

今の状態にフィットする香りを、 “表情”から導く

— 状態推定モデルに基づく香り提案基盤構築のご提案 —

オルチェ人間情報技研

香りは、好みやブランド、その日の気分など、さまざまな軸で選ばれています。

そこに、もう一つの新しい可能性を。

“

大事な会議を終えてほっとしたが、まだ少し緊張が残っていて、疲れもあるとき——
集中していて、このまま進めたいが、少し落ち着きたい気もするとき——

こんなふうに

一言では言い表せないような曖昧で複雑な今の状態も

無意識に表れる“表情”からそっと読み解き

静かに、自然に 寄り添って、“フィットする香り”を提案する。

これは、そんな新しい香りの選び方を実現するための基盤づくりのご提案です。

ゴールイメージ



✓ 言葉で細かく説明する必要はない

✓ センサー装着も不要

✓ 強い診断や断定もない

表情という自然な入口から、今の状態に合った香り提案へつながる。
この世界を実現するために必要な基盤構築ステップは…？

基盤構築ステップ①

状態空間をつくる

まず、人の状態を構造として定義します。
単一ラベルではなく、**複数の連続軸**として扱います。

状態軸の例

覚醒 / 鎮静

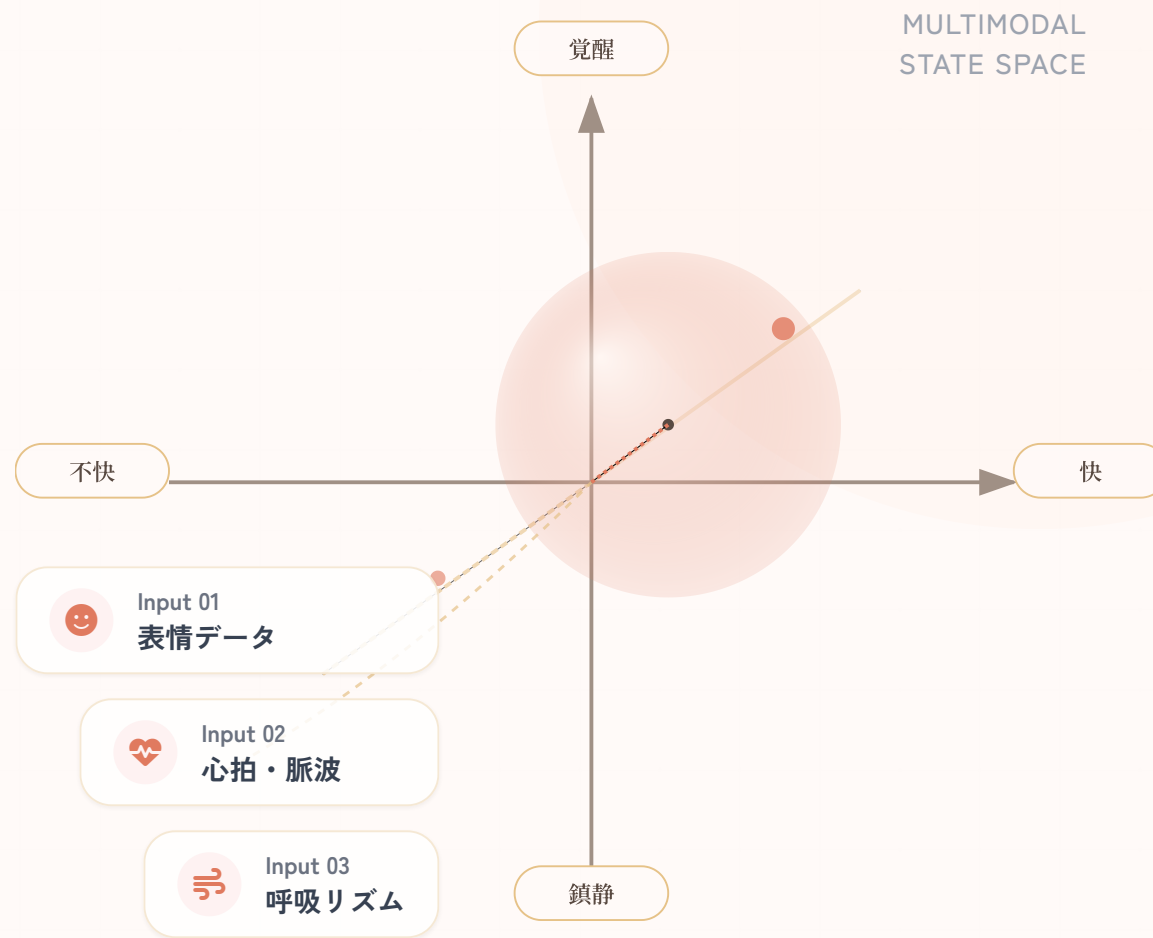
緊張 / 緩和

安定 / 不安定

快 / 不快

この状態空間は、**表情・心拍・呼吸・脳波**などを含む
マルチモーダル試験によって構築されます。

ここで“今の状態とは何か”が
定義されます。



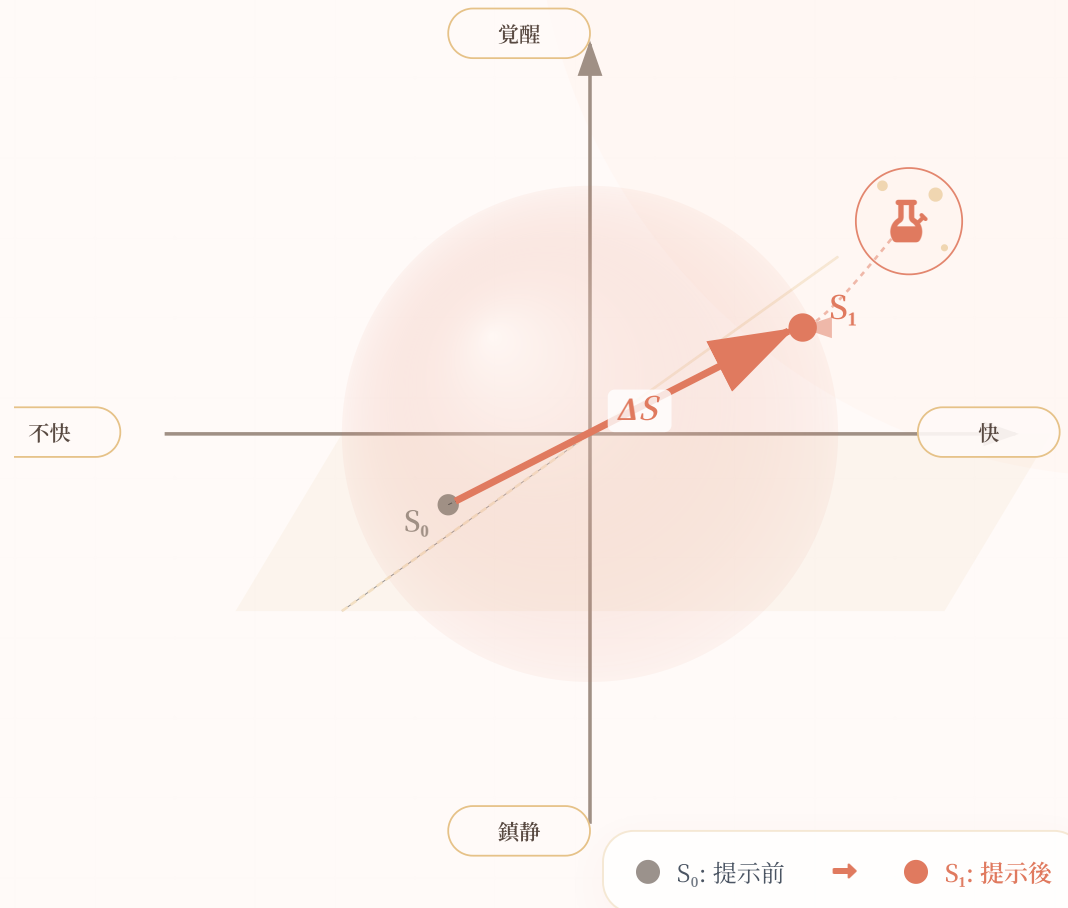
基盤構築ステップ②

香りの 状態変化プロファイルをつくる

次に、各香りがその状態空間上でどのように作用するかを測定します。

香り提示前後で状態ベクトルがどう変わるかを計測し、香りごとの「状態変化ベクトル (ΔS)」を作ります。

これにより、香りは
“感覚”ではなく、
状態変化として構造化されます。



基盤構築ステップ③

表情だけで 状態を推定できるようにする

マルチモーダルで構築した状態推定モデルを基盤に、
その結果を**教師データ**として、
表情のみから状態を近似推定する軽量モデルを構築します。

これにより、重い計測なしに、
店頭で**表情だけから**
状態推定が可能になります。

PHASE 1 : 研究開発



学習・蒸留

PHASE 2 : 店頭実装 (ゴール)



香り提案ロジック



DESIGN POLICY

- ✓ 単一の正解を出さない
- ✓ 香調カテゴリを分散させる
- ✓ 嗜好と両立できる設計にする

被験者設計

TARGET NUMBER

50～100 名（PoCレベル）

ATTRIBUTES

-  性別バランスを確保
-  年齢層分散（20～50代）

REASON

状態空間の安定化と、
個人差の把握のため

香り条件

SAMPLES

10～15 種

CATEGORIES

-  Citrus
-  Herbal
-  Floral
-  Woody
-  Sweet

PURPOSE

状態空間上で十分な分散を持つ
刺激を用意すること

計測項目

REQUIRED（必須）

-  表情（AUベース）
-  HR（心拍）
-  HRV（自律神経指標）
-  呼吸

OPTIONAL（可能なら）

-  EDA（皮膚電気反応）
-  簡易主観（1～2項目）

GOAL

人の状態を“構造化”すること

1セッションの構造（各被験者が複数香りを体験）

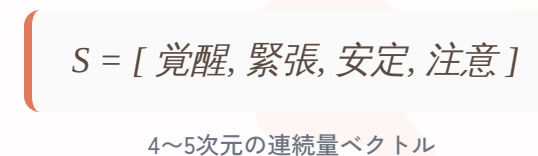



各被験者が体験
複数香りをクロスオーバー


繰り返し構造
この1セッションを繰り返す


ランダム化
提示順序によるバイアス排除

状態ベクトルの構築



香りプロファイル (ΔS)



提示後

—



ベースライン

=





 TOTAL DURATION
約 4～5ヶ月 (PoC規模)

SHORTCUT OPTION

被験者50名・香り10種・解析体制強化の場合

最短 3ヶ月



香り選択に 新しい軸を加える

CURRENT SELECTION AXES

好み

香調

ブランド世界観

気分



😊 今の状態とのフィット

選択の幅を広げる

既存の軸を否定するものではなく、そこに新しい視点を追加します。



店頭体験の 質を変える

📷 表情という自然な入口

🗨️ 言語化不要・接客依存度↓

🏠 初来店でも気軽に体験可能

「迷う」時間 → 「気づく」時間

体験のハードルを下げる

専門知識がなくても、直感的に自分に合う香りに出会えます。



クロスカテゴリ 接点の創出



⇒ 自然なクロスセル

セレンディピティの提供

自分では選ばなかった系統との出会いが、新たな購買機会を生みます。



状態データの資産化

時間帯・季節

購入パターン

状態分布

嗜好傾向



💡 従来取得できなかったインサイト

新しいデータの蓄積

従来取得できていなかった顧客インサイトデータを蓄積可能に。



将来的拡張可能性



新商品・他ブランドのマッピング



「状態タグ」によるEC検索拡張



複数ブランド横断プラットフォーム化

単発施策 → 基盤化

基盤構築

単発施策ではなく、ブランドを横断する評価基盤の構築へ。

新しい香りの選び方を。

言葉にならない今の自分を
”表情”から静かに読み取り
フィットする香りの中から選ぶ。

本構想では、そんな新しい香りの選び方を可能にする基盤を構築します。
少しでもご興味をお持ちいただいた方は、ぜひお気軽にお問い合わせください。

オルチェ人間情報技研

✉ info@oruche.co.jp