

体臭観のアンケート

.....
体臭のない個性の時代

体 臭 が 弱 い

+

自分のにおいを取り去って清潔を求める



無臭化



自分のにおいよりも、香料のにおいで個性化

1989/12/1

ポーラ文化研究所

(問合先 村澤・久保田)

結果の要約

1. 90%以上の人が他人のにおいで不快に思ったことがある。

不快なおいは、汗、酒、タバコで代表される

2. **自分の体臭**が「ない」人が男性で3人に1人、女性で約半数。

「すこしある」を入れると男性で3人に2人、女性で4人に3人と、体臭の弱い傾向。

3. 「**自分の体臭に気がつかっている**」人は、

男性で3人中2人、女性で5人中4人。

その理由は男女とも、「不快なおいはお互いに避けたいから」を半数以上があげている。

気のつかい方は男性で「毎日風呂に入る」「毎日シャワーを浴びる」の順、女性で「毎日風呂に入る」

「脇の下などを脱毛する」「毎日シャワーを浴びる」の順。

4. 「**自分の体臭**について人から」注意された男性は3人に1人以上。

5. **足のにおい**は、他のにおいと逆で、男性の方が気がつかっている。

気のつかい方は「毎日靴下を変える」こと。

6. **口臭を気にする人**は男性で4人中3人、女性で10人中9人。

7. 「**フレグランス**」の使用者は

男性で3人に1人、女性で3人に2人。

8. 「**男臭さ**」「**女臭さ**」は

「不潔」と同じでないと感じる人が半数。

9. 「**老人臭さ**」は半数近くが「よくない」と答える。

一方、「自分たちの問題になるだろう」と思う人が4割前後。

はじめに

先日ある大学の近くを歩いていたら、強い香りのする香水をつけた若い女性と擦れ違った。すぐに香水が何であるか嗅ぎ取ることはできたが、「香水が歩いていますね」、と一緒に歩いていた先輩に話し掛けたことを覚えている。正直、有名な香水を付けた女性、という印象だけで、残念ながらそれ以上の彼女のすばらしさを一瞬に感じ取ることはできなかった。

さて、数年前からの「朝シャン」の流行や「洗口液」の普及は、日本人のにおい嫌いを反映して、若い人を中心に、自分のからだからにおいを取り去った人々を増やしている。その一方、『タブー』をはじめ、においの強い香水が売れており、においをつけた人が増えていることもまた事実のようだ。

しかし、においと個、またはにおいと個性を考えようとした時、日本ではその関係は希薄のように見える。体臭があること自体が嫌われたり、冒頭で記したように、においを付けることはしてもその範囲は香水を選ぶ個性は持ち合せてもにおいを香水以上に自分のものとして使いこなすとなると、決してやさしそうには見えない。

その意味で、日本人とは全く異なる体臭観の存在を示しているのが、昨年末に発行された小説『香水——ある人殺しの物語』（パトリック・ジュースキント作）の主人公の話で、フランス人の体臭観を知る上で大変参考になる。

幼い頃から、主人公、グルヌイユは通りすがりの人が自分に全く注意を払ってくれなかった。それを軽蔑のせいだと思っていたが、実はそうではなかった。要するに存在に気づかれなかったからである。ある時その理由が自分においがないからだを知り、愕然とはするが、自分のにおい（香水）を創って自分に付けることで、自分の存在を喜びをもって確認できた、ということが描かれている。

社会が違うといえはその通りだが、現代日本でも個性がそれなりに求められていることは事実である。しかし、においの面から見ると、上述のような最近の動きは必ずしも個性化にストレートに結びつくようには思えない。

そこで、会社員と主婦を対象に「からだのにおい」に関するアンケートを行なった。

調査概要

1. 目的 体臭（からだから発するにおいを含む）についての意識を探る。
2. 調査対象者 男性：首都圏の会社に勤めるサラリーマン
女性：都内スイミング・クラブに来訪した女性および首都圏の会社に勤めるOL
3. 調査方法 アンケート留置法
回収結果 男性154人 女性218人 無効3人
4. 調査期間 7月、8月
5. 対象者属性 男性は20代から50代の会社員を、女性は20代から40代の主婦と会社員を中心とした構成であった。

6. 年齢別職業別分布（男性）

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	不明	合計
会社員	0	16	31	61	32	5	2	147人
その他	1	0	1	1	1	1	0	5人
DK	0	2	0	0	0	0	0	2人
計	1 1%	18 12%	32 21%	62 40%	33 21%	6 4%	2 1%	154人 100%

年齢別職業別分布（女性）

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	不明	合計
主婦	0	10 10%	55 55%	25 25%	6 6%	2 2%	2 2%	100 100%
会社員	0	37 70%	12 23%	3 6%	0	0	1 2%	53 100%
パート	0	5 16%	11 35%	9 30%	5 16%	0	1 3%	31 100%
学生	4	2	0	0	0	0	0	6
その他	0	2 10%	11 52%	5 24%	3 14%	0	0	21 100%
DK	0	1	3	1	1	0	0	7
計	4 2%	57 26%	92 42%	43 20%	16 7%	2 1%	4 2%	218人 100%

注：図中、Sはシングル・アンサー、Mはマルチ・アンサー。図2のようなピラミッド型グラフの%の分母は、男女それぞれの全体（男性154人、女性218人）。

結果の詳細

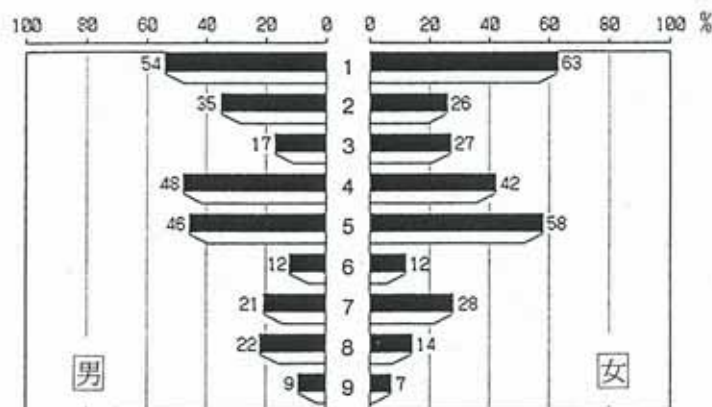
今回の調査の分析においては、単純集計以外に、年齢別、職業別（ただし、実際には女性の、主婦と社員の違いしか意味を持たないが）、調査項目間の相関などを求めた。結果的には、それぞれの分析で相関がみられたものがいくつかあったが、ここでは特徴的なものだけを記した。

1 最近感じた不快なおい——汗、酒、タバコで代表される

図1 最近3ヵ月で、他人のにおいで不快に思ったこと（S）

	ある	なし
男	94	6
女	99	1

図2 不快に思ったにおい（M）



1. 汗臭さ (からだから、あるいは衣服から)
2. にんにくなど食べ物のにおい
3. レストランなどで香水のにおい
4. 酒臭さ
5. タバコ
6. 長い間風呂に入っていない
7. ボマードなどと汗臭さが混じったにおい
8. おなら
9. その他

この3ヵ月の間で、他人のにおいで不快に思ったことがある人は男女とも90%以上になる（図1）。

「どんなにおいか」となる（図2）と、「汗臭さ」が男女とも第1位、「酒臭さ」が男性で2位、女性で3位、「タバコ」が男性で3位、女性で2位であり、「汗臭さ」「酒臭さ」「タバコ」の3つが不快なおいの三大要素といえる。

以上の3つが不快に思ったことのある人の約半数であるのに対して、「にんにくなど食べ物のにおい」が男性で3人に1人強、女性で4人に1人と少なくなる。

また、「レストランなどで香水のにおい」「ボマードなどと汗臭さが混じったにおい」など化粧品のにおいに対しても、女性でそれぞれ27%、28%と4分の1以上が感じている。男性は17%、21%と、女性より少ない。

「おなら」について聞いてみたが、男性で22%、女性で14%が不快と感じたことがあるようだ。具体的に誰のかを聞き漏らしたが、決して少なくない回答は意外であった。

2 自分の体臭——「ほとんどない」「すこしある」で6割を占める

図3 自分の体臭の強さ（S）

	2	3	4	5	6
男	15	30	32	3	20
女	2	30	37	6	24

1. かなり強い
2. やや強い
3. すこしある
4. ほとんどない
5. 全くない
6. わからない

図4 自分の体臭の好み（S）

	2	3	4
男	34	14	45
女	39	14	44

1. すき
2. どちらでもない
3. きらい
4. わからない

自分自身の体臭についてどう認識しているかを聞いてみる（図3）と、男女とも体臭が「ほとんどない」が男性で32%、女性で37%で1位を占め、次に「すこしある」が30%、30%、「やや強い」が15%、2%と続き、「全くない」が3%、6%いる。「ない」と答えた人が男女とも3分の1以上で、すこしある人が3分の1弱となる。全体としては男性のにおいが強い傾向に答えている。

その一方、「わからない」がそれぞれ20%、24%いる。

「自分の体臭」に対する好み（図4）は、「好き」が大変少なく男女とも1%、「きらい」が男女とも14%である。したがって、「好き」「きらい」合わせて、好みをはっきり述べている人は15%、およそ7人に1人となる。

残りの7人に6人は、「どちらでもない」あるいは

図5 自分の体臭に気がつかっている人(S)

	ある	なし
男	66	34
女	81	19

表1 においの強さと好みの相関

		全体数	すき	どちらでもない	きらい	わからない	不明
女性	かなり強い	4	-	-	4	-	-
	やや強い	65	-	33	20	11	1
	すこしある	80	3	38	4	33	2
	ほとんどない	12	-	3	1	7	1
	全くない	52	-	11	1	39	1
	わからない	5	-	-	-	4	1
男性	かなり強い	1	1	-	-	-	-
	やや強い	23	-	3	11	6	3
	すこしある	46	-	23	8	14	1
	ほとんどない	49	1	22	2	23	1
	全くない	4	-	3	-	1	-
	わからない	30	-	2	-	24	4
	不明	1	-	-	-	1	-

は「わからない」(それぞれ男性で34%、45%、女性で39%、44%)となる。これは当然のことながら、前問の「自分の体臭がない」と「わからない」(加えると、男性で55%、女性で67%)とも関係しているよう。

そこで認識と好みの相関をしてみる(表1)と、全体的には男女とも、体臭の強さと好みとの間には、どちらかという、においの強い傾向の人に「きらい」が多く見られ、特に女性ではにおいの強い人ほど「わからない」が減少していくようだ。

「自分の体臭に気がつかっている」人は、男性で66%、女性で81%となり(図5)、女性がより自分の体臭を気にしていることがわかる。

「気にしている」人の行動(図6)は、男性では「毎日風呂にはいる」「毎日シャワーを浴びる」「コロンや香水などを使う」の順となるが、女性は「毎日風呂にはいる」「脇の下などを脱毛する」「毎日シャワーを浴びる」「コロンや香水などを使う」「制汗剤などを使って匂いを防ぐ」と続く。「毎日風呂に入」り、「毎日シャワーを浴びる」ことが男女の基本のようであるが、女性の場合は「脱毛」したり、「制汗剤など」を使うケースが多い。

図6 体臭を気にしている人の行動(M)

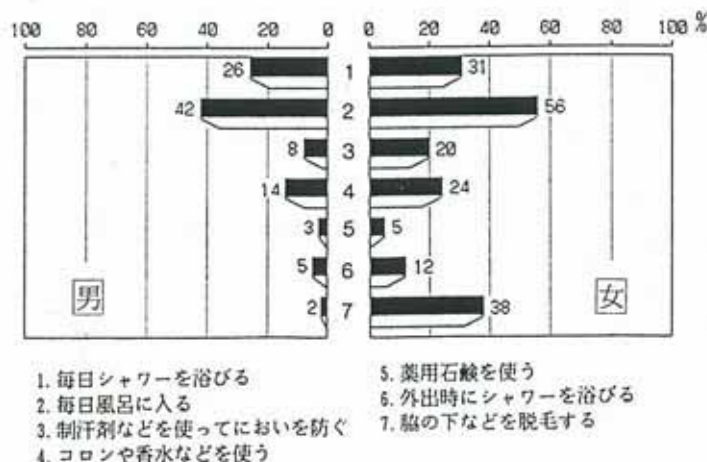


図7 体臭に気がつかう理由(M)

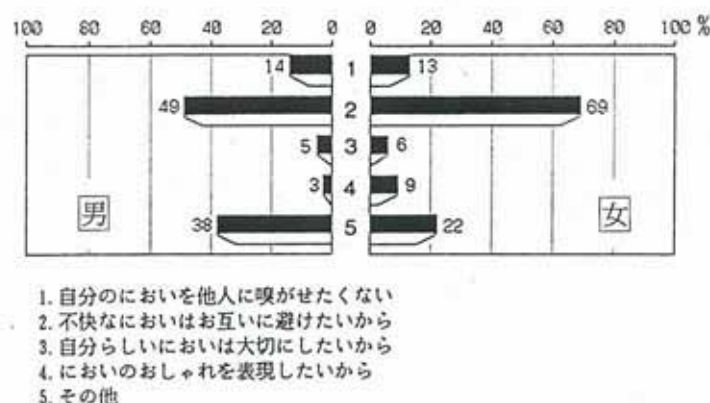


表2 体臭に気がつかう方とその理由との相関

		気のつかい方（女性）							気のつかい方（男性）								
		全体	1	2	3	4	5	6	7	全体	1	2	3	4	5	6	7
気がつかう理由	全体	—	68	118	43	52	10	26	81	—	40	65	13	22	5	7	3
	1	73	16	16	8	9	1	7	16	21	12	9	7	3	3		
	2	150	56	110	38	45	9	25	73	74	32	48	9	18	2	6	1
	3	13	8	8	2	10	—	4	4	7	3	6	1	2	—	1	—
	4	19	9	13	6	16	3	5	9	4	2	2	—	4	—	1	—

横軸 気のつかい方(M)

縦軸 体臭に気がつかう理由(M)

- 毎日シャワーを浴びる
- 毎日風呂に入る
- 制汗剤などを使ってにおいを防ぐ
- コロンや香水などを使う
- 薬用石鹸を使う
- 外出時にシャワーを浴びる
- 脇の下などを脱毛する

- 自分のにおいを他人に嗅がせたくない
- 不快なおいはお互いに避けたいから
- 自分らしいにおいは大切にしたいから
- においのおしゃれを表現したいから

図8 自分の体臭について他人から何か言われたことがある人(S)

	ある	なし
男	37	63
女	13	87

年齢別に見ると、「コロンや香水などを使う」人は20代で35%、30代で23%、40代で12%（各年代全体に対しての%）と若い女性ほど、使う傾向が見られる。

「気にしている理由（図7）」は「不快なお互いには避けたいから」が第一で、男性で49%〔79%〕（〔〕内は「気にしている人」（回答者の男性で62%、女性で78%）を分母としている：以下同じ）、女性で69%〔88%〕が支持している。次に「自分のにおいを他人に嗅がせたくない」と考えている人は14%〔22%〕、13%〔17%〕いる。

それに対して自分のにおいを積極的に表現したいという積極派は、「自分らしいにおいは大切にしたいから」「においのおしゃれを表現したいから」の計で男女それぞれ8%〔12%〕、15%〔19%〕となる。

この理由と気のつかい方との関連（表2）を見ると、男性では「においのおしゃれを表現したい」人全員が「コロンや香水などを使う」とする一方、「自分らしいにおいを大切にしたいから」とする人の9割近くが「毎日風呂に入る」っている。においを気にする人は「毎日風呂に入る」「毎日シャワーを浴びる」人が多い。

また「自分の体臭について他人から何か言われたことがある」人（図8）は男性で37%、女性で13%いる。男性では「妻」からが23%、「子供」からが11%、「友人」からが6%。女性は5%以下と少ない。

「他人から言われた」内容（図10）は男性で「注意された」が圧倒的に多く、嫌なおいとしての体臭が大半で、ごくわずかに「すてきとほめられた」がみられた。

「その後、どうしたか」ということでは（図11：回答者は男性で全体の30%、女性では10%）、男性は「毎日シャワーを浴びるようになった」「毎日風呂に入るようになった」「制汗剤などを使うようになった」「コロンや香水などを使うようになった」8%〔28%〕に対して、女性では「コロンや香水などを使うようになった」が4%〔36%〕、「なにもしない」が4%〔36%〕が主な回答となる

図9 誰から言われたか(M)

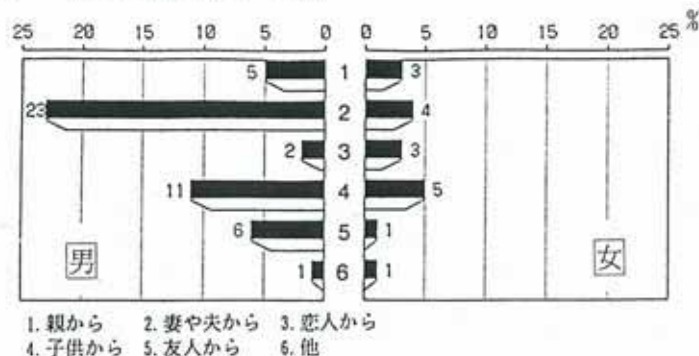


図10 言われた内容(S)

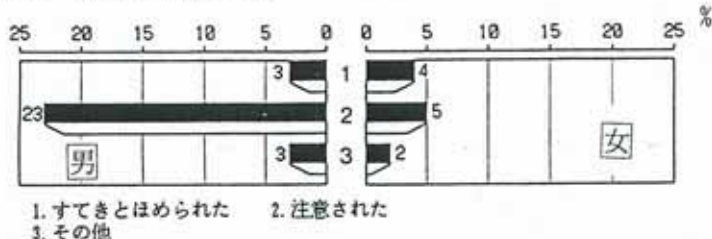
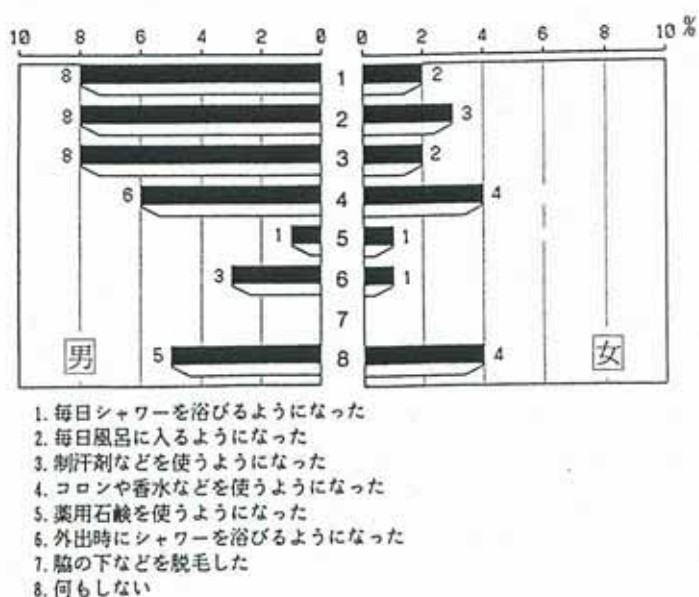
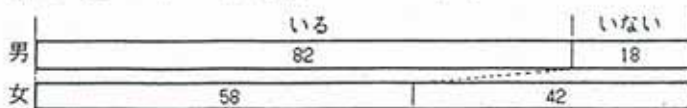


図11 言われた後の行動(N)



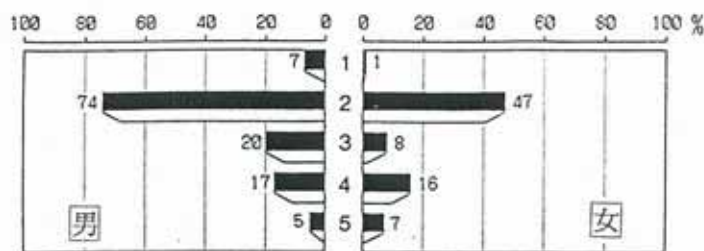
3 足におい——女性より男性の方が気をつかう

図12 足のおいにお気を使っている人 (S)



気をつかっている人は(図12)男性で82%、女性で58%いる。逆に、気をつかっていない人は男性で18%、女性で42%となり、男性の方が気をつかっているのがわかる。その気をつかい方(図13)は男性では「毎日靴下を変える」74%、「毎日靴下を変える」20%「毎日朝晩、足を洗う」17%の順。女性では「毎日靴下を変える」47%「毎日朝晩、足を洗う」16%の順となる。

図13 足のおいにお気を使う人の行動 (M)



1. 消臭繊維などにおいを消す加工がされている靴下を選ぶ
2. 毎日靴下を変える
3. 毎日靴下を変える
4. 毎日朝晩、足を洗う
5. 特に何もしない

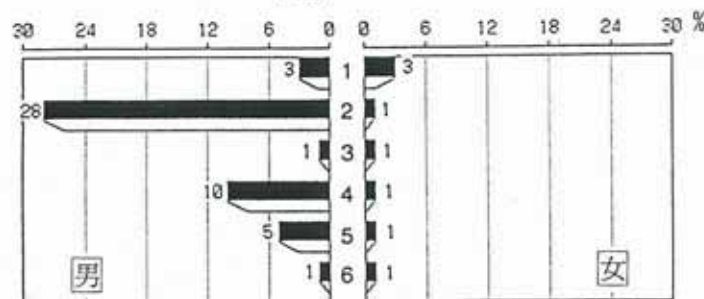
「足のおいについて他人から何か言われたことがある」人(図14)は男性で40%、女性で6%と、男性に圧倒的に多いことがわかる。男性の方が足がくさいようだ。言われる相手(図15:複数回答)派、男性では、「妻から」が一番多く、28% [71%]、続いて「子供から」が10% [25%]、「友人から」「親から」5% [13%]、3% [7%]と続く。女性では「親から」が3% [54%]と一番高く、夫や子供から言われることは少ないようだ。

言われた人のその後(図16)は、男性では「毎日靴下を変えるようにした」が23% [58%]、「毎日朝晩、足を洗うようにした」が12% [32%]で「特に何もしていない」「毎日靴下を変えるようにした」がそれぞれ9% [23%]、8% [22%]となる。最近話題の「消臭、防臭加工がされている靴下を選んだ」人も3% [8%]おり、少なくないようだ。

図14 足のおいについて他人から何か言われたことがある人 (S)

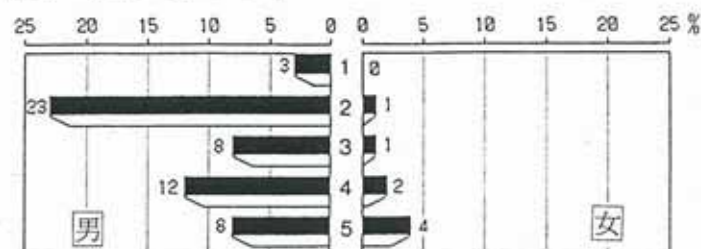


図15 誰から言われたか (M)



1. 親
2. 妻や夫
3. 恋人
4. 子供
5. 友人
6. 他

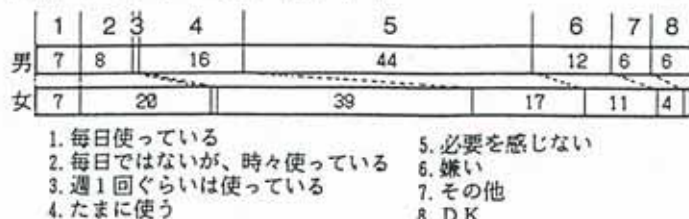
図16 その後の行動 (M)



1. 消臭、防臭加工がされている靴下を選んだ
2. 毎日靴下を変えるようにした
3. 毎日靴下を変えるようにした
4. 毎日朝晩、足を洗うようにした
5. 特に何もしていない

4 「フレグランス」の使用——男性で3割、女性で6割以上いる

図17 フレグランス類の使用 (S)

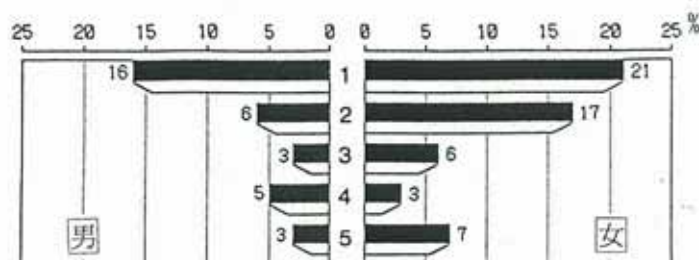


「フレグランス（香水やオーデコロンなど）」（図17）について男性では、「必要を感じない」人が44%と半数近くを占め、次に「たまに使う」16%、「嫌い」12%と続く。

女性では「たまに使う」が39%、「毎日ではないが、時々使っている」20%、「必要を感じない」17%、「嫌い」11% となり、「毎日使っている」が男女とも 7%に留まっている。

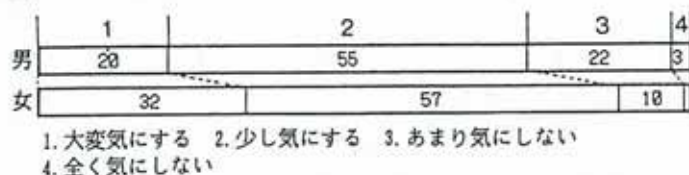
使っている人（回答者は男性29%、女性49%と女性の回答率が高い）の使い方（図18）は、「決まったもの（単数）を使っている」男性は16% [53%]、女性で21% [43%]、「決まったもの（複数）をTPOで使い分けている」はそれぞれ 6% [20%]、17% [36%] となる。

図18 フレグランスの使い方（使っている人のみ）(M)



5 自分の口臭——4人に3人以上が気にする

図19 自分の口臭を気にする人 (S)



口臭を気にする人（図19）は男性で75%、女性で89%。気にする時（図20）は男女とも「人と会う時」「いつも」「出かける時」の順となる。

「気になる時どんなことをするか」（図21）については、第一が「歯をよく磨く」で、男性が47%、女性が71%、と男性では約半数、女性では3人に2人以上の率である。次に「ジンタンやガムなどを使用している」男性は29%、女性は15%、「ニンニクなどにおいの強い食べ物を避けている」男性が9%、女性が12%と続く。最近流行りの「洗口液を使用している」人は男性で5%に対し、女性では9%、10人に1人となる。

図20 口臭を気にする時 (S)



「口臭について他人から何か言われたことがある」（図22）人は男性で50%、半数いる。言われた相手は「妻」からが33% [67%]、「子供」からが10% [20%]、「友人」からが 6% [12%]、「親」からが 5% [9%] と続く。

図21 気になる時、どんなことをするか (S)

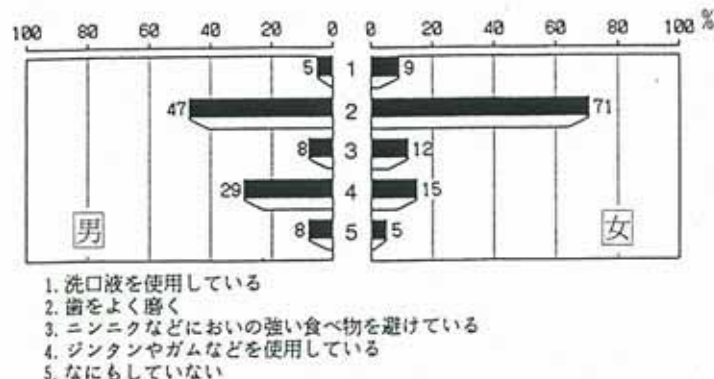


図22 自分の口臭について他人から何か言われたことがある人 (S)

	ある	なし
男	50	50
女	27	73

図23 誰から言われたか 言われた相手 (M)

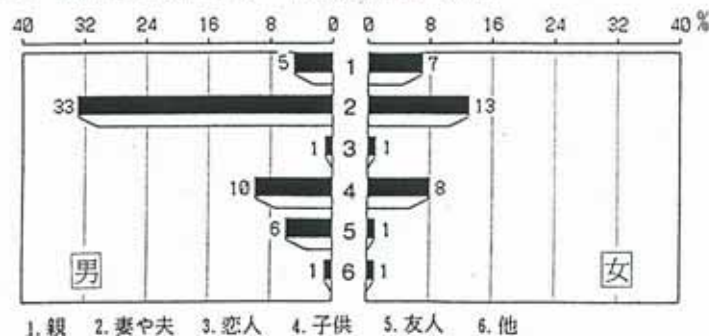


図24 その後の行動 (M)

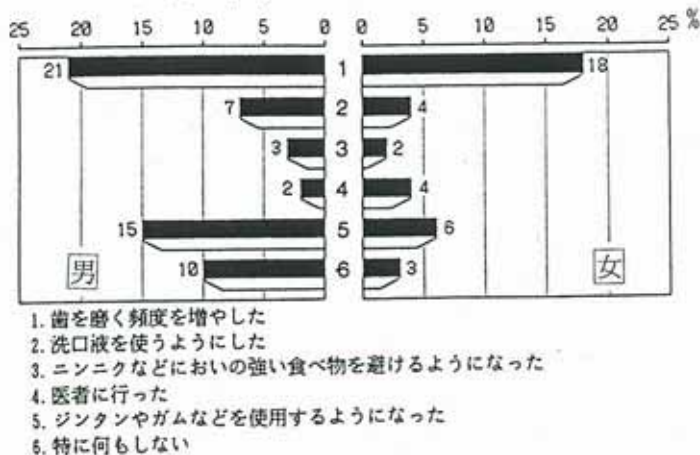


図25 歯を磨く回数 (1日) (S)

	2	3	4	5	6
男	21	9	59	8	
女	6	4	57	28	5

1. 全く磨かない 2. 朝1回 3. 夜1回
4. 朝晩、計2回 5. 朝昼晩、計3回 6. 4回以上

図26 歯ブラシの携帯 (S)

	1	2	3
男	3	28	69
女	6	23	68

1. いつも携帯している
2. 職場に置いてあるので特に携帯しない
3. 特に携帯していない

一方、女性では27%と男性のほぼ半数に減り、その相手は「夫」から13% [48%]、「子供」から8% [28%]、「親」から7% [25%]と、家族が中心で「友人」などが1% [5%]とほとんどなくなる。

男性の方が女性より多く言われていることがわかる。

口臭について何か言われた時の行動 (図24) としては、まず第一に「歯を磨く頻度を増やした」が男性で21% [45%]、同じく女性で18% [67%]、「ジンタンやガムなどを使用するようになった」が男性で15% [31%]、女性で6% [23%]、「洗口液を使うようにした」が男性で7% [14%]、女性で4% [15%]となる。「医者に行った」人も少数だが、男性で2% [4%]、女性で4% [13%]いた。しかし「特に何もしない」が男性で10% [22%]、女性で3% [10%]いる。

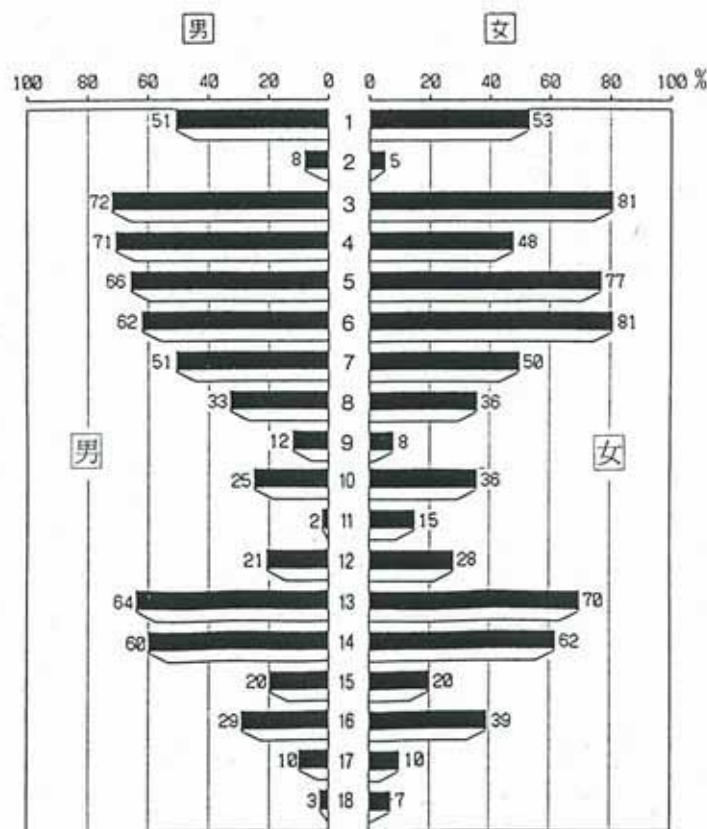
歯を磨く回数 (図25) は男性で1日1回以内が31%に対し、女性で10%、2回が男性で59%、女性で57%、3回以上は男性で10%、女性で33%と1回以内と男女の比率が逆転する。女性の方がよく磨いている。

「ふだん歯ブラシを携帯しているか」 (図26) については、「職場に置いてあるので特に携帯しない」が男女とも4分の1おり、「特に携帯していない」が3分の2以上いる。

6 体臭についての意識 (図27)

体臭に関して再度「イエス」「ノー」の質問で答えてもらった。

図27 体臭についての意識 (M)



1. 腋臭は嫌いだ
2. ほのかな腋臭はそれなりにいい
3. 汗臭い人はいやだ
4. 靴下の臭さは堪らない
5. 頭髪料のにおいの強い人は嫌いだ
6. 所かまわず、香水を匂わせている人は嫌いだ
7. いつも清潔でにおいのない人が望ましい
8. 日本人は本来、体臭が少ないので、それなりに気をつけてにおいをさせないほうがよい
9. においは個性として欠かせないから、強過ぎなければあったほうがよい
10. 自分の体臭はよくわからないので不安に思うことがある
11. 香りのするストッキングや衣類を使ってみよう
12. 防臭効果のある靴下や衣類を使ってみよう
13. 石鹸のにおいに清潔感を感じる
14. 汗をかいたら必ず風呂またはシャワーを使う
15. 毎朝シャンプーをするのは清潔でよい
16. 毎朝のシャンプーは髪の毛にあまりよくないと思う
17. ヒゲやすね毛や胸毛など体毛の濃い人はどちらかと言えば不潔で、剃った方がよい
18. 毛深い人は、なんとなくにおいがこもる感じで不潔だから、剃った方がよい

『化粧文化』19号で取り上げた体毛観に関連して「体毛の濃さ」と不潔感との関連をみてみたが、全体的にははっきりとした傾向は見られなかった。

半数以上が腋臭は嫌い

腋臭に対する意見は否定的な「嫌いだ」が男女とも半数を超え、それぞれ51%、53%となり、肯定的な「ほのかな腋臭はそれなりにいい」は男女とも10%以下となる。

いやなおいに関して敏感

冒頭の質問でも聞いているが、「汗」「靴下」のにおいあるいはにおいの強い「化粧品」に対しては、男女とも、6割以上の方が否定的に答えている。靴下を除いて女性の方がより否定的である。

ただし、「靴下の臭さは堪らない」で女性が48%と低いのは男性に比べて前述のように気を遣う人が少ない（おそらく、靴の履き方、靴の形、靴下の違いなどによる）からと思われる

無臭が第一

清潔さや無臭を望ましいとする人は男女との約半数おり、「日本人は本来、体臭が少ないので、それなりに気をつけてにおいをさせないほうがよい」というような気の遣い方に対して男女とも3分の1は支持している。逆に「においは個性として欠かせないから、強過ぎなければあったほうがよい」という考え方は少数派でそれぞれ12%、8%である。

しかし、「自分の体臭はよくわからないので不安に思うことがある」が男性で25%、女性で36%おり、わからない不安さがにおいに関する意見の底に存在しているように見える。

また、「香りのするストッキングや衣類を使ってみよう」という、においを積極的に使おうとする人は女性の方が多く、15%いる。逆に「防臭効果のある靴下や衣類を使ってみよう」人は男性で21%、5人に1人、女性で28%、4人に1人いる。

清潔第一主義

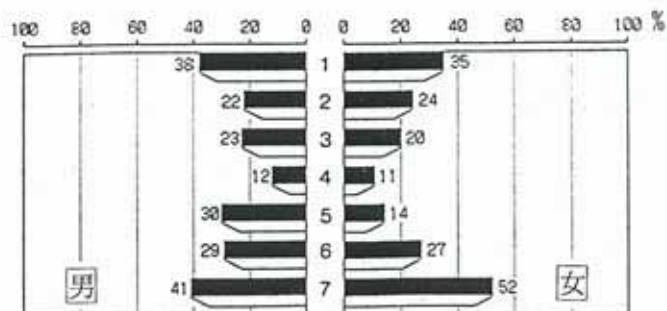
清潔感については「石鹸のにおい」が男女それぞれ64%、70%、「汗をかいたら必ず風呂またはシャワーを使う」人は同じく60%、62%と半数以上いる。

朝シャンについては「清潔でよい」する人は今回の調査では少なく、男女とも5人に1人の割合である。むしろ「毎朝のシャンプーは髪の毛にあまりよくないと思う」人が男性で29%、女性で39%と「朝シャン」肯定派より多い。

7 「くささ」をどう思う

「くささ（臭さ）」という言葉がしばしば差別語的な意味合いが含まれているといわれるが、実際にどんな印象をもっているかを調べるために、女性には「男臭さ（男の体臭）」という言葉、男性には「女臭さ（女の体臭）」について7つの文から該当するものをいくつでも選んでもらった。

図28 「男臭さ（男の体臭）」（女性のみ質問）、「女臭さ（女の体臭）」（男性のみ質問）という言葉で感じる事（M）



1. 「男臭さ」「女臭さ」をイメージできる
2. 「男臭さ」「女臭さ」は言葉だけでイメージできない
3. 「男臭さ」「女臭さ」を男性は持っていてほしい
4. 「男臭さ」「女臭さ」は魅力的ではない
5. 「男臭さ」「女臭さ」は魅力であると思う
6. 「男臭さ」「女臭さ」から「清潔」な感じは受けない
7. 「男臭さ」「女臭さ」は不潔と同義語ではない

「男臭さ」(図28)

「不潔と同義語ではない」と感じる女性が52%と半数以上いる一方、その半数ぐらいの27%が「『清潔』な感じは受けない」としている。

「イメージ」できるかどうかについては、「できる」が35%、「できない」が24%とできる方が多い。

肯定的な意味としての「魅力であると思う」「男性はもっていて欲しい」はそれぞれ14%、20%に対して、逆に「魅力的でない」とする意見は11%である。

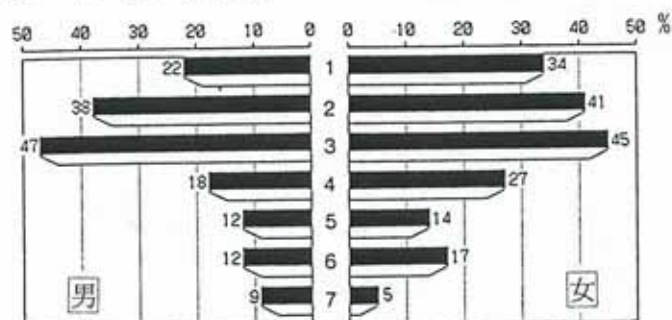
「女臭さ」(図28)

「不潔と同義語ではない」と感じる男性が41%と半数近くいる一方、29%が「『清潔』な感じは受けない」としている。

「イメージ」できるかどうかについては、「できる」が38%、「できない」が22%とできる方が多く、「男くささ」とほぼ同じ傾向である。

肯定的な意味としての「魅力であると思う」「女性ももっていて欲しい」はそれぞれ30%、23%に対して、逆に「魅力的でない」とする意見は12%に過ぎない。

図29 「老人臭さ（老臭）」という言葉で思うこと（M）



1. 「老人臭さ」という言葉は初めて聞く
2. これからは「老人臭さ」は自分たちの問題になるのだろう
3. 「老人臭さ」はあまりよいにおいではない
4. 高年向けの年相応のかおりのするフレグランスがほしい
5. 「老人臭さ」を消す化粧品がほしい
6. 消臭効果のある寝具を使いたい
7. 消臭効果のある飲食物がほしい

「老人臭さ（老臭）」(図29)

全体的には、「あまりよいにおいでない」が男女とも45%を超え、半数近い支持を得ている。一方、「自分たちの問題になるだろう」とする意見も男女とも40%前後あり、しかも年齢が高くなるほどそう思う人が多い傾向がある。

具体的ななおいに関しては「高年向けの年相応のかおりのするフレグランスがほしい」する人が男性で18%、女性で27%おり、高年層向けのフレグランスが求められているようだ。また「老人臭さを消す化粧品がほしい」「消臭効果のある寝具を使いたい」という意見も少数だが存在し、無視できない結果を出している。

また、「老人臭さ」という言葉は初めて聞く人が男性で22%、女性で34%いることも無視できない。この意見（表3）は男女とも若い人ほど多く、20代では40%を超える支持がある。核家族化し、さらに生活単位が個人化している現代では「老人臭さ」は知らなくても当然なのだろうか。

表3 「『老人臭さ』という言葉は初めて聞く」という意見と年齢との関係

年齢	20～	30～	40～	50～	60～	全体
女性	46	37	23	13	—	35%
男性	41	26	21	19	17	24%

注：数値は各年代に占めるイエスの人の割合

考察にかえて

今回は、「体臭の無臭化」⇔「フレグランスの付加」を中心に考察してみた。

★においと不快感

他人のにおいに対する不快感は男女とも9割以上が経験しており、大変大きいことがわかった。このことは、質問が3ヵ月間（89年4、5月から6、7月）と、季節的には汗をかきやすい季節ではあったが、いかに日常的に不快に思うにおいに囲まれているかを物語っている。

においの種類では「汗臭さ」という身体から発するものが第一で、次に酒、タバコ、食べ物など口臭あるいは吐息から感じられるにおいがあり、最後に身体に付けたにおいまたはそれに汗臭さが混じった場合が出てくる。

体臭に対する不快感は別項目でも質問している。図27のように、「汗臭い人」「頭髪料のにおいの強い人」「所かわまず、香水を匂わせている人」「靴下の臭さ」など不快感を感じさせるにおいに関しては敏感な解答を得ている。

もちろん、この不快感もにおいの文化によって、あるいは人によって異なるのはいうまでもない。したがって、腋臭に対しても「ほのかな腋臭」にはそれなりの評価をしている人がわずかだがいる。しかし、大半が不快と感じているようだ。

★体臭と自己認識

今回の調査で、体臭が「全くない」「ほとんどない」で3、4割となり、「すこしある」を入れると7割、あるいはそれ以上に達し、体臭の弱い人々であるという特徴がでている。

その一方、自分のにおいを一番知らないのは自分だ、などと言われるほど、「自分のにおいを知る」ことは容易なことではない。今回も自分のにおいの強さの認識に関しては、「わからない」と答えた人は男性でおよそ20%、女性で25%以下にもかかわらず、好みに関してははっきり自分の意見を答えている人は男女とも15%、およそ7人に1人である。残りの7人に6人が「どちらでもない」「わからない」という回答は、日本人の体臭がそれほど強くないために形成された一つの文化なのだろうか。

また、「自分の体臭はよくわからないので不安に思うことがある」人が男性で4分の1、女性で3分の1以上いる。

この項目でイエスとした人が自分の体臭をどう答えているかをみると、男性で23%、女性で37%の人が自分の体臭をわからないと答えているに過ぎない。残りのほとんどが、自分なりにその程度を明確にしていることをみると、一応は体臭の程度を答えながらも不安を感じているということになる。

★体臭の無臭化———においの無個性化

「自分の体臭に気がつかっている」人は男性で3分の2、女性で5分の4いる。体臭が「ない」人が3、4割となり、「すこしある」を入れると7割、あるいはそれ以上に達するほど、体臭が弱い人々にも関わらず、「自分の体臭に気がつかっている」ということは、体臭に関してかなり過敏な文化を形成してきているようだ。

さて、気のつかい方の内容は大きく無臭化する方向と、そうでない方向とある。

いうまでもなく無臭化は、その人のにおいを取るということからは、においの無個性化と言えるが、「毎日風呂に入る」「毎日シャワーを浴びる」「脇の下の脱毛」あるいは「制汗剤などを使ってにおいを防ぐ」ことなどによって可能である。調査の結果（図6）からもわかるように、気にする人の多くが右記の内容を行っている。

さらに、無臭化の理由を求めると、「不快なおいには避けたいから」が圧倒的に多く、つぎに「自分のにおいを他人をかがせたくないから」となっている。

このことは他人から注意されることで一層助長されるようだ（図9、10、11）。

また、図27のところでも似たような質問をしているが、「1. 腋臭は嫌いだ」「3. 汗臭い人はいやだ」「7. いつも清潔でにおいのない人が望ましい」のような無臭化につながるような問いに対しては支持が高く、「匂いは個性として欠かせないから、強すぎなければあった方がよい」が男女で10%前後の支持しか得られないことが無臭化をよく物語っていると言えよう。

この無臭化傾向は、男性の「フレグランスに必要を感じない」人が44%いる（図17）ことから読み取ることができる。会社員の半数近くがフレグランスの必要性を感じていないのだろうか。

★においの付加———においの個性化

無臭化の反対として、フレグランスを使って人工的なにおいを付加する方向がある。においを付けるということではにおいの個性化と言える。

「体臭に気がつかっている」人で「コロンや香水などを使う」（図6）の回答からにおいの付加は、女性は男

性の倍近い支持率を示している。

しかし、体臭に気を使う理由として、「自分らしいにおいは大切にしたいから」「においのおしゃれを表現したい」のような、自分のにおいを積極的に持ちたいとする人は、「コロンや香水などを使う」人より少ない結果であり、「コロンや香水などを使う」人は必ずしも積極的に自分のにおいを表現したいと思っているわけではなさそうだ。しかも面白いことに、「自分らしいにおいを大切にしたい」とする人の9割近くが毎日「風呂にはいる」「シャワーを浴びる」など無臭化にも気をつけているようだ。自分らしいにおいは清潔感が不可欠ということになる。体臭の弱い人々がより清潔感を求めて自分を無臭化しているのである。

その意味で今回の調査から、

体臭の無臭化（無個性化）＋香料によるにおいの付加（個性化）＝香料による個性化
という図式が考えられる。

このにおいの付加についてより詳細を知るために「フレグランスの使用」として質問している（図19）。結果については既に述べたが、「たまに使う」を含む使用者が男性で全体の3分の1、女性で3分の2となり、「自分の体臭に気をつかう」時の「コロンや香水などを使う」の支持率の倍以上となっている。「たまに使う」を除くと、男性で全体の16%、女性で28%とほぼ同率になるから、「たまに使う」人の意識は「自分の体臭に気をつかう」という意識ではないことがわかる。とすると、「自分の体臭に気をつかう」人はフレグランスを「週1回ぐらいは使っている」ことになる。

さらにフレグランスの使い方について突っ込んで聞いている（図18）が、男性では「決まったもの（単数）を使っている」が中心に対して、女性では「決まったもの（単数）」とそれに続く「決まったもの（複数）をTPOで使い分けている」人が大半を占めている。

無臭化だけでなく、匂いの付加に関しても男女差がみられる。

★おわりに

最後に、体臭とフレグランス（香料）と個性の関係を、日本と欧米（アラブなども含む）との比較し、その違いを図式的にとらえて終わりたい。

日本では、すでに述べてきたように、体臭が弱い上に、清潔を求める傾向が強く、その結果、体臭のないのが好まれる。無臭化であり、においの無個性化である。したがって、においの個性を求めようとする、においのあるもの（＝香水、オーデコロンなど）をからだに付加することで可能になる。その結果は香料による個性化であり、自分の体臭はその個性化には無関係である。

それに対して、はじめにで紹介した「香水」の主人公グルヌイユに代表されるような、体臭があることで自分の存在感を発揮できる文化も存在する。特に欧米やアラブを中心とした世界になろうが、体臭の存在そのものが意味あり、その体臭に香料を付加し、体臭のある部分をマスキングしたり、強調させたりして一層の個性化を図る文化である。そこでその違いを図式化してみると、次のようになる。

日本

体臭が弱い ＋ 自分のにおいを取り去って清潔を求める（体臭の無臭化＝無個性化）

→ 自分のにおいよりも、香料のにおいで個性化？ ＝ **体臭のない個性**

欧米、アラブ

体臭が強い ＋ 自分のにおいは自分の存在感を意味する

→ 自分のにおいに、香料のにおいを加えて個性化