

# 現代의 香氣와 未來의 香氣

朴 愚 昌 譯

〈太平洋化學研究室次長〉

甲斐莊正泰

〈高砂香料工業株式會社

取締役・應用研究室部長〉

今日 이야기하고자 하는 內容에는 若干香氣에 관한 專門的인 이야기의 內容이 많겠으나, “現代의 香氣와 未來의 香氣”에 관하여 이야기하고자 합니다. 여기에서 未來라 함은 가까운 未來를 말하는 것이며 今後 어떻게 香氣가 變化해 가고 있겠는가를 現在의 香氣로 부터 豫測해 보기로 하겠습니다. 或 여러분들 가운데는 “香氣”란 말을 처음 듣는 분들도 있으리라 생각하여 可能한 限 專門的인 이야기를 피해서 알기 쉽게 이야기를 하겠습니다.

元來 “嗅覺”을 使用해서 評價(Evaluation)하고 있는 香氣라고 하는 것은 말하자면 이것은 決코 理論的(Theoretical)인 것도 아니고 또한 誠實한 學究的인 것도 아니며 가장 平凡한 狀態에서의 그 사람의 嗅覺의 判斷이 가장 正確한 것입니다. 지나치게 責任觀念에 치우쳐 그 어떠한 特定한 意識이 先行되면 순수한 感覺을 느낄 수가 없다는 것입니다. 그러므로 여기에서는 現在化粧品에 使用되고 있는 香氣에 大體 어떠한 種類가 있는가? 또한 化粧品の 香氣가 점차 어떠한 香氣로 高級化되어 가고 있는가? 즉 Image up 되어 가고 있는가? 다시 말해서 女姓들의 嗅覺의 本能을 滿足시켜주는 商品의 高級化를 생각할 때 어떠한 方向의 香氣로 變化하여가고 있는가?

그리고 끝으로 香水라고 하는 예술적인 作品이 사람들의 기호에 맞게 今後 어떠한 方向으로 變化하여 가고 있는가? 以上 말씀드린 問題에 關

해서 여러분에게 多少나마 參考가 되었으면 해서 그 基本的인 問題로 부터 이야기하고자 합니다.

嗅覺으로 判斷하는 것을 聽覺으로 들어도 알 수 없는 것이기 때문에 아무래도 지금 이야기하고자 하는 香氣를 직접 코로 맡아 보지 않고서는 現實的으로 實感이 나지 않을 것입니다.

香氣의 type 를 크게 나누어서

1. Floral's Type 와 2. Non-Floral's Type 로 大別할 수 있겠습니다.

Floral Type 란 The Odor of Flowers (花香調)란 뜻이며 처음 향기가 化粧品에 使用된 始初는 天然 꽃 (natural flower)에 대단히 매력적인 향기가 있으므로 그러한 것을 우리들의 生活에 使用해서 보다 윤택한 生活을 해 보자는 생각에서 생겨난 것이며, 지금까지 化粧품중 중요한 Position 을 占하고 있고 그들은 대략 下記의 10種의 香氣들이라고 말할 수 있겠습니다.

- A. Rose (장미꽃 香氣)
- B. Jasmin
- C. Lilac
- D. Muguet (Lily of the Valley)
- E. Neroli (一名 Orange flower, 오렌지의 흰 꽃에서 採取함)
- F. Carnation
- G. Violet
- H. Lavender
- I. Gardenia

## J. Heliotrope

上記 香氣들 중 A.B.C.D. 의 네가지 향기는 번번히 화장품에 사용되고 있는 것입니다.

그외에도 이런 향기를 들 수 있습니다.

Cyclamen  
Sweet Peas  
Fougere  
Mimosa  
Cassi  
Narcissas  
Jonquil  
Lily  
Tuberose  
Magnolia  
Honey Suckle  
Ylang Ylang  
Jincho  
Hyacinth

以上 여러가지 가운데 香氣의 動向, 즉 화장품에 사용되는 향기의 動向을 左右하는 것은 뭐니해도 처음의 ㉠㉡㉢㉣의 4種類라고 보겠습니다.

여기에서 잠간 化粧品에 使用되는 향기의 지난 약 50年間的 오랜 경향을 살펴보면, 新製品의 image 를 強하게 나타내기 위해서는 化粧品의 용기가 바뀌고 디자인과 색깔이 바뀌고 하지만 그것 만으로는 충분하다고 볼 수 없습니다. 동시에 향기를 바꾼다는 것이 商品價値를 높이는 Key point 가 되는 것입니다. 內容物과 香氣는 꼭 같은데 디자인만 바꾸면 일반 소비자가 볼 때는 내용물은 하나도 다른 것이 없다는 image 를 갖게 되는 것입니다. 그러나 現在와 같이 宣傳戰의 時代로 접어들고 보면 오래된 것의 價値란 그다지 없는 것이며 特히 化粧品の 경우, 상품의 수명이 대단히 짧아 5年前에 發賣된 제품은 5年後에는 이미 선전할 만한 가치를 잃어 宣傳價値가 있는 새로운 要素를 갖지 않으면 안됩니다. 이것은 化粧品사업을 하고 있는 者로서는 누구나 명심해야만 될 줄 믿습니다.

이것은 향기에 關해서도 동일하다고 보겠습니다. 가령 크립의 향기는 언제나 Rose 라고 할 때 消費者로서는 그러한 것을 느끼지 않고, 그

크립제품은 옛날과 언제나 다를 것이 없지 않느냐하는 image 를 갖기 쉬운 것입니다. 그러나 가령 Rose 향기를 예로 들어, 거기에 Jasmin 같은 향기를 약간 넣어 주면 多少 變化된 향기가 됨으로 새로운 매력을 갖게 되는 것입니다. 거기에서 Lilac 의 향기를 追加한다든가 해서 이들의 Harmony 즉 이 3種의 調和된 香氣를 만들면 또 다시 다른 image 의 상품이 만들어지는 것입니다.

最近 불란서의 모 향료학자의 의견을 들으면 금년에 가장 새로운 화장품에 사용되는 향기의 基本的인 경향은 Muguet 일 것이라고 말했습니다. 이와 같이 이러한 Floral 香 (A.B.C.D.)의 향기는 종래부터 여러가지 향기에 많이 사용되어 온 것입니다. 이들중 가장 fresh 한 향기를 갖는 것이 Muguet 이며 新鮮하고 modern 한 향기의 image 를 만들려면 Muguet 를 넣어 주면 된다고 말할 수 있겠습니다. 또한 最近의 향기의 경향은 무거운 느낌을 갖는 향기보다 밝고 맑은 다시 말하면 보다 가벼운 느낌을 주는 향기를 좋아하는 方向으로 흐르고 있다고 보겠습니다. 그러한 image 를 構成해 주는 하나의 要素로서 Green note (5月の 新綠에서 풍겨주는 향기라 할까요!)가 要求된다고 볼 수 있겠는데 이 muguet 가 바로 거기에 맞는 향기라 보겠습니다.

그러므로 이 muguet 를 중심으로 한 향기가 점차 화장품에 사용될 것입니다. 즉 near future 의 새로운 化粧品香氣의 경향이라고 보겠습니다. 이상 말씀드린 10종류의 향기는 그러한 意味에서 대단히 중요한 것들입니다.

그외 다음 이야기하는 향기들은 각기 “악세라리,” 격으로 이와같은 (10種) 基本的인 香氣를 Variation (變化, modification 한다고도 함) 하는데 대단히 중요한 材料들이라고 볼 수 있겠습니다. 이들 가운데 가장 強烈한 향기로서 우리들의 家園에서 볼 수 있는 Jincho 와 木星의 향기가 있습니다. 이 두가지 향기는 너무나 強烈하기 때문에 어떤 母體의 향기로는 使用할 수가 없습니다. 어디까지나 “악세사리—” 즉 modifier 의 役割을 하는 것으로 앞서 말한 基本的인 향

기에 약간씩 使用해서 새로운 image 를 만들어 내는데 있는 것입니다.

물론 이러한 향기 이외에도 새로운 image 를 만들어 내는 향기가 많은데 그중 하나로서 Mimosa 가 있고 또한 Tuberosa 란 향기도 이러한 類에 屬하는 것입니다. 그렇다면 화장품의 향기가 모두 꽃향기뿐인가? 하면 그렇지 않습니다. 특히 향수와 같은 말하자면 어떠한 예술작품이라 볼 수 있는 향기는 결코 花香調의 향기로서만은 만들어질 수가 없습니다. 이것은 대단히 複雜한 調香師(Perfumer)의 感覺(Sense)으로서 만들어지는 것이며 花香調이외의 즉 non-floral 향기도 많이 使用되고 있는 것입니다.

Non-Floral 香氣란? 花香이 아닌 香氣란 뜻이며 그중에는 여러가지 향기의 mood 를 더해 주는 要素가 많이 있는 것입니다.

#### A. Leafy Groups (Green notes 라고도 합니다.)

이것은 위에서 잠깐 이야기를 했습니다만 5月の 新綠에서 풍겨주는 草本의 香氣라 할까요? 말하자면 푸른 感覺을 주는 香氣로서 Phenyl Acetaldehyde 와 같은 比較的 簡單한 構造의 化合物로서 大端히 Greenish 한 것입니다. 또한 Violet 의 香氣가 지니고 있는 Methyl Heptine Carbonate 나 혹은 Methyl Octine Carbonate 와 같은 Triple bond 의 結合을 가진 化合物도 이에 屬한다고 볼 수 있겠습니다. 이와같이 Leafy Groups 는 향기를 構成하는데 不可缺의 物質로 생각할 수 있겠습니다.

#### B. Moss notes

代表的인 것으로 Oakmoss 를 들 수 있는데 이것은 대단히 Sweetly 하면서도 Greenish 한 特殊한 향기를 지닌 物質로서 역시 重要的 香氣成分을 構成하고 있다고 보겠습니다.

#### C. Woody odor

이것은 쫓나무를 태울 때 풍겨주는 향기를 聯想하면 간단히 짐작할 수 있습니다. Sandalwood, Cedar wood 등, 말하자면 통나무에서 풍기는 향기를 말하는 것입니다.

#### D. Rooty odor

印度地方등에서 많이 生産됩니다만 Vetiver 와 같이 나무 뿌리에서 나오는 향기를 말합니다. 이 Rooty odor 는 특히 불란서 향수에서 흔히 말할 수 있는 香氣로서 大端히 有効하게 쓰이고 있습니다. 또한 Woody odor 와 Rooty odor 와는 서로 曄은데가 많고 경우에 따라서는 全然 區別 못 할 때가 있어서 그 兩者를 合해서 世界的으로는 oriental notes (東洋調의 香氣)라고 부릅니다.

#### e. The odor of Russian Leather

直譯하면 Russian 가죽냄새라고 하겠습니까만 특히 Tannin 이 含有되어 있는 物質을 乾燥시킬 때 나는 냄새와 같은 가죽냄새를 말하는 것이며 이와같은 향기는 특히 女性들에게 男性의 image 를 주는 향기에 잘 使用되고 있습니다. 왜냐하면 옛날의 男性들은 大部分 말(馬)을 타고 다녔기에 이 말 안장과 가죽구두 냄새, 그리고 담배 냄새 같은 것은 女性들에게는 男性의 냄새의 表現으로 받아들였던 것입니다. 그래서 이와 같은 香氣에서 男性들의 魅力를 많이 느끼게 되는 것입니다. 이것이 바로 향수에 使用하는 根本理由라고 보겠습니다.

#### F. Animal notes

動物性 香氣를 말하며 여기에는 네가지가 있습니다.

##### ① Musk

사향사슴(수컷)의 生殖線附近의 향낭을 절취하여 건조한 것.

##### ② Civet

Ethiopia 에 사는 사향고양이의 생식線附近에서 採取하는 物質.

##### ③ Ambergris

일종의 “고래”의 장 내에서 생성되는 물질이다. 즉 병적 배설물이라고 한다.

##### ④ Castorium

“비바”라고 하는 動物의 生殖線附近에서 採取하는 物質

動物性香氣로는 以上 4 種類뿐입니다. 이들은 모두 實은 人間の 本能을 자극하는 要素를 갖고

있읍니다만 그 本能을 자극치 않은 범위 안에서 적당히 使用하면 意外로 매력적인 香氣를 풍겨 주는 것입니다. 그러므로 高級 香氣의 매력中에 이 Animal notes는 절대로 必要하다고 보겠으며 이것이 없으면 좋은 香氣의 매력은 나오지 않습니다. 이와 같은 效果를 이들 4種의 動物性 香氣는 가지고 있습니다.

### G. Resin notes

文字 그대로 Resin(樹脂)에서 나오는 香氣를 말하며, 이런것에는 Olibanum, Opopnox 등이 있으며 大端히 훌륭한 香氣들입니다.

### H. Spice notes

藥味の 향기라 할까? Cinnamon, Pepper, Cardamon 등이 지니고 있는 향기로서 이들 또한 香氣를 構成하고 있는 重要的 要素를 占하고 있습니다. 우리들의 嗅覺이란 元來 많이 맡아온 향기에 대해서는 大部分 나쁜 反應을 보이지 않습니다만 처음 맡는 향기에 대해서는 우선 防衛적으로 거부하는 경향이 있습니다. 다시 말하면 嗅覺에 익은 香氣에 대해서는 一種의 安心感을 갖는다고 보겠습니다. 그러므로 이러한 향기를 有效하게 使用해서 modification에 利用할 수가 있는 것입니다.

### I. Balsam notes

Balsam Peru, Balsam Tolu 등 香氣의 基本的인 材料를 말합니다. 이런 향기가 지니고 있는 특징을 살리면 좋습니다.

### J. Herb's notes

이는 雜草나 藥草中에서 많이 말할수 있는 香氣로서 最近에 와서 많이 利用되고있는 notes입니다. 特히 男性用 Eau de Cologne이나 Hair Tonic系製品에 그 利用도가 높아 지고 있다고 보겠습니다.

例를 들면 現今 美國에서 人氣上昇途上에 있는 男性化粧品에 이 Herbs notes의 香氣를 잘 살리어 使用하고 있는것이 많습니다.

### K. Honey notes

이것은 文字 그대로 Bees Wax에서 풍겨주는 매우 달콤한 香氣입니다.

### L. Aldehydic notes

이것은 若干 說明하기가 곤란하나 化學的으로 그렇게 부르고 있고 專門家들이 말하는 modern notes라고도 합니다.

實은 이와같은 香氣가 世界市場에서 大端한 話題에 오르기 始作한 것은 여러 분들이 잘 아는 Chanel No. 5란 香水의 出現에서 부터입니다. 그 時點에서 이 香氣의 重要性이 비약적으로 認識되기 始作된 것입니다. 사람이 땀을 흘리면 脂肪酸이 體外로 나오게 되며 다시 말하면 偶數의 脂肪酸인 C-8, C-10, C-12 등이 나와서 空氣中の 細菌에 의하여 酸化를 받으면 당연히 straight chain의 脂肪族 Aldehyde가 땀속에 섞여 나올겁니다. 이것들도 實은 人間의 體臭를 맡게 만드는 대단히 Erotic한 香氣가 되는 것입니다. 이의 代表的인 것이 Chanel No. 5 香水라고 보겠습니다. 그러한 意味에서 이 Aldehydic notes는 今後 좋은 香氣의 構成에 大端히 重要的 Factor가 될 것이 틀림 없습니다.

### M. Citrus odor

이것은 專門用語이니까 잘 理解하기 곤란하겠읍니다만 한 마디로 말하면 Orange, Lemon 등의 香氣를 말합니다.

### N. Fruity notes

Strawberry, Raspberry 등의 berry類, 기타 여러가지 과일의 香氣가 있습니다만 Citrus odor와는 區別되는 香氣를 말합니다. 主로 果子類에 많이 使用하며 化粧品의 image로 부터 果子類의 image를 갖게 될 것이므로 過量은 使用치 못할 겁니다. 다만 달콤하고 재미있는 여러가지 Variation에 有效하게 使用하면 좋습니다.

以上 말씀들인 바와같이 一般的으로 花香調를 中心으로 하여 그것이 Body가 되고 기타 Non-Florals로 fixative 혹은 modification한 香氣가 우리들이 化粧品에서 말할수 있는 香氣라고 보겠습니다. 이와같이 여러가지 notes의 香氣가 있으므로 이들을 적당히 調合함으로써 얼마든지 다른 좋은 香氣를 만들어 낼수가 있으며 今後에도 계속해서 새로운 香氣가 탄생할 여지가 많이 남아 있다고 보겠습니다. 그러나 이와같이 變數

因子를 順列調合하면 좋은 香氣가 無限히 생겨 날 수 있지 않겠는가고 느껴지겠지만 事實 좋은 香氣의 調合이란 無限이 아니고 有限인 것입니다. 왜냐하면 現存하는 限量없는 향기를 크게 分類 統一化해 보면 좋은 香氣들간의 類似性이 나타나 대략 몇개의 Grouping 속에 포함되어 있다고 보겠습니다.

여기에서 불란서 香水에 關하여 잠간 이야기 해 보면 現實의으로 只今 불란서와 美國이 香水의 가장 큰 市場이라고 보겠습니다. 이兩國에서 만들어 지고 있는 香水가 各己 그 이름은 다르나 約 4,500種 있으며 그들을 물론 嚴密히 따지면 무엇인가 若干씩 相違한 것만은 事實이나 專門의으로 말해보면 서로 닮은 점이 大端히 많이 있는 것입니다. 短的으로 말하면 불란서 香水에는 Jasmin 이란 꽃의 香氣를 대단히 잘 利用하여 使用하고 있습니다. 가령 우리들이 불란서 香水 4~5 種을 取하여 Alcohol 分을 증발시킨後 原油를 G-C로 分離해 보면 curve 가 거의 비슷함을 볼 수 있습니다. 다시 말하면 그들의 Component (成分)는 그다지 相違하지 않습니다. 이러한 點으로 보아 今後 어떠한 香氣가 化粧品에 使用될 것인가를 豫測 코자 할 때 우선 現在 불란서와 美國에서 가장 잘 팔리는 人氣좋은 香水란 어떠한 것인가를 알아야 될 것입니다. 그들 가운데는

- ① Miss Dios
- ② Joy
- ③ Cabochard
- ④ Crepe de Chine
- ⑤ Shalimar
- ⑥ Je Reviens
- ⑦ Caleche
- ⑧ Chanel No. 5
- ⑨ Soir de Paris
- ⑩ Arpege
- ⑪ Ma Griffe
- ⑫ Tabu

이상과 같은 香水들을 들 수가 있으며 今後 化粧品關係의 향기를 생각하는 분들이 model case로서 꼭 알아 두어야 할 향기들입니다. 그들 중 一部分은 벌써 化粧品の 香氣로 使用하고 있는것도 있습니다. 물론 그自體香氣를 使用하고 있는 것은 아니며 그러한 Character를 잘 살린 香氣를 使用하고 있습니다. 今後 特히 高級 化粧品の image를 살리고자 할때 이와같은 香水들의 香氣가 必然코 注自의 對象이 될 것을 틀림없다고 보겠습니다. 다만 急作스럽게 使用했을 때 女性들이 이와같은 香氣에 얼마 만큼 빨리 익숙해 질수 있는가가 問題이지 점차 그러한 方向으로 關心이키우려 질 것은 의심할 수 없습니다. 그리고 끝으로 한마디 드리코자 하는 것은 우리들은 흔히 香氣란 流行을 갖는 것인가 하는 말을 듣습니다. 이點 過去에 있어서는 그다지 뚜렷한 流行은 없었습니다. 例를 들면 Cream의 향기는 Rose가 中心이 되었고 香水라고 하면 Jasmin이 中心이 되었던 것입니다. 즉 과거에는 商品自體에 對한 香氣의 image가 強했었고 香氣自體의 流行이란 그다지 없었던 것입니다. 그러나 現代에 와서는 많이 달라 졌습니다. 今日은 勿論 앞으로도 香氣의 流行은 만들어 지리라고 생각됩니다. 왜냐하면 오늘 날과 같이 T.V. 등 強力한 힘을 가진 宣傳媒體가 發達할 수록 새로운 流行을 創造해 내지 않고서는 新製品이란 image를 만들어 낼 수가 없습니다. 따라서 自然香氣의 流行도 만들어 지게 마련인데 아무렇게나 만들어 지는게 아니고 처음 말씀드린 4種의 香氣(Rose, Jasmin, Lilac, Muguet) 範圍內에서 만들어 지리라고 생각됩니다.

歷史는 언제나 週期的으로 되풀이되듯이 말하자면 Rose時代가 Jasmin時代로 다음 Lilac→Mugnet時代 등, 勿論 流行의 順序는 알 수 없겠지만, 上記 範圍內에서 創造되리라고 믿습니다. 末來의 化粧品香氣를 研究하는 분들은 꼭 參考로 해 줄 必要性이 있다고 보겠습니다.