

キャピタル・アイ特別企画：～スタートアップの横顔～



WAQWAQエージェンシー、日本で望むかたちの挙式を

WAQWAQ（ワクワク）エージェンシーは、日本で結婚式を挙げる訪日外国人カップルに日・英・中の3カ国語で対応するウエディング・プロデュース事業と、結婚を控えたカップルに日本での婚礼写真撮影をコーディネートするフォト事業を手掛ける。いずれもプランニングから当日のアテンドやアフターフォローまでカバーしている。起業までの経緯や業務の現状、今後の展望を忽那幸希社長に聞いた。

■起業のきっかけ

高校から大学にかけて米国、スイス、台湾に留学し、相手の意見を受容し問いかける異文化理解の素地と言葉を身に付けた。上智大学の新聞学科ではメディア論を体系的に学びつつ、副専攻のジェンダー論で、女性誌に描かれる結婚観を卒論のテーマに。結婚、家族、女性の生き方について考えるなかでウエディング・プランナーの仕事に興味を持った。

卒業後はウエディング関連事業を展開するテイクアンドギヴ・ニーズに入社し、プランナーとして配属。「良くも悪くもドライで、一歩引いたところがあり、プランナーの仕事は向いていないと思ったが、ここで自分を変えられないとこの先の成長はない」と考え、2年程プランナーの経験を積み、一度会社を離れ、復職し中国法人の立ち上げに携わる。その後、秘書室を立ち上げていた当時のぐるなびへ移った。

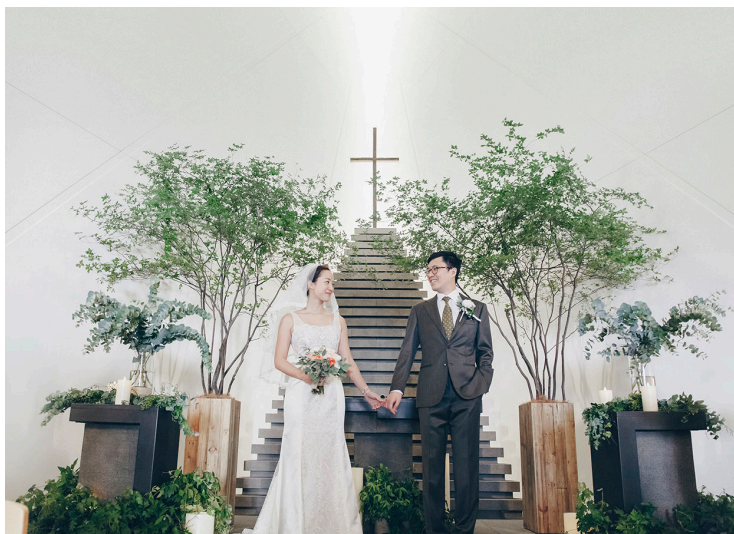
ぐるなびでは、秘書業務に加えて出張や資料作成、プレゼン、プロジェクト参画など、休日がないほど激務の日々が続いた。結婚もありライフステージが変わり「このペースで働き続けると家庭が崩壊する、子供を持ちつつ働き続けるには」と考え、入社5年目に独立する旨を伝えて退社。

「日本で式を挙げたい外国人のニーズが増えていたが、言葉の壁があつてうまくいかないという話を聞き、もったいないと思った。自分が関わってきた外国語とウエディング、ITをうまく融合できれば新しいことができる」と考え、2015年6月に一般社団法人からスタートして2017年1月に法人化した。並行して印刷通販のラクスルで広報・人事としてWワークをしながら、体制を整え同社の上場を見届けた。



忽那幸希社長

社名のWAQWAQは、わくわくするという意味もあるが、千夜一夜物語などに登場し、日本を指すとされる「ワークワーク (Wāqwāq)」に着想を得ているという。ウエディング以外に、例えばインバウンドのベビーシッティングのニーズも増えると考えており、ぐるなび在職中に保育士免許を取得。あえて社名には「ウエディング」を入れなかった。



こだわりのある式をプロデュースする

■こだわりある式をプロデュース
ウエディング・サポート事業は2016年9月に、かねてよりつながりのあったヘアメイク担当者から、東京・虎ノ門のホテル「アンダーズ東京」が外国語を使えるウエディング・プランナーを探しているという話が持ち込まれたことから始まった。日本在住の米国人と英国人のカップルの案件だった。以降、アンダーズを中心に、日・英・中の3カ国語を駆使して、当事者にこだわりがあるインバウンド案件を担当してきた。



2018年11月には静岡県熱海市で、米国在住の日本人の新郎と台湾人の新婦が神前式を挙げた



米・台・中をはじめ世界各国からの出席者が見守るなか、新婦は伝統的な花嫁衣裳で披露宴に登場した

日本では会場を見学するところから結婚式の準備が始まるが、海外在住カップルの場合、結婚式直前まで来日できないことも多く、問い合わせから会場決定、打ち合わせまでメールやチャットツールのやりとりのみで進めることも珍しくない。顧客の中心は中国・香港・台湾といった中華圏からだが、米国、オーストラリア、フランスなど、世界各国のカップルとやりとりを行ってきた。時にはカップルに代わりゲストと直接やりとりをすることも。言葉や文化が違うということを常に意識しながら、双方の意思に相違がないよう細かく確認を繰り返すことで信頼関係を築き、安心感や満足感につなげている。

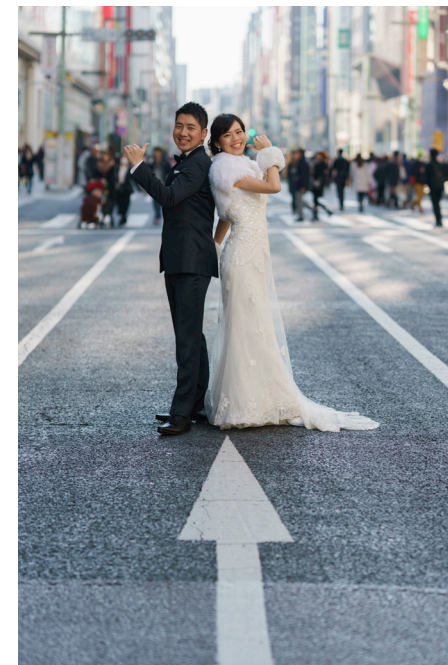
式場やプロデュース会社、新郎新婦側からの依頼で打ち合わせから当日のディレクションまで一貫して手掛ける場合と、プランナー仲間からの引き合いで準備のフォローや結婚式当日にのみサポーター的に関わるケースがある。案件によって依頼人が異なるため、フィーが支払われるのも、式場、プロデュース会社、プランナー、新郎新婦、と案件によりまちまち。手掛けた

ケースの料金は、200 万円程度～数千万円規模と幅広い。これまでにメインに関わってきた案件が 10 件以上、サブ的に関わった案件が 20 件以上。東京以外にも、京都や軽井沢、北海道、熱海、香川県の直島などで、結婚式に携わってきた。

■トライリンガルの強みを活かす

フォト事業は、ホームページから、日本でウエディング写真を撮りたいといった大まかな依頼が舞い込むところから仕事が始まる。撮影場所やスタイル、実現したいこと、どんなカメラマンが良いかなど、メールやスカイプで相談し、オーダーメイドのプランを提案する。「本当はやってみたかったが、言葉や撮影許可の取得など仕組みの面で難しかったというニーズが顕在化してきた」。カメラマンの負担を軽減するという意図もあったという。

台湾のカップルが撮影した際には、来日後にカップルとその家族とともに衣装店まで足を運び、試着をしながら衣装を選ぶところからアテンドを手掛けた。撮影に同行したいというカップルの家族を中国語でケアしながら、浅草、清澄庭園、東京駅などを 2 日にわたって巡った。あるブラジルのカップルは、10 カ月の準備期間のなかで経済的な問題が生じ、訪日はするが撮影を断念せざるを得ない状況になったものの、「代金が回収できないかもしれないというリスクがあったが、経営者として判断して、せっかく来るなら撮ろう」と費用面の工夫をし、撮影を実施。代金も後日、約束の期日前に全額無事に支払われた。



銀座でのひとこま
カップルの家族に中国語で対応
しながらアテンドした



サービスの価格帯は 10 万円台から 100 万円台。衣装にこだわらず、さり気なく撮りたいという場合には数万円から対応が可能。予算から逆算するというパターンもあるので、できることを提案する場合もある。現在まで 6 組ほどを担当しており、帰国先で写真を見たり、SNS での拡散により、「撮影の問い合わせが増え、口コミなどで引き合いにつながっている」。最近では七五三の写真を家族全員で正装して撮影したいなど国内からの依頼も徐々に増えているという。

■なくてはならない会社に

今後、プロデュース事業では、カップルに必要なサービスを場面ごとに切り出して提供したいと考えている。「ホテルに提案しているのは、アンダーズのケースと同じように、海外カップルの問い合わせの代行や、問い合わせから当日のディレクションまでのサポートなど。新規顧客の対応からトータルで取り組むこともできるし、契約後のプランニングの段階から関わりサポートすることもできる」。フォト事業でも、母国からカメラマンやスタッフを帯同する訪日客向けに、日本で写真を撮る際のコンサルティングやアレンジなど、サービスのパッケージ化を検討している。

ブラジルのカップルは
東京スカイツリーを背景に一枚



熱海の披露宴後には、ラスベガスで活躍する DJ によるダンスパーティを開催。日本人も海外勢も分け隔てなく大いに盛り上がった



出席者や新郎新婦には「これまでのどんな結婚式よりユニークで、最高に楽しかった」と喜んでもらっているという

現状は 2 人体制で業務に当たっている。「まずは 5~6 人の少数精鋭メンバーでチームをつくり、家庭も仕事もうまく両立できるような体制にしていきたい」。案件と顧客、人員を増やしつつ、任せられる体制にしていく。

ウエディング・プランナーの仕事は忙しく、結婚や出産でライフステージが変わると、子供を育てながら続けることは難しい。とはいえ、「対面せずに空いている時間で、メールやスカイプを使っただけの仕事はできる。手伝いたいという人はいるので、フリーランスの仲間たちがそれぞれ独立しながら、自社を窓口として、都度集まったり、仕事をシェアできるコミュニティをつくりたい」。

将来的には、なくてはならないサービスを提供する中規模の企業となることが目標で、上場については未定。当面の課題は認知度向上にある。「訪日外国人向けのウエディングサービスがあることをまず知ってもらいたい。困っている会場やフリーランスのプランナーを手伝い、国籍や文化の障害をなくし、日本で自分たちが望む結婚式をしたいという希望を叶えたい」。

画像などの出典：WAQWAQ エージェンシー 資料（2018 年 12 月）

[2019/1/9 : キャピタルアイ・ニュース 鈴木 洋平]