

世界中の高級ホテル、高級ブランドの空間芳香を手がける セントカンパニー社が、日本市場での展開を強化。

—ホワイトデーや桜の季節にぴったりの香りを、イベント向けに新展開！



セントカンパニージャパン株式会社（本社：東京都世田谷区、代表：奥村美和）は、イタリア・ミラノ郊外にあるセントカンパニー社の日本総販売元として、2019年より日本市場での展開を本格的に開始します。

セントカンパニー社は、「香りのロゴをブランディングに」をコンセプトに、イタリア・ミラノを中心として全世界にオリジナルの空間芳香機器・フレグランス・フレグランス商材を開発、販売展開する企業。フォーシーズンズミラノホテルなどの高級ホテルや、アルマーニ、グッチなど高級ブランドの空間芳香を広く手がけています。

このたび新たに日本で展開しようとしているのが、「香りの12ヵ月」と題したイベント向けの香り。例えば、3月のホワイトデー向けにはチョコレートの香りとして、5種類のフレーバーを準備しています（ショコラ/ショコラ・ブラン/ショコラ・デュー/ショコラ・レ/カカオ）。いずれもクーベルチュールを使用した高級チョコレートと同じ香りにすることができます。

また桜のシーズンに向けては、日本人の思う桜のイメージにぴったりの、ナチュラルな桜の花の香りを準備中。いずれもイタリアに拠点を持つ当社が、天然素材から抽出したフレグランスをブレンドするからこそ実現できる、極めて繊細な香りを提供します。このほかにも、「日本茶」「竹」「柚子」など、季節ごとのイベントに応じてどんな香りでも製作が可能です。

天然由来で本物に近い香りは、ブランドの店舗やイベントの場で、消費者を惹きつけます。そして香りをかいた消費者は、そのブランドやイベントに対して、脳に良いイメージを刻むことができ、後に別の場所で同じ香りをかいたときにも、そのブランドを想起することができるのです。これがセントカンパニー社の提唱する「香りのロゴをブランディングに」というコンセプトです。



▼ セントカンパニー社「香りのピラミッド」

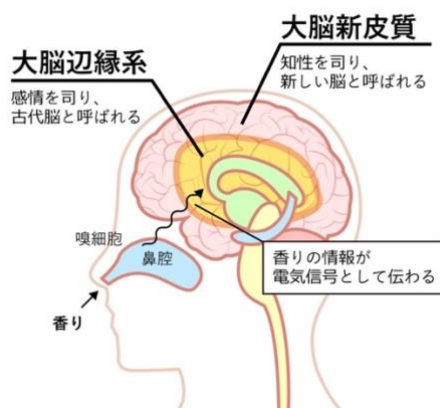


フレグランスはピラミッドのように作られています。香りには、ノートと呼ばれる香調のようなものがあり、音楽を作り出す曲調のような役割を果たしています。

3種類のノートが、3つの異なるタイミングで香るように、製作段階から設計されています（図例：日本茶の香りピラミッド）。

- ・トップノート…最初にかく香り。
- ・ミドルノート…フレグランスの中心となる香り。
- ・ベースノート…最後に香り、長続きする香り。

▼ セント（香り）マーケティングについて



「すべてのブランドにストーリーがある、そのブランドを拡散させるひとつの手段が“香り”である」というのがセントカンパニー社の考えです。

“Olfactory Branding”（嗅覚ブランディング）は、聴覚や視覚を刺激する他のマス媒体と同じく、ひとつの媒体としてとらえ、マーケティングミックスを行う際に活用していくことで、ブランディングに大いに役立つツールになるのです。

調香師 Mandy Aftel によると、香りと記憶には関連性があると証明されています。無意識にかいでいた心地よい香りの記憶は、脳内にとどまり続けます。香りには、他の場所でも同じ香りを嗅いだだけで、以前同じ香りをかいたときの体験を瞬時に呼び起こしてしまうほどの強い力があるのです。

▼ セントカンパニージャパン概要

“香り”ブランディング手法で、消費者の記憶の奥底に残る香りマーケティングを提案。フレグランスの開発からソリューションとしてのディフューザー、香りコレクショングッズ開発、アフターフォローとしてのメンテナンスも含めて一括したサポートを手がけている。香りの本場（イタリア・フランス）に拠点をもち、天然素材から抽出した本物のフレグランスとソリューション（機器）、フレグランスコレクションを直輸入で届ける。

右図：ディフューザーには、リモートで噴霧量や残量確認、噴霧時間などがコントロールできるIoTシステムを搭載。遠隔での操作が可能だ。



お問い合わせ

Mail : info@scentcompanyjapan.com / HP : <https://www.scentcompany-jp.com>