

フランスのウェルビーイング市場概要 (主にフレグランス商品)

2024年9月

日本貿易振興機構(ジェトロ)
パリ事務所

海外展開支援部

報告書の利用についての注意・免責事項

本報告書は、日本貿易振興機構（ジェトロ）パリ事務所がエービングプラス・青木千映氏に作成委託し、2024年3月に入手した情報に基づくものであり、その後の法律改正などによって変わる場合があります。掲載した情報・コメントは作成委託先の判断によるものですが、一般的な情報・解釈がこのとおりであることを保証するものではありません。また、本報告書はあくまでも参考情報の提供を目的としており、法的助言を構成するものではなく、法的助言として依拠すべきものではありません。本報告書にてご提供する情報に基づいて行為をされる場合には、必ず個別の事案に沿った具体的な法的助言を別途お求めください。なお一部文章については、引用元からの筆者翻訳が含まれます。

ジェトロおよびエービングプラス・青木千映氏は、本報告書の記載内容に関して生じた直接的、間接的、派生的、特別の、付随的、あるいは懲罰的損害および利益の喪失については、それが契約、不法行為、無過失責任、あるいはその他の原因に基づき生じたか否かにかかわらず、一切の責任を負いません。これは、たとえジェトロおよびエービングプラス・青木千映氏が係る損害の可能性を知らされていても同様とします。

本報告書に係る問い合わせ先：

ジェトロ・パリ事務所
E-mail：info-prs@jetro.go.jp

日本貿易振興機構（ジェトロ）
海外展開支援部 販路開拓課
ライフスタイル産業班
E-mail: CIB1@jetro.go.jp

JETRO

目次

| | |
|---|----|
| はじめに | 1 |
| A. ホームフレグランス市場規模・シェア分析・トレンドと成長予測（2024・2029年） .. | 4 |
| B. 環境配慮、エコフレンドリー、天然素材、オーガニック意識 | 6 |
| C. フランス人の香りに対する意識と「アロマ」事情 | 6 |
| a) ディフューザー / ホームフレグランス | 8 |
| b) キャンドル | 11 |
| c) お香 | 15 |
| d) エッセンシャルオイル | 17 |
| D. ホームフレグランスの市場トレンド | 20 |
| E. 物流構造 | 23 |

はじめに

近年ウェルビーイング(Well-Being)という言葉が頻りに耳にしたり口にしたりするようになった。ウェルビーイングはフランス語でビアンネートル (Bien-Etre) と言い、世界保健機関 (WHO) 憲章で、「肉体的、精神的、社会的に良好な状態にあること」と定義されている。肉体的、精神的に健康だけでなく、社会的、経済的に良好で自分の人生への満足度、幸福度が高いことを意味する。

コロナ禍は、ウェルビーイングに様々な影響を与えた。これらの影響は個人差こそあるが、総体的にはコロナ禍がウェルビーイングに対して様々なチャレンジをもたらしたとも言える。社会全体でのサポートやリーダーシップ、個々の健康管理や精神的なケアが、この期間を乗り越えるために必要であったとも言える。

個々の健康管理や精神的なケアにおいて、リラックス効果を求めて好きな香りをゆったり楽しむ、リラクシング効果のあるグッズを使用するなど、自由にウェルビーイングライフを楽しむようになった。また、ホームフレグランス、エッセンシャルオイル、アロマディフューザー、キャンドル等のラインナップ、これら商品の選択の幅がヨーロッパの日常生活の中でさらに豊富になってきた。これは、見本市メゾン・エ・オブジェに2023年9月展から、新セクターとして「WELL-BEING & BEAUTY」が加わり活気づいていることから分かる。



メゾン・エ・オブジェ会場 (筆者撮影)



「WELL-BEING & BEAUTY」セクター / 2023年 Maison&Objet 9月展 (筆者撮影)



Well-Beingフレグランス関連商品の展示の様子 (筆者撮影)

参考) 2023年メゾン・エ・オブジェ9月展における「WELL-BEING & BEAUTY」セクターの出展者リスト (90社)

<https://www.maison-objet.com/en/paris/exhibitors?refinementList%5Bsector%5D%5B0%5D=WELL+BEING+%26+BEAUTY>

なお、ウェルビーイング関連商品は、化粧品とは異なり「雑貨」の分野に入るが、ヨーロッパへ輸出するにあたり様々な規制が定められている点に注意が必要である。

一般雑貨として扱われがちな石鹸、入浴剤等は肌につけるものであり、本来は現地の化粧品規制に従って輸入、販売されるべきものである。ただし、実際はその規制を無視して販売されているというケースが多いのも現状である。

化粧品の定義

化粧品の規制は、EUレベルの規制「化粧品に関する2009年11月30日の欧州議会及び理事会規則 第1223/2009号」及びフランス国内法の「公衆衛生法典 L5131-1条～L5131-8条、L5431-1条～L5431-9条、R5131-1条～R5131-15条、R5431-1条～R5431-3条」等により規定されている。

EU規制による「化粧品」の定義は、「人体の外部（表皮、毛髪、爪、唇および外性器）または歯および口腔の粘膜に接触させることを目的とした物質または混合物で、その洗浄、芳香、外観の変更、保護、良好な状態の維持または体臭の改善を専らまたは主として目的とするもの」である。

EU規制：

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:02009R1223-20230816&qid=1696601666755>

その点、肌をつけることを前提としないエッセンシャルオイル、ホームフレグランス、ディフューザー、キャンドル等のフレグランス商品は「雑貨」の分野に入る。化粧品ほど厳しくはないもののやはり規制は存在する。そして同規制に従ってヨーロッパに輸入され、販売されるべきものである。

近年同分野への注目が高まり、日本企業からの相談も増加している状況である。本レポートは、当地（フランスを中心としたヨーロッパ地域）のフレグランス商品を含むウェルビーイング市場概要および、同市場における各種規制・手続き方法についての実用的な情報提供を行うことを目的とする。

フランスを中心としたヨーロッパ地域にこれらのウェルビーイング関連雑貨を輸出、販売することを視野に入れておられる日本企業に、最低限の知識として持っていただきたい事項を網羅している。

海外進出の方法の一つとして考えられる海外見本市等に出展する際に、これら最低限の知識を持っているのと持っていないのでは、海外進出における過程の意味や計画性、そしてそのスピードや効率が全く異なってくる。

ぜひ認識を深めていただき、海外進出に備えていただければ幸いです。

A. ホームフレグランス市場規模・シェア分析・トレンドと成長予測（2024-2029年）

ホームフレグランスの市場規模は、Mordor Intelligenceの調査*1によると、2024年に136億米ドルになると推定され、2029年までには170億米ドルに達すると予測されている。

消費者は、様々なフレグランス製品に益々お金をかけるようになっており、これらの製品は様々なモデル、色、香り、素材があり、世界中の顧客の多様なニーズに応じている。また、近年はオーガニックや天然素材を使用した付加価値の高い室内装飾に、より多くの支出をするようになってきている。Vlam社*2が発表した調査によると、ベルギーにおけるオーガニック製品への総世帯支出は、2021年の8億9,200万ユーロから2022年には9億9,200万ユーロに増加したという。

元々ヨーロッパでは、インテリア・室内装飾にお金をかける傾向にあるが、ライフスタイルの向上を求めて、「オーガニック・天然素材」、さらにインテリアにもなりうる「香り」にもこだわる傾向が高まってきている。



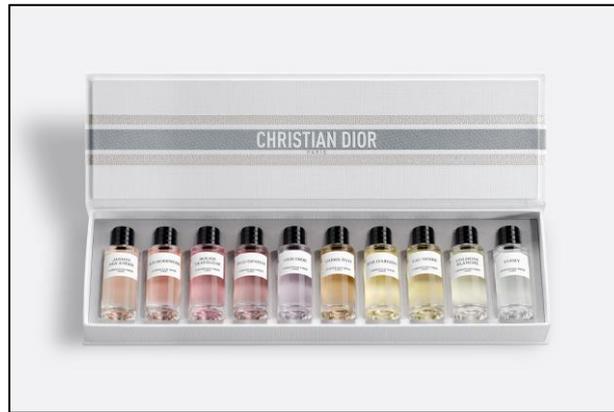
Mordor Intelligenceサイトから引用

ホームフレグランス市場で最大のシェアを占めている米国における、スパ業界の平均売上高は、2021年には約201億ドルになると推定されている。代表的な例として、クリスチャン・ディオールは2021年、上質なフレグランス、キャンドル、ソープを揃えた「ラ・コレクション・プリヴェ・クリスチャン・ディオール」をカナダのECサイトで発表した。

¹ホームフレグランス製品の市場規模と市場規模株式分析 - 成長傾向と成長傾向予測 (2024 ~ 2029年)

Mordor Intelligence <https://www.mordorintelligence.com/ja/industry-reports/home-fragrances-market>

² Vlam: オランダ語で「フラーム地域の農業と漁業のマーケティングセンター」を意味する「Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing」の略称。ベルギーの組織であり、フラーム地域の農産物や漁業製品の国内外でのプロモーションを行っている。



La Collection Privée Christian Dior ミニチュア・パルファム10種入コフレ
(フランスでも販売されている)

https://www.dior.com/fr_fr/beauty/fragrance/discover-the-collection.html



La Collection Privée Christian Dior キャンドル



D-AIRディフューザー

Diorの技術とCompoz社（Vivatech LVMH賞受賞企業）のコラボレーションにより誕生

Compoz（コンポズ）社の特許取得済みのドライ・ディフュージョン・システムにより、最も安全な方法で、嗅覚を汚染することなく、健康と地球を尊重した上で、La Collection Privée Christian Diorの代表的な5つの香り：Ambre Nuit、Thé Osmanthus、Figue Méditerranée、Jardin d'Orangers、Oud Supremeを選んで楽しむことができる。

B. 環境配慮、エコフレンドリー、天然素材、オーガニック意識

近年フランスをはじめ、ヨーロッパ中で、有機農産物・有機加工食品を意味する「オーガニック」の専門店、スーパーマーケット、チェーン店が増加している。添加物及び加工物を口にしていないかなど、食品の原材料について気にする人口が著しく増えてきた。

並行して、特にパリでは、オーガニック、グルテンフリー、自然農法の野菜を売りにしたレストラン、デリカフェも増加している。女性向け雑誌では、新鮮で安全な素材を使ったレシピ、子供にも安心して食べさせられる食材について常に特集しており、この傾向は顕著である。もちろん食品だけでなく、日用品（洗剤、石鹸、ヘアケア、オーラルケア等々）など、多岐にわたる製品においてオーガニックと呼ばれるものが溢れている。エッセンシャルオイルを使用したアロマディフューザーは、今日のウェルビーイングのトレンドが来るだいぶ以前から存在したが、今も変わらず自然派、オーガニック派によって支持されている。



オーガニック専門店内の精油
(エッセンシャルオイル) 売場の様子
(筆者撮影)

代表的オーガニック専門店

- Naturalia : <https://www.naturalia.fr/>
- BIO c' Bon : <https://www.bio-c-bon.eu/>
- La Vie Claire :
<https://www.lavieclaire.com/>
- Biocoop : <https://www.biocoop.fr/>

C. フランス人の香りに対する意識と「アロマ」事情

一般的にフランスでも日本と同様に洗濯時に多くの家庭で柔軟剤が使用されている。



グーグル検索結果ページより引用

市場にある製品はグーグル検索でフランス語の柔軟剤「assouplissant」を入力して画像で検索すると上記のような検索結果が見られる。

柔軟剤について、機能性（柔軟、手触り）に続いて重視されるのは「香り」である。近年のナチュラル志向の傾向から、ケミカルなものを排除する動きは強く見られるが、フランス人の「香り」に対するこだわりは強く、依然として柔軟剤を使用する家庭は多い。

500万人以上のフランス人がアロマキャンドルを自宅で使用するとされており、販売量は年々増えている。EU統計局Eurostatの統計によると、フランスにおける2020年のキャンドル製造額は2017年比で15.9%の増加、2022年の輸入額は前年比33.70%の増加である。フランス人のお香やアロマの使用量は年々増加傾向にある。

2013年のl'Inéris (Institut national de l'environnement industriel et des risques フランス国立産業環境・リスク研究所)の調査によると、アロマキャンドル、お香などはベンゼンやホルムアルデヒドなどの有毒な粒子を放出する可能性があり、欧州委員会により発がん性の可能性があると見なされ、それらの危険性が指摘されている。それにもかかわらず、「天然素材かケミカルか」で意見は分かれるが、ディフューザー、キャンドル、お香は大変な人気である。

出典：<https://www.ineris.fr/en>

過去には、瞑想やヨガブームと関連してお香ブームがあった。日本製のお香もしばしば見られる。現在は、天然素材・オーガニック等にこだわったお香が以前より市場に増えた。ホームフレグランス製品のメーカーがお香を販売、キャンドルの老舗ブランドがディフューザーを製造・販売するなど、ウェルビーイング市場にてホームフレグランス製品全般を網羅し販売する企業が増えている。インテリアの一部（照明）として使用されていた無臭のキャンドルに加えて、今ではフレグランス製品としてのアロマキャンドルが大人気となり、非常に活発な市場となっている。

近年のウェルビーイング市場において、「香り」はリラクシング効果を高めるものであるが、近年では多種の香りが存在し、各人に合ったホームフレグランスを選ぶための選択肢が広がった。ライフスタイル系のコンセプトストア、デパート等ではホームフレグランスのコーナーがますます大きくなり、ギフトシーズンは特に多くの人で賑わっている。



フランスのキャンドル老舗ブランド（1643年創設）Cire Trudon（シール・トルドン）

<https://trudon.com/> から引用

左) 100%植物由来成分キャンドル。燃焼時に煤も煙も出ず身体に優しく芳香性に優れている。

右) ディフューザー

ホームフレグランスは、自宅やオフィスに心地よい雰囲気を作りたいと考える人々の間で、近年ますます人気が高まっている。新型コロナ以降、活況を呈する同市場は、消費者が周囲の環境を個性化し、快適でリラックスできるスペースを必要とし、積極的にそれを作り出そうとしている傾向をまさに反映している。2022年1月から10月の10カ月間における、ヨーロッパのホームフレグランスの売上高は1億5,800万ユーロに達した。

今日、スプレーやディフューザー、アロマキャンドルやエッセンシャルオイルまで、多種多様なホームフレグランスが販売されている。ホームフレグランスはそれぞれ特有な嗅覚体験を提供し、個々のスペースの雰囲気を変えるのに役立つ。インターネットは同市場の発展に大きく貢献しており、2021年のClustaar社の調査によると、「手作りキャンドル」や「母の日キャンドル」などのキーワードを入力して、香りのカテゴリー（キャンドル、ディフューザー、香水など）での検索性数は毎月288,270件にのぼる。

出典：<https://seo-data.clustaar.com/>

特に、職人技を駆使した製品だけでなく、DIY（日用品を自分で作ったり修理したりするトレンド）にも熱心なユーザーが多いことがわかる。

出典：https://www.anoq.fr/index.php?route=blog/article&article_id=89

以下、製品カテゴリー別に見る。

a) ディフューザー / ホームフレグランス

ディフューザー / ホームフレグランスは近年の成長分野

以前よりルームスプレー型や、ランプベルジェ[*1]等はホームフレグランス市場に存在していたが、近年の傾向としてはリードディフューザー[*2]が特に注目されており、多くの製品が市場で見受けられる。

・スプレー型

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|--|--|---|
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| Alta Rocca Vaporisateur €60.00 Casanera 送料無料 | Figuier - Vaporisateur... €58.00 Diptyque Paris + 送料 €7.00 | Parfum D'Intérieur... €52.00 Dr. Vranjes + 送料 €5.00 | Aesop Parfum d'Intérieur Istro... €53.00 Aesop 送料無料 | Rituals - Parfum d'intérieur ... €35.90 Rituals 送料無料 €71.80/1l | Hydrolat Fleurs d'Oranger Bio ... €13.50 Typology + 送料 €4.90 €13.50/100ml ★★★★★ (1k+) | Frederic Malle Jurassic Flower... €120.00 以前の価格: €165 MyOrigines 送料無料 €26.67/100ml Kelkoo | Vaporisateur 100 ml - Fleurs... €16.90 Estéban Paris P... + 送料 €5.90 ★★★★★ (9) |
| Google | Feed Price | Google | Crowd Shopper | Producthero | Google | Kelkoo | Google |

グーグル検索画面より引用

・ Lampe Berger (ランプベルジェ)



Maison Berger 公式サイトより引用

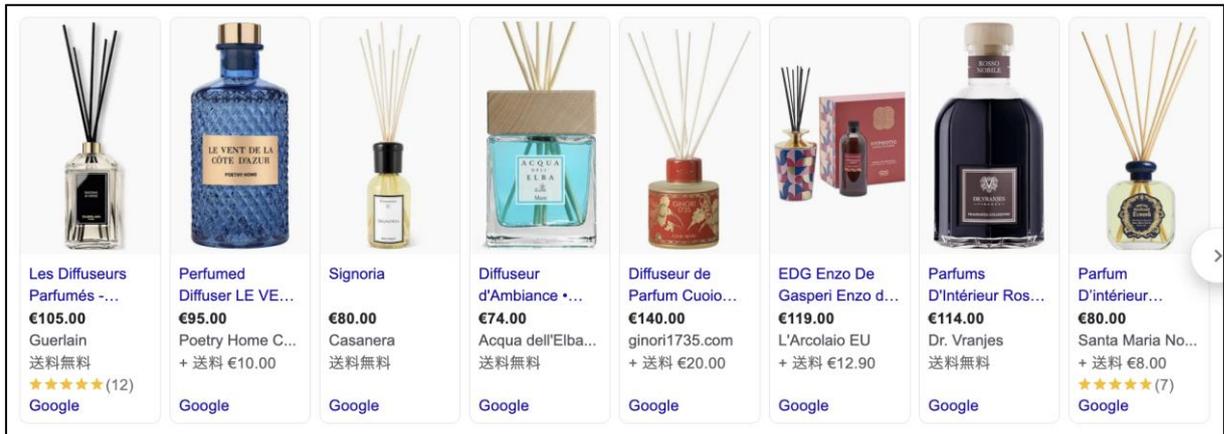
*1. Lampe Berger (ランプベルジェ) :

ランプベルジェは、Maison Berger社の室内空間への香り付けと浄化を目的とした製品として知られている。元々は19世紀末にフランスの製薬師であるモーリス・ベルジェによって開発されたものであり、特別なランプを使ってパフュームオイルを加熱し、香りを広げる装置。このランプは、特有の形状と特殊な構造を持っており、パフュームオイルを加熱するだけでなく、空気中の不要な分子や微粒子を酸化させることで空間を浄化する。様々な香りのオイルを取り揃えており、インテリアの装飾品としても人気があり、美しいデザインのランプが多数提供されている。

<https://maison-berger.fr/>

*2. リードディフューザー :

一般的には、パフュームオイルやエッセンスを入れたガラス容器に、細長い竹等のスティック (リード) を立てて使う。同スティックは、容器内のパフュームオイルを吸収し、その香りを周囲に拡散させる。キャンドルやスプレーなどの香りを楽しむ他の方法と比べて持続性があり、火を使わずに香りを広げることができる利点がある。また、一定の間隔でスティックを逆さまにすることで香りを新鮮に保つことが可能であり、リビングルームや寝室など様々な場所で使用できる。スティックの素材は通常竹やラタン等の天然素材で出来ている。



グーグル検索画面より引用

冬といえば家でくつろぐ季節。寒くなると外出する機会も減るため、その代わりに自分のイメージや気分を反映した室内でくつろぎの空間を作るのに香りは重要な役割を果たす。アロマキャンドル、アロマストーン、エッセンシャルオイルやディフューザー等、新型コロナウイルス以来、エアケア市場*3は世界中で力強い成長を遂げており、2020年から2021年の間に6.4%以上も増加、ヨーロッパでは、イギリス人とドイツ人の消費者が多く、僅差でフランス人と続く。*4

これまで、芳香剤は単なる装飾的な役割や防臭・消臭としての機能的なツールに過ぎなかったが、現在ではライフスタイルのトレンドとなっている。特に植物エキスを使用することで、生活空間を衛生的に整えたいというニーズや、心地よい香りを拡散させることで現実逃避したいというニーズとも密接に関係していると言える。

Les Français et les odeurs*5の調査によると、家で芳香剤を使用する人の75%は、何よりも感情に結びついた、自分が安心できる雰囲気を作り出そうとしている。実際、嗅覚は人間にとって最も発達した感覚であり、記憶の認識率の35%を占めている。脳の脳大脳辺縁系に直結している嗅覚は、誰にでも（意識・無意識に関わらず）親密な記憶を呼び覚ますと言われている*6。

このような需要の高まりに対し、多くの高級フレグランスブランドは、香りのエッセンスを室内にさりげなく拡散させる最良の方法を考えている。多くは、より効果的なフレグランス・ディフューザーを提供するために、新たな技術革新に目を向けている。電気式の最新ディフューザーは、将来アロマキャンドルに代わる、より安全な代替品となる可能性がある。

Diptyque（ディプティック）社はその典型例である。アロマキャンドルで世界的に有名な同社は、ドライフレグランス・ディフュージョン・プロセスのパイオニアであり、いくつかの世界的な特許を所有するフランス企業Scentsys（センチス）社に、その独自のノウハウをディプティック社の家庭用の新ディフューザーに応用することを依頼した。セン

³ フランス語：Soin de l'air

⁴ 出典：Mintel MS / Nielsen Insight

⁵ PRS in Vivo(<https://www.prs-invivo-group.com/>)が2019年12月に実施した調査

⁶ 出典：ロックフェラー大学-ニューヨーク調査 (<https://www.industries-cosmetiques.fr/parfums-dinterieur-de-6-de-croissance-pour-levasion-sensorielle/>)

ティス社は安全で高品質なドライディフューザーのためのカプセルフレグランスを発明した。

同社は、その技術的専門知識と香水に関する知識を生かし、ディプティック社初のカプセルフレグランス・ディフューザー、**Un Air de Diptyque**（アン・エール ドゥ ディプティック）のデザイン、エンジニアリング、製造のノウハウをすべて提供した。この洗練されたディフューザーは、空気の流れを利用してフレグランス・カプセルの香りを拡散させる。カプセルの種類は年々増えており、センティス社はこのディフューザー・プロジェクトでディプティック社と協力し、一般消費者向けに9種類のフレグランス・カプセルを製造・販売している。

・ Scentys: <https://www.scentys.com/>



Un Air de Diptyque 電気式ディフューザー

ディプティック社は、その成功を踏まえ、同カプセルをプラグインディフューザーやカーディフューザーなどの他のディフューザーシステムにも使用できるようにした。

・ Diptyque : https://www.diptyqueparis.com/fr_fr

b) キャンドル

世界のキャンドル市場は、2020年には68億ドルと新型コロナ危機による減速の後、2023年から2028年までのCAGRは5.26%と予測され、回復力を示している。フランスでも、市場は2020年に減速したが、回復の兆しを見せている。

フランスのキャンドル市場は大手の市場占有率が高く、5社で国内生産の75%を占めている。Yankee Candle（ヤンキー・キャンドル）やThe White Company^{*7}（ザ・ホワイト・カンパニー）といった大手企業が市場で活発な動きをしているほか、SNSやクラフトフェアでのプロモーションのおかげで成功を収めている地元の小規模の手工業者もいる。ただしフランスの規制は厳しく、CLP（クラップ・レギュレーション）に基づく表示義務、REACHやIFRA（国際化粧品香料協会）基準への準拠など、キャンドル製造の安全性と品質の保証が求められる。

※詳細は、ウェルビーイング市場における各種規制および手続き方法のレポートを参照

⁷ The White Company <https://www.thewhitecompany.com/row/c/candles-and-fragrance>

フランスのキャンドル市場におけるトレンドの変化と需要の増加

フランスのキャンドル市場は、消費者の嗜好が単なる照明としてではなく、インテリア装飾や嗅覚的な使用目的へと進化するにつれて、様々なトレンドと変動する需要を見せてきた。ヨーロッパが世界市場を牽引する中、フランスのキャンドル市場だけでも1億3,000万ユーロを超えると推定され、新型コロナ危機による最初の消費の減速を乗り越えた後、力強い成長を示している。特にアロマキャンドルがフランス市場を牽引し、プレミアムセグメントで売上のかなりのシェアを占めた。2020年には売上が減少したものの、輸出入の増加と貿易赤字の縮小により市場は回復した。

キャンドルの需要は、誕生日等のギフト用、照明用、アロマ・消臭用に区分できる。このうち、ティーライトと鋳造キャンドルは依然として消費者に人気があり、その香りと価格が主な購入基準となっている。インターネット検索トレンドにも示されるように、特にアロマキャンドルの需要はギフトシーズンにピークを迎える。このような季節的な関心の高まりは、キャンドルの購入が美的感覚やギフトとしての側面を持っているということからも分かる。手作り、地元産、天然素材のキャンドルは、地元産や職人による製品を支持する全国的なムーブメントの波に乗り、再び関心を集めている。これらのキャンドルは、環境に優しく、装飾的なオプションを好むニッチ市場にアピールし、SNSなどのプラットフォームを活用して市場での存在感を高めている。手作りキャンドルの需要の増加は、地元産品への関心の高まりと一致しており、フランス人の約95%が地元産品をもっと消費したいと考えている。

予想外の需要増は、電気料金の上昇という経済的な問題とも関連している。ウクライナ紛争によるエネルギー不足と停電の可能性に直面する中、消費者は現実的な解決策としてキャンドルに目を向け、特に伝統的な無香料のホワイトキャンドルの売上が大幅に急増した。フランスのキャンドル市場は、雰囲気や家庭の香りの改善からエネルギー危機への解決策まで、消費者の多様なニーズに合わせた多種多様な製品によって特徴づけられている。時折不況に見舞われることもあるが、市場は回復力と適応力を示しており、今後も成長が続くと思われる。

フランスにおけるキャンドル市場のキープレイヤー

・ Yankee Candle (ヤンキーキャンドル)

豊富な種類を持つメーカーで、キャンドルメーカーの中でも影響力のあるアメリカブランドである。500種類を超えるキャンドルのカタログには200種類以上の香りが提案されており、幅広い嗅覚の嗜好に対応し、インテリア装飾としても機能するアロマキャンドルのスタンダードを確立している。

<https://www.yankeecandle.fr/>

・ Party Lite (パーティーライト)

収益性の高い香り付きの商品で、特に女性をターゲットに消費者の心を掴むラインナップを展開するアメリカブランド。キャンドルホルダーは大人気。

<https://www.partylite.fr/>

・ Baobab Collection (バオバブ・コレクション)

2002年創設のベルギーのブランド。バオバブ・コレクションのルーツはギフトと装飾の世界にある。クラフトマンシップとアフリカン・アートや風景への賛美に焦点をあてたラグジュアリーなアロマキャンドルとディフューザーがシンボル商品。

<https://eu.baobabcollection.com/>

・ Bougies La Française (ブージー・ラ・フランセーズ)

100年以上前(1902年)に誕生したラ・フランセーズのキャンドルは、伝統と革新が融合している。単純なキャンドル作りにとどまらず、それぞれの作品に豊かな文化を取り入れ、フランスのクラフトマンシップを感じさせる香りや装飾的なキャンドルを幅広く提供している。

<https://www.bougies-la-francaise.com/>

・ CIRIER (シリエル)

ルイ14世の宮廷にキャンドルを納めていたトリュドン社を起源とする同社は、高級メゾン、ホテル、レストラン向けの「ホワイトラベル」キャンドルの製造のみならず、トリュドン・ブランドのアロマキャンドル、ボタニック・アロマのキャリエール・フレールで知られている。伝統に基づく確かな技術と順応性の高さ、アロマ(香り付)と無香料の両方を有する品揃えの幅広さにより、市場での地位を確立している。

<https://www.cirier.com/fr/>

https://trudon.com/eu_fr/

https://carrierefreres.com/eu_fr/

・ Maison du Monde (メゾン・デュ・モンド)

1996年に設立されたフランスの家具およびインテリア装飾会社。キャンドル、及びキャンドルに関連したインテリア製品も幅広く取り揃えている。フランス国内、その他ヨーロッパ諸国合わせて330店舗展開。

<https://www.maisonsdumonde.com/>

・ Durance (デュランス)

キャンドルの自然な魅力に焦点を当て、環境に優しいクラフトマンシップにこだわるフランスのブランド。オーガニック原料の使用、自然への回帰を強調することで、持続可能で環境に優しい選択肢を求める消費者の共感を呼んでいる。

<https://www.durance.fr/>

下記の小売業者は、スタイリッシュな家庭用品のコレクションとしてキャンドルを取り入れている。

・ Zara Home

<https://www.zarahome.com/fr/>

・ Alinéa

<https://www.alinea.com/>

出典：<https://www.businesscoot.com/fr/etude/le-marche-des-bougies-France>

カテゴリー別プレイヤー

ホームフレグランス市場のプレイヤー：4つのカテゴリーに分類できる。

- ・ マーケットプレイス
- ・ インテリア装飾スペシャリスト
- ・ キャンドル・スペシャリスト

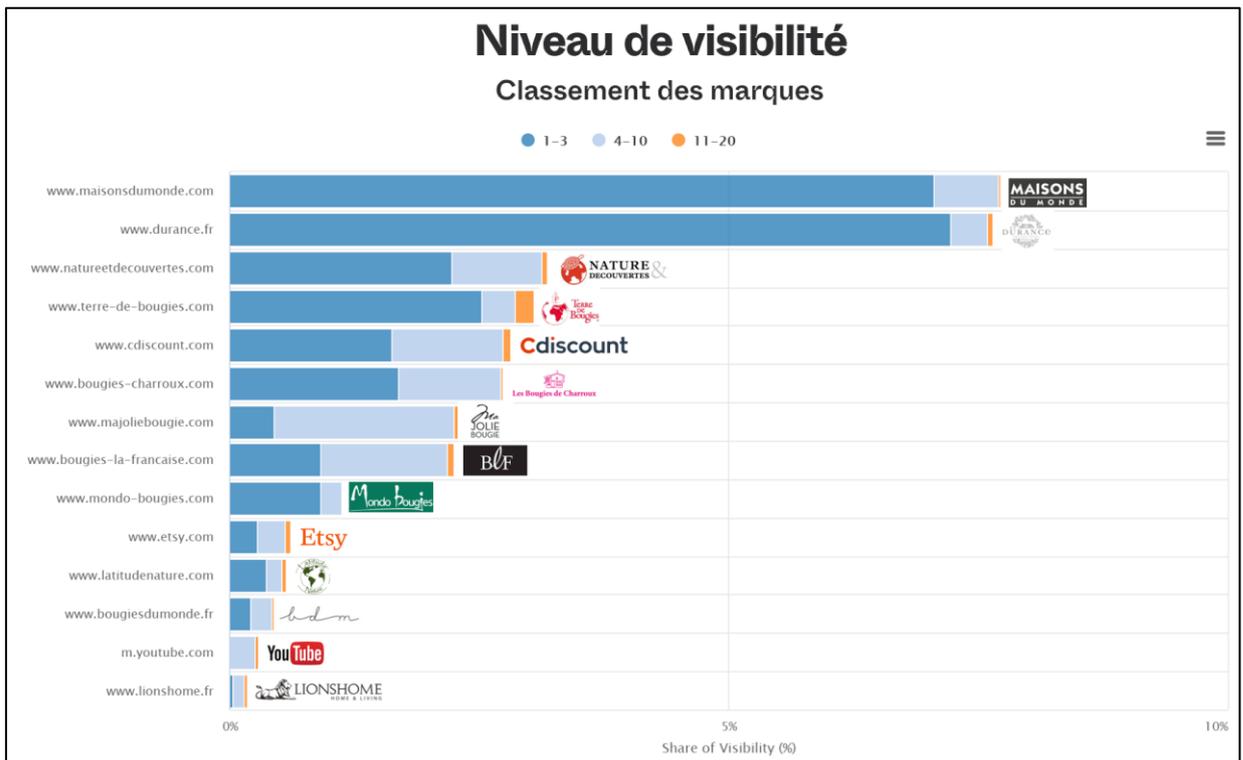
・エディトリアル



Clastarサイトから引用

Durance (デュランス) とMaison du Monde (メゾン・デュ・モンド) は、ホームフレグランス市場で最も注目されているブランドで、グーグル検索の最初のページで8%近く表示されている。この2社に続くのはNature & Découvertes (ナチュラル・エ・デクーヴェルト) とキャンドルのスペシャリストであるTerres de Bougies (テール・ド・ブジー) とBougies Charroux (ブジー・シャルー) で、これらの知名度は約3%である。

Maison du Monde (メゾン・デュ・モンド) は、何千というページを持ち、インテリア装飾におけるその多様なアプローチと、大量の一般キーワード設定により、高い優位性を持っている。一方、Durance (デュランス) とTerres de Bougies (テール・ド・ブジー) は、より具体的な要望に対応し、総合的なコンバージョンに取り組んでいる。



ClaStarサイトから引用

キャンドルの世界でDIYは不可欠とも言える。フランス人の56%が月20ユーロ以上をDIYに費やしており（出典：Toluna/I Make調査）、同分野でのインターネット上でのプレゼンスは不可欠である。消費者は、ますます自分で何かを作りたいと思うようになっており、特にキャンドルは簡単に作ることができるため、その主要な部分を占めている。

出典：

<https://clustaar.com/blog/etude-semantique-le-marche-de-la-bougie-du-parfumdinterieur/>

c) お香

化学香料を含むディフューザー、キャンドル、お香等が有害な汚染物質と見なされているとは知っていても使用するという状況が続いている。前述のとおり、過去には瞑想やヨガブームと関連してお香ブームもあった。日本製のお香もしばしば見られる。現在は、天然素材・オーガニック等にこだわったお香が以前より市場に増えた。

Astier de Villatte（アスティエ・ド・ヴィラット）：フランスのブランドとして日本から輸入したものを販売している。香木やハーブなどの植物、植物樹脂、香料で構成される天然由来限定の原材料を調合。「香師」が代々継承する伝統工法を用いて手作りされたお香。

陶器製の食器やオブジェ、フレグランスで有名な同ブランドのお香



公式サイトから引用

<https://www.astierdevillatte.com/fr/>

ホームフレグランス製品のメーカーが、プラスでお香を販売している一例



Esteban

<https://www.esteban.fr/fr/26-encen>

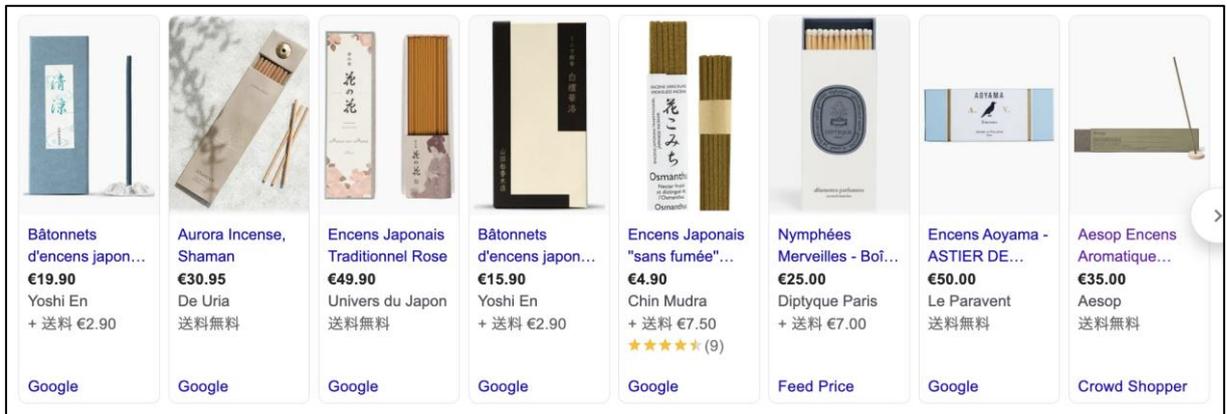


Aesop

竹芯を使用せず、100%すべて香料で出来たインセンス

<https://www.aesop.com/fr/fr/p/home/home-formulations/sarashina-aromatique-incense/>

日本製のお香



グーグル検索結果ページより引用

お香の煙にはベンゼンが含まれる場合があるが、その量は使用される材料や製造プロセスによって異なる。ベンゼンは石油由来の製品の燃焼時に生成されることが知られており、一部のお香には石油由来の成分が含まれる場合がある。

このような状況に対して、「自然、合成化学物質でない、持続可能、環境にやさしい」ものを優先する近年の傾向として、エッセンシャルオイルという選択肢が見直されていると言える。

d) エッセンシャルオイル

フランスではエッセンシャルオイルは「アロマセラピー」として医薬品と並ぶ位置付けをされている雰囲気があるが、医薬品ではなく化粧品に近い位置付けとなっている。つまり、アロマセラピーは代替医療、自然療法、民間医療としての位置づけである。

アロマディフューザーを活用してエッセンシャルオイルの香りを楽しむ方法は以前からあったが、近年の傾向として、火や電気を使用しない手軽なリードディフューザー型のものに人気が集中している。



エッセンシャルオイルディフューザー：グーグル検索結果より引用

化学香料についての記事は比較的ネガティブであるのに対して、エッセンシャルオイルについての記事はほぼポジティブである。

参考)

エッセンシャルオイル全般についての記事

- <https://www.consortium-he.org/wp-content/uploads/2021/05/DOSSIER-DE-PRESSE-Huiles-essentielles-francaises-et-aromatherapie-2021.pdf>
- <https://actinutrition.fr/plantes/guide-des-huiles-essentielles/>
- <https://www.aroma-zone.com/info/dossier-thematique/le-top-des-12-huiles-essentielles-indispensables>
- <https://www.lefigaro.fr/maison/quelles-sont-les-huiles-essentielles-utiles-a-la-maison-20221122>

エッセンシャルオイルは危険物扱いにはなるものの、天然成分ということで、自然派・オーガニック志向の人から変わらず絶大な支持を得ている。フランスで人気のAROMA ZONEで販売しているオーガニック認証製品は以下から見るができる。

<https://www.aroma-zone.com/products/huiles-essentielles-bio>

同社は様々なエッセンシャルオイルを取り扱っているが、利用した認証機関も様々である。全く認証がないものもあるが、購入するか否かは消費者次第というところである。

オーガニック認証の商品でないと、オーガニック専門店には卸せない。フランスの代表的なオーガニック認証はABマーク (Agriculture Biologique 有機農業)、エコサートであるが、近年のオーガニック、環境への取り組みが重要視されてきている中、オーガニック専門店は増え続け、ブームを過ぎて定着しており、ABマークは非常に一般に浸透している。ABマークがなければ買わない層も存在する。



AB

エコサート 共に公式サイトから引用

実際にオーガニックであっても、認証を受けていなければ (ABマークがついていなければ) オーガニックと認めないとされるので、必然的にオーガニック市場には入れないことになり不利になる。認証を受けていれば、以下の有機農業発展促進局が掲載するリストに掲載されるので信頼の証になることは間違いない。 <https://annuaire.agencebio.org/>

現地市場における日本産エッセンシャルオイルの評価と優位性の有無

現在市場は自然派・オーガニック志向にどんどん傾いてきており、ヨーロッパでは珍しいエッセンシャルオイル、特に日本特有のユズ、ヒバ、ヒノキ等は大変人気がある。価格の問題はもちろんあるが、ヨーロッパで入手しにくい日本特有の香りは、専門店が取り扱いを常に狙っている。専門店で卸す場合は、化粧品関係を扱う輸入元との提携が必須になる。現地の輸入元 (兼ディストリビューター) がしっかりしていれば、化粧品関係、アロマセラピーサロン、ホテルスパ等に卸すことも容易になる。インテリア雑貨としての取り扱いであれば、化粧品関係の輸入元ではなくても卸すことが可能である。ただし危険物扱いの製品を輸入し、そこから流通させる現地のパートナー、貿易会社が必要となる。

エッセンシャルオイルは、薬局やパラファーマシーでも気軽に買うことが出来る。ただし、最近のオーガニック認証のものに関しては、専門店でないと買えない場合もある。さ

らに、手作りコスメ人口、自然派・オーガニック派の増加により、手作りコスメの材料が揃うAROMA-ZONEの人気はとどまるところを知らない。

Aroma Zone :

ナチュラル志向の自然派コスメの店で、最初はとても小さな店舗からスタート。豊富な品揃えとリーズナブルな価格が魅力。手作りコスメをする人たちの間で話題となり、店内はいつも満員の状態である。オンラインサイトから始め、アロマ専門のECサイトとしての位置を確立。その後、リアル店舗を次々にオープンした。

<http://www.aroma-zone.com/>



エッセンシャルオイル売場の様子（筆者撮影）

D. ホームフレグランスの市場トレンド

リビングルームからベッドルーム、そしてオフィスまで、家に香りをプラスしてくれるホームフレグランスは今やライフスタイルに欠かせないものとなっている。キャンドルやディフューザーを買い求める人が多い昨今、その魅力に迫ろうということで、「自宅をどのように香らせるか？」をテーマにした記事が目立つ。



Elle サイトから引用

- 1) キャンドルの魅力は、その価格によるところが大きく、スーパーマーケットの Monoprix (モノプリ) では5ユーロ、Ikea (イケア) では3ユーロで手に入るが、キャンドル専門ブランドである Bougies La Française (ブージーズ・ラ・フランセーズ) では60ユーロ、Diptyque (ディプティック) では210ユーロと値段にかなりの幅がある。値段の差は成分だけでなく、見た目(ガラス製か陶器製かなど)にもより、個々のテイストに合わせて選べるだけの多くの種類がある。
- 2) ホームフレグランスは、香水瓶のようにシックで洗練されており、スーパーマーケットで売られている化学成分でできた香水とは異なる。本物の家庭用香水は調香師によって作られる。燃え続けて香りを放つキャンドルとは違い、時々使うものである。
- 3) 香水またはエッセンシャルオイルディフューザーには様々な種類があり、インテリアに溶け込むように洗練されたデザインのもが増えている。一番ポテンシャルを秘めているものかもしれない。
 - >> エッセンシャルオイルディフューザー
 - >> ホームフレグランスディフューザー
 - >> ディフューザー・ブーケ

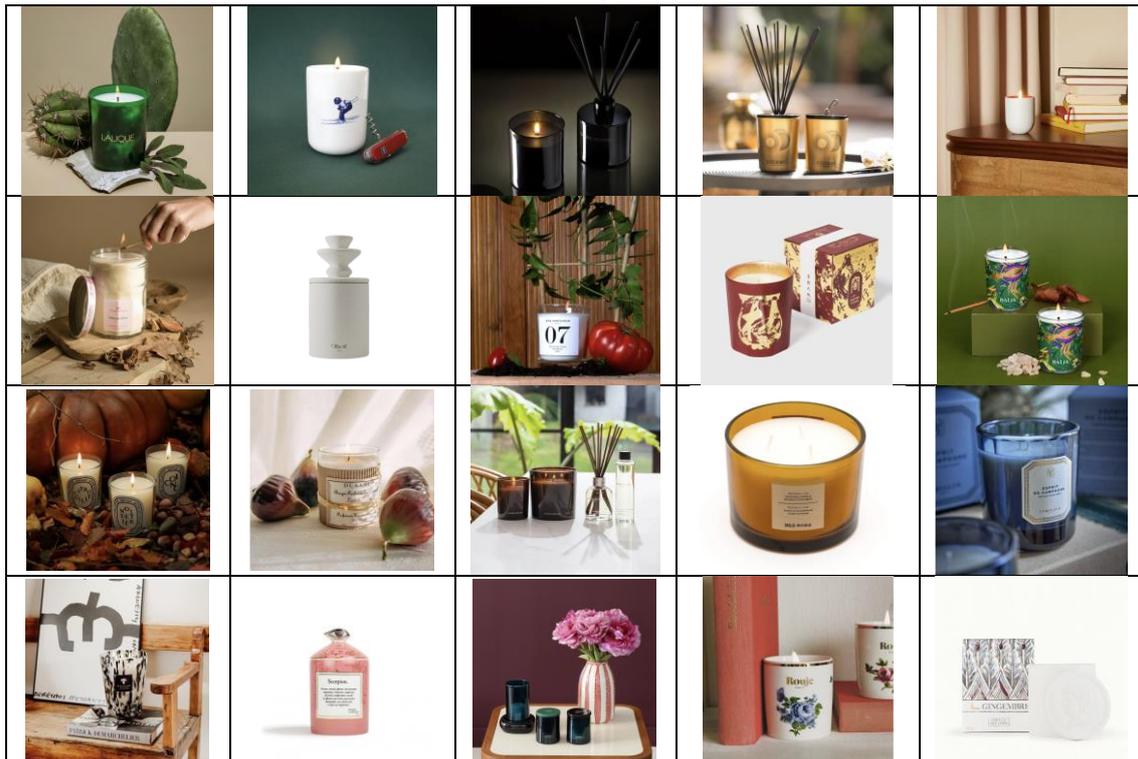
4) 匂い袋、アロマストーンはさらに手軽に室内に香りづけができるもので、その他にもたくさんの方がある。

- >> アロマパック
- >> 燃焼材料：お香とアルメニアン・ペーパー
- >> 掃除機用パウダー

出典：<https://www.elle.fr/Deco/Pratique/Astuces/parfum-d-interi>

キャンドルに関しては季節ごとに特集が組まれているのが特徴的。

秋冬のアロマキャンドル20選



<https://www.elle.fr/Deco/News-tendances/bougies-automne-hiver>

年末お祝いの季節にぴったりのアロマキャンドル12選



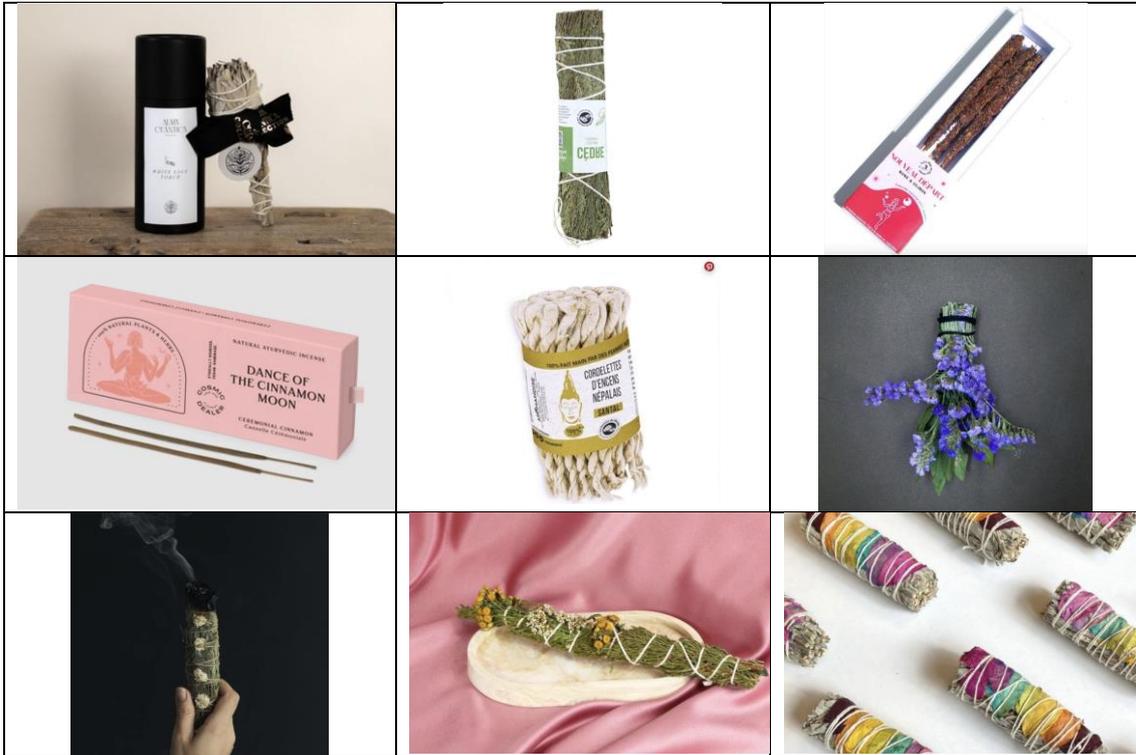
VOIR LA GALERIE >

<https://www.elle.fr/Beaute/Parfums/Tendances/Bougies-parfumees>

ホームフレグランスのセグメントでは、商品タイプとして、お香は含まれていないようであるが、多くのホームフレグランスブランドがお香を打ち出しているのも現状である。

「空気を浄化するための10の自然なお香と燻蒸スティック」

こちらは室内を香り付けするというよりは、空気を浄化するためにお香を勧めている記事である。



<https://www.elle.fr/Astrologie/Dossier-Astro/10-batons-d-encens-et-de-fumigation-naturels-pour-purifier-votre-interieur#Torche-purifiante-a-la-sauge-blanche>

「ホームフレグランスディフューザー：セレクション」



<https://www.marieclaire.fr/maison/diffuseurs-et-parfums-d-interieur-notre-selection,1401172.asp>

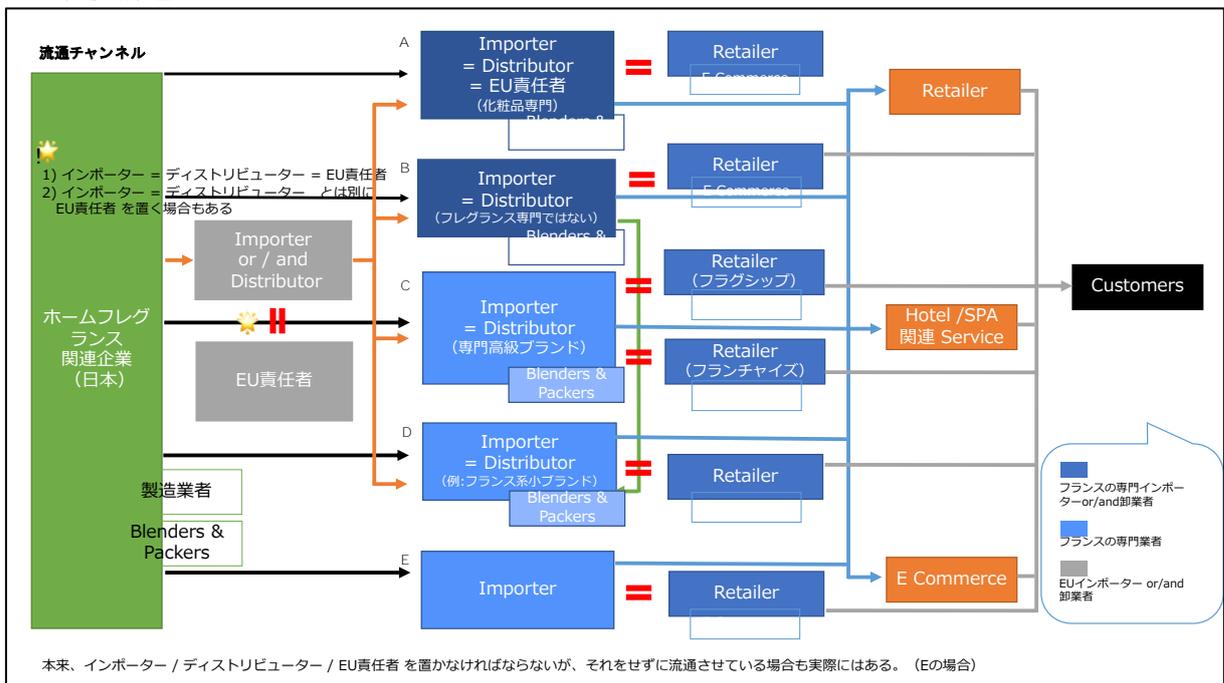
その他、トレンドについての記事を見つける方法

検索ワード：tendance（トレンドという意味のフランス語）に加えて

- a) ディフューザー/ホームフレグランス：diffuseur, parfum d'intérieur
- b) Bougie（キャンドル、蝋燭）：bougie
- c) お香：encens
- d) 精油（エッセンシャルオイル）：huiles essentielles

さらに、2024、France、Europe 等のキーワードを加えてインターネット検索することを推奨する。

E. 物流構造



物流の仕組みは、下記のプレイヤーから構成されている。

- ・メーカー
- ・製造業者、製剤業者
- ・輸入業者（インポーター） = 卸売業者（ディストリビューター）の場合
- ・輸入業者（インポーター）あるいは卸売業者（ディストリビューター）をはさむ場合
- ・小売業者
- ・エンドユーザー

いずれにしても、本来は、EU当局への技術的な専門窓口としてEU RP (EU責任者)を置くことが必要となっている。