University
kobayashi.kaiki.20@shizuoka.ac.jp

概要

誰かと食事をする「共食」は、おいしさに対する評価の向上に寄与することが知られており、そこでは他者との経験共有が影響していることが示されている。そこで小林・遠山(2024)では、明確なコミュニケーションをとらずにモニタを介した他者と食行動を共有することが、先行研究と同様においしさを増幅するのかを検討する実験を行った結果、おいしさに対する評価を向上させる効果が示されなかったが、他者に対して波長があうと思う度合いがおいしさに影響を与えていることがわかった。これを踏まえて本研究では、遠隔の共食において他者との親密度とおいしさがどのような関係性にあるのかを検討する実験を行った。

キーワード：共食，遠隔，他者，親密度，おいしさ

1. はじめに

本研究では、遠隔での共食における他者との親密度と「おいしさ」の関係性について検討する。食事場面において、誰かと食事をする「共食」がおいしさに対する評価の向上に寄与することは知られている[1]。その「共食」の相手、他者について今まで様々な研究が行われてきた。そこでは、他者と明確なコミュニケーションをとらずに食事体験を共有すること[2]や声を聞くこと[3]、鏡で自分の姿を見ることがおいしさの感じ方に影響を与えていることが示されてきた[4]。

小林・遠山(2024)[5]では、明確なコミュニケーションをとらない状態で映像上の他者と食行動を共有することが、おいしさに対する評価を向上させるという先行研究の結果を追試した。この研究では、非対面かつ遠隔環境での食事体験の共有を実現するために、モニタを介した共食の実験を行った。その結果、共食が食味評価を向上させる効果は認められなかった。一方で、共食相手に対して「波長が合うか」「理解しているか」「信頼しているか」という質問を行った結果、これらに対する得点とおいしさに対する評価得点が正の相関関係にあった。加えて、目的変数をおいしさに設定した回帰分析の

結果、説明変数として上記に挙げた質問の回答のうち「波長が合うか」が有意であった。

上記の結果は、互いに初対面同士であっても、共食の相手と波長が合うかによって実験結果が変動する可能性があることを意味する。そこで本研究では、小林・遠山(2024)の実験を発展させて、「おいしさ」の評価を向上させる共食には他者と波長が合うかどうかはどれほど影響するのかを検討することを目的とした。なお、相手と「波長が合う」ことは、相手と一緒にいて心地が良いと感じていることが想定される。このため、波長が合うということは相手と親密度が高いことと類似した意味を持つと考えられるため、本研究では、共食相手との親密度に焦点を当てて実験を行う。

2. 実験方法

2.1. 実験手続きの変更点

実験対象者は20代前半の大学生24人を予定している。実験目的は、モニタを介した遠隔での共食場面において他者と食行動を共有することが、先行研究[2]と同様に「おいしさ」の評価を向上させるのかを検討することである。ここでいう「おいしさ」とは、個人の主観による食べ物の味への評価である。

実験条件は先行研究と同様で、遠隔での共食で他者と食行動を共有する経験共有条件、行動内容が他者と異なる非経験共有条件の2つである。非経験共有条件では、他者に画集の品評を行わせた。画集は共食を行う二名にそれぞれ同じものを用意した。実験計画も先行研究と同様で、各被験者は経験共有条件と非経験共有条件の両方に参加する被験者内実験計画を採用し、実施順はカウンターバランスをとった。

本実験における変更点として、試料は先行研究[5]で使用したカカオ72%ビターチョコレートから、塩味の

ポップコーンへと変更した。これまでの研究では先行研究[2]の手法を採用して実験を行ってきたが、先行研究の実施場所がアメリカであり日本とは食文化が異なる可能性があること、またこれまでの研究で被験者にチョコレートの苦味が必要以上にネガティブな評価を与えた可能性が否定できないことから、日本の食認知科学の先行研究で多用されている試料であるポップコーンを採用した。ただし、ポップコーンはパッケージから皿に出して提供し、被験者に品名がわからないようにした（図1）。



図1 試料のポップコーン

2.2. 実験環境

先行研究[5]と同様に、被験者が他者と行動を共有している状況を作るため、被験者の横に設けたモニタにもう1人の被験者の様子を、Zoomを介して映した。音声も共有した。モニタはBENQの24インチのものを、カメラとマイクはロジクルのC270n HD Webcamを使用した。カメラはモニタ上部中央に設置した。モニタの位置を含む実験室の様子を図2に示す。また、モニタに映し出された他者の様子を図3に示す。



図2 実験室の様子（イメージ）



図3 実験時のモニタ映像上の他者（イメージ）

ただし、先行研究[5]とは違い、本実験は被験者が部屋に1人である状態を終始維持するために、試料やアンケート等をあらかじめ被験者の机の上に用意した（図4）。実験の説明やアイスブレイクをオンラインで行ったのも先行研究[5]と異なる点である。実験中は被験者に、机上に用意された資料やアンケートの中から必要なものを使用するよう教示した。図4のアンケートA'とは画集の品評後に回答させるアンケートのことである。

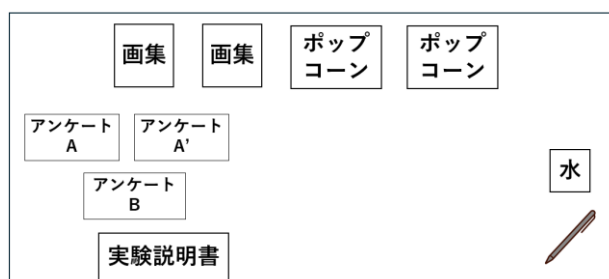


図4 被験者の机の上（イメージ）

2.3. 実験の流れ

実験の流れを図5に示す。実験にあたり、先行研究[5]から追加でまず被験者に、もう一方の被験者についての友人関係指標に回答させた（図5①）。友人関係指標にはIOS Scale [6]を使用した（図6）。IOS Scale（Inclusion of Other in the Self Scale）とはAronらが考案した、パートナーとの親密さを評価するための尺度である。相手との親密度を最も高く評価する場合は、図6の7を選択することが想定されている。IOS ScaleはRCI[7]などの他の親密さ尺度との相関もとれており、高い妥当性と信頼性が担保されている[6]。また、被験者が1問だけ図式的な選択式の問いに回答する方式は、被験者への負担を大幅に軽減したうえで親密さを調査することができるため、本研究で採用した。被験者にはIOS Scaleへの回答に加えて、先行研究[5]から新たに追

加した2つの質問群と自由記述への回答も求めた。

その後、実験の説明等の事前手続きとアイスブレイクを行った(図5②)。経験共有条件では被験者2人ともポップコーンを試食し、非経験共有条件では一方の被験者がポップコーンの試食、もう一方が画集の品評をした(図5③)。試食と品評は1分30秒で行った。③の各行動の後、被験者は、6段階尺度でポップコーンの味に関する12個の質問(表1)に回答したほか、自由記述を行った(図5④アンケートA)。被験者の行動が

画集の評価であった場合は、質問の内容を少し変えた同様のアンケートへの回答を求めた。実験(③)の後で被験者は、2回試食したポップコーンについて自由記述で回答を行い、もう一方の被験者の印象に対する6個の質問(表2)と自由記述に回答した(図5⑤アンケートB)。さらに、各被験者から実験条件の影響を除外したベースラインの食味評価を回収するため、被験者は実験日から1週間後に1人で、実験と同じ部屋でポップコーンを試食し、アンケートAに回答した(図5⑥)。

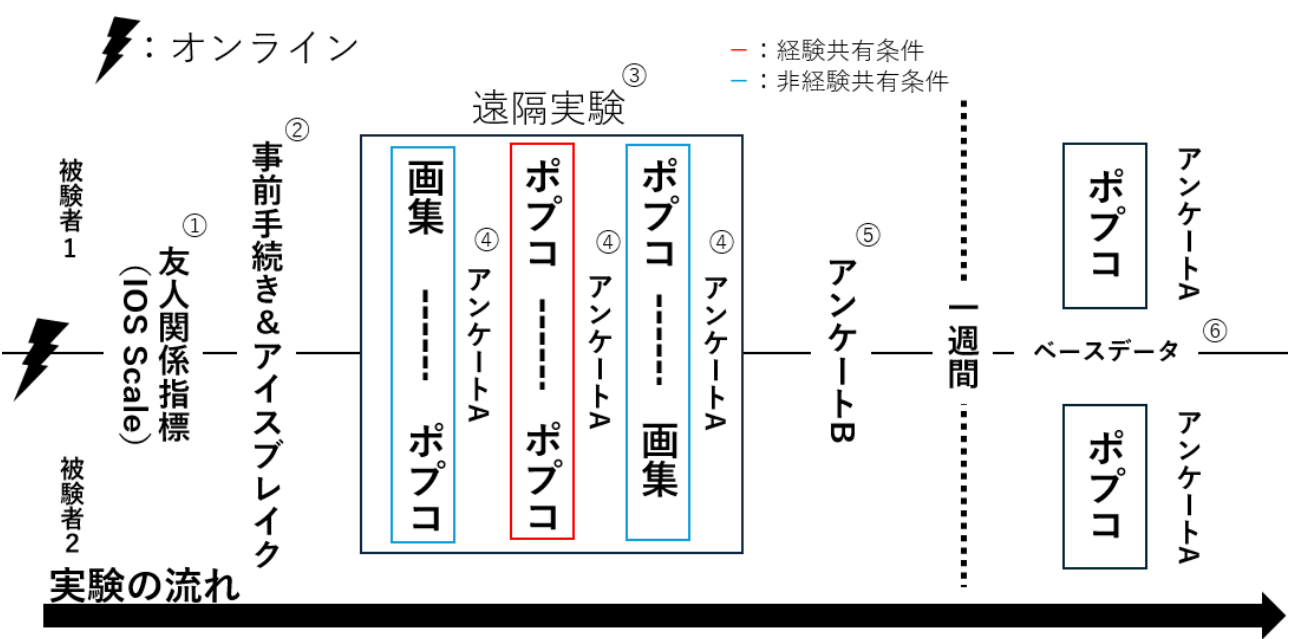


図 5 実験の流れ

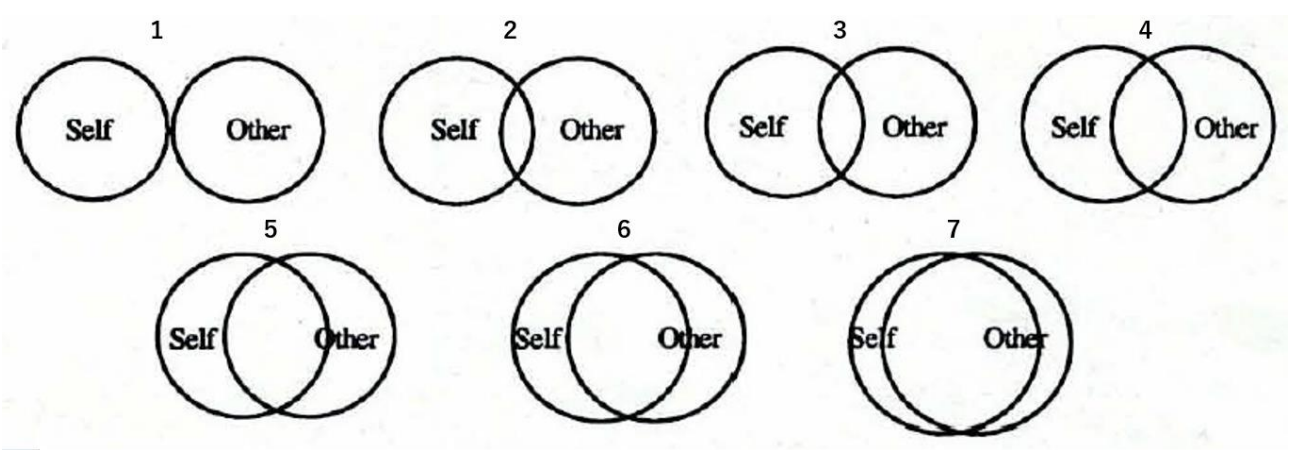


図 6 IOS Scale (先行研究[6]より引用)

3. 仮説

仮説は以下の通りである。

- 相手との親密度が高いと評価した被験者が、その相手と遠隔で食体験を共有することは、その被験者の「おいしさ」の評価を向上させる

4. 展望

研究は現在、予備実験を終えたところであるため、今後は予定数まで被験者が集まったところで結果をまとめる。また、実験結果を踏まえて、被験者同士の関係性が共食相手にどのような影響を与えるのかを検討する。そのことを通じて、映像上の他者が味への評価に好意的な影響を与えるためにどのような条件を満たす必要があるのかを検討する。

表 1 アンケート A

1. あなたはこのポップコーンがどのくらい好きですか
2. このポップコーンの風味の豊かさはどのくらいですか
3. このポップコーンの濃さはどのくらいですか
4. このポップコーンはどのくらい美味しいですか
5. あなたはこのポップコーンの質がどの程度良いと思いますか
6. このポップコーンの甘さはどの程度でしたか
7. このポップコーンのしょっぱさはどの程度でしたか
8. このポップコーンの苦さはどの程度でしたか
9. あなたはこのポップコーンをもっと食べたいと思いますか
10. このポップコーンは間食としてどの程度腹の足しになりますか
11. あなたはこのポップコーンの試食にどの程度集中していましたか
12. もう 1 人の参加者はどの程度実験に集中していたと思いますか

表 2 アンケート B

1. あなたのアンケート結果はもう 1 人の被験者の影響をどの程度受けましたか
2. あなたともう 1 人の被験者はどの程度波長が合うと思いますか
3. もう 1 人への好感度はどの程度ですか
4. もう 1 人の被験者をどの程度理解していると感じましたか
5. もう 1 人の被験者はどの程度信頼できますか
6. 実験を通してどの程度孤独感を感じましたか

文献

[1] 松井千笑, 坂井信之: 社会的文脈が味覚評定に及ぼす影響についての探索的研究, 日本味と匂学会誌, 17 号, pp.293-296 (2010)

[2] Boothby E. J., Clark M. S., and Bargh, J. A.: Shared Experiences Are Amplified, Psychological Science, 25(12), pp.2209-2216 (2014)

[3] Kawai, N., Guo, Z., Nakata, R.: A human voice, but not human visual image makes people perceive food to taste better and to eat more: “Social” facilitation of eating in a digital media, Appetite 167 (2021), 105644 (2021)

[4] 中田龍三郎, 川合伸幸: 鏡で自分を見ると食事をおいしく感じる－大学生と高齢者の比較－, 日本認知科学会第 32 回大会発表論文集, pp.51-56 (2015)

[5] 小林海生・遠山紗矢香: 食事場面における映像上の他者が「おいしさ」に与える影響, 日本認知科学会第 41 回大会発表論文集, pp.781-784 (2024)

[6] Aron. A., Aron. E. N. and Smolla, D.: Inclusion of Other in the Self Scale and the Structure of Interpersonal Closeness, Journal of Personality and Social Psychology, 63(4), pp.596-612 (1992)

[7] Berscheid, E., Snyder, M., and Omoto, A. M., The Relationship Closeness Inventory: Assessing the closeness of interpersonal relationships. Journal of Personality and Social Psychology, 57, pp.792-807(1989)