

香り *Fragrance*

リテールメディア



## 香り体験を起点にした購買促進

香りリテールメディアは、売場に設置した機器から香りを噴射し、香り体験による立ち止まりと購買促進を生む体験型リテールメディアです。

紹介動画をご覧ください。



## サービス特長

香りの訴求による  
売上拡大



香り体験が商品理解を  
深め、購買行動の促進  
につなげる

運用効率の  
向上



見本管理やスタッフ対応を  
伴わない設計

香りが充満  
しない

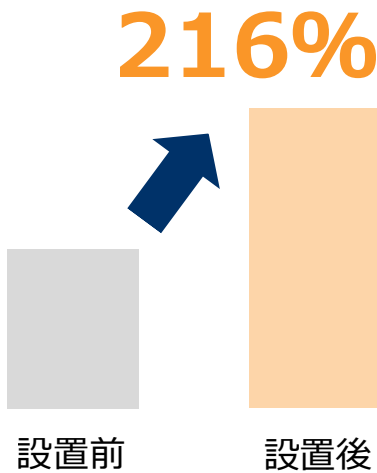


香りを局地的・短時間で  
制御した体験設計

# 日用品売り場の導入事例

日用品売場のルームフレグランスコーナーに香りリテールメディアを設置し、来店客がその場で香りを体験できる売場を展開しました。

## ルームフレグランス 売上数量



## 導入された店舗様からの声

香り見本の管理やスタッフ対応が不要で、売り場の手間が増えずに運用できました

香りが周囲に広がらず、他の売り場への影響も気にならなかったです。

出典：カインズが熱視線「香りリテールメディア」棚前行動を可視化、売上約2倍に：日経クロストレンド

※本事例のほか、コーヒー・ハンドクリームなどの商材でも同様の売上伸長傾向が確認されています

## 相性のよい商材例

### 食品

コーヒー・茶葉

### 日用品

柔軟剤・芳香剤

### 美容

ハンドクリーム  
ヘアカラー



メーカー様協賛による売り場施策としても  
ご活用いただけます。