

# ナプラが日本最大級のヘイイベント「ドリームプラス 2017」を実施

サロン専売アーメーカーのナプラは6月13日、日本最大級のヘイイベント「ドリームプラス 2017」を日本武道館で開催した。今回で4回目の開催となる同イベントは、「夢」を追いかけるあなたを応援したい!というコンセプトのもと、美容師歴10年以下、または32歳以下のヘアスタイルアーティストが出演するヘアコンテストをメインに、若手からベテランまで人気美容師によるヘアショーが行われた。



毎年多くの美容関係者が参加し、今年は約1万人が来場した。

ヘアコンテストの総エントリー数は1615通。フォト審査、地区予選を勝ち抜いた16人の美容師が武道館でのファイナルステージに進出。「攻めナチュラル」をテーマに実際にモデルを使ってカットからスタイリングまでを行い、①ヘアデザイン、②メイク、ファッショントを含むトータルコーディネー

ト、③ステージ上でテクニックとパフォーマンスという3つの基準で採点される。今回、グランプリに輝いたのは、「ティラベント」の坂本真依



1.ヘアコンテストの様子。15分以内にカットからスタイリングまでを行うので、スピードと技術が求められる。2.今回グランプリを獲得した坂本真依(ティラベント)スタイル(左)とモデル

ティ」の市山博基スタイル、3位はゼンコ「吉祥寺 シェール」の鈴木祐一郎スタイルという結果だった。

ヘアショーは「ビュートリアム」の川畠タケル・アートディレクターや「アフロート」の宮村浩氣・代表、「オトベ」の浦さやか代表、話題の美容師チーム「中二会」の他、人気美容師が多く出演。全8ステージで行われ、テイストの異なるさまざまな美容師がそれぞれこだわりの演出を披露した。また「ドリームプラス」は毎回サプライズゲストが登

場することでも注目を集めているが、今回もタレントのベッキー・ヤプロレスラーの蝶野正洋が登場。「ユーレルム」の高木裕介代表のステージでは知人であるTRFのYU-KIがモデルとして出演し、同じくサプライズで登場したDJ KOOとともにTRFのヒット曲を披露し、会場を大いに沸かせた。全国で多くのヘイイベントが行われているが、ヘアショーなどは既存の枠にとらわれがちで、「ドリームプラス」のようにエンターテインメント性に富んだものは少ない。会場には多くの美容学生も参加していただけに、こうした美容のおもしろさを感じられるイベントは業界の活性化につながるはずだ。

## コスメラウンジの「銀座コスメ体感クルーズ」が活況

会員制“美活”プラットフォーム「コスメラウンジ」は、4月末～5月末にかけて「銀座コスメ体感クルーズ」を開催した。「コスメラウンジ」は、世界各国のラグジュアリーなコスメブランドと、美容感度の高い一般ユーザーとのマッチングを行うウェブメディア。会員メンバーとの直接の接点の場を設けることで、ファン育成から顧客獲得までの支援を行っていく。

今回行った「銀座コスメ体感クルーズ」は、マロニエゲート銀座にある「キッチン」「M・A・C」、ルミネ有楽町にある「アビヴィータ」、路面店の「エステプロ・ラボ」といった、銀座に店舗を構える4ブランドが参加したイベント。期間中に上記の店舗を訪れ、その様子をSNSに投稿した会員メンバーには、特典として各ブ

ランドが実施する体験会などに抽選で紹介される。また、4ブランド全て回った会員メンバーには、抽選でディナー券などをプレゼントする。結果、約3週間で数百人の会員が店舗を訪れた。全員メンバーは、美容に高い関心を持った女性ばかりなので、ブランドにとっては上級顧客獲得の機会となった。



特典として開催された「キッチン」の体験会

## 「福岡国際ビューティー・ショー2017」開催

ビジネスガイド社は6月1～3までの期間、福岡マリンメッセでギフト市場の活性化を目指す見本市イベント「第13回 福岡インターナショナル・ギフト・ショー2017」と、美と健康をテーマにしたプロフェッショナルのための総合見本市「第6回 福岡国際ビューティー・ショー2017」を同時開催した。今回、「ギフトショー」は国内外179社が出展し、2万2000人以上の消費財に携わるバイヤー、報道関係者などが来場。「福岡国際ビューティー・ショー」は、水素やインナービューティなどのジャンルを中心に関内外39社が開催し、7400人以上のサロン関係者、レジャー施設オーナーなどが来場した。

同時に開催したこと、消費財関係者とサロン業界関係者の間で垣根を超えた交流



「第6回 福岡国際ビューティー・ショー2017」の会場

があり、新たなコラボレーションの芽が生まれたようだ。また、今回は「ギフトショー」で最終日のみ一般消費者の来場が可能となったため、一般消費者にとっては「ネクストトレンド」となりそうなアイテムを知るきっかけになった他、業界関係者にとってトレンドに敏感な人たちに直接アプローチできる機会となった。

## TOPICS FASHION

今週のWWDジャパンから、注目のファッション業界のニュースをお届け!

### マッシュHDが吉井氏パリヤをM&A

マッシュホールディングス(以下、マッシュHD)は6月13日、吉井雄一率いるデリカテッセン「パリヤ」やセレクトショップ「ザ・コンテンポラリー・フィック」、メンズブランド「ミスター・ジェントルマン」を運営する巴里屋をグループ傘下に収めた。巴里屋は現在、ファッションと飲食の2社で事業展開しているが、それぞれの株式の95%をマッシュHDが保有する。8月中をめどに2社を統合する予定だ。統合後は、会長に近藤広幸マッシュHD社長、社長に吉井雄一・巴里屋社長、副社長に妹の吉井まり子・同取締役、取締役にオスミタケシ「ミスター・ジェントルマン」デザイナーが就く。今後は「ミスター・ジェントルマン」のグローバル展開を筆頭に、メンズコスメやデリの多店舗化などに向け攻勢をかける。

ウイメンズ系のマッシュとメンズに強い巴里屋という意

外な組み合わせに見えるが、食やクリエイティブの考え方など共感できる部分が大きいといふ。「吉井さんはクリエイティブを重視し、世の中に刺さる鋭い視点を持っている。『ミスター・ジェントルマン』のダイナミックな海外展開や食、メンズコスメなど、いろいろなアイデアもある」と近藤広幸マッシュHD社長。吉井雄一・巴里屋社長は「マッシュグループは、アパレル、オーガニックフード、コスメなど、どこよりも未来を見据えた事業をされている。展示会にうかがった時、近藤さんは社長なのに商品の細かいところまで熱心に説明され、感謝を受けた」と傘下入りを決めた理由を語る。

巴里屋は吉井社長が1996年に東京・青山に飲食店「パ



PHOTO BY YOHEI KICHIRAKU

から、近藤広幸マッシュホールディングス社長、オスミタケシ「ミスター・ジェントルマン」デザイナー、吉井雄一・巴里屋社長

移転。08年に同地に「ザ・コンテンポラリー・フィック」を出店。12年にデザイナーのオスミタケシ「ミスター・ジェントルマン」をスタートさせた。売上高は全社で10億円前後だった。

統合後は、①「ミスター・ジェントルマン」のアジアを中心とした海外展開、②フード業態の拡大、③メンズコスメの開発、④セレクトショップの出店拡大——を軸に、売上高100億円を目指す。

MEMO  
国内外で640店舗以上のアカツ専門店を開拓するギューピーネットホールディングスは6月15日、欧米進出1号店をニューヨーク・グランベントラル駅近くにオープンした。今後は北米全体における多店舗展開を想定しており、まずは年内にニューヨークに3店舗の出店を目指すという。