

口頭発表 | 口頭発表

2023年5月27日(土) 9:00 ~ 9:45 | 会場 (14号館144A)

**環境**

座長：鈴木 明子（広島大学）

9:00 ~ 9:15

[2I-01] 詰め替え化粧品における菌数と使用感の経時的変化の検証

○家田 与志子<sup>1</sup>、野口 友嗣<sup>2</sup>、片岡 祥幸<sup>1</sup>、飛田 啓輔<sup>2</sup> (1. (株) 鈴木ハーブ研究所、2. 茨城県産技セ)

---

9:15 ~ 9:30

[2I-02] においに対する快・不快と感情状態に及ぼす情報の影響

ポジティブ情報とネガティブ情報による比較

○高須 衣玖<sup>1</sup>、長谷 博子<sup>1</sup>、平林 由果<sup>1</sup> (1. 金城学院大)

---

9:30 ~ 9:45

[2I-03] 処分方法の違いにみる回収衣類の内訳

○熊谷 伸子<sup>1</sup>、岡林 誠士<sup>1</sup> (1. 文化学園大学)

口頭発表 | 口頭発表

2023年5月27日(土) 9:00 ~ 9:45 | 会場 (14号館144A)

環境

座長：鈴木 明子 (広島大学)

9:00 ~ 9:15

## [2I-01] 詰め替え化粧品における菌数と使用感の経時的変化の検証

○家田 与志子<sup>1</sup>、野口 友嗣<sup>2</sup>、片岡 祥幸<sup>1</sup>、飛田 啓輔<sup>2</sup> (1. (株) 鈴木ハーブ研究所、2. 茨城県産技セ)

キーワード：リフィルボトル、詰め替え化粧品、SDGs、環境

## 目的

SDGsへの取り組みが注目される中、化粧品においても地球環境に配慮して詰め替え(リフィル)ボトル化が進んでいる。しかし、リフィルボトル化粧品の再利用の期限については明確な基準はなく、各メーカーやユーザーに委ねられている。本研究では、リフィルボトル化粧品中の菌数とモニターによる使用感を経時的に調べたので報告する。

## 方法

試験には乳液と化粧液の計6種類の化粧品を用いた。未開封の化粧品の保存性は、25℃または35℃で6カ月間保存後の生菌数によって評価した。さらに、ブドウ球菌である *Staphylococcus aureus* および *S. epidermidis* を未使用の化粧品に添加し、それらの増殖性を調べた。また、モニター試験は6群(各8名)に分け、同一の化粧品を6カ月間毎日使用するよう割り当てた。なお、化粧品は月1回補充し、1カ月毎にアンケートによる使用感を、2カ月毎にリフィルボトル内残液中の生菌数を調査した。

## 結果

25℃と35℃で6カ月間保存した未開封の化粧品からは一般生菌や大腸菌群は検出されなかった。また、すべての化粧品には添加したブドウ球菌の増殖抑制作用が見られた。一方、6カ月間のモニター試験ではリフィルボトル内の化粧品残液から、一般生菌、大腸菌群、および黄色ブドウ球菌は検出されず、アンケートの結果では使用開始時と比べて化粧品の使用感の変化はほとんどないことがわかった。

口頭発表 | 口頭発表

2023年5月27日(土) 9:00 ~ 9:45 | 会場 (14号館144A)

環境

座長：鈴木 明子 (広島大学)

9:15 ~ 9:30

## [2I-02] においに対する快・不快と感情状態に及ぼす情報の影響 ポジティブ情報とネガティブ情報による比較

○高須 衣玖<sup>1</sup>、長谷 博子<sup>1</sup>、平林 由果<sup>1</sup> (1. 金城学院大)

キーワード：におい、感情状態、ポジティブ情報、ネガティブ情報

目的：においと同時に情報を提示することによって、ヒトの快・不快や感情状態がどのように影響されるかについて、日常生活で身近に存在するにおいを用いて検討した。

方法：実験対象者は、女子大学生40名である。におい物質は6種類（グレープフルーツ、キンモクセイ、柔軟剤、コーヒー、しょうが、イグサ）とし、褐色ボトルに入れて準備した。においごとに、ポジティブな情報とネガティブな情報をそれぞれ3つ選択し、印字したラベルを褐色ボトルに貼り付けた（合計12本）。実験対象者は提示された情報を読んでからにおいを嗅ぎ、臭気強度、においの快・不快感、感情状態を評価した。終了後、実験対象者のにおいの経験値を知るため、においに関するアンケートに回答させた。

結果および考察：グレープフルーツを嗅ぐことにより、爽快感が高まった。キンモクセイ、柔軟剤、コーヒーはリラックス感が高まり、しょうが、イグサは、リラックス感が低くなった。提示情報による違いを比較すると、すべてのにおい物質において、ポジティブ情報ではネガティブ情報より爽快感とリラックス感が高くなり、不安感は低くなることが確認された。感情への影響の内容・程度はにおい物質により異なるが、日頃嗅ぎ慣れている日常生活の中にあるにおいでも、提示情報によって、においに対する感情が影響を受けることがわかった。以上のことから、香り商品に表示された情報は、商品のイメージ評価に影響する可能性が示唆された。

口頭発表 | 口頭発表

2023年5月27日(土) 9:00 ~ 9:45 | 会場 (14号館144A)

環境

座長：鈴木 明子 (広島大学)

9:30 ~ 9:45

## [2I-03] 処分方法の違いにみる回収衣類の内訳

○熊谷 伸子<sup>1</sup>、岡林 誠士<sup>1</sup> (1. 文化学園大学)

キーワード：衣類回収、ファッション、生活者、素材、循環型社会

目的：アパレル業界において環境問題が注目されるようになった近年は衣類回収ボックスを設置する店舗も増え、また衣類の行政回収等、生活者には衣類を廃棄しない機会が増えている。しかし衣類を循環型社会に適用させるためには、回収後を考える必要がある。そこで本研究では、処分方法の違いによる回収衣類の内訳を明らかにし、回収後の方策を検討することを目的としている。

方法：民間の交換会と行政回収による2つの処分方法によって回収された衣類を比較し、その内訳について検討した。一つは2022年7月1日～21日に東京都内の商業施設において開催された交換会にて回収された787着を計測し、分析した。比較対象とした行政回収のデータはナカノ株式会社より提供を頂いた1000kg分の内訳とした。

結果：素材別に選別を行った結果、単一素材は55.9%、複数素材は44.1%であり、この内の複数素材においては2種のもものが71.2%、3種以上が28.8%となった。これは単一素材の方が少なく、3種の割合が大きいという行政回収の結果とは異なるものであった。しかし、単一素材として多かったものは、共に綿が約50%と同程度であり、次いでポリエステルとなっていた。処分方法の違いからも、生活者の衣類回収に対する認識の一側面を垣間見ることが出来た。本研究の一部はJSPS科研費JP19K21739の助成を受けたものです。