

ブライダルに特化したことが KAORUKOへの始まり

ブライダルファッションデザイナーの桂田美生と出会い、トレンドの雛形あきこさんを採用したショーの花を相対してほしいと直談判されたのはビビロと電流が走りまわった。天にも昇るチャンスを与えられたと思いましたが、それが1998年。その2ヶ月後に行われた雛形あきこさんの結婚式を担当したことが、それまでの2年間で桂先生の横浜のショーも担当していたので信用がつき、おかげで地元の大手結婚

式場から契約依頼がきたり東京の式場からもオーダーがあり、年間2000組のウエディングをするのになりました。忙しかたので東京と横浜でアトリエを2軒ずつ持ち、従業員も増やしていき急激に成長しました。

私がラッキーだったのは、横浜の結婚式場が自社で花屋をやっていたこと。私は花屋ではないので、フラワーデザイナー、プロデューサーとしてその式場に入りまして。お客様と打合せをしてデザイン内容を書き、花屋にデザインに合わせた花を発送し、仕入れ、水揚げをして私のアトリエまで

持ってきてもらい、私が作成して現場コーディネートする。花嫁まわりも私が納品し、それはオーダーと心のケアをします。

売上は100%とする通常に花屋が70%、式場が30%。そこでうちの花屋と70%を分けることを考えたんです。うちは人件費を使ってお客様と打ち合わせをする、高くもりたいところですが花屋は原材費があり、原材料を仕入れてさらに利益を生まないといけない。だからうちが30%、花屋が40%という配分にしました。私がこのシステムを考案出したんですが、専業主婦

だから資金が無く花屋をしようと思わなかったのが功を奏しましたね。フラワーデザイナーとしてアーティストとして、ウエディングプロデューサーとして確立し、その部分が欲しい式場と組むことができたからうちは何のリスクもない。既存の花屋さんと戦わずにウエディングを獲ります。

今、ブライダルブローカーの第一人者になっていますが、私はブライダルが大好きでそこに特化してずっとやってきました。オリジナルウエディングや花にこだわり出したのが25年前くらいですが私がちょうどそこにはまったというこ

とです。先駆けといえば先駆けですが時代が流れてきたんですよ。「生き方塾」で愛情を持つて厳しく育てる

華やかに活躍しているよさこひられるけどその陰でどれだけ泣いたかとか。喪喪休、光と間はつ。「瞬の光のためにどれだけのことろいことを乗り越えているか？」その繰り返しが人生で、どんなまで落ちて内装し自分のダメさ加減を自覚し、そういう自分から目をそらすように受け入れたときに初めて反省でき、光がやってくる。日々の影の消滅もそうや



profile KAORUKOさん

ブライダルブローカー・デザイナーという新しいジャンルを開拓。テレビ、女性誌でもカリスで個人が輝く。多くの女優や著名人のブライダルコーディネートや海外のショー、結婚の各方面で活躍中。

「人を想う気持ちがパワーの源」
一生懸命に向き合って
どん底から這い上がらせる



上/上海万博・日本国家館アフターショーを企画 下右/東京・有明コロシアムで開催された「東レパシフィック・チノス」での杉山豊引退式のKAORUKOの披露のブーケ(2011年)PPDチノス) 下左/フォーシーズンホテル横浜山手東京でKAORUKOウエディングプロデュースでの様子

成功への道

TOPインタビュー vol. 2

専業主婦からブライダルブローカーの第一人者に駆け上ったKAORUKOさん。メジャーデビューする前の涙、その後の苦勞。苦勞をどうやって肥やしにしてきたか。いろんな経験を積んだKAORUKOさんからの「生き方」のアドバイスです。

ブライダルブローカー・デザイナー

KAORUKOさん

おだてたりはダメ。ちゃんと這い上がらせないとダメです。

失敗する前に
原点にもどることが大切

勇気を出し、縮小するのも大事。人は日流れた店を開けるとか、増えた従業員を減らすのは格好悪いとか、みじめな感じがなかなか決断できないです。ね。「頑張ればいよかかえるのよ」とか「頑張ればいい」といっている間に状況は悪くなる。思いついて縮小し、原点にもどることが大事です。これができないというおられるんですよ。つまり20年前も10年前も5年前も3年前も同じ事を繰り返してなんとか食えていたのが日本の今までの時代ですよ。しかし、今は状況がまったく変わっていることを自覚しないといけない。今までも同じに「働けばコソコソをいたらやがていよかかえる」という理想を覆さなくてはなりません。

失敗する理由もいろいろ。そうすると経営の転換が急ぐなりかけた歯車を逆回しにしてくれませんか。むしろそうすることによって大チャンスの方へと歯車が回し出す、そんなことを体感してきました。

あり、そのコソコソした連絡が半年のテーマとして次なる高みのテーマに移行する。また一つ、また一つ克服していく。そしてさらなる光景を見る。その過程。

人はお客からクレームが来たときにも我慢にやまれない。例えば「誰がこれやだの」というと「知らぬわいな」となる。「私は高卒までやっただけ、仕上げは誰さんがやりました」といひ釈をする。頼むときも顔色をうかがうという時代もありました。このくらいは全員の経営者がやること。

て反省をしないと上に行けないと思えます。中途半端に叱ると「はいわかりました。すみません」で忘れてしまうんです。それだと叱られた方に損。徹底的に向き合ってる時間でも時間でも何でいけないのか話す。その人のいい所をちゃんと認めているというところが伝わればよい。「人間は多面体、あなたがいい部分はたくさんあるけどこの部分が今とくなくない。そこを直せばもっと光るじゃない。もったいない」といいます。そこはオーナーに伝えませんか。なぜならいい部分もわかっていると

サツといつも彼の解法を伝わるので。どん底に落ちたとしても。その部分は自分で直視してもらおう。そうするとあかってくるんですよ。自分なりに、人間だと重宝して生きてきたけど違うっていうところが。自分の気がつかない部分に気がつき先生が叱る意味もわかる。それに気がつき自分で直していくと人が見てわかるくらいに人相も変わります。

このような「生き方塾」をやり出して4年。私も人を育てるのが未熟だから舐んだりもしました。でも「生懸命向き合おうとやる。かといふ悔をなめたり、

ママ友をスタッフとして使っていた最初の時代は大騒ぎするのをしたり、やめてあげ過ぎたり、機嫌をとって人を使っていた。すると人はだんだん横柄になりやうてあげる、という態度になる。人を育てるときにおだてるばかりだと勘違いをする。こういう

式場から契約依頼がきたり東京の式場からもオーダーがあり、年間2000組のウエディングをするのになりました。忙しかたので東京と横浜でアトリエを2軒ずつ持ち、従業員も増やしていき急激に成長しました。

私がラッキーだったのは、横浜の結婚式場が自社で花屋をやっていたこと。私は花屋ではないので、フラワーデザイナー、プロデューサーとしてその式場に入りまして。お客様と打合せをしてデザイン内容を書き、花屋にデザインに合わせた花を発送し、仕入れ、水揚げをして私のアトリエまで

持ってきてもらい、私が作成して現場コーディネートする。花嫁まわりも私が納品し、それはオーダーと心のケアをします。

売上は100%とする通常に花屋が70%、式場が30%。そこでうちの花屋と70%を分けることを考えたんです。うちは人件費を使ってお客様と打ち合わせをする、高くもりたいところですが花屋は原材費があり、原材料を仕入れてさらに利益を生まないといけない。だからうちが30%、花屋が40%という配分にしました。私がこのシステムを考案出したんですが、専業主婦