

## 甘いもの好きと性格の関連

—お菓子好きに焦点を当てて—

浅岡 聡<sup>1</sup>・兒玉憲一<sup>1</sup>・尾形明子<sup>1</sup>

The relationship between sweet-liking and personality, with a focus on snacking.

Satoshi Asaoka, Kenichi Kodama and Akiko Ogata

This study clarifies the relationship between sweet liking and personality, with a focus on snacking. In this study, sweet liking was defined as the degree of liking sweets, because we believe that sweets are often consumed as snacks between meals. Additionally, we investigated the times and situations in which sweet liking people want sweets, and the possibility of subjectively predicting a sweet-liking score using a visual analog scale (VAS). We discuss the difference of the Big Five personality scores between the high and low sweet-liking groups. The results show that the high sweet-liking group demonstrates a marginally significant difference in consciousness score: it is lower than that of the low sweet-liking group. So, our data suggest that high sweeteners are looser than non sweeteners. Moreover, while men want sweets at various times and situations, women want sweets when they feel lonely or want to cheer themselves up. There is a significant correlation between the sweet-liking VAS and sweet-liking scores.

Key words: Sweet-liking, Big Five Personality Scores, Visual Analog Scale

### 問題

食べ物と性格に関する話はよく耳にする。例えば、辛い食べ物が好きな人は、あなたはその人を“刺激的なものを好む人だ”と言われたり、逆に甘い食べ物が好きな人は、“子供っぽい”と言われる。そのため、食べ物や嗜好と性格との関連は昔から多く研究されている(例えば, Briallat-Savarin, 1826)。Kamenetzky & Schutz (1956) では、肉好きであることが、支配傾向、安定傾向、社会性傾向と関係していると報告されている。Kikuchi & Watanabe (2000) では、塩もの好きと情緒不安定性との関連が見られている。また、言語的にも味覚を表す“甘い”という言葉は“人に甘い”のように人の性格を表す際にも用いられるなど味覚や食嗜好と性格にはなんらかの関係があることが指摘

---

<sup>1</sup> 広島大学大学院教育学研究科

されている (Brian, Michael, Robinson, & Sara, 2012)。このように食べ物と性格について研究が存在しているのは、味の好み、人の健康を維持することと関係しているためと考えられている。特に食嗜好のうち、“甘いもの好き”であることは、甘いもの好きではない人よりも甘いものをより多く摂取することにつながり (David, Karen, & Michael, 1998)、虫歯などにかかるリスクが上昇し (藤井, 1992)、健康に与える影響には無視できないと思われる。上記のような生活習慣病の予防や治療などを行う際、甘いもの好きな人の性格特徴に関する情報があることにより、その人をより理解しやすくなるのでないかと考えられる。しかし、先行研究では、甘いもの好きな人と性格との関係性に関する結果は一貫してない。例えば、Watson (1971) では、男子学生において外向性と甘味飲料への好き得点との間に正の弱い相関がみられたが、Brian et al. (2012) の研究では、甘いもの好きと外向性との間には相関関係はみられず、Big Five の下位尺度のうち調和性得点との間にのみ正の弱い相関があると報告されている。この研究では同時に性格イメージという点においても甘いもの好きな人は、塩もの好きや辛いもの好きな人よりも調和性得点が有意に高いことが明らかにされている。Saliba, Wragg, & Richardson (2009) では、甘いもの好きな人は辛いもの好きな人に比べ、衝動性が高く、開放性が低いという性格特徴が報告されている。Alexey, James, Davis, & David (1998) では、より濃い濃度の甘いものを好んだラットが多くアルコールを消費したという研究から、甘いもの好きとアルコール依存症との関係について調べられている。この研究では、甘いもの好きであるアルコール依存症群は、新奇性追求尺度得点と損害回避尺度得点が甘いもの好きでない統制群よりも有意に高いと報告されている。

このように研究ごとに結果が異なる原因には、主に“甘いもの好き”であることをそれぞれの研究において異なった手法で定義している点にあると思われる。例えば、Kikuchi & Watanabe (2000) では、食べ物の摂取量や摂取頻度を尋ねてはいるが、塩ものや辛いもの、甘いものなどに対して好き・嫌いの2件法により、参加者個人の食嗜好を定義している。この方法では、少ないコストで参加者の嗜好に関するデータが集められるが、二件法であるため嗜好についての好き・嫌いの度合いについて正確には測定できてはいないという問題がある。Alexey et al. (1998) では、濃度の異なるスクロース溶液を使用し、濃い濃度を好むか薄い濃度を好むかで甘いもの好きであるかを定義している。この方法では、甘いもの好き度の高い人は抽出できるが、甘いもの好きでない人は抽出できないことや辛いもの好きなど他の嗜好性と比較する際にこのような実験的な方法では比較することができないという欠点がある。一方、Saliba et al. (2009) では、赤ワインと白ワインを用いて、どちらかを好むかで甘いもの好きか辛いもの好きであるかを定義している。この方法では、甘いもの好きと辛いもの好きの性格特徴の違いについて比較ができるというメリットがあるが、調査対象者やその文化においてワインを飲みなれていることが条件であり、甘いものが好きかつ辛いものが好きであるという人を想定できないことや調査対象がワインを摂取できる年齢層に限られてしまうという短所がある。また、Lee & Rose (1990) では、甘いもの好きの指標としてレモネードの糖分濃度、塩もの好きの指標としてピープロスの塩分濃度を用いている。この研究では、レモネードにすでに酸味という別の味覚が存在しており、純粹に甘いもの好き度を正確に測定できていたか疑問が残る。Brian et al. (2012) では、甘いもの、塩もの、辛いもの、酸っぱいもの、苦いものを代

表する食べ物を予備調査により選出し、その食べ物を好む度合いによって参加者の嗜好性を定義した。この方法では、質問紙によりデータが集められるため実験を行う場合よりも実施の際のコストが少なくすむことや複数の嗜好について定義することができるというメリットが存在する。一方で、質問紙による調査であるため回答に社会的望ましさによる影響が存在するというデメリットもある。このように、甘いもの好きを様々な方法により定義づけを行っているため、同じ“甘いもの好き”について調べているはずであるが異なる結果が得られていると考えられる。

甘いもの好きを定義する方法に限らず、構成概念を測定するもっともよい方法の条件とは、妥当性が高く、より簡便であることと考えられる。その点は、Brian et al. (2012) のような質問紙による調査が簡便に多くのデータが得られると思われる。しかし、Brian et al. (2012) では、甘い食べ物を予備調査によって抽出しているが、具体物ではなく、一般的な名称を用いており、参加者が同一のものをイメージして回答していたか疑問が残る。例えば、チョコレートという項目への好き度を尋ねているが、チョコレートに対するイメージは人によって異なると思われるため、誰でも認知しているような商品などを用いるほうが個人のイメージによる違いを抑えることができると考えられる。

しかし、このように質問紙を用いて単なる甘いものへの好みを尋ねるだけでは単なる好みしか調べることができず、甘いもの好きな人の調査として不十分であると考えられる。具体的には、どのような場面や状態で甘いものが欲しくなるのかという摂取行動や摂取願望について調査する必要があると思われる。つまり、ただ単にある食嗜好に該当する食べ物の好みだけでなく、実際の食行動を調べることでより詳細に参加者の食嗜好やその特徴を規定することができると考えられる。しかし、実際の摂取量を調べたとしてもその数値が“甘いもの好き”を表すとは限らない。というのは、調査対象者の中には“甘いものは好きだが、ダイエットのため食べないようにしている”というような人が特に女性に多いと思われるためである。また、甘いもの好きであることに回答することに抵抗を示す参加者も存在すると考えられる。David, Karen, & Michael (1998) の研究では、参加者のチョコレートへの願望と実際の摂取量を調査しており、チョコレートをどんなときに摂取したいかというチョコレート態度尺度を作成し、“願望 (craving)”, “罪悪感 (Guilt)”, “機能的アプローチ (Functional approach)” の3因子、24項目が抽出された。このうち願望因子において、実際のチョコレートの摂取量に相関関係がみられている。つまり、この研究により、甘いものへの願望などの摂取行動を調べることにより、実際の摂取量についても予測できることが示唆されている。

先行研究の問題点をまとめると、日本人を対象とした甘いもの好きな人に関するデータや知見がまだ十分に得られていないことや甘いもの好き度を測定するための方法が研究によって様々であることが挙げられる。また、どんな時に甘いものを食べたいかという研究も十分とはいえない。

そこで、本研究では、実際の商品名を使用し、間食時によく食べられているお菓子への好みを質問紙法により測定し、甘いもの好きと性格の関連について検討することを第1の目的とする。次に、甘いもの好きな人がどんなときに甘いものが欲しくなるかということを調査することを第2の目的とする。さらに、より簡便な方法で甘いもの好きを測れるか調べるため、主観的な甘いもの好き得点により、実際の得点を予測することができるか検討することを第3の目的とする。

## 方法

**分析対象者** 調査対象者 253 名のうち回答に欠損のあった 32 名を除き、総分析対象者は 221 名（男性 112 名，女性 109 名）であった（有効回答率は 87.4%）。平均年齢は 20.4 歳， $SD=1.6$  であった。

**質問紙の構成** ①並川・谷・脇田・熊谷・中根・野口（2012）の Big Five 短縮版，「誠実性」（例えば，几帳面な），「外向性」（例えば，陽気な），「情緒不安定性」（例えば，不安になりやすい），「開放性」（例えば，多才の），「調和性」（例えば，温和な）の 5 下位尺度，29 項目，7 件法。②甘いもの質問項目得点（以下，甘いもの好き得点），15 項目，6 件法。「ビスケット系」（例えば，ビスコ），「チョコ系」（例えば，ポッキー），「ケーキ系」（例えば，ショートケーキ），「キャンディ系」（例えば，ハイチュー），「アイスクリーム」（例えば，雪見大福）の 5 種類を代表する食べ物や商品名を 3 個ずつ挙げ，その項目への好みを尋ねた。本研究では，インターネットのランキングなどで上位にあり，知名度の高いものを選出した。食べたことがなく，回答が困難な項目については“食べたことはない”に回答するよう求めた。③甘いもの摂取行動尺度，34 項目，5 件法。質問 2 で挙げたような甘い食べ物について，小川（2012）の音楽聴取傾向尺度を参考に，どんなときに甘いものが食べたくなるかについて尋ねた。④Visual Analog Scale:VAS 得点，質問 2 で挙げたような甘い食べ物に関して両端に嫌い—好きと書かれた 100mm の VAS を用いて，参加者の主観的判断による甘いもの好き度を尋ねた（以下，甘いもの好き VAS 得点）。⑤フェイス項目，参加者の性別と年齢について尋ねた。

**手続き** 2012 年 11 月に，大学の講義時間を利用して集団による無記名自記式質問紙調査を行い，その場で回収した。

## 結果

**甘いもの好き得点** 甘いもの好き得点，下位カテゴリーごとにその甘いもの項目における平均値， $SD$ ，認知度について算出した結果を Table 1 に示した。認知度は， $(N=221 - “食べたことはない”に回答した人数) / 221$  で算出した。本研究では，15 項目すべてを認知していた 210 名の平均得点を甘いもの好き得点として用いた。甘いもの好き得点の性差について独立した  $t$  検定を実施したところ，甘いもの好き得点において男女差はみられなかった。下位カテゴリーの好き得点に関して性差があるか調べるため，男女の各カテゴリーの平均好き得点について独立した  $t$  検定を実施したところ，「ビスケット系」と「ケーキ系」において男女差がみられた ( $t(208) = 1.25, p < .05$ ， $t(208) = 2.68, p < .01$ )。甘いもの好き得点と下位カテゴリーの好き得点の男女差を Table 2 に示した。

**甘いもの項目の一次元性** 甘いもの好き項目が尺度の一次元性を満たしているか検討するため，一成分に指定した主成分分析を行った結果，「チーズケーキ」において，負荷量が .35 を下回った (Table 3)。本研究では，項目数が少なかったため除外せずに 15 項目すべてを使用した。

Table 1

甘いもの好き得点とそのカテゴリーごとの回答数, 平均値, *SD*, 認知度

	平均値	<i>SD</i>	認知度
甘いもの好き得点	4.76	0.60	95.02%
ビスケット系	4.80	0.81	98.64%
アルフォート	5.21	0.92	99.10%
オレオ	4.86	1.10	99.55%
ビスコ	4.29	1.13	100.00%
チョコ	4.82	0.87	98.19%
ポッキー	4.81	1.02	100.00%
小枝	4.90	1.06	98.64%
ガーナ	4.74	1.10	99.10%
ケーキ系	5.03	0.80	98.64%
チーズケーキ	5.16	1.21	99.10%
ショートケーキ	4.79	1.35	100.00%
シュークリーム	5.16	1.03	99.55%
キャンディ系	4.37	1.01	99.55%
ハイチュー	4.29	1.15	100.00%
ぶっちょ	4.19	1.24	100.00%
果汁グミ	4.63	1.25	99.55%
アイスクリーム	4.75	0.77	98.64%
雪見大福	5.21	0.97	100.00%
ガリガリ君	4.28	1.17	99.10%
爽	4.73	1.14	99.55%

Table 2

甘いもの好き得点の全体得点と下位カテゴリーごとの好き得点の男女差

	甘いもの好き得点	ビスケット系	チョコ	ケーキ系	キャンディ系	アイス
男性	4.70	4.66	4.73	4.92	4.41	4.77
女性	4.82	4.94	4.90	5.15	4.33	4.73

Table 3

甘いもの好き得点における主成分分析の結果

	負荷量
小枝	.756
オレオ	.696
ポッキー	.668
ガーナ	.641
ハイチュー	.626
アルフォート	.605
ぷっちょ	.589
果汁グミ	.554
ビスコ	.553
ガリガリ君	.512
シュークリーム	.403
爽	.394
ショートケーキ	.387
雪見大福	.369
チーズケーキ	.196

**Big Five 尺度得点** Big Five 短縮版を並河ら（2012）に基づき、逆転項目を処理した後、主因子法、プロマックス回転で因子分析を行った結果、負荷量が.35を下回る項目は見られず、先行研究どおり5因子、29項目が抽出された。尺度の $\alpha$ 係数は.77であり、下位尺度の $\alpha$ 係数はそれぞれ「誠実性」が.80、「外交性」が.85、「情緒不安定性」が.81、「調和性」が.73、「開放性」が.80であった。下位尺度得点において性差があるかみるため独立した $t$ 検定を実施したところ、性差はみられなかった。

**甘いもの好き得点と Big Five の関連** 参加者を甘いもの好き得点の平均値で甘いもの好き高群・低群の2群に分け、Big Five 下位尺度得点に差があるのか検討した（Table4）。その結果、誠実性得点において低群の方が高群よりも有意に高い傾向みられた（ $t(208) = 1.83, p < .10$ ）。効果量を算出したところ、Cohen's  $d = .23$ であり、甘いもの好き低群と高群の間における誠実性得点の差は小さいといえる。

**甘いもの好き得点と摂取行動尺度の相関** 甘いもの摂取行動尺度を主因子法プロマックス回転による因子分析した結果、5因子、30項目が抽出された（Table 5）。負荷量が.40を下回る項目と多重負荷の項目に関しては分析から除外した。5因子についてはそれぞれもっとも負荷量が高かった項目を参考にし、「元気を出したい時」（例えば、元気がないとき）、「良い気分時」（例えば、気分が

Table 4

甘いもの摂取行動尺度の因子分析と信頼性分析の結果

		1	2	3	4	5
第1因子 元気を 出したい時 $\alpha = .926$	元気がないとき	.966	-.001	.069	-.031	-.280
	気分がのらないとき	.867	-.003	.133	.067	-.294
	落ち込んでいるとき	.861	.005	.156	-.141	-.061
	元気を出したいとき	.716	-.070	-.073	-.070	.335
	イライラしているとき	.667	-.191	.180	.019	.043
	自分に自分へのご褒美をあげるとき	.640	.114	-.292	.037	.140
	幸せな気分になりたいとき	.614	.212	-.128	.036	.068
	疲れているとき	.599	-.065	-.028	.138	.093
	気分をすっきりさせたいとき	.569	.009	.102	-.025	.222
	やる気を出したいとき	.533	.052	-.106	.170	.237
	気分を落ち着かせたいとき	.508	.019	.134	-.142	.289
第2因子 良い気分時 $\alpha = .877$	気分が良いとき	-.046	.956	-.024	-.081	-.003
	楽しい気分するとき	-.009	.928	-.067	-.062	.029
	わくわくしているとき	-.003	.675	-.025	.020	.144
	落ち着いた気分するとき	-.010	.615	.092	.118	-.181
	気分が盛り上がっているとき	.088	.532	-.070	.048	.295
	気持ちに余裕があるとき	-.058	.531	-.027	.015	.187
音楽を聴いているとき	.073	.467	.214	.062	-.072	
第3因子 寂しい時 $\alpha = .806$	部屋が静かで寂しく感じられるとき	-.040	-.029	.628	.122	.215
	寂しい気分するとき	.218	-.045	.595	.002	.196
	泣きたい気分するとき	.203	.081	.586	-.074	.057
	食欲がないとき	-.028	-.051	.555	.130	.104
第4因子 何かしている時 $\alpha = .747$	勉強しているとき	.286	-.113	-.134	.716	.076
	読書をしているとき (学業に関連しないもの)	-.127	.017	.166	.712	-.066
	単純作業をしているとき	.151	.326	.018	.487	-.117
	インターネットをしているとき	-.275	.122	.322	.449	.123
第5因子 気分を変えたい時 $\alpha = .852$	気分を高揚させたいとき	.096	.152	.243	-.117	.645
	勢いが欲しいとき	-.040	.067	.383	.017	.579
	気分を変えたいとき	.247	-.104	.103	.246	.457
	前向きな気分になりたいとき	.333	.107	.253	-.088	.402

Table 5

男女における甘いもの好き得点と摂取行動尺度の下位尺度との相関係数

	元気を出したい時	良い気分時	寂しい時	何かしている時	気分を変えたい時
男性	.301**	.339**	.169	.292**	.284**
女性	.259**	.096	.274**	.078	.130

\*\* $p < .01$ 

良いとき)、「寂しい時」(例えば、寂しい気分するとき)、「何かしている時」(例えば、勉強しているとき)、「気分を変えたい時」(例えば、気分を高揚させたいとき)と命名した。全体の $\alpha$ 係数は.944であり、「元気を出したい時」因子は.926,「良い気分時」因子は.877,「寂しい時」因子は.806,「何かしている時」因子は.747,「気分を変えたい時」因子は.852であった。この5つの下位尺度得点と甘いもの好き得点の相関係数を男女別に算出したところ、男性では「元気を出したい時」因子( $r=.301, p<.01$ ),「良い気分時」因子( $r=.339, p<.01$ ),「何かしている時」因子( $r=.292, p<.01$ ),「気分を変えたい時」因子( $r=.284, p<.01$ )と甘いもの好き得点の間に有意な弱い正の相関がみられた。女性では、「元気を出したい時」因子( $r=.259, p<.01$ ),「寂しい時」因子( $r=.274, p<.01$ )と甘いもの好き得点の間に有意な弱い正の相関がみられた (Table 6)。

**甘いもの好き得点と摂取行動尺度の相関** さらに、甘いものの下位カテゴリーと摂取行動尺度の下位尺度の相関係数を男女別に算出したところ、男性では、「元気を出したい時」因子には「ビスケット系」( $r=.255, p<.01$ ),「チョコ」( $r=.262, p<.01$ ),「ケーキ系」( $r=.262, p<.01$ )との間に弱い正の相関がみられ、「良い気分時」因子は「チョコ」( $r=.243, p<.05$ )と「キャンディ系」( $r=.373, p<.01$ )と弱い正の相関がみられ、「寂しい時」因子には相関する下位カテゴリーがなく、「何かしている時」因子には、「ビスケット系」( $r=.222, p<.05$ ),「チョコ」( $r=.209, p<.05$ ),「ケーキ系」( $r=.200, p<.05$ ),「キャンディ系」( $r=.285, p<.01$ )との弱い正の相関がみられ、「気分を変えたい時」因子には、「ビスケット系」( $r=.204, p<.05$ ),「ケーキ系」( $r=.240, p<.05$ ),「キャンディ系」( $r=.217, p<.05$ )と弱い正の相関がみられた。男性の甘いものの下位カテゴリーと摂取行動尺度の下位尺度との相関関係について Table 6 に示した。次に、女性では「元気を出したい時」因子には、「チョコ」( $r=.349, p<.01$ )との弱い正の相関がみられ、「寂しい時」因子は、「ビスケット系」( $r=.252, p<.01$ ),「チョコレート」( $r=.247, p<.01$ ),「キャンディ系」( $r=.202, p<.05$ )との間に弱い正の相関がみられ、「何かしている時」因子と「気分を変えたい時」因子には、相関する下位カテゴリーは見られなかった。女性の甘いものの下位カテゴリーと摂取行動尺度の下位尺度との相関関係について Table 7 に示した。

**甘いもの VAS 得点と甘いもの好き得点の関連** 質問4で尋ねた主観的な甘いもの好き度に関する VAS 得点は1mmを0.1点とし、最低0点、最高を10点に換算し、全体と男女別での平均値、中央値、SDを Table 8 に示した。次に、甘いもの好き VAS 得点の分布をグラフにし、Figure 1 に示した。甘いもの好き VAS 得点の分布は明らかに正規分布に近似しなかったため対数変換を行ったが、対数変換後の甘いもの好き VAS 得点も正規分布に近似しなかった。そこで、男女の甘いもの好き VAS

得点に差があるのか検討するため中央値を比較する Mann-Whitney の U 検定を実施した。その結果、男性よりも女性の方が得点が有意に高いという結果が得られた ( $U=4961$ ,  $p<.05$ )。甘いもの好き得点と甘いもの好き VAS 得点の相関係数を算出したところ、男女ともに有意な弱い正の相関がみられた (男性:  $r=.347$ ; 女性:  $r=.368$ ,  $ps<.05$ )。

Table 6

男性の甘いもの下位カテゴリと摂取行動尺度の下位尺度との相関係数

	元気を出したい時	良い気分時	寂しい時	何かしている時	気分を変えたい時
ビスケット系	<b>.255**</b>	.191*	.111	<b>.222*</b>	<b>.204*</b>
チョコ	<b>.262**</b>	<b>.243*</b>	.138	<b>.209*</b>	.176
ケーキ系	<b>.262**</b>	.199*	.078	<b>.200*</b>	<b>.240*</b>
キャンディ系	.125	<b>.373**</b>	.131	<b>.285**</b>	<b>.217*</b>
アイス	.181	.173	.168	.125	.194*

\* $p<.05$ , \*\* $p<.01$

Table 7

女性の甘いもの下位カテゴリと摂取行動尺度の下位尺度との相関係数

	元気を出したい時	良い気分時	寂しい時	何かしている時	気分を変えたい時
ビスケット系	.174	.057	<b>.252**</b>	-.023	.134
チョコ	<b>.349**</b>	.152	<b>.247**</b>	.126	.173
ケーキ系	.199*	.094	.183	-.121	.144
キャンディ系	.158	.032	<b>.202*</b>	.040	.092
アイス	.109	.088	.171	.117	.038

\* $p<.05$ , \*\* $p<.01$

Table 8

全体と男女別における甘いもの好きVAS得点の平均値, 中央値, SD

		平均値	中央値	SD
甘いもの好き VAS 得点	全体	8.08	8.56	1.96
	男性	7.79	8.15	2.02
	女性	8.38	9.10	1.86

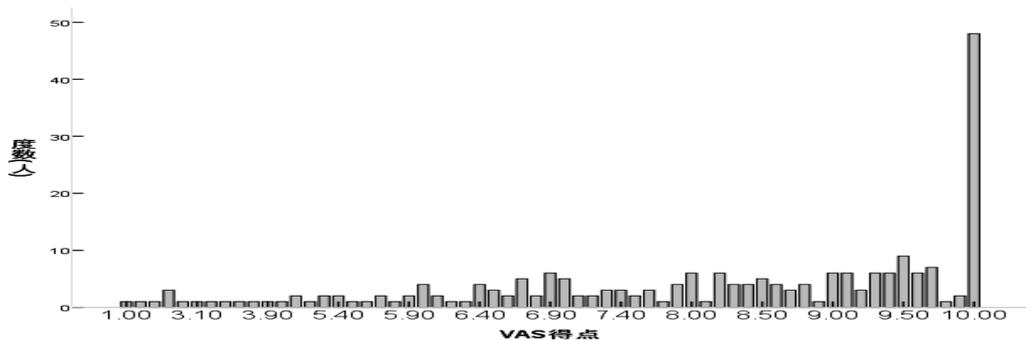


Figure 1. 甘いもの好き VAS 得点の分布

### 考察

本研究では、甘いもの好きと性格の関連について検討することを第1の目的とし、次に、甘いもの好きな人がどんなときに甘いものが欲しくなるかということ进行调查することを第2の目的とした。さらに、主観的な甘いもの好き得点が甘いもの好き VAS 得点とどのような関連がみられるか検討することを第3の目的とした。

まず、甘いもの好き得点に性差がみられるかを検討したところ、甘いもの好き得点全体では、性差は見られなかったが、下位項目の“チョコ”と“ケーキ系”においては、男性よりも女性の方が好きであるという性差が認められた。この結果は、David, Karen, & Michael (1998)の研究と同様の結果であった。次に、甘いもの好き得点と性格の関連についてみると、甘いもの好き高群は低群よりも誠実性得点が低い傾向にあった。誠実性得点が低い人は、村上・村上(2010)によると、浪費家傾向が強いという特徴が当てはまり、甘いもの好きな人は、そうでない人よりもこのような不誠実な傾向があることが示唆された。この結果は、Brian et al. (2012)とは異なる結果であったが、アメリカと日本における食生活や人種の違いによる影響があると思われる。また、Lee & Rose (1990)では、濃いレモネードを好んだ参加者はそうでない参加者に比べて自己コントロール感が低く、健康が外的なものによってコントロールされていると感じていると報告しており、不誠実な性格が食嗜好に関係するという結果も得られている。また、Brian et al. (2012)では、甘いもの好き度と調和性得点の間に相関関係がみられたのは“甘い=sweet”が“優しい”という意味をもっていることと関係している、と考察しており、同じように考えると、日本語における“甘い”が“無責任でだらしない”という意味をもっていることが、今回の甘いもの好き得点の高い人が低い人よりも誠実性得点が低い傾向にあるという結果に関係していると考えられる。しかし、甘いもの好き高群と低群における誠実性得点の効果量は小さく、大きな意味をもつ結果とはいえない。

甘いもの好き得点と甘いもの摂取行動尺度の関連について検討したところ、甘いもの好き得点と摂取行動尺度には男女別で有意な正の弱い相関がみられており、男性は様々な場面や目的で甘いものを食べたい傾向にあり、女性は甘いものを食べることで寂しいなどの気持ちを紛らわし、元気を出そうとしていると考えられる。女性において、甘いもの好き得点と「寂しい時」因子との間に相

関がみられたのは、女性が甘いものを食べることで寂しいなどの気持ちを紛らわそうとしているためと考えられる。Paul, David, Emma, Survjit, Gareth, Janine, & Michael (1998) の研究において、抑うつと甘いものを食べたいという願望に正の相関があることが報告されており、抑うつの高い女性は甘いものが欲しくなり、甘いものを摂取することで抑うつを下げようとしているのではないかと考えられる。

さらに、甘いものの下位カテゴリーと摂取行動尺度の下位尺度の相関係数をみていくと“チョコ”は男女ともに元気を出したい時に食べるものであった。さらに男性では、“チョコ”は気分の良い時や何か作業をしているときに食べたいものであり、女性では、寂しい時に食べたいものであるという相違点が得られた。また、男性では「何かしている時」因子と「アイス」以外の4つの下位カテゴリーと相関関係がみられており、男性は何かをしている時に甘いものを欲しがる傾向がある。“ビスケット系”と“ケーキ系”において男女で有意差はみられたが、全体的に摂取行動と関係しているのは女性よりも男性のほうであり、どんな場面で甘いものを食べたいかということに関しては男性のほうが女性よりも多くの場面で食べたいと思っていると考えられる。また、その場面とは女性では寂しい時であり、男性ではそれ以外の場面であり、性別によって甘いものを摂取したい場面が異なるという結果が得られた。

甘いもの好きについて測定した甘いもの好き VAS 得点と甘いもの好き得点の関連について見たところ、甘いもの好き VAS 得点の分布は右側に偏っており (Figure 1), 多くの日本の大学生が自分のことを甘いもの好きであると認識していることが判明した。つまり、日本の大学生において甘いもの好きであると回答することへの抵抗心は低いといえるだろう。また、主観的判断による甘いもの好き得点では性差がみられ、女性の方が自身のことを甘いもの好きであると認識していることが明らかになった。甘いもの好き得点と甘いもの好き VAS 得点の間には弱い正の相関がみられており、自己報告得点により甘いもの好き度をある程度予測できる可能性が示唆された。

以上のことにより、本研究の成果としては、甘いもの好きな人とその度合いの低い人を比べると誠実性得点に有意傾向ではあるが差があることを初めて明らかにした点である。アメリカ人の大学生を対象とした Brian et al. (2012) の研究とは異なる関係性が示されており、本研究の結果から日本の甘いもの好きな大学生特有の性格が明らかになったといえる。本研究から甘いもの好きであることは、誠実性が低いことと関係しており、日頃の不真面目さやいい加減さが甘いもの好きと関係していることが示唆された。また、甘いもの好きであることはただ単に甘いものを多く摂取する可能性だけではなく (David, Karen, & Michael, 1998), 浪費家など不誠実な傾向をもち併せている可能性があることが判明したため、甘いもの好きな人はより甘いものを多く摂取しないよう注意を払うべきであることが本研究からいえる。

今後の課題としては、大きく3点挙げられる。まず、甘いもの好き項目において一成分に指定した主成分分析の結果、負荷量の低い項目がみられており、次元性が満たされなかった。つまり、甘いもの好き項目が同一のものを測定しているか疑問が残ったといえる。本研究では、15項目しか使用しておらず、下位カテゴリーには3項目ずつしか想定していなかったため、負荷量の低い項目を除外することができなかった。よって今後の研究においては負荷量の少なかった項目の変更や項

目数を増やすなど、より次元性が保証されたものを使用することが望まれる。

2つ目に VAS の両端を“嫌い-好き”で尋ねたために、天井効果が生じたことが挙げられる。本研究により、日本の大学生は甘いもの好きであると回答することに抵抗があまりなく、自分のことを甘いもの好きと認識していることが考えられるため、“大嫌い-大好き”や“とても嫌い-とても好き”のように尺度の両端を設定するような工夫が望まれる。

3つ目に摂取行動尺度の項目数について、“アイスクリーム”は実際の摂取場面に相関が得られておらず、本研究で用いた摂取行動項目だけでは実際の摂取場面を包括できていない可能性が考えられる。今回、男性の方が女性に比べて甘いものを摂取する場面や目的が多かったのは、使用した尺度においてたまたま男性が女性よりも甘いものを食べたい場面などを採択していた可能性が考えられる。今後、具体的には、“ただ無性に欲しくなる”など“無目的”であることを含めた項目などを増やし、より広い視点で甘いもの摂取行動尺度を作りなおす必要がある。

## 引用文献

- Alexey, B., James, C., Davis, C. & David S. (1998). Preference for higher sugar concentrations and tridimensional personality questionnaire scores in alcoholic and nonalcoholic men. *Alcoholism, Clinical and Experimental Research*, **22**, 610–614.
- Brian, P., Michael, D., Robinson, M., & Sara, K. (2012). Sweet taste preferences and experiences predict prosocial inferences personalities, and behaviors. *Journal of Personality and Social Psychology*, **102**, 163-174.
- Brillat-Savarin, J. (1826). *Physiologie du Gout*. Paris: A. Sautelet.
- David, B., Karen, G., & Michael, M. (1998). The development of the attitudes to chocolate questionnaire. *Person indirid. Diff*, **24**, 513-520.
- 藤井由希 (1992). 甘味嗜好度の測定方法の開発について 歯科医学, **55**, 525-539.
- Kamenetzky, J. & Schutz, H. (1956). Personality correlates of food preferences and acceptance. Quartermaster Food and Container Institute for the Armed Forces.
- Kikuchi, Y., Watanabe S. (2000). Personality and dietary habits. *Journal of Epidemiology*, **10**, 191–198.
- Lee, S., & Rose, M. (1990). Preferences and intake measures of salt and sugar, and their relation to personality traits. *Food Science and Technology Appetite*, **15**, 63-79.
- 村上宣寛・村上千恵子 (2010). 臨床心理アセスメントハンドブック 改訂2版 北大路書房
- 並河 努・谷 伊織・脇田貴文・熊谷龍一・中根 愛・野口裕之 (2012). Big Five短縮版の開発と信頼性と妥当性の検討 心理学研究, **83**, 91-99.
- 小川映子 (2012). 大学生の日常的な音楽聴取傾向及び音楽活動傾向と対処方略の関連 平成23年度広島大学教育学部心理学系コース卒業論文集
- Paul, W., David, B., Emma, B., Survjit, C., Gareth, D., Janine, M., & Michael, M. (1998). Depression increases craving for sweet rewards in animal and human models of depression and craving. *Psychopharmacology*, **136**, 272-283.

- Saliba, A, J., Wragg, K., & Richardson, P.(2009).Sweet taste preference and personality traits using a white wine. *Food Quality and Preference*, **20**, 572-575.
- Watson, R. (1971) . Sugar and food choice. In J. Yudkin, J. Edelman & L. Hough (Eds.), *Sugar: Chemical, Biological and Nutritional Aspects of Sucrose*, **p.24-31**.