

社外参謀の明日へのヒント!

「香り演出事業」というこれまでになかった分野に着目し、新たなビジネスモデルとして確立することに成功したシナリーセント。日本の香り文化を大切にしながら顧客満足度を高めていきたいと語る彼女たちの努力と挑戦とは?



シナリーセント
郡 香苗 代表取締役

社外参謀 石原 尚幸 氏

—郡社長が描く香り演出事業のビジョンとは?

特定の人だけ訴求できる香り販促のための機材「Ambi scent (アンビセント)」がいよいよ最終テスト段階に入り、この春には本格リリースとなります。大型モニターと連動し、通行客や来店客に自社商品の香りをピンポイントで選及できるシナリーセントオリジナルの機材です。現在モニター企業さんにてテストを行ってもらっています。

いしはら・なおゆき。1973年生まれ、愛知県名古屋市出身。96年、上智大学経済学部経営学科卒業後、出光興産に入社。京都支店、関東第二支店を経て05年本社・販売部企画課に配属。08年に独立起業し、2012年法人化しました。

経営体质を強化すべく石原さんにも支援をしてもらい、さらには新たな役員(CEO)も迎え、営業と財務の強化を図っています。コロナ禍も明けイベント業界にも活動が戻ってきました。いよいよ私たちの出番だと思っていました。社名である「Scenery Scent (シナリーセント)」とは、「情景 (シーン) + 香り (セント)」という意味の造語です。「香りを嗅いでもらうことで心の中の懐かしい風景の記憶を想起できたら」との思いで名付けました。海外輸入の香りだけにとらわれず、日本特有の香り、日本ならではの香り文化を大切にしながら、たくさんのお客様に喜んでいただくことを目指していきます。

香りをプロデュースするベンチャーとして注目を浴びるシナリーセント。香りの後進国である日本だからこそ、この事業におけるポテンシャルの高さを感じます。需要がないところに需要を作ることは簡単なことではありませんが、だからこそ需要を作り上げた時には誰にも真似できない事業領域を確立できます。

ガソリンスタンド業界でも過去、カーライフサポートにおいて新たな需要を作り上げてきました。古くでは洗車、車をきれいにしたいと洗車料金を超えるコインパーキングが一大ビジネスとなっています。また、中古車を使つたレンタカーも、「安い価値で、簡単に乗れるレンタカーなら乗りたい」との潜在

的ニーズをつかんだ業界の大ヒットサービスです。新たな事業はいつも消費者の潜在的ニーズを顕在化させることで生まれます。車を開發した「フォード」は「お客様の声だけを聞いていたいから、もっと早い馬車を作つてくれば」と言っていたら、その名言を残しています。私たちのニーズのほとんどは潜在化していく、アンケートを取つたところでのニーズを教えてくれる消費者はいません。消費者が言葉にできないニーズを顕在化する、これが優れた経営者の資質だと私は考えていました。

潜潜在的ニーズを顕在化すべく、香り演出業界に挑んでいくシナリーセントの動きを見つつ、自社でも新たな需要創造ができるいか、ぜひ考えてみてください。

—香り演出事業とは聞き慣れない事業です。どんな事業ですか?

2012年「神戸ARTJAM」という有名なダンスイベントにて「香りで空間を作つて欲しい」とのオファーをいたいたのがこの事業の始まりです。当時は舞台芸術に香りを取り入れるという考えはありませんなく、小さな空間で香りを満たすことはできません。大きなホールに香りを拡散させる専用の機材はありませんでした。そこで、手探り状態でどうすればイベント参加者に素敵な香りを体験してもらえるのか、試行錯誤の末でのイベントとなりました。結果、そのイベント参加者からはたくさんの喜びの声がもらえ、「大勢の人が香りで感動する」体験は私自身とても感動的でした。その後、幾多の香り演出を経験しながら、2017年

—香り演出の難しさはどんなところにありますか?

香りを空間内でコントロールすることは簡単ではありません。香りが強いと不快に感じ、弱いと気付かれない。衣服の柔軟剤や香水の香りによる「香害(こうがい)」が社会問題になることもあります。どうすればより効果的に香りを楽しんでもらえるか四六時中考えています。また、香りを