

美を創造するマダム —ヘレナ・ルビンスタインの凱旋—

(株)日本設備工業新聞社
代表取締役社長 高倉克也



ヘレナ・ルビンスタイン

新天地をめざしてオーストラリアに渡った若きユダヤ系ポーランド女性はやがて美容業界で頭角をあらわし、世界的な高級コスメブランドの顔となる。美のマダムと畏怖されたヘレナ・ルビンスタイン(1870-1965)は事業で成功しただけでなく世界初の偉業をいくつも成し遂げた。いわゆるエステティック・サロンも彼女が創始者だ。「すでに世の中にあるものはつくりたくない」を信条として美しさのための科学を一途に追究したヘレナは次々と美容の歴史を塗りかえた。すべての女性が輝いて生きるために世界に挑みつづけた夢の軌跡を追ってみよう。

母のスキンケアから

ヘレナはオーストリア・ハンガリー帝国の領土だったポーランドのクラクフで商店主の娘として生まれた。8人姉妹の長女で両親から女性として

の振る舞いや芸術的なセンスを学んだという。

母はきびしい冬の寒さから娘たちを守るために知人の化学者がつくったスキンクリームを使って肌の手入れをした。18歳になったヘレナが単身でオーストラリアに旅立つとき。母はこのクリームの小瓶をスーツケースに詰め込んだ。

所持金は少なく英語もほとんど話せなかったものの、ヘレナは薬局に勤めて自活し、薬の調合を手がけるようになる。オーストラリアの暑く強く乾燥した陽射しが女性たちの肌を痛めつけていることを知ったヘレナは母がくれたスキンクリームを分け与えて評判になる。

これをきっかけに独自の商品化を思いつき、日々研究を重ねて1894年、現代の化粧品の原型となるクレーム・ヴァレーズを開発する。原材料に羊毛大国オーストラリアで豊富に手に入るラノリンオイル(精製羊毛脂)を使用し、独特の臭みを消すためにラベンダーや睡蓮で香りをつけた。ハンガリー語で「天からの贈り物」と名づけられたヴァレーズは女性たちから圧倒的に支持され、手づくりのために注文に追いつかないほど飛ぶように売れた。

経営者として成功し、30歳を迎えたヘレナは1902年、メルボルンで世界初の美容サロンとなるヘレナ・ルビンスタイン・ビューティーサロンを開設する。顧客の肌質にあった科学的スキンケアという画期的な発想で店は大繁盛し、シドニーに

も新店舗をオープンした。

自信を深めたヘレナはさらに事業を拡張するためにサロン経営を妹に任せてヨーロッパに戻ることを決断する。

ロンドン、パリ、ニューヨーク

産業都市として栄えていたロンドンに拠点を構えたヘレナは当時最先端の医学、皮膚科学、生物学、栄養学、食事療法などを学び、美しさのための科学を本格的に追究する。「美はひとつの科学である」、「科学の力を借りずして美の追究はできない」と時代に先駆けた近代的・合理的・効果的な美容法の確立をめざした。

私生活では1907年、ポーランド出身のジャーナリストと結婚。翌年にはロンドンで初のサロン開業にこぎつけ、噂を聴きつけた貴族の女性たちが殺到した。

1912年、念願のパリ進出を果たし、ハイクラスのプロティック街・フォーブルサントノーレ通りに新サロンが誕生した。フェイシャル・マッサージをはじめ導入し、またたくまに爆発的なブームを巻き起こす。

当時、女性は銀行から融資を受けることができなかった。ヘレナはきわめて不利な条件のなかで自己資金を投入し、女性企業家として孤高の未来を切り拓いていった。

1915年、ついにニューヨークでも開店し、化粧品会社として世界初のデパート販売を開始する。それ以前のデパートの化粧品売場は石鹸、香水瓶、ヘアネットなどが並んでいるだけの平板なイメージしかなかった。ヘレナは売場の演出に徹底的にこだわり、華やかな容器や口紅ケースやインテリアで彩って魅惑的な空間に刷新する。

販売員の教育も重視し、店頭に立つまで半年間に及ぶ研修を義務づけた。洗練された接客態度や美容術を身につけた優秀な販売員たちは売り上げを伸ばすトップランナーとなった。

ヘレナによるデパート進出は上流階級の女性に独占されていた高級化粧品を一般の女性にも解放した。「美しくなることは夢の中の出来事ではない。現実にも創り出すことができる」、「全世界の女性を

美しくすることこそ私の使命なのだ」とすべての女性を鼓舞するメッセージを放ちつづけた。

順調な仕事の一方で結婚生活は早くから破綻していた。2人の息子をもうけたものの、19年間に及ぶ別居生活を経て1936年に正式に離婚する。しかし2年後に23歳年下のロシア人貴族と再婚し、プリンセスの称号を与えられる。ヘレナは66歳になっていた。

美しくない女性はいない

年を重ねてもヘレナの意欲は衰えることなく1939年に水に強く汗や涙でにじまないウォータープルーフ・マスカラを開発。1954年には化粧品にはじめてビタミンを配合したラノリンビタミンフォーミュラをリリースする。1958年に発売したオートマティック・マスカラはそれまでケーキ状のマスカラを水で溶かなければならなかった手間を解消し、ブラシと本体を一体化して使い勝手を飛躍的に高めた。

1960年代にビジネスは世界5大陸に拡大する。大恐慌、2つの世界大戦、ライバルのエリザベス・アーデンやエステー・ローダーとの美をめぐる戦いを超えてヘレナは世界の頂点に君臨した。「私はハードワークの信奉者です。そのおかげで頭も心も老化しないんです。女性が若々しさを保つ助けになります」と語った彼女は94歳で永眠する。

2007年、ヘレナ・ルビンスタイン社はブランドを代表するイメージ・キャラクターとしてハリウッド女優のデミ・ムーアを起用した。私生活でも仕事でも自由で堂々として挑戦的に生きる彼女の姿が「現状に満足せず前進しつづける」という同社のブランド哲学をストレートに体現しているという。

みずからも情熱的に生きたヘレナは「この世に美しくない女性はいない。もしいるとすれば怠けている女だけだ」と美しくなるための意志を身をもって伝えようとした。彼女が生涯をかけて追究した美しさとは外見だけに限らない。女性としてそして人間としての生きかたを問いかけていたとあっていいだろう。