

Title	SD法を用いた香りのイメージマップ構築に関する研究
Sub Title	Research of image map about essential oils by using the Semantic Differential method
Author	中山, 亮介(Nakayama, Ryosuke) 高野, 研一(Takano, Kenichi)
Publisher	慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科
Publication year	2012
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2012年度システムデザイン・マネジメント学 第110号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40002001-00002012-0044">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40002001-00002012-0044</a>

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

修士論文

2012年度

SD法を用いた香りのイメージマップ  
構築に関する研究

中山 亮介

(学籍番号：81133432)

指導教員 教授 高野 研一

2013年3月

慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科

システムデザイン・マネジメント専攻

Master's Dissertation

2012

Research of Image Map about  
Essential Oils by Using the  
Semantic Differential Method

Ryosuke Nakayama

(Student ID Number : 81133432)

Supervisor Kenichi Takano

March 2013

Graduate School of System Design and Management,  
Keio University  
Major in System Design and Management

# 論 文 要 旨

学籍番号	81133432	氏 名	中山 亮介
論文題目： SD法を用いた香りのイメージマップ構築に関する研究			
<p>(内容の要旨)</p> <p>近年、日本の香料業界において国内香料需要の凡そ80%がフレーバーと呼ばれる食品香料に、残り20%がフレグランスと呼ばれる化粧品香料に使用されている。そんな中、1985年頃から香りビジネスにおいてアロマセラピーという分野がバブル崩壊や不安定な経済状況などを背景に、人々の精神に大きな影響を及ぼし日本でも急速に普及してきた。しかし実際、アロマセラピーに使用されている天然精油は未だ日本の香料市場全体の僅か1%にも満たない。</p> <p>そこでまずは実態調査の為、日本のアロマ業界で最も会員数の多い日本アロマ環境協会へインタビュー調査をおこなった。その結果、協会が主催する4つのアロマセラピー検定や資格取得者のいずれも、90%以上が女性、特に18歳-49歳までの若い女性である事がわかった。つまり普及はしてきているが、未だその利用者や興味を持つ人の大半が若い女性に限定されているというのが現状であった。</p> <p>次に男女問わずSDM研究科関係者に対し香りに関するアンケートをおこない、香りのイメージや使用実態、また香りをどのような目的やシーンで使用したいかという事を事前調査した。最終的に、実際に香りを用いたイメージ調査を実施し、男女年代によって香りに対する感性に個人差があるのではないかという本研究における仮説を検証した。</p> <p>具体的には検査員(学生・一般人18-80歳)に対し香り(17種類の100%天然精油)を提示し、Semantic Differential Method(以下、SD法とする)を用いた(本研究においては20対の形容詞を選出し使用した)嗜好型官能評価調査を実施した。その結果を男女年代別に6群にわけ、それぞれの香りに対する感性的また情緒的イメージを平均プロフィールに示した。さらに各群、各精油においてそれぞれ因子分析、クラスター分析をおこない因子間における相関、また20形容詞対の中で他の形容詞対と最も因果関係が強いと思われる「好き-嫌い」の属性と各因子における相関を確認した。最後に、商品購入者に対する売れ筋商品などの情報提供手段で用いられる「ランキング形式」によって17種類の精油の「人気」ならびに「落ち着く」香りのランキング表を示した。</p> <p>その結果、「1. 男女年代別の香りに対する興味の有無を聞いた結果から女性ヤング・ミドル層は女性シニア層や男性ヤング・ミドル・シニア層より香りに興味を持っている人の割合が高い 2. 男女年代別の各精油に対するイメージの結果から、各々のイメージは各群により異なる事が示され、女性ヤング・ミドル層は全体的に精油に対しその他の群よりポジティブなイメージを抱いている 3. 男女年代別において、因子分析とクラスター分析により得られた3因子の関係を表す布置図の結果、クラスター分析からは女性ヤング層と女性ミドル層の感覚が近く、因子分析を用いた布置図の結果からは、他の群に比べ女性ヤング層と女性ミドル層のフレッシュ感・リラックス感が高く、好きの得点が高い」ことが示唆された。これらの結果は、香りのイメージマップ構築に関する研究の基礎的データとして利用できる。</p>			
キーワード (5語)			
アロマセラピー, SD法, 補完・代替医療, 嗜好型官能評価, 因子分析			

## SUMMARY OF MASTER'S DISSERTATION

Student Identification Number	81133432	Name	Ryosuke Nakayama
<p>Title            Research of Image Map about Essential Oils                          by Using the Semantic Differential Method</p>			
<p>Abstract</p> <p>In recent years, 80% of the total perfume in Japan is used for flavors, and the remaining 20% is used for fragrances (JFFMA, 2009). Meanwhile, aromatherapy has spread rapidly in the fragrance business due to the unstable economic and social conditions that have had negatively impacted the Japanese since 1985. However, natural essential oils used in aromatherapy make up less than 1% of the perfume market in Japan. Therefore, as a survey, I conducted an interview with the AEAJ and a large number of members of aromatherapy industry in Japan. Interview results showed the vast majority of aromatherapy practitioners are women. In short, aromatherapy has spread in Japan. However, most users are young women.</p> <p>First, in this study I conducted a survey question about perfume use among graduate school. In short, I have done a preliminary study about a perfume. Next, I investigated images of actual people using essential oils to explore differences in thinking regarding the image of perfume between young women and other demographics.</p> <p>Specifically, I have presented (using 17 varieties of 100% natural essential oils) some fragrances to the subjects (composed of 18-80 year old students and the general public), and proceeded to perform a sensory evaluation by using the Semantic Differential Method. I created average profiles of their emotional response and sensibility to images for each essential oil, and divided the subjects into six age groups. In addition, I conducted a factor analysis and cluster analysis. Finally, as a marketing model for familiarizing aromatherapy to a large audience, I have created a ranking table of these essential oils showing the most and least popular varieties.</p>			
<p>Key Word (5 words)</p> <p>Aromatherapy, Semantic Differential Method, Complementary and Alternative Medicine, Affective test, Factor analysis</p>			