

2019年3月19日

「ニオイに関するニューロマーケティング調査～脳波計測で実証～」 **気分の安定度はお部屋のニオイと関係があった!?** **消臭芳香剤を使用してお部屋のニオイを消すと** **気分の安定度が 21%高まる!**

アース製薬株式会社(本社:東京都千代田区、社長:川端克宜)とSOOTH株式会社(本社:東京都港区、代表取締役:額田康利)は、お部屋のニオイ^{*1}を嗅いだ時と、消臭芳香剤『お部屋のスッキーリ!^{*2}』を使用し、消臭したお部屋のニオイを嗅いだ時の気分の安定度^{*3}について、アンケートと脳波を用いたニューロマーケティング^{*4}調査を実施しました。

その結果、**消臭芳香剤を使用してお部屋のニオイを消臭すると気分の安定度が 21%高まることが分かりました。**

<結果概要>

■お部屋のニオイは気分の安定度を低くする。

アンケート結果から「お部屋のニオイ」を「不愉快」と感じる方が多く(図 1)、また、脳波計測から「お部屋のニオイ」を嗅ぐと気分の安定度が低下し、その後も低下するという結果が得られました(図 3)。

■消臭芳香剤を使用してお部屋のニオイを消臭すると気分の安定度が高まる。

アンケート結果から『お部屋のスッキーリ! Sukki-ri!プレシャスソープの香り』を使用して「消臭したお部屋のニオイ」を「心地よい」と感じる方が多く(図 2)、また、脳波計測から「消臭したお部屋のニオイ」を嗅ぐと、気分の安定度が上昇し、その後もさらに上昇するという結果が得られました(図 4)。



写真 1: VR と脳波計を使った調査の様子



写真 2: VR によるお部屋の映像

*1: お部屋のニオイの構成成分のうちの 1 つであるイソ吉草酸を使用しました。

*2: 『お部屋のスッキーリ! Sukki-ri!プレシャスソープの香り』を使用しました。

*3: 株式会社ニューロスカイによるアルゴリズム。α 波帯域を中心とした変化量から計測される安定度 (Meditation) を使用しました。

*4: 脳科学の知識と技術を応用して、生活者の無意識下のホンネを見える化する新しいマーケティング手法です。

■アンケート結果(複数回答)

感じたニオイのイメージワードについて、アンケートを実施したところ、お部屋のニオイを「不愉快」と思う方が多く(図 1)、そのニオイをお部屋のスッキーリ!で消臭すると、「心地よい」と思う方が多くなりました(図 2)。お部屋のスッキーリ!の効果を主観的に実感していることを確認しました。

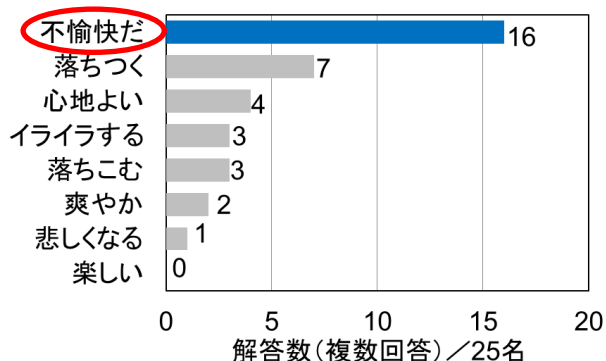


図 1: お部屋のニオイを嗅いだ時

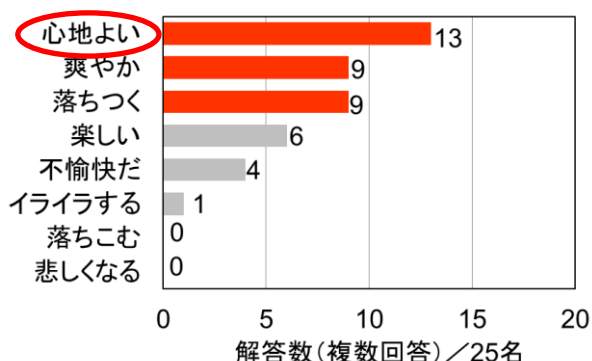


図 2: お部屋のスッキーリ!で消臭したニオイを嗅いだ時

■脳波の計測結果

「お部屋のニオイ」を嗅ぐと気分の安定度が 94%と低下し、その後も 89%と時間の経過とともに低くなることが分かりました(図 3)。それに対し、『お部屋のスッキーリ! Sukki-ri!プレシャスソープの香り』を使用して「消臭したお部屋のニオイ」を嗅ぐと、気分の安定度が 112%と上昇し、その後も 121%とさらに高くなること分かりました(図 4)。

「不愉快なニオイ」とされる「お部屋のニオイ」では安定度が低下し、「心地よいニオイ」とされる「消臭したニオイ」では安定度が高まることから、気分の安定度はお部屋のニオイと関係がある可能性が示唆されます。

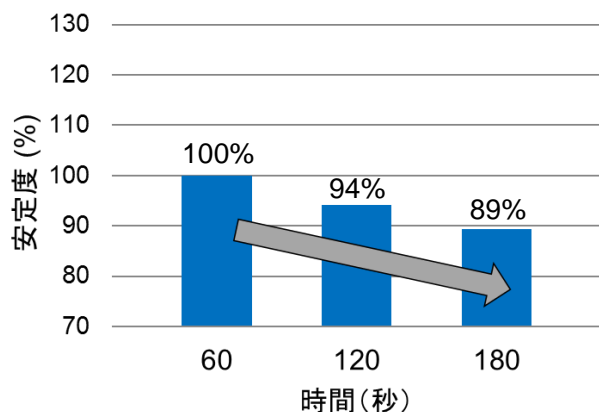


図 3: お部屋のニオイを嗅いだ時

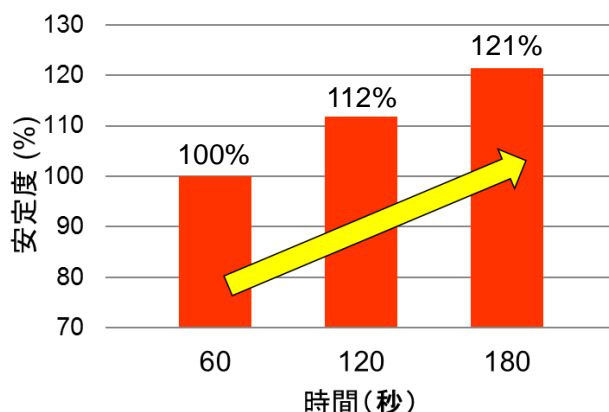


図 4: お部屋のスッキーリ!で消臭したニオイを嗅いだ時

■東京工業大学 中本教授のコメント

ニオイと脳の関係は非常に興味深いものがあります。近年、香りの感性評価が行われていますが、今回のように商品そのものの評価を行った例はまだ多くありません。特に、VR を使って環境を再現し、生活臭に対する消臭芳香剤の効果をヒトはどのように感じているかを調べたことは初めての試みではないかと思えます。脳波の解析結果から『お部屋のスッキーリ! プレシャスソープの香り』は、生活臭よりも安定度を高めることが検証できたことで、嫌なニオイをすっきりさせることが期待できるかもしれません。今回の調査は、ニオイはヒトの感性に影響し、消臭芳香剤が生活臭を消臭した時の感性を検討したものであるとして、たいへん有意義なことだと考えます。

■調査実施内容

- ・対象品 1. お部屋のニオイ(お部屋のニオイの構成成分のうちの1つであるイソ吉草酸を使用)^{※5}
2. 『お部屋のスッキーリ! Sukki-ri!プレシャスソープの香り』の香気成分に上記1を加えたもの^{※5,6}
- ・対象者 お部屋用の消臭芳香剤を利用している30~50代(平均年齢43.9歳)の成人女性25名
- ・検証方法 ①VR(Virtual Reality)ヘッドマウントディスプレイと脳波計 MindWave を装着します(写真1)。
②ニオイ呈示装置を用いて無臭空気を60秒、対象品1、2のいずれか1つを60秒、
無臭空気を60秒と連続して180秒間、ニオイを呈示し、その際の脳波を計測します。
③ニオイ呈示と同時に、VRでは360°見わたせるリビングルーム映像を呈示し、
お部屋の状況を再現した映像をご覧ください(写真2)
④最初の無臭空気を呈示している60秒間の脳波をコントロール(100%)とし、
安定度の平均変化率を計測します。また、ニオイ呈示後にアンケートを実施します。
- ・監修 東京工業大学 科学技術創成研究院 教授 中本高道(ニオイの呈示方法に関する監修)
株式会社ニューロスカイ(脳波取得方法および解析に関する監修)

*5:フレックサンプラーを用いて各香気を集め、6段階臭気強度表示法に基づき臭気強度が3~4となる濃度に調整(臭気判定士の判断に基づく)。

*6:開封後35日目の製品を使用。(日当たりの良い場所を避け、風通しの良い場所に設置)

■公表

本調査の詳細は、香りの機能性と効用の学際的専門誌「AROMA RESEARCH No.78(Vol.20/No.2)」に掲載予定です。

<お部屋のスッキーリ! Sukki-ri!について>

消臭芳香液を上から供給する「スッキーリ方式」で、
最後の一滴まで消臭効果が続く、お部屋用置き型消臭芳香剤です。
2019年2月に消臭効果を高めてリニューアル。

1.植物成分、2.イオン系消臭剤、3.強カデオドライズパウダーと
3つの消臭剤によるトリプルストロング消臭を特長とします。

<https://www.earth.jp/products/sukki-ri-room-soap/index.html>



<SOOTH 株式会社について>

SOOTH 株式会社は、体験設計コンサルティング、
生体反応データ収集・活用を伴うコンテンツ企画・制作、
サービス/ソリューション開発を行っています。
広告映像制作アジアトップクラスである株式会社 AOI Pro.のグループ会社です。

<https://www.sooth.co.jp>

SOOTH

消費者の方のお問合せ
アース製薬株式会社 お客様窓口
0120-81-6456