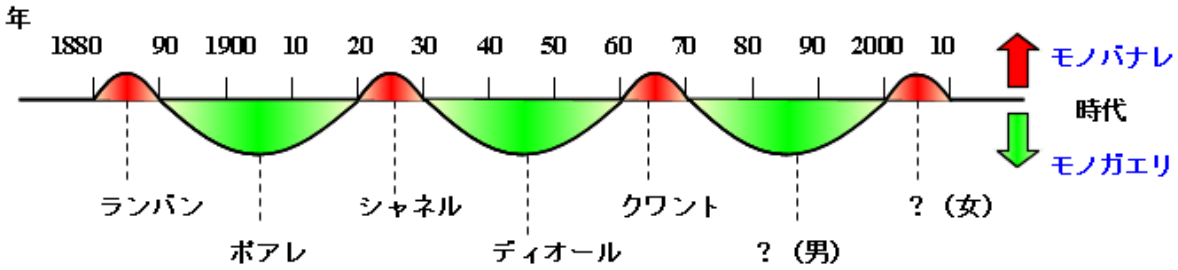
香楽（こうがく）の時間　・・・音を楽しむのが音楽、香りは香楽・・・

（4）香りの流行

宮本悦也さんは 1972 年に出版した「流行学」のなかで、文化現象の本質は 40 年サイクルで変化すると述べています。 流行に法則があるという論文は珍しいので私はたいへん興味をもちました。 先ずはその 40 年サイクルというものを紹介しておきましょう。 40 年が何のサイクルかといいますと、“モノバナレ“と”モノガエリ”のくりかえしのサイクルということです。 “モノバナレ”とは古いルールを破壊して新しい美的尺度などが創造されることで、”モノガエリ“とは革命的な新しい概念が洗練され定着することを意味します。 図-1をご覧ください。

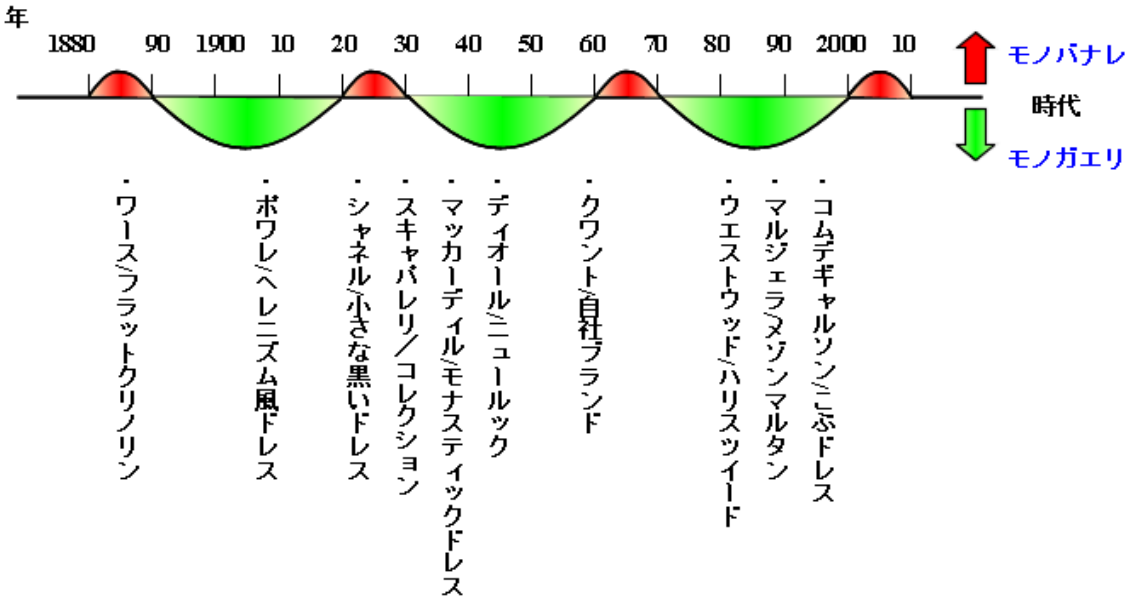
図１　欧米における女性服飾の 40 年周期



これは 40 年サイクルを欧米の服飾の流行で検証しようとしたものです。 赤で塗った 1880 年～1890 年、次が 1920 年～1930 年、さらに 1960 年～1970 年、そして 2000 年～2010 年の核 10 年が”モノバナレ“の時代、それ以外の緑の 30 年が”モノガエリ“の時代です。 そして”モノバナレ“の時代にはシャネルやマリー・クワントの斬新なデザインが流行したこと、”モノガエリ“の時代にはポール・ポワレやクリスチャン・ディオールが、そのエレガントなスタイルにより、流行の寵児になったことを示しています。 この本が出されたのが 1972 年ですから、それ以降は彼の予測ですが、”モノガエリ”の頂点である 1985 年代にはエレガンスのデザイナーが、2000 年からの“モノバナレ”の時代には新しいカジュアルのデザインナーが登場するであろうと予言しています。

今は 2009 年ですから彼の予言が正しかったかどうかわかるはずです。 残念ながら私は服飾デザインやその流行に詳しくありません。 そこで、成実弘至さんの「20 世紀ファッションの文化史」を読み、書かれている、時代をつくった 10 人をあてはめてみました。 図-2がそれです。

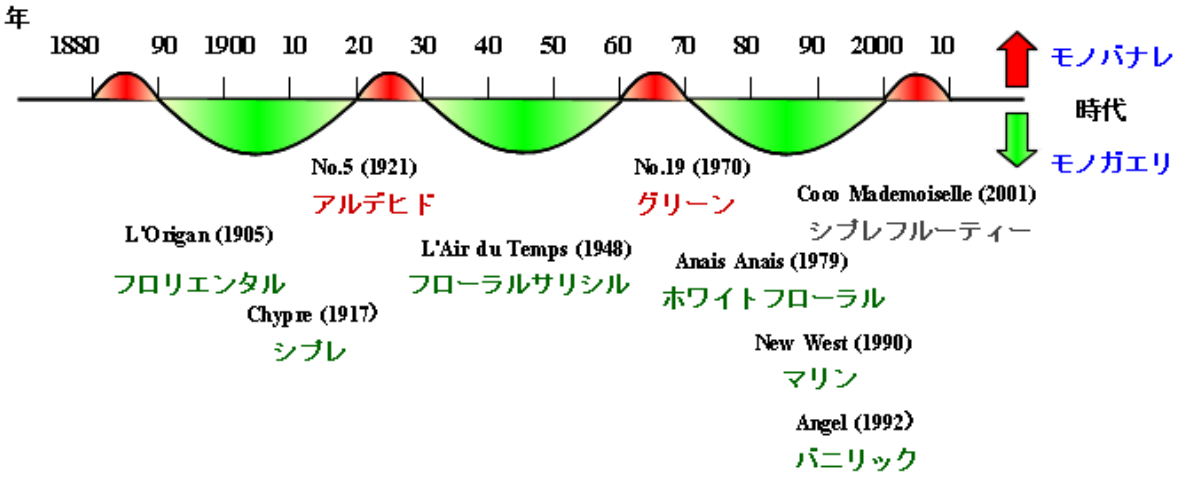
図2　20 世紀ファッションの文化史と 40 年周期



これによれば最初の“モノバナレ”時代のデザイナーとして、宮本さんはランバンをあげていますが、これはワースかもしれません。 次のシャネル、その次のクワントは符号していて問題はないようです。 宮元さんが予言している 2000 年からの“モノバナレ“期に脚光をあびる女性デザイナーはだれでしょうか。 もしかしたらコムデギャルソンの川久保玲あたりになるのかもしれません。 “モノガエリ“時代をみてみましょう。 ポワレ、ディオールは符号しています。では 80 年代にブレイクしたのはだれだったのでしょう。 ウエストウッドでしょうか、あるいは高田、三宅、山本などの日本人デザイナーがくるのかもしれません。

さて本題の香りの流行です。 香水の世界はデザイナーブランドの香水だけではありませんが、大きなウエイトを持っているのも事実です。 そこで服飾の流行に対比させて見るのは面白いのではと思いました。 図-3に調香技術として創造性があり、それだけでなくよく売れ、従って類似タイプの香水がたくさんつくられた代表香水を年表においてみました。

図３　香水流行と 40 年周期



“モノバナレ”時代のシャネル No.5 はアルデヒドを使った斬新な調香であったし、グリーン調香水の代表としての NO.19 は異論のないところでしょう。 さて、では 2000 年代の革命的なモノバナレ香水はなんでしょうか。どうもふさわしい香水がみあたりません。 販売実績のあるココ・マドモアゼルがくれば、なんとシャネルが 3 期にわたってモノバナレ香水を独占することになります。 でもシプレ・フルーティー調のココ・マドモアゼルにはそれほどの斬新性はないように思います。 ここ十数年間に発売されたユニークな香水の筆頭はバニリック調（グルメノート）のエンジェルですが発売 1992 年ですからタイミングがあっていません。 一方”モノガエリ“時代のエレガントな流行香水として問題ないのは 1948 年発売のレールデュタンで、サリシレートという素材を調香に用いて成功した香水です。 では 80 年代の代表は何か。 ホワイトフローラル調のアナイスアナイスかマリン調のニューウエストか。 いずれも類似品が多く、確かに流行した香水といえるでしょう。 とばしてきました 1900 年頃の流行はよくわかりません。 強いていうなら新しいフローラルオリエンタル調のさきがけであるロリガンあたりがくるのかもしれません。 ある香水が流行したかどうかを判断するのはやさしくありません。 香水の売り上げ金額はマーケティング費用の投入金額に比例するといわれる面があり、商業的な成功は必ずしも流行を裏付けるものではありません。 調香上の流行は新しい素材、新しいアコード、新しいコンセプトの調香が広く大衆に支持される現象です。 ”モノバナレ“香水としてあげたシャネル No.5 や No.19 は実はどちらもアルデヒドタイプ、グリーンタイプを最初に発表した香水ではありません。 アルデヒドやグリーのアイディアの香水はシャネルが発売する以前に出されていて、しかし大きな成功につながっていません。 新しいものに真っ先に飛びつく人種がいることが流行の出発ではあります。 しかし、それが流行するか、一時的、部分的な流行（ファド）になるのかは時代の空気によるのでしょう。 私が流行したとする調香のタイプや代表香水に異論があるかもしれないことをおそれずに結論するなら、香水の流行にも、おおむね宮本さんの説が適合するように思われました。