

シリーズ

“キラリ企業”

の現場から 第95回

公社の支援サービスをご利用いただいている元気企業を紹介する“キラリ企業の現場から”。第95回は、自社開発のアロマ関連商品（ディフューザー、エッセンシャルオイル）による空間演出等を手掛けるアットアロマ株式会社（世田谷区）をご紹介します。同社には、公社国際化支援室の海外販路開拓支援事業のほか、知的財産総合センター等の公社事業を複数ご利用いただいています。

『天然のアロマ』による空間演出のプロ集団

アットアロマ株式会社

天然のアロマとは、植物の花や葉等から抽出した芳香成分を含む天然の素材でエッセンシャルオイルと言われている。その「香り」を用いた商品はストレスの軽減、リラクゼーションの手段として室内芳香剤、化粧品、入浴剤等に用いられ、既に幅広く認知されている。一方、アットアロマ株式会社（以下同社）は創業以来、天然のアロマを単に個人用としてだけでなく、「空間演出の手段」としてホテルや商業施設への導入を図り成長を続けてきているが、この分野はまだ十分に定着しているとは言えない。しかし、今後百万単位の人々が同社の手掛ける天然アロマ空間を体験することになるかもしれない。

業務用に特化した販売戦略

1998年、オーストラリアの植物ユーカリとの偶然の出会いがきっかけで、同社は創業した。オーストラリアに関する仕事の依頼を受けて調査している時、ユーカリから抽出されるエッセンシャルオイルが医薬品やマッサージクリームなど多岐に渡って活用されていることを知り、そこから天然のアロマを使った事業の可能性を見出したのだ。一般にアロマを使用するシーンは、自宅等の個人用と施設等の業務用があるが、同社がターゲットの中心とした市場は業務用であった。「香水ではない、合成の芳香剤でもない、植物から抽出した天然のアロマを使ってその場にふさわしい魅力的な空間の演出をしたい」という考えのもと、片岡社長を含め、3名でスタートした。

同社が始めに主な顧客層と想定したのはホテルや医療機関であった。海外の高級ホテルではロビーに「香り」を導入しているケースもあり、片岡社長には商品の魅力を一旦理解していただければリピート需要で安定的な売上が計上できるという事業計画があった。しかし、当時はようやく一部の女性にアロマの存在が認知された程度であ

り、「香り」を使った空間づくりに積極的に取り組む企業は少なく、なかなか導入は進まなかった。

まずは少しでも多くの人に天然アロマを体験してもらおうと営業努力を続けるうちに徐々に関心を持たれるようになった。ホテルで行われる結婚式に同社の天然アロマを使った企画が採用される等少しずつ認められ、同時に同社の知名度が上がり経営も軌道に乗り始めた。

現在では、有名ホテルなどの宿泊施設、高級車のショールーム、百貨店や複合商業施設など、全国約1,500カ所に導入されており、売上高の約60%を業務用途が占めている。



片岡社長

『癒し』だけではない
『香り』に意味を持たせたビジネスモデル

同社は創業10年目となる2008年、ディフューザー（芳香拡散器）、エッセンシャルオイルのブレンドを自社開発に切り替えた。原料香料の仕入先確保、自社オリジナルオイルの開発等新たな課題への挑戦ではあったが、自社の天然へのこだわり、顧客の要望の実現には欠かせない重大な決断だった。そしてこの決断が、同社を単なる癒しではない、「香り」に意味を持たせる独自の進化をもたらすこととなった。

その1つが「香り」を使ったブランド戦略の提案である。以前から、顧客から「他には無い、自社だけのオリジナルの香りを創ってほしい。」と要望があった。その要望を企業の「ブランディング」に結びつけたのである。例えば高級ホテル、高級ブランドのショールームに、その施設、商品のイメージに合う「香り」を使用することで、空間全体でブランド価値を向上させる。航空会社や宿泊施設、自動車の

ショールームへ同社が導入した天然アロマ空間がその例だ。

もう一つが空間の機能的価値を高める天然アロマの提案である。オリジナルオイルを使い、その空間の目的に合わせた環境を創るのである。例えばオフィスでは爽快感を、フィットネスクラブやヨガスタジオでは運動効果やリフレッシュ効果を期待できる天然アロマ空間、夏には体感温度を下げる天然アロマ空間を演出するオリジナルオイルがその例だ。他にも快適な眠りの促進や逆に目覚めを爽やかにするもの、禁煙をサポートするもの等多くの機能性を持ったオリジナルオイルを開発している。また、その際、科学的に効果が確認できるよう、大学等と協力して研究を行っている。

オリジナルオイルの企画・開発は深津取締役を始め4名の精鋭で行っている。オリジナルオイルは独自のブレンド技術で顧客のニーズに応じて開発されるため、最もその



エッセンシャルオイル調査の様子

空間に適した「香り」を決定して導入するまで、数か月から数年を要するときもある。その顧客が、継続的に同社のオリジナルオイルを購入するため、安定した売上を計上するビジネスモデルを構築している。

海外市場への挑戦

2010年から、同社は海外販売に向けて活動を始めた。公社国際化支援室が出展を支援するタイ・バンコクで開催される展示会「Food&Hotel Thailand」に2年前から参加している。参加に当たって、昨年は事前に片岡社長がバンコクに出張し、公社が紹介した商社と共にバンコク市内の高級ホテルに対してプレゼンテーションを行った。展示会中もリゾートホテルやSPAからの引き合いがあり、終了後に商社を通じてきめ細かく対応していたところ、現地の複数の有名ホテルに導入が決まる等成果が出始めている。さらなる販路拡大に向け、現在も取り組んでいる。

同社の海外売上高は全体の5%程度と決して大きいとは言えない。それでもドイツやアメリカに販売拠点を設置し、海外市場に向けての展開に積極的だ。将来的には全売上高の30%まで海外売上高を引き上げたいと考えている。



「Food&Hotel Thailand2013」の様子



「Food&Hotel Thailand2013」アットアロマ(株)のブース

新しい「香り文化の創造」

冒頭でも述べたとおり、同社の手掛ける天然アロマ空間を今後多くの方が体験することになるだろう。2014年、同社の手掛けるディフューザーとオリジナルオイルが、大手銀行の都内ATMに導入されることが決まり、既に複数のATMに導入済であるという。これまで「香り」とは無縁だった場所で多数の人々が同社の手掛ける天然アロマ空間を体験することになるのである。同社の天然アロマ空間が益々身近な存在になることによって、関心が一層高まり、導入先の増加に繋がる可能性がある。

また、これまでも個人向けに同社の天然アロマを取扱うショップはあったが、2013年に直営の店舗を東京都・渋谷と福岡県・今泉にオープンさせた。「香り体験」をコンセプトに、様々な自社開発の天然アロマを楽しむと共に、15種類のエッセンシャルオイルの中から自分だけのオリジナルオイルを制作することができる。加えてスクール事業を展開し、既に500人以上の卒業生を送り出している。



渋谷にオープンした直営店

片岡社長は「物質的な豊かさではない、新しい価値を模索している時代、お客様とともに新しい『香り文化』を創造したい」と言う。将来、アロマのある空間が当たり前前の時代がくるかもしれない。天然アロマで空間演出された施設が増加すると共に、同社が更に成長していくことが期待される。

(国際化支援室 井元英路)

企業名：アットアロマ株式会社
 代表者：代表取締役社長 片岡 郷
 資本金：5,000万円
 従業員数：40名
 本社所在地：東京都世田谷区三軒茶屋2-11-23
 サンタワーズB棟4階
 TEL：03-6453-4231
 FAX：03-6453-4236
 URL：http://www.at-aroma.com/