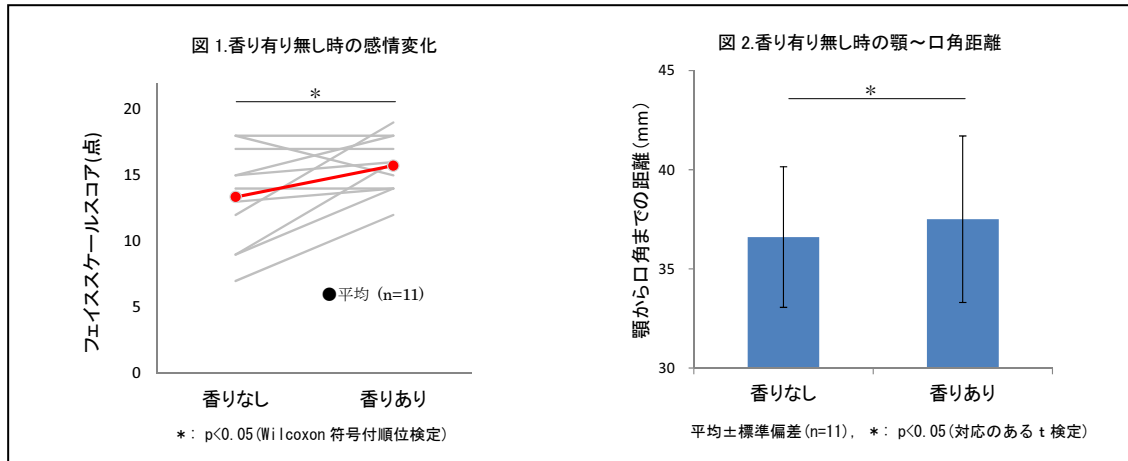


## フルーティフローラル調の香りが人の感情に与える影響を実証 香りを嗅ぐことで人をポジティブな感情に変化させ、笑顔に導く

ポーラ・オルビスグループのポーラ化成工業株式会社（本社：神奈川県横浜市、社長：岩崎泰夫）は、香りが人の感情に与える影響について調べたところ、濃厚な果実と華やかな花々を融合したフルーティフローラル調の香りが人をポジティブな感情に変化させ、笑顔に導くことを実証しました。

この研究成果は、ポーラ・オルビスグループの株式会社ポーラから今秋発売される商品に活用する予定です。



### 実証1： 香りで人をポジティブな感情に変化させる

フルーティフローラル調の香りが人の感情に与える影響について、香りの嗜好性を5段階で評価し「好き」「やや好き」と答えた11名の被験者を対象に2つの検証を行いました。

20段階のLorish-Maisiak フェイススケール(注1)を用いて、最高の笑顔のイラストを20点、最悪の泣き顔のイラストを1点とスコア化し、香りを嗅いでいない時と香りを嗅いだ時にその時の感情に当てはまる表情を点数化し、評価しました。その結果、香りを嗅いでいない時と比べて、香りを嗅いだ時の方が笑顔に近いポジティブな表情を選択することが分かりました(図1)。

### 実証2： 香りで人を笑顔に導く

人は、笑顔になると顔の各パーツにおいて動的变化が生じ、その中でも、笑顔になる時に顔の大きな動きとして口角が上がります。今回、人が笑顔になる時の顔の動きに着目し、香りを嗅いでいない場合と香りを嗅いだ場合の顔の3次元画像を撮影して顎から口角までの距離を計測し比較しました。その結果、香りを嗅いでいない時と比べて、香りを嗅いだ時の方が顎から口角までの距離が伸びました。このことから、口角が上がったことが考えられます(図2)。

### ポーラの香料研究について

ポーラ化成工業では、単に“いい香り”ではなく“意味のある香り”という観点での香料研究開発を70年以上前から続けており、香りの持つ肌・心・からだへの作用を解明してきました。化粧品にとって香りとは、ユーザーが使用する時の心地よさにつながると共に化粧品のイメージを決定する要素の一つです。また、製品購入を決定する上で重要な役割を果たしています。

【本件に関するお問い合わせ先】 (株)ポーラ・オルビスホールディングス コーポレートコミュニケーション室  
Tel 03-3563-5540/Fax 03-3563-5543

## 【補足資料】

### **(注1) 20段階のLorish-Maisiakフェイススケール**

フェイススケールは、医療分野において言葉では表しにくい「痛み」を客観的に評価するために開発されました。特に子供や高齢者の患者と医師が痛みの度合いを共有するために開発された評価方法で、最高の笑顔～最悪の泣き顔のイラストが並べられています。20段階のLorish-Maisiakフェイススケールは、アメリカアラバマ大学のロリッシュ博士とマイシアク博士が開発したものです。