

サンリオエンターテイメント、ブレインパクトとBHQと共同で 企業を対象とした『Kawaii BHQ（脳の健康）研究』を開始 ～ビジネスパーソンの脳の健康向上を共に進める企業を募集します～

テーマパーク「サンリオピューロランド」（東京都多摩市）と「サンリオキャラクターパーク ハーモニーランド」（大分県日出町）を運営する株式会社サンリオエンターテイメント（東京都多摩市、代表取締役社長：小巻 亜矢、以下 サンリオエンターテイメント）と一般社団法人ブレインパクト（京都府京都市、理事長：山川 義徳、以下 ブレインパクト）は、BHQ 株式会社（埼玉県さいたま市、代表取締役：川森 雅仁、以下 BHQ 社）と共同で、Kawaii を通じた市民科学 BHQ（脳の健康）研究を構想し、脳科学を専門にしないビジネスパーソンであっても、みんなでなかよく研究を進める『Kawaii BHQ 研究』を開始しました。Kawaii を活用して、ビジネスパーソンの脳の健康向上をともに進める企業（Kawaii BHQ 研究企業：KB 研究企業）とその従業員（KB 研究員）を募集します（図 1）。



図 1 KB 研究企業/KB 研究員の募集

これまでサンリオエンターテイメントでは、Kawaii はさまざまな場面で好影響を生むとして、ビジネスの場面でも積極的に活用してきました。例えば、「サンリオキャラクターパーク ハーモニーランド」がある大分県では、大阪・関西万博にあわせて大分空港が「大分ハローキティ空港」という愛称になった際のセレモニーにて、自治体の方を含めた皆さまにハローキティのカチューシャをつけて参加いただき、お越しいただいた一般のお客様はもちろんのこと、当日運営に携わったスタッフや関係者との間にも自然な交流が生まれました。また、運営サイドのスタッフ同士のコミュニケーションも活発かつ円滑に行われ、現場全体で一体感のある雰囲気醸成され、会場内に限らず、現場のコミュニケーション向上にも繋がりました。

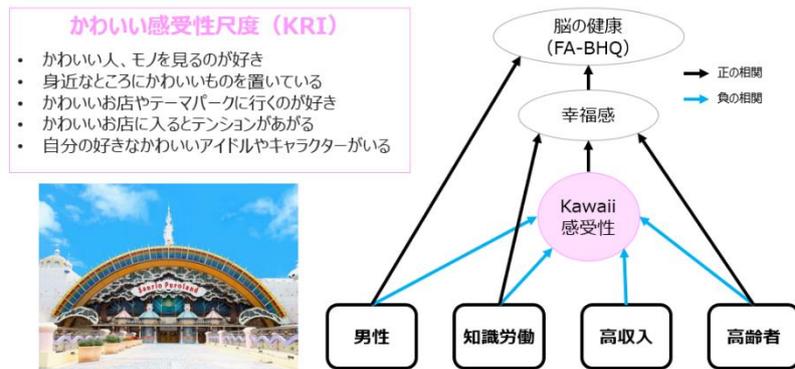
一方、ブレインパクトでは、脳の健康状態を知ることができる国際標準規格 BHQ（Brain Healthcare Quotient）を活用して、ビジネスパーソン向けの実証研究を行ってきました。具体的には、生命保険会社様と連携して、従業員向けに

脳の健康測定と職場での健康行動実践状況調査を実施し、その結果、職場での脳の健康行動が、従業員のストレス耐性の向上に寄与する可能性があることが示唆されました¹。また、最近では、脳の健康に良い行動に関連する企業（日本電気株式会社や株式会社ルネサンス、コクヨ株式会社、NTT PARAVITA 株式会社など）と、異業種連携による BHQ エコシステム研究を開始し、健康管理、睡眠休息、運動、環境、学習、食事、社会生活について、ビジネスパーソンに対する『実践出来ているライフスタイル』や『実践できていないが実践しても良いと考えるカテゴリ』を明らかにする研究にも取り組んでいます²。

このように、サンリオエンターテインメントとブレインインパクトはそれぞれ、ビジネスパーソンのウェルビーイングの向上に向けて BHQ の活用や Kawaii の活用に取り組んできました。そんな中で、MRI を用いた京都大学國分圭介特定准教授、筑波大学根本清貴准教授、山川義徳特命教授（当団体理事長）の研究[※]から、**男性や高齢者、知識労働に従事する人は Kawaii を避ける傾向にあり、得られたかもしれない幸福感を得るチャンスを逸してしまい、脳の健康維持を妨げている可能性**が明らかになりました。このことから、ビジネスパーソンが Kawaii に触れることによって、さらに高い仕事のパフォーマンス発揮に繋がる可能性があることが示唆されます（図 2）。

【MRI研究】Kawaii感受性と脳の健康

Kawaii感受性の高さは、幸福感に繋がり、脳を健康にする可能性を示唆



しかし、男性の高齢者で、高収入な知識労働は、Kawaii感受性が低く、幸福になり、脳を健康にするチャンスが一つ減らしているように見える。もしKawaii感受性を高めるられれば、幸せになり、脳が健康になるかもしれない

Kokubun, K., Nemoto, K., Otsuka, T., Okamoto, M., Shiga, Y., Makizato, Y., Komaki, A., Yamakawa, Y. (2025). Kawaii-Ness Mediates Between Demographic Variables, Happiness, and Brain Conditions. Brain Sciences, 15(3), 289.

22

図 2 Kawaii 感受性と脳の健康研究

そこで、脳を健康にするためのガイドラインである BHQ Actions を参考にして、Kawaii BHQ Actions を作成致しました。Kawaii BHQ Actions とは、職場でできる Kawaii の取り組みとして、Kawaii 環境を整えたり、Kawaii を起点としたコミュニケーションに挑戦したりする新たな取り組みの候補です（図 3）。

¹ 生命保険会社の従業員向けに脳の健康測定と職場版 BHQ Actions の実践状況を調査（2024/10/2）：

https://www.bi-lab.org/news/20241002_sompo

² BHQ Actions における 7 つのカテゴリを網羅した異業種連携による BHQ エコシステム研究を開始（2025/2/11）：

https://www.bi-lab.org/news/20250219_bhqecosystem



図3 『Kawaii BHQ Actions』イメージ

一方、MRI を用いた BHQ による脳の健康チェックは、MRI を保有する病院に行く必要があり、また多くの費用が掛かるという問題があります。そこで、BHQ 社とパナソニックホールディングス株式会社（大阪府門真市、代表取締役：楠見 雄規、以下 パナソニック HD）プロダクト解析センターが共同開発したクイック BHQ ドックを用いて、KB 研究員が手軽に家でも利用できるインフラとして活用させていただきます（図4）。

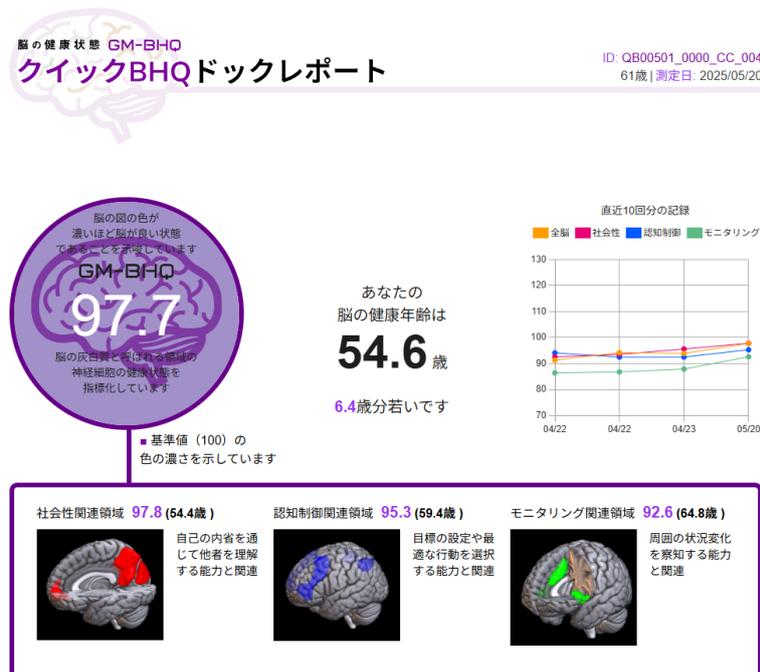


図4 クイック BHQ ドックレポート イメージ

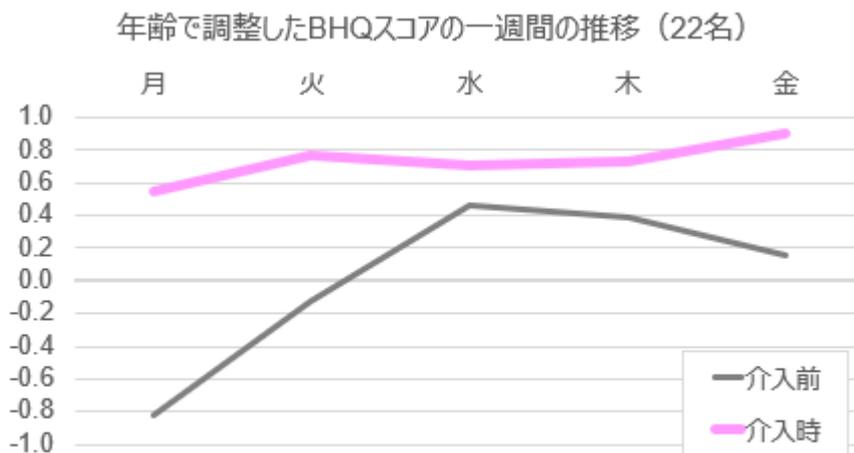
この Kawaii BHQ Actions とクイック BHQ ドックを活用すると、ビジネスパーソンが『Kawaii に触れることで脳は健康になるのか？』、『Kawaii キャラクターの違いによって、脳への影響は異なるのか？』、『自分に最適な Kawaii 体験が存在するのか？』、『脳の状態に応じて適した Kawaii 体験が異なるのか？』など、BHQ と Kawaii に関する様々な謎が生まれてきます。そこで、Kawaii BHQ 研究の最初の研究協力企業として、パナソニックホールディングス株式会社（大阪府門真市、代表取締役：楠見 雄規、以下 パナソニック HD）プロダクト解析センターの従業員を対象とし、ビジネスパーソン向けの Kawaii BHQ 研究の予備実験を実施しました。

パナソニック社員 22 名を対象に、1 週間 Kawaii を周りに置くことで、脳が健康になるかを検証しました。入社時と帰宅時の 1 日 2 回クイック BHQ ドックを測定し、日中は図 3 の Kawaii BHQ Actions を可能な限り実施してもらいました (図 5)。



図 5 パナソニック社内での Kawaii 活用風景

Kawaii BHQ Actions を職場で導入しなかった期間 (介入前) は月曜に BHQ スコアは低く、水曜に向けて一時的に上がるも、金曜に低下する傾向であったのに対して、**Kawaii BHQ Actions を導入した期間 (介入時) は月曜から BHQ スコアは高くなり、金曜に向けてさらに向上する傾向にあることが示唆されました (図 6)。**



通常は月曜にBHQスコアが低く、水曜に向けて上がるも、金曜に低下する傾向
Kawaiiに触れていると、月曜から高いことはもちろん、金曜に向けてさらに向上

図 6 クイック BHQ ドックを用いた脳の健康状態の推移の結果

今回の結果を踏まえ、Kawaii を活用することで、ビジネスパーソンの脳の健康向上に寄与する可能性が示唆されたことから、他の職種・業種・国でも実施いただくことで再現性が確認できるか検証すべく、KB 研究企業を募集します。この研究を通じて、ビジネスパーソンのウェルビーイング向上に、Kawaii×BHQ という新たな視点で貢献していく予定です。

KB 研究員の参画要件は、①20 名以上のビジネスパーソン（Kawaii BHQ 研究員）の協力を得られること、②パソコンやスマホなどのネット環境を準備できること、③オンラインアンケートに協力できること、となっています。オンラインでの Kawaii BHQ Actions に関するアンケートにご協力頂くと共に、クイック BHQ ドックを通じた BHQ 計測に協力頂きます。クイック BHQ ドック測定の頻度と Kawaii BHQ Actions の商品の内容、研究費用は以下の通りです。参加希望の企業は、以下の問い合わせ先より申し込み下さい。

<Kawaii BHQ 研究概要>

対象人数	20 名
期間	2 週間（介入なし・介入あり各 1 週間）
測定回数	20 回（1 日 2 回×2 週間）
Kawaii BHQ Actions	サンリオピューロランドグッズ（ポーチ、カチューシャ、バッジ等）
研究費用（税抜）	30 万円 （クイック BHQ Actions 18 万円 + Kawaii BHQ Actions 12 万円）
備考	クイック BHQ サンプルング 20 名×1 回 400 円×20 回 + レポート費用 2 万円 = 18 万円 Kawaii BHQ Actions 商品 1 人あたり 6,000 円×20 名 = 12 万円 学術研究費用を適用、人数に応じて調整可能、ボリュームディスカウント有

※：参考論文

Kokubun, K., Nemoto, K., Otsuka, T., Okamoto, M., Shiga, Y., Makizato, Y., ... & Yamakawa, Y. (2025). Kawaii-Ness Mediates Between Demographic Variables, Happiness, and Brain Conditions. *Brain Sciences*, 15(3), 289.

※画像素材ご掲載の際は、必ずコピーライトの記載をお願いいたします。

© 2025 SANRIO CO., LTD. TOKYO, JAPAN 著作 株式会社サンリオ

【関連情報】

◇一般社団法人ブレインインパクト (<https://www.bi-lab.org/>)

脳の健康管理指標 BHQ に関連する各種取り組みについての国際標準化活動を推進すると共に、脳情報のデータベースを公的共用リソースとして提供しています。今回の研究成果を活用し、脳科学研究の振興及び研究成果の社会への還元をより一層進めていく予定です。

◇BHQ 株式会社 (<https://www.bhq.co.jp/>)

脳の健康管理指標である BHQ を誰もが簡単に使えるためのプラットフォームを提供すると共に、BHQ Actions に基づいて、様々なライフスタイルによって楽しみながら脳の健康維持増進ができることを目指しています。