

●特集 Feature Article

なぜ自然環境の中で食事をすると美味しいのか？ Why Does Food Taste Better When You Eat in Nature?

岩崎 寛

千葉大学大学院園芸学研究科 准教授 博士（農学）

IWASAKI, Yutaka

Assoc. Professor (Ph.D.), Graduate School of Horticulture, Chiba University

屋外の自然環境下で食事をすると、美味しく感じられることは経験的に知られている。現在、森林セラピーや園芸療法など植物の保有する療法的効果が徐々に明らかになり、精神的な癒しの効果や仕事でのストレス緩和などに効果があることが科学的に証明されてきた。屋外での食事が美味しく感じられるのは、これら自然環境が保有する心理的な効果と何らかの関係性があると考えられる。そこで、どのような環境の元での食事が美味しく感じられるのかを、心理学的アプローチから検証してみた。

①庭の緑が全く見えない屋内、②庭の緑が窓から見える屋内、③庭の緑が見える屋外のテラス席、④庭の緑の中の4カ所において、市販されているペットボトルのお茶を飲んでもらい、SD法を用いて、お茶の味に関する印象を調べた。

その結果、庭の緑が全く見えない①よりも、庭の緑が見える②から④の環境でお茶を飲む方が、お茶の味に対して「健康的な」、「贅沢な」といった印象を持つことがわかった。このことから、同じお茶を飲んだとしても、飲む環境で味に対する印象が変わることがわかった。また、同じ庭の緑がみえる②から④の環境で比較すると、「好きな」や「調和した」といった飲食の空間としての心地よさに対する印象においては、④のように完全に庭の中に入って飲むよりも、③のような屋外ではあるが、建物に近く、緑と適度な距離を置いたテラス席の方が良い印象を持つことがわかった。アンケートやヒアリング調査の結果から、緑の中に入ってしまおうと、食事環境としては落ち着かないこと、建物が側にあることによる安心感などが影響していると考えられた。

よって、緑が見えることは食事が美味しく感じる大事な要素ではあるが、必ずしも緑との距離が近い方が良いわけでは無く、適度な距離を取ることも、食事空間としての心地よさを保つ重要な要件であるといえる。

実際に街中の様子を見てみると、天気の良い日であれば、屋内よりもテラス席の方が人気であり、窓



Fig. 1 室内から見た屋外の風景
The view from a window

からの景色の良いレストランは、窓際の席から予約が埋まっていく。食事における自然景観は美味しく食事をするためのスパイスとなり得るのである。植物や自然に興味が無い人でも、食事に関心のある人は多いと考えられる。

このような「食」という視点からの研究は身近な「自然環境」に興味を持ってもらうためにも重要であると考えている。



Fig. 2 テラス席から見た庭の風景
The view from a terrace

It is empirically known that when you eat outdoors in a natural environment, food tastes better. The therapeutic effects of plants in forest therapy and horticulture therapy have also been scientifically proven.

There seems to be some correlation with the psychological effect of natural environments that makes meals eaten outdoors taste delicious. Therefore, I examined how meals taste in different environments using a psychological approach.

I had subjects drink a plastic bottle of tea, which is commercially available, in the following four places: 1) indoors where greenery could not be seen at all, 2) indoors where greenery could be seen from a window, 3) outdoors sitting on a terrace where greenery was visible, and 4) in the midst of greenery. I then examined their impressions of how the tea tasted using the SD method.

The results showed that drinking tea in a place where greenery could be seen better created impressions of “healthy” and “luxurious” compared with the taste of tea in an indoor setting where greenery could not be seen at all.

From this, I found that even if I drank the same tea, my impression of the taste changed depending on the environment in which I was drinking it.

Also, when comparing the greenery environments in 2, 3, and 4, the impressions of comfort in eating and drinking such as “like” and “harmonious” were different. Sitting on a terrace in 3 created a better impression than 4, drinking in the midst of greenery.

The reason for this is attributed to 4 not creating a sense of ease as a meal environment, while 3 provides a sense of security due to the fact that there is a building adjacent to the

terrace.

Therefore, being able to see greenery is an important factor in making a meal taste delicious, but it is not necessarily better that the eater is in close proximity to the greenery. Indeed, keeping a moderate distance is also an important requirement to maintain comfort as a meal space.

Looking at town streets, terrace seating is more popular than indoor seating if the weather is nice, and restaurants with scenic views from their windows more often have full reservations for the window seats. The natural landscape can add a dash of deliciousness to a meal, and many people who are not interested in plants or nature are still interested in food.

This kind of research from the viewpoint of food is also important to prompt people’s interest in familiar natural environments.

【参照 References】

1) アサヒグループ学術振興財団 (2011) 食生活科学・文化及び環境に関する研究助成研究紀要26巻59-66

1) ASAHI GROUP FOUNDATION (2011) Research Grant Bulletin of eating habits science, culture and environment (26) 59-66.

※本研究は、公益財団法人アサヒグループ学術振興財団の助成研究「美味しい風景学」の一環で行ったものである。

This research was supported by ASAHI GROUP FOUNDATION “Landscape for delicious foods.”