

## 人柄にも感じる魅力

毎月約20件のブーケ注文を受けているブレイメンウェディング（横浜市青葉区）。同社のまきのせかおり氏は、ブレイメンウェディング代表のまきのせかおり氏は、ブログ「ウェディングブーケのデザイン集」を運営しており、ブーケ注文の多くはこのブログの読者だ。

ブログは2007年から始め、多い時で1日1万件のアクセス数がある。更新はできるだけ毎日するようにしており、まきのせ氏が作ったブーケを自身で撮影した画像や、花嫁から提供してもらった挙式当日の画像などを中心に掲載している。

ブレイメンウェディングのブログ記事に実際に使った花材を品種名まで細かく記載している。ブーケの画像を探すために花の名前からネット検索をする人が、ブログを訪れるきっかけになるかもしれないからだ。

「ブーケができる過程を知りたい、あるいは他の花嫁がブーケに使うアイデアに興味を持っている人がネットを見ているのではないかと感じている」と宮崎氏。花の話題ばかりでなく、時には自身が飼っている猫の写真をアップするなど、さまざまな話題を載せるようにしている。現在は毎日更新しており、1日のアクセス件数は多い時で5000件にのぼる。

### 花嫁が興味を持つ話題を載せてアクセス数アップ

ロザリウム（東京都江東区）は年間350件のブーケの注文を受けている。集客はホームページやブログが中心だ。

ロザリウムも、ブログにはデザイナーの宮崎恵美子氏が作っ

た。今後はホームページとブログ、フェイスブックと、それぞれの特性に合わせた“棲み分け”を考えています。ホームページ

び日本における正規輸入販売代理店となった。

インポートドレスでは、外国人の体型に合わせ製作されているため、日本人の体型に合う縫製依頼している。デザイン変更にも対応する。

背中の露出に編み上げを入れて隠したり、ウエストラインを上げるといった細かい要望に迅速に対応している。

ホワイトやオフホワイトを中心に30型以上用意している。平均卸価格は15万円～20万円だ。

現在、取引先の衣裳店は10軒ほど。ブランドの質感の良さを理解してもらうため、ドレス5点を持参し、この夏から衣裳店に積極的に営業活動を行っている。

現在、取引先の衣裳店は10軒ほど。ブランドの質感の良さを理解してもらうため、ドレス5点を持参し、この夏から衣裳店に積極的に営業活動を行っている。

現在、取引先の衣裳店は10軒ほど。ブランドの質感の良さを理解してもらうため、ドレス5点を持参し、この夏から衣裳店に積極的に営業活動を行っている。

# KAORUKO フローリスト 銀座

## 銀座の一等地にオープン



フラワーアーティスト KAORUKO氏

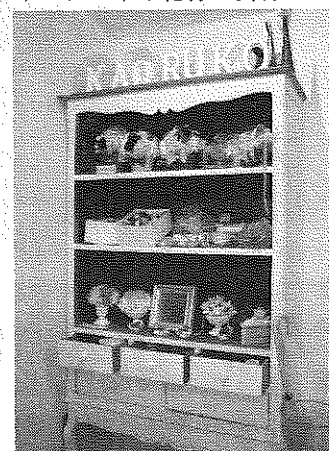


▲居心地のよい店内

フラワーアーティストの

KAORUKO氏がプロデュースするサロン兼ショップが、17日に東京・銀座にオープンした。

「銀座4丁目」交差点近く、晴海通り沿いのビルに出店した。4階のサロンは、最近話題のインテリアスタイル「シャビーシック」（＝使い込まれても洗練されている）を基調に、シンプルかつ居心地の良い空間。婚礼等の打合せをするための個室とレッスン用のテーブルを設け、生花のディスプレイや花材・資材も用



▲作品の販売も

意し、オーダー花束やアレンジメントの制作などに対応する。

また、ビルの1階にはミニブーケやアレンジメントを販売するコーナーを設け、1束500円とリーズナブルな価格で販売している。購入者には生花の花びらを詰めた袋にブーケを入れるなどのサービスも行い、人通りの多い目貫通りに沿っていることもあって、開店直後から反応は上々だという。

こうしたサービスを通じて、KAORUKOブランドの一般への認知浸透を図っていく。事務所機能の一部も銀座に移転したことで、打合せ・レッスン等の来店をスムーズにする狙いもある。

KAORUKO氏は「ゆるるブーケ」や披露宴装飾の実績を雑誌等で見た新婦から直接プロデュースの依頼を受けるほか、ホテル式場からの依頼で披露宴装飾・コーディネートプランを企画・デザインし、「KAORUKOプロデュースプラン」として会場専属のフラワーショップに提供している。

# 40カ国以上の花嫁に愛されているドレスブランドが一番人気

## 契約1年で売上げ6～7割占める

婚礼衣裳の企画・卸事業を行っているARM（東京都新宿区）では、ニューヨーク発のドレスブランド「Justin Alexander」を取り扱っており、契約から1年間で全体の売上げ6～7割を占



▲アジアへの進出を狙うブランド

める主力ブランドになっている。

Justin Alexanderは、アメリカやイギリスなど40カ国以上で愛されている有名ブランド。ドレスのクオリティーが高いというのが最大の魅力だ。近年では、アジア各国への進出を本格的に行っている。

同社の人気ラインは、Aラインとプリンセスライン。

特に、胸の下にワンポイントになっているリボンの取り外しが可能な2WAYタイプのドレスや、胸元からドレス全体に花柄の模様が施してあるデザインが好まれている。国内では、ボリューム感を重視したデザインが人気だ。

同社は、昨年の春に契約を結

## 連載④回 当日をイメージさせるコーディネート

ートが大切にしているのは、当日に近い状態でドレスをお召いただくことです。例えば、ヘアスタイルは夜会巻や、編み込みなどをコーディネーターが作って差し上げます。また、ショップに何点か置いてあるブーケも

花嫁になるためのお手伝いをする、そのゆるぎない思いこそがコーディネーターの証だと考えています。

◆好きなブランドやアーティスト情報も踏まえドレス提案 お客様に初めてお会いする際

## 試着時も夜会巻や編み込みを結び披露宴さながらに演出

ドレスに合わせてお持ちいただき、そのすべてがそろった状態でカーテンをオープンします。

これにより、当日に近いイメージをご新婦様にお持ちいただけます。ドレスのご決定には、

は、お客様情報シートを基に、好きなアパレルブランドやアーティスト、いつも読んでいる雑誌、また結婚式のスタイルやパーティーのイメージなどをお伺いしてから接客に入ります。こ

にご紹介していきます。

お客様主導ではなく、コーディネーターがプロとしてお客様に似合うドレス、気に入って頂けるドレスをご提案すること、それがトリートドレスの接客スタイルなのです。

ドレス自体も、デザインだけでなく、ショップやデザイナーの思い、人柄、ブランドコンセプトをお伝えすることを重視しています。

例えば、トリートでも長年人気のブランドAntonio Riva。建築家だったデザイナーが作るドレスはバックスタイルに特徴があり、美しく曲線する立体的なデザインが他にはない斬新なものばかりです。



トリートドレス プロデューサー 山城 葉子氏

### PROFILE

ウェディングプランナーを経て2005年「THE TRE-AT DRESSING」をオープン。

商品の買い付け、ショップデザインから細かいディテールまですべてを監修。W.ブランド、Leaf for Br.

## ドレスセールス スキルアップ術

◆テーブルクロスカラーの相談にも応じる

トリートは運命のドレスを纏ったその時、女性には足元から指先まで美しく輝いてほしいと考えています。

花嫁の立ち姿はチャペルやパーティールームと共鳴するスタイリングであってほしい。そのためにコーディネーターは、ヘアスタイルやメイク、ネイルのご提案、時にはブーケのデザイン、そしてパーティールームのテーブルクロスカラーやテーブルアレンジのご相談までお受けしています。

全身をトータルスタイリング