

## 資生堂美容室 60周年記念 マサ大竹 スペシャルインタビュー

### vol.1 美を追求し続けた広告クリエイション

#### —印象に残っている広告のクリエイションについて

私も資生堂の中において、さまざまなことをやってきました。比較的30歳前後に広告を中心に携わる時期がありましたが、当時は、資生堂も女優さんやタレントさんを起用することがほとんどなく、多くが新人のモデルさんを資生堂風の顔に演出してスターに仕上げていくことが多かった時代。その中でいままた活躍されている小林麻美さんを起用した「マイピュアレディ」という春のキャンペーンが印象に残っています。

当時、小林さんは長い髪が特徴でそれがスレンダーなイメージにつながっていましたが、「もう少しスポーティーな感じに表現したい」というリクエストがありました。ロサンゼルスのUCLAのグラウンドで走るシーンを撮るために、当時肩下まである長い髪…というよりも、「もっと生き生きとする感じで」というリクエストにウィッグを使ってショートヘアにしたのです。実は、手持ちでいつもかつらを2個口ケ先に持っていたいっていたのです。考えてみると、資生堂の広告の中で全かつらを使ったというのは初めてではないかと思います。自分で言うのもおかしいですけど、すごく評判がよくて、当時「小林さんが髪を切ったんじゃないかな」と噂になりました。そのように間違うくらいに違和感なく溶け込むことができたというのは、私もよかったです。

あともう1つは、時代的なものもあったと思いますが、私が29歳、30歳くらいの時に漫画でとても有名だった『ベルサイユのばら』が映画化されるときに資生堂がタイアップすることになりました。その映画の中で、私がワンシーンをヘアメイクアップしたこともあり、女優さんに資生堂の広告モデルをお願いしました。また同じ頃、「インウェイ」という香水とスリムなカタチをしたメイクアップ商品を発売し、「彼女が美しいのではない、彼女の生き方が美しいのだ。」という素晴らしいキャッチコピーとともに、ヘロイーズさんという西洋人モデルを起用しました。この2つとも資生堂が初めて西洋人のモデルさんを起用したこともあります。

## vol.2 多岐にわたるクリエイション

### —『花椿』<sup>※1</sup>のクリエイションで大切にしていたこと

広告は、大きなキャンペーンで2、3週間口ケ現場に行くことはあっても毎日毎日撮影の現場に行くわけではありませんが、『花椿』誌の場合は毎月発刊しておりますので、比較的しょっちゅう、「次はどんなものを提案しよう」「次はこんなファッショング流行るからこんなヘアメイクアップにしよう」と話し合ったりパリコレの情報をもらったりいろんな企画を立てるわけです。その時から、私も一緒に編集に入り、進行のスピード感と、いかにその雑誌としてのアイキャッチといいますか、広告とはまた違ったカタチで美の表現をするかを学んできました。

そして、なによりもスタッフワークを大切にしました。これはなあなあになってはいけないと思うのですがやはり気心の知れたメンバーと、若くまだまだその域にいかなかつた時に、努力しながら皆さんとどう打ち解けて自分の仕事を認めてもらい、大竹という人間をどう理解してもらうかということが大きかったです。こういうことをしながら、最終的に自分の持てる力をどう発揮できたか、いつも挑戦してきたかなと思います。

また、そこにいらした編集長やアートディレクターの仲條さん<sup>※2</sup>など、そうそうたる人たちの感性、美意識も30年来見せてもらって1人の美容師として、美容の世界だけに浸かっているのではなく、最先端のファッショング、最先端のビューティーという世界に自分がいたということが本当に幸せでした。それを現在、学生や美容室のスタッフに還元できたらいいかなと思はずっと行ってきました。

※1 『花椿』：資生堂の美容・化粧情報を中心に、文芸、カルチャー、ファッショング、食文化、海外トレンドなどを感度よく取り上げる「時代の最先端を伝える媒体」を目指し、1973年11月に創刊

※2 アートディレクターの仲條さん：仲條正義氏。『花椿』のアートディレクターを2011年まで担当

### —パリコレ<sup>※3</sup>に参加して感じたこと、得たこと

いまは一般の方もパリコレという言葉をご存知ですが、私が行った1976年にはファッショングショーのお仕事でパリに行くということは分かっていましたが、それがどういうものか分からぬ時代に飛び込んでいったんですね。資生堂もイタリアにはすでに販売していましたが、パリの街中のデパートにはまだ資生堂商品がない時代でした。世の中に知られていない時代にパリに行って、モデルにヘアメイクアップ、スキンケアなど施術をすることで少しずつでも、資生堂の商品であったり、資生堂の流儀のようなものを現地の方に理解してもらう、よいチャンスになったのではないかと思います。

現場に行ってみると、パリの本場ですから、自分がお化粧をしていて、「このモデルってひょっとしたらすごく有名な雑誌の！」「このモデルさん見たことあるな」みたいなことがあるんですよ。素顔で見た時はちょっと分からなかったんですけど、お化粧していくと、「あ、この人あの有名な雑誌に出てる女性だった」なんていうような、そんな話もあるんですけど。

よいこともありましたが、言葉の問題や表現力など自分自身まだまだ磨かなきゃだめかなということもあり

りました。すべてが最初から完璧なわけではなくて、それをいつも自分の反省点にしながら、「次にはもうちょっとといこう、次にはもうちょっとうまくなりたい」という、目標をつくってくれた場だったかな、なんて思います。

※3 パリコレ：1976年、日本人としてパリコレクションに初参加

## vol.3 資生堂美容室との出会い、高賀富士子先生の教え

### —資生堂美容室が創業から受け継いできたこと

私が資生堂の美容学校に通っていた頃に、初めて渋谷の資生堂美容室に見学に行ったことがあります。大きなお店で、白衣を着て頭にはナースキャップみたいなものをかぶっていて、独特の雰囲気がありました。その中で、技術もそうですが、やはり接客業としてのおもてなし。ここは60年間変わらずに、当時からずっと受け継がれ、今日まである資生堂美容室の大きな特徴じゃないかなと考えております。その辺は今後も変わらずに、ますます磨かれていくのではないかなと思っております。

### —自身にとって高賀富士子先生<sup>※4</sup>の存在とは

私の美容生活50年くらいを振り返ってみると、高賀先生との出会いなくして、現在はなかったかなと思うほど、私を導いてくれた方だと思います。私が美容学校卒業のときには校長先生を、美容技術研究所に入社したときには所長をされていました。それ以来ずっとお付き合いをさせていただきました。ひと言で言いますと、大変厳しい。若い頃は「おっかない先生だな」という感じでしたね。ご自分にももちろん厳しい方で、女性が社会に出て活躍する場の中で本当にリーダーシップを取られた先駆者の1人ではないかなと思います。

そういう中で美容技術研究所の所長、総合美容研究所の所長もされていて、私だけではなくいろいろな所員の活動を把握されて、導いてくださいました。私が美容業界に出たり、世界のヘアショーやコレクションに出る、若い頃にそのようないろんなことのチャンスをいただけたのも高賀先生がつくってくださったのではないかなと思います。

いま振り返ってみると厳しい方ではありますが一途に“内面を持った人を育てる”ということをされました。我々の仕事は人を育てないと、自分だけ「技術がうまくなった」「なにができた」っていうことだけでは企業は続かないですよね。それを教えてくださいました。その裏には人をつくるといった中での温かさをずっと持っていました。先生でした。

若い頃は面と向かうと私は緊張して、話をするような感じではない、できない状況でした。私も40代になり、役職についてからはいろいろな話をしたり、ご飯を食べることもありました。そんな時、「あの時はああだったのよ、こうだったのよ」なんて昔話をしたこと、すごくいい思い出になっています。私は無我夢中できましたが、そのような先生の生き方を自分自身に置き換えてみると、現在自分が後輩にそういったことができているのかどうか、反省材料になっています。本当に私を導いてもらえたということに感謝しております。

もちろん私だけではなくて、高度成長によって発展していく時に 5 段階 7 ステップの美容法をつくられた功績、そして資生堂美容室の初代の技術主任、店長として総括されていたことは、資生堂にとっても美容の窓口を開き、推し進めた原動力のような方で、すべての資生堂部門における基礎をつくられた方だなと私は思っております。その方と少しでも接点を持ってて今までこれためぐり合わせに、幸運であったかなと思っております。感謝しております。

※4 高賀富士子先生：マサ大竹の恩師であり、資生堂美容室の初代技術主任（店長）

### —高賀先生から受け継いだこと

高賀先生がよくおっしゃっていた、「諦めない」ことですね。

現在美容学校の校長もさせてもらっていますが、たくさんの若い学生に「一度決めたことを諦めない、成し遂げる」ということを伝えます。

美容室のスタッフでもそうですし、社会人になると誰でもそうだと思うのですが、大変なこと、困難なことなんか山ほどあるわけです。なにもない人生なんてないです、それを乗り越えていくのが、年をかさねていく、自分自身を磨いていくということになってくるのではないかと思うのです。

高賀先生もよく仰っていた、諦めず無我夢中でやることが、若いうちはとくに必要かなと思いますね。そして、やはり「井の中の蛙になってはいけない」ということも教わりました。自分で、いいかなと思うだけじゃなくて、「自分を第三者的に見る目をつねに持ちなさい」と先生は教えてくれた気がします。

## vol.4 これからもお客さまとともににあるために

### —資生堂美容室のあるべき姿とは

資生堂美容室も 60 年、お客さまに愛されて 60 年だと思います。これからも 20 年、30 年、50 年…と続くと思いますし、やはりお客さまあっての資生堂美容室だと私は思っております。いつでも変わらないお客さまのご希望に副った美しさ……日常的な美しさ、「美しくなる」ことはどなたにとっても元気の素、活力の素だと思います。

それを日常的に提供する場が美容室だと私は思っております。美容室に来られて単に髪が短くなってきたということだけではなくて、お化粧をしたりエステをしたりする中で、ご自分の気持の中にどう変化が生まれるか、この部分をもっともっと掘り下げてお客さまと寄り添っていけるようなサロンになっていくのではないかと私は思っております。

## —もっとお客さまに寄り添うために

人間は失敗することもたくさんありますが、やはりコミュニケーションが原点だと思うのです。まず若い頃は技術がまだまだ至らなかったり、未熟な部分もある。未熟であればそれをどうカバーできるか。自分が学ぶ気持ちと、姿勢をどこで持つかによって、技術はいくらでも上がっていくことができるわけです。でも、「自分はこれでいいんだ」と満足してしまうとそこでストップなんですよね。だから、お客さまからのちょっとしたお声を聞いたり、いろんなことを第三者的なもので自分を評価してもらうことも必要であると思います。お小言っていいですか……ひょっとしたら、もっともっとお客さまに寄り添うことができれば、それが一番かな、なんて思いますよね。

技術の上手い下手も大切ですけど、技術の上手い下手だけで美容室サロンのこのコミュニケーションがすべて完結するか？というとそうではなくて、やっぱり最終的に人間性、人柄。技術者としての人柄が磨かれていると、「あの人にやってもらいたい」という気持ちが誰でも出るんですよ。そういったスタッフを一人でも多くして、「またあの人にやってほしい」という、リピートしてくださるお客さまをこれからもつくっていって欲しいと思っております。

## —これからの資生堂美容室が目指すべきこと

昭和42年に美容学校に入り、その時もう10年くらい経っていた渋谷の資生堂美容室を見て驚いてから月日が経ち、全国各地にオープンし、また新しい形態でのサロンをつくっています。古ければよいわけではありませんから歴史のよさも残しつつ、つねに時代とともに歩み、時代の一歩先を見る感度は忘れてはいけないと思います。その中にお客さまの求める答えがあるのではないかと思います。そのような店づくり、人づくりを続けていくことが必要かな、なんて思います。

## —お客さまにお応えするために

先程も少しお話しましたが、私が美容師になった頃は、美容というのは表面を飾る、きれいにするという、そのようにしか思いませんでした。昔は、お化粧したりとかお洋服をきれいにしたりは表面的なことで、どちらかというと低俗なものみたいに見られがちだったんです。実は、そうじゃないんですよね。この仕事をしてどんどんいろんなことが分かってきましたし、最近では化粧の真理、化粧の力ということもマスコミでも言われる時代になりました。

美しさを身にまとることは、その方そのものを元気にしてくれる。「こういう自分になりたい」という思いに近づってくれるのはやっぱりファッション、美容なんですね。その役割はこれからも変わらないと思いますし、生活の中でちょっとしたゆとりや豊かさをどうつくっていくか、感じていただくか。これは変わらないテーマかな、なんて思います。そういったお客さまに少しでもお応えできることが、我々の使命かなと思っています。