

香りは女性の印象を良くし関心を高める

～柔軟剤の香りが女性の印象に与える影響に関する研究～

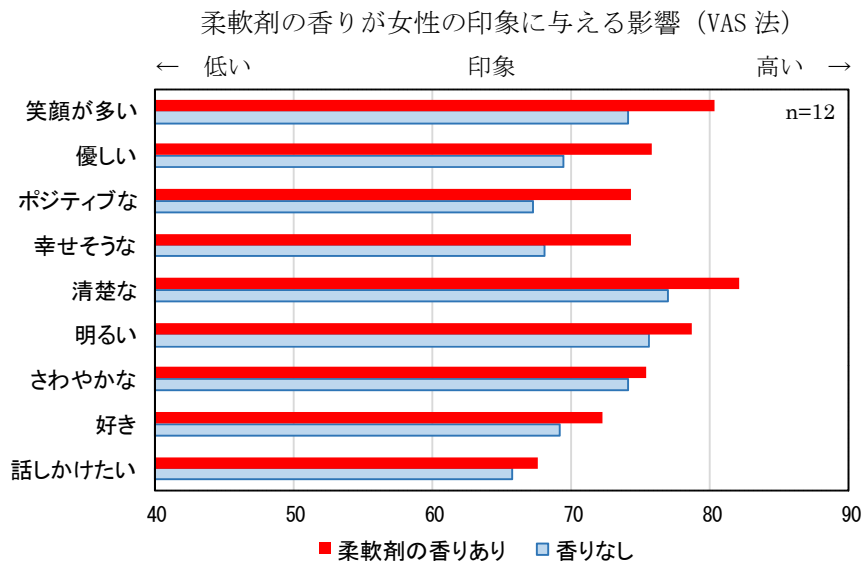
ライオン株式会社（代表取締役社長・濱 逸夫）は、香りが人の感性に与える影響について研究を行っています。この度、柔軟剤の香りの有無が女性の印象に与える影響について調べた結果、柔軟剤の香りがする女性は印象が良くなることが分かりました。さらに、柔軟剤の香りのする女性を見る人の瞳孔は大きく開き、関心が高まる傾向が見られました。

本研究の結果、柔軟剤の香りは、女性の印象および他人からの関心を高めるアイテムとして活用できることが分かりました。

■女性の印象は、「柔軟剤の香り」がすると向上する

実験は、同じ女性が柔軟剤の香りのついている衣類を着ている場合と、香りのついていない衣類を着ている場合を想定した条件※で行いました。まず、「明るい」「清楚な」といった印象を問うアンケートにより、柔軟剤の香りが女性の印象に与える影響を調べました。その結果、すべての項目で香りがついているほうがついていない場合と比べて向上し、特に、「笑顔が多い」「優しい」「ポジティブな」などの項目で印象が高くなる傾向が見られました。

※評価衣類を被験者の隣に置いた状態で、清楚な印象の女性の動画を見ながら評価



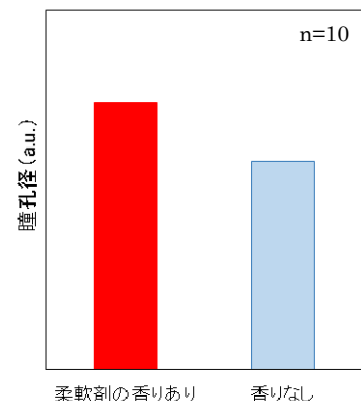
■柔軟剤の香りは、他人の関心を高める

瞳孔の大きさは見ている対象への注目度によって変化し、興味や関心が高まると瞳孔は大きく開きます。例えば、好きな人を見ているときや、女性が赤ちゃんを見ているときなどです。

動画の中の女性を見ている被験者の瞳孔の大きさを測ったところ、香りがついている時のほうが、ついていない時よりも大きくなる傾向がみられました。このことから、無意識の中でも、柔軟剤の香りがすることで、その女性に対する興味、関心がより高くなっていると言えます。

この効果を柔軟剤の香りで確認したのは初めてです。

瞳孔径測定



これらの研究結果より、柔軟剤の香りは女性の印象を良くし、他人からの関心を高めるアイテムとして活用できると言えそうです。

評価衣類：柔軟剤の香りあり；フルーティフローラル調の高残香タイプの柔軟仕上げ剤で処理した肌着とシャツ
香りなし；柔軟仕上げ剤未処理の肌着とシャツ
被験者：20-40代男女12名
評価項目：主観評価；女性の印象評価（VAS法：「思う（=0）」「思わない（=100）」の程度を直線上で視覚的に評価）
生理評価；瞳孔径測定（瞳孔径（a. u.）＝動画を見始めて1分間の平均／安静3分間の平均）

この研究成果に関連する内容は、『第16回日本感性工学会』で発表しました。

【第16回日本感性工学会】発表概要

- ◎開催日 2014年9月4日－6日
- ◎会場 中央大学（後楽園キャンパス）
- ◎演題 柔軟仕上げ剤の香りによる女性の印象変化（第2報）～主観評価と生理反応～
- ◎発表者 ライオン株式会社 藤井日和、宮原岳彦、岡本貴弘

お問い合わせ窓口

<報道関係の方> コーポレートコミュニケーションセンター 03-3621-6661