

LUNASOL が Rakuten Fashion Week TOKYO バックステージに参加

YOHEI OHNO ×LUNASOL

時代や場所、時空を超えた美しいファッションに合わせた

ルナソル流のタイムレスビューティー

株式会社カネボウ化粧品

10月吉日



トータルメイクアップブランド『LUNASOL (ルナソル)』は、「Rakuten Fashion Week TOKYO 2023 S/S」にて、大野陽平氏が手掛ける「YOHEI OHNO (ヨウヘイ オオノ)」バックステージを担当しました。2019年より刷新されたブランドフィロソフィー「EGOISTIC-CHIC」を表現してきたルナソル。今回約5年ぶりとなるフィジカルショーとなったYOHEI OHNOのメイクアップを担当した背景には、デザイナー大野氏の多種多様なインスピレーションから生まれるクリエイションと出会うことで、予定調和にない新たなルナソル流のメイクアップが生まれるのではないか、ということから、今回のバックステージ参加を行いました。

ショーのキーワードは、「空間と時間」。恐竜や、標本などが並ぶ国立科学博物館にて発表されたコレクションでは、タコ足ウィナーや宇宙まで、時代や場所に限定されない様々な「造形に関するヒント」から着想を得て28種のLOOKを発表。

デザイナー大野氏とルナソルの模索の中で生まれたメイクのテーマは「タイムレスビューティー」。ルナソルメイクアップアーティスト平尾清香監修のもと総勢14名のメイクア

ップチームを結成し、新たなメイクの可能性を提案しました。

<Designer / 大野陽平氏コメント>

今回初めてルナソル様とお取り組みさせていただくにあたり、お互いのブランドのアイデンティティとなるものを共有した上で、「ショー」としての表現ではなくあくまで現代を生きる女性に対する1つの提案になるような、どこかにリアリティのある女性像を模索していきました。

今回のコレクションは、時間的、空間的な振れ幅の中で今この瞬間や自分自身を見つめ直す、といったことを主軸に置いているため、あまりパキッと明白な女性像ではなく、強さの中に迷いや不安さえも感じさせるような多面性のあるミステリアスな女性をイメージしました。

ショー会場である国立科学博物館の迫力のある展示物や、YOHEI OHNO の洋服の造形が既に多くを語っていたため、ルナソル様にとってはそれらと主張がぶつからないようにどう上述した女性像を表現していくかという、難しい課題だったと思いますが、最終のメイクの仕上がりはとても素敵で、プロフェッショナルなお仕事を体感しました。



「タイムレスビューティー」を表現するにあたり、ルナソルらしい水ツヤ肌を“ガラススキン”へと昇華して表現。時代を象徴しやすい眉は存在感を弱めながら個々の立体感を引き立たせ、フェイスラインや口元に不思議な偏光の青い光感を未来の象徴として入れる事で、時代や年齢を超えたタイムレスなメイクの提案をしました。大野氏が創り上げる様々な形や色を取り入れた豊かなデザインと調和するよう、メイクは個性を活かしながらも一定のバランスを保った統一感のある仕上がりを目指し、デコルテやネイルもツヤ感をまとわせる事で、顔だけではなく全体で見た時の印象を重視し表現しました。

<“ガラススキン“を表現したアイテム>



こだわったのはガラスのような透明感が際立つツヤ印象の肌。ステージ上でも映える美しいツヤ感を演出。

・ テンダーハグバームオイルクレンジング

全1種 (税込 4,620 円)

・ スムージングジェルウォッシュ

全1種 (税込 3,520 円)

・ オイルインソリューション

全2種 (I:みずみずしいしっとりタイプ II:まろやかなしっとりタイプ) ※ I を使用
180mL (税込5,500円)

・ グロウイングデイクリームUV

全1種 40g SPF40・PA+++ (税込4,950円)

・ ウォータリープライマー

全1種 30mL SPF13・PA+ (税込3,850円)

・ グロウイングシームレスバーム EX

全6色 30g SPF15・PA++ (税込 6,600 円)

・ ラディアントスティック

全1色 (税込 3,300 円)

<”個々の立体の美しさ×未来感“を表現したアイテム>



トーンとしてはベーシックなヌーディーカラーを基調としつつ、時空を超えた未来感を彷彿とさせるような揺らめく青みの光感をまとうせ、個々の立体感を美しく引き立てる絶妙なバランスに挑戦。スキンケアやベースメイクの繊細なツヤ感を活かしながら、彩りを巧妙に操り遊び心を取り入れました。

・ アイカラーレーション

10 Vintage Moss

EX26 Twilight Moon ※11月18日限定発売

(税込 6,820 円)

・シークレットシェイプパレット

EX03 Frozen Flower ※11月18日限定発売

(税込 6,050 円)

・プランプメロウリップス

01 Low Gauge

08 Soft Suede

(税込 4,400 円)

・ジェルオイルリップス

EX08 Enchanted ※11月18日限定発売

(税込 3,520)

・コントゥアリングスティック

全1色 (税込 3,300 円)

—YOHEI OHNO ブランドプロフィール—

YOHEI OHNO

YOHEI OHNO / Designer 大野陽平

「独自性のあるフォルム作りと実用性」をコンセプトに、古今東西のアート、建築、彫刻やプロダクトをインスピレーションとしており伝統にとらわれない自由な素材使いやフォルムアプローチを通じて未来に向けた新しい人間像や生活観を探求する。

デザイナー大野陽平は文化服装学院で洋服作りの基礎を学びコンテストの賞で英ノッティンガム芸術大学に留学。

帰国後 2015 年に YOHEI OHNO として最初の 2015AW コレクションを発表。

2016 年 第 3 回 TOKYO FASHION AWARD 受賞

2017 年 Amazon Fashion Week TOKYO 2017A/W にて初のランウェイショー

2018 年 伊 VOGUE “VOGUE TALENT 2018” 選出

2018 年 International Woolmark Prize ファイナリスト選出

2019 年 シーズナルコレクションに加え“DRESS LINE”を新たにスタート

2020 年 デッドストックの着物の反物を使用した”3711 project”をスタート