

(表 2) 好きな画像上位 5 の印象(自由回答より主な意見を抜粋)

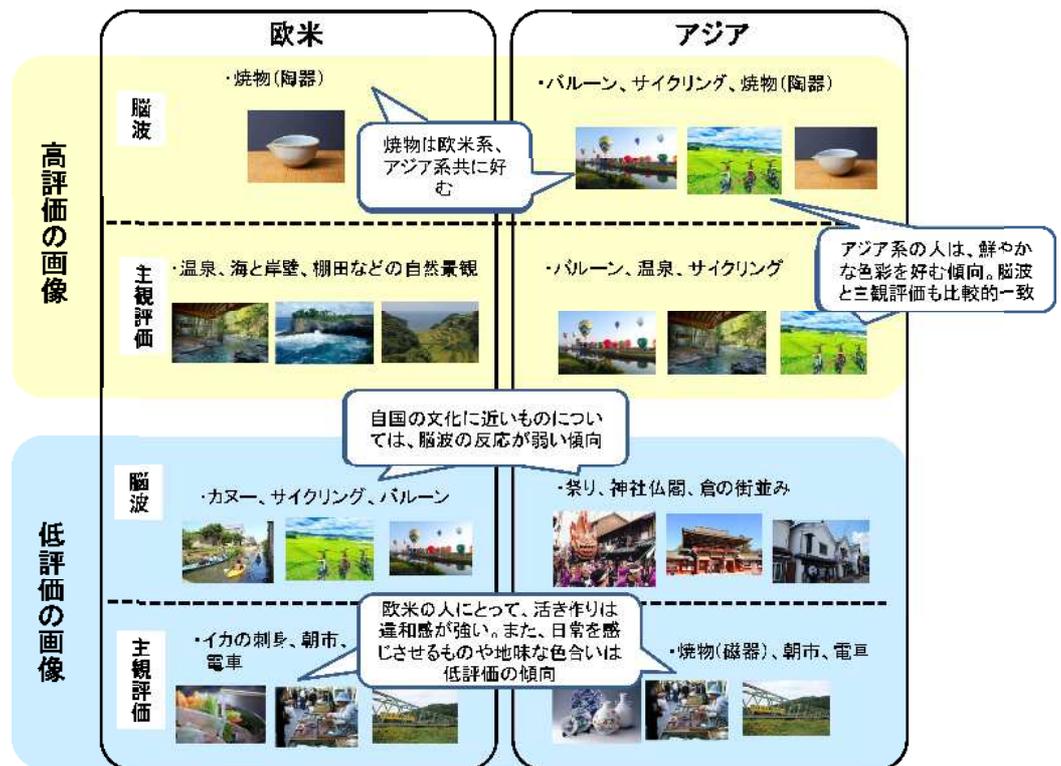
棚田	It looks peaceful(平和なイメージ)	29歳以下男性
	Majestic scenery(壮大な景色)	30代男性
	It is interesting(面白そう)	50歳以上女性
海と岸壁 (七ツ釜)	Coastlines are beautiful and inevitably have some sort of history and cultural importance. (海岸線が美しく、歴史や文化的価値を感じる)	29歳以下男性
	I love being by the water and hearing it crash up against rocks.(波が岩に砕ける音を聞いているのが好き)	29歳以下女性
	Beautiful scenery(美しい風景)	30代男性
旅館飯	Never tried before(これまでに食べたことがない)	30代女性
	Variety of foods(バラエティに富んでいる)	40代女性
	I want to experience the traditional foods of Japan.(日本の伝統的な食を食べたい)	40代女性
温泉	It is something that you must try if you go to Japan.(日本に行ったら必ずすべきこと)	29歳以下女性
	It looks very serene and peaceful.(静寂と平和)	29歳以下男性
	Beautiful and relaxing image with the water.(美しく、かつ、癒される)	40代女性
佐賀牛	Kobe steak is appreciated worldwide(神戸牛は世界的に有名)	50歳以上男性
	I want to taste the famous Wagyu Beef(有名な“和牛”を食べてみたい)	30代女性
	I love beef(牛肉が好き)	30代男性

4. 無意識下では、幼いころから見慣れた情景や常識を離れた“異国情緒”や“異文化”に魅かれる

アンケートの結果は“意識下”での好ましさの判断ですが、無意識下である“脳波”の反応では、どのような画像が好ましいと捉えられるのでしょうか。今回の調査では、アメリカ人と似た反応を示すと考えられる欧州も加えた欧米系、および、その比較対象としてアジア系(日本人も含む)の対象者から評価を得ました。その結果、欧米系、アジア系両方に反応が良かった画像は「焼物(陶器)」でした。また、アジア系の対象者の特徴としては、比較的鮮やかな色彩の画像において、良い反応が見られました。逆に低い評価だった画像の特徴としては、欧米系は「カヌー」、「サイクリング」、「バルーン」、アジア系は「祭り」、「神社仏閣」、「倉の街並み」など、自国に古くからある文化に似た画像で反応が低い傾向がみられました。

(図 20) 脳波と主観評価による画像の好みの違い

一方、提示された画像に関し、100点満点で点数をつける“主観評価”の結果では、欧米系は「温泉」や「七ツ釜」、「棚田」などの自然景観が上位となりました。これは、同じ意識下の判断であるアメリカ人へのアンケートと同様の傾向です。なお、アジア系を対象者からは脳波でも反応が良かった「バルーン」や「サイクリング」など鮮やかな色彩の画像と「温泉」が選ばれました。また、欧米系、アジア系共



に、脳波の評価と同様、日常の中にあるもの(食器や電車など)の画像や、地味な色合いのものは低評価となりました。ただし、欧米系は、イカの刺身については、逆にあまりにも自分たちの常識から離れていすぎるためか、嫌悪感をおぼえる

人も見られました(図 20)。

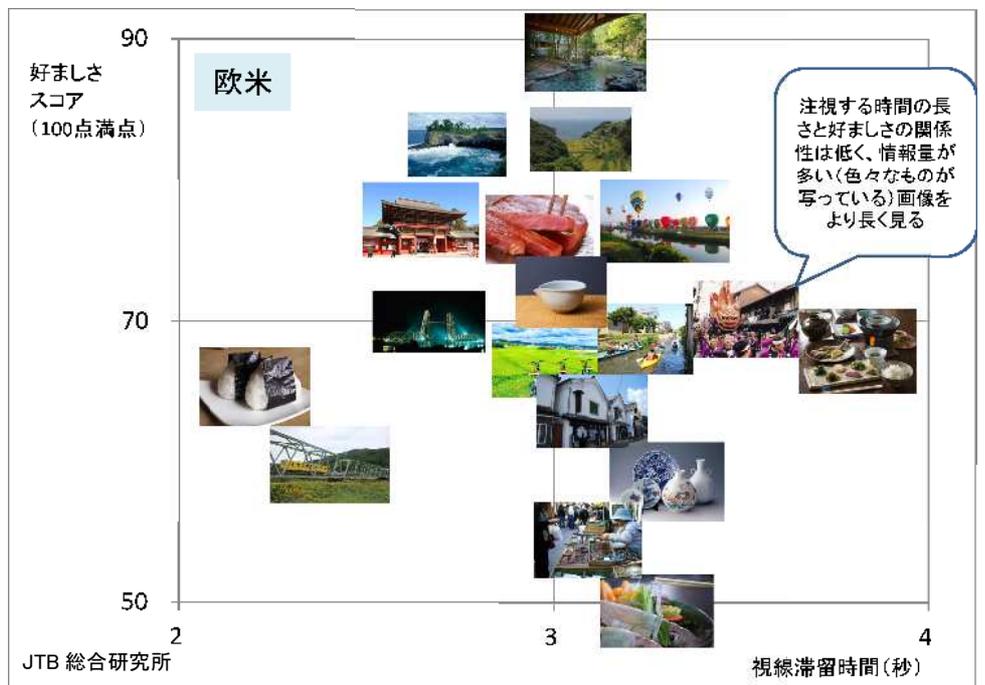
脳波と主観の結果を比べてみると、意識下の評価では、単純に見慣れない画像に魅かれる傾向ですが、無意識下の評価には、自身のルーツや自国の文化、風土に根差した本質的な好みの違いがありそうです。

本調査では、欧米系とアジア系を比較するために、アメリカ人に加え、欧州も対象者となりましたが、アメリカ人へのアンケート調査の結果が一致していることから、アメリカ人と欧米人には似た傾向があると考えられます。

5. 欧米系の旅行者は多くのものが映っている(情報量が多い)画像を長く見るが、アジア系は好きな画像を長く見る傾向

次に、それぞれの画像を見る時間と、主観的な好ましさの関係をみてみます。欧米系は、画像を見る時間の長さとはあまり関連性がなく、画像の中に多くのものが映りこんでいる(情報量が多い)画像をより長く見ている傾向がありました。一方、アジア系は比較的、好きな画像を長く見ていました。欧米系の旅行者は、画像についてのコメントでも、何か画像の持つ意味を解釈しようとしている様子がありました。多くのものが映っている画像を長く見るのも、画像の意味を理解しようとしているせいかもしれません(図 21、22)。

(図 21) 主観的な好ましさ
視線滞留時間の関係
(欧米)



(図 22) 主観的な好ましさ
視線滞留時間の関係
(アジア)*日本人含む

