

「天職」支えた自負と使命感



言葉の端々に、ブライダルファッションを牽引してきた自負と使命感がにじむ。「私、天職だと思っているんですよ」

ゼロからの出発でやりがい

子供のころからおとぎ話が大好きで、かわいいドレスのプリンセスに憧れた。また、洋裁学校を経営していた母からは「人の役に立つことの喜び」を学んだ。「素晴らしい結婚式は、人生における最高の喜びになりえる。輝く花嫁に共感できる喜びは、お金に替えられない」。だから「少しぐらいの困難は何でもなかった」と振り返る。

何より桂さんを奮い立たせたのは、パイオニアならではの「ゼロからの出発」だったようだ。1960年代初頭、欧米からソビエト時代のロシアに至るまで、各国を旅して婚礼衣装を視察研究した。帰国後、ブライダルサロンという構想を百貨店などに持ち込むも拒絶され、その悔しさをバネに自ら開設。「ウエディングドレスに適した生地も、ドレスに合うアクセサリー類もなかったので、一から全て開発しました。何にもないところから生み出すことに、逆にやりがいがありましたね」とはいえ当時、ウエディングドレスの花嫁は全体のわずか3%ほどで、圧倒的多数は和装だった。しかし今や、その比率は完全に逆転。式服は和装であっても、披露宴はドレスという女性がほとんどだ。

急速にドレスが浸透した背景には、「ウエディングドレスの既製服化」という桂さんの功績がある。婚礼のきものをあつらえるには多額の費用を要したのに対し、「OLさんの1カ月の給料で買える」ドレスを70年代に初めて打ち出した。量産することで価格を抑えたプレタポルテ（既製服）だが、オートクチュール（注文服）のように好みや個性を大事にしたいという意味を込め、この既製服ラインを桂さんは「プレタクチュール」と呼んでいる。

「日本では白いものを女が着るのは3回一生まれた時と婚礼と亡くなった時。このうち自分の意志で選べるのは婚礼だけでしょう。だからブライダル衣装は個人個人の価値観を表現したものでなければいけません」

「外に出て出会うの場を」

時代とともに変化する結婚観にも、臨機応変に対応してきた。例えば、着物のお引きずりにヒントを得た、タイトなシルエットのドレス。81年の米国で初めてショーを行う際に開発し、後にその名にちなみ「ユミライン」として有名になるのだが、そもそも「米国の多様な結婚観に合わせて作った」という。ふわりとしたお姫様のようなドレスだけでなく、晩婚や再婚などにも対応したシックな大人のラインは今、日本でも人気。また、花嫁に釣り合うよう、おしゃれなメンズフォーマルウェアも打ち出してきた。

それにしても、近年の婚姻率低下だけは頭が痛いという。ただ、景気後退がいわゆる昨今、生活の安定を求め結婚率が増加するという予測も。「婚活」にいそむ男女がクローズアップされている。「とにかく、どんどん外に出て出会うの場を増やしてほしい」と桂さん。「いつ出会うかわかりませんから」

デートで愛を語るにふさわしい「恋人の聖地」を国内外に選定したり、6月第1日曜を「プロポーズの日」として「プロポーズの言葉コンテスト」も実施。多彩な活動を通して少子化対策と地域活性化を後押ししている。「これから『愛の親善大使』として、カップルの幸せをサポートしたい」と笑顔で締めくくった。



新たな挑戦を始めたアートフラワー「ユミフルール」。お色直し用に自由に色を表現できるブーケを開発中



2009年1月 パリオートクチュールコレクション。伝説的なハリウッド女優エバ・ガードナーの情熱的な生き方を表す真っ赤で、大胆なデザインのドレス

