

香

水とそれにまつわる文化をこよなく愛する、服飾史家中野香織さん。その中野さんが「世界一」と絶賛する伊勢丹メンズ館の香水売り場には、世界の逸品、銘品がずらり揃う。それらをセレクトするのはバイヤー、田代直子さん。お二人が出会おうや、歴史、トレンド、コミュニケーションと、香水はさまざまなディメンションで語られ、芳しい対談はとどまるところを知らず、「香りの航跡」を意味する「シラージュ」のごとくに…

中野 香水好きなので、ブルガリやエルメス、シャネルといった「グランメゾン」のものはもとより、海外に行ったときには珍しいホテルのオリジナルや調香師ものを探るのが楽しくて。

田代 メンズ館のお客様は、フレグランスの背景や作り手に関心があります。ですから、メンズ館では調香師などを主に扱っています。

中野 アーティスト系の香水といってもいいかもしれませんね。あの売り場へ行くと興奮します。今日も先ほど、フレグリック マルのフレグランスを一本購入しました。

田代 ありがとうございます(笑)。フレグリック マルは、それぞれのボトルに調香師の名前を謳っています。

中野 田代さんはもともと香水のバイイングをしていらしたのですか？

田代 いえいえ、まだ3年ぐらいなのです。メンズ館で香水を初めて扱うに当たって、お客様は何に関心があるのかなど考えたときに、男性はトレンドよりも背景に何かがあるか「作り手がどんな人なのか」「入っている成分はどんなものか」と、理論にこだわることに気がつきまして。

調香師の人たちに焦点を当ててセレクトしました。「人と同じじゃないや」

香りは言葉で説明しづらいもの。でもライフスタイルのすべてと密接な関係が

CROSS TALK

中野香織
(服飾史家・コラムニスト)

田代直子
(伊勢丹バイヤー)



とおっしゃる方に好評です。男性はスーツや靴と同じように、香水もよりパーソナルなものを探したいという気持ち強いようです。「いちばん売れていないのはどれですか？」と聞かれるお客様もいらっしゃるんですよ(笑)。

中野 女性は逆に「いちばん売れているのをください」と言うのに(笑)。買われるのはどんな方ですか？

田代 男女、年齢問わずいろいろです。初めから香水を買いに行こうと決めていらっしゃる方よりも、ふらつと立ち寄っていかれる方が多いです。もちろん、香水にこだわりをおもちのリピーターの方も。先日は70歳近い男性がいらっしゃいました。現役でお仕事をされていて、新しいものが好きで、物にこだわりのある方。その方は、香水はそれ自体が香るよりも服を脱いだときとか、冬ならレストランのクロックでコートを預けたときにフワッと香るのがいいんだとおっしゃって。

中野 それはウオモ世代の男性にも参考になるのでは。確かに男性からプンプン香水が香っていると不快な感じですけど、ふとした瞬間にいい香りがすると記憶に残りますよね。

田代 例えばカードをいただいたときに、フレグランスがさらっとふつとあると素敵だなと思います。その人のパーソナリティも一緒に贈られているなと感じますね。

中野 私は男性の香水は2パターンに分けられると思うんですよ。「オレの香り」と長年一つの香りを浮気せずに使い続ける人と、複数の香りを併用して使い分けている人。

田代 そうですね。私はあるフランス人の調香師に出会って、香水は何本かを揃えて使い分けるのがいいなとつくづく思いました。「洋服の場

合、クローゼットの中から今日は何を着ていこうか複数の中から選ぶだろう。香水も同じように今日の気分はこれ、と選べるように複数持っていて選ぶのが楽しみ方なんだ」という彼の言葉が、強く印象に残っています。朝と晩、オンとオフなどその時々で異なる香りを楽しんでいる男性って素敵だと思いませんか？

中野 素敵です！ 相手やシーンによって香りを使い分けて、暗に香りでの場の雰囲気演出できる人って、粹で奥行きを感じます。

田代 特に男性には香水が活躍するシーンがたくさんありますしね。身だしなみとしてはもちろん、車の中やスニーカース用に香りを使ってみたい…。けれども実際は、1本買ったならその1本を使いきって、また同じものを買うという方が多いですね。

日本人にとって香水はニオイ消し!

中野 つい先週、ある調香師の方にお会いしたんですけど、その方が言うには日本とヨーロッパでは香水の売れる時期が全く違うとのこと。日本では夏によく売れるのに、ヨーロッパの夏は売れ行きが悪いのだそうです。だからヨーロッパでは香水のサマーバージョンを作って、日本で売らなるとか。日本人が夏に香水をよく使うというのには、香水をニオイ消しとして使っているからなんですよ。

田代 そうですね。でも人間は太古、無臭だった水中の生活から陸へ上がっているんなら香りを嗅ぎました。そのころから香りの文化はあるんですよ。人間はそもそも香りが好きなようにできているのに、いつのころから日本人は無臭がいいというふうになったのでしょうか？ みんな消臭剤を使

いたがりますものね。

中野 でも無臭がいいとは限りません。香りがないと、食べ物もおいしくなくなるし、異性にも興味がなくなるという実験結果を読んだことがあります。外国の人は自分の香り消そうという概念はありませんよ。

田代 自分の匂いで自分らしさを演出しようと思うみたいです。イタリヤで出会った調香師に、重ねづけをするを前提にした香水を作る方がいらっしゃいました。ブレンドした二つの香りが皮膚の上で交わるので、自分本来の匂いも加わって自分だけの香りが完成するとか。

中野 香水ってもともとその人の体臭を生かすものとして作られたんですものね。人から香水くさいって言われるのは、その人の香りになっていないってことですものね。

田代 上っ面というか…。けれども最近はいぶ変わってきている気がします。オジサンも加齢臭を消すために香水をつけるといふネガティブな発想よりも、今日は元気を出したからこんな香り、落ち着きたいからこれ、寝るときはこれ、というようにもっとポジティブな感覚で買われていく方が増えてきていますね。バラの香りをバスタオルにつけるといってお客様もいらっしゃいます。香



水は目には見えないけれども、気持ち豊かにするものなんです。
中野 高級なドレスや高価なワインなどもそうですが、二度と来ないその瞬間、その瞬間を濃く楽しむための投資だと思えばいいんですね。



なかの・かおり 今秋「新目録」を刊行予定。「下、絶滅寸前の「マツチヨな男」を研究中。

田代 そう、だから相性が大事。パソコンナリティやシチュエーションに合うものを選ぶべき。これもワインと一緒に、相性が悪いと頭が痛くなっちゃうことがありますからね。

今年のトレンドは トランスジェンダーな香り

中野 それにしてもバラの香りを購入される男性がいらつしやるとは驚きです。香水も時代とともに、男女の境界線がなくなりトランスジェンダーになってきているんですね。ファッションもそうで、近ごろでは女性がデオリアルオムの38サイズを着たり、男性がレディース服を着たりしています。男性が女性的な甘い香りをつけるの、私は好きですよ。

田代 香水は自由な発想で使っただけのもので、男女や年齢では分けられません。つきたいときの気分を選べばいいと思います。最近では、フレグランスというよりもフレッシュウオウター感覚で使っていただけのナチュラルな香りがよく売れていますよ。香水の教科書にあるようなフローラル系、ウッディ系などのカテゴリーには入らない、その隙間のような香りも人気ですね。カップルで一つの香水をシェアしている人も増えています。

中野 もともと18世紀までは香水の概念として、高級かそうでないかしかなかった。けれども19世紀にジェンダーという意識が生まれてから、メンズとはこういうものだという人工的な考えが出てきました。そのころ、メンズ専用のフレグランスが出てきたんでしょうね。それが行くところまで行って、今また原点に戻っているのでは？ 本当にいいものを考えていたら、メンズという概念のなかった時代に回帰していくのは自然の流れだと思います。男女の区別がない田代さんのセレクトは、その先端を走ってらつしやると思います。

香水を好きな男性は ワインがお好き？

田代 フランスのあるフレグランスブランドでは、香水をワインのグラスに入れて試すんですよ。日本人のように紙に振りかける方法ではないんです。香りは体感するものなので、全部を感じるためにということなんです。香りを試している姿がまたかっこいいんですよ。

中野 その話で思い出しましたが、香水が好きな男性に聞くと、ほとんどの人がワイン好きです。何か通じるところがあるのかなあと感じます。田代 なるほど。どちらも香りを表現するのが難しいという点では、似ていますね。お客様は買う過程自体も楽しんでらつしやって、香りについてすごく細かい情報を欲しがります。実際に鼻で嗅いだことを頭で

認識して、こんな香りなんだと理解したいんですよ。けれども、そのまま伝えてもわからないと思うので、私たちは一般的な言葉に訳して説明するように心がけています。例えば、ベルガモットが入っていますと言うよりも、苦いオレンジが入っていますと言ったほうがわかりやすいでしょう。ワインも同じでは？ 時々馬の鞍の香りとかわかりにくい言葉を使うこともありますけどね(笑)。

中野 ワインの場合は日本で爆発的に普及するときに、香りを表すボキヤブラーリーが一つに入ってきました。専門用語が少し一般的になったので、ワインブームが定着したんだと思います。香水も言葉の後押しがあればもっとブームになる気がするんですよ。

田代 日本でも香りの強いワインやチーズが人気になって、バリエーションも増えているので、私も香水にも火がつく日が近いと思っています。今は液体のものが主流ですけど、練り香水やキャンドル、紙香水とか、いろいろな種類がありますから。

中野 ブレンドによる複雑味も楽しいです。

田代 そうですね。ベース、ミドル、トップと香りは変化していきますから、それを見越してこの香りを入れていこうなどと緻密に計算して作られていますからね。

中野 香りの効果はまだ科学的には証明されていませんが、無限大の可能性を秘めていると思います。

田代 ウオモ世代の男性には、今からすぐ使いこなしていただきたいですね。香りはニオイ消しではなく、ライフスタイルのすべてを豊かにするものなんです。

中野 香りで自分らしさを演出してみたいですね。

香水のエキスパートが伝授する、香水の選び方・付き合い方

ブルーベル・ボータ パルフムコンサルタント 小磯良江さん

香水を輸入、販売するブルーベル・ボータ独自の資格、パルフム ソムリエールの創設者。フレグランスに関する知識を備えたエキスパート。



香水に関する知識はゼロ。いったいどうすればいいの？ そんな疑問に香水のプロ、小磯良江さんが大人の香水の選び方と使い方のノウハウを教えてください。「まずは香りの選び方。初心者には女性からも受け入れられやすいユニセックスタイプの柑橘系やアロマティックタイプがおすすすめ。ただしウオモ世代なら、単にさっぱりしているだけでなく、オリエンタル系やスパイシー系の香りの入った少し存在感のある香りを選ぶと素敵ですね。店頭で香りを試す場合は、香水をムエット(試香紙)にワンスプレーして軽く振り、アルコール臭を飛ばしてから、試してください。3種類くらいにしばらく嗅ぎ比べると上手に選べますよ。効率よく選びたいなら、パルフムソムリエールにご相談を。

続いて、つけ方。汗や脂が出やすい胸の中心や背中を避けて、くるぶし、膝の裏側、ウエストライン、手首やひじの内側などに吹きかけてください。オードトワレなら1カ所につきワンスプレーで、2〜3カ所に。香りは3〜4時間で消えてしまうので、香水を会社のデスクに忍ばせておいて、夕方つけ直ししましょう。

香水は気分を切り替えるスイッチです。朝と夜、平日と週末などオンオフだけでなく、会議の前に気合を入れたとき、ゆつくり休養をとりたいときなど、シチュエーションに合わせて使い分けると香りの楽しみはどんどん広がります。「香水はコレ」と決めている人も、2本目、3本目を選んでみてはいかが？