

顧客に似合う色診断や商品選び

日本モードカラー研究所 小野 玲子代表取締役

顧客の顔色などから似合う色の傾向を分析・診断し、売り場で服や化粧品を見立てる大丸心斎橋店（大阪市中央区）の「パーソナルスタイリングサービス」。そのスタイリングディレクターを10年以上にわたって務めているのが、日本モードカラー研究所代表取締役の小野玲子さんだ。これまでに4000人以上を診断してきた。

「笑顔がうれしい」

同サービスはあらかじめ予約すると、専用サロンで個別に小野さんのカラー診断を受けることができる。たとえば顔色を単に「肌色」と見るのではなく、「黄みがかった」「赤みが強い」といった特徴を細かく診

断し、色彩学的に一人一人に合う化粧品や服装の色を分析する手法を用いる。色見本のカードや色を系統立てて分類した表、160色の布などを用いて個人の肌の色を診断する。

「アラウスに薄い紫色を用いると、（透明感が出て）すっきりする」「チーク（ほお紅）の『赤』は黄みがかったオレンジ系ではなく、青みがかったピンク系を」などと本人が気づかないようなアドバイスも。この診断を基に、店内のさまざまなブランドの衣服から、価格や着る場面の希望に合わせて似合う服を選んでもらうこともできる。「似合う色の服やメイクで、

みなさんが笑顔になる瞬間がうれしい」

亡き友の遺志を継ぐ

結婚、出産を機に勤務先を退職し、育児に専念していた小野さんが、色彩の仕事に関わるようになったのは30歳を過ぎたころ。個人的に色彩について勉強していたこともあり、「日本人に合ったカラー診断のシステムを導入したい」と起業した友人を手伝い始めた。

この際に友人が導入したのが、小野さんが現在カラー診断に活用する手法だ。さまざまな人種のいる米国では1970年代からすでに一般的だったもので、友人が日本人向けにアレンジし、ノウハウとして百貨店の売り場担当者や化粧品会社、ヘアサロン経営者などに向けた指導を始めた。

この友人が体調を崩して亡くなったため、小野さんはフリーランスなどで色彩関連の仕事を経営。やがて大丸心斎橋店から「ファッションコーディネート専用の部屋を作り、サービスをしたい」と協力依頼を受けた。「フランス・パリや米ニューヨークの百貨店では同様の常設サービスがあったので、日本でもぜひやりたかった」という小野さんは快諾し、2005年に同店が



おの・れいこ 関西外国語短大（現・関西外国語大短大）卒。カラー&イメージコンサルタント会社勤務などを経て、2005年から大丸心斎橋店でスタイリングディレクター。12年5月、日本モードカラー研究所設立。奈良県出身。

いち早くパーソナルスタイリングサービスのサロンを設置した。

取引先が増えたことなどから、小野さんは12年に日本モードカラー研究所を設立。現在は大丸心斎橋店での業務は全体の3割程度で、それ以外に商品パッケージやイベント、ロゴのデザインなどの受託、色彩の研修・教育事業などを行う。

経営者、そしてカラー診断の指導者をこなしながら、「（大丸心斎橋店がある）御堂筋をすてきな人に歩いてほしい」と百貨店の現場で接客する仕事にもこだわり続ける小野さん。今後のビジネス展開について、「よりたくさんの人に色彩の重要性

を知ってもらったり、楽しんでもらったりしたい。大人だけでなく、特に小さな子供向けに色彩センスを養うような教育ができないかと考えている」と目を輝かせる。

■会社概要

- ▷ 本社＝大阪市西区新町1-23-2
- ▷ 設立＝2012年5月
- ▷ 資本金＝200万円
- ▷ 従業員＝2人、契約スタッフ3人
- ▷ 事業内容＝カラープランニング（色彩提案、商品企画）、デザイン、企業研修など



大丸心斎橋店で似合う色のアドバイスをする日本モードカラー研究所の小野玲子さん