

女性は香水を自分のために使う、男性は女性へのアピールで使う？

～同じ香りでも…ほのかなら“いい香り”、キツければ“いやなにおい”～

国内1,300社超が利用する日用品流通の情報基盤を運営する株式会社プラネット（所在地：東京都港区、代表取締役社長：田上正勝）は、消費財や暮らしにまつわるトピックスをお届けする『Fromプラネット』の第118号として、香水に関する意識調査の結果をご紹介します。未掲載のデータもご提供できますのでお気軽にお問い合わせください。

■ 香水を使うのは女性で4人に1人、男性でも〇人に1人

10月1日は「香水の日」。今回は「香水」についてアンケートを行い、香水をつけていくシーンや香水を使う理由・目的、相手の香りに気づいたら声をかけるかなど、香水にまつわるあれこれを調べました。

まずは、ふだん香水（パルファム、オードトワレ、オーデオロンなど）を使っているかどうかを調査。比較のため、洗った後も香りが続く衣料用洗剤・柔軟剤やシャンプー、制汗剤など、アロマ効果のある日用品も含めて聞きました。

すると、女性では4人に1人、男性でも5人に1人程度が「香水」を使っていると回答。性年代別では、女性では20代、男性では30代で最も高くなっていました。

使用率が「香水」を上回ったのが「香りが残る・続く衣料用洗剤・柔軟剤など」。特に女性で高く、男性では「香水」のほうが高くなっています。女性のほうが家事も含め、洗濯頻度が多いことが一因にありそうです。女性も、20代では「香水」のほうが上回っていました。女性の「香水」は30代・40代で低下した後、50代で再び上昇しています。出産・育児が落ち着く年代で、もう一度自分のために「香水」を使おうという気持ちのゆとりが出てくるのかもしれませんが。

香水を使っている人に好きな香りの種類を聞くと（表2）、男性はさっぱりした「シトラス系」「アクア・マリン系」を好み、女性には「ローズ・フローラル系」や「フルーティ系」など、甘い香りが人気でした。「シトラス系」は女性でも2位で、さわやかで中性的な香りが男女ともに支持されているようです。

表1 「ふだん香水、または香りが残ったり持続したりする日用品を使っていますか」 についての回答

	全体 (n=1110) (%)	性年代別 (「洗剤・柔軟剤」「香水」)		男女差
		男性 n=553	女性 n=557	
香りが残る・続く衣料用洗剤・柔軟剤など	27.3	16.1	38.4	22.3
香水 (パルファム、オードトワレ、オーデオロンなど)	21.8	18.6	25.0	6.3
香りが残る・続くシャンプー・整髪料など	15.7	12.5	18.9	6.4
香りが残る・続く制汗剤など	15.1	12.1	18.1	6.0
その他	1.3	1.1	1.4	0.4
使っているものはない	53.3	63.7	43.1	20.6

(%)

男女差青字・・・男性のほうが数値が高い
男女差赤字・・・女性のほうが数値が高い

	合計	香りが残る・ 続く衣料用 洗剤・柔軟 剤など	香水
全体	1110	27.3	21.8
男性-20代	108	13.9	18.5
男性-30代	109	22.9	21.1
男性-40代	112	17.9	19.6
男性-50代	115	13.9	16.5
男性-60代以上	109	11.9	17.4
女性-20代	111	30.6	33.3
女性-30代	111	38.7	23.4
女性-40代	113	44.2	23.0
女性-50代	111	46.8	28.8
女性-60代以上	111	31.5	16.2

全体 ■+10% ■+5% ■-5% ■-10% (%)

表2 「あなたが好んで使う香水の香りの種類を教えてください」 についての回答

	男性 (n=103)	女性 (n=139)
1位	シトラス系 42.7%	ローズ・フローラル系 52.5%
2位	アクア・マリン系 28.2%	シトラス系 34.5%
3位	ムスク系 22.3%	フルーティ系 29.5%
4位	フルーティ系 19.4%	ホワイト・フローラル系 22.3%
5位	ローズ・フローラル系 17.5%	シャボン系 19.4%
6位	シャボン系/ウッディ・グリーン系 (同率) 13.6%	ムスク系 15.1%

■ 男性はビジネスシーンに、女性はプライベートタイムによく使う

次に、香水を使っている人に、どのようなシーンで香水を使うかを聞きました。すると、男性と女性とでは利用シーンに違いがありました。

男性の1位は「毎日の出勤時、仕事に行くとき」でしたが、女性では「ショッピングや外食、カジュアルな外出」が1位。また男女差では、ほとんどの項目で女性が男性を上回っていますが、その差が最も大きかったのが「(シーンにかかわらず)気分を上げたいとき」、次いで「旅行に行くとき、旅先で」でした。

女性はプライベートタイムや非日常を楽しみたいときに香水を使う人が多いのに対し、男性は仕事のときやフォーマルシーンなど、きちんとした場面で香水を利用しているようです。「特別なビジネスシーン」も男性のほうが高くなっていました。

表3 「あなたが香水を使うのはどのようなシーンですか」についての回答

	全体 (n=242) (%)	男性	女性	男女差
		n=103	n=139	
男性1位 女性1位	毎日の出勤時、仕事に行くとき	47.5	57.3	17.0
	ショッピングや外食、カジュアルな外出	39.7	46.8	16.7
	デートのとき	31.8	33.8	4.7
	祝い事や社会的な集まり	29.8	26.6	7.4
	旅行に行くとき、旅先で	27.3	34.5	17.1
	コンサートや特別なディナー	23.1	28.1	11.6
	(シーンにかかわらず)気分を上げたいとき	20.7	29.5	20.8
	特別なビジネスシーン	12.4	10.1	5.5
	記念日	9.5	12.9	8.1
	(自宅で)入浴後や就寝前など	8.7	9.4	1.6
	その他	4.1	5.0	2.1

男女差青字・・・男性のほうが数値が高い

男女差赤字・・・女性のほうが数値が高い

■ 女性は自分の気分を上げるため、男性は異性の気を引くために使う!?

今度は香水を使う理由や目的を聞いてみました。すると、男性では「身だしなみのため」が圧倒的1位。「汗や体のおいを抑えるため」「イメージアップ、印象をよくするため」がこれに続いています。一方、女性では、「自分の気分を上げるため」が1位。これは男性では4位の項目です。

男女差でも、女性が男性を大きく上回ったのが、「自分の気分を上げるため」、次いで「リラックスするため」の2項目。「自分の気分を上げるため」では男女差が30ポイント以上もあります。前の調査の結果(表3)にも通じますが、女性が香水を使うのは、まずは“自分のため”。他者を意識しビジネスシーンなどで香水を使う男性と、大きな違いがあります。

興味深いのが「異性の気を引くため」の項目。男女別では男性のほうが高く、さらに属性別で調べると、配偶者のいない人では、いる人比べてグンとアップしていました。はたして実際、どの程度効果があるのか、気になりますね。

表4 「あなたが香水を使う理由・目的を教えてください」についての回答

	全体 (n=242) (%)	男性	女性	男女差
		n=103	n=139	
男性1位	身だしなみのため	54.5%	61.2	11.5
女性1位	自分の気分を上げるため	43.4%	23.3	35.0
	汗や体のおいを抑えるため	40.1%	48.5	14.7
	イメージアップ、印象をよくするため	33.5%	34.0	0.9
	リラックスするため	19.0%	10.7	14.5
	異性の気を引くため	13.2%	16.5	5.7
	その他	0.4%	1.0	1.0

男女差青字・・・男性のほうが数値が高い

男女差赤字・・・女性のほうが数値が高い

《 配偶者の有無別 PICK UP 》

	配偶者のいる人	配偶者のいない人
「自分の気分を上げるため」	41.6%	45.3%
「汗や体のおいを抑えるため」	42.4%	37.6%
「異性の気を引くため」	7.2%	19.7%

■ 女性の香りに気づいても、親しくない男性が声をかけるのは NG

自分のつけている香水に気づいて声をかけられたらどう思うかを、声をかけられた相手別に尋ねました(表 5)。すると、男女ともに「親しい人」に声をかけられるほうがうれしい点では変わらないものの、男性は親しい「異性」の場合が最もうれしく、女性では親しい「同性」の場合が最もうれしいという違いが。男性は異性に気づいてもらいたい、女性は同性のほうがよりうれしいというギャップが面白いですね。

いずれの条件でも女性のほうが男性より“うれしい”計が高く、相手が誰であろうと、女性は香りに気づいてもらうとうれしい人が多いようです。ただし注意したいのが、「むしろ、声をかけられたくない」の項目。女性は相手が「親しくない異性」の場合、「むしろ、声をかけられたくない」が2割近いのです。表3にも見られたように、女性はオフタイムに香水を楽しむ傾向があり、“香り”に触れることはプライベートゾーンに踏み込むことになりがち。男性は、女性の“香り”に気づいたとき声をかけるなら、そのあたり心得ておく必要があります。

さらに今度は、誰かの香水に気づいたとき声をかけるかどうか、ふだん香水を使わない人も含めた全員に聞きました(表 6)。男女ともにいずれの条件でも、「香りの好き嫌いかかわらず、声をかけない」が高くなりました。特に相手が「親しくない人」の場合、8割前後を占めています。しかし、相手が「親しい人」の場合、「いい香り・好きな香りのときだけ、声をかける」が増加し、特に女性で相手が「同性」の場合に、最も高くなっていました。

一方で、いずれの間柄でも「嫌いな香り・香りが強すぎる時だけ、声をかける」は少数。「いい香り・好きな香り」のときは積極的に声をかける仲のいい女友達でも、強すぎる香りを指摘することには抵抗があるようです。他人から指摘してもらえることが少ない分、つけすぎには自分で注意したいものです。

■ 配偶者・パートナーのいる男性は香水をやめるべき？

配偶者・パートナーのいる人に、相手に香水をつけてほしいかどうかを聞いたところ、“つけてほしくない”計が7割を超えました。男女別では女性のほうが高くなっています。一因として、やはり男性の香水に抵抗を感じる人もいることが考えられます。もう一つには、“香水をつける＝異性へのアピール”というイメージがあること。表4でも、「異性の気を引くため」に香水をつける人が多かったのは男性でした。配偶者・パートナーのいる男性は、下手に香水を使うと、“浮気”を疑われてしまうかも…？

表5 「自分のつけている香水に、気づいて声をかけられたら(指摘されたら)うれしいですか」 についての回答

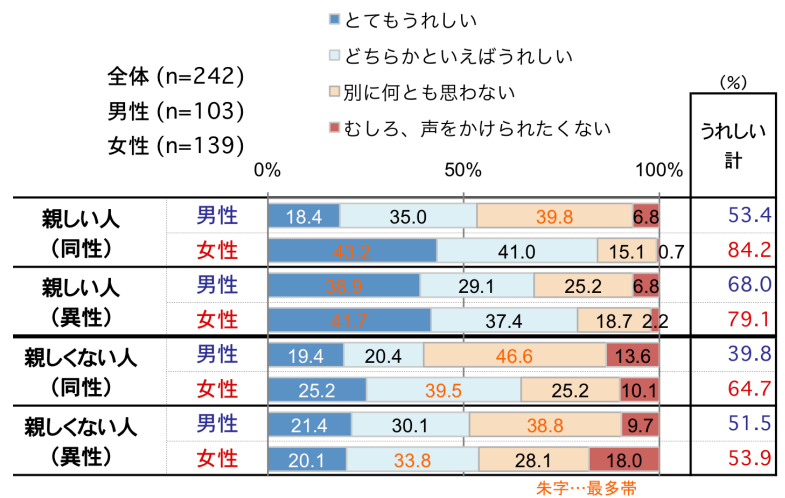


表6 「あなたは、相手がつけている香水に気づいたら、声をかけますか(指摘しますか)」 についての回答

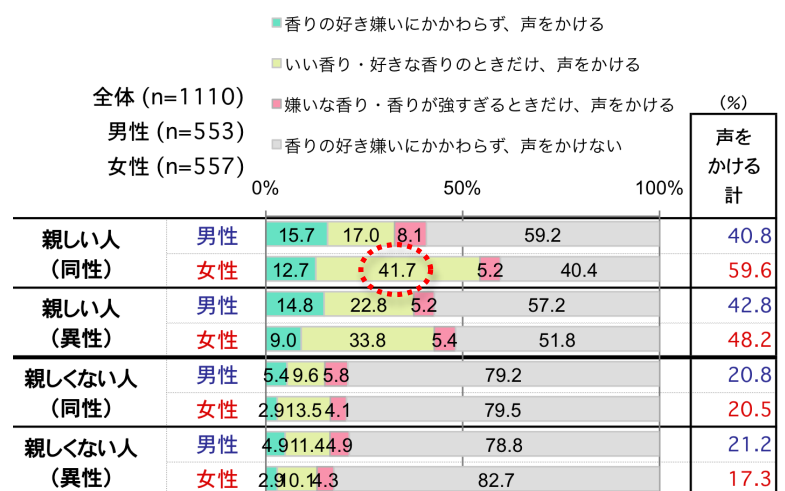
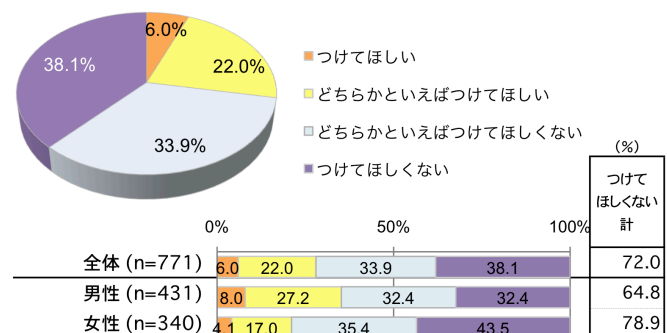


表7 「あなたは自分の配偶者・パートナーに香水をつけてほしいですか」 についての回答



■ ふんわり香れば好印象、強すぎれば不快感…香水は種類より“つけ方”

最後に、香水に関するイメージやエピソード、香水のつけ方のこだわりなどを教えてもらいました。香りの好き嫌いもさることながら、強すぎる香りやつけすぎに悩まされた経験を持つ人が多数。「すれ違いざまにふんわり香るくらいがよい」とのコメントに代表されるとおり、ほのかな香りなら周囲に好印象を与えているようです。まさに、香水はつけ方、使い方しだいで印象が変わるのです。

「似た香りがかぐと当時のことを思い出して懐かしく感じる」など、香りが記憶を呼び覚ましたというエピソードもありました。香りでのいい印象が残せるよう、程よく上手に香水を使えたらすてきですね。

《 香水のイメージ、香水にまつわるエピソード 》

【肝心なのはつけ方】

- すれ違いざまにふんわり香るくらいがよい印象を受けます。(女性・40代)
- 上手に使っている人は、身だしなみに清潔感があると思う。(女性・30代)
- 好きな香りなら男女を問わず好感が持てるが、嫌いなにおい強すぎるにおいには嫌悪感を覚える。(男性・50代)

【気づかれると、うれしい】

- 何年も前だが、オフで出かけるときのみ香水を使用していた。ワンプッシュを手首につけて両手でこする程度。知人に「何かつけてる？ いい香りがする」と言われたときはうれしかった。(男性・40代)
- 名刺に香らせているのを気づいてもらえるとうれしい。(女性・40代)

【つけすぎNG！ “残り香” “移り香”も】

- 電車の中で香水の強い人がいて、気分が悪くなり車両を変ったことがある。たぶん本人は気がついていないと思う。(女性・60代以上)
- エレベーターの残り香で気分が悪くなったことがあるので、あまりいいイメージが持てない。(女性・50代)
- 女性が使っていることが多いと思うが、微妙に香りに移るのか、浮気を疑われる。(男性・50代)

【つけ方のこだわり】

- 自宅のお風呂に入るときに、溜めたお湯にひと吹きかけて入っている。いいにおいで、私自身もリラックスできるし、周りの人もいいと言ってくれた。(女性・20代)
- あまり強い香りは好きではないので、香水を上に向けてプッシュして、においのカーテンをくぐるくらいが好み。(女性・30代)

【懐かしい、“あのときの香り”】

- 昔つきあっていた彼がつけていた香水の香りが街中で香ったときに、「このにおい、彼がつけてた香水だ」と、においで覚えていることなどがありました。(女性・30代)
- 若い頃につきあっていた方が、軽めに香水をつける人だった。何の香水かはわからなかったが、今でもデパートで似た香りがかぐと当時のことを思い出して懐かしく感じる。(男性・30代)

調査機関：株式会社プラネットによる調査企画をもとに、インターワイヤード株式会社にて「香水」に関する意識調査を実施。
期間：2019年8月8日～9日、インターネットで1,110人から回答を得ています。

株式会社プラネットとは <https://www.planet-van.co.jp/>

メーカー、卸売業、小売業がサプライチェーンとして連携し、生活者へのサービス向上を目指して進化を続ける日本の消費財流通を、情報インフラ運営で支えている上場企業(証券コード2391)です。

From プラネットとは https://www.planet-van.co.jp/news/from_planet.html (バックナンバーもご覧になれます)

株式会社プラネットが発信しているニュースレターです。消費財や暮らしに関する旬なトピックスなどをご紹介します。

本件に関するお問い合わせ先

(感想や取り上げてほしいテーマなどもお寄せください。今リリースに掲載していない結果や属性データもご紹介できます)

株式会社プラネット 広報部(河合、^{つのだ}角田)

Tel : 03-6432-0482 / E-mail : koho-pr@planet-van.co.jp