

意外と知らない ニッチなトリビア

今回の「意外と知らないニッチなトリビア」は花嫁をより美しく引き立てるウエディングドレスにまつわるトリビアをご紹介します。トリビアを知って、とってもトレビアーン!!



トリビア好きの案内豆(?)、
トレ・ビーンズ男爵。
小粒だけど面白い
豆知識を広めています。

花嫁なら誰もが憧れる ウエディングドレスも 半世紀前の着用率は たったの3%

ウエディングドレスの由来は諸説がありますが、遠い昔、紀元前の古代ギリシャ時代にルーツがあるといわれてマース。その後、ローマ時代に入り、4世紀頃にヨーロッパにキリスト教が普及していくと同時に、教会式の結婚式が広まっていきました。当時は今と同様、清楚さをあらわす白基調のドレスが多く、王族や貴族の間だけで着用されていたのデース。16世紀に入ると、黒いドレスに白いベールが好んで使われるようになり、このスタイルは中産階級の間では20世紀初頭頃まで続いていたようデース。

「意外と知らないニッチなトリビア」では読者の皆様からのトリビアを募集しております。なお、投稿はアンケートのほうにお願いします。皆様のご応募お待ちしております。

純白のドレスにベールという現在のスタイルが広まるきっかけとなったのは、1840年の大英帝国のビクトリア女王の結婚式から。当時はキリスト教の戒律が厳しく、肌の露出は極力抑えられていたといわれています。

日本で初めてウエディングドレスを着用したのは、明治時代の磯部於平という長崎の女性デース。しかし日本で西洋式の結婚式は一部の著名人が挙げるだけで、庶民にはほとんど知られていませんでした。昭和に入ってから、婦人雑誌で西洋式の結婚式が紹介されたこともありましたが、広く日本の一般市民にまでウエディングドレスの存在を認識

させたのは、第二次世界大戦後にアメリカの文化が流入したことがきっかけでした。しかし当時の日本の結婚式の主流は神前式・人前式。今でこそ主流となった教会式ウエディングですが、

1960年代後半に入るまで、洋装のウエディングはわずか3%程度だったといわれていまマース。

それでは、次回のトリビアもお楽しみに!!オ・ル・ヴ・オ・ワール!!

※こちらで紹介したトリビアは一例ですので、地域によって異なる場合がございます。



編集後記

フラワーコーディネーター杉山様のお話で「生け花」は「引き算」、「アレンジメント」は「足し算」という間逆の表現方法に目から鱗でした!私も仕事や生活の中で、得たり身につけたり「足し算」と、与える譲るの「引き算」と、時に掛け算、割り算を駆使し、私の100%を目指したいと思いました!(江原)

今回の取材で感じたことを一言で言うと『パワフル&ポジティブ』。こちらまでワクワクしてくるお話がたくさん聞くことができました!気がつけば今年もあと1ヶ月。早いものですね...残りの1ヶ月をパワフル&ポジティブに過ごしていきたいと思います!(柳瀬)

MY Pleasure

喜び・感謝伝える“マイプレジャー”

2012
Autumn
Vol.10

For Our Pleasure
株式会社トウエルジャパン
ディレクター
三吉美弥さん

ウエディングをもっと素敵に!
オンゴト拝見
フラワーコーディネーター
杉山亜紀さん

フリープランナーの
喜ばれる結婚式3つのスパイス
crazy wedding ウエディングプロデューサー
山川 咲さん

New Release
WEDDING TREE





ディテールにまで拘った、コーディネート作品

モットーは

「オンリーワンを提供すること」

ウエディング関連の広告やツール類の撮影ディレクションを行う「株式会社トウエルジャパン」と一般消費者向けのアクセサリーを制作・販売する「ヴィンテージ&ペタルズ」。全く性質の異なる二つの仕事を通じて「自身の世界観を表現されている三吉美弥さんにお話を伺いました。」

「組み合わせで何かを生み出すこと」への興味が原点

私たちの仕事は大きく分けて二つあります。一つはウエディング関連の撮影のコーディネートやアートディレクションで、マイプリントさんでもカタログなどのビジュアル撮影をさせていただいています。式場やホテルのウエディング広告用写真などを多数手掛けて、かれこれ10年になります。

もう一つの仕事は、ヴィンテージ&ペタルズというブランドで、ヴィンテージ・テイストの素材を使ったアクセサリーの制作と販売を一般のお客様向けに行っています。ブランドのネーミングには、私たちの作ったアクセサリーがいつか本当に誰かにとってのヴィンテージになったらいいなという思いも込められ

ています。

私はもともと、グラフィックデザインの仕事をしました。小さいときから色が大好きで、様々な色を組み合わせることで何かを作ったり、形にしたりすることに興味をもっていました。しかし、グラフィックデザインの「コンマ1ミリ」という緻密すぎる世界が苦手でもありました。そんな折、自分自身の結婚式で、会場の装花やブーケを通して花の魅力に気付き、それをきっかけにヘッドドレスやブーケなどの仕事を始めました。その延長や発展形が「ヴィンテージ&ペタルズ」です。ヘッドドレスやブーケも花の組み合わせ。「この組み合わせの楽しさ」をさらに広げていくと、会場や式場という場をつくることも組み合わせなのだと感じてきたのです。結果的に会場や式場が美

しく見える組み合わせでコーディネートされたビジュアルの撮影ディレクションが仕事になっていました。

マンネリを避けて
たくさんのお客様の目にとまる作品を

撮影の仕事で大切にしていることは、オンリーワンであることです。唯一で、素敵で、皆様に喜んでいただける世界を作ることが何よりも大切だと思っています。様々なコーディネートやスタイリングの可能性を模索していくのですが、一度ヒットが出してしまうと、それがスタンダードになりやすいのがウエディング業界でもあります。マンネリ化しないように常に会場やお客様へのヒアリングを重ねつつ、自分の引き出しを豊かにしていくよう心掛けています。

撮影のお仕事の場合、お客様はホテルや式場であって、挙式者というエンドユーザーではありません。ですから「クライアントのニーズに応える」といっても、プランナーさんたちとは大分スタンスが違うかもしれません。広告は漠然としたものではなくメッセージとして伝わらなくてはいけないので、何をどこでどう伝えたいかのヒアリングを綿密に重ね、コンセプトに基づいたプレゼンテーションや提案が



デザートビュッフェを絡めたカット

重要になります。分厚い情報誌に載る一枚の写真が、読者にスルーされずに「おっ!!」と、目にとめていただくことによって、「客数が伸びた」「アイテムの売りが伸びた」と言っていただけることが私たちのベスト

だと常に考えています。

私はいわゆる制作マンと呼ばれる職種ですが、コスト意識に縛られず本能や直感を信じて「本当に作りたい」と強く思えるものを作ることを大事にしています。ホテルや式場が、挙式者の想いを体現できるウエディングというのが理想ですし、そうであればなお、会場や式場のオンリーワンを表現することが私たちに求められているのだと思っています。

私にとっての“My Pleasure”は、こうした自分の色が出せる充実したお仕事を通じて、お客様に喜んでいただけること、そして自分の居場所である家族みんなが、ずっと笑顔で過ごせることですね。



マイプリントから発売された、新シリーズビジュアル

三吉美弥 (みよしみや)

株式会社トウエルジャパン 代表取締役

グラフィックデザイナーとして、広告やCDジャケット等を手がけていたが、2000年に独立し、起業。2001年に角川書店『花時間』にて「椅子の上の花」の発表をきっかけにフロリストとしても活躍。2002年よりホテル、会場のコーディネート提案、撮影を手がけるようになり、『花時間別冊 ウエディング』にて表紙、巻頭グラビアを担当。

その後はセクシーなどのウエディング雑誌、書籍の撮影ディレクションだけでなく、ベストブライダル他、数多くの式場で会場コーディネートを手がける。2010年2月には、一般消費者向けに独自のアクセサリーブランド「Vintage & Petals」を立ち上げる。2011年、社名を株式会社トウエルジャパンに変更し、現在も様々なウエディングシーンで活躍中。
<http://www.toellejapan.co.jp/>





お部屋のスケールや質感は
選ぶお花やデザインで計算をしながら表現します

ウエディングを
もっと素敵に
オンゴト
拝見

花を通してお客様が イメージする空間を創造する

ブライダルシーンにおける会場装飾を、花だけではなく総合的に提案しているフラワーコーディネーターの杉山亜紀さんにお話を伺いました。

※これから目指すもの

現在、ブライダルコーディネーター、テーブルマナーなど花以外のブライダルに関することについて勉強中です。例えばテーブルマナー一つとっても、食器を並べる位置や席順など、和・洋・中で全く異なりますので、こういった常識やマナーを含めた装飾の提案をして、お客様からより信頼していただけるコーディネーターになりたいと思っています。

そして、ブライダルだけでなく、ライフスタイルに花を取り入れることで幸せな気持ちになっていただけるような文化を育てていきたいですね。



ご提案をする上で
「居心地の良い空間」づくりも心がけています

※フラワーコーディネーターに向いている人は？

この仕事は、単にアルバムでいくつかのアレンジパターンを見せて終わるものではなく、お客様の思い描いているイメージをお伺いして、自分もお客様のイメージを共有し、一緒に一つの空間を作り上げなくてはならない仕事です。ですから、柔軟な発想をもって向いていると思います。そしてチャレンジ精神も必要です。最近はおお客様の要望も多岐にわたります。まだ駆け出しの頃は、難しい注文があると困ったなと思っていましたが、最近は難しい注文を受けた時でも楽しんで取り組めるようになりました。



フラワーコーディネーター
杉山 亜紀
(すぎやま あき)

美術大学卒業後、2000年に草月流師範取得。その後、日比谷花壇直営の「ヒビヤフラワーアカデミー」にて学び、8年前より日比谷花壇のフラワーコーディネーターとして活躍。2011年にBIAブライダルコーディネーター (<http://www.bia.or.jp/>)と食空間コーディネーター (<http://talk-tcs.gr.jp/>)の資格を取得し、ブライダルシーンにおける会場装飾を総合的に提案している。
<http://www.hibiyakadan.com/bridal/>

※フラワーコーディネーターとは？

私の主な仕事は、結婚式を挙げられるお客様のブーケや披露宴会場の装花、テーブルクロスなどをご提案することです。小さいころから植物が好きで生け花を始めたのですが、師範になった時に、自分は生け花を生徒に教えないのではなく、花を通じて人に喜んでほしいのだと気付きました。それをきっかけにアレンジメントを勉強して、この業界に入りました。

生け花は日本の伝統文化として、削ぎ落す事で花本来の美しさを表現する引き算の世界ですが、アレンジメントは逆に、様々な色や物を組み合わせ、足していくことで、空間を華やかで煌びやかに装飾する世界ですので、最初は大変戸惑いました。

※仕事をする上で大切なこと

お客様のご要望にあったお花を選び、会場を装飾する。もちろんその花自体も華やかでなければなりません、その空間の一素材として魅せる事が何よりも大切です。ですから会場の装花も、新郎新婦を引き立て、場に花を添えるということを意識しています。

また、ブライダルシーンはおふたりらしさをゲストにお伝える場であると考えております。限りある時間と空間の中に、おふたりだけの物語(ストーリー)を演出し、表現するように心掛けております。

3 フリープランナーの 喜ばれる結婚式 のスパイス

ポイント 1 ウエディング業界にもコンサルテーションを

新郎新婦にお話を伺うと、皆さんイメージはお持ちですが漠然としています。結婚式ではゲストの皆さんに喜んでほしい、とか、感謝を伝えたい...という漠然なイメージから、その先を引き出すのは私たちの仕事だと思うのです。例えば、「楽しい会にしたい」という言葉ひとつも、質問を重ね紐解いていけば、「肩ひじ張らないカジュアルな感じ」というテイストや、「大好きなビールや食べ物があるにぎやかな時間を共有」という具体的なイメージが出てきます。おふたりの空気感や好きなもの・テイスト、条件等を踏まえて最終的に、ドイツのビール祭りのような結婚式をする、『オクトーバーウエディングフェスト』というコンセプトになったりするので。最初からコンセプトを自分で作り出せるお客様はなかなかいません。私たちはヒアリングをベースに「Story」「Favorite」「Condition」の3項目にまとめ、そこからおふたりにしかできない結婚式のコンセプトを創り上げ、お客様と一緒にブラッシュアップしていきます。



野外フェスとマンマ・ミアをビジュアルコンセプトに
参加型の結婚式「ツクルソナガルウエディング」

ポイント 2 ウエディング当日までの「体験」を提供する

私は350名ものゲストを呼び、セルフプロデュースした自分自身の結婚式で、自分の人生が変わる程の経験をしました。当日はもちろんですが、ふたりでとことん話があったり、ひとりひとりのゲストについて考えたり、仲間と深夜までダンス

ご自身の結婚式でクリエイティブディレクターのワキリエ氏と出会い、理想のウエディングを実現できたことで、ウエディング業界入りを決意。フリーランスを経て、妥協しないウエディングを提供するため2012年7月に、新ブランド“crazy wedding”を立ち上げた山川咲さんにお話を伺いました。

の練習をしたりと、コンセプトを伝える結婚式を創るための準備のプロセスそのものが私にとって忘れられない体験の連続でした。そんなふうにおふたりがゲストに対して伝えたい気持ちを、形にするプロセスにこそ結婚式の価値があると私は思っています。海外のウエディングの情報を伝えたり、サプライズや気持ちを伝えるアイデアを提案したり、その準備をするチームを作ったりと、「忘れられないプロセスの体験」を提供することが私たちの仕事だと思っています。



家族の偉大さを伝えたい「Great Family Wedding」
どうしても来れなかった病室のお母様とskypeでつないで

ポイント 3 新しいウエディングの世界へ常に挑戦する

世の中には、たくさんの素晴らしい結婚式が存在します。私は、世界で一番!と言えるくらい、ウエディングが好きで、この仕事に誇りを持っています。「あ、こんなのいいかも」「こんな提案は喜ばれるかな」と、常に、ウエディングのことばかり考えています。結婚式に対するポジティブなエネルギーと、探究心、そして次から次へと生まれてくる理想のイメージが私のパワーの源です。そしてそこには、ありがたいことに、お客様・クリエイターの皆様・そして弊社で働きたいという方々が集まってきてくださいます。結婚式にはポジティブなパワーが不可欠です。お客様の夢を自分の夢に重ねて、毎日ワクワクしている自分でいられることが、当たり前なのですが一番大切なスパイスかもしれません。私自身のキーワードは「新しい世界を見せる」こと、これからもそんなお手伝いを、業界の皆さんと一緒に手がけていきたいと思っています。



山川 咲(やまかわ さき) crazy wedding ウエディングプロデューサー/ブランドマネジャー

1983年生まれ。大学時代から、サークルを立ち上げ大学内外で小さな規模から1000人規模のイベントまで数々の企画を主催する。卒業後は人材教育コンサルティング会社で、人事新卒採用の責任者として独自性の高い新規プロジェクトやイベントを立ち上げNHKやAERAなどに取り上げられ、朝日新聞の人気企業ランキングにおいて第10位の実績を創ります。その後、採用コンサルタントとして、大企業からベンチャー企業までの採用戦略や、イベントのコンサルティング、空間設計を行う。2011年、同社を退職し、オーストラリアへ一人旅の後、野外フェス等多くのイベントオーガナイザーを経て、「自由に自分らしく生きるシンボルになる」という生き方をしようと決め、プロデューサーから選ぶ新しいスタイルのウエディングプロデュースブランドを個人で立ち上げる。2012年7月、株式会社UNITED STYLEを設立しcrazy weddingのブランドマネジャーとして、コンサルティングスキルと、業界内外のトップクリエイター達との人脈を活かし、妥協のないウエディングを提供している。 <http://crazywedding.jp/>

ウェディングツリー

WEDDING TREE

大切なゲストといっしょにつくるウェルカムボード
 ゲストひとりひとりのお名前
 ひとつの大きな木が完成します

Leaf や Apple はシールなので、
 スタンプに比べて手が汚れず、
 重なるのグラデーションもキレイ!!

STEP 1

シールに記入



STEP 2

ウェルカムボードに
 シールを貼る

