

CONTENTS



アントロポス(ANTHROPOS)とはギリシャ語で「人間」の意味です。英語でも「アントロポセントリズム」(人間中心主義)などの語源になっています。21世紀へ向けて、人間性を尊重しながら、仕事を通じて自己実現をめざす人こそ、「アントロポス」と呼ぶにふさわしいでしょう。

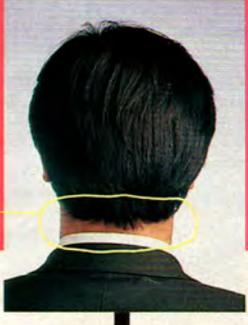


Before

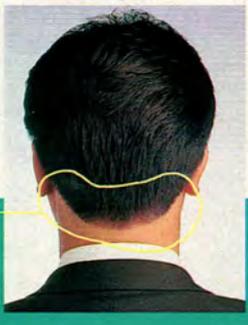
真一文字になっていて首の太さが強調される

トップ部分が短すぎる。横から見ると絶壁状

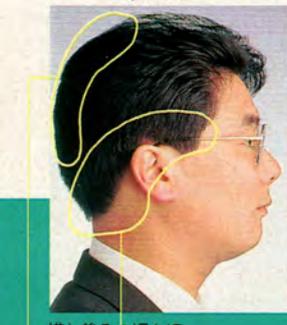
ここが重すぎる男性が多い



横がホコッとふくらむのが気になっていた



丸みを出すと首の太さがカバーされる



横と後ろの裾を短くするとすっきり締まった印象に頭のきれいな丸みが出るようにした

毛の流れと逆に分け
柔らかくお洒落に



A



C



B

普通の六四分けはマジメに見える

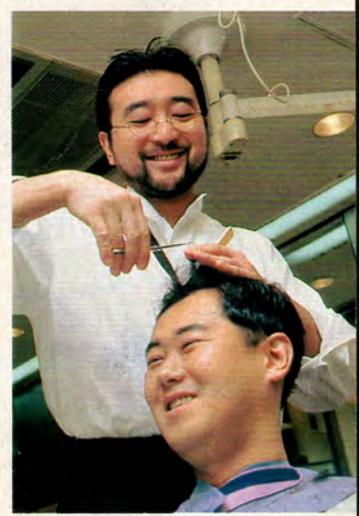
分け方の悪い例。真後ろに一直線に分け目を入れると、正面から線が見え、柔らかなふくらみが出ない。眉毛の尖っている辺りの生え際から、頭頂部に向けて斜めに分けるのがコツ

●アドバイス
小林さんの髪質は、細くて少し癖がある。リンスやリンスインシャンプー、また整髪剤などを使うと、ノリのようにベタツとしてしまふ。こうした髪質の人は、リンスや整髪剤は基本的に不要。もし使うならムースをごく少量、前髪の根本に軽く付けて立てる程度に。後は目の粗いブラシ度として、自然に後ろに流せばよい。

最初に訪れた東武トラベルの営業マン、小林正徳さんは、やや緊張して現れた。近くの明治神宮でお参りしてきました。髪型を大胆に変える勇気がなくて。小林さんは、大口の法人顧客を担当する。清潔感を保つため、毎朝シャンプーを欠かさないが、髪型は理髪店にお任せだった。旅行という遊びを売る仕事なので、あまり堅苦しくしたくない。いかにもシチ・サンという髪型では、融通がきかない営業マンと思われかねないので、という希望だ。

内野さんは「サイドと後ろがちよつと格好悪いですね。皆さん、正面ばかり気にしますが、例外横や後ろからも見られているんですよ」と診断。上の写真でわかるように、サイドから後ろにかけての裾が重すぎる。すると「縮まりがなく、ポイントのない髪型になる(内野さん)。男性の場合、この部分に毛が密集しがちだ。ところがビジネ

社会人になってからは、額の後退を気にしながらも、髪型を変えたことは一度もない。こうしたビジネスマンも多いはず。確かに対人折衝の多い仕事では、極端な長髪や茶髪、流行のカットを取り入れにくい制約はある。しかし「カットの工夫次第で、誰でも変身できる」。自信をもって語るクレアトワール内野(東京・表参道)の美容師、内野邦彦さんに、ビジネスマン3人を変身させてもらうことにした。



カット中の内野さん

分けて目を変えるだけで
こんなに変わる

東武トラベル 営業開発部主任●小林正徳さん(33)

髪型でTPOに合わせて変身

After

薄さをカバーし TPOで雰囲気を変える

三菱電機 宣伝部企画グループ ●桑畑一浩さん(32)

オールバック風。癖毛でまともにくかった



Before

小林さんと同じく、サイドと後ろの揺が長くて重すぎる。

オンでもオフでもOK。
流行を取り入れ、前髪を少し垂らす



前髪だけ軽く立てる



After

前髪だけ立てた場合のサイド

●アドバイス
桑畑さんの髪質は、硬い癖毛では
ねやすい。髪全体にムースを付け
ると、時間がたつにつれ髪が乾燥
してハサバサしてくる。ムースは
髪の水分を奪うため、乾燥しやす
い癖毛にはあまり使わない方がい
い。使うなら、前髪を立てるため
に根本にごく少量使う程度。セッ
トには水溶性ポマードの方がいい。



セリでマジメさを強調

C

B

スタイリングは自分で 楽々できる



根本にムース、ジェルなどを
付けて引張り前髪を立てる
整髪剤は、必ず髪の根本に付
ける。両手で左右に動かす



内野さんお勧めの水溶性ポマードと目の
粗いスケルトンブラシ。隙間の大きいブ
ラシでとくと、自然な感じに。ブラシの
目が細かいほど平面的で堅い印象になる

自分でセットをする時、髪は表面
にジェルやムースを付ける人が多
いが、これでは髪型が崩れやす
し、きれいなふらみが出ない。
整髪剤は、必ず髪の根本に付ける。
髪質にもよるが一般的に、掌に100
円玉くらいの分量の水溶性ポマ
ードを取り、両手で髪の根本全体に
つけておけば(上の写真)、出勤後
も自在にスタイルを変えられる。

スマンの場合、ほとんどこの点を見落
としていた。
カット後はサイドがすっきりした。
分け目を毛の流れと逆にしたら、毛の
生え際が立ち上がり、柔らかい感じに
なる(A)。ただし、年配の顧客と会う
場合などは、Bのように毛の流れに沿
って分けると、マジメな印象になる。
また、分け目を生え際から一直線に後
ろに伸ばす(C)と、正面から線が見
えてダサくなってしまう。分け目一つ
でも、随分印象が変わることが分かる。
カットを終えた小林さんの感想は、ち
よっと違った発想が生まれる気がしま
す。狙うお客さんが変わってくるかも。
営業の幅が広がるというですね。
次に、三菱電機の宣伝マン桑畑さん。
宣伝という仕事柄、髪型にも多少遊び
心があってもいい。本人の希望は、さ
わやかなイメージだ。現在の髪型は、
やっかいな癖毛を何とかまとめるため
に後ろに流し、強めのムースで押さえ
ている。オールバックにすると、薄く
なり始めているのが、余計に強調され
ます。それに、癖毛のうねりが出て髪
が高くなり、面長の顔立ちが余計に長
く見える。むしろ、前に垂らした方が
いい(内野さん)という。
カット後は、水溶性ポマードを使え
ば、前に垂らす(A)、軽く前髪だけ立
てる(B)、シチ・サン(C)と自在に
髪型を変えられる。夕方のプレゼンを
前にマジメそうな髪型に変える、とい
ったアレンジも自在だ。洋服だけでな
く、髪型もTPOに応じて変えられる。
「意外です。癖がひどくて、髪型を楽し
むなんて意識は今までまったくありま
せんでしたから。これでモチなかつた
らマズイですね」と、桑畑さんは笑顔
で帰って行った。

もう童顔とは言わせない 歳相応の男っぽさを出す

シャープ東京広報室 ● 小藤達哉さん(30)

Before



裾と上がアンバランス



20年来同じ髪型だった



カット前は裾は刈り上げ過ぎ、トップは長過ぎた。思い切ってトップも短くしたらバランスがよくなった

●アドバイス

小藤さんの髪質は、やわらかい癖毛。日頃は洗って拭くだけでOKだ。パーティーなどで変化を出したい時には、美容室などで売っているブライトアップローション(艶出し)にムースを混ぜ、髪全体をスクランチ(もんだり、ひっぱったりする)。艶やかさ、やわらかさ、動きが出て、華やかになる。

華やかな席には
髪に動きを出す

オンでもオフでも通用する



艶出しローションとムースで遊びを加えた。こんなに短い髪でもアレンジできる



髪型を変えたことで精悍なイメージが加わった

After

最後にサロンを訪れたシャープ東京広報室の小藤さんは「子供の頃から髪型を変えたことがない」無頓着派。内野さんによると「サイドの裾を今風に刈り上げているが、この流行の取り入れ方が中途半端で不自然。それにソフトなお顔立ちな上にソフトな髪型で、柔らかさを出しすぎ。笑顔がやさしいためか、童顔に見られていた。ビジネスの場で年齢より若く見えることは、マイナスになる場合も多い。そこで、小藤さんには「男っぽく」変身してもらうことにした。

25歳頃から少し後退し始めたという額部分を、カットで思い切っって出しました。中途半端に長い方が、かえ

って額の広さが強調されますから(内野さん)。カット後の小藤さんは「いやあ、気分がいいですね」を連発。「正直言って首から上を変えると印象がこんなに変わるなんて、考えたこともありませんでした。パーティーでも洋服だけが替わってしまいました。でも、首から上を変えるのには、かないませんね」。傍らの内野さんは「アメリカでは、雰囲気を変えなければ、端から変える。つまり、髪型と靴をまず変えろ、と言うんですよ」と助言。

最後に三人の男性を身寄せさせた感想を聞いた。みなさん、かまわないですね。男前なのにもったいない。男性はもともと、女性のファッション意識に追いつく努力をしてもらいたいですね。内野さんの美容室では、男性客は1割ほど。柔らかな銀行員風にとりくエトする銀行マン、毎回髪型を変えざる商社マンなど、お洒落な男性が多い。

髪型は、変身の気軽な第一歩。カットを変える、TPOでセットを変えることから始めてはどうだろう。

顔の心理学

オバQ顔の人気の上昇 髪型が一番注目されている

「長年の知人なら別だが、あまり親しくない間柄では、相手を判断する上で顔が一番影響力のある情報になる(北星学園大学文学部の大坊郁夫教授)」。対人心理学を研究する大坊教授によると、男女共に好かれるのは、目が大きくて鼻が小さい顔。口に関しては意識を尋ねると「小さい方が好ましい」というものの、実際に調査すると「口の大きい人」が好感度の高い人を選ばれる。ドリームズ・カム・トルウの吉田美和のように、目も口も大きい、いわばオバQ顔が特に若い人には人気だ。「目も口も大きい方が、表情が豊かになりわかりやすいからでしょう」と大坊教授は推測する。おちよぼ口がよかったのは、自分の感情を顔に表すのははしたない、とした古い価値観のもとでの美意識だったのだろう。

髪型で社会性を判断される

左は、女性から見た場合、男性の顔のどこが注目されるかという調査だ。圧倒的に髪が多い。また男性の顔で嫌われる部位を調べた別の調査でも、1位が髪型28%、2位が目24%、3位が口23%、4位が鼻22%だったという。

相手によって表情を変える

なお顔以外では服装も40%と多かった。これによると、髪型など身繕いを工夫すれば、だいぶ印象を変えられることになる。「女性の場合は化粧に社会性が出るが、男性の場合、特に髪型に社会性が表れる。流行、好みの取り入れ方など、自分で作れるものだから(大坊教授)。さらに、目を見開けば大きく見えるし、笑えば口が大きく見える。自分の顔の弱い部分を知り、その表情をオーバーにする」とい。

顔の好感度はきわめて主観的なもの。受け手によって、良くも悪くも取られてしまう。大坊教授の調査によると、外向的な人は「ほっそりしたバランスの良い、目鼻立ちのはっきりした人」といって思うし、問題解決能力もあると思う」が、内向的な人に聞くと「ふっくらしていて、口が小さくてやや下がりの人、目鼻立ちがさぼってやつきりしていない人、問題解決能力を感じると答える傾向があった。受け手の性格によって、他人の顔をまったく正反対に判断している。外向的な人は一般的な評価基準に近いが、内向的な人