

2026 年 9 月 17 日

サンスター、オーラルケアの香味と気分の関係性を科学的に検証 異なる気分を引き出す 3 つの香味を Ora²新シリーズに採用 ～日本味と匂学会第 60 回大会にて発表～

サンスターグループ(以下、サンスター)は、ジボダン社(以下、ジボダン)とともに、画像評価手法である Mood Portraits™ *1 および InSituScanz™ *2を用いてオーラルケアの香味*3が気分に与える影響を検証しました。その結果、香味タイプごとに“安らぎ”、“ストレス解消”、“活力”などの異なる気分が想起されることを確認しました。今回の研究では、従来の口腔衛生にとどまらない、気分を整え前向きな感情を引き出すオーラルケアの新たな可能性が示されました。この成果は、2026 年 9 月開催の日本味と匂学会第 60 回大会において発表されました。

近年、デジタル社会や忙しい日常で日々の“小さなストレス(マイクロストレス)”に向き合う若い世代を中心に、香り・デザイン・触感で心を整える感性価値へのニーズが高まっています。毎日の習慣であるオーラルケアが、香りを通じて気分の切り替えやセルフケアに活用されることは、生活者の選択肢を広げることに繋がります。

サンスターは、オーラルケアにおける香味や使用体験が心身に与える影響に着目した研究を製品開発に活かし、人々のお口の健康だけでなく、毎日の気分や心身のコンディションに寄り添うオーラルケアを提案していきます。

<研究概要>

◆研究の背景と目的

当社はこれまでオーラルケアによる生理・心理的効果に着目し、オーラルケアがストレス軽減に寄与することなどを明らかにしてきました。今回は、オーラルケアを単なる口腔衛生にとどまらず、より前向きな自分メンテナンスの時間へと変えるという考えのもと、香味が引き出す気分の種類や方向性を明らかにすることを目的に、ジボダンとともに検証しました。

◆研究対象者と方法

① 画像による検証(Mood Portraits™を用いた検証)

香りによって得られる気分を選択した画像から導き出すことのできるジボダン独自の評価技術である、Mood Portraits™を用いて歯みがき時に香味によって得られる気分を検証しました。本研究では、20～39 歳の一般女性 252 名を対象とし、84 名ずつ 3 つの群に分け、それぞれ香味 A(アールグレイタイプ)、香味 B(グリーンティータイプ)、香味 C(マンダリンシトラスタイプ)に割り当てました。被験者はそれぞれの香味付きのハミガキを自宅で 10 日間、1 日 1 回以上使用し、1 日目と 10 日目に Web 上でアンケートに回答しました。アンケートでは、30 枚の人物や情景の写真画像を用いて、香味付きハミガキ使用後の気持ちや気分合うものをすべて選択しました。選択された画像をもとに、それぞれの気分ワードを算出しました。

*1 視覚的刺激を介して、フレグランスに対する消費者の気分や感情的反応を測定するジボダン独自の手法 *2 ジボダン独自の脳イメージング技術を用いてフレグランスやオーラルケア用フレーバーの設計に応用した、局所的かつリアルタイムな感情測定手法 *3 弊社独自開発の香味

② 脳血流による検証(InSituScanz™を用いた検証)

ジボダン独自の手法である InSituScanz™を用いて、香味付きオーラルケア製品使用時の脳血流の反応を検証しました。本研究は、女性 9 名を対象とし、それぞれ香味 A(アールグレイタイプ)、香味 B(グリーンティータイプ)、香味 C(マンダリンシトラスタイプ)を付けたマウスウォッシュ使用時の脳血流を前頭部の 20 チャンネルで測定し、酸素化ヘモグロビン(Oxy-Hb)、脱酸素化ヘモグロビン(Deoxy-Hb)、総ヘモグロビン(Total Hb)を指標に解析しました。



図1) Mood Portraits™ 評価手法の概要

<研究結果・結論>

① 画像による検証(Mood Portraits™を用いた検証)

香味 A では、Relaxation(くつろぎ)、Comfort(安らぎ)といったリラクセスに関連した気分の他、Caring(思いやり)という気分が有意に感じられました。さらに、香味 B では Destress(ストレス解消)、Mindfulness(瞑想)、香味 C では Playfulness(遊び心)、Focus Energy(活力)がそれぞれ有意に感じられており、香味によって得られる気分がそれぞれ異なるということがわかりました。

② 脳血流による検証(InSituScanz™を用いた検証)

香味 A、B においてはリラクセス状態に特異的な反応が見られ、香味 C ではハピネス状態に特異的な反応が見られました。このことから、生体反応においてもオーラルケアの香味の違いによって異なる気分が引き起こされることが明らかになりました。



図2) Mood Portraits™と InSituScanz™による香味タイプ別気分想起の結果



図3) 脳血流反応のイメージ図
(特異的な反応を示した部分が赤く示されている)

以上の結果から、オーラルケアの香味*3 が、香味のタイプによって異なる気分を引き起こし、さらに同じリラクセス状態を示す香味であっても、“安らぎ”や“思いやり”など心が温まるようなリラクセス感や、“ストレス解消”や“瞑想”のような心が静かに落ち着くようなリラクセス感のように、さまざまな方向性の気分を提供できることがわかりました。このことは、オーラルケアの香味によって気分価値が提供できることを裏付けるものであり、従来の口腔衛生の目的だけではなく、気分を整える手段としてのオーラルケアの新しい可能性を示唆しています。

サンスターは今後も、毎日のオーラルケアがお口の健康を守るだけでなく、気分を整え、より前向きな自分へと向かうセルフケアの時間となるように、科学的なアプローチで研究・開発を続けてまいります。

＜本研究に対するコメント＞

サンスターグループ グローバル研究開発部 オーラルケア

石川 真実(いしかわ まみ)

サンスターではこれまで、歯みがき時間が少しでも楽しくなるよう、様々な香味の製品を開発してまいりました。今回の結果は、香味を楽しむにとどまらず、オーラルケアによって気分転換を図るという新たな可能性を示すものであり、大変有意義な知見と考えております。日々様々なストレスを抱える中で、オーラルケアを通じてほんの少し立ち止まることで、心に余裕が生まれ、また前を向く活力につながる—そのような体験を提供できる製品の開発を目指し、皆さまの生活と心に寄り添う研究を続けてまいります。

＜学会発表＞

- ・学会名：2026 年度日本味と匂学会第 60 回大会(2026 年 9 月 9 日～11 日、岩手)
- ・演題名：オーラルケアの香味によってもたらされる気分価値の検証
- ・発表者：石川 真実、廣野 綾菜、坂本 里絵

【サンスターグループについて】

サンスターグループは、持株会社サンスターSA(スイス・エトワ)を中心に、オーラルケア、健康食品、化粧品など消費者向けの製品・サービスをグローバルに統括するサンスター・スイス SA(スイス)と、自動車や建築向けの接着剤・シーリング材、オートバイや自動車向け金属加工部品などの産業向け製品・サービスをグローバルに統括するサンスター・シンガポール Pte.Ltd.(シンガポール)を中核会社とする企業グループです。

100 年 mouth100 年 health

人生 100 年時代、サンスターが目指すのは、お口の健康を起点とした、全身の健康と豊かな人生。毎日習慣として行う歯みがきなどのオーラルケアは、お口の健康を守り、そして全身の健康を守ることにもつながっています。

100 年食べ、100 年しゃべり、笑う。一人ひとり、自分らしく輝いた人生、豊かな人生を送るためにも、お口のケアを大切にしていきたいと考えています。今後もお口の健康を起点としながら全身の健康に寄与する情報・サービス・製品をお届けすることで、人々の健康寿命の延伸に寄与することを目指していきます。



＜本件に関するマスコミからのお問い合わせ先＞

サンスターグループ コーポレートコミュニケーション室 MAIL: sunstarpr@sunstar.com

〒105-0014 東京都港区芝 3-8-2 芝公園ファーストビル 21 階 <https://jp.sunstar.com/>