

# PALACE HOTEL TOKYO & MUKU

## MUKU×職人のコラボで「花」の枠を超えて「記憶」と「記録」に残るウエディングを。

おふたりらしさを引き出し、最高の形で表現するために……。

職人たちと積極的にコラボしながら、

花の枠を超えた新しいウエディングを日々編み出し続けるのがMUKUの大きな強みでもある。

10年後、20年後も「よかった!」と思っただけのウエディングをお届けするためのお花の選び方からつくり方、

そしてこだわりについて、MUKU by Massa & Artists の

人気アーティスト 林英明 と 吉野絵美 に語ってもらった。

——新郎新婦おふたりの世界観を毎回どのようにつくり上げていますか？

林：まずはお話しを聞いて「おふたりらしさ」を見つけ、それを軸にまわりをかためていきます。最初の打ち合わせで、おふたりがどんな方で、何が好きなか？ウエディングにどのようなモチベーションを持っているか？何を大切にしているかを確認します。海が好きな方だったら、直接的に海を表現するのではなく、波のしぶきや曲線など、海にまつわるものをつつひとつ紡いで編みながら、最終的に頭の中でひとつの円としてまとまるよう考えていきます。

吉野：あとはお話しの中からおふたりの求める「キーワード」を探していきます。先日、新婦が結婚式のイメージ写真を持参されたのですが、キーワードを見ていたらおふたりの印象と写真のイメージに少しギャップを感じたのです。キーワードはシックでモノクロ好き、かっこよさを求める感じなのに、イメージ写真はかわいいうえ開きで。そこで、写真の要素も活かしながら、おふたりのテイストに合うようモードな印象を掛け合わせてご提案しました。林：漠然としたものをいかにイメージするか？が私たちの仕事。お客様のイメージを汲んでストーリーをつくります。提案と確認を繰り返しながらいかにお客様の想像を超えたご提案をできるかが大きなポイントです。おふたりの好みに寄せながら、おふたりらしさ×パレスホテル東京という場所に合うもの×MUKUらしさの追求ですね。

——ウエディングのお花は、完成までにどのような手順を経るのですか？

吉野：式の約3カ月前に新郎新婦と打ち合わせして、トータルのおおまかなデザインを決め、1.5カ月前～1カ月前くらいに実際の花のデザインを見ていただく「サンプルアップ」を行います。そこで、花の種類や色味、雰囲気などを確認し、OKが出たら花などの発注に入ります。花はベストな状態で会場に飾れるよう開花調整します。つぼみの状態が入ってきたら温かいところに置き、花が早く開くように、逆に途中で開いてきたら咲き過ぎないよう冷蔵庫に入れて開花を遅らせるなどしっかりと管理しながら当日に臨みます。桜などは開花に特に時間がかかるので、式の前の週に入荷して準備します。

林：花は自然の物なので個体差があります。色のグラデーションの入り方や、気候によって花の旬の時期も左右されますし、季節によって発色や大きさも異なります。去年は暖冬だったので、桜の時期が一週間早まりました。私たちは知識や技術を用いてできる限り品質管理やコントロールするのですが、最終的には「花のことは花に聞かない!」と思っています。吉野：花単体の良さもちろん吟味しますが、それ以上に全体を見たときにひとつの世界観にまとまるよう、バランスを取りながら世界中から花材を揃えています。

——MUKUでは装飾にかかわる花以外のものを職人さんとコラボしてつくられているそうですね。

吉野：アクリル、鉄、石なども使いますね。先日は鉄職人さんの工房にお邪魔して一緒に作品を考えました。たとえば、これまで花を飾っていたところにパネルを設置したり、ウェルカムスペース用のフレームを新たにデザイン、制作してもらい、フォトブースを設けたりもしました。造形作家さん、クリエイターさんとコラボすることで、花だけでは表現できないのがつくれますし、職人さんたちは私たちにはない発想や知識を持っているので非常に

刺激にもなります。「見たことのないウエディングにしたいです」という要望があると、「職人さんと一緒に何かつくりたいか?」という考えが頭をよぎります。

林：おふたりの世界観を表現するためのツールは、花だけではないんですよ。唯一無二のものをつくるには、何でも「アート」になり得るという目線が必要です。たとえば、テーブルの上に石を置くなんて昔は考えられなかったと思いますが、「石をテーブルに置いたらどういう変化があるか?」と考えることから新しいものは生まれていきます。もちろん、ただ新しいものを生めばいいというものではなくて、ウエディングというおおもとのコンセプトに合ったものかどうかを判断しながら、新しいものを提案する必要がありますけれど。

——そういうアイデアはどのようなところから生まれてくるのですか？

林：日頃から興味を持って目にする造形物を頭の中にストックしておいて、それをお客様のイメージと掛け合わせていく感じでしょうか。そこにストーリーをつくっていくのです。一見まったくマッチしないものでも、そこにストーリーがのるとなぜか「形」になるんです。連想からアイデアを膨らませ、アートに変えて伝えていきます。

吉野：私は丸一日かかってやっとアイデアを生み出すタイプです。たとえば「モードな感じにしたい!」という要望があったら、私の考えるモードとお客様が考えるモードのイメージは異なるので、ほかのキーワードを見ながらそのすり合わせをします。要素が強すぎてもいけないし、かといって薄めたら普通になりすぎるし……。ワンランク上をいきたいけれど、どのくらいのモードがいいんだろう? いろいろな角度から考えて考えて、やっとひとつのアイデアに行きつくという感じです。

林：最近では、寝る前にひらめくことが多くなりました。次の日、それをやってみると思い描いたのと違うこともあるんですけどね。頭の中での正解と、やってみての不正解があるのがおもしろいところです。最後はほかの人たちと相談を重ねながら、前日まで微調整し続けます。

——デザインの中で、どんなところにこだわり、向き合っていますか？

吉野：おふたりにとってよいものを目指すのはもちろんですが、流行りに乗りすぎない、本当に上質なものになっているかどうか?を最後の最後に立ち返って考えます。いろいろやりたくなる気持ちはありますが、「何年先までも本当に上質のまままでいられるか?」を考えると、パレスホテル東京でお花を提供する意味にもつながるからです。

林：おふたりの記憶と記録に残るような空間とお花をご提供できれば、と思いながらつくっています。

私たちの仕事は言ってみればウエディングのビジュアル担当なんですよ。だから、花だけにとどまらず、照明や「こういう空間をつくりたいければこういうレイアウトを」「この空間をつくるにはこのような進行を」といったトータルなデザイン提案をしています。MUKUにはそれができるアーティストが現在10名いるので、知っていたらいい。

吉野：式場を検討中のお客様に、婚礼前の会場をお見せすることがあるのですが、「お花で決めました!」という声をいただいたり、「このお花の担当者にぜひお願いしたい」と指名されたりすることが最近増えたんですよ。

林：10人それぞれ個性もアイデアも違うので、SNSやウェブサイトなどを見ながら、自分好みの花をぜひ探していただきたいです。



林 英明  
Hideki Hayashi

オランダ、ベルギーにてフラワーデザインを学ぶ。1999年、ゴトウ花店に入社し、老舗ホテルの装飾を担当。2015年4月、Massa & Artistsに入社。「MUKU」エグゼクティブディレクターに就任。ウエディング、ハイブランドのフラワーデコレーション等を数多く手掛ける。



吉野 絵美  
Emi Yoshino

2016年、Massa & Artistsに所属。2017年 Designerに就任。ウエディングやイベント、ハイブランドのショップデコレーションを中心に、幅広く空間コーディネートを担当。しなやかで女性らしい繊細さと幅広い表現力に定評があり、多くの花嫁から指名される人気と実力を兼ね備えたアーティスト。

\*\*\*\*\*  
PALACE HOTEL TOKYO

palacehoteltokyo.com

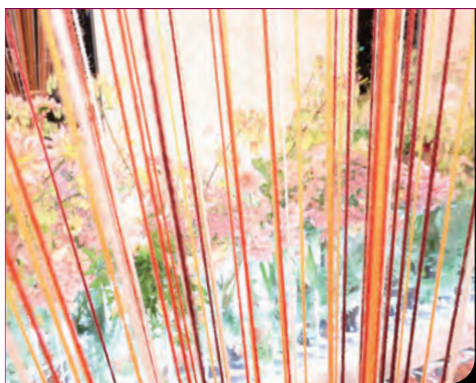
M  
UKU

muku-palace.jp

M  
ASSA  
&  
ARTISTS

massa-artists.com

VOL.008



# C R A F & M U K U

