

good things

*Make the day
brighter*

33 出産内祝い

特別な日をより輝かせてくれるモノやコト good things。今回は前号に続き、新しいファミリーの誕生を祝福していただいた方へのお返しギフト。出産内祝いにおすすめのリビングアイテムをご紹介します。季節を意識した暮らしを彩る、カラフルで魅力あふれる物たちです。贈りものの定番のタオルも、蛍光カラーが今年の気分。ポイント使いのビタミンカラーは夏に

元気を与えます。タオル素材のルームサンダルはカラーバリエーションが魅力。贈る相手をイメージして色を選んでみて。ポップな色使いとガラス素材が涼しげなマドラーや、food とのペアリングも提案してくれるコーヒーギフトもおうち時間をぜいたくに彩ります。夏の暮らしに心地よさをもたらすギフトになるでしょう。



summer spoon / Kanami Takeda Ceramics
<https://www.kanamitakeda.com>



FOOD & LIFE with コーヒーセット (12個入り) / UCC 上島珈琲株式会社
<https://coffeestyle.jp>



ROYAL-PHOENIX of the seas タオルギフトセット / 楠橋紋織株式会社
<https://royal-phoenix.jp>



Hippopotamus ルームサンダル / 株式会社 HPS
<https://hippopotamus.co.jp>

真野 知子
Tomoko MANO

独自の審美眼によるギフトセレクションが注目され、手土産など日常的なギフトから、お中元、お歳暮などのシーズンギフトや引き出物まで多彩な贈り物のシーンでのTPOに合わせたアイテムを選定。女性誌での連載や審査員、ギフトブランド「ROOM SERVICE」の商品プロデュースなど多方面で活躍中。著書に『ギフトコンシェルジュ 真野知子の大切な日のためのギフト・マニュアル』（マープルブックス）がある。「マツコの知らない世界 #72 記憶に残る! 人と差がつく! 手土産の世界!」に出演など、TVやラジオといったメディア出演でも活躍の場を広げる。Instagram : tomoco_mano / Twitter : @mano_tomoko / URL = <http://gift-code.jugem.jp>

ノンアルコールドリンクの充実はウエディングの価値を高める秘策となる

今年4月、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置により、酒類の提供の自粛が求められました。これにより会場は酒類なしで披露宴を企画・提案する必要に迫られたのは、皆さんもご存じの通りです。「お酒が飲めないのならば」と延期するカップルもいますが、ノンアルコールドリンクのみの提供を選び、予定通り行なうカップルも相当数に上ります。

今回の特集では会場、ドリンクの製造・販売元、識者にお話をお聞きし、コロナ禍の酒類提供の自粛を機に変化する、ウエディングにおけるドリンクの役割から今後の可能性まで、多角的に探りました。

切れない関係にあった酒と日本の神事・宴会

どのような形式のウエディングであっても、必ず行なうといっておよいもの。それが乾杯です。酒で盃を満たし、祝いの言葉と共にその場にいる人々と飲み干す。酒は洋の東西を問わず古くから、神と人を結びつける神聖な飲み物でした。また、日本では神事の後に神と人が酒を酌み交わすことを無礼講と位置付けたといわれます。つまり、神が関わるような祝い事には、酒を交え身分を問わずに皆で盛り上がる宴会が付きものだったのです。

そのため自粛が求められた直後は「アルコールを提供せずに結婚式・披露宴が行なえるのだろうか」と、会場側からも、新郎新婦やその家族からも不安視されました。その理由は大きく二つ。

「お酒がなくて結婚式は盛り上がるのか」「お酒の好きな人に十分なおもてなしができるのか」

ところが現在は「むしろアルコールを提供しないからこそ、素敵な結婚式だった」という声もたびたび聞こえるようになりました。さまざまな会場で工夫を凝らしたノンアルコールドリンクが提供されているとの話も耳にします。

代替品とソフトドリンクをうまく組み合わせる

アルコールの提供をしない場合、披露

宴の食事では二つの選択肢があります。一方は、アルコールの代替飲料を提供すること。ノンアルコールのスパークリングワイン、白・赤ワイン、ビール、カクテルなどです。他方は、アルコールの代替ではない飲料、清涼飲料水やお茶、ジュースなどのいわゆるソフトドリンクを提供することです。

今回お話を聞いた会場では、両者をうまく組み合わせている例が目立ちました。八芳園の場合はビール・ワインのみならず、焼酎や日本酒までノンアルコールをそろえるとともに、レストラン、料飲、セールスなどの各部門の垣根を超えてアイデアを出し合ったそうです。その中で、オリジナルブランドの台湾ウーロン茶や、コーヒーのハンドドリップ提供などが提案されたと統括支配人の関本敬祐氏は語ってくれました

一方、既製品のノンアルコールに差し替えたのは乾杯用のスパークリングワインとビールだけで、他は従来のノンアルコールドリンクの拡充で対応したのがコンラッド東京です。というのも同ホテルではコロナ禍以前よりバイオーダーで、種類豊富な果汁100%ジュースやノンアルコールカクテルを提供していたからです。

ホテル雅叙園東京では、当初はノンアルコールドリンクの種類拡充に努めましたが、今後はより雅叙園らしいものをそろえる方向にシフトしようとしています。その理由について同社副総支配人営業本部長・森木岳明氏は、「ここでしか

飲めないという非日常感や特別感が重要」と説明しました。

進化するノンアルコール飲料

飲料の提供元であるインポーターや製造メーカーは、酒類に勝るとも劣らない高品質の商品開発を行っており、そのことがお客さまの高評価にもつながっています。代替品としてノンアルコールドリンクを選んだカップルが実際に飲んでみて、その進化に驚き満足される例も多いようです。

コンラッド東京のエグゼクティブソムリエの森 覚氏によると、乾杯用のノンアルコールスパークリングはゲストの期待感を左右する重要なアイテムのため、同ホテルソムリエチームでテイastingし、品質的に満足できた「OPIA」を採用したとのこと。そのOPIAのインポーターであるパシフィック洋行㈱。同社ワイン事業部ブランドマネージャーの鈴木絵里子氏は、世界初のオーガニック認証を取ったノンアルコールワインであることが優れた味わいの決め手であると明かしました。詳細は記事に譲るとしてその製造工程を知ると、アルコールが含まれたものと同等の手間がかけられた、優れた品質が重要であると気付かされます。

飲食店のプロデュースなどに携わる㈱カゲン代表取締役・子安大輔氏が注目するように、日本のビールメーカーにも、ノンアルコール・低アルコール商品を重

視する動きが見えていますから、今後もノンアルコールドリンクの分野は世界的に商品層が厚くなると予想できます。

また、ノンアルコールカクテルは、会場側がレシピに関与してオリジナリティを発揮できるものです。今回取材した各会場では、当初はアルコールの代替としてレシピ開発を行なった場合でも、やがて自会場の個性や特別感をアピールするドリンクアイテムとして、導入当初よりさらに進化しているとお聞きできました。

新郎新婦の出身地の素材を使う、カラーをテーマに取り入れるなど、おふたりらしさを象徴するアイテムとして使える点も進化の一因といえそうです。

価値のあるソフトドリンクの提案を

ソフトドリンクは、今回の自粛で最もスポットが当たった分野といえるかもしれません。

「店側が魅力的なノンアルコールドリンクをもっと提案すべきでしたし、今後も潜在需要は残りますので、もっと研究すべきだと考えています。そのためにも、お酒を飲んでもらわないと単価が下がるといった概念はやめるべきだと考えています」と子安氏は語っています。

高級ボトルドティーを製造販売するロイヤルブルーティージャパン㈱の代表取締役会長の佐藤節男氏も次のような一石を投じました。

「大統領が主賓の晩餐会のノンアルコールドリンクが、宴会のフリードリンクで提供しているウーロン茶とジュースだけになっていてもおかしいと感じなくなっています。この状況を変えなくては」

そのためにはウエディングの特別感を損ねない、ラグジュアリーなソフトドリンクが必要であるといえます。同社が提供するボトルドティーは品質の高さもさることながら、現場のオペレーションや料理との相性も考慮した、冷やしたボトルで提供することも重要なポイントです。



六本木通り沿いのビルの1階に面した、ロイヤルブルーティージャパンのブティックを兼ねている「THE T BAR」。ラグジュアリーな雰囲気でお酒ではなく、お茶を楽しむことが当たり前の時代がもう来ているのかもしれない

一方、八芳園のようにあえて手間をかけることを演出に取り入れた例もあります。先述のように同社では、料理の最後のコーヒーを会場内でハンドドリップで入れています。これはレストランでの提供法を取り入れたもの。ロースター直伝の技術を披露することがパフォーマンスとなっているのです。関本氏は次のように説明しています。

「仕入れたモノをそのまま出して終わり」にはしたくない。ひと手間かけることでオリジナリティを出し、それでお客さまに喜んでもらいたいと思うんですよね」

これらは、従来のソフトドリンク提供に最も欠けていた視点といえそうです。

アルコール提供が戻っても時代は逆行しない

日常生活の当たり前を数多く奪ったコロナ禍ですが、さまざまな価値観を変える機会にもなったことは誰もが認めるところです。そしてウエディングにおいては、「披露宴＝アルコールの提供」「披露宴＝フリードリンク」という固定観念を覆したことが、最大の変化だったのかもしれない。

今回の取材で印象的だったのは、お話をお聞きしたほとんどのの方が、「コロナ禍の収束により酒類の提供が再び可能になっても、元の宴会には戻らないだろう」と考えていたことです。その理由の一つに、アルコールハラスメントや無礼講に

対する抵抗感の高まりがあります。コロナ禍以前から特に若い人のお酒離れがささやかれていましたが、コロナ禍で宴会が激減したことによりさらに促進されたともいえます。

そしてもう一つ非常に重要なことは、世界的なSDGsへの取り組みです。「もはやたくさん飲むのがよいとされた時代は終わりかけている」「飲み放題やフリードリンクの魅力は今後低下していくだろう」という予想もあります。

今回の酒類提供の自粛は、ノンアルコール市場の潜在需要の大きさについて、ようやく日本社会が気付いたということかもしれません。そして、まだ私たちが着手していなかった、非常に重要な改善ポイントの発見でもあります。事実として今回取材した各会場は、この機会を好機と捉えて取り組んだため、飲み物の売り上げ減の影響よりも、顧客満足度アップの効果の方が大きかったと話しています。

そして、ドリンクの見直しは、実は披露宴そのものの価値を高めることにもつながっています。フリーランス・ウエディングプランナーの岡村奈奈氏は次のように語っています。

「お酒がない状況で、これまでの仕事への姿勢が浮き彫りになることもあるんです」

この機会にドリンクリストを見直すとともに、自社のウエディングを振り返る機会となれば、ウエディング全体の満足度向上につながることでしょう。

アルコール NG という一見ネガティブなことをいかに好機と捉えるかが重要

本年4月末に東京都を中心に酒類の提供自粛が要請されてから4カ月余り。アルコールなしのウェディングを提供することで現場の意識や新郎新婦、ゲストの反応や意識にはどんな変化が起こったのだろうか。そして、そこから得た気付きとはどんなものがあるのか。

ホテル雅叙園東京の副総支配人としてウェディングの責任者を務める森木岳明氏に現場で起こっていることなどを伺うとともに、本誌にて「ウェディングと音楽のチカラ」を連載中の岡村奈奈氏に新郎新婦の思いや、司会者が感じていることなどを伺う形で対談してもらった。

〈お話を伺った方〉

ホテル雅叙園東京
副総支配人営業本部長
森木 岳明氏



お酒が出せないことは決して残念なことではない

一首都圏を中心に酒類の提供が制限されて以降、実際問題として披露宴の実施に対する影響は感じますか？

森木 当館の場合、4月の酒類提供自粛要請が出てから8月31日までは476組予約が入っていたのですが、そのうち402組がそのまま施行しています。つまり約85%の方はノンアルコールの形で実施されているので、それほど大きな影響は受けていません。

岡村 私も、お客さまに聞いてみたのですが、アルコールが提供できないことは想像

フリーランス・ウェディングプランナー
岡村 奈奈氏



していたほど大きなネックにはなってないようです。特に招かれた側は「仕方ないよね」とあまり気にされていません。ゲストに気を使う新郎新婦の場合は、「家でゆっくり飲んで」と、ワインをプレゼントにしたり、ひと手間かけたオリジナルのノンアルコールカクテルを用意したりするなどで、問題はクリアできているようです。

森木 私は実際に、自粛要請後の婚礼にゲストとして出席したのですが、お酒が入らない分、結婚式への集中度はより増した気がしました。周りを見ても、料理説明するスタッフに質問するなど、一つ一つの演出やアイテムに興味を持っていらっしゃる方が多い印象です。

中には、「司会者さんの力量にかかってきますよね」とおっしゃる方もいて。酔わない分、皆さん、人の話をよく聞いている。

岡村 確かに、司会者やサービスなどスタッフへの注目度がより高まるというはあるかもしれませんが。司会者さんからは「お酒がないとごまかしが効かない」という声はよく聞きましたね。お客さまがにぎやかで盛り上がっている状態に甘えていた部分もあったのかもしれません。お酒がないという初めての状況で、これまでの仕事への姿勢が浮き彫りになったという見方もあると思います。

一岡村さんは、乾杯の発声をする方への声掛けも重要だと、前号の連載でおっしゃっていました。

岡村 乾杯のときにわざわざ「お酒ではないのですが」とおっしゃる司会者や乾杯の発声者がいるのですが、それは言わなくていいことですね。お酒じゃないことをどうしてネガティブに捉えるのだろうと。「今日はおふたりを祝って、『おめでとう!』でいきましょう」など、言葉を変えるだけで楽しい雰囲気にできると言いたいです。

森木 披露宴はお酒を飲む場。乾杯はお酒でやるもの。思考が完全に固まっているので、それがかわらないことはすべてイレギュラーで残念なことと考えてしまうんですね。

岡村 お酒にこだわり過ぎているのは、むしろ業界の方なのではないでしょうか。新

郎新婦やゲストによっては、「お酒がなくても構わない」という人は意外に多いです。私もコロナ禍前に、ノンアルコールで披露宴をされたカップルを担当したこともあります。それなのに、お酒が出せない披露宴はかわいそうなことと決めつけるのはどうかと…。

森木 おっしゃる通り。お酒がないことで披露宴にどんな影響があるかといったときに、「感情移入しにくい」という声当初上がったんです。本当にそうなのか？と考えてみたのですが、映画やドラマを見たとき、お酒がなくても泣けますよね。

岡村 実際、おいしい食事の席でお酒がなくて残念と思う方は多いと思いますが、ふたりを祝う場であることにしっかり気持ちを向けることが大事ですね。日本の宴会は、酔うことやお腹いっぱいになることで「元を取る」というような発想が弊害となることがあります。

森木 思い込みが足を引っ張ることはありますよね。今回の酒類提供停止の対応にしても、私自身が最初に考えたことは、ノンアルコールドリンクの種類を増やすということでした。どの会場もそうだったと思います。ただ、あれから4カ月がたち、お酒がなくても9割近くのカップルは結婚式を挙げると分かったとき、ドリンクに求められるのは種類よりむしろ、「らしさ」なんじゃないかと気付いたんです。雅叙園らしさ。おふたりらしさ。われわれの第二ステージとして目指すのは、そこだと思っています。

ドリンクも含め関わるモノや人のボトムアップが必要

一ドリンクメニューの見直しでは今後、どんなことが求められると思いますか？

森木 ドリンクで、“非日常”と“特別感”をいかに味わってもらえるかではないでしょうか。例えばコーラやジンジャーエールといったなじみ深いソフトドリンクも、「ここでしか飲めない特別なもの」を用意する。当館で考えるならば、とても人気を集め



ホテル雅叙園東京で行なわれた酒類提供自粛要請後の披露宴。アルコールを提供する形ではなくても、そこには新郎新婦や列席者のいつもと変わらない笑顔があった

ている京都の老舗日本茶専門店「一保堂茶舗」のお茶と合わせたコース料理やお茶のカクテルを各レストランでご用意したことが以前にあります。こうした取り組みをレストランだけでなく、ウェディングなど宴会場でも提供できるようにしたり、中国料理やフランス料理などそれぞれに合うドリンクをペアリングしたりするのもありかと。

岡村 ステキですね！聞くところによると、ノンアルコールのスパークリングとビール、ソフトドリンクはウーロン茶、オレンジジュース、コーラという最低限のラインナップのままで、ひたすら要請が解除されるのを待っている会場も少なくないとか。そうした中、森木さんのおっしゃるようにただ待つのではなく、今を転機と捉え、これまでの見直しと今できること、これから先のあるべき姿

を考えることは素晴らしいと思います。

森木 グレードアップ、単価アップというのは本来、特別の日だからこそ、ゲストにスペシャルなものを提供したいというのがその趣旨ですね。だとしたら、お酒なしでも、提供できる価値があるのなら、それをきちんと伝えるべきでしょう。ドリンクメニューの見直しも一過性のものにせず、継続的にするべきなんですよ。それに加え、スタッフや司会者も含め、質を高めるためのボトムアップの重要性を実感しています。

岡村 ノンアルコールでもゲストが楽しんでもらえたらそれでいいと、多くの新郎新婦は考えています。そのために私たちは今、何を提供することができるのか。あらためて考えていきたいですね。

森木 岳明 Takaaki MORIKI | 2001年に大阪の専門式場入社後、営業・広告宣伝・人事総務・経営企画に従事。06年(株)ディアーズ・ブレイン入社。人事部門を経て営業統括を担当。10年に同社執行役員着任。13年からコンサルティング事業を主にセミナー、執筆活動を行ない、15年から(株)ディアーズ・ブレインとワタベウェディング(株)の資本業務提携を機に、目黒雅叙園(現・ホテル雅叙園東京)に着任。ブライダル営業部長を経て、20年10月より現職。 URL = <https://www.hotelgajoen-tokyo.com>

岡村 奈奈 Nana OKAMURA | 音大卒業後、専門式場などの婚礼施設勤務を経て2005年にフリーに転向。執筆・監修、メディア出演多数。オーソドックスなスタイルから、アウトドアや音楽ホール等でのユニークなウェディング、伝統的な和婚までオールマイティに対応。カウンセリング型のプロデュースに定評がある。『ウェディングプランナーが教える、結婚式と準備が"もっと"楽しくなる方法』(誠文堂新光社)著者。 URL = <http://www.nanea.jp>

オモイが カタチに 変わるトキ

Natsu.

コンセプトを決めて、表現する。
伝えたい思いを形にする。その道すじとは？
オーダーメイドのウエディングを作り上げる
プロフェッショナルたちに注目します。



川村 翔二郎さん&嘉部 晶子さん

CONCEPT: ぼくたちのシネマ

KEYWORD: ヴィンテージ、映画

THEME COLOR:

アースカラー、ベージュピンク、ヴィンテージカラー

【ふたりの想い】

一番のこだわりは、東京都の有形文化財に指定されている歴史的価値のある会場で式を挙げること。披露宴は新郎新婦がゲストの席を回りながら一緒に食事をするなど歓談がメイン。ただし、ふたりらしさを表現するために、共通の趣味でもある映画を装飾や演出に取り入れ、ヴィンテージ感のある世界観で統一したい。



〈お話を伺った方〉

JULIA'S ROSE

(株) lamp

ウエディングライフデザイナー

Natsu.さん

「なっちゃん」。新郎新婦にもフォトグラファーやヘアメイクなどのスタッフにもそう呼ばれ、慕われている Natsu.さん。大学生の時にアルバイトとしてウエディング業界に足を踏み入れてから22年間、ウエディング一筋の人生を送ってきた。

「私ね、一度もこの仕事を辞めたいと思ったことがないんです。そのくらい、ウエディングの仕事が好き。仕事というより、ウエディング当日にいろいろな方と出会えることが毎回、幸せで！」

ウエディングは会場ではなく、人と人とで創るもの。その想いが強くなったことから、箱に縛られない、フリーランスという立場を選んだ Natsu.さん。

「もともと他人行儀が苦手で、勝手におふたりのニックネームを伺って呼んだり、私のことも『なっちゃん』と呼んでもらったり。おふたりとできるだけ近い距離で一緒にウエディングを創り上げたいという想いから、打ち合わせの回数は必然的に多くなります。トータルで15回前後。初回のカウンセリングもしっかり時間をかけ、ふたりらしさやそれぞれの心の奥にとどめている想いを探り、ふたりの過去と未来をつなげるようなコンセプトを作っていきます」

準備段階でフォトグラファーやヘアメイクといったパートナーたちとのコミュニケーションを積極的に図るのも Natsu.さんならではの。

「新郎新婦を中心にした一つのチームでウエディングを創るというイメージなので、

関わる人みんなに新郎新婦の人柄やこだわりをしっかりと伝え、チームのみんなにも新郎新婦との出会いを思い切り楽しんでもらっています」

そうしたチーム Natsu.のもとで心に残るウエディングをかなえたカップルが、今回ご紹介する川村翔二郎さんと嘉部晶子さんご夫妻。問い合わせがきたのは、会場が決定した後。会場の旧細川伯爵邸でのウエディングを Instagram でチェックし、そこに上がっていた Natsu.さんプロデュースのウエディングに興味を持ち、連絡してきたのだ。

Julia's
rose

JULIA'S ROSE
WEDDING SALON

「おふたりと真っ直ぐに向き合い、ウエディングを創り上げる」をモットーに、ウエディングライフデザイナーの Natsu.さんが立ち上げたサロン。完全オートクチュールスタイルのウエディングは、おしゃれなだけでなく感動と温かさに満ちていると評判。屋号の「JULIA'S ROSE」は独立前に担当した新郎新婦からプレゼントされた花の名前。初心を忘れないようにと命名。 <https://juliasrose.com>

Natsu.

大学在学中にゴトウフローリストでウエディングのアシスタントとしてアルバイトをする。卒業後はプロデュース会社に就職し、プランナーとして活躍。2004年に26歳でフリーのプランナーとして独立。07年に法人化。現在は自由が丘にプライベートサロンを構え、ウエディングライフデザイナーとして数々のウエディングを手掛けている。





「最初は、新郎のしょうじ君が一人でサロンにやってきて、『どんな感じのウエディングをされているんですか?』と。過去のカップルの写真をお見せしながら、それぞれのカップルとの思い出などいつものようにしゃべりまくり。そうしたら、しょうじ君がおもむろに、『ちょっと彼女に電話してもいいですか?』とスマホを取り出しました。彼が放った言葉が『今、オレの目の前にヤバイ人がいるんだけど!』(笑)」

翔二郎さんの言う「ヤバイ」とは、新郎新婦への愛情が尋常ではないという意味。「彼女と話してみてください」と渡されたスマホで、Natsu.さんは「新郎新婦に対する愛だけは誰にも負けません」と伝えたそう。「実際に新婦のかべちゃんに会ったのは、ご成約を頂いてからなんです。会わずして、私の新郎新婦に対する想いが伝わったこともうれしくて」

最初のカウンセリングで、ふたりとも映画を見るのが好きだと知ったNatsu.さん。もともと、歓談メインの披露宴を予定していた中で、『ぼくたちのシネマ』をテー

マに、新郎新婦の人生をつづった映画を見ているような風景を作ることを提案した。「おふたりが好むヴィンテージ感で空間や装いを彩りながら、どうやってその風景を表現していくか。そのアイデアは、私はもちろんのこと、新郎新婦、フォトグラファー、フローリスト、ヘアメイク、パティシエといった当日のウエディングに関わる全員とコミュニケーションを図りながら出します」

例えば、ヘア&メイクアップアーティストは、歴史ある洋館に映えるヴィンテージドレスに合わせたヘアスタイル、フラワーデザイナーはイメージする映画を基にした空間デザイン、フォトグラファーは当日の空気感が後々まで伝わるような写真の撮り方などを提案。「みんなで『こんな雰囲気似合いそう!』と盛り上がるので、ふたりからも『映画がテーマだから、フラワーシャワーじゃなくてポップコーンシャワーだよ!』なんてアイデアもどんどん出てくるの。打ち合わせでは、いつも『なっちゃん、めっちゃ楽しそうだよ!』って言われるくらい私自身がワクワクしてる(笑)」

何となく…の問い合わせから、ウエディングをカタチにするチームができ、さまざまなアイデアが生まれる当日までの過程は、主役のふたりにとって思っていた以上に刺激も感動も多かったよう。

「ある日、おふたりそろって真面目な顔をして、こうおっしゃったんです。『皆さんに会うたびに、こんなにも仕事に愛情を注いでいる人たちがいるんだと感動しちゃって。自分の人生観や仕事観が変わりました』と。その言葉がとてもうれしくて」

新郎新婦にとって愛情を注ぐべき相手は、大切なゲストの皆さん。そのことも理解し、ふたりからゲストへのプレゼントとして用意されたのは、一人ひとりのゲストをイメージして選んだDVD。席札も兼ねた表紙には、ふたりからのメッセージをしたため、感謝の想いを伝えることに。「私たちがふたりに注いだ愛情が隔々に行き渡っていくのが分かりました。いつの間にかふたりに『LOVE ソルジャーおなつまる』なんて呼ばれるようになって。こんなふうに呼ばれるプランナーって他に

のかなあ。こういう所に言葉にならない幸せを感じます」

8カ月の準備期間を経て、新郎新婦を中心にしたチームNatsu.で迎えた結婚式当日。ふたりの「こんな雰囲気が好き」を散りばめたウエディングは、青空のもと幕を開けた。「ヴィンテージのタキシードとドレスに身を包んだ新郎新婦。まるで昔のシネマから抜け出したようなふたりの姿は昭和初期に建てられた重厚感あふれる洋館にぴったり! 私たちが目指していたのは、単に映画をモチーフにするのではなく、おふたりらしい映画を見ているような風景を作ること。そして、その日をチームみんなで、笑顔で迎えること。そのすべてをかなえられたことがうれしかったです」

後日、Natsu.さんのもとに届いた新郎新婦からの手紙にはこんな一文が。「結婚式一週間前から、『雨でもいいや』と思っていたのは、なっちゃんをはじめとするチーム皆さんとの出会いの中で、当日の天候よりも大切なことをたくさん教えていただいたからだと思います。

なっちゃんとの準備期間を通して今思うのは、「場所でも天気でもなく、結婚式は人が創るもの」だということ。私たちにとって結婚式は、人生のターニングポイントになる大切な出会いを与えてくれるものでした」

手紙に書かれていた「ウエディングは会場ではなく、人と人で創るもの」という言葉は、フリーの道を選んだ当時の

Natsu.さんの想いそのもの。「やってきたことは間違っていなかったねって、ウエディングの神様に言ってもらえた気がして。これまで新郎新婦に真っ直ぐに向き合ってきたことの答えをくれたような言葉たちに、込み上げてくるものがありました。22年に及ぶ私のウエディング人生。まだまだ続けられそうです」

会場
東京都指定有形文化財となっている旧細川侯爵邸(和歌塾本館)で、会場の持つ歴史と雰囲気、ガーデンを堪能するウエディングを実現。

テーマ
『ぼくたちのシネマ』と題し、ふたりの歴史をつづった映画を見るようなウエディングを、空間やアイテムなどで表現。

演出
プロポーズのエピソードなどふたりのヒストリーをまとめたペーパーアイテムは映画

のパンフレットのようなデザインに。席札はゲストごとに選んだ映画のDVD。オープニングムービーは『バック・トゥ・ザ・フューチャー』のパロディ版。デザートブッフェは映画に出てきたデザートをセレクト。

会場装飾
ガーデンは『不思議の国のアリス』、披露宴会場は『マリーアントワネット』の映画をインスパイアしたアイテムやヴィンテージカラーで、古いシネマのような世界観を創作。



□クリエイター紹介 ドレス：preparage、GRIMOIRE 撮影：esmare ヘアメイク：peaceful
フラワー：dodo tokyo