

スメハラ問題が示す、次のフレグランス需要。

香りを強く重ねるのではなく、香る時間を自分で管理する。
その発想が、これからの“周囲に配慮した香り方”になります。

49.3%	63.1%	53.6%	65.3%
自分の臭いに 不安を感じる	何らかの 臭い対策を実施	他人の臭いで 集中力が削がれた	不快でも 「我慢する」

出典：一般社団法人日本ハラスメントリスク管理協会「職場の臭い（におい）に関する実態調査」／全国 22～59 歳・有効回答 550 件・2026 年 6 月 1～3 日実施

数字が示すのは、“香りの強さ”ではなく“扱い方”への需要

臭いへの不安や対策ニーズは既に大きい一方、不快でも相手に伝えられず我慢する人が多い。だからこそ、他の香りで強く覆うだけではなく、使う本人がタイミングを選び、周囲へ広げ続けられない設計に価値が生まれます。

1 社会課題	2 価値観の変化	3 商品機会
臭いは指摘しづらく、 相手も自分も我慢しやすい。	「強く香らせる」より、 周囲に配慮しながら楽しみたい。	必要な瞬間だけ香る ON／OFF 型フレグランスへ。

香りへの配慮について、消費者庁・文部科学省・厚生労働省・経済産業省・環境省をはじめ、複数の団体が調査・啓発活動を行っています。

名称	確認できる取り組み
消費者庁	5 省庁連名の啓発ポスター「その香り 困っている人もいます」を制作・掲載
文部科学省	「いわゆる香害」として学校関係者向けに啓発ポスターを掲載
厚生労働省	医療機関、保育所、高齢者施設、ドラッグストア業界などへ香りへの配慮を周知
経済産業省	5 省庁連名による香りへの配慮啓発に参加
環境省	5 省庁連名啓発に参加し、「におい対策・かおり環境」ページにも掲載
国民生活センター	柔軟仕上げ剤のにおいに関する相談情報を調査し、使用者・事業者へ注意喚起
名称	確認できる取り組み
一般社団法人日本ハラスメントリスク管理協会	職場の臭い・スメハラ実態調査、企業向け対策セミナー、啓発活動
日本消費者連盟	香害 110 番、被害調査、署名活動、省庁・メーカーへの要望活動
香害をなくす連絡会	香害に関する調査、行政・メーカーとの意見交換、規制・表示改善の要望
香害をなくす議員の会	国・自治体・メーカーへの働きかけ、議員間の情報共有
認定 NPO 法人 化学物質過敏症支援センター	香害・化学物質過敏症の啓発、患者支援、行政への要望活動

名称

カナリア・ネットワーク全国

日本石鹼洗剤工業会

確認できる取り組み

香害被害の情報収集・公開、学校の無香料化などの署名・啓発活動

柔軟仕上げ剤の香りに関する自主基準、使用量と周囲への配慮を啓発

THE NEXT STANDARD | ON/OFF FRAGRANCE

常に香らせない。必要な瞬間だけ、香る。

KAORION ミニ 香る時間を、自分で選ぶ携帯フレグランス

香りを強くするのではなく、香る時間を自分で管理する。

“香り過ぎ”を避けながら、自分が欲しい瞬間にだけ楽しむ。この考え方が KAORION ミニの中心です。

必要な時だけ	電源不要	持ち歩ける
指で押して香りを楽しみ、 不要な時は香りを抑える。	充電や電池は不要。 直感的でシンプルな使い方。	バッグや身の回りに。 香る時間を自分で選べる。

なぜ、KAORION ミニはこれからの市場に合うのか

市場の裏付け	KAORION ミニとの接点
臭い対策は既に日常化	63.1%が何らかの対策を実施。新しい対策商品を受け入れる土台がある。
周囲への配慮ニーズ	常時拡散ではなく、必要な瞬間だけ香る設計が“香り過ぎ”への不安に応える。
EC・SNS との相性	ON/OFF の違いが短い動画や画像で伝わりやすく、利用シーンを提案しやすい。

使う瞬間が、はっきりしている

- 通勤・通学のあと：気分を切り替えたい瞬間に。
- 飲食店を出たあと：服やバッグのにおいが気になる時に。
- ロッカー・バッグ：保管中のこもったにおいが気になる時に。



商品カテゴリーの提案

「香水」でも「消臭剤」でもない、香る時間を選ぶ ON/OFF フレグランス。

スメハラへの社会的関心と、香りを楽しみたい気持ちの間に、新しい市場ポジションをつくります。

KAORION ミニの商品情報・お取扱いのご相談

KAORION.COM

株式会社 In-clover いいもの課

<https://kaorion.com/kaorionmini/>