

ファーフアでは“香活性洗剤”を9月に発売！

【香活性に関する意識調査】

香りに気を遣うことで夫婦の円満度・愛情度・幸福度は上昇！ 約半数の妻が夫の香りに不満

NSファーフア・ジャパン株式会社

衣料用洗剤・柔軟剤などを製造・販売するNSファーフア・ジャパン株式会社(本社:東京都墨田区/代表取締役社長:里村 治)は、“香活性洗剤”「ファーフア ファインフレグランス ウォッシュ」を2016年9月より全国で発売開始します。この発売開始にあたり、20代から60代の既婚の男女(計800名)を対象に、「香活性(こうかつせい)」に関する意識調査を実施しました。

※香活性の定義について

NSファーフア・ジャパンでは、「香りによって日々の生活が活き活きとすること」を香りによる活性化、“香活性”と定義づけています。

《全体》

夫婦の「円満度」・「愛情度」・「幸福度」は密接にリンク。「20代で最も高く、40代で大きく減少」

香りに気を遣うことでほぼ全ての年代において「円満度」・「愛情度」・「幸福度」がアップ

～円満度～

- ・夫婦の円満度は20代が“76.4点”と最も高く、香りで円満度・幸福度ともに5ポイントアップ
- ・香りに気を遣うことで“40代ブルー”を乗り切ることができる？

～愛情度～

- ・どの年代においても夫は妻より「愛している」
- ・夫の妻への愛は一方通行。香りに気を遣うことで愛情度は5ポイントアップ
- ・香りによる“ときめき”が幸せな家庭を築くための秘訣

～夫婦の不満～

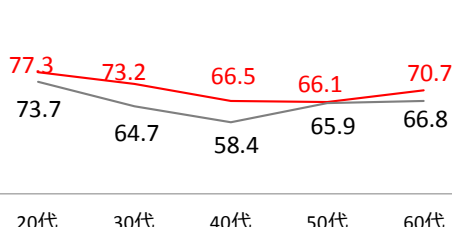
- ・妻の約半数が夫の香りに不満を持っている
- ・夫婦の不満五大要素は【言葉づかい・家事・コミュニケーション不足・金銭管理・愛情表現】

夫婦の「円満度」・「愛情度」・「幸福度」は20代で最も高く40代で減少と密接にリンク

「夫婦の円満度」「夫婦の愛情度」「家庭の幸福度」は密接にリンクしており、全て20代で最も高く、40代で最も低い値になるという結果になりました。また香りに気を遣うことで円満度は全ての年代において、愛情度と幸福度は50代を除く全ての年代において上昇するという結果になりました。

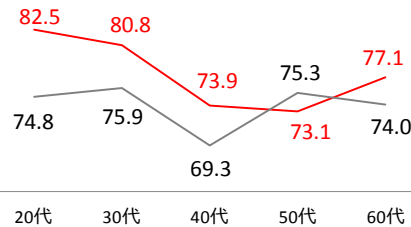
※赤: 香りに気を遣っている家庭、灰: 香りに気を遣っていない家庭

Q.夫婦の円満度を点数にすると何点ですか？



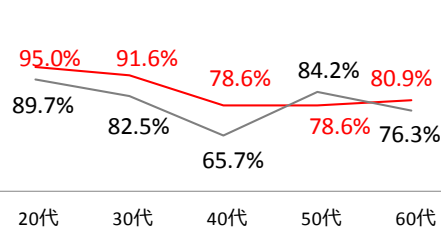
【夫婦の円満度数(n=800)】

Q.家庭の幸福度を点数にすると何点ですか？



【家庭の幸福度指数(n=800)】

Q.夫(妻)を愛していますか？



【夫(妻)を「愛している」と回答した人の割合 (n=800)】

本件に関するお問合せは下記まで

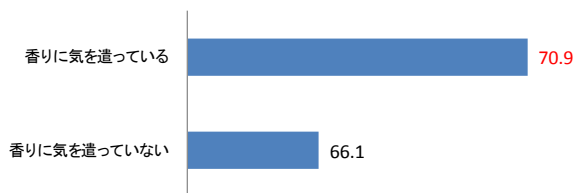
「NSファーフア・ジャパン株式会社」PR事務局 担当: 中村・西口 TEL: 03-5572-6071 FAX: 03-5572-6075

(読者からの問い合わせ先⇒お客様相談室: 03-5669-1230)

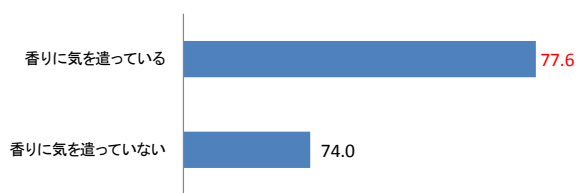
～円満度～

香りに気を遣うことで円満度・幸福度ともに約5ポイントアップ

香りに気を遣っている家庭の円満度と幸福度は、それぞれ“70.9点”“77.6点”。香りに気を遣わない家庭は“66.1点”“74.0点”と、**香りを使用することで、約5ポイントほど夫婦の円満度・幸福度も上昇する**という結果になりました。



【香りに気を遣っている/遣っていない家庭それぞれの夫婦の円満度数(n=800)】



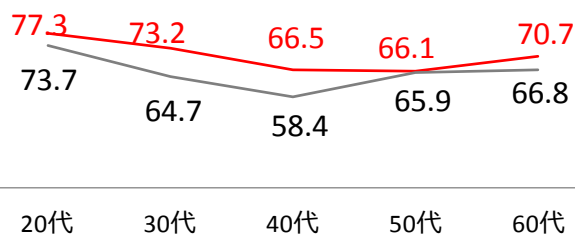
【香りに気を遣っている/遣っていない家庭それぞれの家庭の幸福度数(n=800)】

香りに気を遣うことで“40代ブルー”を乗り切ることができる？

「夫婦の円満度」を香りに気を遣っている家庭と香りに気を遣っていない家庭とで比較すると、いずれの年代でも香りに気を遣っている家庭の方が夫婦の円満度が高いことが分かりました。

特に夫婦の「円満度」・「愛情度」、家庭の「幸福度」が大きく低下する40代に目を向けると8点以上高い数値となっています。**香りが家庭・夫婦関係にとって鬼門とも言える“40代ブルー”を乗り越える一要素となっている**という結果になりました。

Q.夫婦の円満度を点数にすると何点ですか？



【年代別、香りに気を遣っている/遣っていない家庭それぞれの夫婦の円満度数(n=800)】

※赤：香りに気を遣っている家庭、灰：香りに気を遣っていない家庭

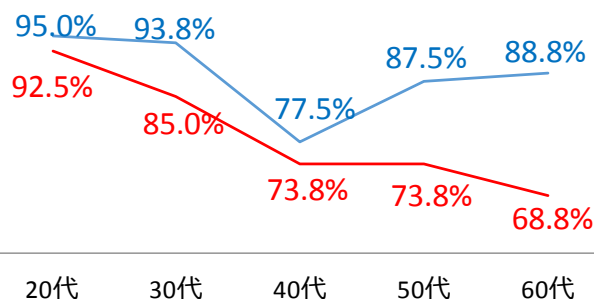
～愛情度～

どの年代においても夫は妻より「愛している」

夫(妻)を愛しているか尋ねたところ、どの年代においても夫の方が妻よりも愛しているという結果になりました。20代で最も値が高く、40代で最も急激に低下するのは男女共通ですが、グラフから分かるように、**女性は一度失った愛情は取り戻しにくく、50代以降も右肩下がりになる一方、男性は50代以降回復傾向にある**ことが分かりました。

※青：夫の回答、赤：妻の回答

Q.夫(妻)を愛していますか？



【年代・男女別、夫(妻)を「愛している」と回答した人の割合 (n=800)】

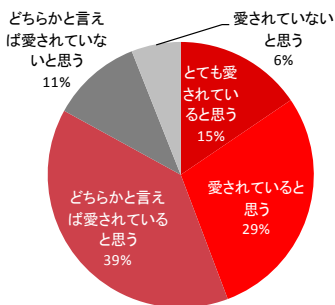
本件に関するお問合せは下記まで

～愛情度～

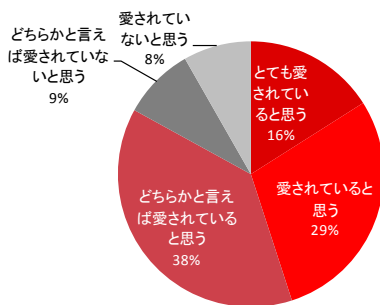
夫の妻への愛は一方通行。香りに気を遣うことで愛情度は5ポイントアップ！

夫・妻それぞれに配偶者から愛されているか尋ねたところ、夫・妻ともに83%の方が配偶者から愛されていると回答しました。一方、配偶者を愛しているか尋ねたところ、**夫の89%が妻を愛している**と回答したのに対し、**夫を愛している妻は79%**にとどまるなど、**夫の妻に対する愛は一方通行のケースがある**ことが明らかになりました。

Q.夫(妻)から愛されていると思いますか？

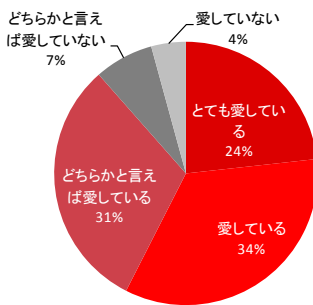


【男性(n=400)】

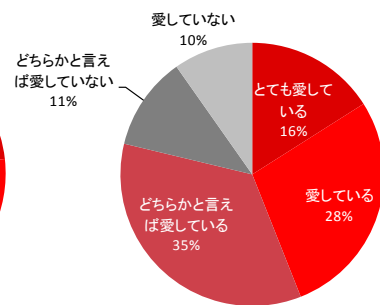


【女性(n=400)】

Q.夫(妻)を愛していると思いますか？



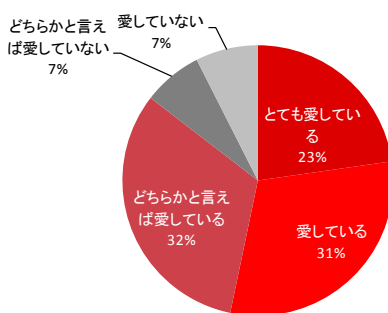
【男性(n=400)】



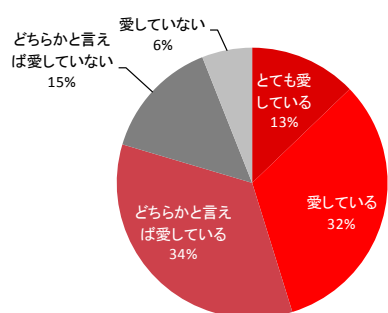
【女性(n=400)】

Q.夫(妻)を愛していますか？

また、配偶者を愛していると回答した方は、香りに気を遣っていない家庭では79%にとどまったものの、香りに気を遣っている家庭では84%と、**香りに気を遣うことで5ポイント“愛情度”も上昇する**という結果になりました。



【香りに気を遣っている家庭(n=550)】

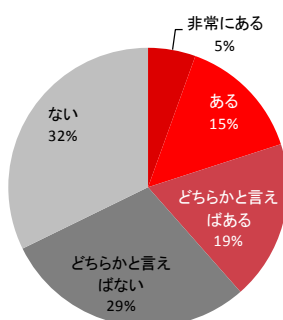


【香りに気を遣っていない家庭(n=250)】

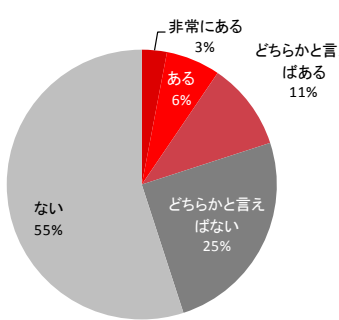
香りによる“ときめき”が幸せな家庭を築くための秘訣？

配偶者のおいときめくことはあるかと尋ねたところ、**夫の香り**にときめく妻は全体の約2割にとどまりましたが、**約4割の夫**が妻の香り**にときめく**ことがあると回答しました。また、**幸せな家庭**では約3割が、**配偶者**のおい**にときめく**ことがある一方で、**幸せでない家庭**では約2割という結果になりました。香りによるときめきが幸せな家庭を築く一因になっているのかもしれませんが。

Q.夫(妻)のおいときめくことはありますか？

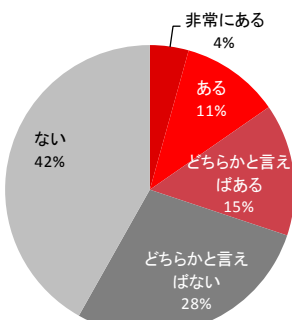


【男性(n=400)】

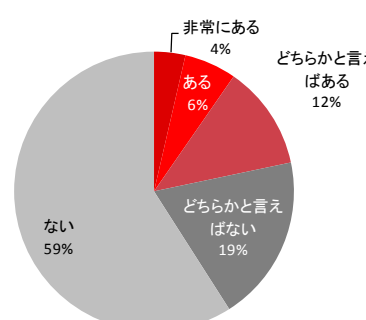


【女性(n=400)】

Q.夫(妻)のおいときめくことはありますか？



【幸せと回答した家庭(n=717)】



【幸せでないと回答した家庭(n=83)】

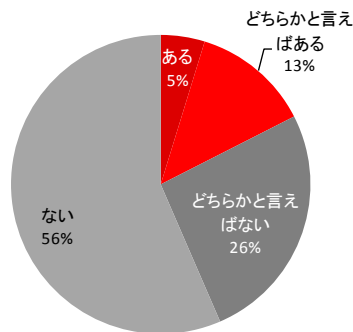
本件に関するお問合せは下記まで

～夫婦の不満～

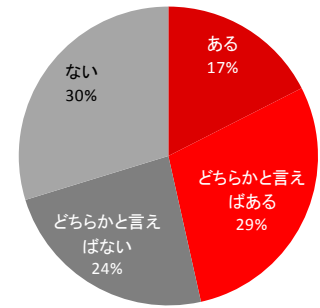
妻の約半数が夫の香りに不満を持っている

配偶者ののにおいに不満はあるか尋ねたところ、**妻ののにおいに不満を持つ夫は18%**にとどまりましたが、**半数近くの妻が夫ののにおいに不満を持っている**という結果になりました。約4割の夫が妻ののにおいときめくという結果もありましたが、男性は自身の香りを一度見直した方が良いでしょう。

Q.夫(妻)ののにおいに不満はありますか？



【男性(n=400)】



【女性(n=400)】

男女ともにせっけんの香りが最も人気。男性はグリーン系、女性はフローラルの香りも

Q.夫(妻)にまつて欲しい香りは次のうちどれですか？

1位	せっけんの香り
2位	フローラルの香り
3位	柑橘系の香り
4位	グリーン系の香り
5位	ハーブ系の香り

1位	せっけんの香り
2位	グリーン系の香り
3位	柑橘系の香り
4位	フローラルの香り
5位	ハーブ系の香り

参考：夫婦の不満五大要素は【言葉づかい・家事・コミュニケーション不足・金銭管理・愛情表現】

どの年代においても夫婦の不満は**言葉づかい・家事・コミュニケーション不足・金銭管理・愛情表現**の5つがトップ5を占めました。中でも**男性は「家事」女性は「金銭管理」**を重要視し、また不満も感じている傾向があることが分かりました。年代別で見ると**20代では「金銭管理」、30代・40代では「家事」、50代・60代では「コミュニケーション」という結果になりました。**

Q.夫(妻)のどんな点に不満を感じていますか？

1位	言葉づかい
2位	家事
3位	コミュニケーション不足
4位	金銭管理
5位	愛情表現

1位	金銭管理
2位	コミュニケーション不足
3位	家事
4位	言葉づかい
5位	愛情表現

Q.夫婦生活において大事にしていることは何ですか？

1位	コミュニケーション
2位	家事
3位	愛情表現
4位	金銭管理
5位	育児

1位	コミュニケーション
2位	金銭管理
3位	愛情表現
4位	家事
5位	育児

●年代別、夫婦の不満トップ5

1位	金銭管理
2位	言葉づかい
3位	家事
4位	コミュニケーション不足
5位	愛情表現

1位	家事
2位	金銭管理
3位	言葉づかい
3位	コミュニケーション不足
5位	愛情表現・育児

1位	家事
2位	言葉づかい
3位	コミュニケーション不足
4位	愛情表現
5位	金銭管理

1位	コミュニケーション不足
2位	家事
3位	金銭管理
3位	言葉づかい
5位	愛情表現

1位	コミュニケーション不足
2位	金銭管理
3位	言葉づかい
4位	家事
5位	愛情表現

本件に関するお問合せは下記まで

「NSファーファ・ジャパン株式会社」PR事務局 担当：中村・西口 TEL:03-5572-6071 FAX:03-5572-6075

(読者からの問い合わせ先⇒お客様相談室:03-5669-1230)

「柔軟剤本来の香りをボリュームアップ」させる 新ジャンルの洗剤
 “香活性洗剤”「ファーファ ファインフレグランス ウォッシュ」
 2016年9月上旬より全国にて販売開始

NSファーファ・ジャパン株式会社は、新商品となる“香活性洗剤”「ファーファ ファインフレグランス ウォッシュ」を2016年9月より全国で販売を開始します。本商品は柔軟剤の香りをボリュームアップさせるという性能を持った“香活性洗剤”です。洗剤の香りを柔軟剤の香りに上乘せする形で香りをボリュームアップさせる洗剤はこれまでに存在していましたが、本商品は柔軟剤本来の香りを強くする新ジャンルの洗剤となります。

香りは夫婦の円満さや愛情を向上させる一因になっています。NSファーファ・ジャパン株式会社は今後も香りをより楽しむことのできる新提案を行うことで、日々の生活を豊かにすることに貢献していきます。

商品概要

- 商品名：ファーファ ファインフレグランス ウォッシュ
- 容量：本体400ml、詰替360ml
- サイズ：本体 高さ230mm×横幅67mm×奥行き67mm
詰替 高さ210mm×横幅140mm×奥行き65mm

- 発売日：2016年9月上旬
- 小売価格：オープン価格
- 販売地域：全国



本体

詰替

- ファーファ ファインフレグランス ウォッシュキャンペーンサイト

URL：<http://www.fafa-online.jp/html/newpage.html?code=26>

調査概要

- 調査手法：インターネットリサーチ
 調査対象：20代～60代の男女かつ既婚者
 調査期間：2016年8月24日(水)～2016年8月26日(金)
 有効回答数：800サンプル

※本リリースを掲載いただく際は「香活性に関する意識調査」と記載をお願いいたします。

本件に関するお問合せは下記まで

「NSファーファ・ジャパン株式会社」PR事務局 担当：中村・西口 TEL:03-5572-6071 FAX:03-5572-6075

(読者からの問い合わせ先⇒お客様相談室:03-5669-1230)