

五感で感じる香水

外国語学部 英語英文学科 3年 木村有美

＊はじめに＊

あなたは香水に対してどのような認識を持っていますか？

単純に好き、嫌いということもあると思います。コレクションしているという人もいれば、自分の生活には何ら関わりがないという人もいるかもしれません。

日本の文化に香水が確立しつつあるも、まだまだ香水に対する意識は低く、知識も浅いように思います。

私がつきりと香水を意識するようになったのは、中学3年の時、とある香水との出会いでした。その頃の私は香水に対してまったく無関心でしたし、電車などで香水をつけている人に対して不快に思うこともありました。そして、あの頃は香水というものはどれも同じ匂いだと本気で思っているくらい無知でした。

しかし、ある日買い物に出掛けた時に、ふと香水売り場が目につきました。可愛い形の色とりどりのボトルがたくさん置かれていて、一瞬で心奪われ、その売り場に足を踏み入れています。そこで何気なく手に取った香水を嗅いだときの衝撃は今でも忘れられません。

ドキドキするような感動とともに一瞬にして幸せになる感覚。

香水に抱いていた「クサイ」というイメージが覆された瞬間でした。

私はいつかこの香水を買おうと心に決めました。そして、その「いつか」は高校生になってやってきました。私はその香水、『サムライウーイマン』を購入し、高校3年間ずっと愛用していました。

そんなきっかけから今では香水が大好きになりました。香り・デザイン・ネーミングなどその

すべてを知りたい、コレクションしたい……もはや好きというより、魅了されている、という方が正しい表現である気がします。そんな魅了され続けている『香水』について少しでも知ってもらえたらと思い、私なりの五感という観点から香水を紹介したいと思います。

＊見る＊

香水を視覚という観点から考えると「デザイン」という事になるでしょう。しかし、「デザイン」というのも様々で、ボトル、ポスター、ムエツトとあります。

ボトル

ボトルは本当に様々の形のものがあります。その形には実は、その時々、の階級や政治、文化といった時代背景が反映されているのです。そ

んなわけでボトルの歴史だけを見ても、とても面白いと思います。しかし、ここではそこまで深くは触れないので、そのボトルの見た目の変化だけを簡単に言ってしまうなら、「磁器とガラス製のオーダーメイドの高価なものから、プラスチックや特殊メタル、ゴムが主役の大量生産できるものへの変化」というところでしょうか。それに伴い、色の幅も増えて、今では本当に多くの色と形の香水で溢れています。その中で、実際に手に入りやすく、私が好きなボトルの香水をいくつか挙げてみます。

スィラブ（アナスイ）
ベイビードール（イブ・サンローラン）
ラブ・パラダイス（エステル・ド・ヴェルローズ）
エンジェルハート ヴェローナ（エンジェルハート）
マジックトゥラブ フラワーストリー（ラブ&ピース パルファム）
オムニアクリスタリン（ブルガリ）

この6つの香水は私が所有しているものです。先に挙げた5つは蝶々、星、ハートなど形が可愛い、色もピンク系なのでお気に入りです。最後に挙げたオムニアクリスタリンは見えな



い、コロコロと転がってしまう丸い形をシルバー一色がり引き立てているという不思議さがあり、何とも惹かれるデザインだと思います。

ニナ（ニナリッチ）
ウィッシュ（シヨパール）
ドリーガール（アナスイ）
ロマンチックドロップスケティ（ロマンチックドロップス）

ベルシアンキャット（ザ・プリティーキャット）
この5つの香水は林檎、ダイヤモンド、お人形、花、ネコととにかくボトルが可愛いです。これらすべては一種類だけではなく、香りの違いや限定品が出ているので、同じ形で違う色合いのボトルが存在します。

オピウム（イブ・サンローラン）
フラワー・バイ・ケンゾー（ケンゾー）
ケンゾー・アムール（ケンゾー）
ブルー・ジーンズ（ベルサーチ）
ワット（パルファムワット）

この5つの香水は斬新で面白いボトルをしています。オピウムはまるで印籠のような形をしていて、その見た目が表すように、香りもオリエンタル系です。フラワー・バイ・ケンゾーとケンゾー・アムールはどちらもケンゾーから発売された香水です。フラワー・バイ・ケンゾーはボトルの中に二厘の花が咲いています。これは30ml、50ml、100mlと量によって、つぼみ上を向いて咲いている、表面を向いて咲いていると少しずつ違ってデザインも素敵です。反対にケンゾー・アムールはまるで花瓶のような形をしています。（実際には鳥をイメージした形なのですが……）こちらも、量によって鮮

やかなローズ、白、オレンジの綺麗な色のボトルがあります。ブルージーンズは名前の通り、ジーンズのような鮮やかな青をして、ボトルはコーラのビンのような形をしています。ワットはその名の通り、電球の形をしています。電球と香水を合わせてしまっなんて、すごい発想だなあと初めてこの香水の存在を知ったときに思いました。色も、レッド、ピンク、イエロー、グリーン、ブルー、パールの6色あります。

ポスター

ポスターは捉えることが難しい香水というもの。イメージを伝えるために重要なものです。起用している人物やキャッチフレーズから、香水がより具体的なものとなります。私はポスターも出来るだけチェックしているのですが、その中で一度、印象的な出来事がありました。それは、「エンジェルハート」という香水のポスターです。4、5年前、この香水はとても流行したので、知っている人も多いのではないかと思います。私はこの香水の匂いを好きだと思いましたが、使用している人が多かったので、特に購入しようとは思いませんでしたし、可愛いけど、「女子高生」というイメージが強く、リピーターだけで新規利用者を獲得するのは難しい

と思っていました。それが約1年前、「エンジェルハート」は今までとはまったく違ったイメージのポスターを出したのでした。しかも、起用した人物は俳優の浅野忠信。彼と女の人が何やら怪しい雰囲気です。……そこに極めつけの「溺れる覚悟はありますか」というキャッチフレーズ。香水自体は何一つ変わっていないのに、ポスターだけでこの香水にセクシーさと年齢層の幅を与えたのです。そして、私の中で「エンジェルハート」の評価が一気に高まったのでした。

ムエット

ムエットというのは、香水を試すときに使う紙のことです。ただの白い細長い紙ではなくて、その香水の形であったり、ポスターが印刷された少し大きいものもあります。ムエット（moulette）はフランス語で、「細長いパン」という意味です。この語源は「濡らす（mouiller）」で、細長いパンを何かに浸して食べる様子から連想させて変化した言葉です。実際、スプレーが誕生する前は、この細長いパンのように香水ボトルそのものにムエットを入れて試していたそうです。

＊聞く＊

香水を聴覚という観点から考えるとおかしい気がするかもしれませんが、私は「名前」がこれに属すると思います。香水には一つ一つ、ちゃんと名前が付けられています。名前はそれだけで、その香水のすべてを表すものとなりますし、ネーミングセンスによって売れ行きを左右することもあるので、とても重要なものです。よく一番最初に出すフレグランスに付けられて、かつ、無難ともいえるのは、ブランド名を名前にするものです。これには、非常に困難な国際的な商標登録がしやすいという大きな利点もあるそうです。

最近、香水も展開するようになったCOACHでも、最初のフレグランスに「コーチ」と名づけています。その他にも、ゲラン、ディオール、エルメス、ケンゾー、ブルガリ・いくらでも名前は挙がってきます。

一方で、素敵な名前や個性的な名前が付けられた香水もたくさんあります。ジバンシイの「ランテルディ」は「禁止」という意味の香水です。これはあの有名なオードリー・ヘップバーンをイメージして作ったもので、この香水が完成し、ヘップバーンの所に持って行ったところ、彼女はたいへんこの香りを気に入ったそうです

す。そして、「私のお気に入りだから、誰にも使わせたくないわ」と言ったことから、この「ランテルディ」という名前が付けられたのでした。他にも、ニナリッチの「レール・ドウ・ダン」という香水があります。これは「時の流れ」という意味で、2羽の鳩をあしらったラリック製の繊細なボトルで発売されました。これは、戦後の暗い空気をどうにか吹き飛ばそうとニナリッチが世に送り出したもので、この希望の象徴が暗い世界に希望の灯を灯したのでした。その他も名前だけ紹介していきます。ポジティブなイメージのものからネガティブなイメージのものになるように並べてみました。

ブランド名	香水の名前	日本語訳
エルメス	オーデ・メルヴェイユ	魔法の水
ランコム	アトラクション	魅力
クリスチャン・ディオール	ジャドール	大好き
ロシャス	トカードゥ	ひとめぼれ
ニナリッチ	プレミエ・ジュール	はじめての日
ランコム	トレゾア	私の宝物
ロシャス	ブベ	お人形
カルバン・クライン	エタニティ	永遠
ゲラン	サムサラ	輪廻転生
ジバンシイ	アンジュ・デモン	天使か悪魔か
アンド・ミー	ファム・ファタル ^{注2}	運命の女
グッチ	エンビィ	羨望
グレ	カボシャール	強情っぱり
シャネル	エゴイスト	自己中心的
イブ・サンローラン	オピウム	阿片
クリスチャン・ディオール	アディクト	麻薬中毒者／熱狂的
カルバン・クライン	オブセッション	妄想
エスティ・ローダー	スペルバウンド	呪縛

＊嗅ぐ＊

香水で嗅覚といえば、一番五感の中でしっくりくるものでしょう。私が香水をつける理由として、その香りが好きだからということ以外に、「メモリー」ということがあります。環境が変わったり、海外旅行をした時などは香水を変えたり、新しいものを買ったりします。自分がその時の思い出を記憶したい、誰かの中に自分を記憶させたい……このことを強く意識するようになったきっかけは、ドルチェ&ガッパの「ライトブルー」でした。ライトブルーは「地中海の花々とフルーツのブレンドに若竹がみずみずしいニュアンスを添える穏やかな香り」ということで2001年に発売されて以来、圧倒的な人気を誇る香水です。そんな人気の香水ですが、私が初めて嗅いだのは発売されてから3年ほど経った、高校生の時でした。嗅いだ瞬間に、私はこの香りを嗅ぐのは初めてではないことに気づき、ある人を出したのです。それは、中学生の頃仲良くしていた友だちの母さんでした。「いつも良い香りがしていたと思っていただけ、ライトブルーを使っていたんだ……」そう思ったと同時に、その当時の思い出が蘇ってきて、とても懐かしい気持ちになったのです。

そんな香水の香りには分類があります。国際的な基準の主流として使われているシムライズの分類に従うと、3大家系15ファミリーに分けられます。

フローラル系

フローラル・グリーン…さわやかな花の香りに草や葉のフレッシュな香りをプラス。草原を吹き抜ける風のように、さわやかな若草色の香り。（代表作…シャネル 19・カボティーンヌ）

フローラル・オゾニック…スイカやメロン、あるいはキュウリのようなにおいを加えた、透明な水や澄み切った大気を思わせるような香り。（代表作…エスケープ・クールウォーター）

フローラル・フルーティ…花々の甘さに少し甘酸っぱいフルーツの甘さがブレンドされたみずみずしい香り。（代表作…ベイビードール・ライトブルー）

フローラル・フレッシュ…ほのかな花の香り、で、やわらかい幸せなイメージに満ちて、控えめな印象の香り。（代表作…ディオリシモ・クリニクハッピー）

フローラル・フローラル…バラやチュベローズなどの単独のにおいを再現したシングル・フローラルと花束のようにさまざまな花のにおいが

ブレンドされたフローラル・ブーケがあり、かぐわしい香り。（代表作…パリ・エタニティ）

フローラル・アルデハイディック…ナチュラルな印象のフローラル調を、もっと華やかにロマンティックにした香りでパウダリーっぽい香り立ち。（代表作…カレッシュ・ホワイトリネン）

オリエンタル系

オリエンタル・アンバリー…ねっとりとした甘さを感じさせる香料を使用し、情熱的で幻想的な魅力がある、エキゾチックな甘さの香り。（代表作…シャリマー・ロリタレンピカ

オリエンタリー・スパイシー…刺激的なスパイスと動物性香料、エキゾチックな花をブレンドした辛く乾いた印象の香り。（代表作…オピウム・ココ）

シプレ系

シプレ・フルーティ…フローラル、フルーティ、ウッディのブレンドにオークモスが加わり、凛とした気品と控えめな華やかな香り。（代表作…ミツコ・ドルチェヴィータ）

シプレ・アニマック…ムスクやアンバーを巧みに隠し味にした、格調高香り。（代表作…ミス

ディオール）

シプレ・レザリー…なめし皮のにおいをアクセントにした神秘的な香り。（代表作…カボシャール）

シプレ・ウッディ…すがすがしい樹木の香気を特徴とする香り。（代表作…グッチ）

シプレ・グリーン…針葉樹の深い緑を連想させる香り。（代表作…アルマーニ）

シプレ・シトラス…フレッシュな柑橘系にさわやかなフローラルやグリーンティーなどを加えたほかでナチュラルな香り立ち。（代表作…シーケーワン）

＊味わう＊

香水は食べ物ではないので、味覚という言葉そのままでは考えられません。（以前、ティーン誌でビンの中の香水を全部飲んで、入院することになったという投稿を見たことがあります。真偽は定かではわかりませんが……）しかし、味わうということなら、実際に付けた時のことだと思えます。先の嗅覚のところ、香水に「メモリー」という意味合いを持たせていると言いましたが、そういう訳で、私は普段使いの香水をめったに変えません。その代わり、寝るときやバイト中は気分によって香水を変えた

ります。優雅な気分になりたいときはバラの香水、ラフな格好をしているから香りだけでも可愛らしく甘い匂いの香水、車に乗るから控えめで爽やかな香りの香水など使い方は様々。そうやって、香水を味わうのは本当に楽しいものです。

ここでは、香水を味わうために付け方について話したいと思います。そもそも香水というのは、持続時間によって4種類に分けられます。これはアルコールに溶かした香料の割合によって分類されていて、持続時間が異なります。持続時間が長い方から、「パルファン」「オールドパルファン」「オードトワレ」「オーデコロン」となります。

一つ注意したいのは、「パルファン」が一番持続時間が長いからといって、きつく香るといふわけではないことです。量を多くつけてしまつたら、もちろん強く香ってしまいますが、「パルファン」は「オードトワレ」よりも、拡散性が少なく控えめなので、近くに寄らない香りがわからない深みと上品さがあるのです。

そして、香りは3段階の変化をみせます。それがつけてから10分くらいまでの「トップノート」、30分から2時間くらいまでの「ミドルノート」、2時間以降の「ラスト（ベース）ノート」です。

（オーデコロンはこの時間よりももっと短いです。）明らかな変化を感じるのは難しいですが、次第に体臭と合わさっていくのがわかると思います。また、ボトルのまま嗅いだ時と実際に肌にのせた時では香りが異なりますし、同じ香水でも人によって香り方が違います。

つけ方において特別な決まりはありません。しかし、温められるとよく香る、下から上に立ち上るといった特性があるので、足元のパルスポイント（脈打つ箇所）であるアキレス腱やひざの裏側につけるとほのかに上手く香ります。ただ、この香り方も人によりけりです。先ほどきまりはないと言いましたが、香水をつける時のタブーをいって挙げるなら、中身をいじらない。香水は絶妙な調香によって創られたものです。アルコールを足すとか、違う香水を混ぜてはいけません。汗のかきやすいわきの下にはつけないこと。香水はでオトラントとは違いますが、汗とまざると本来の匂いではなく変に香ってしまうので、出来れば清潔にした体に纏ってください。直接日光の当たらない場所につけること。肌にシミが出来てしまうことがあるので。お寿司屋のような和食のお店にはつけていけない、または「ラストノート」にしておく。きつい香水だと日本食の繊細な香りを消してし



まっつて美味しく感じられなくなります。直接日光や高温を避けて保存する。香水は生き物だと言われています。長く置いておくよりは使いきつてしまう方がよいのです。購入した時のままの香りが持続するのは約2、3年です。

* 触れる *

触覚とはお店などで様々な香水を試してみることなのだと思います。「百聞は一見に如かず」というように、どれだけ文字から香水を知っても、直接触れることには敵いません。実際に試してみると、評判通りの香水だと感じることもあれば、まったく違う印象を受けることもあります。

香水を創るのは、『調香師』・『パヒューマー』、または『ネ』と呼ばれる人たちです。この『ネ』というのはフランス語の「NEZ」で和訳すると「鼻」という意味です。近代の香水は、最初にコンセプトが決められ、それに基づいてふさわしい香調^{注3}を決めます。調香師は思い描く香りを実現できるまでは何度も試作し、さらに専門家や一般の人の評価なども参考に、試行錯誤を繰り返して完成させます。この間にコンセプトや香りのイメージに合わせてボトルやパッケージ、ネーミングなども決定されるの

ですが、完成するまでに、早くて1年、難しい場合は2、3年かかることがあるそうです。そんないろいろな人の手によって出来上がった香水を試すことが出来る場所はいろいろあります。デパートの化粧品売り場や香水専門店は保管状態も良いですし、アドバイザーがいる場合もあるのです。また、大丸東京進店2階のフレグランスコーナーには「パルファム・ソムリエール」がいます。ただ、ちょっと近寄り難いと思う人はドラッグストアなどでもいろいろな種類を扱っているの、気軽に試すことが出来ます。

以前、香水メーカーに勤めている方とお話する機会があったのですが、日本の香水市場は圧倒的に「フルーティ系」が人気だそうです。また、男性においても、甘い香りまたはさわやかな香りを好む傾向にあるので、海外の人からすると、「なんで日本人の男性は女の人みたいな香りがするんだ!」と思うそうです。世界の香水消費量の50%を占めているのはアメリカです。そんなアメリカの好みの傾向は、男女とも屈託のない明るさとハッピームードあふれる香りなのだそうです。クリーンク、トミー・ヒルフィガー、カルバン・クライン、エスティローダーはアメリカのブランドですが、確かに爽や

かな軽い香が多い気がします。クリーンクにいたっては、「ハッピー」という名前の香水さえあります。これは日本でも人気の香水です。次いで、消費量が多いのはヨーロッパ圏が並びます。その中で、香水の本場フランスについて。گران、シャネル、クリスチャン・ディオール、イブ・サンローランなどを筆頭に伝統的なブランドが圧倒的な勢力を持っています。日本ではあまり一般的に知られていないのですが、1966年に発売したگرانの「ミツコ」も根強い人気を誇っています。この「ミツコ」はフランスの「ラ・バタイユ(戦場)」という小説の主人公で、イギリス海軍将校と恋に落ちる日本人女性ミツコをイメージした、しとやかな気品の内に激しい情熱を秘めた香りです。日本人女性をイメージした香りが世界で好まれているなんて嬉しく思います。ただ、この香水を嗅いだことがあるのですが、私にはまだまだ似合わない香りだという印象でした。40代になってこの香りがしつくりくるようになったら素敵ですね。国によって傾向はあるものの、最後は自分自身の好みですから。

ボトル、名前、香り……あなたはどの香水を気に入りましたか？

* さいごに *

「香水をつけない女に未来はない」これは詩人ポール・ヴォレリーの作品で、この言葉をあのココ・シャネルは愛していたそうです。そんな彼女が75才の時のインタビューで「香水は本当の贅沢です。自分にふさわしい香りを選び、ほのかに香らせるだけで印象が変わります。」と語っています。

私は、香水をつけない人を非難するつもりも、絶対につけるべきだという強要をするつもりもありません。ただ、ココ・シャネルの言葉通り香水とは贅沢なものだと思います。だって、香水は生きていく上で絶対に必要なものではないから。でも、その贅沢をすることで何かが変わるかもしれない。少なくとも、私にとって香水は『幸水』なのです。皆さんにとっても香水がそんな存在になって欲しいと思います。

注1 ラリック…20世紀初頭、数々の芸術的な香水ボトルを創作したルネ・ラリックが創始者。装飾的ラインとシンプルなラインのハイモニーは、光による変化で気品ある独特の美しさを際立たせ、世界中の女性を虜にしている。ボトルだけでなく、香水まで手掛けるようになったのは1992年。

注

注2 ファム・ファタル…男を破滅させてしまうほどの良い女。悪女的なニュアンス。「ファム・ファタル(2002年)」というタイトルの映画もある。

注3 調香と香調…調香とはパヒューマーが様々な香料合わせて香りを作ること、一方の香調とはそれによって作り出された香りの調子のこと。

注3 調香と香調…調香とはパヒューマーが様々な香料合わせて香りを作ること、一方の香調とはそれによって作り出された香りの調子のこと。

- 参考文献
- 男と女の香水選び 完全ファイル 2008年度
- 香水ブランド物語 平田幸子著
- 香水の教科書 榎本雄作者
- 香水の教科書2