



Title	「匂い」をめぐる学際的研究：人文学、自然科学、アート・香文化、産業の観点から
Author(s)	三宅，萌；阪本，晴香；塩田，裕之
Citation	未来共創. 2023, 10, p. 337-357
Version Type	VoR
URL	https://hdl.handle.net/11094/92513
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

「匂い」をめぐる学際的研究

人文学、自然科学、アート・香文化、産業の観点から

三宅 萌

人間科学研究科 博士後期課程一年

阪本 晴香

工学研究科 博士前期課程二年

塩田 裕之

法学研究科 博士前期課程二年

1. はじめに

本研究活動は、大阪大学の超域イノベーション博士課程プログラムにおける「グループ型活動支援」の助成を受けて実現した。当該プログラムは、専門や立場の境域を超えた知的協働と実践に向け、文理を超えた14の研究科から選抜された履修生の教育、支援を目的としている。なかでも当該支援制度は、複数名の履修生による学際・共創的なグループ活動に対し相談・助言や資金面での様々な支援をおこなうものである。支援対象は申請書とプレゼン審査によって選抜される。

活動は、人間科学研究科の三宅が中心となって発案・計画・実行し、嗅覚データの処理に関心をもつ工学研究科の阪本、及び知的財産法と匂いの関係に関心をもつ法学研究科の塩田の2名の協力を得ることで実現した。活動時期は、2022年6月より参考図書の購読や互いの専門分野における状況について知識共有するミーティングを開催、次に10月から12月までの2ヶ月間で合計8回、10名の有識者にお話を伺った。詳細は、3.2の表1「活動日程一覧」を参照されたい。

2. 活動背景

「匂い¹とは何か」そして「嗅覚の機能とはどのようなものであるか」といった問いは、マスクを常につけて生活することがもはや必須条件となったコロナ以後の現代において改めて光が当てられている課題である。

思想・哲学の分野においてそもそも感覚は、知性に比べ主観的で混乱した低級なものと見做されてきた。プラトンからデカルトに至るまでのこの傾向に一石を投じたのは18世紀に精神能力の起源を感覚に求めたコンディヤックの『感覚論』(1754)であるが、そこでも嗅覚は議論の端緒に導入されているものであって、嗅覚は重要視されていない。カント『実用的見地における人間学』(1798)やミシェル・セール『五感』(1985)なども、嗅覚と味覚の類縁性を論じるに留まっており、嗅覚とその固有の能力を主題とする哲学書はシャンタル・ジャケ『匂いの哲学』(2010)を待たなくてはならない。

他方で、五感のひとつとしては科学・文化的に重要な位置を占めており、研究もおこなわれてきた。先駆けとなったのは、現在の環境の無菌化と汚臭に対する嫌悪、そして消臭への偏向を浮かび上がらせた歴史学者のアラン・コルバン(『においの歴史——嗅覚と社会的想像力』(1982))による著作で、以降はコンスタンス・クラッセン『感覚の世界』(1993)など、人類学や社会学といった諸分野にも広がりを見せている。今世紀に入り学術的に最も顕著な研究成果としては、2004年の医学・生理学分野でのノーベル賞の受賞が挙げられる。アメリカのリンダ・バックとリチャード・アクセルによる研究で、嗅覚の機能、特に遺伝子や分子の段階での匂いの知覚や識別、記憶の仕組みを解明したものである。

そして今日、この研究対象は、コロナ禍の影響を受け、学術内・外でさらなる注目を集めてきている。例えば経済的な観点では、とりわけコロナ禍以降に日本社会に如実な影響が出ている。富士経済研究所の2022年の調査によれば、マスク生活とステイ・ホームの長期化で気分転換としてのフレグランスの需要が増加するとともに、サブスクリクション・サービスや小容量サイズの展開で好調な市場拡大が見られているという²。「匂いとは何か」という問いは、今日の生活の質や、生活空間の総合的デザインといった社会・経済的な射程をもつ問いでもあるのだ。

社会全般と接点をもつ法学分野でも一定程度の議論が行われている。とりわけ知的財産分野においては平成20年以降、視覚に依らない新しいタイプの商標

として「匂い」商標の導入が長年検討されている³。導入に至っていない理由として、特許庁は国内ニーズが高くないことを挙げている⁴。しかし先述のように、コロナ禍により匂いに対するニーズは増加傾向にあり、匂いを法学という実社会的な側面からも捉える価値は十分にある。

このように、匂いの経験と社会との関係はコロナ以後を生きる我々にとってますます重要なものとなっており、嗅覚経験の学際的探求は様々な可能性に開かれている。我々は将来的な学際研究の土台づくりと、近年ますます注目を集める「嗅覚」という研究分野の最新の研究や社会動向にキャッチアップすることを目的として、哲学・美学や法学、工学、脳科学を含む多角的な学術的視点に加え、企業や日本の香文化、嗅覚アート（Olfactory Art）といった観点から匂いの経験、特に「コロナ以後」の現代における嗅覚経験とはどのようなものであるかについて情報収集や分析をおこなう。この時、我々自身がまず我々の「鼻」に注意深くなることを意識し、実践することが重要である。このような観点から、聞香の基礎を習うとともに、各々の手による聞香体験も実施した。

3. 活動報告

3.1 活動概要

本活動は、近年勃興してきた「嗅覚」という新たな研究分野に関する最新の研究動向にキャッチアップし、学術的に多角的な視点から匂いの経験を検討するとともに、企業を含む多方面の専門家へのヒアリング、嗅覚アート作品の設営補助・アーティストによる作品説明や嗅覚アートの状況や歴史の解説、聞香体験の視察、シンポジウム・体験型ワークショップの開催によって構成される。

3.2 活動スケジュール

個々の活動は、次の日時においてなされた（表1参照）。活動の簡単な内容を示し、次項で活動の詳細を報告する。

3.3 活動報告

■聞香手習い(2022年10月29日)

——清滝裕美氏(NPO法人大阪府民カレッジ 池田校ディレクター)

表1 活動日程一覧

日付		内容
「聞香手習い」 10月29日	清滝裕美氏（NPO 法人大阪府民カレッジ 池田校ディレクター）	香道の簡略史、道具の紹介、作法の基礎を習う。「小鳥香」（組香）実施。
「嗅覚アート講義・『エアロ・スカルプチャー』設営補助」 11月1日 11月2日	上田麻希氏（嗅覚アーティスト） 岩崎陽子准教授（嵯峨美術短期大学）	まず事前研究として、嵯峨美術短期大学の岩崎陽子准教授の研究室でミーティングを実施。2日は、嵐山芸術祭で展示される『エアロ・スカルプチャー』の設営補助と解説を受ける。
「匂いセンサと応用的展開」 11月8日	黒田俊一教授（大阪大学）	匂いに関するデータやセンシング技術、及び嗅覚研究の社会的影響力についてヒアリング
「商品開発における香料の役割」 12月2日	芦澤ゆりの氏（資生堂香料開発部）、森山未央氏（資生堂香料開発部プロジェクト・マネジャー）	化粧品開発における香りの役割や評価についてのヒアリング
「日本の香文化指南」 12月2日	畑正高氏（香老舗・松栄堂代表取締役社長）	日本の香文化についての講義を受ける、また希少な香木を拝見、聞香を実施
「匂いと知的財産法」 12月19日	山田威一郎氏（大阪大学、弁理士）、青木大也准教授（大阪大学）	匂いの商標や知的財産法との関連についてのヒアリング
「嗅覚を拡張しよう！——聞香と学際研究のシンポジウム」 12月20日	岩崎陽子准教授（嵯峨美術短期大学） 外池光雄教授（びわこリハビリテーション専門職大学）	匂いを主題とした連続講義を開催。講義への理解と関心を深めるために、セミナー開始前に実地で聞香体験のワークショップも実施。

シャンタル・ジャケは『匂いの哲学』において、世界中に広まっていた香りの宗教的利用に加え、「香道」という独自の文化が日本で発展していたことに注目している。他方でジャケ自身も記すように、その伝統芸術は、「一般的に知られていない」（ジャケ2015:108）。この状況は、日本国内であっても同様であるだろう。

そこで我々は、香道についての知見を得ること、まずは香文化や香道の簡略史や、聞香道具・作法の基礎を習うことから活動を開始した。そのために、京の雅きもの塾（池田校）で実施されている聞香の文化体験講座に、三宅・阪本・

塩田の3名で参加した。

聞香とは、数ミリから1センチ四方の香木を香炉に入れて焚き、香り（匂い）を嗅ぐことをいう。元来香木には、白檀をはじめとする檀香と、沈水香の2種類がある。前者の、檀香は生木の芯材を削り出し乾燥させることで香りが出てくるもので、仏像などの彫刻や扇子、精油や防虫剤に使われる。後者の沈水香が聞香に使用されるもので、樹木内に樹脂が長期間をかけて形成・熟成されることで出来上がる。常温では香らないが加熱すると香りを発する。まず香炉に香炉灰を入れ、その中に火をつけた炭団を入れ、上から灰を被せる。灰の上に銀葉と呼ばれる雲母の板を置き、そこに香木を1片載せる。手を小窓のような形にしてそこから香木の香りを「聞く」(嗅ぐ)というのが、聞香の作法である。

聞香の基本を教わったのち、「小鳥香」という組香を体験した。組香とは、香木の香りの異同や組み合わせを当てるゲームである。香木の種類は、香木の産地と香りの特色から表現される「六国五味」で分類される。しかし、植物由来のもので、同一産地の香木にもそれぞれ特徴があり、また同じ1本の香木でさえ端と端では香りが異なるという。加熱時間や温度によっても香の立ち具合や様相は異なり、正確な正誤を当てることよりもむしろ各人が香と向き合うことの方に比重が置かれるゲームであると考えてよいだろう。

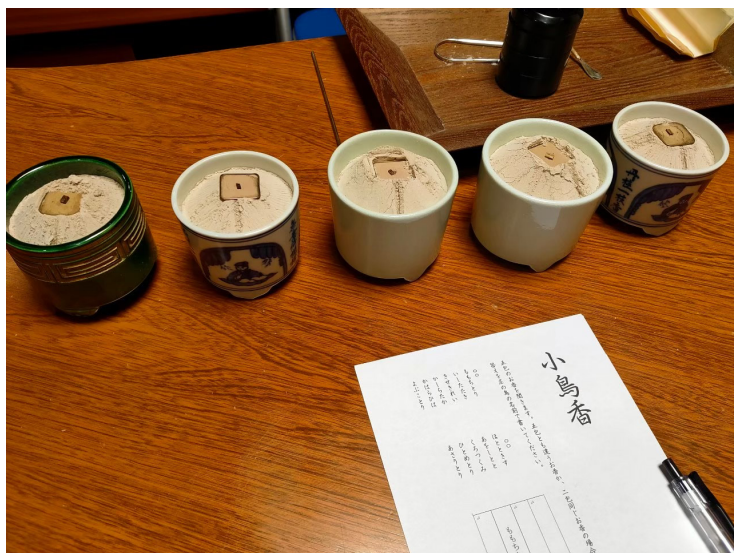


写真1 小鳥香を実施している場面

組香「小鳥香」とは、5種の香を2組包み、それぞれ1包取り出して入れ替え、1組5包の香を聞くゲームである。5包とも異なる香か、2包同じ香の場合があり、答えを鳥の名で書き記す。例えば、2番目と3番目の香の種類が同じ場合は「ほととぎす(時鳥)」、1番目と3番目の香の種類が同じ場合は「きせきれい(黄鶺鴒)」といった具合である。組香は他にも、花や月、古典文学や有職の教養が必要とされる。香をおこなうだけでなく「楽しむ」ために要される日本文化の教養は甚大である。

また実際に聞香することで、鼻の詰まりや眠気に効果を感じる参加者もいた。錯覚かとも思われたが、清滝氏によれば聞香には「香の十徳」(11世紀の北宋の詩人・黄庭堅作)という、覚醒効果を含む心身の効能が伝えられてきたという。今日のアロマセラピーに近い効果が認められてきたと推測される。

■嗅覚アート講義、及び『エアロ・スカルプチャー』設営補助(11月1日、11月2日)
——上田麻希氏(嗅覚アーティスト)、岩崎陽子准教授(嵯峨美術短期大学 美術学科)

20世紀以降、新たなテクノロジーの出現と発展とともに、美術作品に用いられる媒体は複数化・多様化してきた。メディアムとして匂いが用いられた作品は1910年のマルセル・デュシャンの作品《パリの空気》を最初期の事例とし、2000年前後からは重要な作品が次々と発表されてきた⁵。こうした状況のなか、嗅覚に焦点を当て活動するアーティスト・上田麻希氏と嗅覚アートの美学・哲学研究を牽引する嵯峨美術短期大学の岩崎陽子准教授に今回お話を伺った。11月1日には、嵯峨美術短期大学の岩崎研究室において、岩崎氏、上田氏、及び三宅、阪本、塩田の5名で嗅覚アートの歴史や研究動向についてのお話を伺った。次に11月2日には、11月3日より開催された京都・嵐山芸術祭での上田氏の作品の設営の補助をする機会をいただいた。これらの活動を通して、理論と実践の両面から嗅覚アートについての知見を得た。

以下では、特に作品『エアロ・スカルプチャー』設営に関する報告をおこない、嗅覚アートの概略や状況については、紙幅の都合もあり稿を改めることとする。

上田氏は、オランダの王立芸術アカデミーで世界初となる嗅覚アート(Olfactory Art)のクラスを担当していたほか、世界的な嗅覚アートのアワード

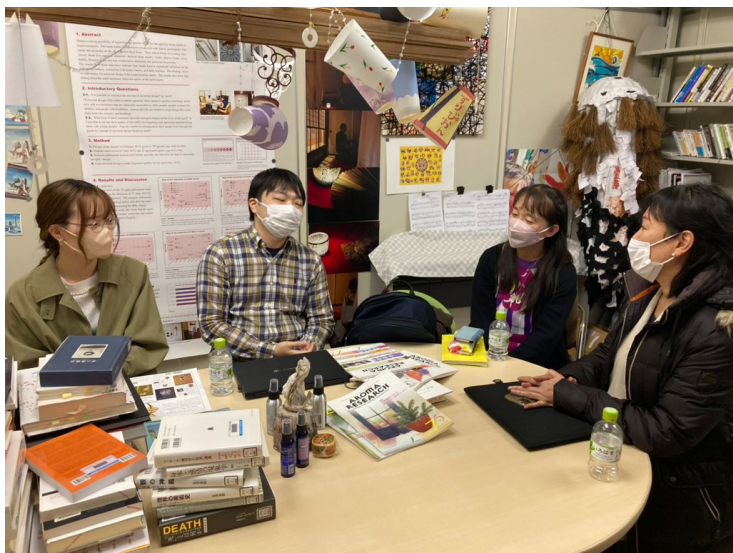


写真2 岩崎研究室で嗅覚アートの歴史や研究動向について伺う様子。左から阪本、塩田、岩崎氏、上田氏。

「アート・アンド・オルファクション・アワード」で実験的作品に対して贈られる「サダキチ・アワード」に長年ノミネートされ、2022年には大賞を受賞している。岩崎氏は、フランスの哲学者モーリス・メルロ＝ポンティの研究からキャリアを開始し、現在は香道や嗅覚アートなどを対象に美学的観点から嗅覚とアートとの関係を研究されており、近年ではシャンタル・ジャケによる『匂いの哲学』の翻訳を出版された。



写真3、写真4：香料を調合する上田氏、ドライアイスを手作業で粉砕する様子

今回上田氏が招待された京都の嵐山芸術祭は、観光庁助成のパフォーミング・アーツの芸術祭で、本年11月3日から11月12日まで開催されたものである。上田氏が作品を展示するのは、桂川沿いの旅館・嵐山辨慶の「紅葉の間」で、壁一面の窓ガラスからは嵐山の借景が広がる。まず岩崎氏の研究室で（11月1日）、次いで嵐山辨慶に場所を移し（11月2日）嗅覚アートの概略と歴史を習うとともに、上田氏の作品『エアロ・スカルプチャー』（2022）の設営補助と解説を受けた。



写真5 紅葉の間における『エアロ・スカルプチャー』の試行

芸術祭で展示された『エアロ・スカルプチャー』とは次のようなものである。広間の床に畳敷を敷いた上で、上田氏自身が調合した香料を、ドライアイス昇華させる機械に投入する。ドライアイスを素材とし、温度や風向きによって刻一刻とカタチを変える雲海に、独自の処方で20種ほどの合成香料で調光された、お香のような匂いが広がる。鑑賞者は雲海のなかを自由に移動することが許されており、視界を覆う雲海に没入することができる。時間とともに移り変わってゆく匂いの輪郭を掴まえようと視覚や嗅覚、触覚を研ぎ澄ませると、我々はやがて、作品の視覚的な拡散と嗅覚的な拡散とが同一ではないことに気づく。約10分のインスタレーションであるが、絶え間なく変化していく様態を追って

いるうちに時間は過ぎ去り、短い夢を見ていたような感覚に襲われるだろう。

鑑賞者のこの10分のために半日以上かけて作品の試行がおこなわれた。ドライアイスの破碎や機材を入れる箱の組み立てといった物理的な装置の設備から、匂いの調整と換気する窓の位置や開放の程度、頻度の確認。また作品はガラス窓に面して設置されたため、雲海は日差しや気温の変化の影響をまともに受ける。旅館の部屋に匂いが残存しないようにする配慮と厳しい時間的制約のなかで集中力を保ちながら匂いに注意を向けるのは肉体的にもハードな面があり、換気をしていても酩酊に近い状態に陥っていた院生もいた。

嗅覚を駆使した設営を終え帰路についたとき、身体に変化が生じていることに気づいた。行きと同じ阪急電車のホームで電車を待っていたとき、帰宅するサラリーマンや学生たちの体臭、香水やハンドクリーム、柔軟剤の匂いが波のように押し寄せ、眩暈がした。匂いとしてはそれぞれ弱いものであり、作品設営によって活性化された嗅覚がその後も半ば自動的に作動し続けているような体験だったのだろう。上田氏によればこうした経験は珍しくはないらしく、嗅覚の半自動的な作動ないし意識的統御の困難さの特性を、設営補助を通し身をもって体感したことになる。この状態は、翌朝には平常通りの抑制的なものへと戻った。とはいえ瞼のある目や耳栓を嵌められる耳と違い、未だ統御困難な感覚器官がひとの顔の中央を陣取っていること、しかもそのこと自体がめったに意識されないことは、経験的な水準において我々が自らの身体に未だ盲目である（ここでも、目の比喩が出てきてしまう！）ことを意味する。嗅覚アートのみならず、あらゆる作品の鑑賞が身体を通して実現されるものである以上、それについての記述は一定の生理学的知見抜きには成立しないだろう。

■匂いセンサと応用的展開(11月8日)

——黒田俊一教授(大阪大学 産業科学研究所)

匂いの分子(=単純臭)は約40万種類あるとされている。単純臭の組み合わせ=複合臭は約 10^{402} 通り。宇宙に存在する原子の数は約 10^{80} 個なので、複合臭の数は天文学的なものである。人はその中でも約1兆(= 10^{12})種類をかき分けることができるとされている。

ヒトは約400種類の嗅覚受容体をもつ。ただし、ひとつの受容体で複数の匂い分子に反応したり、ひとつの匂い分子に複数の受容体が反応したりと、匂い

の物質に対する反応の仕方はルーズであることが知られている。ヒトはこの嗅覚受容体の反応の組み合わせによって匂いを識別していると考えられている。

黒田教授のグループは、ヒトがもつ約400種類の嗅覚受容体を再現した細胞による匂いセンサを開発した。このセンサの細胞は、嗅覚受容体に匂いの分子が接触し応答を示す際に発光する。この光の強弱を測定し、どの嗅覚受容体が反応しているかを匂いマトリックスで表現することで、匂いの定量化を可能としている。また、このマトリックスの足し合わせで匂いを再現することが可能となった⁶。

匂いを定量化する技術は様々な場面で応用できる。まずは匂いの再構築である。例として鰹節を挙げる。鰹節には約500種も匂いの成分が存在しており、これらの成分が組み合わさることで、鰹節特有の複雑な匂いを創り出している。そのため、鰹節を構成する主成分を集めて匂いを作成しても、鰹節本来の匂いには程遠いものになってしまっていた。しかし、匂いセンサを用いて嗅覚受容体の応答を解析したところ、鰹節は10種類の成分にのみ強く反応していることがわかった。このように、嗅覚受容体を模した匂いセンサを活用することで、複雑な匂いを単純な香料で組み合わせることが可能になる。また、今まで正確に記述することが難しかった匂いをデータ化できるようになるため、匂いの知的財産化にも大きく貢献し得ると考えられる。

また、消臭剤の開発にもこのセンサが活用されている。匂いセンサにより悪臭に対して反応を示す嗅覚受容体を特定することができる。この反応を打ち消すことができる物質を使用し、悪臭そのものを抑える消臭剤が実現可能となった⁷。

さらに、認知症の早期発見にも匂いセンサによるデータが活用できる。認知症の初期症状の一つとして、嗅覚障害がある。認知症の早期発見のために嗅覚を診断するキットが販売されているが、キットに使用されている匂いは甘い、不快である、などヒトの感覚によって決定されており、その精度はまだ高いとはいえない。この検査に使用する匂いの決定に、匂いセンサのデータを活用できる。嗅覚受容体は約400種類あるが、多数の物質に反応する受容体や、少数の物質にしか反応しない受容体など、受容体の中にヒエラルキーが存在する。匂いセンサによるデータから前者に反応する物質を特定し、キットに活用することで、より精度の高い検査キットを実現できる可能性がある。

ヒトがもつ嗅覚受容体を模した匂いセンサにより、どのように匂いを感じて

いるかを定量的に評価することが可能となった。この技術は匂いそのものだけでなく、法整備や医療など、匂いが関連する多くの産業の大きな発展に寄与するであろう。

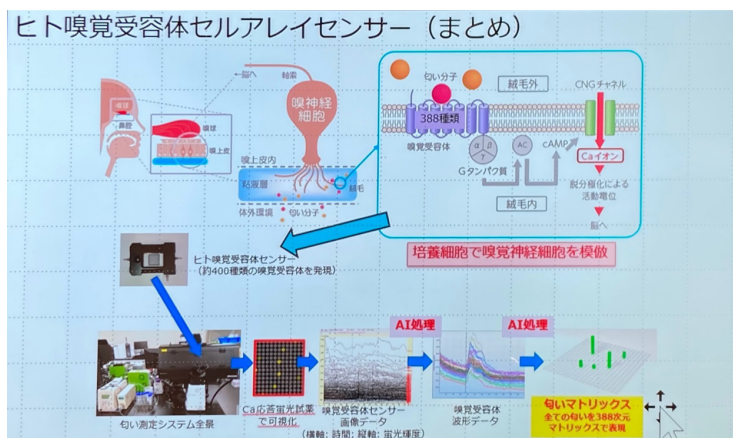


写真6 黒田教授のスライド

■商品開発における香料の役割(12月2日)

——芦澤ゆりの氏（資生堂香料開発部門）、森山未央氏（同・グループマネージャー）

社会経済的に「香り」と製品とがどのような関係にあるのかについての知見を得るべく、資生堂の香料開発部門の森山氏、芦澤氏の両名にヒアリングを実施した。

香料開発部門は香料それ自体を作り上げるというよりも、資生堂商品に「香り」の点から価値を付与することを中心的仕事とする部署である。そして化粧品に香りを付与する際に重視されるのが、ブランドや製品コンセプト（世界観の表現）である。そこから特に重要なキーワードを抽出し、香りの設計をおこなう。

コンセプトの何を・どのような理由からキーワードとして抽出するのか、またキーワード（言語）と香りの対応関係についての知見は、機密事項にあたるた

め具体的にお伺いすることが叶わなかった。

他方で、最終的に商品化する前におこなわれるのが、香りの「嗜好性」の確認であるという。資生堂には複数のブランドが存在するが、そのどのラインにおいても基本的には「嗜好性がよく、誰もが心地よく使える香りであること」が重視される。「ブランド価値を表現する個性的な香り」と、「幅広い層において嗜好性の高い香り」のバランスを見極めること——この態度は、マス向けの商品開発について成功を収めた資生堂の戦略を表現するのみならず、大衆文化での、感覚器官における「嗅覚」の位置づけをも反映しているようにも思われる。

デパートや商業施設に所狭しと並ぶ化粧品からどれかひとつを購入するとうとき、第一には商品の使用感・性能や色合いが焦点化されるだろう。そして同時に値段や特典、パッケージ・デザインや広告が考慮に入れられるだろうし、店頭はブランドイメージを形作る様々な情報で満ちている。ところが、テスターとして商品の「香り」を試行する場面は存在するだろうか。ブランド・イメージには香りの要素もまた関与するはずであるが、香りが化粧品の購買動機として主要なものとなる、あるいは更に、あるブランドの名を挙げてまずその香りが想起されるような社会が来たるためには、未だ超えるべきハードルがあるだろう。

■日本の香文化指南(12月2日)

——畑正高氏(香老舗 松栄堂 代表取締役社長)

日本の香文化の概要を掴むべく、京都で香道具や香木、薫香(香製品)を扱う松栄堂の代表取締役社長・畑正高氏にお話を伺った。松栄堂は1705年に京都で創業され、氏はその十二代目にあたる。畑氏は海外進出にも意欲的で、2004年にはアメリカでの文化交流活動の功績でボストン日本協会よりセーヤー賞を受賞した。今回、畑氏には講義をいただいたのち、代々受け継がれてきた香木を拝見、その後参加者全員で聞香をおこなった。

現在、薫香や聞香に使用する香木は輸入100%であるという。その上、香木は天然素材であり、世界における総数も限られている。この状況は、6世紀半ばごろ仏教儀礼と共に大陸から「お香」が伝えられて以来そうであり、香にまつわるものは希少なものであり続けたようだ。また香の評価には、『古今和歌集』

や『新古今和歌集』、『源氏物語』といった作品に収録された和歌を想起、引用することが通例化していたという。香文化の発展は、貴族や武士階級（及び一部の町人）の経済力と、高度な文学的教養とを要請してきたのである。

他方で畑氏は、匂いがこの世界に溢れていることを喚起する。収穫時期の農作物、田んぼの土、樹木や花、あるいは屋台の蕎麦や汁粉を挙げるまでもなく、暮らしに匂いは満ちている。

香木は希少なものであり、香を十分に楽しむためのハードルは低くない（香を楽しむために必要な知識や理解がどういったものであるかを知ること自体が、一つのハードルでさえある）。しかし、競争原理や優越を図ることではなく、その時々季節に相応しいものや、個人の気質・性格に似つかわしいものを生活に取り入れること。そのために鼻に意識を向け直すことこそが、香の微妙で繊細な匂いを鑑賞する最大の効果であるはずだ。そのような経験としてお香を捉えたとすれば、それは生活を取り巻く自らの美意識や自己意識を改鑄する、高度に美的な営みと言えるだろう。



写真7 香木を拝見している様子

■匂いと知的財産法(12月19日)

——山田威一郎客員教授(大阪大学法学研究科 知的基盤総合センター、弁理士)
青木大也准教授(大阪大学法学研究科 知的基盤総合センター)

現在日本では、匂いについて商品のブランド名や商品の形状等であれば商標法の保護を受けることができるが、匂いそのものは商標法の保護対象ではない。一方アメリカとEUでは権利取得の事例があるが、事例数は世界的にも少ない⁸。

匂いの商標法保護対象化を検討するうえで大きな課題となっているのは次の3点である。

まず、独占の妥当性である。知財法には、本来あらゆる情報は自由に利用できる方が望ましく、自由利用を制限しなければ公衆の利益を害する場合に独占権を与えるべきというスタンスがある。また、商標権は10年(商標法19条)という期限付きの権利ではあるものの、更新が可能である(同法19条3項)ため半永久的に権利を独占できてしまう。つまり、ある商品に使用されるバラの匂いについて商標権を取得した場合、権利者以外の者は半永久的に同様の商品に類似する香りを使用することも類似商品に同じ香りを使用することもできなくなってしまう。そのため独占させるに足る需要が必要となり、独占の妥当性を慎重に検討しなければならないとされる。

次に権利範囲の問題がある。通常の商標は文字や図形等によって示されるため、その外観、称呼、観念等の比較と取引の実情を考慮することで総合的に類否が判断される⁹。これにより具体的にその権利がどのような権利範囲を有するかが明らかとなるが、匂いは不可視のものであるため外観や称呼を比較することができない。そのため類似と非類似の境界を判断することが難しい。

最後に、客観性と表示方法の問題がある。商標権を取得すると同様の権利の二重登録防止や無用な権利侵害を防ぐため登録された権利が具体的にどのようなものか公示されるが、言うまでもなく匂いは不可視のものである。また商標登録を受けるにはその標識に自と他を区別(自他識別)できる特徴が必要となる¹⁰が、同様の理由からどの部分に特徴があるのかを判断することも困難である。また匂いの感じ方は主観的だとされており、具体的にどのような匂いかを共通理解可能な形式で示すことが難しい。もっともこの問題は、今日の科学技術の進歩(匂いセンサ)から、匂いの可視化が可能になることによって、解決が見込まれる。

ヒアリングを通し、匂いの商標法による保護を検討する際の課題が明確化し

た。知財法は時代とともに変化するニーズに合わせてアップデートされていくものである。今日的ニーズに沿った法整備が望まれる。

■嗅覚を拡張しよう！——聞香と学際研究のシンポジウム(12月20日)

——岩崎陽子准教授(嵯峨美術短期大学)

外池光雄教授(びわこリハビリテーション専門職大学)

本企画は、実地での聞香体験の実施とハイブリッド・レクチャーによって構成される。

聞香体験は、大阪大学吹田キャンパスの最先端医療イノベーションセンター棟3階の実習室において実施した。一般申し込みの参加者は実地で10名、オンライン参加が14名で、平日午後に実施したにも関わらず大勢の参加者があった。聞香は三宅と塩田が手分けしておこない¹⁾、適宜聞香の作法や歴史、香木や香文化についても説明した。

1時間程度の聞香体験の後、ZOOMと実地のハイブリッドでシンポジウムを開催した。シンポジウムは、三宅が挨拶と司会・進行をおこなった。まず企画意図と趣旨を説明した後、岩崎氏の紹介をおこない、その後岩崎氏からの提題「においの美学とアート」を受けた。岩崎氏からは、嗅覚が受動的に対象の情報を得ているのではなく、むしろ能動的に世界を解釈しているというパーウィッチの説(『においが心を動かす』)を紹介いただいたほか、現在観光において香りが活用されている事例についてもご紹介いただいた。次に外池氏を紹介し、氏より提題「嗅覚のメカニズムと脳機能計測」を受けた。外池氏からは、現代の脳科学における脳機能計測の手法を概説いただいた後、ヒトの脳が「爬虫類、旧哺乳類、新哺乳類」の三層構造によって構成されるというポール・マクラーンの学説を重要な知見として紹介いただいた(『脳の進化論』)。

最後に50分程度、先生方同士、次に全体での質疑応答をおこなった。先生方の質疑では、脳波の波形パターンと個人差について論じられた。次に全体討議では、まず三宅から、「嗅覚の分節化能力に視覚や言語とは異なる特異性が存するかどうか」、そして「ある対象について複数の感覚器官から得た感覚情報は、その個人においていかに統合されるのか」について問いかけた。両方の質問についてお二方からの回答があったが、特に後者の問いについて「ゲート理論」とシネステージ(共感覚)の混線についての学説をご紹介いただいたことは

有意義であった。ある対象についての多感覚的な感覚的所与の統合は、脳科学上は、前頭眼窩野における五感の神経伝達路の混交と視床下部での統合の解明研究としてなされてきたもので、現在も研究途上の問題であるという。感覚的所与の統合については、例えばメルロ＝ポンティであれば「身体」や「スタイル」、ドゥルーズであれば「リズム」といった概念を通して分析されてきた問題系であり、図らずも、20世紀の哲学者によって高度に形而上学的に展開された議論が現代の実証科学と合流する地点を確認することになった。双方の知見を相補的に用いることによって、研究手法や解釈上直面していた難点を超越していくことが期待される。また「匂いを質として捉える」という点について他大学の学部生からの質問もあり、総じて盛会に終わった。

なお今回のハイブリッド・レクチャーは、大阪大学COデザインセンターの支援によって実現した。



写真8 間香イベントの様子

4. 終わりに

今回我々は、将来的な学際研究の土台づくりと、現在の研究や社会動向へのキャッチアップを目的として、学際的かつ産学横断的にヒアリングや間香体験

を実施した。工学や法学の分野では「嗅覚」をめぐる一連の研究は今まさに過渡期にあり、潜在的な社会的インパクトはかなり大きなものであると感じた。同様にアートの分野でも、嗅覚アートが一ジャンルとして生成・拡大しつつある状況であることを確認した。

光や音をデジタルなものとして扱えるようになったことで視聴覚に関する情報量は急増し、TVや映画、PCなど多様なデバイスの誕生とともに生活は大きく変化した。今後、匂いや嗅覚においても同様に扱える情報量が急増し、これまで想像もしていなかったような新たな価値観やアートが生まれてくるはずである。我々の時代において嗅覚をめぐる様々な流れの生成・発展に立ち会うことができるのは幸運である。

科学技術によって社会は変革する。他方で、デジタル化にはどこかに必ず閾値があり、失われる情報が存在する。この点、お香に携わる専門家や美学者は鋭敏に匂いのデジタル化への懐疑を挟んでいた。嗅覚の機能を可視化・実証可能な仕方で記述することと、嗅覚の特異性や取りこぼされる情報に最大限寄り添った新たな記述法それ自体を考案すること——自然科学と人文科学にも対比される双方のアプローチは影響を与え合い、互いの研究を進展させるものになるだろう。

研究遂行において視野を広くもつべきであるのは一般に知られているところであるが、嗅覚については際立ってそのスタンスが要請されていることも痛感した。文化史的には、お香を考える上で詩・文学や茶道、宗教を捨象することはできないであろうし、材料や道具の決定的な希少さ・高価さ、言い換えれば香文化の担い手の社会経済的な状況を抜きに語ることも不可能である。また感性論の観点から鼻という感覚器官を分析する場合、例えばそれが視覚を頂点とするヒエラルキーに則った記述の再生産になっていないかという典型的な懸念を取り上げてみても、味覚や触覚といった他の感覚器官への視座は必須である。もちろん生理学的にも、身体が有機的統一をなしている以上は、味覚や触覚、視覚研究との往還を考えることは避けがたい。このような状況でなお、視覚や聴覚の後追いではない、嗅覚や匂いの特異性を取り出すことはできるだろうか。アナログ的なものとして周縁化されてきた嗅覚には、既存の文化的価値観や感覚の議論を転覆させ、再構築する可能性があるはずであり、多角的な視点と多様な知見を利用しその点を上手く掴む必要があるだろう。

謝辞

お話を伺った皆さまは、未熟な我々に対し大変親切にご対応いただきました。また、ヒアリングの相手をご紹介いただきました資生堂の山脇さま、そして嵯峨美術短期大学の岩崎先生。お二方のお口添えがございましたら、この度の企画の多くが実現いたしました。皆さまのご厚意とご協力に、改めて心よりの感謝を申し上げます。

また、様々な点から本活動を支援していただきました、超域イノベーション博士課程プログラム及びCOデザインセンターの担当者、関係者の皆さま。我々に貴重な機会を与えていただきましたことを、この場を借りて御礼申し上げます。

注

1. 本稿では、嗅覚によって得られた感覚的情報をニュートラルな意味において用いている場合は「匂い」、特によい匂いが焦点化されている場合は「香り」という語を用いた。また、香製品及びその匂いを「香」または「お香」と記述している箇所がある。
2. 株式会社富士経済による市場調査によると、コロナ禍によりフレグランスの使用用途が外出時の使用以外にもユーザー自身の気分転換のために使用するという使用目的の多様化が指摘されている。またこれに伴い、ブランド側がライフデザインを提案し、それに合った商品を展開するライフデザイン提案型ブランドが需要獲得に貢献している。この点から、コロナ前後での社会と香りとの関係性の変化がくみとれる。日本経済新聞2022年「富士経済、スキンケア化粧品・フレグランスの国内市場調査結果を発表」https://www.nikkei.com/article/DGXZRSP632576_Y2A510C2000000/（2023/1/15アクセス）を参考にした。
3. 特許庁「第1回新しいタイプの商標に関する検討ワーキンググループ」<https://www.jpo.go.jp/resources/shingikai/sangyo-kouzou/shousai/newtypeshohyo-wg/01-shiryō.html>（最終アクセス：2023年1月20日）
4. 特許庁「新しいタイプの商標の保護制度に関するQ&A」Q1-12
https://www.jpo.go.jp/faq/yokuaru/trademark/new_shouhyō_faq.html#anchor1-12（最終アクセス：2023年1月15日）
5. 田口かおり「近現代美術の「臭気」をめぐる一考察——展示、収蔵、保存、修復のケーススタディ」『ディアファネース 芸術と思想』第5号（2018年）pp.45-63。Cf.47頁
6. 佐藤翔，山崎智子，立松健司，黒田俊一「AIを活用したヒト嗅覚受容体応答の網羅的解析」『生産と技術』第72巻第2号（2020年）pp.78-80

7. 株式会社香味発酵「匂い解析定量受託サービス - NET」『フナコシニュース』2020年3月15日号 pp.1-3
8. 特許庁「新しいタイプの商標に関する海外登録例・主要判決例」https://www.jpo.go.jp/resources/shingikai/sangyo-kouzou/shousai/shohyo_shoi/document/seisakubukai-26-shiryou/sankou1.pdf（最終アクセス：2023年1月15日）
9. 最判昭和43年2月27日民集22巻2号399頁
10. 茶園成樹編2018『商標法(第2版)』有斐閣
11. 香道文化研究会『図解 香道の作法と組香』雄山閣、2020年、第5版、特に34-69頁を参考にしながらおこなった。フランクな雰囲気、お香というものに触れることで、嗅覚をテーマとした講義の導入となることを目指した。

参考文献

＊論文＊

株式会社香味発酵

2020 「匂い解析定量受託サービス - NET」『フナコシニュース』2020年3月15日号 pp.3、東京：フナコシ株式会社。

佐藤翔、山崎智子、立松健司、黒田俊一

2020 「AIを活用したヒト嗅覚受容体応答の網羅的解析」『生産と技術』第72巻第2号 pp.78-80、大阪：大阪大学生産技術研究会。

田口かおり

2018 「近現代美術の「臭気」をめぐる一考察——展示、収蔵、保存、修復のケーススタディ」『ディアファネース 芸術と思想』第5号、pp.45-63、京都：京都大学人間・環境学研究所。

＊単行本＊

カント、イマニュエル

2003 『カント全集 15 実用的見地における人間学』坂部恵・有福孝岳・牧野英二訳、東京：岩波書店。

クラッセン、コンスタンス

1998 『感覚の力』陽美保子、東京：工作舎。
(Classen, Constance 1993 Worlds of sense, London :Routledge.)

コルバン、アラン

2012 [1990]『においの歴史——嗅覚と社会的想像力』山田登世子・鹿島茂、東京：藤原書店。
(Corbin, Alan 1982, le miasme et la jonquille, l'odorat et l'imaginaire social 18e-19e siècles, Paris : Aubier-montaigne.)

コンディヤック、エチエンヌ・ボノ・ドゥ

- 1949 『感覚論 上巻』 加藤修一・三宅徳嘉訳、大阪：創元社。
(Condillac, Etienne Bonnot de, 1947(1754), *Traité des sensations*, Œuvres philosophiques de Condillac, vol.1, Paris: Presses Universitaires de France.)

香道文化研究会

- 2020 『図解 香道の作法と組香』 第5版、東京：雄山閣。

最高裁判所判例調査會

- 1968 『最高裁判所判例集』 22巻2号、東京：最高裁判所判例調査會。

ジャケ、シャンタル

- 2015 『匂いの哲学——香りたつ美と芸術の世界——』 岩崎陽子監訳・北村未央訳、京都：昇洋書房。
(Jaquet, Chantal 2010, *Philosophie de l'odorat*, Paris :Presses Universitaires de France.)

セール、ミシェル

- 2017 『五感 混合体の哲学』 米山親能、東京：法政大学出版局。
(Serres, Michel 1985, *les cinq sens: philosophie des corps mêlés -1*, Paris : Éditions Grasset et Fasquelle.)

茶園成樹編

- 2018 『商標法(第2版)』 東京：有斐閣。

バーウィッチ、A.S.

- 2021 『においが心を動かす』、東京：河出書房。
(Barwich, A.S. 2020 *Smellosophy: What the nose tells mind*, Cambridge : harvard University Press.)

ブリア＝サヴァラン

- 1967 『美味礼賛 上巻』、関根秀雄・戸部松美、東京：岩波書店。
(Brillat-Savarin, Jean Anthelme 1981, *Physiologie du goût*, Paris: Hermann.)

＊ web サイト＊

特許庁

- 2015 「新しいタイプの商標の保護制度に関するQ&A」 Q1-12
https://www.jpo.go.jp/faq/yokuaru/trademark/new_shouhyou_faq.html#anchor1-12
(最終アクセス：2023年1月15日)
- 2012 「新しいタイプの商標に関する海外登録例・主要判決例」
https://www.jpo.go.jp/resources/shingikai/sangyo-kouzou/shousai/shohyo_shoi/document/seisakubukai-26-shiryuu/sankou1.pdf
(最終アクセス：2023年1月15日)

2008 「第1回新しいタイプの商標に関する検討ワーキンググループ」 <https://www.jpo.go.jp/resources/shingikai/sangyo-kouzou/shousai/newtypeshohyo-wg/01-shiryoku.html>
(最終アクセス: 2023年1月20日)

日本経済新聞

2022 「富士経済、スキンケア化粧品・フレグランスの国内市場調査結果を発表」(2022年5月18日)
https://www.nikkei.com/article/DGXZRSP632576_Y2A510C2000000/
(最終アクセス: 2023年1月15日)