

# 香りによる感情の表現

## 香りによる感情を表現する装置の作成

北海道情報大学 情報メディア学科 佐藤 椋真  
大島 直樹研究室

### 1. 背景

2008年にNTTコミュニケーションズは香りを使った「香り通信」という新サービス実験を発表した[1]。これはインターネットを利用して送信者がブレンドしたアロマオイルの割合を送信すると、受信者側に設置した芳香器から送信者が設定した割合で香りを嗅ぐことが出来るというサービスである。また、着パフ株式会社が開発したスマートホン用アクセサリ「Scentee (センチィ)」は、自身が選択した香りカートリッジから香りを噴射する[2]。

このように精油を使った感情の安らぎやリラックス効果など、嗅覚情報に関わる事例は最近になって耳にするようになった。しかし、情報社会において香りという嗅覚情報の存在は小さいのが現状である。けれども豊かな感性情報をやりとりする上で、嗅覚情報の利活用方法を構築することは意義がある。その構築には、嗅覚情報から引き出される各感性イメージを明らかにすることが必要だと考えた。

### 2. 目的

本研究の目的は、香りから連想される感情の度合を明らかにすることである。

### 3. 調査・検証方法

香から連想される感情の関係を明らかにするため、実験を実施した。

#### 3.1. 被験者

実施した実験の被験者は、平均年齢36.4歳の大学生と社会人の男女10名から行った。

#### 3.2. 刺激と機材

日本アロマ環境協会主催のアロマセラピー検定2級および1級で用いられる10種類の生活の木の精油を使用し、表1に示した[3]。これらの精油を脱脂綿に0.5ccを垂らし、プラスチック製容器に入れたものを呈示器材とした。

評価対象とした感情は、宗近による「喜び」、「悲しみ」、「受容」、「嫌悪」、「恐れ」、「怒り」、「期待」、「驚き」からなる基本8感情を用いた[4]。

#### 3.3. 手続き

呈示器材を被験者に渡し、任意に嗅がせた。その後、嗅いだ香りからイメージした感情を、SD法による5段階の感情評定を実施させた。

ひとつの香りを嗅ぐ毎に2分間の休憩を設け、嗅覚をリセットさせるためコーヒー豆の香りを嗅がせた。

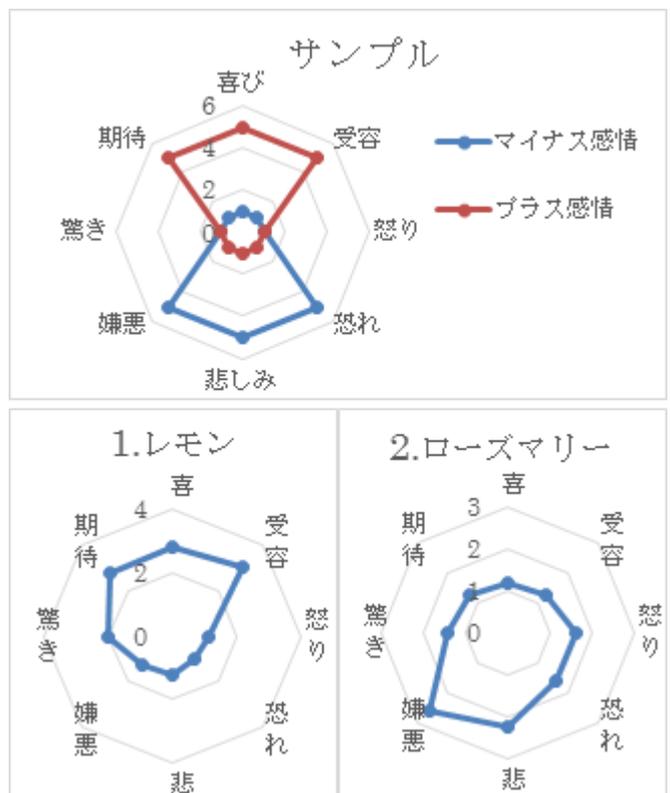
表1 実験で使用した精油 (10種類)

	精油名	精油の種類
1	レモン	柑橘系
2	ローズマリー	フローラル系
3	ティートゥリー	樹木系
4	イランイラン	オリエンタル系
5	ブラックペッパー	スパイス系
6	ラベンダー	フローラル系
7	ジュニパー	シトラス系
8	ゼラニウム	ハーブ系
9	ユーカリ	樹木系
10	ペパーミント	ハーブ系

### 4. 結果

#### 4.1. 評価実験

香りからイメージされた感情の結果を図1にまとめた。



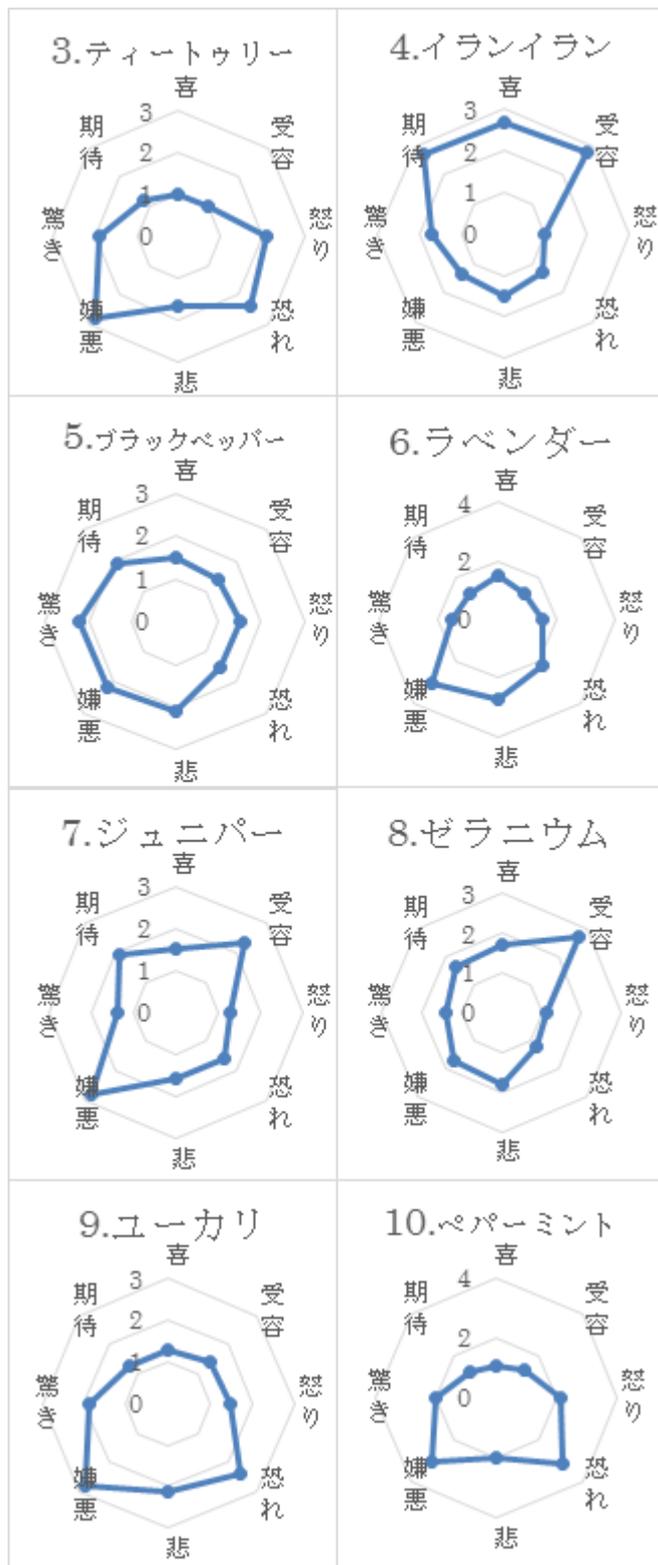


図1 香からイメージされた感情の結果

グラフの項目として各感情の評価は「喜び」、「受容」、「期待」はプラス感情とし、「悲しみ」、「嫌悪」、「恐れ」はマイナス感情とした。また、香りから読み取りづらいと予測する「怒り」と感情の区別が困難な「驚き」はグラフ上では中間とした。

## 4.2. 香りの類似性

各香りでは「喜び」、「受容」、「期待」の3項目の感情に対して、レモン（喜び:2.8%、受容:3.1%、期待:2.8%）とイランイラン（喜び:2.7%、受容:2.8%、期待:2.7%）が高い評価を取得した。また、「恐れ」、「悲しみ」、「嫌悪」の3項目の感情ではペパーミント（恐れ:3.1%、悲しみ:2%、嫌悪:3%）とラベンダー（恐れ:2.2%、悲しみ:2.7%、嫌悪:3.1%）が高い評価を取得し、「恐れ」ではペパーミント、「悲しみ」と「嫌悪」ではラベンダーが最多評価を取得した。「怒り」の最多評価はティートゥリーとペパーミントで、どちらも同数値の2.1%を取得した。「驚き」はブラックペッパー（驚き:2.2%）が最多評価を取得した。

ジュニパーの評価は「嫌悪（2.8%）」、「受容（2.3%）」と対比関係にあるはずの2項目の評価が高く他の香りには無い特徴的な結果になった。

## 5. 予想される結論

香りや感情の関連性には精油自体の香りの強さ及び刺激度と香りに対する直接の好悪が関係すると予想される。

香りが強く、視覚情報がないと正体が認知しづらいフローラルやウッディなどはマイナス感情として捉える兆候が高いと予測する。一方、香りの強さがほどよく、嗅覚情報のみで香りの正体を認知しやすいレモンの香りは、プラス感情になると考察する。また、スパイスは香りの強さとは別に刺激臭のある精油は驚き、期待といった感情表現の高いと考察する。

今後、さらに大人数の評価調査を行い、より香りと感情の類似性を確認出来た香りから、携帯端末等を使用し感情の伝達や感情の感化を行う装置の制作を行う。

## 註・出典・参考文献

- [1] NTT コミュニケーションズ、「香り通信モバイル」概要、<https://www.ntt.com/release/monthNEWS/detail/20080407.html>
- [2] 着パフ株式会社、スマートホンアクセサリ-Scantee <http://www.scantee.com/>
- [3] 日本アロマ環境協会、アロマセラピー検定、<http://www.aromakankyo.or.jp/licences/aroma/>
- [4] 宗近幸吉、GAを用いた感情識別モデル、山口大学工学部研究報告、2002-10、pp.85-88

## 著者紹介

佐藤 棕真  
北海道 札幌市 南区出身。北海道立南陵高等学校 2011年卒業。趣味はドライブと海外映画、ドラマ鑑賞。