

**やる気スイッチグループ**

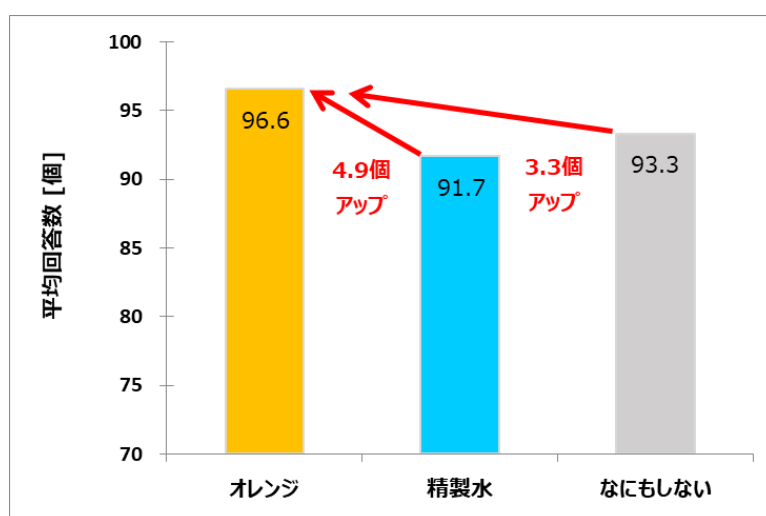
「自分力開発研究所」から「やる気の科学研究所」に改称

第一弾は“香り”の検証実験を実施

オレンジの香りを嗅ぐと集中力アップの傾向

～ソニーの AROMASTIC™ を使って検証～

総合教育グループの株式会社やる気スイッチグループホールディングス（本社：東京都中央区 代表取締役：高橋直司）の社内シンクタンク「自分力開発研究所」は、2018年2月1日に「やる気の科学研究所」へと改称いたしました。改称後の研究活動の第一弾として、ソニー株式会社のパーソナルアロマディフューザー AROMASTIC™（アロマスティック）を使用して、香りがもたらす学習効果について実験を実施し、オレンジの香りを嗅いだ生徒において、有意差が見られたので公表いたします。



有意水準 5%で有意

個別指導塾「スクールIE」に通う中学生 33 人に、AROMASTIC を用いて、100 マス計算を実施したところ、オレンジの香りを嗅いだ後は、精製水を用いた場合やなにもしなかった場合に比べて、回答数が向上する（96.6 問）ことが確認されました。継続的な学習を行うにあたり、香りが集中力の維持・向上をサポートすると言える結果となりました。

今回の実験では、AROMASTIC のカートリッジ「for Study」に実装されている 5 つの香りの中から、集中力に効果があるとされている「オレンジ」の香りを使用し、1 つの教室に集まった中学生を 3 つのグループに分け、①「AROMASTIC でオレンジの香りを 30 秒嗅ぐ」、②「AROMASTIC で精製水の香りを 30 秒嗅ぐ」、③「なにもしない」の 3 つの行為を各グループでランダムな順番で実施し、それぞれの行為の直後に 100 マス計算を 3 分間実施しました。

生徒によって香りには好き嫌いがあるため、香りが空間に広がるアロマディフューザーでは、教室や自習室での活用は簡単ではありません。今回の実験結果のポイントは、AROMASTICのように、局所的（自分のまわりだけ）かつ瞬時的（ボタンを押している間だけ）に香らせることであれば、学習塾における教室や自習室などの集団環境の中でも各々のタイミングやペースで学習環境の向上を図ることが可能であると示唆されたことです。



やる気の科学研究所ではこれまで、大手ハウスメーカーが提供するモデルルーム「やる気スイッチのいる部屋」の監修や、化粧品メーカー・メガネブランドと共同で実施した集中力検証実験、東京大学大学院監修のもと生活習慣・学習習慣を整えるダイアリーを作成するなど、“やる気”を科学的に検証し商品やサービスの開発・改善に役立てる活動を実施しています。これからも子どもたちの育成に貢献するため、積極的に研究者や企業、団体との研究や実験活動を実施していきます。

<参考>AROMASTIC について

AROMASTIC は、片手で持ち運べるコンパクトサイズで、熱を使わず香る気体分散方式（ドライエアー方式）を採用し、香りが周囲に拡散せず自分にだけ香らせることができるため、様々なシーンで使用できるパーソナルアロマディフューザーです。



* 「AROMASTIC」は、ソニー株式会社の商標です。

リリースに関するお問い合わせ

株式会社 やる気スイッチグループホールディングス
ブランド企画本部 広報室：北見
TEL：03-5542-2757/FAX：03-5542-2759
Mail：kitami@tact-net.jp

ソニーの AROMASTIC について

<https://scentents.jp/aromastic/>