

# 「香り」に対する意識：フレグランスを使用する方が85%※<sup>1</sup>

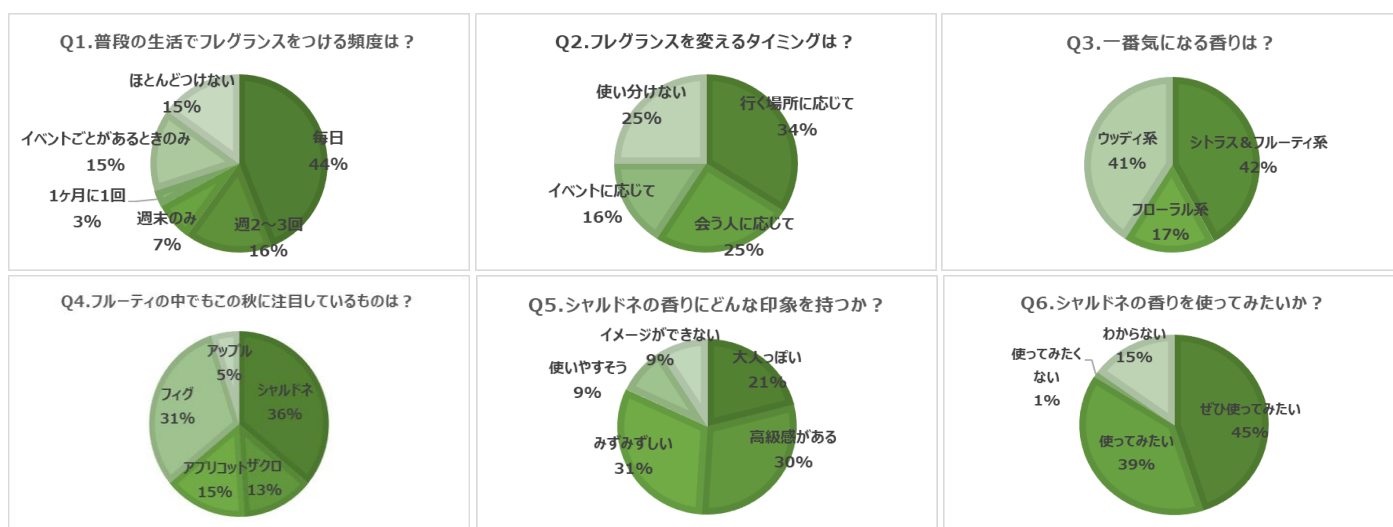
## 秋のトレンドは”シャルドネの香り”

株式会社フィッツコーポレーション(東京都港区、代表取締役社長：富樫康博)は、全国20～40代の男女113名を対象に実施した「香りに関する調査」※<sup>2</sup>の結果をご報告いたします。

新型コロナウイルス感染症の5類移行やマスク着用のルール変更など規制緩和が進み、外出し人に会う機会が数年ぶりに増えることが予想されます。そのような中で、現在フレグランスに対する意識がどのように変化が起こったのか、また2023年秋はどのような香りが注目されているのか、調査を実施いたしました。

※1 「香りに関する調査」※<sup>2</sup>において「フレグランスをつける頻度」が「毎日」「週2～3回」「週末のみ」「1か月に1回」「イベントがあるときのみ」だった方の合算

※2 調査委託先：WWDJAPAN (INFAS/パブリケーション) 調査時期：2023年4月 n=113



### ■ 半数弱の人が毎日フレグランスを使用し、75%の人が香りの使い分けをしている

今回調査をした113名の男女においては、毎日フレグランスをつける方が44%。数日に1回やイベントごとがあるときなど、毎日ではないにしろフレグランスをつける方が41%と、非常に高い結果に。さらに、複数の香りを持ち、行く場所や会う人に応じて使い分けをしているという方も75%と多数。

### ■ 一番気になる香りはシトラス&フルーティ系、なかでも注目が集まるのは「シャルドネ」

代表的な香りの系統としてピックアップした「シトラス&フルーティ」「フローラル」「ウッディ」の3つのなかで、特に注目されているのは「シトラス&フルーティ系」。日本人にとってはなじみのある、親しみやすい香りの系統が、ここにきて改めて存在感を放つことに。数年にわたる行動やマスク着用などのルールから解放され、気持ちが外向きになってきた表れでもあるかもしれません。「シトラス&フルーティ系」のなかでも、調査委託先であるWWDJAPAN編集部とフィッツコーポレーションが注目の香りとしてピックアップした5つの香りのなかで、この秋特に注目しているものとして1位にあがったのが「シャルドネ」の香り。印象としても「大人っぽい」「高級感」「みずみずしい」というワードが並びます。親しみやすさもありながら、ワインの原料にもなるようなシャルドネの高級感ある香りは、随一のバランス感を持ち合わせた、この秋のヒットフレグランスの本命となりそうです。

《お問い合わせ》

株式会社フィッツコーポレーション マーケティング部 コミュニケーションデザインチーム(広報)

〒107-0061 東京都港区北青山3-6-1 オーク表参道ビル 7・8F

TEL: 03-6892-1331 メディア掲載用 TEL: 0120-79-5772

<http://www.fits-japan.com/>