



※1

カラフルタウン岐阜 オートモールにて5月23日より約40日間 「五感マーケティング調査」を実施 ～‘香り’は購買行動へ影響を与えるのか？～



※1 オートモール・・・当社が岐阜、横浜、埼玉、大阪で運営する、トヨタ車・ダイハツ車販売店の集合体の総称。

株式会社トヨタオートモールクリエイト(愛知県名古屋市中村区平池町四丁目60番地の12 グローバルゲート8階、代表取締役社長:河合 利夫)が運営するショッピングセンター、カラフルタウン岐阜(岐阜県岐阜市柳津町丸野三丁目3番6号、プレジデント:市野 和之)では、館内のトヨタ・ダイハツ車販売店において、‘香り’がお客様の購買行動にどう影響するかをマーケティング的な観点から検証する「五感マーケティング調査」を実施します。

これは、カラフルタウンが2018年より、お客様や館内で働く従業員の「移動」や「館内での過ごし方」に利便性、快適性、楽しさを付加することを目的として、モビリティやロボティクス並びにAIやVR等の最新テクノロジーを活用した各種実験・調査やイベントの実施を継続的に展開する「カラタン未来Lab」^{※2}の第5弾です。

※2 「カラタン未来Lab」の詳細は、カラフルタウン岐阜HPをご参照ください。

当社では、本年3月に本社オフィスを移転した際、香りによる空間演出を全国で手掛ける(株)アントレックス様(東京都新宿区新宿2-19-1 BYGS 7F、代表取締役会長兼社長:鱸居 隆三)のご協力を得つつ、オフィス内のミーティングスペース等に香りの発生装置(ディフューザー)を設置し、コミュニケーションの活発化やリラックス効果などの良い影響をもたらすことを感じました。また、当社が横浜で運営するショッピングセンター、トレッサ横浜(神奈川県横浜市港北区師岡町700番地、プレジデント:栗原 郁男)の女性用トイレ「チャームアップルーム(パウダーコーナー)」にも昨年3月よりディフューザーを設置し、好評を得ている実績があったため、今回、次のステージとして店舗内での効果検証に踏み切りました。

ショッピングセンター内では店舗内でのお客様の平均滞留時間は短く、またオープン空間でもある為、香りの効果検証が難しいとされてきました。一方で、当社の施設の特徴でもある‘クルマ’という高単価商品を扱う店舗であれば、滞留時間が担保されるため、効果評価が得やすいと判断し、車販売店での実施に至りました。

調査期間は5月23日(木)～6月30日(日)の約40日間で、この間、6店舗ある車販売店で実施してまいります。人間の嗅覚は他の感覚よりも記憶に残ることから、「店舗内の良い香りが、お客様に、心理的にプラスの影響をもたらす」という仮説に立ち、商品への好感度上昇、商談時の緊張感の緩和などを通して、より快適な売り場の提供に結び付くことを期待しています。

株式会社トヨタオートモールクリエイト

トヨタオートモールクリエイトは、1999年に創設されたトヨタ自動車の100%子会社。現在岐阜、横浜でオートモール併設型商業施設を運営し、大阪・埼玉ではオートモール事業を展開中。

特に岐阜事業所では、商業施設のイノベーションと「地域社会の更なる活性化」を加速させるために、国内企業が取り組む革新的なモビリティ、モビリティサービス、新ビジネスモデルの検証に積極的に参画中。

<http://www.toyota-automall.co.jp/news.html>

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社トヨタオートモールクリエイト

〒453-6108 名古屋市中村区平池町四丁目60番地の12 グローバルゲート8階

事業企画部 仁科 正夫

TEL : 052-541-5360

広報専用 E-mail : kouhou@toyota-automall.co.jp