

## 「花の香りの可能性」

(株) 大田花き  
花の生活研究所  
所長 桐生 進 氏



大田花き花の生活研究所所長の桐生です。よろしく申し上げます。私の方は、花の香りというのをテーマに話をさせていただきます。

本日は、**なぜ香りなのか**という背景や、**消費者の香りに関する嗜好**、**花の香りの分類や楽しみ方の提案**、また**最近の香りの商品開発**はこういう観点でされていますよ、という話、そして最後に**花育**、これは社会貢献であり、将来の消費拡大につながりますよということでお話をさせていただきますと思います。

### ■なぜ「香り」なのか

花の魅力はたくさんありますが、なぜ香りなのかということについて説明させていただきます。よく言われているように消費者の皆さんのものの買い方がここ 20 年くらいで変わってきています。もの自体を単純に買う時代ではなく、買い物をする過程を楽しむ**体験型の消費～モノからコト～**というものが求められる時代になっていると思います。

花についても単純にきれいですね、色が珍しいですね、という買い方だけではなくてきましたね、ということです。そうすると何を楽しむかということと開花する過程が良いとか、この花どのくらいもつかなどか**時間的・空間的なもの**だったり、誰が作ったのかという**ストーリー**が重要になってきます。その中で「**見た目**」以外の**付加価値**ということで我々の業界としては「**香り**」というものを一

つ提案できるのではないかとということです。

そういうことで大田花きでは以前「香り」についていろいろと調べた時代がありました。その頃の成果を中心に少しご紹介したいと思います。

### ■消費者の香りに関する嗜好

まず、消費者に対し香りにはどのようなニーズがあるのかということで調査をしました。花の香りでは何が好きですかと聞くと圧倒的に「**バラの香りが好き**」という方が多い。香りの世界では、商品化するに当たってもバラというのは注目のアイテムとなっています。

次に、「花の香りを家でどうやって楽しみますか」という設問では「**切り花**」という方が 58.7%ですが、**アロマテラピー** (53.2%)、**入浴剤** (57.8%) という方も結構多くなっています。

また、「**自宅で花をどこに飾りますか**」という設問では、**リビングルーム**が最も多く 72.5%、**玄関**が 63.3% となっています。

花というのはその姿を見て、香りをかぐことで、**ストレスを下げると**いう話が先ほどもありましたが、花の香りに何を期待しているかということでは、**リラックスしたい**という回答が多くなっています。消費者がお花を買われるときにはこういう嗜好のもとに買われるのかなあということです。

## ■香りに関する情報に対する需要

もう一つデータがあります。花研のHPに「香りの提案」というページがあるのですが、どういうキーワードで検索してこのページにたどりついたのかという分析を毎月実施しています。先ほども香りといえばバラということで「バラ」＋「香り」で我々のページに入ってくる人が多いのかなと思っていましたら、そうではなくて、「木蓮(マグノリア)」＋「香り」、「ヒヤシンス」＋「香り」、「スイセン」＋「香り」など、**季節の花の名前＋「香り」**というキーワードで入ってきている人がほとんどです。バラについては他にも香りに関する情報がたくさんあってなかなか私どものページまで見に来てくれないのかなとも思います。

このように当初、我々は「バラ」に関する情報に需要があるのかなと思っていたのですが、意外とそうではないところにも需要があるということがわかりました。

あとHPには香りの成分的なものも掲載しているのですがバラの香りの分類とか、「バラ」の香り成分はジオキシメチルベンゼンでストレスを下げますよ、というようなことも書いてあるのですが、そういったワードで検索して入って来られる方は少ないです。

我々はこういう情報があるのかな、と考えて提供しているのですが、意外とあまりそういう深く専門的な事を求めて来る人は少ないようです。香りに興味のある方はたくさんいるんでしょうけれど、深く難しいところを知りたいという人は少ないようです。若しくはまだ未開拓の分野なのかもしれません。

それとはまた別に最近の花業界、お花の消費がどんどん減ってきています。お花がお好きな方はまだ残っているのですが、つきあいとか、仕方なく買っているという方はどんどんやめていって**マニアでお花に詳しい人だけが残っている**ののかもしれません。我々の親

会社の大田花きで、専門店さんのお話を伺うと、以前よりも難しい情報が必要になっているといます。そこでなかなかお客さんの要望に応えられなくなってきている、ということで、その中に「香り」というのも入ってきているのではないかと思います。

当初我々は「香り」というのは広く皆さんに興味があって幅広く需要があるのかな、と思っていたのですが、そうではなく**一部のマニアの人に熱い支持**を受けていて、消費が下がってくるのと同時にマニア層というのが相対的に浮かび上がってきてそれに対応する専門店さんというのがでてきているのかなという感じです。

そうした中で香りを学ばなければならないという人が、**香りについて学べる場**というのはまだまだ少ないなと思います。例えば毎年東京ドームでやっている「バラとガーデニングショー」というのがあります。香りの良いバラを並べて、この香りにはこういう効能がありますというような説明書きを付けているコーナーがあるのですが「バラとガーデニングショー」にいらっしゃるようなマニアの方はこういうコーナーが非常にお好きで、人だかりができています。そして切り花を販売するコーナーには「香りの良いバラを下さい」、という方がたくさんいらっしゃいます。こういうような場はありますが、これはイベントですので一週間くらいの間しか勉強できません。

それから「フローレンスカレッジ」というのがあって「フレグランスフラワーアレンジメント」という授業があるのですが、大田花き社員の宍戸純が、講師を務めていたりします。ということで、香りについて学べる場というのは余り多くはないということです。

お花屋さんにとってはもっと学びたいのですが、なかなか学ぶ場がない。イベント会場だったり限定的なスクールのようなものしかないとい

うことです。

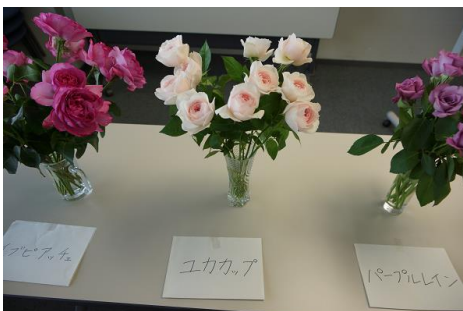
また、教科書的なものをご紹介すると書籍としては、バラについては蓬田勝之氏の「バラのパルファム」、農文協の「最新農業技術」の vol2, vol4、「フローリスト花図鑑」、「フローリスト」のバックナンバーなどぐらいかなと思います。ほかには、花の香りとか分類とか効能とか組み合わせといったことがわかるものはなかなかないかなと思います。HP では弊社の HP ぐらいです。

一方でお花屋さんが、求めているわけですから、香りについて教えなければいけない方たちのマーケットがあり、そうした情報を供給するということがビジネスになるのではないかなと思います。

## ■花の香りの分類

そういう中でどういう情報を出していったらよいかということで一つはバラに関する情報。それともう一つはお花屋さんが商売をできるように季節に出回る花と香りの特徴などを供給するべきかなと思います。

バラの香りについていいますと、今日は3タイプしか持ってこられなかったのですが、通常、ダマスククラシック、ダマスクモダン、ティー、フルーティ、ミルラ、ブルー、スパイシーの7つに分けられるのが一般的です。



今回持ってきたのはダマスクモダンの代表的な品種であるイブピアッチェ。ダマスクモダンは洗練されたバラらしいコクと深みのある甘さが感じられます

真ん中の薄いピンクがユカカップとってフルーティ系の香り。新鮮な果物の香りを思わせるさわやかな香りです。

3 つめがパープルレインでブルーの香りです。ダマスクモダンとティーの香りをミックスしたようなシャープな香りがします。

あとはティーとミルラという品種を押さえておけばバラの大体の品種がそれに該当します。

こういう情報を勉強して、若しくはこういう情報を発信していけば充分成り立つのかなと思います。そういったことを僕らも長いことやっけていまして HP には今申し上げたような分類ですとかタイプ、品種別の分類等をしておりますのでご興味があれば見ていただきたいと思います。

それから効能ということも勉強しなくてはならないことのひとつとして、これは先ほどの「バラのパルファム」という書籍からの引用なのですが、バラの香りに含まれるジメトキシメチルベンゼンという成分には森林浴の香りと同様に沈静効果や抗ストレス低減効果や美肌効果があると言われていています。これは資生堂で香りの研究をされていた蓬田さんという方が研究された内容です。

バラについてはこういった分類と分類名と効能というような情報を提供していけばいいかなと思います。

## ■楽しみ方の提案、ソフトの提供

それともうひとつ、お花屋さんとして必要になってくるのは組み合わせの能力です。

**ソフトの提供**

バラを用いて 香りの組み合わせが良いブーケ



**花材レシピ**

バラ:ババマイアン  
ダマスクモダン(DM3)の香り

マトリカリア:ホワイトワンダー

ハモノ:ローズゼラニウム、ミント

お花は単体で売るといことは少ないと思いますので、どの花とどういう香りの植物を組み合わせれば良いのかという知識や情報提供が必要になります。この辺はすごく難しい部分であり、今後開発されたり、進化していく部分だと思います。例えばダマスクローズの香りとハーブの香りがまぜあわせると、やわらかい香りとミントのすっとした香りがあるわさって非常に良い香りのものができるというようなことがあります。

こういう様々な情報がまだまだ不足していますし、特に組み合わせについてはまだまだ情報が十分ではないということでこれらに対応することでマニアの方の要望にも応えていけるのではないかと思います。

また、これに対しマニア以外の一般の方や普通の花屋さんには、1年中どういう香りのある花があるのかという情報を提供していく必要があると思います。今月は香りのある花があるけど来月はありませんという訳にはいかないと思いますので、一年中、いつ来ていただいても香りの花がありますよというような情報を発信していくことで、香りのある花に対する注目が高まっていくのかなと思います。

季節の芳香花	
月	アイテムの一例
1	チューリップ、松
2	ムスカリ、ウメ
3	ジンチョウゲ
4	サクラ
5	ハシヨウブ
6	シャクヤク
7	クチナシ、スイレン
8	ユーコミス
9	ローズゼラニウム
10	キンモクセイ
11	キク、ユーカリ
12	スイセン、モミ

ここにあるもの以外でもたとえば1月は日本スイセン、2月はフリージア、3月はスイートピー、4月はローズマリー、これは添え花ですけれども、シャクヤクでもいいかもしれません。5月はスズラン、6月はジャスミンとか、7月はチューベローズ、8月はラベ

ンダー、9月はバラ、10月はカーネーション、11月はちょっと寂しいですがユーカリ。12月はヒヤシンスということで、1年を通して香りのする花が手に入りますよ、いつでもどうぞ、ということをご提案する。かつ、香りに興味の無い方もいらっしゃいますから余り難しい情報は必要ではなく簡単な用語で提供するというのが良いのではないかなと思います。

先ほどご紹介した「フローリスト花図鑑」にあるのですが、大体こんな風に分類したらいいんじゃないかなと思います。まず①フローラル系—いわゆる花の甘い香りです、②グリーン系—青臭い香りです、③フルーティー系—柑橘以外のフルーツの香りということでリンゴのかおりとかです、④シトラス系—みかんとかの香り、⑤ウッディ系—ヒノキやヒバのすっとした香り、⑥スパイシー系—クローブやハッカクをつんとした香り、⑦ハーバル系—ハーブの香り、ということで大体花の香りというところらで説明できるのではないかなと思います。

### ■香りに関する新商品開発の動向

話は変わりますが、5月4日の日本農業新聞に、「花の香り抑え 消費拡大へ」という記事がありました。宿根カスミソウ、ユリ「カサブランカ」等の商材は、香りが強く個性的で香りが売りだった訳ですが、逆に「においが強すぎる」という方も出てきて飲食店や狭い空間には香りを抑えた方が良いということで香りを抑制する技術が開発されたという記事です。これはすごく重要なことだと思いました。現代は住宅環境の機密性が高まって香りがこもりやすくなっていますのでこうした技術開発は今のライフスタイルや消費のありようにすごくぴったりだと思いました。

先ほどの「バラとガーデニングショウ」などでも団塊世代のお母さんと団塊ジュニアの娘さんが一緒に来ることが多いのですが、お



母さんが従来のカサブランカを奨めても、娘は「くさいからいらぬ」ということもよくあります。

しかし、こういった技術革新によって香りの強弱が選べることで親世代と子世代がそれぞれ好みに応じた花を買うことができるようになります。今、花の消費がどんどん狭まって上の世代しか買わないということがあるのですが、こういう考え方を持ち込めば親子2代で買ってもらえますし、また親世代がお金を持っているので親世代が子どもの分まで買ってくれるということもあるのではないかなと思います。

花の香りを抑えるということは消費の裾野を広げるものであり一石二鳥だなと思います。また、こういう需要はカスミソウやカサブランカ以外にもあるのではないかなと思います。

従来の品種開発は新しい香りを作って新商品として売り出すということ考え方でしたが、お母さん世代が好きなものを息子、娘が買えるように少し変えて出していくという方向性の品種開発は面白いなと思いました。

似たような例として、ダリアがあります。ダリアはお母さん世代はもともと買わないものでした。庭に生えているものを切って仏壇に上げるというような花でした。これを娘さんがお店で買ってきて格好いいと言う。これをみてお母さん世代も良いなと思うようになって買ってくれるようになった例です。

## ■花育と香り

次は花育と香りについてです。

「におい」というのは脳の深いところに刻まれるそうです。人間の本能に根ざしているんですね。例えば好きな人と結婚します、という場合、好きな人というのは本人にとって嫌なにおいがしないらしいですね。好きな人というのはにおいでわかる。食べ物もそうですね。腐っているものはにおいでわかります。

人間の生存本能に根ざしている部分と嗅覚というのは密接に関わっているんだと思います。

皆さんも小さいときのいろいろなにおいに関する記憶があると思うのですが、転んで血をなめたときのおいとか、雨上がりのにおいとか、芝生のにおいとか、家で一人風邪をひいて寝ていてさみしいときのおいとか。そういうのはすごく残るんですね。

子どもが小さいうちに香りの記憶を植えつけるとずっと残る、という話を以前、蓬田さんから教えていただいたことがあり、それをいつか花育でやりたいなと考えていました。

「花育」でフラワーアレンジをやってきれいですよ、可愛いですよというのもいいのですが、日本も科学立国を目指すということであれば自然科学の力を上げるためにも理科学的な知識を小学生にも伝えてあげたい、子どもに香りについて伝えたいなと思っていました。ちょうど大田区の出前授業の講師として登録されて、「植物の話をして下さい」、という依頼がありましたので、植物の話をする中で香りの話もいれて見ようと思い、季節の花の話や花は何で香るのでしょうかという話をしてみました。今日ここに持ってきた花は、そのとき、子どもたちに“花の香りにはいろいろあるんだよ、良く覚えといて”、ということで用意したものとほぼ同じものです。

それでどんな授業をしたかという子どもはすぐに飽きてしまうのでクイズゲームのような形にしました。



これは「この花はなんでしょう？」という

クイズです。ヒントは花びらが通常 21 枚あって恋占い向き、というものです。これ答えはマーガレットですが、小学生に大人気のクイズでした。こんなものもあります。1982年1月21日リリース。赤い〇〇。答えは赤いスイートピーです。これは子どもには難しかったみたいですね(笑)。こういうクイズをずっとやっていると花に興味がわくかな、とか植物の勉強になるかなということをやってみました。

これはアリウムです。ブルーパフュームと



いう品種です。これ知っている方いらっしゃいますか。ネギの香りとともにバニラの香りがするんですね。ネギみただけけど変な香りがするね、という子どもは、はっきりと覚えるんですね。大きくなったときにバニラの香りのするアリウムだ、というふうに思い出すんじゃないかと思うのです。

子どもたちに「君たちバラの香り、知っている？」ときくと香水のような香りをイメージするんですね。それで実際にバラの香りをかがせてみると「これってバラ？」とか「変な香り」、とかいろいろな反応があります。そこで「実はバラの香りはいろいろあるんだよ」、ということで「原産地によって香りの成分はいろいろ違うんだよ」というような説明をするんですね。また、あるバラの香りをかがせて「どんな香りがする？」ときくと紅茶の香りがすると。それでこれは「ティー」だよという説明をすると男の子も女の子も納得してその香りがインプットされます。

子ども向けに、花の香りの需要というのは難しいと思いますが、将来のマニアとして期待できるのではないかなというのが実感できたひとときでした。

本日のまとめ

- ・「香り」には一定の需要があるが、一般人には漠然としていてどちらかというとマニア向けである。
- ・香りに関する情報やテキストなどは少なく、香りに関する情報提供をしていく中でマニアの心をつかめる可能性がある。
- ・団塊世代と団塊ジュニア世代の二つの世代を狙うことでマーケットを広げるチャンスが到来している。
- ・花育については子どもに香りの楽しさを伝えることで将来の需要が期待できるのではないかな。

私の話は以上ですが、ぜひあとで持ってきた花の香りをかいでいただきたいと思います。また、香りは嗅いでいないと忘れてしまいますし、大人はなかなか子どものように香りが脳にきざまれるということがありませんので特に皆さんのように花について教える方などは折をみて香りを嗅いでほしいと思います。

ありがとうございました。

\*\*\*\*\*

(問) 埼玉県花と緑のセンターの〇〇です。

大変面白いお話を聞かせていただきありがとうございました。

子どもたちに植物の話をする際に“ケヤキと武蔵野ケヤキの樹形の違い”などを説明してもあまり興味をもってもらえないのですが(笑)、この植物はカレーのにおいがするよ、というような話をするともものすごく興味をもってもらえる。花ではないですがハーブの売り方について何かアドバイスがありますか。

(答) ハーブ類は最近取扱いが非常に増えた品目の一つです。とりわけ流通の形態が変わって 2002 年ぐらいからバケット流通という

水に入れたままの形で流通するものが増えてきて草花類の取り扱いが劇的に増えたかなという気がしています。ここ 10 何年ぐらいの話です。ハーブ類というのは単品では使われません。必ず何かと組み合わせて使われるものです。お花屋さんや仲卸さんのところで組み合わせを考えたりしている姿をみかけます。よくハーブの産地の方はハーブだけを展示したりしていますが、使う方はハーブ単品では使わないので、展示するときもいろいろな花との組み合わせで飾ったり、プロモーションするのが良いと思います。業界の中で産地さんどうしの品目の垣根というのは作らない方がいいと思います。一緒になってやっていかなとなかなか他と太刀打ちできないと思いますので他の産地さんとも連携しながらやっていくのが良いかなと思います。今、意外と facebook など友達になるのが簡単になっているので、じゃあ今度市場でいっしょにやりましょうみたいな感じでできるのではないかなと思います。

(問) 洋ランを作っている〇〇と申します。持論なんです、香りのある花というのは香りを出すときにその花がものすごくエネルギーを使っていて、香りが強いほど日持ちが悪くなるのではないかなと思うのですがどうでしょうか。

(答) 香りを出すということは間違いなくエネルギーを使っていますので、日持ちなどいろいろなところに影響は出ていると思います。

実際、バラでいうと、香りの良いバラの取扱量はそんなに増えていません。イブピアッチェの量は増えていますが、その他の香りのバラをあわせると香りのバラが全体に占める割合はそれほど増えていません。香りのバラの需要は限定的であるということだと思えます。それは一つには日持ちが短いということもあると思います。いろんな方に使っただけでない、汎用性が下がってしまうというこ

とはあると思います。ただ、それは現時点の話で、香りの良いバラ用の鮮度保持剤も開発できるはずだという専門家の先生もいらっしゃいます。カトレアも非常に香りの良い花ですが、日持ちは 1 週間、2 週間というわけにはいきません。しかし、ああいうものも違う方法で老化を遅らせるということも今後の研究次第ではできるのではないかなと思います。

また、「日もち」と「香り」というのはけんかしないと思います。

都内の専門チェーン店さんではダリアが売られていて 30 代ぐらいのお姉さんがばんばん買っていくんですけども、あのダリア、日持ちがするかといたら全然もたないんですね。5 日とかしかもたない。それでもその方たちは満足して買っていらっしゃいます。「この花は 3、4 日しか持たないけれども香りは抜群ですよ」、といったような説明をしていくことが大事なんだと思います。

日持ち保証で 7 日間、10 日間、5 日間というタグがありますが、あれはたぶん先ほどの佐分利先生のコミュニケーションの話と関連していて、本当は店員さんから「これは 1 週間くらい持ちますよ」というのを言って欲しいんですけども、(そういう説明をすることが難しい場合でも) 安心して買いたいという方の需要を満たすための方法をどうとるかということであのタグが考え出されたんだと思います。

今日持ってきたバラの中に、パープルレインというバラがあります。日持ちは悪いし、花びらは傷みやすいし非常に売りづらい花です。でもマニアが集まる「バラとガーデニングショウ」などでは多少開いていても、花びらが傷んでいても束でまとめてばんばん買っていきます。パープルレインは香りが抜群ですよ、ほかにはないですよ、と説明することによってイブピアッチェを買いに来た人が、じゃあパープルレイン買ってみようかなとい

う人も出てくるのではないかと思います。どんどん情報を発信していくことでそこに集まってくる人もあると思いますので発信していくしかないと思います。

(問) 京都には香道というものがあります。香りの専門家なのでぜひ花の香りについての意見をきいてみてほしいと思います。

また、香りの花というときにイブピアッチェ以外にすすめられるものというのがなかなかありませんが何か次に提案できるものがありますか。

(答) バラの次ということであればやはりシヤクヤクかなと思います。季節的にもつながっていますし。バラであれば、最近はミルラというハッカクとかクローブに似た香りのカテゴリーがあるのですが、これの流通量が増えてきているかなと思います。

香りについてはストーリーがない分提供するものが断片的になっているのかもしれませんが。次は何する、何する、という形でストーリーを持って提案していけばスムーズにつながっていくのかもしれませんが。ありがとうございました。

以上

(参考)

大田花き花の生活研究所 HP “香りの提案”

<http://www.otalab.co.jp/fragrance/>