

KAOコーチの「経営者に聞く」

2010. 8. 27

(株)インテリアファクトリー・ソレイユ

代表取締役 早川 沙衣美さん

ホームページ : http://www.greentimes.co.jp/2007/01/d_/939.php (グリーンタイムズ@Web より)

会社所在地 : 目黒区自由が丘 2-16-22
自由が丘駅より徒歩 3 分

TEL : 03-5701-8571

営業時間 : 10:00~19:00
月曜休



◆プロフィール◆

広告会社のコピーライターを経て、日本リビングのコーディネーターとして活躍。

JAPANTEX '91~'93 コンテスト 3年連続受賞

1995年(株)インテリアファクトリーソレイユを自由が丘に設立。現在、代表取締役社長。

建築施工管理技士、増改築相談員、福祉住環境コーディネーター。

1993年~2003年迄の10年間、月刊誌「ぼんじゅうる」に詩を連載。

◆インタビュアー 川添 香

(米国CTI認定プロフェッショナル・コアアクティブコーチ/社会保険労務士)

※HP <http://kao-space.com/> KAO Coaching Space

* * * * *

自由が丘のおしゃれな街並みを歩きながら、何かに誘われて入りたくなるようなお店が「インテリアファクトリー・ソレイユ」です。電話でお約束をいただいたときの早川さんの声がとても可愛らしくて(失礼!)どんな方かしらとお会いするのが楽しみでした。期待に違わず、満面の笑みで迎えてくださり、たくさんお話を聴くことができました。そのお話からは小柄な身体からは想像もつかないエネルギーを感じます。

「夢」を描くことのすばらしさがソレイユさんにはあります。夢を形に。大人になっても忘れたくない言葉だと思いました。今回もどうぞお楽しみください。

* * * * *

♪も く じ♪

■インテリアコーディネーターってお客様の夢を形にして差し上げることなんですよ……………2

■インテリアの魅力とは・無から形にしていくこと。

出窓ひとつに住んでいる人のストーリーがあるので……………3

■コーディネートは相乗効果

1200円の花瓶に10万円のチェストに負けない存在感を持たせます……………5

インテリアコーディネーターってお客様の夢を形にして差し上げることなんですよ

早川：(私の差し出した名刺をご覧になって) まあ、「夢を形に」・・・コーチングってどんなお仕事ですか？

K：あ、いきなり質問されましたね。いつもと逆パターンです(笑)

はい、簡単に言えば、その方の目標地に向かうことを会話を使ってサポートする仕事ですね。

一人で行くよりサポートがあったほうが力強く、早く行き着くことが出来ます。もちろん、時には二人で迷うこともあります。一緒に迷うことによって見えてくるものがたくさんあるんですよ。

早川：まあ、それは私の仕事にも似ているかもしれません。私はコーディネーターの仕事ですから、家中のすべてをお任せいただくでしょう？最終的にはすべて任せていただくのですが、だからといってあなたのお宅にはこのカーテン、ドアにはこのエッチングガラスという風には決められないです。

お客様と一緒にお客様の思いを形にしながら方向を付けて最後には拍手をいただくという、そういうお仕事なんです。ですから、一緒に迷って差し上げるという点では同じかもしれないですね。

K：そうやって一緒に迷うことで、お客様は満足のいく選び方が出来るということでしょうか。ソレイユさんにいらっしゃるとき、お客様は本当に求めているものをまだ言語化できていないのではないかと思うのですが、たぶんそれを提案して差し上げるというのがお仕事なんですね。

早川：私は会社のチラシ作りもするんですよ。広告ですが。そのときに大事なものは、ソレイユにはカーテン、壁紙、フローリングなどの優れた工事の技術者がそろっていて、他とは違う何かがありますから、どうぞいらしてくださいね、とメッセージを送ることなんですね。でも、お客様はチラシを見ただけでソレイユに依頼しようとは決められないと思うんです。まずはお店に来ていただいてそこからソレイユに頼んだら大丈夫、頼みたいという会話が出来たらいいなあと思うんです。だから、一緒に迷って答えを見つけましょうという姿勢を大切にしているのです。お仕事はそこから始まるんですね。

K：なんだか共通点が見つかって嬉しいです(笑)。私の場合は一緒に迷って答えを見つけるまでが仕事ですが。

早川：それはどのような仕事にも共通点があるんでしょうね。もう何十年も前から、広告の文には「あなたの思いを形にしたい」という文章をよく書くことがあるのです。お客様は思いがあっても、心の中、形にする思いってどういうものが言葉にいえぬものなのですよ。だからそれを引き出してあげる、広げてあげることが大切だと思っているのです。

K：選択肢を広げる感じですね。

早川：そうです。広げただけでは迷わせてしまうだけですので、それを交通整理して、絞り込んで差し上

げるのです。

K : 一番を選んでいただくということですね。

早川 : そう、消去法ですね。いらぬものを捨てながら形にしていきます。最後に、じゃ、これで行こうというのが家の中で形になるんですね。

K : お客様が本当に満足の行く部屋作りが出来そう・・・素敵なお仕事ですね。

早川さんはいつ頃からこのお仕事をされているのでしょうか。

早川 : 広告を書くとき申しましたが、実はこの仕事は長いんですよ。インテリアに関してはその後です。

K : へえ、広告が最初なんですか。

早川 : ええ、一番最初は父の会社のコピーライターだったんです。コマーシャルを書いていたのですよ。父の会社はコマーシャルの会社で、テレビ、ラジオなどのコピーを書いていた。父親はもともと小説家志望で、書き物にはとてもこだわりがある人でした。憧れが現実の仕事にはならなかったのですが、死ぬまで紙と鉛筆だけは放さなかったです。最後まで小説家としての矜持を持っていた人だと思います。

K : 素敵なお父様ですね。

早川 : ええ（笑）ですから父は、詩的なコマーシャルが多かったですよ。子どもながらに覚えてるものは、当時ラジオで流れていた「リュックがゆれる、グリコがゆれる・・・」というものでした。今残っていればどんなに素敵かと思うのですが。

父の影響も大きいと思いますが、私も詩が好きでたまたま書くようになって。勉強を始めたんです。詩人の高田敏子の門下生だったんです。コピーは感性の仕事ですから、父も年をとるにつれて大変になったのでしょうか。私がそのように詩を勉強していたもので、だんだんと父の仕事を手伝うようになりました。実は、その頃もずっとインテリアが好きでしたね。コピーライターをして4、5年・・・の頃でしょうか。父親をちょっと裏切りまして（笑）インテリアのほうにどんどんどんどん入ってしまいました。

インテリアの魅力とは・・・無から形にしていくこと

～出窓ひとつに住んでいる人のストリーリーがあるのです

K : それだけ早川さんをひきつけるインテリアの魅力とは？

早川 : 無のものを形にすることが出来ること。無のものを有に出来ること。たとえば家具も何にもないお

部屋、新築のお宅、それを形にしていくことが出来ることでしょうか。

K : 空間だけがある・・・ところにですね。

早川 : そう、ガラス窓の何もないところに、一枚のレースがつくでしょう。ちょっと窓の開けると、風がふるとレースがゆらす・・・そこにはもう、ひとつのストーリーが出来ているわけです。それが喜びですね。

K : 聴いているとそこにいる感じになってきますね。臨場感がとてもあって、ただの空間に色がついてくる感じです。風の感じとか・・・

早川 : わあ、上手ですね～（笑）そうね、カーテンという布一つでも、飾り立てるのではなく、住む人にとって心地よいインテリア、外と内とをつなぐものなんですよ。その一枚の布にとどれだけこだわりを持ち、選び抜くかで、この窓は誰のものでもない、このお客様だけのものというこだわりの窓になってくるのです。それがやっぱり好きでたまらないですね。

K : まるで窓もカーテンも息づいているようですね。

早川 : 窓とカーテンのことで外国で感動したことがあるのです。ちょうど夕方近く、ドイツのコーディネーターの方のおうちを訪ねるときでしたね。ドイツの町の住宅街、そろそろ明かりがつく時間帯です。家々にボンと明かりが付き始めるとその窓が突然生き生きとクローズアップされて見えるのですよ。レースのカーテン越しにかすかに人影が見えてね。そのときに、ああこんなに感動を与えてくれる窓の向こう側にはどんな人が住んでいるのだろうって思ったのですよ。こんなに外を歩く人に感動与えてくれるのは、そこに住んでいる人の思いが表れているからだろうって思ったのですね。

好奇心がとても湧いてきて、「どういうランプをつけているの?」「どういう人が住んでいるの?」「どういう生活をしているの?」と。

そのように道行く人に思わせる窓作りがしたいと思いました。

外国ではそのように出窓ひとつで感動を与えられるということを学びました。勉強しようと意気込むでなく、もうほんとうに毛管現象のように身体に入ってきましたね。外から見る窓・・・そのときにやっぱり日本に帰ったら私もそうしようと決意しましたね。

K : 本当にその記憶が切り取られて生き生きとしていますね。鮮明な写真を見るようでした。外国の方はそこを意識して家作りされているんですか?

早川 : トータルのコーディネートの上手さは海外ですね。私の知人のお母様、フランス人ですが、その人を訪ねたときもそうでした。ドイツのコーディネーターの知人を訪ねたときも、ドイツのコーディネーターの作品も何軒かたずねたときもそうでしたね。トータルで、なんと言ったらいいんでしょう。ほんと雑誌から抜け出たそのものなのです。

そうやって学んでいくうちに、実はすべてが高価な品物じゃなくても感動を生むコーディネートが出来るということを学んだのですよ。

コーディネートは相乗効果～1200 円の花瓶に 10 万円のチェストに負けない存在感を持たせます

K : まあ、高級じゃなくても素敵にできるんですね。

早川: そうなの。相乗効果って言葉そのものですよ。これがたとえば 10 万円のチェストだとするでしょう。ここに 1200 円の花瓶があります。この二つ値段の差がすごくありますね。そのままチェストに乗せるとやはり 1200 円なのね。ところが、この花瓶を引き立てる一枚のガラスのトレーの上に乗せたとき、これは 10 万円、20 万円のチェストに負けない花瓶に変化しているのですよ。誰に教わったのではなく、あるときに気がついたのですよ。感性が相乗効果を生むのですね。

K : そういうお話を聞くとね、10 万円のチェストって似合わないんじゃないかって思いがちになりますが、私でも手に入れられるかもって思いますね。

早川: ね、そうですね (笑)。逆パターンもあるんですよ。すべて高級品がそろっているのですがどこか違和感があって、高級品に見えない場合もあるのですよ。なぜだろうって思うのですね。それは、並べ方だったり、あるいは間になにかひとつ置くことで解消されたりすることもあるのですが。

私たちコーディネーターの価値は、技術力だと思っています。

先ほどの例のように、何でも無い花瓶、バカラとか何も名もない花瓶ですね、それがなんだかそこに心地よく存在することができる、という技術力ですね。それは他にないものだと自負しています。そして、それはお客様がコーディネーターに抱いている期待感というものだと思っています。

K : 確かに・・・高級なものは高級なものとしていろんなものと調和する力がある・・・高級なものだけで存在しているわけではない・・・その媒介をするということでしょうか。早川さんの使命感を感じますね。

早川: 花瓶の下に受けるものを置いてみる。それが、さりげなく名もないもの(花瓶)を名があるもの(チェスト)と同じ存在感に変身させるんですよ。その相乗効果を生み出す技術が我々にはあるんです。

K : 調和させる媒体があると違う。そこが早川さんの腕の見せどころ。

早川: 自慢させていただければそうかもしれないですね。

K : そのガラスを選ぶのが早川さんの一番のウリといたらいいんでしょうか。

早川：そうですね。それはそのウリの部分をどれだけ引き出しにためているか、ということだと思います。

K：ただ単にインテリアをおいてあるだけではない、売っているだけではないですよということなんです。ね。

早川：飾り立てるのがインテリアではないということなんです。インテリアというのは華やかなレースふりふりの高級なものをショーケースに入れて、と勘違いなさる方もいらっしゃるかもしれませんが、そうではなくて、あるものをよりよく見えるためにどこに置くか、A地点からB地点に動かすだけで、見え方が変わってくるんですよ。ショーケース、ランナー、カーテンの色などの素材を見てみるのです。そこにね、ヒントと答えが隠れているんですよ。

K：ああ、教えてくれているわけですか。向こう側が。

早川：そうなんです。ともすると並び方を変えただけでも何も買わなくていいじゃないということになることもあるんですよ。それだけでもとっても素敵になるのです。何もお金がとれませんが（笑）

K：そこにあるものの声を聞くというか、しゃべりませんが、空間に入ったときに私をどうしてくれるという声を聞き取るお仕事と考えていいのかしら。

早川：うんうん。聞き取る、見取る、ですね。

K：聞き取る、見取る。はあ～、言葉のないものからちゃんと聞いてみて、実現してあげる。

早川：と思うんですね。私は今ここにいるのではなくてあそこに飾ってくれたならもっと輝いてみせるといっているのかもしれませんが。それぞれの家具たちがね。

K：なんか、命がある感じがしますね。家具一つひとつに。

早川：いいことおっしゃいますね。ほんとそうですね。

K：素敵ですね。お店自体をお開きになったのはいつ頃なんでしょう。

早川：今の会社インテリアソレイユは今年15周年目なんです。ソレイユの前にインテリアの会社を作ったことがありました。その後が今のインテリアファクトリーソレイユですね。

K：コピーライターの後ですね。

早川：はい。コピーライターからインテリアの仕事に携わるようになって、それから某会社のコーディネーターをやりました。

K：すると、インテリア業は・・・

早川：うーん、30・・・年（笑）もうすごくなっちゃったかもしれない。

K：お好きではじめられたことがずっと続いているってすごいことですね。

早川：好きなことってやっぱりそうね、止まらないんですね。おかげ様でこういう時代ですが、忙しく仕事が止まらずに入ってきます。そう思っているわけではないのですが、責任ある仕事を任せられることが多いですね。嬉しいことに、そこに闘志を燃やして進んで、ああ終わったと一段落して、するとまた仕事が次に入ってくるという・・・そんなパターンです。

K：趣味と仕事も私生活も公の生活も何もないところにいらっしゃる気がしますね。

本当に好きなことをやるというのは、エネルギーを持つものなのですね。早川さんの小柄な身体からはキラキラしたオーラがあふれ出ていました。今回は早川さんのユニークな人材育成のポイントなどをうかがっています。どうぞお楽しみに。

次回目次のご案内♪

▽その人が持っている得意分野を見つけることが人材育成の第一歩

▽子どもの頃のお稽古事は今に生きていますね

▽叶えたい夢はインテリアの資料館を作ること

☆☆☆

KAO コーチのコーチングワンポイント

▽スティーブ・ジョブスに見る「塞翁が馬」

☆☆☆

「ジンセイバンジサイオウガウマ」ということばを先日受けたセミナーで耳にしました。講師は外国人お二人。

外国の方の口から出るとかなりのインパクトがありました。

このことばを聞いて、アップルコンピュータの創設者スティーブジョブスを思い出しました。

スタンフォード大学卒業祝賀スピーチは有名なので、ご存知の方も多いと思いますが、彼の人生はこのことわざをまるで地で行っているような

人生。

大幅にかいつまんでご紹介します。

まず一つ目は止めてしまった大学で、「生きていく上で何ら実践の役に立ちそうのない」カリグラフィーの授業だけをとり夢中になる。10年後マックの美しいフォントにつながる。

二つ目は、アップルコンピューターで成功を遂げたが、ビジョンの食い違いにより会社を放逐される。「自由になれたことで私はまた一つ、自分の人生で最もクリエイティブな時代の絶頂期に足を踏み出すことができ」NEXT、ピクサー(トイストーリーをはじめとする世界で最も成功しているアニメーションスタジオ)を立ち上げる。その後 NeXT はアップルが買収し、ジョブスはアップルに復帰。

三つ目は、治療不可能なすい臓がんと診断され覚悟を決めるが、その後すい臓癌としては極めて稀な形状の腫瘍で、手術で直せることが分かり、一命をとりとめる。

「人生万事塞翁が馬」

苦しいときこそじっくりと苦しさを味わいつくし、次につながるものになりたいですね。

* * * * *

* 川添 香プロフィール



KAO Coaching Space/川添社会保険労務士事務所代表

2001年社労士事務所開設。開業と同時にプロコーチを付け、聴いてもらうことのパワーに感動。人事コンサルタントを経験後コーチに転向する。現在は企業でのワンツーワンコーチングと人材育成研修を中心に活動中。また「幸福な社員が強い組織を作る。社員の幸せは社長が作る」をモットーにエグゼクティブコーチングを行っている。誰もが自分の才能に気づき、十分に発揮できる世の中になるのを願ってやまない。とことん人の可能性を信じるコーチング魂と3人の子供を育てて培った忍耐強さと愛情深さで、じっくりゆっくり広い心で聴くことを大切にしている。

※HP <http://kao-space.com/>

※連絡先 Mail : kao-space@rv.sunnyday.jp 電話番号 : 090-8581-5560

※保有資格 米国 CTI 認定プロフェッショナル・コアアクティブ・コーチ (CPCC) / 社会保険労務士 / DiSC 認定ユーザー / サンタフェ NLP / 発達心理学協会認定 NLP プラクティショナー / 日本プロフェッショナル・キャリア・カウンセラー協会認定プロフェッショナル・キャリア・コンサルタント

※所属 日本コーチ協会正会員 / (株)しごと総研研究員 / (株)アメニモ所属リーダー / Joy★Free Café De

コーチングスタッフ／JWCA（Japan Women's Coach Association）コアメンバー