

心を動かす香りの力

再びのフレグランス道

フレグランスの世界は、大転換期を迎えている。ここをどう存続しようか？。誰かのための香り。から、自分の心を動かす香りへ。幅広く、また奥深く広がった香りのなかから、この春、自分自身を変えよう一本を見つけてください。

取材・大塚誠一(2020年12月) 編集・大塚誠一(2020年12月)

フレグランス、
6つの新潮流

1 私たちの心に寄り添う日本発の香り



2 お馴染みブランドのハイエンドライン



3 上質な素材、香り立ちへのこだわり



1 香りのトレンドは欧米から発信されるものというのは過去の話。日本発のブランド、日本人調香師の作る香りが続々と登場しています。和の素材を使い、日本の気候、日本人の感性にフィットする香りは、私たちの心や暮らしにそっと寄り添います。こちらは茶の間と茶室(=日常と上質)を掛け合わせたブランド「サノマ」。日本人グリエイターが日本の感性を生かし、フランス人調香師が調香を担当。ウッディななかにインセンス、レザー、スパイスが香ります。サノマ2-23 胡蝶(オードトワレ) [30ml] 9,900円(サザンパルファムジャパン)

2 私たちのフレグランスヒストリーを彩ってきたお馴染みのブランド。そのハイエンドラインに注目が集まっています。調香師が稀少で上質な原料にこだわり、ブランドの歴史や物語を体現するような香りは、愛着のあるブランドの魂そのもの。ゲランは、2021年に「素材と芸術」を意味する「ラール エラ マティエール」をリブランド。その最新作は、サンテグジュペリの南方への航路にインスピレーションを得た、モロッコ産の稀少なネロリを使った香りです。ラール エラ マティエール ネロリ ブランシェッド [200ml] 70,290円(ゲラン)

作り手はよりこだわりをもち、使い手はより自分らしさを追求する

服飾史家・
中野香織さん
インタビュー

服飾史家の視点で、現代のラグジュアリーを見つめる中野香織さんに、昨今のフレグランス事情についてお話を伺いました。「コロナ禍を経て、フレグランスへの意識が大きく変化したと思います。それを肌で感じるのが、毎年伊勢丹で開催される「サロンド・パルファン」です。最近では若い男性も多く、彼らが自らフレグランスブランドを立ち上げるといった動きも活発で、香りがひとつのホットな市場であることを感じます。同時に、世界的なトレンドとして、コロナ禍による「ウェルネス志向」の高まりが挙げられます。睡眠の質を高めたり、幸福感に働きかけたりと、マイノリティを中心に置いた健康へのアプローチです。

ここで思うのが、香りの歴史的な意義についてです。異性へのアピールなどよりむしろ本来は、宗教的な空間に使われ、そこに入った瞬間に、神への畏怖や敬愛を感じさせるものでした。中世には癒やし効果を発揮する民間療法として用いられたこともあります。「香りをかいた瞬間に空間が変わり、表情が緩む」、そ

6

フレグランスの世界を越える人々の興味は香りそのもののみならず、歴史、風、哲学と深く、広いものです。「メゾン クリヴェリ」のティボー・クリヴェリ氏はその代表的なひとり。彼が旅や日常で得た経験も、フレグランスを通して共有するのがこのブランド。この春発売の新作は、フィヨルドで白夜の日にユリの花に出会った体験をフレグランスに昇華した、ひとときのスモーキーさを極めたユリの花の香りです。メゾン クリヴェリ リス ソラベルグ オードパルファン (100ml) 34,650円 (ブルーベル・ジャパン・香水・化粧品事業本部)

5

アルコールフリー、ヴィーガン、素材のサステナビリティなど、フレグランスにも未来志向の波が訪れています。「エルメティカ」は、アルコールに代わる特許技術と独自の調香技術で、アルコールフリーでありながら持続的な香りを実現。ボトルにはリサイクルガラスを使用するなど環境にも配慮されています。新作は、トンカビーンズの温かさ、バニラビーンズのまろやかさ、ミルクキャラメルを思わせる香りが調りなす甘い記憶の香りです。エルメティカ トンカディ オードパルファン (100ml) 29,700円 (インターモード/川口)

4

今まで「人に対して自分をどう演出するか」を、フレグランス選びの中心に置いてきた方も多はず。それが今、自分のマインドに働きかける香り選びに大きくシフトしています。香りによって、自分自身の心にフォーカスするマインドフルネスな香り、これはその象徴的な存在のひとつです。脳波解析の技術も使い、香りが脳にどう働きかけるかを研究して生まれました。不安や恐れを手放し、自分を解き放つ、自分に自信や力を与える香りです。シンビュルテ シグネチャーパフューム セルフエンパワメント (40ml) 12,500円 (シンビュルテ)

3

ここ数年、素材や調香のクオリティが急激に高まり、フレグランスもアートとも呼べる領域に。例えば、従来はオーダーメイドのみで展開していたものを一般にも販売するようになった「アンリ・ジャック」。アルコール希釈していない「レ・エッセンス」は、1滴で一日中香り、さらにアルコールによる広がりがないため、パーソナルなスペースでのみ品よく香ります。これは、爽やかさの裏に、ムスクの深みがある日本限定の香りです。レ・エッセンス ムスクオイル ロウサンセキパーシュ (15ml) 128,700円 (アンリ・ジャック 直営)

6 作り手の深遠なる思考を感じる香り



5 ヴィーガン、サステナビリティの波



4 誰かのためよりも自分のため



なかののり ● 雑誌「東京」作家、共著「新・ラヴンニアリー」文化がまみ出す経済10の課題 (ウロスメディア・パブリッシング) など著書多数

んな心地よさが自分を癒やし、励まし、隣人に対して優しくさせる。いま求められているのはそんな香りの力で、香水のオリジンに戻りつつあるようにも感じていきます。

そう考えていくと、極端なことを言えば、フレグランスはエモーションに働きかけるような、上質なものしか残らないのではないかと、思うのです。だからこそ、いま改めて自分のために香りを選び直していただきたいのですし、その価値のあるものがたくさん登場しています。例えば、日本発の香りは「婦人画報」の読者の皆様にぜひおすすしたいもの。また、調香師など、香りのバックグラウンドにもご注目を。「フェギア 1833」のジュリアン・ペデルには熱狂的なファンがいますし、「キリアン」のキリアン・ヘネシーはヘネシー家の御曹司という点でも注目を集めるなど、フランスでは調香師は詩人などの芸術家に並ぶ存在として敬意を表されています。ものの背景を知り、作り手のクリエーションに触れる喜びを感じるのには、工芸の世界にも通じる点かもしれません。

また、フレグランスは時代を色濃く反映しています。サステナビリティの視点が生まれ、レザーやタバコ系の香りを女性がつけるジェンダーフリー感覚もすっかり普通のことになりました。香水が古いと、古い人になっってしまう...そんな風に考え、ぜひアップデートしていただきたいのです。これ見よがしに香らせる必要はありません。自分だけに香る、またはハダした後の香りの余韻が美しいくらいに「クワイエットラヴジュアリー」な香らせ方がエレガントです。