

THE  
GENERATION  
vol. 261



text by Takashi Oka photograph by Hiroshi Miyazaki

# 美は、ひとの生命を磨く。

希有な美容室である。  
京浜東北線南浦和駅から徒歩十五分。  
カット料金は七五六〇円だが、客単価は二万円を超える。  
デザイナーになると、料金合計にデザインフィーが乗る。  
最大で二十%。  
つまり二万円の料金には四千円。  
三万円なら六千円。  
それでも予約は来年の六月まで入っている。  
既存客の再来店率は実に九十五%。  
店販品を飾る必要はない。  
お客様との対話のなかで、自然に売れていく。  
オリジナルシャンプーは一ℓで一万八八〇〇円。  
同じくオリジナルトリートメントパックは一ℓで三万四〇〇円。  
やはり、希有な美容室である。  
オープンから十年。  
経営者でありデザイナーの石井孝治は、  
しかしほんとうにやりたいことの出発点に立ったにすぎない。  
来年、二〇一三年の一月から、  
彼はさらにあたらしい価値の創造を開始する。

邦楽である。石井孝治は邦楽一家に生まれた。祖母は三味線の師範。母は日本舞踊の舞踊家。そして父は長唄の「今藤長之(ちよし)」。たとえば市川猿之助(先代・三代目)の海外公演にはかならず立唄(唄方の主席)として参加するなど、ゆくゆくは人間国宝になるだろうと言われた「巨人」だった。

孝治の家にはさまざまな邦楽の師範や家元が訪れ、稽古を積んでいた。孝治も習った。三味線は祖母の流派の家元が先生である。家元が三味線を持って目の前に座る。孝治も三味線を抱えて相対する。まず家元が弾く。その同じフレーズを耳で聞き、瞬時に覚えて真似をする。できないと厳しく指導される。長唄も習つた。先生は同じくその家元。父ではなかった。父は峻厳な人だった。芸と、自分自身に厳しい。若くして天才と言われ、次世代の

三味線の音が響いていた。家に帰るといつも、孝治は三味線の音に迎えられた。弾いているのはおばあちゃんだ。また別の方からも唄も聞こえる。おかあさんが踊りの稽古をしているのだ。

邦楽である。石井孝治は邦楽一家に生まれた。祖母は三味線の師範。母は日本舞踊の舞踊家。そして父は長唄の「今藤長之(ちよし)」。たとえば市川猿之助(先代・三代目)の海外公演にはかならず立唄(唄方の主席)として参加するなど、ゆくゆくは人間国宝になるだろうと言われた「巨人」だった。

孝治の家にはさまざまな邦楽の師範や家元が訪れ、稽古を積んでいた。孝治も習つた。三味線は祖母の流派の家元が先生である。家元が三味線を持って目の前に座る。孝治も三味線を抱えて相対する。まず家元が弾く。その同じフレーズを耳で聞き、瞬時に覚えて真似をする。できないと厳しく指導される。長唄も習つた。先生は同じくその家元。父ではなかった。父は峻厳な人だった。芸と、自分自身に厳しい。若くして天才と言われ、次世代の

長唄を背負つて立つと期待されていた。

一方、孝治は母の勧めもあり、書道やピアノを学び、心身の鍛錬のために武道の道場に通つた。邦楽が嫌いなわけではなかつた。事実、稽古をしているときは楽しい。ただ、あらかじめ決められた道をそのまま歩むことに違和感を覚えていたのだ。ぼくはぼくの道をちゃんとつけていきたい……。

孝治の内面には、自分を磨いてなにかを表現するという道が、ほのかにではあるが見えていた。だがそれが何の道であるのかはまだ、そのときはわからなかつた。

だが父は孤高の人だった。弟子をとらず、長男である。一家としては継がせたい。

孝治は継ごうとは思わなかつた。父との比較ではなく、純粹に邦楽という世界になじめなかつた。

父は執着していなかつた。母と、七代目弥吉師も最後はあきらめた。こうして孝治は邦楽の引力圏を自らの意志で離脱するのであつた。

中学生のころ、長唄で舞台デビューしている。孝治を評価し、また期待してくれていないと厳しく指導される。長唄も習つた。孝治は同じくその家元。父ではなかつた。父は峻厳な人だった。芸と、自分自身に厳しい。若くして天才と言われ、次世代の

厳しい。たとえば父の在りよう。公演の前

になると家中の空気が張り詰める。周囲もみな気を遣う。父は舞台の鬼だった。周囲は「天才」と、父を評した。だがそこにはどこか練習をしなくてもできてしまう、というニュアンスがあった。しかし孝治の印象はまるで違つた。天才とは、だれよりも努力をする人のことを言うのだ。こんなにすさまじい努力をする人。それを天才というのだ。

孝治は洋楽である。中学生になると孝治はギターを買つて、演奏を始めた。バンドを組み、自ら作曲も始める。クラブにはまつた。サークルも始めた。高校になると孝治はまさに青春を謳歌した。

## 美容師が、反面教師

好きだったのは洋楽である。中学生になると孝治はギターを買つて、演奏を始めた。バンドを組み、自ら作曲も始める。クラブにはまつた。サークルも始めた。高校になると孝治はまさに青春を謳歌した。



石井 孝治

ichi inc.  
代表取締役 CEO



味があつた。絵画教室には小学校のころから通つていて、デッサンから彫刻、油絵まで学んだ。

つくることが好きだった。なにもないとここから、なにかをつくりだすこと。

たとえば建築は、空間をつくりだす。興味をもつて近づいていくと、じつにさまざまな作品や建築家との遭遇が待つていた。「ル・コルビュジエ」。「ミース・ファン・デル・ローエ」。「フランク・ロイド・ライト」。夢中になつて勉強を始めたものの、すぐに大きな壁とぶつかった。数学である。設計のために数学が必要だった。だが当時、孝治は数学がきらいだった。理由は「答えがひとつしかないから」。それでもほんとうに建築が好きなら、克服しただろう。だが、孝治は建築にそこまでの情熱を注ぐことはなかつた。

美容に興味をもつたのも、高校時代のことである。まずファッショング好きだった。身につけるもののコーディネイトが好きだつた。そのときに欠かせないのがヘアスタイルだった。しかし、孝治は自分のヘアスタイルにちつとも満足できなかつた。

いろんな美容室に行つた。だけどどこに行つても満足できないのだ。

デザインを押しつけられた。気に入らないので浮かない表情をしていると、周囲のアシスタンントも一緒になつて押しつけてくる。○○さんがせっかく切ってくれたんだから……。

なんだそれ。子どもじろりにそう思つた。ぼくを見てないじゃん。髪質も見てくれないし、要望もよく聞いてくれない。期待はことごとく裏切られた。仕方なく、孝治は自分でドライヤーをあてる。ヘアスタイルを修整する。鏡を見ながら思うのだ。オレのほうがあつまくできるじゃん。

反面教師である。孝治はその高校時代の体験で、逆に美容への興味をふくらませていくのである。

ヘアスタイルがキマらないときの落胆。逆に考へると、気に入った髪型になれば、どれだけこの人が浮き立つか。ヘアスタイル

ルには人を元気にするちからがある。

孝治はヘアスタイルを見てはいなかつた。

むしろヘアスタイルによって揺れ動く自分のところを見ていた。ファッショングであれば、簡単に着替えることができる。試着ができる。だけどヘアスタイルはそうはいかない。だからこそ美容師なのだ。美容師のありようによって、人は輝くこともできるし、落胆することになる。ヘアスタイルによって輝く人。その姿をこちらに描くと、孝治のなかでは次々とイメージの回路がつながつていった。その人の身体、洋服、メイク。またその人が立つている場所、その空間。あるいは座つている椅子。流れている音楽。瞬時に、すべてが立体のイメージで構成されていった。ああそうか、美容というのは空間の可能性を拓く手段のひとつなんだ。それが孝治の直観だった。空間や音楽、香りや手触り……。五感のすべてを通して人を触発できる仕事。ポジティブなプラスのなかを提案していく仕事。ただヘアをつくるだけではなく、あらゆるものをつけないでいる可能性。しかも、もともとないものをかたちにする仕事。かたちにしたものをおもろそうだ。

## 価値づくりのための研究開発

美容学校へ行く。親にそう告げると、意外にも反対はされなかつた。

ヘアデザインに憧れていたわけではなかつた。ヘアは表現したいものの中にはすぎない。そう思つていた。だからまずは国家資格をとつて、それなりに技術ができるようになつたら、あたらしい道が開ける。そんなイメージだった。目的はヘアをきっかけとしてすべてをつなげること。あたらしい価値を生み出すこと。

ただそのつなぎ方がまだわからなかつた。だから就職するのだ。美容室に就職して、美容の仕組みを知りたかった。それを知らないと、つなぐための核ができるない。就職すると、最初の仕事は掃除だった。





孝治はまずその仕事に全力投球した。お客さまへのあいさつ。そこにも一所懸命。しばらく経つと先輩が言い始める。おまえちょっとこれやってみるか。「はい」。元気よく返事をした。孝治は絶対にできませんとは言わなかつた。なんでも「はい」。できなくとも「はい」。

そのうちに経営者の集まりで司会進行してみないかという話がきたりする。もちろん「はい」である。孝治はいろんな経営者の話を聞きながら、業界の流れや美容室の経営を学んでいくのだ。

一方、孝治は美容学校時代からクラブイベントを企画し、自らもバンドの一員として出演したりしていた。それは就職してからも継続していたため、朝までイベントをやつてそのまま出勤ということもあった。

仲間はみな、クリエイターだった。ファッション関係、建築関係、なかにはプロのミュージシャンになるヤツも出ていた。孝治が企画するイベントは人気が高く、動員力があった。だが利益がえてくると、その部分について揉め始める。すると内部がぎくしゃくして、楽しくなくなつてくる。その

うちにお客さんが減つていく。みんなの気分や濁んだ空気はお客さんに伝わるのだ。

ああそうか、こうやってブランドは内部から崩壊するんだ。孝治はそこでも学ぶのであった。

一方、美容室では活躍が始まっていた。孝治はまず、お客さまの話に耳を傾けた。何に一番悩んでいるのか。どうしてほしいのか。学生のころ、聴いてくれなかつた美容師。うまく説明できなかつた自分。その体験を存分に活かした。

技術はまだ未熟だつた。だから誠心誠意。それが孝治の武器だつた。だけど弱点がひとつ。見た目が怖いのだ。サーフィンをつづけていたため、顔は真っ黒。あごひげを三つ編みにしたり、ビーズやミサンガのような刺繡糸で編み込みもしていた。

お客様が増えていった。一日に数十人というお客様。友人たちだけではなかつた。お客様の喜ぶ顔。そこからの笑顔。それを見た瞬間、孝治は感動するのだ。ああ、ピースが埋まり始めた。

ヘアを起点に、あらゆるものをつけないでいくこと。そのイメージはあつた。その思考回路に、ようやくピースが埋まり始める。だが、それはまだ可能性のほんの一部にすぎなかつた。

孝治の研究は加速した。たとえば素材。髪の毛そのもの。孝治は大阪にある研究所に頼み込み、勉強させてもらう。髪の毛の仕組み。毛穴はどうして生まれたのか。毛根はどのように形成されるのか。バーマやカラーは髪のどこを壊すことで形態を変えられるのか。

ヘアスタイルが人を磨く

孝治のカウンセリングは長かつた。じつ

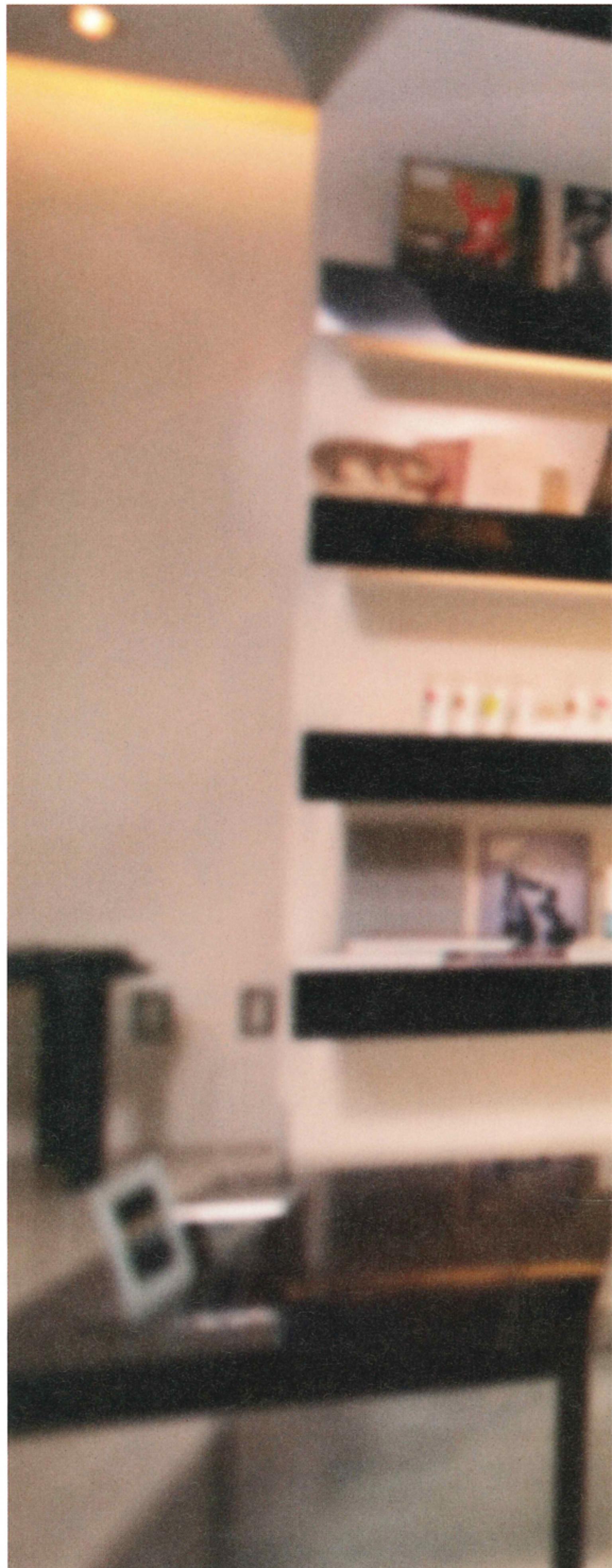
さしい口調。そして聴く姿勢。誠心誠意である。

そのギャップに、まずお客さまは驚く。しかもじっくりと話を聴いてくれるので、安心し始める。入社して一~二年ほどで孝治はカットを始めていた。指名客はどんどん増えていく。だけど技術は追いつかないのだ。聴いた要望をイメージしてカットする。だけどイメージ通りにはいかない。今はわかる。髪の量感、髪質、生え方、骨格。すべてを総合したところに、ヘアデザインは成立する。ところが当初、孝治にはその技術がなかつた。

すぐれてが自分で流だつた。目的はイメージ通りのかたちになつて、しかも手入れがしやすいヘアスタイル。ブロー全盛の時代に、そんな技術は誰も教えてはくれなかつた。ことが始まつた。お客さまが自信を持ち始めたのだ。

お客さまは、自分の一番大事なことを孝治が理解し、共有してくれていることを知ると深く信頼するようになる。この人は私のことを見つめ、ちゃんとわかつてくれている。その信頼がここを動かすのだ。ちゃんと大事なところを踏まえて、私はきれいになつている。そう思う。自信をもつて、思う。するとお客様の表情が変わるのだ。姿勢も変わる。歩き方も変わる。この発見が孝治のイメージをさらにふくらませていく。へアスタイルが、人を磨く……。

孝治の研究は加速した。たとえば素材。髪の毛そのもの。孝治は大阪にある研究所に頼み込み、勉強させてもらう。髪の毛の仕組み。毛穴はどうして生まれたのか。毛根はどのように形成されるのか。バーマやカラーは髪のどこを壊すことによって形態を変えられるのか。





さらにはサービス。孝治はその研究所に通ううちにザ・リツ・カールトンというホテルの存在を知る。そこに宿泊して、支配人を呼び出してもううのだ。じつはサービスについて教えていただきたい……。支配人はこころよく応えてくれた。そこからホテルめぐりである。日本の名だたるホテルに宿泊し、そのサービスを学ぶ。さらにオイルマッサージを必ず受けて、そのシステムを学ぶ。たしかにお金はかかる。だけど単なる贅沢ではなかった。孝治にとってそれは講習費なのだ。

靴やワイン、服やバッグのブランドも研究した。ブランドはどのように形成されるのか。どのように衰退していくのか。そんな孝治に、勤めていた美容室の経営者は言うのだ。お店の運営、やってみるか。もちろん「はい」。店長になつたのは二十一歳のとき。さらに二十四、五歳になると孝治は複数店舗の統括を任せられた。お店を出すつもりはなかつた。それよりつなぐこと。ファッションへ、音楽へ、あたらしい空間の創造へ。目標は五感を通してお客様に喜んでいただくこと。人生にあたらしい価値をつくりだすこと。ライフスタイルをデザインすること。そのためにはお客様のこころを見つめること。孝治には美容という仕事のあたらしい姿がはつきりと見え始めていた。

だがちょうどそのころ、父が他界した。父はすばらしい人だった。石井家の大黒柱であり、日本文化の至宝でもあった。孝治は思った。ぼくは父のようにはできないけれど、この家を守つていかなればならない。だつたら勤めているのではなくて、会社を興そう。強い会社をつくろう。スタートは美容室。そう、お店を持つのだ。

物件は駅から遠かつた。だが、資金をはじめさまざまな制約がある。それが創業期。ならばここじやなきやダメ、という美容室をつくろう。そう思った。父がそういう人だった。父が亡くなつたら、この演し物はだれにもできない。そう言われる人だつた。美容室だつて、わざわざここに来てもらえる価値をつくればいいの。逆にそじやなければ美容室をつくる意味がない。駅から徒歩十五分かかる店舗を借りるときは、だれもが反対した。だが孝治は覚悟を決めていた。一度でも来てくれた方が絶対に感動して、絶対にまた来たいと思つてもらえる店をつくる。

手がかりはあつた。ヘアスタイルは人を磨く。そつ。あの実感。お客様には美容を通じて自分を磨いてほしい。美容を通じて自分を愛してほしい。元気になつたり、前向になつたりしてほしい。つまりころを磨く。いのちを磨く。ぼくらはそのお

手伝いをさせていいだくプロ。そんな美容室をつくる。孝治はその美容室に「二」という名をつけた。

## あたらしい美容室の姿

オートクチュールである。孝治は美容をそうちでいる。あの、修業時代に培つた聴く技術。お客様が一番大事にしているものを探り出す技術。そこに素材である髪を科学する技術を組み合わせ、その人にしかできない提案をする。つまりオートクチュール・ヘア。

しかし、髪である。服ではない。両者はひとつ、大きな違いがある。それは変化するということ。髪は伸びる。切つた瞬間から伸びていく。だから孝治は次回、来店されるまでの期間を考慮する。その間の生活、仕事、人生に思いを馳せる。いつもかかる店舗を借りるときは、だれもが反対した。だが孝治は覚悟を決めていた。一度でも来てくれた方が絶対に感動して、絶対にまた来たいと思つてもらえる店をつくる。

来年。二〇一三年の一月。「二」は十周年を迎える。それを機に孝治は二階のフロアを借りて店舗面積を二倍にする。二階フロアは、お客様一人ひとりに合ったヘッドリラクゼーション、スキンケア、オイルマッサージ等、あたらしい分野のオートクチュール空間になる。

一方、となりの日本家屋。ここには舞踊家のための舞台がある。その舞台をリノベーションし、二階でリラックスしたお客様が舞台に移り、たとえばお茶やお菓子を楽しむ。ゆくゆくは食事も供する空間へと発展させ、日本古来の「侘び・寂び」を、現代の美容と融合させていく。めざすは非日

ころを見つめていくと、あたらしい美容室の姿が現れる。

シャンプーを開発した。トリートメントもつくつた。ペーマ剤やカラー剤は、お客様一人ひとりの髪の状態や、求める機能に合わせて調合する。

再来店率九五%超という驚異的な支持率はそこから生まれた。しかもまれに見る高単価。それは孝治を含めた六名の美容師たちがつくり出した付加価値。また自分たちの生活や人生を築き、豊かにするためには不可欠な価値なのだ。

「二」は、孝治が幼いころからの記憶に残る言葉。母の師である吉妻徳穂師（芸術院会員・文化功労者）から教わつた、千利休の言葉である。

「二」は、孝治が幼いころからの記憶に残る言葉。母の師である吉妻徳穂師（芸術院会員・文化功労者）から教わつた、千利休の言葉である。



石井 孝治

邦楽の一家に生まれ、幼少時は三味線の家元を継ぐことを期待される。ところが孝治は邦楽の世界にじめず、跡継ぎを拒否。高校時代は洋楽に傾倒し、ファッショントレンドに興味を抱く。さまざまなクリエイションをつなぎ、人を喜ばせたり、元気にしたりすることをめざし、そのとっかかりとして美容師への道を歩む。最初に勤めた美容室では美容技術の研究開発に没頭。お客様の一番大事にしていることを聞き出すことにより、信頼を積み上げていく。一方、ザ・リツ・カールトン等の著名ホテルにサービスを学び、靴やバッグ、ワインなどからブランドの成り立ちを研究。美容に付加価値をつける活動を開始。2001年に父が他界すると2003年に独立。自らの美容室に「二」(ichi)という名をつけて、前人未踏の価値の創造に邁進している。1974年生まれ。37歳。

常空間。お客様が自身と向き合い、ストレスとも調和をはかる空間。そのとき、「二」は美容室を超える。

孝治の視線は百年後の日本の姿に向かっている。人口の動向。男女間の所得変化。さまざまな公的機関の統計数値を参考に、未来の姿を独自に解析。ビジネスモデルの構築に反映させているのだ。それは美容の価値を高め、強化するチャレンジ。

目標は世界から必要とされるビジネスを開拓すること。孝治が「二」を「ichi」と表現するのは、世界と戦うため。