

「誕生30周年を迎えた2つのフレグランス」

平野佐和 会員

2022年という年は、新作よりもむしろ過去に発売されていたフレグランスの魅力を再認識する機会に恵まれました。その中で、30年前の1992年に誕生し、当時から続く社会背景のもとで現在も普遍的な価値を感じさせる2つのフレグランスについて記します。両者ともに、30周年記念ヴィジュアルが制作されたという事実は、これからもメッセージを発信し続けようとする姿勢を表明しているかのようです。

L'EAU D'ISSEY (ロードゥ イッセイ)

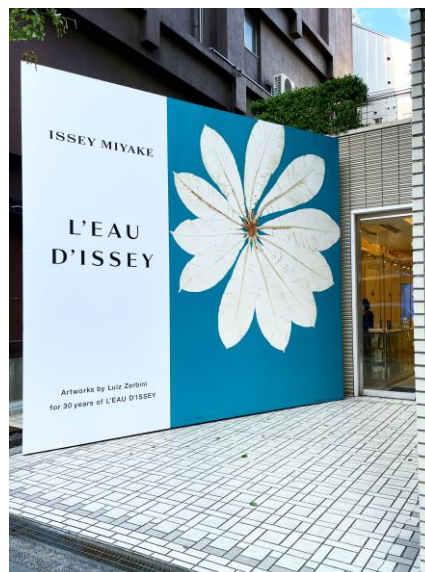
2022年8月5日。デザイナー、三宅一生氏の訃報を知りました。追悼の気持ちから「イッセイミヤケ」のフレグランスを求めて青山の店舗に向かいました。夏の疲れを癒すような新作の香りに惹かれる一方で、1992年発売「L'EAU D'ISSEY」を再び試香。ブランド初のこの香りを、私は発売直後に愛用していたのです。当時同様、独特の透明感やしなやかな気品を感じ、その年の秋に再び入手しました。



L'EAU D'ISSEY (ロードゥ イッセイ)
30周年記念 パッケージ

誕生30周年の節目に、パッケージのスリーブに用いられたヴィジュアルを表現したのは、ブラジル人アーティストのLuiz Zerbini(ルイス・ゼルビーニ)氏。みずみずしい植物の生命力が描かれています。

発売当初のパッケージはMIYAKE DESIGN STUDIO official site に、Irving Penn(アーヴィング・ペン)氏が撮影した写真が掲載され、香りとボトルのデザインについて説明されています。



イッセイミヤケ青山店前のポスター
(2022年11月撮影)

服飾専門学校の語学講師である私は、視覚と聴覚を駆使する授業90分の間で、香りによる数分のリフレッシュタイムを設けています。主に服飾ブランドのフレグランスの中から、私が20代前後の人達に紹介したいと思うものを染み込ませた試香紙を配布、特に言葉による感想は求めません。香りのみを自由に感じるひとときも必要かと、最初は香水名もブランド名も伝えず、後で説明する場合があります。

「L'EAU D'ISSEY」を試香紙で試した学生からは好印象という反応が多く、これが30年前に発売されたという事実への驚きの声もありました。現在も入手可能と知り、私が手渡したボトルから腕に香りを纏い、喜んだ男子学生もいたのです。身近な知人で香水が好きな30歳の女性に、この香りの名称を伝えずに印象を尋ねると、「清楚」「女性らしい甘さ」「毎日つけたい」といった回答を得ました。

「L'EAU (水)」という、いかなる時にも人間に必要な不可欠なものを香水名に掲げた三宅一生氏。『タイム』誌は、かつて彼を「不屈の現代主義者、断固たる国際主義者」と呼び、ファッション業界では、ファッションのルールブックを書き換えた実験主義者と評しました。

中村祥二氏の著書によると、「イッセイミヤケ」初の香水のコンセプトとして三宅氏から出された言葉の一つが「Contemporary(現代の)」であったそうです。

Féminité du bois(フェミニテデュボワ)

2022年晩秋。知人で美術系大学に通う20代女性にウッディ調の香りが好きなのでお勧めはないかと尋ねられ、数種類を紹介する機会がありました。その際私自身もウッディ調の香りを以前から愛用していたと再認識し、そのきっかけとなったのはいつ頃だったろうかと考えたのです。思い起こしたフレグランスの名は「Féminité du bois」。直訳すると「木のフェミニティ(女性らしさ)」。誕生年は1992年です。



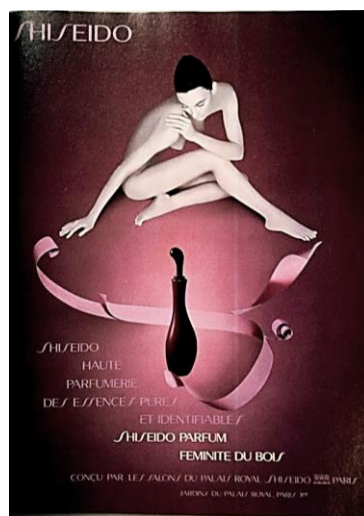
Féminité du bois (フェミニテデュボワ)
30周年リミテッドボトル

早速調べると、30周年リミテッドエディションのボトルで販売されていることがわかりました。銀座の SHISEIDO THE STORE 2階で試香し、このボトルを入手。初めて試した時に感じた、滑らかなアトラスシダーの温もりがスパイシーに香る印象が蘇り、改めてその奥深さを実感します。私の初めての試香は2011年。1992年にパリで発売され、日本の資生堂ザ・ギンザで入手可能となったのが2009年です。



Féminité du bois (フェミニテデュボワ)
日本で発売された当時のボトル

フランスの雑誌『VOTRE BEAUTÉ』に、パリ発売時の広告が掲載された頃から、私はそのボトルとヴィジュアルに注目していました。1980年から資生堂のイメージクリエイターをつとめ、海外イメージ戦略とヴィジュアルアイデンティティの責任者となったアーティスト、セルジュ・ルタンス氏によるものです。彼によってコンセプトが考案された香りは、調香師のクリストファー・シェルドレイク氏により作られました。



『VOTRE BEAUTÉ』1992年11月号より

調香師、新聞美也氏の著書『アロマ調香レッスン』中の「名香を手本にする」で「フェミニテデュボワ」が紹介され、その冒頭で「女性向けに作られた最初のウッディタイプ」と記されています。この香りを説明する「セルジュ・ルタンス」の site にも「さまざまなルールやジェンダーの枠を超える大胆さのシンボルとなり、香りの世界に新たな道が切り開かれたことを告げていました」と説明されています。

現在は香水ブランド、「セルジュ・ルタンズ」の1点である「フェミニテデュボワ」。最初は資生堂ブランドの香水でした。パリの人々に日本の風土を彷彿とさせつつも際立つ新しさを伝えようとする想いは、当初の曲線的なボトルにも表現されているように感じます。セルジュ・ルタンズ氏は調香師と共に宿泊するホテルにシダーウッドを運ばせ、この香りに抱かれるように眠りにつき、香りのイメージを共有したそうです。

今も求められる香りの背景

「ロードゥ イッセイ」は、香料会社のシムライズ社による香水系統図の説明では、トレンドセッター(流行を創り出した新しい香り)と評されたそうです。1980年代のフレグランス界では濃厚なオリエンタルタイプ等が主流でしたが、環境保護への関心が育ち始めた90年代初頭、自然美の本質を追求する三宅氏のコンセプトに基づいて作られた香りは、香水の概念をより自由に、新鮮な存在へと広げたように感じます。

「フェミニテデュボワ」は、1992年にパリのパレ・ロワイヤルに資生堂が開いた香水専門店で取り扱われました。女性用香水と男性用香水の差がなくなり始めた90年代、男性向けの香りが主流であったウッディタイプに女性向けのものが登場したことはまさにタイムリー。「大人っぽい女性」「男の人でも良さそう」、これらは初めてこの香りを試した30歳の女性から得られた感想の一部です。今も求められる香りの背景を感じさせます。

参考文献

- 1) MIYAKE DESIGN STUDIO 『ISSEY MIYAKE PARFUMS』
<https://mds.isseymiyake.com/mds/jp/product/>
- 2) isseymiyake.com 『L'EAU D'ISSEY 誕生 30 周年』 ISSEY MIYAKE PARFUMS 2022.10.19
<https://www.isseymiyake.com/blogs/news/9886>
- 3) リンダ・ワトソン、河村めぐみ(訳) 『世界ファッション・デザイナー名鑑 FASHION VISIONARIES』 スペースシャワーボックス 2015
- 4) 中村祥二 『調香師の手帖 香りの世界をさぐる』 朝日新聞出版 1989
- 5) SERGE LUTENS 『フェミニテデュボワ 30 周年リミテッドエディション／木のフェミニティ』 2022.3.21
https://www.sergelutens.jp/ja_JP/more-story-3-16.html
- 6) SAWAROMA 『祝 30 年・Féminité du bois / Serge Lutens から漂う、濃密なスパイシーウッドの香り』
<http://sawaroma.blogspot.com/2022/12/30feminite-du-bois-serge-lutens.html?m=0>
- 7) 『VOTRE BEAUTÉ』 VOTRE BEAUTÉ S.A.S. 1992年11月号
- 8) 『資生堂ものがたり 資生堂企業資料館収蔵品カタログ』3 資生堂企業資料館 1995
- 9) 『香水瓶の世紀』資生堂アートハウス 2015
- 10) 新聞美也 『新版 アロマ調香レッスン』原書房 2021
- 11) 新聞美也 『香水のゴールドルール』原書房 2010
- 12) ロジャ・ダブ、新聞美也(監修) 『フォトグラフィー 香水の歴史』原書房 2010

平野佐和 (Sawa HIRANO) プロフィール

・プランナー

・文化服装学院講師

<http://www.sawa-hirano.com>