

## Z世代の好きを凝縮！気分を上げるデザインと香りの生理用品が誕生 「エリス(elis) コンパクトガード プリズム企画品」新発売

東北大学と共同で気分を上げる色&香りの組み合わせを解明

エリエールブランドを展開する大王製紙株式会社（住所：東京都千代田区）はこの度、東北大学の学術指導のもと、10代後半～20代前半女性が好む色と香りを検証し、商品に採用した生理用ナプキン『エリス(elis) コンパクトガード プリズム企画品』3種（20.5cm/23cm/25cm）を2020年9月21日（月）より数量限定で全国発売します。



『エリス コンパクトガード プリズム企画品』  
定番3サイズ（20.5cm/23cm/25cm）で展開

生理用ナプキンの「エリス(elis) コンパクトガード」シリーズに、Z世代（1996年以降に生まれた10代後半～24歳）の気分を上げる色と香りを採用した限定企画品が登場します。Z世代の中でも流行に敏感でファッション感度が高いターゲットにアプローチするため、東北大学大学院文学研究科・坂井信之教授の学術指導のもと、気分の高揚感に作用する特定の色と香りの組み合わせを検証\*。気分の高揚感に影響を与える色と香りを明らかにしました。さらに、好みにおいては世代間で差が見られることも判りました。本企画品では10～20代の女性が最も高く評価した「パールピンク」の個包装と「フルーティーフローラルの香り」の組み合わせを採用しました。

※女性41名（10～20代20名／30～40代21名）を対象に4種類の色と4種類の香りを組み合わせて、ナプキンの交換時を想定した状況下で好感度と気分の高揚感の研究を実施。本研究内容は日本感情心理学会第28回大会（2020年6月20日～30日）において『日常生活用品の使用印象における色と香りの交互作用』として発表しました。

## ■シリーズ商品特長

コンセプト「2mmの薄さで5時間サラサラ※1」

1. わずか2mmの超スリム

2. 5時間サラサラ※1

超スリムなのにふつうのナプキンの2倍吸収！※2

ドット出てもすぐ吸収し、5時間たってもサラサラ！※1

※1 当社基準 ※2 当社「エリス新・素肌感 ふつう～多い日の昼用 羽つき」との比較

3. オシャレで可愛い個包装デザイン



## ■プリズム企画品のこだわり

### ①東北大学の学術指導のもと、Z世代が好む色&香りを検証

色と香りが生理用ナプキンの使用印象に影響を及ぼすかを検証する調査で、10～20代女性が「気分が上がる」と最も高く評価した「パールピンク」の個包装と「フルーティーフローラルの香り」の組み合わせを採用しました。

### ②トレンドのベイクドカラー&香水瓶をイメージしたプリズムデザイン

流行に敏感なターゲットに合わせ、パッケージには近年秋冬トレンドの「ベイクドカラー」を基調に、香水瓶をイメージしたプリズムデザインを施し、奥行きのある香りを多色デザインで表現しました。

### ③微香ニーズに応えた“上品だけど可愛いほのかなブーケの香り”

強い香りに苦手意識を持つ生活者を考慮し、フルーティーフローラル系の弱い香り（微香）を採用。甘いフルーティーな香りをホワイトフローラルとホワイトムスクがやさしく包み込むイメージの香りです。

■商品名： エリス(elis) コンパクトガード プリズム企画品

■発売時期： 2020年9月21日(月)

■発売地区： 全国

■商品規格：

商品名	枚数	小売価格
エリス(elis) コンパクトガード プリズム企画品 20.5cm (多い昼～ふつうの日用) 羽つき	26 コ入	オープン価格
エリス(elis) コンパクトガード プリズム企画品 23cm (多い昼用) 羽つき	21 コ入	オープン価格
エリス(elis) コンパクトガード プリズム企画品 25cm (特に多い昼用) 羽つき	18 コ入	オープン価格

■商品情報はこちら：<https://www.elleair.jp/elis/compact-guard/>