A PRESS

美容師さん自ら70名以上でのモデル検証も！ 担当者が驚くほどの熱量で追求した新色開発の様子とは？ ツギイロプロジェクトの裏側#2

Jan 14.2021

20～30代の働く女性がターゲットのカラー剤「カラーストーリー アドミオ」の“つぎ”を、美容師のみなさんとアリミノが共に考えるサロン参加型新色開発企画『ツギイロプロジェクト』。日本全国から集まったレシピから2系色を製品化し、2021年3月から1年間限定で発売します。

当選したのは、ネイビー系のカラーを考案したHair Studio C-O-E 後藤由奈さんと、ルビーバイオレット系のカラーを考案したhairsalon de Forever 齋藤勇磨さん。前回の「ツギイロプロジェクトの裏側#1」では、なぜアリミノがこのプロジェクトに取り組んだのか、そして後藤さん・齋藤さんの当選への喜びの声を紹介しました。

第2回では、実際にどのように新色開発が進んだのか、その様子をお伝えします。

ツギイロプロジェクトの裏側#1はこちらから：
女性100名の投票で新色を決定！ 美容師から公募したレシピを製品化する『ツギイロプロジェクト』はなぜ始まった？ ツギイロプロジェクトの裏側#1

ツギイロプロジェクトの裏側#3はこちらから：
[サロンワークで感じたニーズをついに実現！ カラー剤開発初の美容師がこだわり抜いた新色「キャットミント」「シーケイブの特徴は？ ツギイロプロジェクトの裏側#3]

処方開発・検証｜美容師さん自ら約70人で検証評価！ 開発担当者も驚く2人の熱量

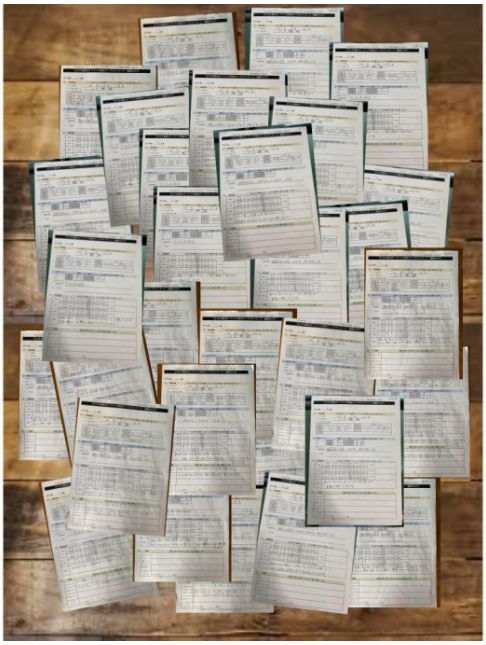
■ 開発の流れ

1.「処方の設計図」を作成
色の調合やターゲット像、色の特徴、世界観、レベルごとの機能、使い方などを詳しく決めてまとめた「処方の設計図」を作成。この設計図が、製品完成までのすべての作業内容において羅針盤となります。

2.処方開発・アリミノ技術グループ検証
処方の設計図をもとに、アリミノ研究所グループが試作品を製作します。それを美容師免許を持つ検証グループが実際に毛束やウィッグに塗布して検証・評価。処方の改良、再検証・評価を繰り返します。

3.サロン検証
できあがった複数サンプルを後藤さん・齋藤さんへ送り、実際にサロンでモデル検証します。そのフィードバックを受け、さらに処方を改良。このやりとりを繰り返し、新色の処方を決定していきます。

開発のスタートは、まず後藤さん・齋藤さんが今回の応募カラーに込めたイメージや想いを聞くところから。色の調合は応募されたレシピをもとにし、世界観やターゲット像などは後藤さん・齋藤さんから開発スタート時の打ち合わせでヒアリングした内容をもとに作成し、開発の方針となる「処方の設計図」を定めていきます。その後、アリミノ社内での処方試作・検証を重ねてできあがったサンプルをお二人へ発送。実際にサロンで検証を重ね、フィードバックをもらいました。



サロン検証でフィードバックを書き込まれたシートの数々

送るサンプルは毎回3〜4種類。例えば、1回目では同じルビーバイオレットでも黄みがかったものとピンクみの強いものなど振れ幅をもってお送りし、どのサンプルがよりイメージに近いか、さらにイメージに近づけるにはどんな要素が欲しいかなど、それぞれに細かくフィードバックをいただきます。そのフィードバックをもとに改良した処方を3〜4サンプル再度サロンへ送り検証…と、やりとりを複数回重ねて理想のカラーへ近づけていきました。

■ 自分の髪が１番の指針。ブリーチ毛でも入ることにこだわった――Hair Studio C-O-E 後藤由奈さん

サロン検証のモデルさんは後藤さん・齋藤さんご本人に集めていただきました。後藤さんはカラーのイメージに合わせて、モデルさんもターゲットを絞って集められたそう。幅広い髪質で色を表現できることにこだわったところ、適切にサンプルを評価できるブリーチ毛のモデルさんを探すのが大変だったといいます。それでも、合計30名以上ものモデルさんで検証を重ねました。

その熱量には、アリミノ開発担当者も「1つのサロンで1アイテムに30人以上のモデルで検証するのは、はじめて。フィードバックも1つ１つとても丁寧で、びっくりすると同時に、後藤さんのやる気をひしひしと感じました」と話します。

サロンで検証する後藤さん（左）、モデルを募集したInstagram投稿（右）

後藤さんのカラーはネイビー系。検証では「赤みを減らすこと」「透明感」「ブリーチ毛含め幅広い髪質でしっかり色を表現できること」「やわらかさ」にこだわりました。後藤さんご自身が硬い髪質で、「自分の髪で表現できることが1つの重要な指針」だったそうです。

■ 艶と色のバランスを重視。フィードバックが反映されていくのがうれしかった――hairsalon de Forever 齋藤勇磨さん

齋藤さんは自身のお客様にモデルをお願いしたり、Instagramでモデルを募集したりして、検証したモデルさんはなんと合計70名にものぼりました！ こだわったのは、深くしっかり色が入ること、色のバランス、透明感と艶、そしてムラにならないこと。毎回「このサンプルのイメージが近い、もう少し艶がほしい」などフィードバックした内容が反映されて新たな処方サンプルが届くことがうれしかったそうです。

モデルさんも発売前の新色を体験できることで喜ばれたそう

色名決め｜新色の世界観を表現するネーミングを追求！ ネイビー系の「シーケイブ」とルビーバイオレット系の「キャットミント」

■ 色名が決まるまでの流れ

1.色名の案出し
「処方の設計図」を元に、複数の候補をアリミノで選定。

2.後藤さん・齋藤さんとの協議
候補をもとに後藤さん・齋藤さんそれぞれと協議。お二人が抱いている世界観への親和性、呼びやすさなどから選定していきます。

3.商標の確認
名前の検討と並行して候補名が他社に商標登録されていないか専門の部署が調査し、最終的な色名を決定します。

処方の開発・検証と並行して行われたのが、色名決めです。

アドミオは混色設計のカラーで、組み合わせなくても1本できれいな仕上がりと独特の色表現ができるというコンセプト。色名も「アッシュ」や「マット」のような特定のカラーイメージに振られないように、一色ごとにその世界観を表現できるような、自然界に存在するものに由来するネーミングをしています。

「処方の設計図」をもとに出した複数の色名候補を、その名前の由来やイメージ写真とともに後藤さん・齋藤さんへ。お二人のイメージやフィードバックを元に絞り込み、商標をチェック。改めて候補を送りフィードバックをいただくというやりとりを複数回行いました。

■ 神秘的な青色を表す「シーケイブ」

ネイビー系のカラーを開発した後藤さんは、色名でもやわらかさと鮮やかなメージを重視。サロンでもスタッフ同士で話し合いながら、印象に残りやすく澄んだ雰囲気のネーミングを目指しました。

その結果、決まったのが「シーケイブ」。

seacave

「シーケイブ」とは、海の波による侵食で海岸沿いの崖にできた洞窟のこと。「青の洞窟」のように、神秘的で美しい青色を表現しています。

■ 紫の花の名前にこだわった「キャットミント」

バイオレット系のカラーを開発した齋藤さんは、応募当初から花の名前をつけたいと話していました。検討に当たっては「キャッチーで印象に残りやすいか」「色のイメージが連想できるか」「他のアドミオの色名と並べた時にどう見えるか」など、考えなければならないポイントが思っていた以上に多く、なかなか頭を悩ませたといいます。

そんな齋藤さんの新色名は「キャットミント」に決定。「無邪気」という花言葉を持ち、太陽の下で柔らかい印象を与えるシソ科の紫の花です。

実は色名検討のとき、サロン内でスタッフによって意見が分かれて世代間のギャップも感じたそう。若手スタッフからは「キャットミント」をかわいいと推す声が多かった一方、齋藤さんは当初、よりわかりやすい別の花の名前がいいのではと考えていたといいます。今では「キャットミント」が呼びやすく親しまれやすいと気に入っているそうです。

ビジュアル撮影｜モデル・衣装・ヘアメイク、すべてを担当！

ビジュアル撮影とは
商品パンフレットやサイトなど、さまざまな場面で活用するイメージ写真の撮影。実際にモデルさんを手配し、衣装・メイクまで新色のコンセプトに合わせて撮影します。

処方が完成したら、いよいよ発売に向けた準備が始まります。その中でも商品パンフレットやサイトなどさまざまな場面で活用するビジュアルの撮影は、これから新色を広げていく重要なポイントです。

撮影のヘアメイク担当は、「アドミオアンバサダーサロン」の中から決まります。もともとアンバサダーサロンのhairsalon de Forever齋藤さんは、自身で開発した「キャットミント」をご自身がヘアメイクを担当。一方で「シーケイブ」の担当は、アドミオアンバサダーサロンによるInstagramのスタイル人気投票で決定することに。その結果、なんと齋藤さんが最も「いいね」を集め、「シーケイブ」のヘアメイクも担当することになりました。

モデルさんの手配・衣装・ヘアメイクをすべて齋藤さんが担当

撮影の約1ヶ月半前から打ち合わせを行い、処方の設計図をもとにそれぞれのカラーのコンセプトを確認。後藤さんが開発した「シーケイブ」も事前にサンプルをお渡しし、確認いただきました。

カラー剤のビジュアル撮影で大切なのは、しっかり色を見せること。しかし、目で見た色と写真の色は印象が違うことがあります。日頃からスタイルの撮影を多く行っている齋藤さんも、写真に色を落とし込んで見せることに苦労したそうです。何度も相談しながら衣装や撮影する場所、ライティングを変えるなど工夫しました。

現場では何度も写真での見え方をチェック

齋藤さん自身が開発した「キャットミント」は当初からイメージがあり、モデルさんもツギイロプロジェクト応募時と同じ方を採用したそう。一方で「シーケイブ」は自分以外の美容師さんが一生懸命開発した色ということもあり、そのプレッシャーから「キャットミント」の撮影よりも緊張して前日はなかなか眠れなかったといいます。

自身も同じプロジェクトで同じように新色を開発したからこそわかる、後藤さんの想い。そんな齋藤さんだからこそ作り上げられたビジュアル写真に、できあがりを見た後藤さんは「イメージ通り！」と喜んだそうです。

撮影したキービジュアル。左：キャットミント、右：シーケイブ

勉強会やレシピの考案も！ 発売に向け、着々と発信中

何度も連絡を取り合って世界観やこだわりを作り上げてきた後藤さんと齋藤さん。開発後も、アリミノ社員に向けた勉強会に寄せて開発サロンとしてのコメント動画をいただくなど、新色に関連してさまざまな活動を協力いただいています。

他にも、新色を活用したレシピの考案や、アドミオのエデュケーションツール（アドミオスクール）で紹介する新色の各レベルについて、ブリーチ毛に使った場合と11Lv以下のアンダーに使った場合のバックスタイル写真の撮影を担当。後藤さん・齋藤さんそれぞれ4名のモデルさんを撮影いただきました。

後藤さん・齋藤さんに協力いただいたレシピやバックスタイル写真など、3月の新色発売に向けて
着々と準備・発信していきますので、お楽しみに！

ツギイロプロジェクトの裏側紹介は今後も更新予定。第３回では、いよいよ発売が近づく2つのカラー「シーケイブ」「キャットミント」、それぞれのこだわりやどんな人におすすめかを後藤さん、齋藤さんに伺います！

アドミオ限定新色開発企画 第２弾！ ツギ²イロ プロジェクト応募受付開始！

ツギイロプロジェクトの2021年実施が決定！ 新しい色のレシピ応募から、2つのカラーレシピを次の新色として製品化し、1年間限定販売。さらに、当選者には新色開発にも携わっていただきます。

今度のテーマは『2022年20代の働く女性をポジティブにするオリジナルカラー』。たくさんのご応募、お待ちしています！

募集期間：2020年11月1日～2021年1月31日
募集テーマ：『2022年20代の働く女性をポジティブにするオリジナルカラー』
詳細・ご応募はこちらから

（取材・文／A PRESS編集部）

ARIMINO