

## 資生堂、2025年日本国際博覧会にて 香りを用いた最新の感性研究の実証実験を実施 ～香りには人々の関係性をより良い方向に変える力があるのか～

資生堂は、2025年7月11日(金)から20日(日)までの10日間、2025年日本国際博覧会(以下、大阪・関西万博)の河瀬直美テーマ事業プロデューサーが担当するシグネチャーパビリオン「Dialogue Theater -いのちのあかし-」の会場内にて、“Beauty Dialogue美の対話”をテーマとした「Shiseido Week(資生堂ウィーク)特別企画」を開催します。

10日間のうち、7月11日(金)から14日(月)までの4日間は、同会場内「対話シアター棟」にて、当社の感性研究である「香りを用いた共感体験」の実証実験を来場者参加型で行います。(図1) これは、人とのつながりの希薄化や孤独・孤立問題が懸念される現在において、「香り」に人々の関係性をより良い方向性に変えられる力があるか実証するものです。

会場となるのは、当社が協賛・技術協力をしている、シグネチャーパビリオン「Dialogue Theater -いのちのあかし-」です。河瀬直美テーマ事業プロデューサーが担当する「いのちを守る」をテーマとしてパビリオンで表現する「対話」や「多様性」の大切さは、当社が目指す「美の力を通じて人々が幸福を実感できるサステナブルな社会」の実現に向け、重要な要素であると考えています。このシグネチャーパビリオンにおいて、当社の有する技術がどのように貢献できるか、万博という多様な人々が集まる場で検証を行います。



図1 対話シアター棟での実証実験「香りを用いた共感体験」

### 実証実験の背景・意義

近年、単身世帯の増加、働き方の多様化、インターネットの普及などの社会変化により、家族や地域、会社などでの人々のつながりが希薄化しています。この結果、孤独や孤立状態に陥る可能性が懸念されています<sup>※1</sup>。またSNS などオンライン上で人とつながれる技術が発展する一方、より深く心でつながりたい、相手をよく知りより良いコミュニケーションを実現したいというニーズも高まっています。

こうした社会背景を踏まえ、当社が40年以上にわたる化粧品に関する感性科学の研究により蓄積してきた、製品使用時の心地よさや感情を数値化するような「(一人の)心に見える化」をする技術を応用し、二人以上の複数名の行動や感情、生理指標を同時に計測、その関係性を可視化する取り組みを始めています。当社は、その一環として「香りによる共感を高める効果」の仮説の実証実験を実施します。<sup>※2</sup>

本実証実験は、当社研究領域の一つである Future Beauty Innovation「肌・身体・心」のつながりの解明をはじめとする新領域・新カテゴリーへの挑戦と、新ビジネス基盤創出の一環として実施します。

※1 内閣府孤独・孤立対策推進室「人々のつながりに関する基礎調査」調査報告書(令和6年)参考 ([tyosakekka\\_gaiyo.pdf](https://www.tyosakekka.gaiyo.pdf))

※2 「香りによる共感を高める効果」については、今後発表を予定しています。

## Shiseido Week(資生堂ウィーク)特別企画概要

【実施期間】 2025年7月11日(金)から7月20日(日)の10日間

【場所】2025年日本国際博覧会(大阪・関西万博)

シグネチャーパビリオン「Dialogue Theater - いのちのあかし - 」(河瀬直美テーマ事業プロデューサー)内

### 【企画内容】

#### 1. 来場者参加型の実証実験「香りを用いた共感体験」の実施

7月11日(金)から14日(月)までの4日間、対話シアター棟(図2)にて来場者からランダムに選ばれた一人が、スクリーン越しの初めて出会う対話者と、「美」に関するテーマで対話します。観客は二人の対話を自身の考えと比較しながら、映画を観るように鑑賞します。当社は対話時の二人の心を可視化し、「香り」に人々の関係性をより良い方向に変える力があるのか、という問いに答える実証実験を行います。



図2「対話シアター棟」外観

#### 2. 「心の動きをわかちあう Beauty Dialogue」の実施

テクノロジーが発達する中、あえて「誰かに手紙を書く」ことや、「直接目の前のひとに気持ちを伝える」という行動によって、人間本来の心の動きや他者を思う気持ちを見つめなおす時間を分かち合い、より良い世界へ向かう第一歩としたいと考えます。



図3 Beauty Dialogue Letter & Post

<毎日開催> 7月11日(金)から7月20日(日)までの10日間、「森の集会所」にて、「Beauty Dialogue Letter & Post」(図3)を設置します。来場者は、大阪・関西万博を訪れ心が動いた美しい瞬間を、ブランド「SHISEIDO<sup>※3</sup>」特製のレターセットにしたため、このポストへ投函することで、国内外の大切な人に送ることができます<sup>※4</sup>。

※3 ブランド「SHISEIDO」:<https://brand.shiseido.co.jp/>

※4 無料。おひとりさま1通まで。1日の上限に達し次第、その日の開催を終了します。

<金土日の17:00-19:00開催> 期間中7月11日(金)から13日(日)、7月18日(金)から20日(日)の計6日間の夕方、来場者参加型のイベント「Beauty Dialogue Night」を開催します。来場者の中から任意の二人に「森の集会所」内特設スペースに参加いただき、その瞬間に相手に伝えたい気持ちをボードの裏表にそれぞれ書き込み、その場で相手に伝える企画です<sup>※5</sup>。本企画は2016年よりブランドSHISEIDOが実施しているイベント「YOU ARE BEAUTIFUL TO ME, BECAUSE...」<sup>※6</sup>を日本で初めて実施するものです。

※5 同意いただいた方の動画はこちらのウェブサイト(<https://brand.shiseido.co.jp/expo2025/>)に掲載させていただく予定です。

※6 「YOU ARE BEAUTIFUL TO ME, BECAUSE...」[https://www.youtube.com/watch?v=jnfMW\\_y0go](https://www.youtube.com/watch?v=jnfMW_y0go)

#### 3. SHISEIDO アルティミューン<sup>※7</sup>の香りによるおもてなし

対話シアター棟でお渡しする対話カードへの賦香、森の集会所でのディフューザーによる空間賦香では、SHISEIDO アルティミューンのくつろいだ気分とエネルギーに満ちた感覚を感じられる香りをお届けします。大阪・関西万博の記憶と共に、SHISEIDO アルティミューンの香りをお持ち帰りいただくアロマカードを、森の集会所でお配りします。

※7 SHISEIDO アルティミューン™ パワライジング セラムは、ブランドSHISEIDOを代表する美容液。グリーンフローラルの香りが、心地よい気分にはいざないます。株式会社資生堂では、1980年代から香りの生理的・心理的効果を解き明かす「アロマロジー研究」を実施しており、アルティミューンの香りも、アロマロジー研究に基づくものです。

#### 感性研究体験機器による体験内容（図 4）

「香りを用いた共感体験」では、森の集会所内感性研究体験機器で体験者の二人は向かい合い、お互いの顔を見ながら自由に対話を楽しみます。対話中、当社の感性研究技術により、体験者双方の表情から感情に関わる情報を読み取り、「共感」の度合いを計算、共感したタイミングで香りが空間に放出<sup>※8</sup>されます。体験後には、香りの提示された回数と最大共感度の結果を見ることができます。この体験は、Shiseido Week(資生堂ウィーク)特別企画として実施する対話シアター棟での実証実験のステージに立たない人でも、同様の体験ができる機器として準備しています。

※8 空間芳香には、ソニー株式会社が独自におい制御技術 Tensor Valve™テクノロジーを用いて開発した「Grid Scent™(グリッドセント)」を採用しています。Grid Scent™(グリッドセント) : [https://www.sony.com/ja/SonyInfo/technology/activities/STEF2022/exhibition\\_0303/](https://www.sony.com/ja/SonyInfo/technology/activities/STEF2022/exhibition_0303/)



図 4 森の集会所での常設体験「香りを用いた共感体験」

#### その他情報

「Beauty Dialogue Letter & Post」で使用するポストと、シグネチャーパビリオン「Dialogue Theater - いのちのあかし -」の会場内における資生堂の看板には、使用済みの化粧品容器を収集、再利用し制作しています。当社ではサステナブルな社会への貢献をめざして、使用済みプラスチック製容器を収集し新たなプラスチック製容器を再生する循環型プロジェクト「BeuRing(ビューリング)」にも取り組んでいます。

#### <公式サイト>

BeuRing(ビューリング) <https://corp.shiseido.com/beuring/>



#### 今後の展望

当社は、2030 年のビジョンとして、生涯を通じて一人ひとりの健康美を実現する「Personal Beauty Wellness Company」を掲げ、美の力を通じて人々が幸福を実感できるサステナブルな社会の実現を目指しています。今回の大阪・関西万博で実証実験を行う感性研究の成果は、当社の化粧品やサービスの価値開発に応用し、革新的な感性価値の創造につなげていく予定です。一人ひとりが生涯を通じて自分らしい健康美を実現できる社会を目指し、新しい感性研究・技術と、心と心のつながりの強化を実現し、五感研究・技術によって、お客さま同士のつながりをサポートしていきます。

#### <公式サイト>

シグネチャーパビリオン「Dialogue Theater - いのちのあかし -」河瀬直美テーマ事業プロデューサー  
<https://expo2025-inochinoakashi.com/>

#### R&D 戦略について

資生堂は、イノベーションを加速させるためのアプローチとして R&D 理念「DYNAMIC HARMONY」のもと、「Skin Beauty Innovation: ブランドの価値向上」「Sustainability Innovation: 循環型の価値づくり」「Future Beauty Innovation: 新領域への挑戦」の 3 つの柱を立てています。また、オープンイノベーションを推進し、さまざまな外部機関との研究アライアンスを通じて、新しい価値創造を進めています。資生堂の先進サイエンスと世界トップレベルの研究機関の知と技術の融合から創出された革新的な研究成果は、化粧品技術に関する世界最大の権威ある研究発表会 IFSCC などグローバルにおいて学術的にも高く評価されています。

R&D 理念「DYNAMIC HARMONY」とは

<https://corp.shiseido.com/jp/rd/dynamicharmony>

**参考資料**

「肌・身体・心」のつながりの解明 | 3つの研究領域 | イノベーション | 資生堂 企業情報

<https://corp.shiseido.com/jp/rd/development/diagnosis.html>

資生堂、東京大学と、美が肌・身体・心にもたらす影響・効果の科学的解明を目指し、共同研究を開始(2024年)

<https://corp.shiseido.com/jp/news/detail.html?n=0000000003895>