
フレグランスのABC

ABC
Fragrance

日本フレグランス協会

Japan Fragrance Association

目次

フレグランスとは	03
言葉の定義	
フレグランス（香水）を楽しむ意義	
香水の歴史	04
アルコールの発見から現代まで	
香水の原料・香料	05
香料とは	香料の分類
天然香料	合成香料
香水の種類	08
賦香率によるフレグランス（香水）の種類	
香り立ち	09
時間による変化	
香水の香調による分類	10
女性用の香調分類	8大ファミリー
男性用の香調分類	6大ファミリー
香水のアート	11
フレグランスがアートと言われる理由	
香水の選び方・楽しみ方	12
お気に入りの一本に出会うために	ギフト
ネーミングとストーリーを知って香りを楽しむ	シーンで楽しむ 他
香水の保存方法	14
香水の使い方	15
一日（24時間）の中で・・・	
知っておきたい名香	17
知っておきたい香りの用語	21

フレグランスとは

言葉の定義

フランス語の“parfums パルファン”、英語の“perfume パフューム”は、ラテン語の“per fumum 煙を通して”を語源としています。太古の時代には芳香の植物・樹脂などを焚き、天に立ち昇る煙を通して神への祈りを捧げました。その後、体の身だしなみやファッションとして香水が使われるようになりました。

香料産業が発達した現代では、食品に使用される香料を“フレーバー”、化粧品や香水に使用される香料を“フレグランス”と呼んでいます。

欧米では香水全般をフレグランス、パルファン、パフュームと呼んでいますが、日本においては、**フレグランス**または**香水**と呼ぶのが適切ではないかと思われます。

そして香料の賦香率による分類で、最も香料の含有が多いものを、“パルファン”“パフューム”と呼びます。

フレグランス（香水）を楽しむ意義

香水は人が生きていくために重要な役割をする、なくてはならないもの。

私たちは無意識の内にそれぞれの“におい”を発信して、人とのコミュニケーションをしています。その“におい”が文化として高められて香水となりました。

フレグランス（香水）は、私たちに次の様なメリットを与えてくれます。

- 身だしなみ

ほのかで清潔感のある香りをつけると周囲に心地良さを与え、職場や家族・友人との間に良好な人間関係が築ける。

- ファッション

洋服・アクセサリ等と共に香りをコーディネートすることにより、おしゃれ・美しさ・個性を表現できる。

- 香りがもたらす心理効果（アロマロジー）

香りによって活発な気分、さわやかな気分、リラックスした気分、ロマンティックな気分を楽しめる。

フレグランス（香水）は目に見えない“香りのアート”。

素晴らしい音楽や絵に心を動かされると同じ様に、素敵な香りの作品にはストーリーがあり、嗅いだ瞬間に心に届き、美しさ、楽しさ、喜び、悲しみ、思い出を感じさせてくれます。

香水は人と人との絆をつくり、心を豊かにし、私たちに楽しい毎日をもたらす素晴らしい商品なのです。

香水の歴史 アルコールの発見以降現代まで

香水の原料である香料を得るための蒸留法は、10世紀にアラビアの医師によって発見されました。また12世紀のイタリアの文献にはブドウ酒からアルコールが作られたと記されています。このアルコールの発見により、後に香料とアルコールを合わせて香水類がつくられるようになりました。

蒸留器



フランスに香水が誕生するのは、16世紀、イタリア・フィレンツェのカトリーヌ・ド・メディチがフランスの王位継承者アンリ2世との結婚のためにフランスへ嫁ぎ、香水の情報を伝えることに始まります。香料のメッカと言われてきた南フランスのグラースですが、カトリーヌは香料植物を育てるのに適した土地としてこの地に植物を栽培させたと伝えられます。

グラースはもともと皮革産業が盛んなところで、皮手袋を作る職人たちは、なめし皮の臭いのマスキングに香料を用いるようになりました。時代が革製品を求めなくなった後は、香料の製法だけが残り、香水産業への転換が図られるようになりました。



南フランス・グラース



グラース全景

時代は下り、19世紀になると天然香料に加え合成香料が発見され、香水専門店が多様な香水を発売していきます。特に合成香料の発達は大量生産を可能にし、香水は見えない宝石として、美しいものを表現するアートとして、特権階級の嗜みとなります。

20世紀初頭にはファッションデザイナーが、ファッションの総仕上げに香水を誕生させ、戦後は多くのファッションブランドが自分たちの成功の証として香水を作りだしてきました。その後も異業種ブランドが香水分野に参入し、現在では数多くのブランドから香水が誕生しています。

近年、香水はファッションとしてだけでなく心理面に及ぼす影響も取り上げられ、香りは脳の命令系統に働きかけて、様々な気分させてくれることも知られるようになってきました。

21世紀に入ってからメゾン系香水と呼ばれる、希少性が高く上質な香料原料を用いたブランドも台頭し、消費者は自分のライフスタイルに合わせた香りを選ぶことができる時代を迎えています。

香水の原料・香料

画家が“色”を組み合わせ、絵を描き、音楽家が“音”を組み合わせ、作曲するのと同じように、香水を創るパフューマーはその元になる“香料”を組み合わせ、香水や化粧品などの香りを創ります。

■香料とは

地球上に存在する有機化合物（炭素原子を含むもの）が200万種類以上存在し、そのうち匂いを有する物質、即ち“匂い物質”は約40万種類存在しているといわれています。

その匂い物質のうち、人間の生活に有効活用されているものを総称して“香料”と呼び、天然と合成を併せて6,000種以上ともいわれています。その中でも汎用的に利用される香料は約500から800種類程度になります。

■香料の分類

香料は大きく天然香料と合成香料に分類されています。

◆天然香料

天然香料には植物から採取される植物性香料と、動物から抽出される動物性香料があります。動物性香料はムスク、シベット、カストリウム、アンバーグリスの4種ですが、ワシントン条約の規制対象になっていることから、現在ムスクとアンバーは代替香料を使用します。

天然物から水蒸気蒸留、圧搾、抽出などの物理・化学的手段により精油（匂い物質）を取り出したものを総称して天然香料といいます。

【香水で使用される代表的な植物性の天然香料】

- 花（ローズ、ジャスミン、ミモザ、イランイラン）
- 葉（パチュリ、ユーカリ）
- 全草（ペパーミント、ゼラニウム、ラベンダー）
- 木（サンダルウッド、セダーウッド、ローズウッド）
- 樹脂（ベンゾイン、ラブダナム）
- 根（ベチバー、イリス）
- 果皮（ベルガモット、レモン、オレンジ）
- 苔（オークモス、モス）
- 種（アニス、カルダモン、コリアンダー）

19世紀に合成香料が発明されるまで香水はすべて天然香料から作られていました。しかし天然香料は、気候による品質・収穫量・価格の不安定さ、安全性・安定性、資源保護などの問題により、合成香料の発達とともに下火となりました。

しかし、現代でも天然香料の持つ自然で奥行きのある神秘的で完成された香りは、香水などの香りを創る調香師たちを魅了してやみません。それゆえ希少性の高い上質の、オーガニックな天然香料を使用して創られる、いわゆるメゾン系香水は、近年の世界的な自然志向に伴って、再び世界市場で注目を浴びています。

代表的な天然香料



ローズ



ジャスミン



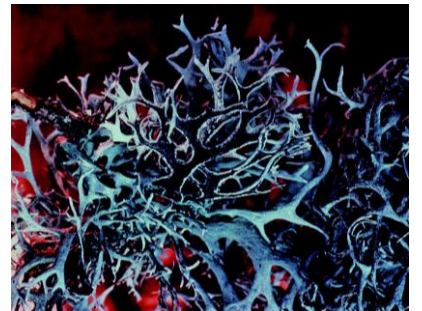
イランイラン



ミモザ



チューベローズ



オークモス



クローブ



ゼラニウム



バニラ



ベルガモット



イリスの根



アンバーgris

◆合成香料

合成香料は単体香料と呼ばれ、天然香料に含まれている成分を単離した単離香料と、石油などを原料に化学工業技術によって合成される合成香料があります。

合成香料は19世紀に発見されました。

合成香料を配合した初めての香水は、ウビガン社の「フジュールロワイヤル」（1882年）です。合成香料クマリンにラベンダーなどを混ぜ合わせた香りは一大旋風を巻き起こし、以後このような香りを“フゼアタイプ”と呼ぶようになりました。今日でもクマリンはフゼアタイプの香水には欠かすことの出来ない香料です。

（※フジュールロワイヤルは現在廃盤となっています）

香水の世界を変革し、近代香水の始まりと言われるゲランの「ジッキー」（1889年）には、1876年に発見されたバニラ様の香気を持つ合成香料バニリンが配合されています。バニリンは21世紀の現在においてもオリエンタルタイプの深みや甘さを表現する上で極めて重要な香料となっています。

合成香料の発明は、近代香水の礎を築いたほか、香水を安定的に、安価に、大量に作ることを可能にしました。これによって、フレグランス市場は飛躍的に発展し、次から次へと新しい香水が発表されるようになりました。

また合成香料の発達により、香水のタイプにバリエーションが増えたほか、天然香料の香りに近いものをより忠実に再現することや、今までにない画期的な香りを創ることができるようになりました。

現在合成香料は、人体や環境に悪影響を与えず安心して使用できるよう、その安全性については厳しい評価基準のもと開発されています。安価で安定的に利用できる合成香料の果たす役割は今後ますます大きくなるといえます。



香水の種類

賦香率フレグランスは主に、香料とアルコールと蒸留水で作られています。その中に含まれる香料の割合が賦香率＜ふこうりつ＞で、高いと持続時間が長く、低いと短くなるのが特徴です。賦香率によって下記の様な種類に分けられます。

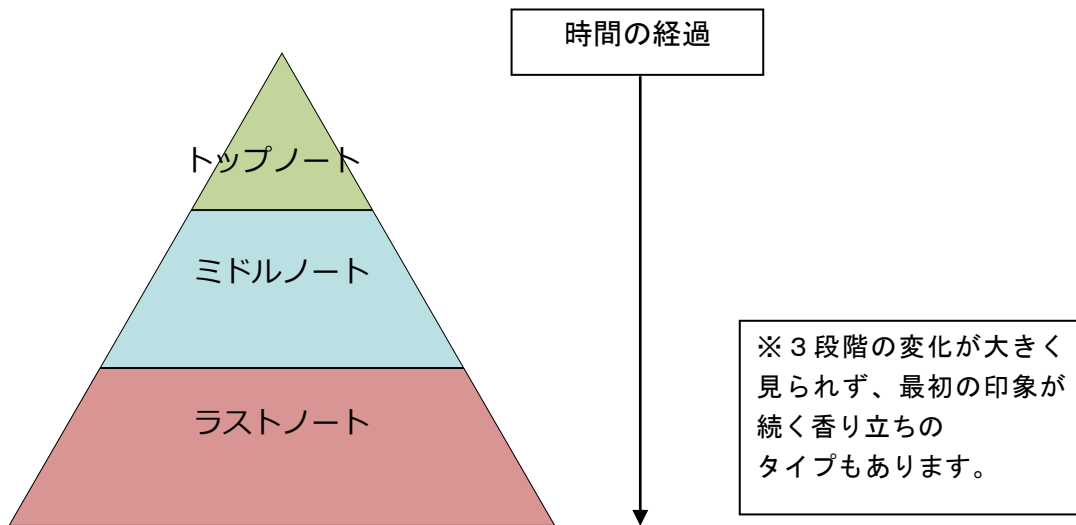
賦香率によるフレグランス（香水）の種類

種類	賦香率 (%)	持続時間	特徴・用途
パルファン ／Parfum／Extrait	15～30	5～7時間	最も豪華で深みがあり、持続時間が長いのが特徴。 フォーマルな席に相応しい格調高いタイプ。 いわゆる日本語で「香水」と呼ばれるもの。
オードパルファン ／Eau de Parfum Esprit de Parfums	8～15	5時間前後	パルファンとオードトワレの中間。 持続力はあるながらオードトワレに近い気軽さで、近年人気が高いタイプ。
オードトワレ ／Eau de Toilette	5～8	3～4時間	カジュアルな感覚で、朝からでも気兼ねなく使える最もポピュラーなタイプ。
オーデコロン ／Eau de Cologne	3～5	1～2時間	オードトワレよりも更にカジュアルだが、最近では少なくなっているタイプ。 ファッション性を追求するよりは、スポーツタイムや湯上り、お休み前などに全身へたっぷり使えるライトな香りで、リフレッシュ効果も得られる。

※ 法律で定められているものではない為、各メーカーによって賦香率の%は違います。
また、種類の表現もメーカーにより違う場合があります。

香り立ち

時間の経過に伴って香りを変化していく状況を「香り立ち」または「匂い立ち」と呼びます。香水ボトルを開けた瞬間、肌に付けた時に感じる印象、そして時間が経つにつれて変化していく様子、もう消えてしまいそうになりながら肌に静かに残っている・・・・・・このように、香りが少しずつ変化をしていくのを経験されたことがあると思います。香水類は何十、何百という数の香料原料を混ぜ合わせて作り、完成された香水は肌に付けた時、揮発度の高いものから低いものへと順に香り立って変化していく特性があります。この変化は大きくトップノート、ミドルノート、ベースノートの三段階に分けられます。



トップノート（ヘッドノート／先立ち）

香りを嗅いだ時に感じる最初の印象。つけてから5～10分位に香る部分で、揮発性の高い香料が感じられます。レモン、ベルガモット、ラベンダー、タイム、アルデヒドなどが主に香ります。

ミドルノート（ハートノート／中立ち）

香りが調合される上で一番の骨格となる部分。つけてから30分～2時間位に香る部分で、パフューマーの表現したいイメージが一番現れています。配合されている全ての香料がバランスよく香る部分です。

ベースノート（ラストノート／後立ち）

香りをつけてから2時間以降、香りが消えるまでの残り香で、自身の肌の上でその人独自の香りとなる部分です。残香性の高いムスク、アンバー、パチュリ、サンダルウッドなどが感じられます。

香水の香調による分類

香調とは・・・

フレグランスは香料会社や化粧品メーカーにより様々な分類の仕方がありますが、日本フレグランス協会ではドイツの香料会社シムライズの分類に基づき、女性用、男性用の香りを区別しています（2013年現在）。

■ 女性用の香調分類 8大ファミリー

ファミリー	特徴と代表作
シトラス	クラシックで伝統的なオーデオロンと同様に、一貫してフレッシュな柑橘系が中心に香る。
グリーン	爽やかでみずみずしい、葉や茎を思わせる香り。
フルーティ	アップルやペア、ピーチ、マンゴなどジューシーなフルーツを思わせる香り。
フローラル	花の香料を特徴的に使用したり、また特定の花のイメージをテーマに作られたりした香り。
フロリエントル	フローラルの背景にオリエンタルノートの甘い要素を持つ香り。
オリエンタル	オリエンタル（中近東）原産のスパイスや動物性香料を思わせるエキゾチックで官能的な香り。
ウッディ	様々な樹木の香りが織り成す、落ち着いた温かみのある香り。
シプレ	シプレはギリシャの“キプロス島”の意味。1917年、コティがこよなく愛したキプロス島の神秘的な雰囲気表現した香水「シプレ」が発表され一世を風靡した。現在この香水は市場には無いが、以後「シプレ」を模した系統をシプレ調と呼ぶ。柑橘系にオークモス（苔）、ウッディ香料などがブレンドされた神秘的な香り。

■ 男性用の香調分類 6大ファミリー

ファミリー	特徴と代表作
シトラス	クラシックで伝統的なオーデオロンと同様に、一貫してフレッシュな柑橘系が中心に香る。
フローラル	花の香料を特徴的に使用したり、また特定の花のイメージをテーマに作られたりした香り。
フゼア	フゼアは“シダ”の意味。最初の合成香料“クマリン”を用いて当時宮廷で流行した植物“シダ”のイメージで大ヒットしたメンズフレグランス「フジュールロワイヤル」。その後このタイプの香りはフゼアタイプと呼ばれるようになった。
ウッディ	様々な樹木の香りが織り成す、落ち着いた温かみのある香り。
オリエンタル	オリエンタル（中近東）原産のスパイスや動物性香料を思わせるエキゾチックで官能的な香り。
シプレ	シプレはギリシャの“キプロス島”の意味。1917年、コティがこよなく愛したキプロス島の神秘的な雰囲気表現した香水「シプレ」が発表され一世を風靡した。現在この香水は市場には無いが、以後「シプレ」を模した系統をシプレ調と呼ぶ。柑橘系にオークモス（苔）、ウッディ香料などがブレンドされた神秘的な香り。

香水のアート

フレグランスがアートと言われる理由

画家が絵画を描くように、作曲家が音楽を創るように、嗅覚を魅了する香水も香りのアーティストが創り出します。香りのアーティストは、調香師、または、パフューマーと呼ばれます。

調香師は数百、数千に及ぶ香料の中から、表現しようと思うコンセプトに合ったものを選び出し、各々の香料の配合比率を決め、処方を作成します。

処方はいわば料理のレシピのようなものです。コンセプトをいかに香りで表現するか、それがアーティストである調香師の創造性。言い換えれば、香水は単に香料を混ぜ合わせたものではなく、アート作品なのです。

香水は液体なので、自ずとそれを入れるボトルが必要となります。そして、ボトルもコンセプトを表現するもの、アートの一部です。どのようなボトルに入れるか、ラベルはどんなデザインにするか、パッケージはどうするか。

目に見えない香りを視覚的に表現するこれらのものは、コンセプトを表現する作品の一部として、香りそのものと同様に香水には欠かせない存在です。

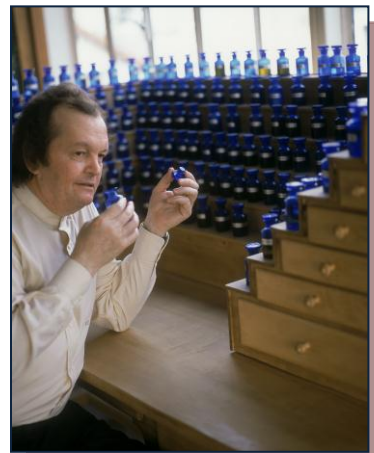
そして、ネーミング。

香水のネーミングは、作品の象徴とも言える大切な要素です。

名香と言われている香水は、そのいずれもがアートとしての魅力があり、見るもの、そして嗅ぐものを魅了します。

香水が語りかけてくるストーリーを嗅覚で感じつつ、ボトルやパッケージを視覚で楽しみ、そして、ネーミングに込められた意味に思いを馳せてみて下さい。

その香水の持つアートの世界が広がり、それは音楽や絵画などと同じように私たちの生活をより豊かなものにしてくれます。



香水の選び方、楽しみ方

■お気に入りの一本に出会うために！

男性も女性も第一に自分のお気に入りの一本を探しましょう。どんな自分になりたいかをイメージしてみてください。香りは色や形がなく目に見えないので、自由に冒険して、なりたい自分の魅力の幅を広げてください。そのためにはまず香水売り場でのアドバイザーに、なりたい自分の希望を話してください。香りイメージチェンジをしたい、彼女にプレゼントしたい、オフィスで好感を持ってもらいたい、等々。自分の趣味やこだわりの物を伝える、好きな花の名前を伝える、それだけでも、フレグランスアドバイザーはいくつかの候補を提案してくれます。

ムエット（試香紙）にいくつか（3～5種類位が適当）気になる香りをつけてもらいアルコールを飛ばしてから（約1分以上待って）チェックしましょう。気になる香りをみつけたら自分の肌につけて、実際にどう自分が香るかを確認します。手首の脈打つところや腕の内側などに一拭きしてもらい、時間の経過と共にどう変化するかを確かめてください。

香りは天然香料と合成香料で出来ています。合成香料は変化しませんが、天然香料はその香りを付ける人のコンディションや体温、また季節によって多少変化します。体温が比較的高い人は香料が広がりやすく、低温の人は広がりにくいということがあります。また体調が良くない時はなるべく避けた方が良くもかもしれません。

■ギフト

贈りたい方のライフスタイルを頭に浮かべてみてください。香りは身だしなみという重要な役目もありますが、意外性とロマンティックな想いを感じさせるものなので、あまり堅苦しく考えない方が良いでしょう。

例えば贈る相手が職場のポストで男性ならば落ち着いたウッディやフゼア系、スポーツ好きならばシトラスやマリン又はアクア（水のように爽やかで瑞々しい香り）がふさわしいでしょう。

女性ならばその方のライフスタイルに合わせて日常的に愛用出来るフローラルのファミリーから選ばれるのが良いかもしれません。でも親しい間柄でしたらその方のイメージに合わせて選ぶのがおすすめです。贈る方のこだわりが見えてこそ素敵なギフトなのでから。

自分の香りを選ぶ時と同じように、贈る相手の方の趣味や好きな色、ライフスタイルなどを参考にしてみましょう。

■香水のネーミングとストーリーを知って香りを深く楽しむ

香水はアロマの精油と違います。花や草木の名前が付いている香りもありますが、すべての香水は様々な香料が調合されたもので、その創作された香りは創作上のアートなのです。

香水によってネーミングが抽象的でイメージの世界を語っているものがあります。ワインと同じように、選んだ香水のストーリー、誕生した年代やネーミングの意味などを語るのも、会話が楽しめます。ギフトへの言葉に香水ストーリーを添えて差し上げたらさらに印象的な贈り物になるでしょう。特に男性から女性へ贈る香水への演出にお勧めです。

■シーンで楽しむ

オフィスでは身も心もきりっとした香りがふさわしいでしょう。フレッシュな印象を与えるグリーンやフレッシュフローラル系、男性もグリーンやシトラス、落ち着いたフゼアやウッディの軽い香りが似合います。シトラス系やミントスパイス系の香りは、目覚めに良いので二日酔いの朝にすっきりとした気分になります。

友人同士でのディナーや、結婚式、お祝い事など華やかな場面では、フローラルブーケやフロリエントル、オリエンタル系などが一層エレガントさを盛り上げてくれます。オードトワレよりワンランク上のオードパルファンを選ぶのもおすすめです。男性の場合は自信と落ち着きを感じさせるフゼア、ウッディ、スパイシィ系など正統派の香りが品格を感じさせます。

カジュアルな集まりや女性同士でショッピングなどの時は、元気な明るい気分を誘う、フルーティでジューシーな香りが似合いそうです。男性の場合はマリンやシトラスなど、スポーティーで清々しい香りがふさわしいでしょう。

休日は思いきって周りを気にしないで好きな香水を好きなだけ楽しんでください。実は本来香水の楽しみ方にルールはありません。日本では香水を愛用する人が欧米より少なく香りに馴れていない人も多いため、周囲を考えて少しだけ香りの使い方や量に注意を払ったほうが良い時もあるという程度です。基本は好きな香水を好きなだけ楽しんで下さい。

一日頑張った自分にご褒美の香りを！

ユニセックスの香りやグリーン、ウッディ、グリーンティーなど、また安らぎを感じさせる香木の香りが入った香水がふさわしいでしょう。お休みの前のひととき、一日の慌ただしかった時間をリセットしてくれます。

■季節感を楽しむ

女性の香り

春：チェリーやフリージア、ジャスミンなどの花束の香り <爽やか>

夏：シトラス系やマリン、ガーデニアなどの香り <涼やか>

秋：ローズやカーネーションなどの、フローラルブーケやフルーツ系などの香り<ファッショナブル>

冬：ローズを主としたフローラルブーケやバニラ、ホワイトムスク、ウッディ<暖かみ>

男性の香り

春：シトラス系やグリーン系の香り <フレッシュ>

夏：アクア系やマリン系の香り <アクティブ>

秋：ハーブやスパイス系の香り <個性的>

冬：ムスクやモス（苔）、シダなどの香り <温かみ>

■女性にとって男性用の香水も時にはお洒落

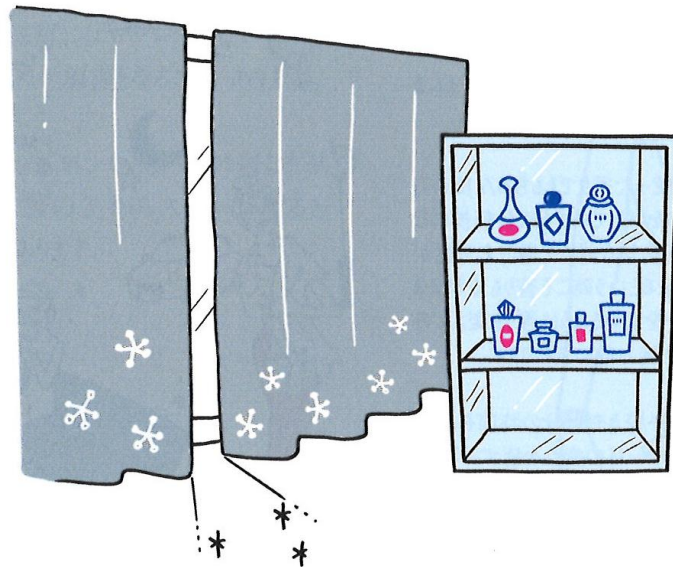
男性用の香水も爽やかな印象のものからセクシーな魅力を与える個性的なものまでさまざまです。特にビジネスシーンでは時として男性用の香りのほうインパクトが強く元気が出る場合があります。ただ男性用だからと言って軽やかな香りばかりとは限りません。基本的に男性用の香水は男性が使った時に全ての香料が生きるように創作されています。

香水は好きなものを好きなだけ楽しむものなので、女性が男性用を愛用するのも、また、その逆も、時には個性的で現代的な使い方でしょう。

香水の保存法

一度開封した香水は1～2年以内に使用するのが目安ですが、なるべく良い状態で品質が維持できるように保存します。

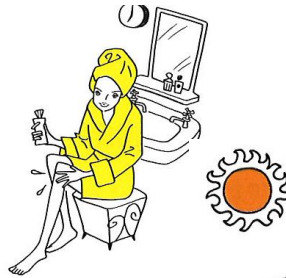
- ◆直射日光、極度の高温・低温・湿度の高い所を避けて、保存してください。
- ◆キャップをきちんと閉めておきましょう。スプレー部分を拭いておくとノズルの詰まりも防止できます。
- ◆使用頻度が低いものはキャップをきちんと閉めてパッケージボックスに入れ、環境変化の少ない冷暗所に置いておくのが良いでしょう。
- ◆もし香水類の色が濃くなるなど変色している場合は、香りの劣化も考えられます。そのまま肌に付けるとトラブルが起きることもあるので注意しましょう。



香水の使い方

一日（24時間）の中で、香水の使い方を考えてみましょう。

7:00a.m. 朝シャワーを浴びたらたっぷりと両手にオーデオロンをとってパシャパシャと体にたたくように使いましょう。アルコールの爽快感と柑橘系の香りが朝の気持ちよい目覚めをうながしてくれます。（オーデオロンのほどんどにはトップノートに柑橘系が調合されています。）



8:00a.m. お出かけ前の1時間、デイトイムの香りはオードトワレで仕上げましょう。香りはつけてから30分から1時間後が最も良いバランスで香るように来ています。洋服を着る前やメイクの前に、肩、ウエスト、膝や太ももの内側など肌に直接つけてください。そうすることによって香りが肌の上でまろやかになり、ほのかで雰囲気のある印象を生むことができます。



10:00a.m. 気がついたらほんの少し膝の内側などに付け足してください。付け足すことによって持続効果が期待できます。男性の場合も衣服の中、ズボンの裾にスプレーしましょう。



3:00p.m. 仕事も一段落したら香りもリタッチの時間です。ちょうど気分や体力的にも疲れを感じる時間帯なので気分を一新するためにも香りでもリフレッシュしましょう。会議などの眠気も防げるかもしれません。

6:00p.m. デイトイムに使った香りでももちろん良いのですが、思いきって違う香りを試してみても気分転換になるでしょう。特に素敵な夜を大切な誰かと過ごす予定がある時や、友人同士で集まるという時こそ香りも着替えましょう。女性はアクセサリーを変えるように香りも変えてみましょう。自分自身の気分も魅力的に変わります。

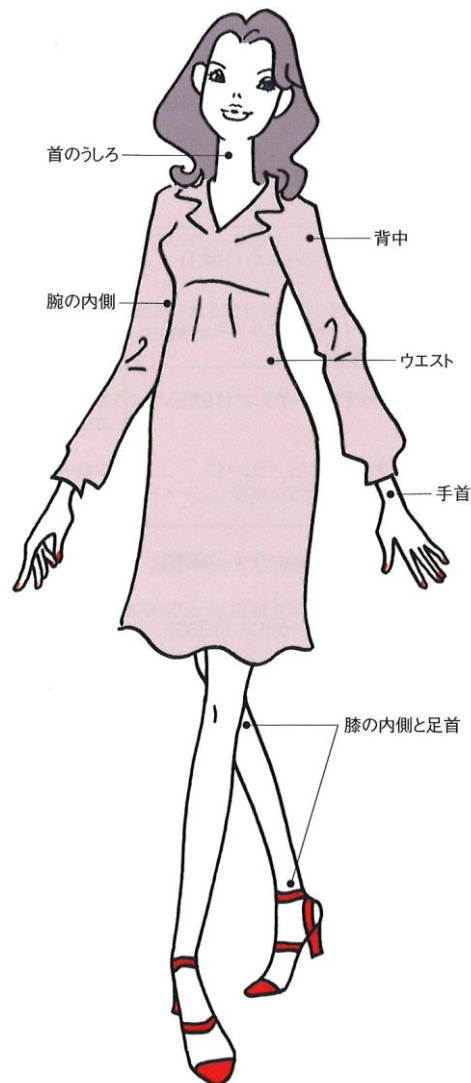


23:00p.m. お休み前のひとときや自分の時間を大切にしたいものです。そんな時は一日の疲れを癒すような香りで一日を締めくくりにしましょう。特にゆっくりとしたバスタイムの後は、女性はボディクリームやボディローションの香りを楽しみながら、男性なら落ち着きのあるウッディやハーブ系の香りで、体も心も癒してあげましょう。



香水はその人独自の魅力的なライフスタイルや価値観、美意識を“表現”するものです。ですから本来は香り選びも使い方も自由です。それでも使い方には注意が必要です。

- ◆なるべく香水を控えた方が良いという時があります。
お見舞い、弔事、香道のお席、茶道や華道のお稽古事や、和食のレストランなど。
- ◆日中、人と会う時は、耳元や首周りよりも胸より下に香水をスプレーしてください。
胸元があいた服が多い女性の場合は特に気をつけてください。
相手の鼻に近い場所は、香りが強い印象を与え、ともすると不快感を与えかねません。
- ◆紫外線が当たる肌にはスプレーしないでください。香料がシミの原因となることがあります。
- ◆ジャケットの裏、ズボンやスカートの裾などを除いては、洋服の上からスプレーするとシミになることがあります。



基本的に胸より下のほうが上品に香ります。
衣類はなるべく避けてください。男性も同じです。

知っておきたい名香

時代を超えて愛され続けている香水たち

年代	香 水	香りの特徴
1910	ナルシス・ノワール / キャロン (1911)	「黒水仙」の意味を持つキャロン初の香水。幻想的な花々と白檀の神秘的な香り。
	ミツコ / ゲラン (1919)	「ラ・バタイユ」のヒロイン、ミツコをイメージした香り。気品に満ちた神秘的な香り。
1920	No. 5 / シャネル (1921)	フローラルアルデヒドが特徴的な香り。ほのかに女らしさが漂う贅沢な花のブーケの香り。
	ニュイ・ド・ノエル / キャロン (1922)	「クリスマスの夜に」の意味を持つ、ジャスミンやイランイランを用いたロマンチックな香り。
	シャリマー / ゲラン (1925)	サンスクリット語で「愛の神殿」という意味を持つ、世界で初めてのオリエンタル系フレグランス。
1930	アルページュ / ランバン (1927)	フローラルの中に柔らかさ、優しさ、広がりを持たせたモダンな香り。
	ジョイ / ジャンパトゥ (1930)	高価で品質の良いフランス産の天然のジャスミンとローズを多く使用した香り。
1940	夜間飛行 / ゲラン (1933)	小説「夜間飛行」へのオマージュ。毎日を冒険するように生きる魅力的な女性をイメージ。
	ミスディオール / クリスチャン・ディオール (1947)	クラシカルで気品高い洗練された香り。ディオールが描いた香りのオートクチュール。
1950	レールデュタン / ニナ リッチ (1948)	カーネーションのスパイシーな香りが特徴。「平和と愛と美」がテーマ。
	ディオリッシモ / クリスチャン・ディオール (1955)	鈴蘭をテーマとした香り。可憐で清楚な香りは永遠の女性らしさを表現しています。
1960	カレーシュ / エルメス (1961)	永遠の女性らしさのシンボルといえるクラシックなスタイルの、エルメス初の女性用フレグランス。
	アラミス / アラミス (1964)	世界初の総合男性化粧品として発売。温かく男性的なセンシュアリティに溢れた「レザリー シプレー」の香り。
	オーソパージュ / クリスチャン・ディオール (1966)	「野生の水」の意。メンズフレグランスの火付け役。洗練された都会的な印象。

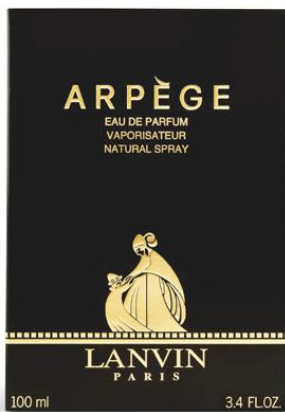
年代	香 水	香りの特徴
1970	<p>No. 19/ シャネル (1970)</p> <p>パコ・ラバンヌ プールオム / パコ・ラバンヌ (1973)</p> <p>オピウム / イヴ・サンローラン (1977)</p> <p>オー ドランジュ ヴェルト / エルメス (1979)</p>	<p>軽やかなグリーン調で爽やかさ瑞々しさ、葉をかみ締めたような苦さを合わせもつ。</p> <p>「朝露に濡れた松林のかぐわしさ」からヒントを得て作成されたフレッシュな香り。</p> <p>「阿片」の意。エキゾチックでスパイシーな香り。「印籠」をモチーフとしたボトル。</p> <p>オレンジやレモンが茂る清涼感あふれる庭を思わせるその名のとおり、爽快感と瑞々しさをテーマにした香り。</p>
1980	<p>オンブル ローズ オリジナル / ジャン-シャルル ブロッソー (1981)</p> <p>パリ/ イヴ・サンローラン (1983)</p> <p>ココ / シャネル (1984)</p> <p>クールウォーター / ダビドフ (1986)</p> <p>エタニティ / カルバン クライン (1988)</p> <p>サムサラ / ゲラン (1989)</p>	<p>シンプルでありながら優雅でクラシック。パウダリーな華やかさと温かさを感じる香り。</p> <p>サンローランの愛する街パリをイメージ。華やかで気品のある魅惑的な香り。</p> <p>官能とバロックを表現した香り。暖かみをたたえた官能的なフレグランス。</p> <p>波に触れた瞬間の最高の気分！のように爽快なエクスタシーを感じる清々しい香り。</p> <p>「永遠に続く愛」の意。時代に左右されない品格とモダンなスタイルを併せ持つ香り。</p> <p>「輪廻」の意。ジャスミンの官能と白檀の温かさの絶妙なハーモニーから誕生。</p>
1990	<p>トレゾア / ランコム (1990)</p> <p>ロードウ イッセイ / イッセイ ミヤケ (1992)</p> <p>オ・パフメ オーテヴェール / ブルガリ (1992)</p> <p>シーケーワン / カルバン クライン (1994)</p> <p>ブルガリ プールオム / ブルガリ (1995)</p>	<p>ローズやフルーツが配合された華やかで気品ある香り。思わず抱きしめたくなる香り。</p> <p>水をテーマとしたイッセイ初の香水。マリンオゾンノートの火付け役の香り。</p> <p>茶の文化から誕生。東洋と西洋の香りが融合されたブルガリ初の香り。</p> <p>シンプルな柑橘系の香りは男女問わず使用できるカジュアルに楽しめる香り。</p> <p>上品で洗練された優雅なダージリンティーの心地良い香り。男性の魅力を際立たせる香り。</p>



ナルシス・ノワール / キャロン



ニューイ・ド・ノエル / キャロン



アルページュ / ランバン



レールデュタン / ニナ リッチ



パコ・ラバンヌ プールオム /
パコ・ラバンヌ



オンブルローズ オリジナル /
ジャン-シャルル ブロツソー



クールウォーター / ダビドフ



エタニティ / カルバン クライン



ロードウ イッセイ / イッセイ ミヤケ



オ・パフメ オーテヴェール / ブルガリ



シーケーワン / カルバン クライン



ブルガリ プールオム / ブルガリ

知っておきたい香水の用語

専門用語	意味
ムエット	フレグランスを試す時に用いる試香紙のこと。プロッターとも呼ぶ。
プロッター	フレグランスを試す時に用いる試香紙のこと。ムエットとも呼ぶ。
テスター	販売する商品ではなく、店頭で香りを試すために設置されるもの。
ダミー	販売する商品ではなく、店頭で陳列するためのもの。
スパチュラ	ボックスを開ける時に用いたり、ボディクリームをすくい取る時に使用するヘラ。
テストイング	香りを試すこと。肌につけてテストイングする場合は手首につけるのが一般的。
テクスチャー	感触のこと。
チューブサンプル	小さな瓶に入ったフレグランスの試供品。
バイアルサンプル	小さな瓶に入ったフレグランスの試供品。
サシェ	フランス語で小さな袋の意味。ボディローションやシャワージェルの試供品が入った袋状のサンプルを指す。
GWP	「Gift With Purchase」の略。購入品に付くギフト、景品の意味。
ショッパ	ショッピングバッグの略。紙袋のこと。
DM	ダイレクトメールの略。新製品や企画商品の発売などの情報をお知らせするために送る手紙やハガキのこと。
コフレ	フランス語で小箱の意味。一般的に、箱やポーチの中にセットされて入った商品のことを指す。
アトマイザー	携帯に用いる香水入れ。
タッチアップ	販売員がお客様に実際につけて差し上げる行為のこと。
ハンドアウト	ムエットやパンフレットをお客様に配布すること。
サンプリング	ムエットやパンフレットをお客様に配布すること。または、サンプルを配布すること。
名香	時代を超越し、たくさんの人々に愛され続け、存在そのものが価値を持つ香水のこと。
FIFI賞	「FIFI Awards」=フィフィ賞。1972年に創設。アメリカのフレグランス財団が、その年に発表された香水の中で最も優れたものに与える賞で「香水のアカデミー賞」と言われている。
プール ファム	女性用の意味=For women
プール オム	男性用の意味=For men
ユニセックス	男女兼用の意味。

* “Fifi”賞の名称は2013年6月に The Fragrance Foundation Award と改名された。

「フレグランスのABC」は、日本フレグランス協会による
フレグランス（香水）の基礎知識についてのガイドラインです。

フレグランス（香水）は、人間の感情に訴える
目で見ることができない香りの製品であるため
すべての人に通用する完全な規格・規制があるわけではありません。

しかしフレグランス（香水）の初心者にとっては、ある程度のガイドラインをもとに
この素晴らしい世界に入っていくことができるでしょう。

このガイドラインが、一般消費者をはじめ、企業、フレグランスの販売や
ジャーナリズムに携わる方々への補助となり
フレグランス（香水）への理解を深めることに少しでも役に立つことを願います。

◎

「フレグランスのABC」は、日本フレグランス協会の常任講師である
中田邦子と山田麻穂、およびフレグランス評論家 平田幸子が中心となって
原案を作成し、全国のフレグランス教室やサロンの主宰者の
意見を加味して編集されました。