

物を所有するイメージと物を触ることによる価値の向上はイメージのどのような個人特性に影響を受けるかー接触と価値に関する認知心理学的研究ー

名前：廣瀬健司

所属：広島大学 脳・こころ・感性科学研究センター

専門分野・キーワード：認知心理学，心的イメージ，所有

自己紹介：心的イメージの鮮明さが決定される人の心理・脳メカニズムと，道具などの事物を「自分のものと感じる」とはどういうことなのかについて研究しています。

日用品や道具などについて，それを自分が所有しているイメージ（所有のイメージ）を作ること，その物の価値をより高く感じるようになることが知られている（例えば，Kim & Johnson, 2012）。また，物に実際に手で触ることや，物に触るイメージによっても，同様の効果があることが示唆されている（例えば，Peck & Shu, 2009; Peck et al., 2013）。これはおそらく，触ることや触るイメージによって，その物への親近感が湧いただけでなく，所有のイメージが自然に作られたことが原因であろう。これらの知見を応用して，ある商品の所有のイメージや，それを触っているイメージが惹起されやすいようにカタログや広告を設計できれば，より効果的に商品の価値を上げることも可能になるかもしれない。

では，初めて目にする無意味な物体でも，所有のイメージや触ることの効果はあるのだろうか。本研究ではこのことを検証するため，図1のような無意味な物体に触れた後に所有のイメージを作らせ，その前後で価値が向上するかどうかを調べる心理実験を行った（図2）。

ただし，視覚的なイメージを作る際には，見た目のイメージ（物体イメージ）を主に作る傾向と，構造や空間配置のイメージ（空間イメージ）を主に作る傾向があることが知られており（Kozhevnikov et al., 2005），このような視覚イメージスタイルの個人差は，所有のイメージの鮮明度や方略に影響することが予想された。つまり，イメージスタイルによって，所有のイメージの効果が検出されたりされなかったりする可能性があった。そこで，視覚的イメージスタイル質問紙（VISQ; 川原・松岡, 2009）のスコアにもとづき参加者を群分けし，価値が向上したかどうかを群ごとに分析した。

実験の結果，空間イメージスコアの低群でのみ，価値が有意に向上していた（図3）。空間イメージスコアの低群は，物体の空間的な情報の把握が苦手だったと考えられるが，物体を触ることで空間的な情報が正確に把握され，物体の空間イメージの生成が補償された結果，所有のイメージもより鮮明に作ることができるようになり，価値が向上したという可能性が考えられる。



図1：物体の例

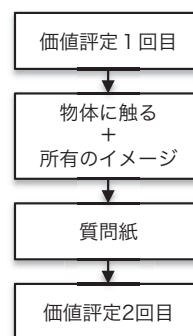
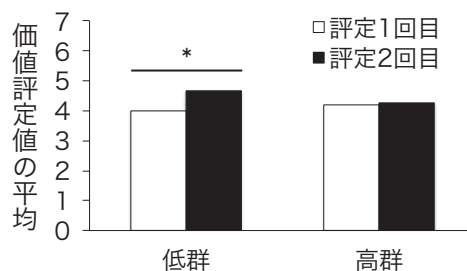


図2：実験課題の順序



空間イメージスコアの高低群

図3：空間イメージスコアの高低群における評価1・2回目の価値評価値の平均