

**意外と知らない
ニッチなトリビア**

今回から始まった「意外と知らないニッチなトリビア」は、全4回でウェディングにまつわるトリビアをご紹介します。今回ご紹介するのは、招待状にまつわる3つのトリビア。トリビアを知るって、とってもトレビアーン!!

① 慶事にピリオドは不要!!

慶事に終止符を打たないという意味で、本文中に句読点を入れない方が良いと言われているデース。また、尊敬する相手に対して句読点を打つという行為が失礼にあたるとも言われています。

② 招待状の「謹啓」の結語に「敬具」!? これっていいの?

頭語が「謹啓」の時には、結語に「謹白」や「敬白」を使用するのが一般的ですが、「敬具」でも間違いではありません。昔は両親の名前で出すのが主流でしたが、最近では本人用の招待状が増えてきてるので、若い世代も知っている「敬具」も使われるのです!!

③ 一文字下げるのはタブー!!

1文字下げるというのは縁起が良くないとされています。マイプリントでは招待状の本文は頭合わせ、もしくはセンター合わせでレイアウトしています。ただし、挙式日や時間、追伸など、本文以外の場所については、見易さを優先したレイアウトを心がけています。

とってもトレビアーンな3つのトリビア、お楽しみいただけましたか。次回のトリビアもお楽しみに!! オ・ルヴォワール!!



MY Pleasure

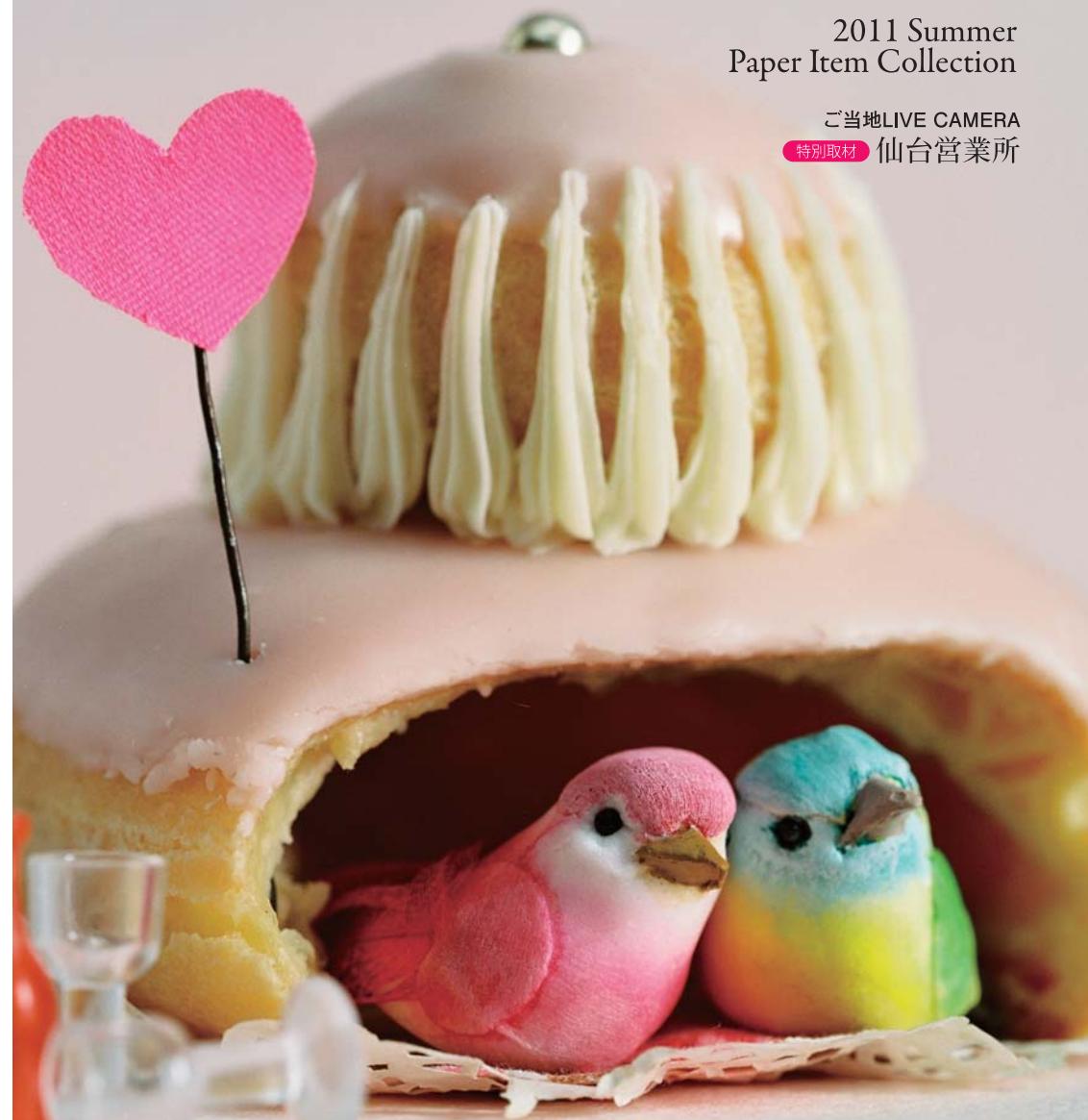
喜び・感謝伝える“マイプレジャー”
2011 Summer
Vol.5

For Our Pleasure

クリエイティブ・ディレクター ワキリエさん

2011 Summer
Paper Item Collection

ご当地LIVE CAMERA
特別取材 仙台営業所



使命は、 ウエディングを通じて Smileを増やすこと

自らの体験からウエディング業界に飛び込み、
様々な形態でのアウトプットをプロデュースしてきたワキリエさんに、
仕事への思いと将来の展望についてお話を伺いました。

オリジナリティに欠かせない
スパイスは
クライアントの強い思い

私の仕事はウエディングに関する仕事を通じて、皆さんを笑顔にすることです。十数年前、私らしい素敵な結婚式を挙げたいとイメージを膨らませていましたが、当時の日本のウエディング業界には、会場もドレスも装花も選択肢がほとんどなかったんです。これでは結婚式を挙げる人がいなくなってしまうんじゃないかなと思いました。

もともと広告代理店でウエディング関連の仕事をしていたので、その経験を活かし、ウエディング業界をもっと素敵にしたいなという思いでSmile D.C.を立ち上げたんです。

私のインスピレーションの源は、クライアントとのコミュニケーション。スマイルウエディングのチームで作っているので、作る世界観に共通している部分はあると思います。それでもクライアントのアイディア



スマイルウエディングレッスンノートより

や思いをしっかりヒアリングし、それを反映することで、そのクライアントならではのオリジナル商品ができるんです。だから、思いの強い人の仕事はとてもスムーズで楽しいですし、コミュニケーションを通じて自分にないものが引き出されると、さらに自分も成長できますね。

もちろん積み重ねた経験と日頃の勉強も作品作りには大切な要素です。色々なことを知らないと



文藝春秋より好評発売中のスマイルウエディングブック(左)とスマイルウエディングレッスンノート(右)。7月末にスマイルウエディング第3弾を出版予定。

相手の話していることやニーズを理解できないし、いいものは作れません。だからクライアントのことはもちろん、様々なことに幅広く興味を持ち、日々知識を探求しています。

家族の絆を強くし子供たちを笑顔にするのは
素敵なウエディング

今、Smile D.C.では、マイプリントさんとのコラボレーションでペーパーアイテムを作っています。ペーパーアイテムは、ウエディングの最初から最後まで関わるものですし、挙式者の個性を出せる場所でもあります。だから、素敵なものを作りたいなと思っています。マイプリントさんとのコラボレーションは、従来の商品ラインナップにスマイルウエディングの商品が加わることで、商品の幅が広がりますし、それを全国に発信できるので、これからも積極的に展開していきたいと思っています。

また将来は、子供たちの成長や教育などに関わる仕事にも展開していきたいですね。自分に子供ができて、子供の成長の場を求めたとき、ここにも選択肢が少ないとビックリしました。私の

やりたいことは、すべて自分の実生活にルーツがあるんですよね(笑)。

私にとっての喜び=My Pleasureは子供たちの笑顔。震災後、多くの方々が大変な思いで暮らしていました。本当に1日でも早く、心おだやかな生活ができるようになればと願っています。そんななかでも元気な子供たちの笑顔を見た時、未来が明るく感じられて、涙が出るくらいあたたかい気持ちになります。

私はこれからもウエディングの仕事を通じて、家族が少しでも幸せを感じるお手伝いができたらいなと思っています。結婚式や披露宴は子供たちにとっても、素敵なことです。そして家族の絆を強くすることができるとしても大切なことだと思います。私も小さい時に親戚の結婚式に出席し、お嫁さんを見てあんな風になりたいなと思いました。昔は小さな女の子に夢を尋ねると、お嫁さんになりたいと答える子が多かったんですが、最近ではあまり聞きません。素敵な結婚式を子供たちに見せてあげて、「将来の夢はお嫁さん」という子供達を増やすきっかけになれば嬉しいですね。

ワキリエ(わきりえ)

株式会社Smile D.C.代表／クリエイティブ ディレクター

1971年生

米国南オレゴン大学でコマーシャルアート、グラフィックデザインを学ぶ。帰国後、広告代理店を経て独立。ウエディング・インテリア・ファッショングランスタイルなど

女性をターゲットとする分野でのプランニング、アートディレクション、CM、広告ビジュアル、カタログなどを手がける。ウエディング関連のコンサルティング、プランニング、アドバイザーとしても活動中。幸せを呼び込む、笑顔のある空間をテーマに日々猛進中。著書に「スマイルウエディングブック」(文藝春秋より2008.9発行)



Winnie-the-Pooh



Designer's Comment



夢と魔法のディズニーの舞台裏。そこには常にディズニー社の戦略があり、その戦略は商品のひとつひとつにまで行き届いています。ディズニー社はライセンシー会社に対し、今後力を注ぎ売り出していくキャラクターのプロモーションを中心とした説明会やアートファイル[®]の更新を定期的に行うことで、市場に一貫性のあるブランド・メッセージを確立しています。

もうお気づきとは思いますが、今回ディズニー社が全力を注ぐキャラクターは『くまのプーさん』です。先日、9月3日に上映される『くまのプーさん』の映画の試写会に同席いたしました。上映された映画は一部に鉛筆の手描き描写が入っている未完成作品でした。そんな作品でも試写会を開催する意図は、くまのプーさんとその仲間たちとの友情や絆、観る人があたたかい気持ちになるような『くまのプーさんの世界観』をライセンシー会社に共感してもらうことで今後開発される商品から発信されるブランド・メッセージを統一する為です。さらに今回はディズニー社の方が当社までお越し下さり、くまのプーさんの商品化における市場の可能性や今後のプロモーション活動についてご説明をいただきました。

ディズニーが万人から長く愛され続けている理由は、時代と共に変化するトレンドやスタイルに対し柔軟に対応しながらも、商品開発をするライセンシー会社の共感を獲得することで一貫したディズニーブランドを確立しているからなのです。

営業企画部 永田



*ディズニー社がライセンシー会社に提供しているディズニー専用デザイン素材集

Invito Designs



ジョー・マスザワ

Invito Designs代表兼アートディレクター。
米国カリフォルニア州生まれ。

招待状はお客様の特別なシーンにおいて最初にゲストが受け取るもの。その第一印象の大切さを熟知した世界観からはこれまでの招待状では考えられなかった質感やフォルムが生み出され、受け取った人々を魅了し続けている。この感動が広まり、現在多数の有名人・著名人の結婚式や企業イベントの招待状を手掛けている。

Recommend Point



初めて見た時に感じた洗練されたフォルム。初めて触れた時に感じた今までにない手触り。ペーパーアイテムなのにずっと触れていたくなるようなテクスチャーを纏い、存在感を放つカード。これがInvito Designs ジョー・マスザワさんのデザインに出会ったファーストインプレッションです。視覚的にも感覚的にもラグジュアリーな気分が味わえる新スタイルのウエディングカードがこの夏、マイプリントから登場します!感動が感動を呼び、有名人・大手企業からもオファーが続く注目アイテムをいち早く新郎新婦のおふたりへご提案ください!!

営業企画部 大月

その他
ジャバニーズ
コレクション
4デザインリリース!!



がんばります! 仙台営業所



このたびの大震災により被災された皆様に心よりお見舞い申し上げます。混乱の中、復興に向けて日本中が日々努力されていること思います。私たちマイプリントも、少しでもそのお手伝いができますよう頑張ってまいります。復興までの道のりはまだ遠いですが、今回は、あたたかい励ましや応援を得て元気に立ち直りつある仙台営業所から、感謝をこめたレポートをお送りします。

震災後こそ、「幸せの象徴」のお手伝いを1件でも多く



第一営業本部
東北・北海道ブロック
長島 英行ブロック長

業者をバックアップしてお得意先様と明るい笑顔を分かち合いたい

震災直後、お得意先の皆様を訪問させていただきましたが、どのお得意先様も今までと変わることなく普段どおりに接していただきましたことに深く感謝いたします。ご心配の声をかけていただくことも多く、皆様から励まされ、元気をいただきました。日頃より皆様に支えられているおかげで、この地で仕事ができているということを改めて強く感じさせられました。

今回の震災は、その後の宮城・東北・日本全体の経済に大きな打撃を与えました。現在、ウエディング業界も「自肃ムード」が少なからずあると思います。ですが、あれもダメ、これもダメでは経済活動そのものが健全化せず復興にもつながりませんし、何より明るさが湧いてきません。婚礼を迷われている挙式者の方を後押しし、「色々あったけど結婚式を挙げてよかったです」という声をお得意先の皆様と一緒に聞きたくて願っています。所員一同、応援、バックアップに励みますので今後ともよろしくお願いいたします。



吉田 浩文所長

私たちの、3.11— ありがとう& 頑張っています。

今回の震災を通じて、学んだこと。
手をさしのべていただいたこと。
新たな一步へと向かうエネルギー…
業所員それぞれの思いをお届けします。

生かされた以上は
もつと頑張る

普段は営業所から近いお得意先様から順番に営業に回ることが多く、松島のお得意先様には夕方四時ごろに伺っていました。ちょうどあの震災のあった日は、たまたま松島のお得意先様から午前中に来てほしいとの連絡があり、津波がきた時間は津波の被害のなかった営業所付近に戻っていました。いつも通りならもっと海岸付近にいる時間なので、津波にのまれていたかもしれない。九死に一生を得たのです。あるお得意先様から、「生かされる人間は生かされる。せつかく生かされたのだから頑張らないと」とのお言葉をいただきました。被災地に元気を取り戻すために本当に頑張らなければと強く思いました。

助け合いの精神で深まった絆

震災直後はお得意先様と全く連絡が取れない状況でしたが、雪の降る中、徒歩とバイクで納品予定のお得意先様を回りました。当然クローズしている状況でしたが、冷蔵庫にある食材を使い、道端で焼き出しそうな形で宿泊客や被災者に食事を提供していくお得意先様もありました。幸い私たちの営業所は、ライフラインの復旧も比較的早く、また本社からの支援物資のおかげで何とか生活できる状況でしたので、お得意先様一軒一軒を回り、メッセージを書いて差し入れたりしました。また逆に、食べ物の差し入れをいただいたこともあります。今回の仕事でもそれ以外でも人と人とのつながりは大切です。今回の震災で絆の大切さを再認識し、今まで以上に深めることができました。

試されて高まった プロとしてのスキル

今回の震災で苦労したのは、マンパワーの確保、資材の確保、そして納品の方法でした。生産の人間の多くは、ガソリン不足や公共の交通機関の停止などにより、出社できない状況でした。資材も届きません。そこで本社に応援を要請しました。商品はエアリヤごとに少しづつ違いがあり、仙台には仙台のルールがあります。その部分を本社の方で理解し、対応してもらいため、何度もやり取りを重ねました。震災という非常事態の中で、力を合わせてこの難局を乗り越えることができ、営業所内で被災地の復興に少しでも役立つことを信じて、頑張りたいと思います。

(生産本間)

仙台営業所

仙台営業:6名(部長、所長含む)
業務担当:7名
東北生産課:12名



ご心配を
かけましたが、
何も無事です。

今までできることに徹し
逆境下で拠点を守る

地震当日、車で帰宅する際は信号も街灯も消え、真っ暗で大渋滞でした。結局帰宅できずに車の中で二晩すごしました。営業所の方も、交通手段がないことや、すぐに生産体制が取れないこと、納品方法がないことなど大変な状況でしたので、社員のほとんどが泊まり込まなければならぬ状況でした。とにかく私自身も会社に泊まりこみ、業務課としてできることをやろうと、営業の方が集めてきた食材を朝・夕・晩と調理し、営業や生産の方の後方支援に従事しました。

私の住んでいるところから、二本道路を越えると、津波の被害で悲惨な状況でした。幸い私には命があります。職場も残っています。つくづく思うことは、とにかく今できることを精一杯やるということです。

(業務 水野)