

—面倒と感じる毎日のスキンケアを楽しむ提案—

## 女性は自分の「すっぴん」を見ると脳の「ストレス」が高まる傾向。

ただし、使用アイテムのデザインによってストレスが減り、お手入れを楽しむことにつながる可能性！

カネボウ化粧品は、ミレニアル世代と呼ばれる20～34歳の男女を対象に、女性の肌やスキンケア、生活に関する意識調査と脳波研究の専門家である慶應義塾大学理工学部 満倉教授監修のもと、脳波から感性をリアルタイムに計測する「感性アナライザ」を用いた感性（気持ち）の調査を実施しました。主な調査結果は以下の通りです。

### 男女で異なる！女性の「すっぴん」に対する意識

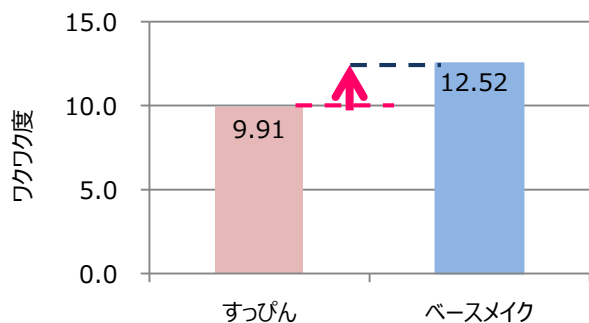
<男性>

アンケート調査では女性のメイクした顔よりも「すっぴん」が好きと回答した割合が6割以上でしたが、脳波測定では「ベースメイク」の方が脳の「ワクワク」が高まる結果に。(①) 男性がイメージする「すっぴん」はメイクを何もしない素顔の「すっぴん」では無いかもしれません。

<女性>

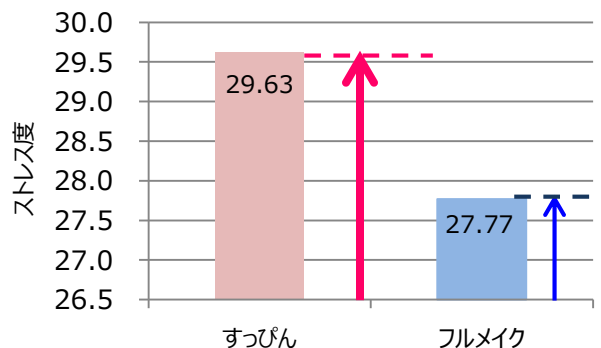
自分の「すっぴん」を見たとき、脳波測定では「興味」や「好き」に変化が無いに関わらず、「ストレス」が上昇！(②) 毎日鏡に向かってスキンケアをするとき、自分の「すっぴん」を見てストレスを感じていることが伺えます。

①女性のすっぴん・ベースメイクを見て男性が感じる「ワクワク度」※1



※1 各画像を5秒ずつ見た時の「ワクワク度」の値 (n=20)

②自分のすっぴん・フルメイクを見て感じる「ストレス度」※2



※2 各画像を5秒ずつ見た時の「ストレス度」の値 (n=30)

### キラキラボトルでスキンケアをすると無意識にストレスが減り、お手入れを楽しむことにつながる！

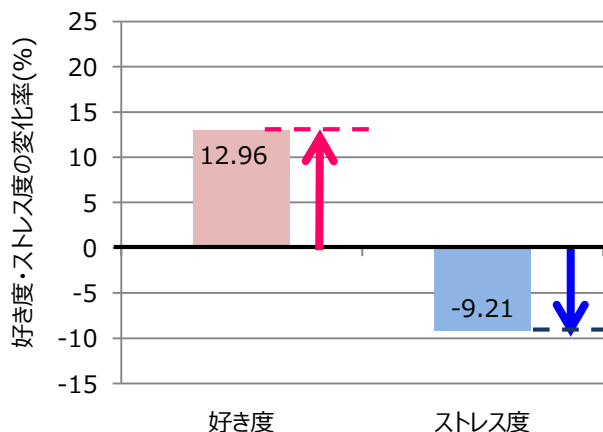
<キラキラボトルを見る時>

標準ボトルに比べて、キラキラのデザイン入りボトル（以下キラキラボトル）を「見る」と無意識に気持ちが高まり、「ストレス」が抑えられる結果となりました。(③)

<キラキラボトルを使う時>

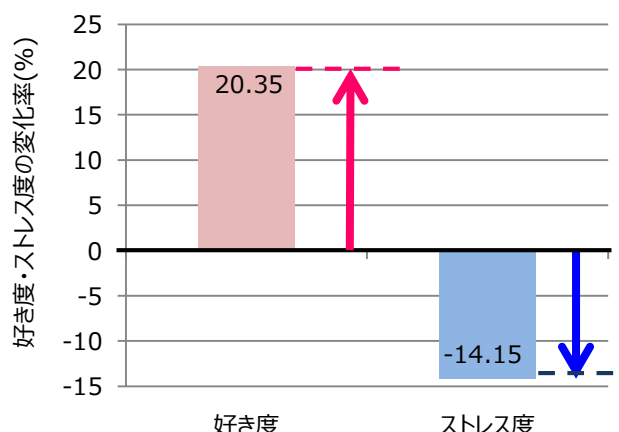
同じ中身でもキラキラボトルでお手入れをした時の方が脳の「好き」が高まり、「ストレス」が抑えられたことから、ボトルデザインによってスキンケアを楽しむことにつながる可能性が明らかに！(④)

③キラキラボトルを見た時の「好き度」と「ストレス度」変化※3



※3 キラキラボトルを見る30秒間のうち、前半15秒の「好き度」と後半15秒の「ストレス度」の変化率（標準ボトルを見た時の値を基準）(n=30)

④キラキラボトル使用時の「好き度」と「ストレス度」変化※4



※4 キラキラボトルの化粧水を塗ってから14～29秒経過時の「好き度」と「ストレス度」の変化率（標準ボトルを見た時の値を基準）(n=30)

\* ①～④の試験結果は統計的に有意な水準であるp値10%未満を確認

## 慶應義塾大学理工学部システムデザイン工学科 教授 満倉靖恵先生からのコメント

毎日何気なく見ている自分の「すっぴん」ですが、今回の試験では、女性は自分の「すっぴん」を見ると無意識にストレスを感じる事が明らかとなりました。一方で、スキンケアで使用するアイテムの容器に「キラキラ」のデザインが入っていると、気持ちが高まり、ストレスを抑えることが実証できたことから、スキンケアアイテムのデザインが、面倒と感じる毎日のお手入れを楽しむ1つのきっかけになると考えられます。



### <意識調査概要>

【調査方法】インターネット調査 【調査期間】2018年4月10日～13日

【調査対象】全国20～34歳の男性・132名、女性・241名

### <脳波測定概要>

慶應義塾大学理工学部 満倉教授と電通サイエンスジャムが共同開発した、感性アナライザを使用。感性アナライザは脳波計により取得した脳波を使って感性が分析可能な簡易型評価キットで「好き度」「ストレス度」「ワクワク度」「興味度」※をリアルタイムに調査・分析できる

【調査期間】2018年4月3, 4, 6日 【調査対象】男性20名、女性30名 【多重比較検定法】Tukey-Kramer法を使用

### 感性アナライザとは

慶應義塾大学理工学部システムデザイン工学科 満倉准教授と株式会社電通サイエンスジャムの共同開発装置で、脳波から感性をリアルタイムで把握するシステム。ヘッドセットを付けて簡易的に計測した脳波を解析し、「ストレス」「好き」「興味」「集中」などの感性指標を瞬時に評価できる。データは1秒毎に計測ができるため、これまでできなかったその時、その瞬間の心の変化を把握することができる。



※脳が各状態を感じている際に上下する指標値

好き度 : 好ましい状態、嬉しい状態のときに上昇

ストレス度 : 心的負荷・ストレスを感じている時に上昇

ワクワク度 : 対象物への楽しい期待が高まりワクワクした状態で上昇

興味度 : 対象物に接した時の瞬間的なWANT、もっと知りたい、見たいといった情報収集意欲が高まると上昇