AsiaNet 96085

**ScentAir社が空気の“質”に関するお客様の懸念に対処するための取り組みを強化**

【香港2022年5月26日PR Newswire】芳香マーケティングのリーダー、ScentAir社（セントエアー）は都市封鎖（ロックダウン）中の中国で感染が急増している中、空気の“質”に関するお客様の懸念に対する、ブランドの世界的な対処を支援する方法を引き続き主導している。

[](https://mma.prnewswire.com/media/1822421/Today_s_consumers_highly_concerned_air_quality_indoor.html?token=br5thbnr6EXk8U0Rrhk635RCe5rM212voX7CbgMbzr8y%2BdDY62JS6VdB6RDVWutZ3jK7%2Bb24n5WtsqeU3ypgZQAMsJ3Zx7ufcJBzhCsR%2F0UHWaqY8XNl)

調査によると、屋内の空気の“質”は消費者の最大関心事であることがわかった。

中国は3月以来、最悪のCOVID-19アウトブレークと戦っており、上海はこれまでに封鎖された単一の都市としては最大である。香港中文大学の調査によると、上海などの大都市における2週間の封鎖は、中国の月間GDPを2％押し下げる可能性がある（注1）。

ウイルスの空気感染が確認されている現在、室内空気の“質”をめぐる問題は、企業が事業を遂行し、顧客と交流する前に対処しなければならない事案となっている。

室内空気“質”と安全プロトコルに対する顧客の期待に関するScentAir社の2021年の調査によると、人々は現在、パンデミック前よりもはるかに健康に配慮している。また、回答者の91％が屋内の企業を訪問する際には清浄な空気が重要であると考えており、室内空気の“質”について大きな懸念を抱いている。安全プロトコルの観点からは、回答者の82％は空気浄化は物理的障壁と比較して最も重要なプロトコル（注2）と評価している。

ScentAir社はこれに応え、企業が持続可能性に適応、達成することを支援するための新たな製品ラインの開発に多額の投資を行ってきた。同社は米国防総省から委託された最近の独立したテストにより立証され、SARS-COV-2など何百もの空中浮遊病原体の99.8％を有害な副産物を生成することなく能動的に削減することのできる空気浄化システム、ION Protect（TM）の発売を開始した。ScentAir ION Protect清浄機は有害な粒子が通過するのを待つ一般的な空気清浄機とは異なり、空気中の汚染物質を探し出す。特許取得済みのNPBI（TM）（Needlepoint Bipolar Ionization）技術は、健康を害する物質を引き寄せて無効化するイオンを空気中に放出する。これは、低い保守コストで継続的な消毒を提供する能動的プロセスである。

ScentAir 社APACのChloe Huiバイスプレジデント兼ゼネラルマネジャーは次のように説明した。

「ScentAir社は、改善された室内空気の“質”と香りの利点を組み合わせることにより、清浄の新基準を設定する。店に入るとき、最近の顧客は良い香りだけでなく、 清潔で新鮮で安全な香りを感じ取りたいのだ。顧客と向き合うブランドの多くから、期待の変化を強く感じとっている。ブランドの多くは解決策を求めて当社にやって来る」

「たとえば当社は最近では、統合された香りと空気浄化ソリューションを通じ、ハイテク産業中心地である中国・広州市の天河区でグレードAの31階建て複合施設を支援し、24万平方メートルのスペースを真に顧客体験が主導する物件に変えた。当社のシステムは、イオン化により有毒なオゾン副産物を生成することなく、自然のような清浄化を生み出す。これにより、テナントはより健康的で、より安全で、より清潔さを感じながら、物件に入居することができる。同様に香港の中環ビジネス地区では、香港における最新のライフスタイルを約束するプレミアムレストランが、消費者に安心感を与える積極的な空気浄化に加え、温かく心地よい香りの体験で室内空間を満たし、消費者の信頼を回復するのを支援した。さらにScentAir社は、ScentAir ION Protectの成功に基づきHealthWayと提携し、ScentAir社ラインに3番目の空気浄化カテゴリーである空気ろ過を導入した。HealthWayの特許取得済みのDFS（Disinfecting Filtration System）技術を搭載したScentAir社の新しい室内ソリューションは、往来の多いスペースで安全かつクリーンな体験を生み出すことを支援している」

パンデミックにより家庭用フレグランスの売り上げが急増したことは注目に値する。NPD Groupの調査によると、消費者の85％が2020年に家庭用芳香剤を使用していることが示された。キャンドルだけでも、最もよく使われている家庭用芳香製品として、売上高の17％増を記録した（注3）。

Chloe Hui氏は「在宅勤務する人が増えるにつれ、香りはわれわれがくつろぎ、自宅での体験を向上させるのに役立つ。ScentAir社は、クライアントが自宅にいるときも、彼らが顧客と関わりを持つことを積極的にサポートする。ScentAir社は、カスタマイズ可能なフレグランス商品のコレクションを通じ、店舗が閉店したり旅行が禁止されたりした場合でもKOOKAIやウェスティンホテルなどのブランドが記憶に残るように支援してきた。 当社はクライアントに顧客と結び付くためのより創造的なオプションを提供し、顧客の家庭にブランド体験を自然に拡張する」と続けた。

▽参考資料

（注1）Song, Wanyuan.（2022, Apr 15）"Why Shanghai has abandoned its 'relaxed' approach to Covid". BBC. <https://www.bbc.com/news/world-asia-china-61023811>

（注2）Third party public opinion survey conducted online during April 2021 and polled a nationally representative sample of 2,500 consumers.

（注3）（2021, Apr 12）"Changing Trends in Fragrances: From the Impact of COVID to ESG". Citi Global Insights（CGI）<https://icg.citi.com/icghome/what-we-think/insights/changing-trends-in-fragrances-from-the-impact-of-covid-to-esg->

▽ScentAir社について

1994年に株式非公開で創立されたScentAir Technologies, LLC.は、世界で最も知名度の高いブランドの多くにクラス最高の芳香マーケティング・ソリューションを提供している。香りマーケティングの世界的大手企業として、同社は小規模企業とグローバル企業の双方のため記憶に残る印象を生み出し、香りの力を通して顧客体験を高める。米ノースカロライナ州シャーロットに本社を置き、中国本土、香港特別行政区、日本、オーストラリア、英国、フランス、オランダにオフィスを構えている。425人を超える同社のグローバルチームメンバーは、専用のグローバルサプライチェーンと北米、欧州、アジアの製造業務を通して119カ国の顧客にサービスを提供している。ScentAirは、顧客のブランドに対する思い入れ、顧客ロイヤルティー、売り上げを引き上げるカスタマイズされた芳香戦略の創造に全力で取り組んでいる。

詳細な情報は<https://scentair.com/jp> を参照

ソース：ScentAir Technologies Limited

画像添付リンク：

Link: <http://asianetnews.net/view-attachment?attach-id=421610>

（画像説明：調査によると、屋内の空気の“質”は消費者の最大関心事であることがわかった。）

（日本語リリース：クライアント提供）