

## 特別企画

# Brand History

才能に恵まれたメイクアップ・アーティストと彼女の教え子たちが生み出したプロフェッショナルのためのブランド、メイクアップフォーエバー。放課後や週末、教師と生徒が手作業で作った化粧品が、いまや世界中の人々から愛されるブランドに成長した。ブランドの成功の秘密は「Concept Moderne (モダンなコンセプト)」。誕生から四半世紀になっても、ブランド力は衰えることを知らず、大きく飛躍し続けている。

Text: Mami TAKAHASHI Coordination: Céline Ruh

~MAKE UP FOR EVER~



2010年の新商品



## Dany Sanz ダニー・サンズ

メイクアップ・アーティスト、ブランド・クリエイター。  
パリ生まれ。

1965年から3年間、ナントの芸術学校で絵画と彫刻を学ぶ。その後、エステを学びサロンを経営。やがて、芝居の舞台装飾を手がけるうちに装飾対象が物から人へと変わっていく。特殊メイクを極める。

1973年 パリのメイクスクール、クリスチャン・ショボーのアシスタントとなる。

1984年 MAKE UP FOR EVER 誕生。

1999年 LVMH (モエ・ヘネシー ルイ・ヴィトン) グループの傘下に入る。

2002年 MAKE UP FOR EVER ACADEMY 開校。

2009年 ブランド生誕 25 周年を迎える。

このブランドのクリエイター、ダニー・サンズは、生来のアーティスト。絵画や彫刻の知識と経験は、芝居の舞台装飾に活かされる。やがて、舞台に立つ俳優の顔や身体にペンキを塗り始める。こうして独学で習得したボディペインティング。ある偶然の出会いが、本格的なメイクアップ・アーティストの道へと進むきっかけとなり、コスメブランド誕生へとつながっていく。



アカデミーで教えるダニー・サンズ



ブランド誕生当時の化粧品 (1984)



誕生から2年目 (1986)



化粧品が生まれたところ (現在も本店)

色のスペクトル (1987)



ブランド誕生当時のポスター (1984)



## メイクアップとの出会い

「アートの才能に恵まれていました。でも、生活の糧を得るのは容易なことではなかった。スーパーのウィンドーの装飾をはじめ、さまざまなデコレーションをやりましたよ。嫌いではなかったのですが、もっとクリエイティブなところに身をおきたくて、芝居の舞台装置を装飾する仕事をはじめたのです。舞台装飾の延長で、人の肌へのイントをするようになりました。」

## メイクスクールのプロフェッサーへ

「舞台メイクといっても、どこかで習ったわけではありません。そんなある日、友人から、クリスチャン・シヨボーがメイクスクールを開校するためにアシスタントを探していると聞きました。それまで、メイクアップを本格的にやったことはなく、「aucune idée」、見当もつきませんでした。友人の勧めで、シヨボー氏に会いにいきました。「メイクアップ・アーティストか?」と聞かれたので、正直に「Non」と答えました。その場で、制作するように指示があったので、知っている限りのテクニクを見せたところ、驚いたことに認められたのです。その後、17年間、プロフェッサーとしてこの学校の発展に貢献しました。」

## ブランド誕生の裏事情

「生徒に教えるようになって、当時の化粧品では物足りなくなりました。生徒たちからも、不満の声が出ていま

た。既製の化粧品を混ぜ合わせて、新しいカラーをつくっていたのですが、自分たちでプロ向け化粧品を作ることになりました。仲間4人で出資し、あるブランドを立ち上げました。化粧品を売るのが目的ではなく、生徒たちのリクエストに応えようとしたのです。」

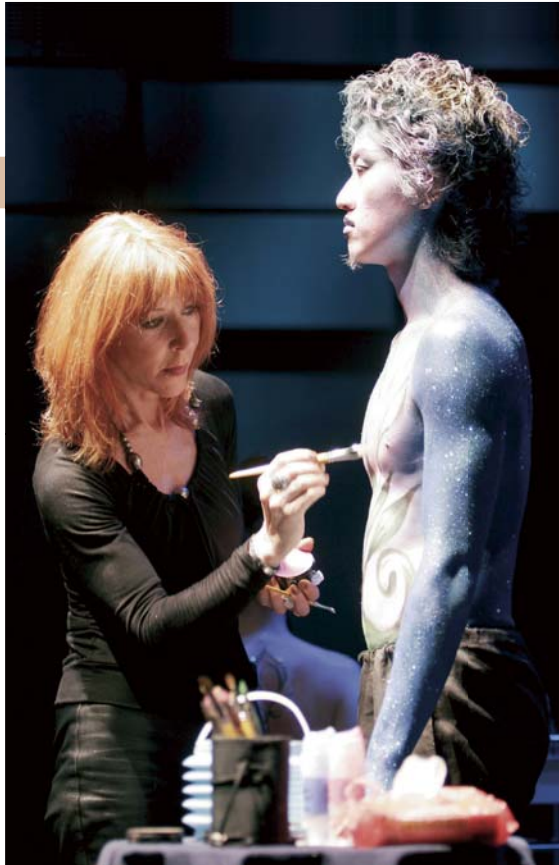
## ブランドの誕生秘話

「このブランドはうまくいきませんでした。数年後に終止符を打ち、私は夫と共に新しいブランドを立ち上げることにしました。1984年のことです。当時、私たちには資金力がありませんでした。銀行からは、ほんの少ししか借り入れをすることができなかったのですが、教え子たちが資金を集めて、私たちにお金を貸してくれました。」

## メイクアップフォーエバー誕生

「パリのラ・ボエシ通り5番地。メイクアップフォーエバーが誕生しました。ここは、現在も本店です。当時、私はシヨボー学校のプロフェッサーを続けていました。昼間教えて、夜や週末、生徒と一緒に製品をつくりました。父も手伝いに来てくれましたね。原料を溶かすために、キャンペーンで使うポータブルコンロを持ち込みました。アイシャドーは、スプーンでひとつずつ瓶やパレットに詰めたことも懐かしく思い出されます。アイシャドーのカラーは、当時から100色を超えていました。アイシャドーカラーのバイオニアと自負しています。色を間違えて混ぜ合わせたために、新色ができただけでもありません。」





ダニー・サンズによるボディ・ペインティング (2006)

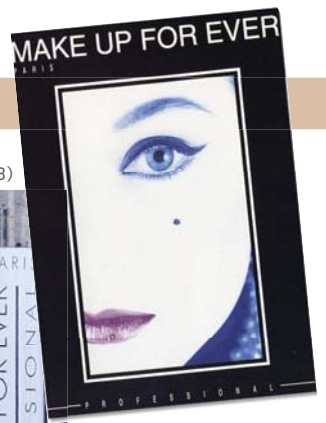


サウジアラビアで目覚ましい成功 (2004)



ブランド誕生 20 周年 (2004)

広告ポスター (1991)



パイルートでの広告 (2003)



ブランド誕生 25 周年 (2009)

## アーティスト育成

「メイク学校で教えていたことが、全ての始まりでしたから、未来のアーティストを育てたいという気持ちは常にありました。2002年9月に、本店の奥でスクールを始

「既存のものよりセクシーな製品をつくりました。卒業生を通してブランド名が世界中に広まり、デパートで販売しないかという誘いが絶えませんでした。プロフェッショナル向けにつくったブランドですので、一般大衆向けに販売することに躊躇しました。韓国をはじめ、外国ではデパートで販売することに同意したのですが、フランスではプロ向けにこだわり続けました。フランスの大手化粧品会社などから、様々な勧誘がありました。ブランドの発展を考えて、最終的に、高級ブランドを扱うモエ・ヘネシー、ルイ・ヴィトングループの傘下に入ることを決意したのです。その後も、ブランドの勢いは弱まることなく、中東をはじめ世界的に大きく発展してまいりますので、この決断はよかったのだと思います。」

## プロから一般の人たちへ

生徒たちの要望にこたえるために生まれたブランドは、国際色豊かな卒業生たちが各国からやってきて化粧品を持ち帰り、評判はまたたくまに広がっていく。成功の秘密は、モダンなコンセプトと言うダニー・サンズは、常に時代を先取りし、革新的な製品を次々と提案。やがて、プロ向けに生まれたこのブランドは、世界中の一般大衆の手にも届くブランドへと生まれ変わっていく。

本店・ラ・ポエシ通り5番地



メイクアップフォーエバーアカデミーに関しては、本誌12号で紹介したのと同じく、そちらを参照していただきたい。メイク学校の生徒たちの要望にこたえて生み出されたブランドは、プロ向けと一般の人々向けという、2つのアイデンティティをあわせもち、世界的なコスメブランドの地位を築いた。時代がハイビジョン・テレビを生み出すと、それに映えるハイビジョン・コスメを提案する。次の提案は何だろう。そして、どんなアーティストを輩出するのだろうか。

めたところ30人の生徒が集まりました。ブランドが生まれた当時、生徒たちが集まって製品詰めを行った地下のカーブが私のオフィスでした。いまもそうです。スクールは大成功をおさめ、翌年の希望者は57人にふくらみ、本店では収まらなくなりました。そこで、パリ中を歩いて物件を探し、開校予定日の前日に鍵を受け取り、新しい場所でアカデミーがスタートしました。ブランド誕生の原点を忘れることはありません。」