



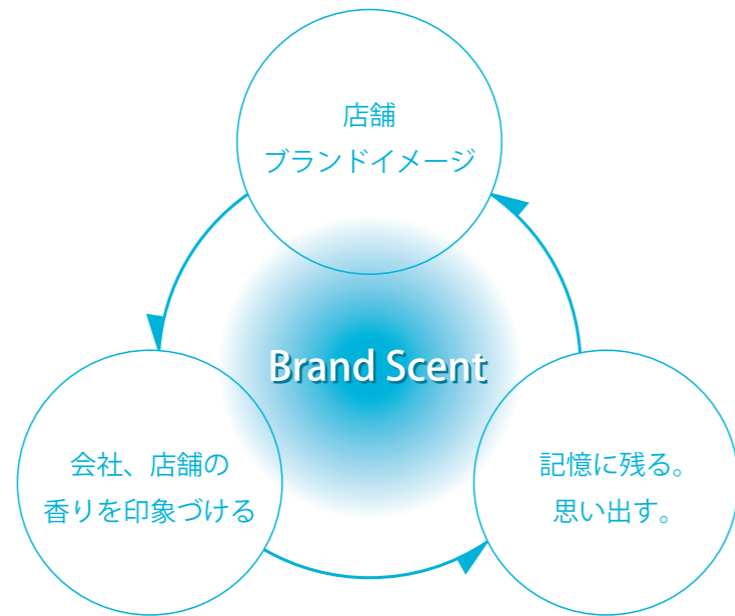
「ブランドセント」

～嗅覚に訴え、記憶に残す店舗のイメージ戦略～

何かの匂いを嗅いだとき、それに関連する記憶がふいに蘇ったりする事があります。それは、脳において嗅覚と感情を司る場所が近い位置にあるためと言われています。つまり匂いからその時の感情や気持ちが、まず最初に思い出され、それからその感情をもつに至った経験を思い出すようです。

また、嗅覚は視覚や聴覚に比べて長い間記憶に留まるということも実験で証明されています。

独自の香りで嗅覚からブランドコンセプトを顧客に訴求する「香り」マーケティングが目立っています。



■ 欧米での導入先例



■ 日本での導入先例



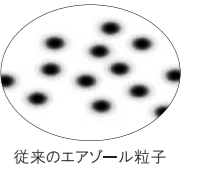
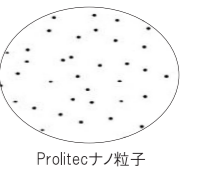
■ 欧米では Commercial 施設の標準に



Prolitec 製品の特長

1 特許技術によりフレグランスを超微粒子に霧化。ナノ化する事で広範囲に均一に拡散し、香りが長時間持続します。

- ・ナノ化された超微粒子は、気体の様に素早く、広い範囲に均一に拡散します。
- ・従来のエアゾール粒子と比べ、重さで約 1/1,000,000。180cm 落下するのに約 14 時間掛り、空気中に長く滞留、消臭・芳香の効果が持続します。
- ・同じ量のエアゾールの粒子と比べ、表面積が約 50 倍になり、1ppm 以下の超希薄濃度でも高い芳香・消臭効果を発揮します。また微妙な濃度調整が可能です。
- ・霧化・拡散プロセスで、高圧や熱を使わない為安全、且つアロマを変質させません。
- ・揮発性有機化合物 (VOCs) を含む溶剤を使わないため、従業員に安全です。



2 低コストを実現。チェーン店での【ブランドセント】展開が可能に。

- ・機器イニシャルコストが安く、且、故障しにくいシンプルな構造。
- ・エアゾールスプレーに比べ、空気中にフレグランスが約 400 倍長く滞留。超低濃度でも、効果的に香る為、フレグランスの消費量が極めて少なく、低ランニングコストを実現しました。
- ・香り空間に作り変えることで、店内装飾演出よりはるかに効率のよいブランドイメージ演出を実現します。
- ・五感に訴えることで、香りの記憶による店舗へのイメージ喚起、集客効果が見込めます。
- ・香りの効果による、店内滞在時間延長も実証されています。

3 特許消臭剤調合。消臭とマスキングの W 効果で、悪臭を改善します。

- ・フレグランスに調合された特許消臭剤で、悪臭を感じる鼻のセンサーをカバー、悪臭を感じ難くしながら、さらにほのかな香りでマスキング。W の消臭効果で、悪臭を劇的に改善します。

【消臭可能な臭い】

- ・タバコの煙、タールの臭い
- ・料理や食べ物の臭い
- ・体臭
- ・糞尿臭
- ・ディーゼルやその他燃料の臭い



米有名カジノ、レストラン、フィットネスクラブ等で実績多数

4 それぞれの T.P.O に最適な香りを提案。世界 5 大香料メーカー、Firmenich、IFF がフレグランスを調合。

- ・世界屈指の調香師が調合した、緻密に計算された完成度の高い、5 つの 카테고리、39 種類の豊富なフレグランスをご用意。
- ・国際香料協会 (IFRA) の基準、米国 TSCA (有害物質規制法)、米国カリフォルニア州と環境保護庁 (EPA) による揮発性有機化合物 (VOC) への規制を全てクリアする、安心・安全なフレグランスです。
- ・オリジナルのフレグランスの調合も可能です。

	会社名	世界 Share
1	Givaudan	18.9%
2	Firmenich	12.2%
3	IFF	11.8%
4	Symrise	9.1%
5	高砂香料工業	6.7%
	合計	58.7%

