



▲三位一体のコーディネート提案



KAORUKO氏

み出すことになった。

「KAORUKO 女史のエレガントで上品な透明感のなかにもかわいらしさを感

じさせる雰囲気を感じました」と田久保社長は語る。

またKAORUKO 女史は「ドレスデザイナーではなく、フラワーデザイナーが考えるトータルコーディネートとして、ウエディング業界に新風を巻き込めればと思います」と、新たな挑戦に挑んでいる。

販売戦略的にも業界側への発表と同時にタレントとモデル契約を結び、女性誌を核に消費者の視覚に訴え新たな発想で生まれたコーディネートの

浸透を図る。KAORUKO 女史のアイデアにより、従来の婚礼衣裳卸メーカーとは異なる広告戦略をたて、三位一体のスタイルを追求していく。

## フラワーデザイナーの視点でブーケやヘッドでドレス姿の花嫁を一層可愛らしく光らせる工夫を

## 老舗「幸輝」とブランドドレス契約

形となった。

これまでドレスはドレスショップ、ブーケは花店、ヘッドはドレスショップまたは花店に分けられ、それぞれに注文していた。しかし、それでは本当の意味でのコーディネートはできにくい。そこでフラワーデザイナーの視点でブーケやヘッドでドレス姿の花嫁を一層美しく、また可愛らしく光らせる三位一体のスタイルを提案するに至った。

幸輝はKAORUKO 女史の発想力やコーディネート力を評価し、「自社の新ブランドとして展開できるのでは」と契約にいたった。これにより、創業以来37年間、ホワイトドレスを基調に提案をし続ける

なかで、タレントドレスとは異なるブランド創りの第一歩を踏

### KAORUKO

ブライダルフラワーの第一人者として活躍中のKAORUKO 女史は、婚礼衣裳卸メーカー、幸輝(東京都中央区、田久保精二社長)とドレスコーディネーター契約を結び、新たな一歩を踏み出す。今春2月、京都・東京で開催する衣裳卸展示会にて10～13号発表する予定だ。

同女史は昨年7月に上海万博にて「かわいいウエディングドレス」をテーマに、ブーケとヘッド、ドレスが三位一体となったスタイルを発表、中国のマスコミはじめドレスメーカーから注目された。【揺れるブーケ】など新たな発想でフラワーアレンジの提案を続けている同女史のセンスが、ドレスと一体化する