

2014年

## 「香り」や「臭い」がもたらす影響・効果に関する調査 ～香りは集客にどのような影響を与えるか!?～

近年、店舗ビジネスを中心に「香りマーケティング」を取り入れる企業が増えてきているようです。

香りマーケティング協会によると、「香りマーケティング」とは、「企業活動において、香りを利用し活かすことによってマーケティング活動を実施し、新たな価値を創造する活動やプロセス」と定義されています。

店舗運営による製品販売やサービス提供を行なっている企業において、お客様の「香り」や「臭い」に対する考え方、あるいは行動の傾向を把握することで、各社のマーケティング活動に活かして頂こうと考え、調査結果を公開いたします。

本調査が「香りマーケティング」の発展に少しでも寄与できれば幸いです。

B2Bマーケティング株式会社

2014年7月

## 1. 本調査の概要とまとめ

この度、B2Bマーケティングでは、業務用フレグランス・ディフューザーの販売を行なっているクライアントに対するマーケティング支援に際し、『「香り」や「臭い」がもたらす影響・効果に関する調査』を実施いたしました。

### <調査概要>

【目的】店舗運営による製品販売やサービス提供を行なっている企業において、お客様の「香り」や「臭い」に対する考え方、あるいは行動の傾向を把握することで、各社のマーケティング活動に活かして頂くため。

【調査対象】会社員（男女問わず）

【調査期間】2014年6月23日～26日

【調査方法】50万人のモニターを保有するネットリサーチを利用

【回答者数】1,224名

### <調査結果のまとめ>

◆自身が好きな香りは「柑橘系（713件、58.3%）」が最多。

→次いで、「フローラル系（495件、40.4%）」、「ハーブ系（260件、21.2%）」と続く。個人の好みやTPOにも依るが、一般のお客様が好む香りを考慮した売場作りは、お客様との関係強化や売上アップに貢献しそうだ。

◆自身が嫌いな香り、不快に感じる臭いは、「生ごみの臭い（829件、67.7%）」が最多。

→次いで「汗・体臭の臭い（503件、41.1%）」、「タバコの臭い（452件、36.9%）」と続く。「飲食物の臭い（21件、1.7%）」は圧倒的に低い結果となっているが、飲食の対象やその組み合わせによって、その結果に大きな影響を与えるかもしれない。

◆好きな香りでもた行きたくなくなる場所は「温泉施設/スパ（219件、17.9%）」が最多。

→実際には「特にない（487件、39.8%）」が多いが、次いで「ホテル（208件、17.0%）」、「理容室/美容室（200件、16.3%）」は同程度で並ぶ。また、食品を取り扱う「飲食店（172件、14.1%）」や「百貨店/量販店/スーパー（125件、10.2%）」は、相対的に上位のランキングとなっている。

◆嫌いな臭いで行きたくなくなる場所は「パチンコ/ゲームセンター（386件、31.5%）」が最多。

→次いで「特にない（337件、27.5%）」、「飲食店（229件、18.7%）」と続く。また、動物や医薬品などの臭いが考えられる「ペットショップ（208件、17.0%）」や「病院/医療/介護施設（147件、12.0%）」も高いランキングとなっている。

◆フレグランス・ディフューザーの認知度は「知らない（985件、80.5%）」が圧倒的多数で最多。

→次いで「知っている（155件、12.7%）」と続く。「知っており、興味を持っている（54件、4.4%）」と答えた回答者は多くないが、フレグランス・ディフューザーの存在や価値を知っていただくことで、大きく増える可能性はある。

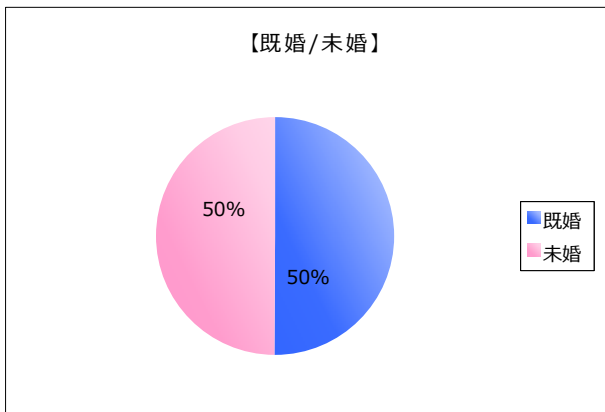
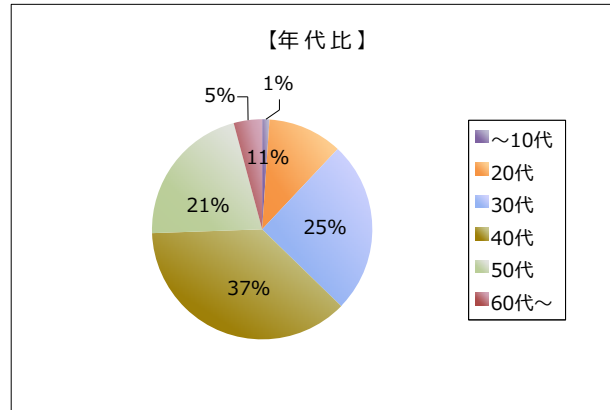
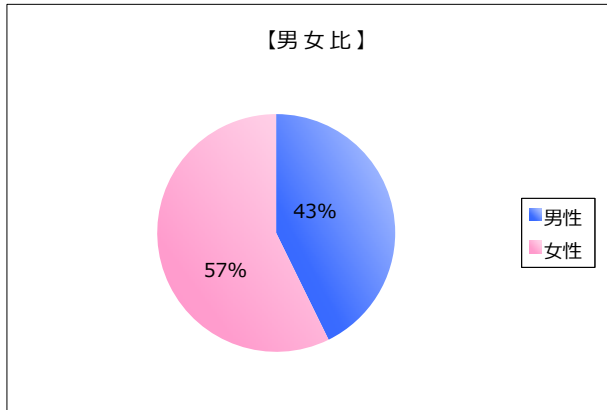
## 2. 回答者の属性

本調査では、回答者の男女比で「女性（57%）」が「男性（43%）」を若干上回りました。

回答者の年代では、「40代（37%）」が一番多く、次いで「30代（25%）」となりました。また、回答者の既婚と未婚の割合では、ちょうど半々となっています。

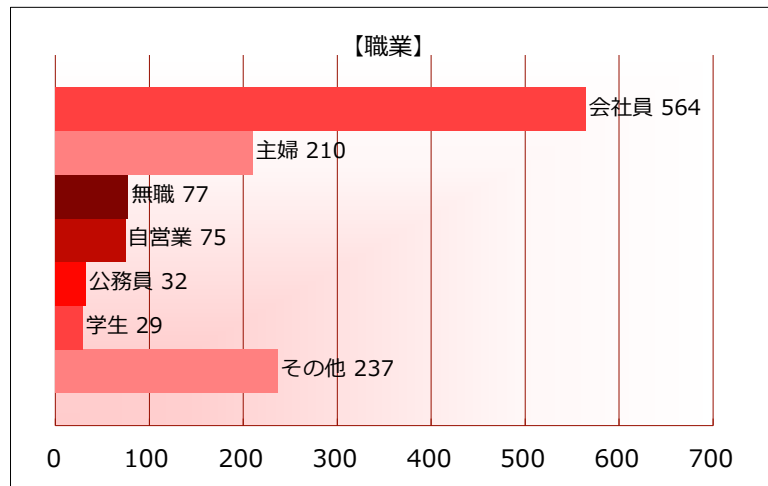
職業別の構成では、「会社員（46%）」と約半数を占め、次いで「主婦（17%）」が続いています。

| 回答者の年代 | 男性  | 女性  | 計    |
|--------|-----|-----|------|
| ～10代   | 5   | 8   | 13   |
| 20代    | 27  | 107 | 134  |
| 30代    | 84  | 226 | 310  |
| 40代    | 211 | 244 | 455  |
| 50代    | 160 | 101 | 261  |
| 60代～   | 36  | 15  | 51   |
| 合計     | 523 | 701 | 1224 |



| 回答者の年代 | 既婚  | 未婚  | 計    |
|--------|-----|-----|------|
| ～10代   | 1   | 12  | 13   |
| 20代    | 38  | 96  | 134  |
| 30代    | 134 | 176 | 310  |
| 40代    | 247 | 208 | 455  |
| 50代    | 159 | 102 | 261  |
| 60代～   | 34  | 17  | 51   |
| 合計     | 613 | 611 | 1224 |

| 職業  | 人数   |
|-----|------|
| 会社員 | 564  |
| 主婦  | 210  |
| 無職  | 77   |
| 自営業 | 75   |
| 公務員 | 32   |
| 学生  | 29   |
| その他 | 237  |
| 合計  | 1224 |

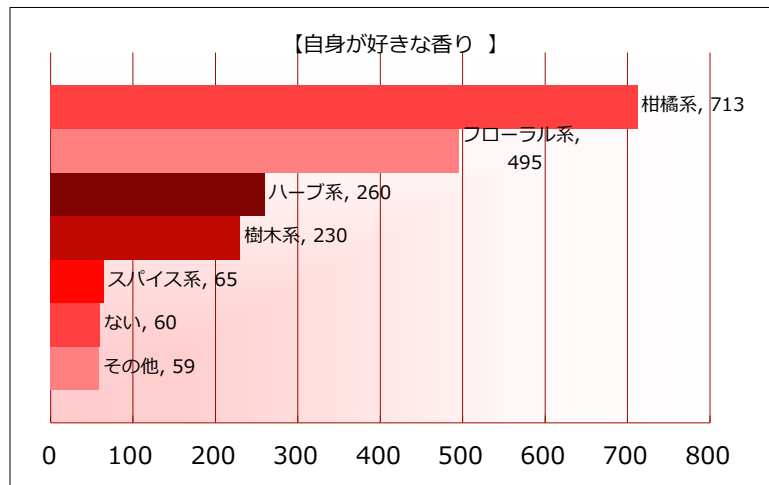


### 3. 本調査結果の詳細とコメント

Q1：ご自身が好きな香りを教えてください（複数選択2つまで）

| 回答群                  | 回答数 |
|----------------------|-----|
| 柑橘系(レモン、ベルガモット等)     | 713 |
| フローラル系(ラベンダー、ジャスミン等) | 495 |
| ハーブ系(ペパーミント、ローズマリー等) | 260 |
| 樹木系(ユーカリ、ローズウッド等)    | 230 |
| スパイス系(シナモン、ジンジャー等)   | 65  |
| ない                   | 60  |
| その他                  | 59  |

(n=1224)



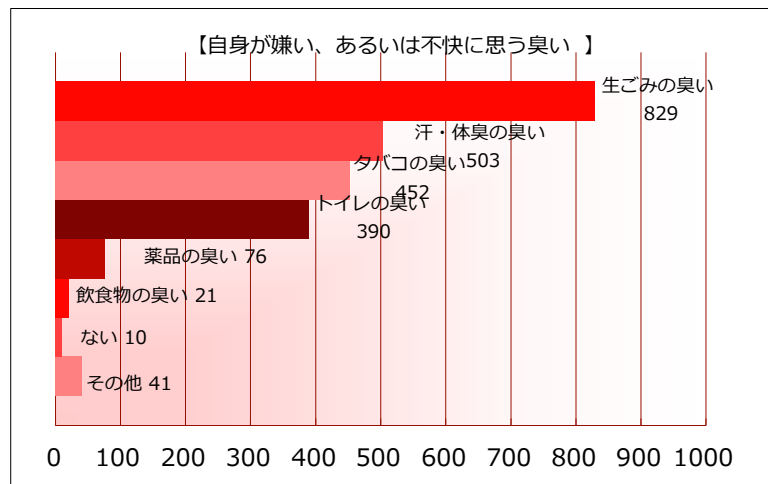
#### 【コメント】

自身が好きな香りは「柑橘系（713件、58.3%）」が最多。次いで、「フローラル系（495件、40.4%）」、「ハーブ系（260件、21.2%）」と続く。確かに、自宅用の消臭・フレグランス商品においても、柑橘系とフローラル系の香りを取り入れた商品は多く目にする。個人の好みやTPOにも依るが、一般のお客様が好む香りを考慮した売場作りは、お客様との関係強化や売上アップに貢献しそうだ。

Q2：ご自身が嫌いな、あるいは不快に思う臭いを教えてください（複数選択2つまで）

| 回答群     | 回答数 |
|---------|-----|
| 生ごみの臭い  | 829 |
| 汗・体臭の臭い | 503 |
| タバコの臭い  | 452 |
| トイレの臭い  | 390 |
| 薬品の臭い   | 76  |
| その他     | 41  |
| 飲食物の臭い  | 21  |
| ない      | 10  |

(n=1224)



#### 【コメント】

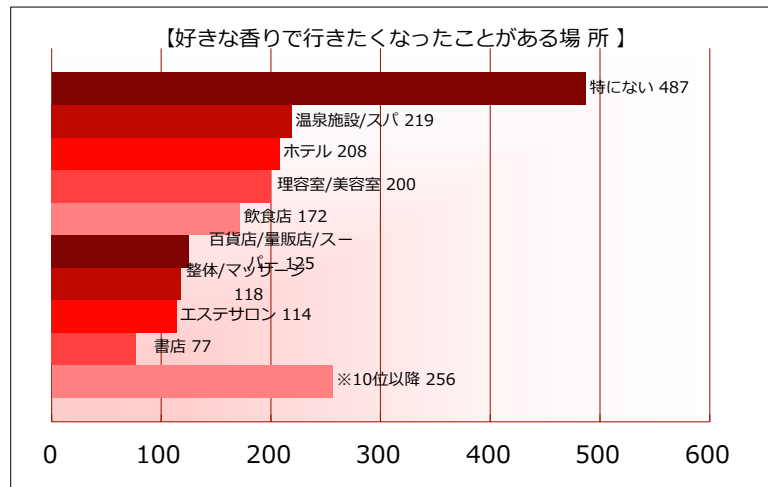
自身が嫌いな香り、不快に感じる臭いは、「生ごみの臭い（829件、67.7%）」が最多。次いで「汗・体臭の臭い（503件、41.1%）」、「タバコの臭い（452件、36.9%）」と続く。「飲食物の臭い（21件、1.7%）」は圧倒的に低い結果となっているが、飲食の対象やその組み合わせによって、その結果に大きな影響を与えるかもしれない。

### 3. 本調査結果の詳細とコメント

Q3：好きな香りがして、また行きたくなったことがある場所(店舗)はどこですか？（複数選択3つまで）

| 回答群          | 回答数 |
|--------------|-----|
| 特にない         | 487 |
| 温泉施設/スパ      | 219 |
| ホテル          | 208 |
| 理容室/美容室      | 200 |
| 飲食店          | 172 |
| 百貨店/量販店/スーパー | 125 |
| 整体/マッサージ     | 118 |
| エステサロン       | 114 |
| 書店           | 77  |
| 衣料品店         | 66  |
| その他          | 42  |
| 病院/医療/介護施設   | 38  |
| 自動車販売        | 26  |
| パチンコ/ゲームセンター | 25  |
| オフィス         | 19  |
| スポーツクラブ      | 13  |
| ペットショップ      | 10  |
| ゴルフ場         | 10  |
| 学校/学習塾       | 5   |
| 不動産          | 2   |

(n=1224)



#### 【コメント】

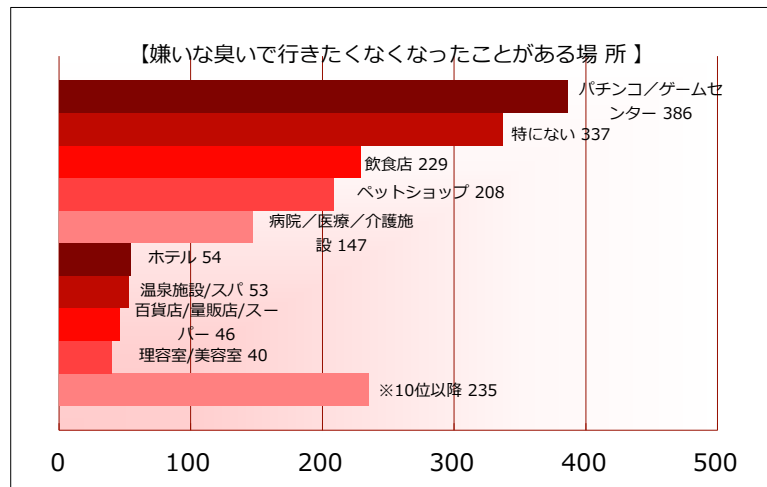
好きな香りでまた行きたくなったことがある場所(店舗)を伺ったところ、「特にない（487件、39.8%）」を除くと「温泉施設/スパ（219件、17.9%）」が最多。次いで「ホテル（208件、17.0%）」、「理容室/美容室（200件、16.3%）」は同程度で並ぶ。また、食品を取り扱う「飲食店（172件、14.1%）」や「百貨店/量販店/スーパー（125件、10.2%）」は、相対的に上位のランキングとなっている。

### 3. 本調査結果の詳細とコメント

Q4：嫌いな臭いがして、行きたくなくなったことがある場所(店舗)はどこですか？（複数選択3つまで）

| 回答群          | 件数  |
|--------------|-----|
| パチンコ/ゲームセンター | 386 |
| 特にない         | 337 |
| 飲食店          | 229 |
| ペットショップ      | 208 |
| 病院/医療/介護施設   | 147 |
| ホテル          | 54  |
| 温泉施設/スパ      | 53  |
| 百貨店/量販店/スーパー | 46  |
| 理容室/美容室      | 40  |
| 衣料品店         | 37  |
| その他          | 29  |
| スポーツクラブ      | 27  |
| オフィス         | 24  |
| 整体/マッサージ     | 24  |
| 自動車販売        | 24  |
| 書店           | 22  |
| ゴルフ場         | 15  |
| 不動産          | 12  |
| エステサロン       | 11  |
| 学校/学習塾       | 10  |

(n=1224)



#### 【コメント】

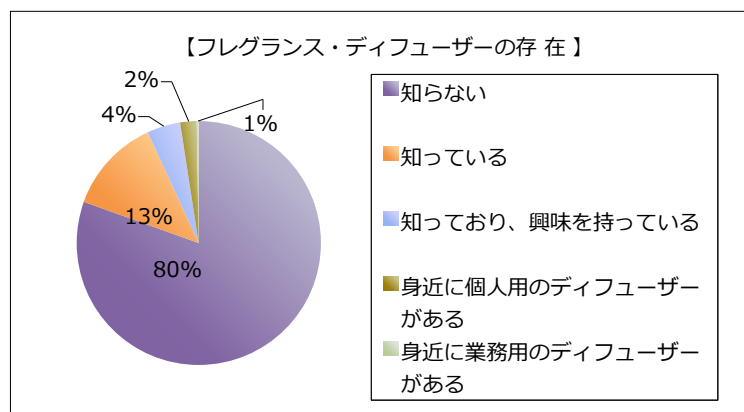
嫌いな臭いがして行きたくなくなったことがある場所(店舗)を伺ったところ、「パチンコ/ゲームセンター（386件、31.5%）」が最多。次いで「特にない（337件、27.5%）」、「飲食店（229件、18.7%）」と続く。また、動物や医薬品などの臭いが考えられる「ペットショップ（208件、17.0%）」や「病院/医療/介護施設（147件、12.0%）」も高いランキングとなっている。

Q5：フレグランス・ディフューザーの存在をご存知ですか？（単一選択）

| 回答群               | 件数  |
|-------------------|-----|
| 知らない              | 985 |
| 知っている             | 155 |
| 知っており、興味を持っている    | 54  |
| 身近に個人用のディフューザーがある | 27  |
| 身近に業務用のディフューザーがある | 3   |

(n=1224)

1224



#### 【コメント】

フレグランス・ディフューザーの認知度を伺ったところ、「知らない（985件、80.5%）」が圧倒的多数で最多。次いで「知っている（155件、12.7%）」と続く。「知っており、興味を持っている（54件、4.4%）」と答えた回答者は多くないが、フレグランス・ディフューザーの存在や価値を知っていただくことで、大きく増える可能性はある。

## 4. 弊社の会社概要

B2Bマーケティング株式会社は、B2B(BtoB)企業に特化したマーケティングとセールス領域のコンサルティング会社です。多くのB2B企業では、未だに狩猟型の営業スタイルから抜け出せずにおり、弊社では獲得したリード(見込客)を中長期的な観点でナーチャリング(ニーズ醸成、関係強化)していく農耕型営業への変革を支援しています。

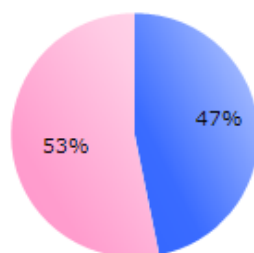
Webマーケティングが成功して引き合いが多い割には受注に繋がられていない、あるいは、そもそも提案活動の対象となる案件が足りていない、その様な企業を1社でも救済するのが私たちの使命です。

### <会社概要>

- 【社名】 B2Bマーケティング株式会社
- 【住所】 〒102-0074 東京都千代田区九段南1-5-6 りそな九段ビル5F
- 【設立】 2011年7月
- 【代表者】 代表取締役 堀首裕芳
- 【URL】 <http://www.b2b-marketing.co.jp>
- 【事業内容】 B2B特化マーケティング&営業コンサルティング、CRM/SFA導入・活用支援、コンテンツ企画・制作

### 《 引用・転載時のクレジット表記のお願い 》

本リリース内容を引用・転載する際は、必ずクレジットを明記して頂きますようお願い致します。調査結果のグラフ・表をご利用の場合は、データ部分に当社クレジットの掲載をお願い致します。  
<例> 「コンサルティング会社のB2Bマーケティングが実施した調査結果によると・・・」



(n=1000) B2Bマーケティング調べ  
↑クレジット表記