

日本の美に 独創のメイク求めて

メイクアップアーティスト・UDAが化粧本



広告やファッションショーなど、クリエイティブの最前線で活動するメイクアップアーティストのUDA(50)が、日本の唇を切り口にした化粧の本をつくった。自由な表現があふれる時代だからこそ「オリジナリティー(独創性)が大事」と話す。

UDAの仕事は幅広い。放送中のNHK大河ドラマ「青天を衝け」のメインビジュアルでは、主演の吉沢亮に泥水などを使った汚しのメイクを施した。ファッションショーでは、デザイナーの描くイメージをすくい取り個性的なメイクで世界観を形づくり、舞台メイクなども手がける。

4月末に出した初の著書『kesho:化粧』(NORMAL)の冒頭には、こう書いた。

「僕がメイクを教わり始めた30

四季の移ろい表現 和菓子のような



七十二候「蚯蚓出」のメイク



4月に出した著書『kesho:化粧』



アンダーカバー2021年秋冬メンズ&ウィメンズコレクション(ブランド提供)

年前、メイクは「いかにルールを破るか」でした。今ではルールがないのは当たり前。SNSには制約のない表現があふれ、オリジナリティと人まねの区別もままならない。

「何でもありの時代だからこそ独創性が大事ですが、昔よりオリジナリティーを見つけていることが難しくなっている」と話す。

新たな表現を模索していた5年ほど前、興味を持ったのが、日本的な美意識だった。京都を訪ね、芸舞妓の髪を結う結髪師や、京友禅の工房で職人の話を聞くうち、根底には季節の移ろいを繊細にとらえる感覚があると気づいた。

この本で提案したのは、1年を72に分けた唇「七十二候」をとり入れた化粧。たとえば「蚯蚓出」(5月10〜14日ごろ)では、青い空を思わせる水色のアイラインを入れ、まぶたの上に山吹色の点を描いた。俳優や一般の女性など6

人に施したメイクはまるで和菓子のような。4年がかりで撮影し、完成させたという。

UDAがメイキャッパーに関心を持ったのは高校生のころ。たまに届いた美容専門学校のカリキュラムがきっかけだった。

軽い気持ちで行った体験入学で、のちに師となる鈴木寅二啓之のデモンストレーションを見た。美術家としても活動する鈴木は一言も言葉を発することなく、モデルの顔半分は温かさを、もう半分は冷たさを感じさせる化粧を施した。左右で別人のように見える技術に心から驚き、この道に進むと決めた。

絵が得意で手先も器用。それは

ど苦労することなく外資系化粧品メーカーにメイキャッパーとして就職し、ショーや撮影のメイクなども手がけた。鈴木とは卒業後も連絡を取り、学校で教えたつもりもなかったが、あるとき鈴木から言われた。「大丈夫か？もっとしっかりやらないと、あと30年で消えるぞ」

UDAは「若くして実力以上のフィールドを与えられ、どこか調子に乗っていたんですね。このままではまずい、ゼロからやり直さなければと思いました」

26歳で会社を辞め、美容学校で教える鈴木のアシスタントに志願した。早朝に出勤し、2時間半かけての掃除、授業の準備、カリキュラムの管理と、下働きに徹した。師匠は「自分で気づくことが、表現者はいちばん大事なんだ」と言いつつ、手取り足取り面倒を見てくれることはなかった。核となるものを自分で考えて、日々細やかに神経を使うことをたたきこまれた。「この2年間がなければ、今の自分はありません」

UDA自身も、先人がつかんだ極意を身につけることで技術を磨いてきた。この本も、そうしたプロを目指す人や、自分らしい化粧を探すが、オリジナリティーを見つけ出すきっかけになればと考えている。

「大切なのは、自分が何を感じて、どう表現したいのかということ。僕も常にほんのわずかで、進化し続けていきたい」

(長谷川陽子)

オンライン「クイックアド」(<https://jp.item/2000>)を選ぶ。設営も



など、専門ブランド機能もある。屋頂の「キ」室内は縦約高さ約125センチ(飯塚りえ)