

100年の歴史ある京町家で、プライベートな和文化体験を 京都の女性や稽古教室と協力し、 ラグジュアリーな観光プログラムを提供

独立行政法人 中小企業基盤整備機構 経営支援部ハンズオン支援統括室 町田 尚一

有限会社
ワックジャパン

- 会社名 有限会社 ワックジャパン
- 所在地 京都市中京区高倉通二条上ル天守町761
- ホームページ <http://wakjapan.jp/>
- 認定区分 地域資源活用
- 認定事業名 アテンドサービスを付加した「京町家ホームビジットプログラム」の開発と提供
- 認定日 平成20年7月7日～平成25年5月31日

心の交流を意識した 体験プログラムを提供

日本が世界に誇る観光都市、京都。同市がまとめた「平成28年 京都観光総合調査」によると京都市の年間観光客5,522万人のうち、約12%にあたる661万人が海外からの観光客だ。

今回紹介する(有)ワックジャパンは1997年に創業し、日本企業の国内外社員やその顧客を中心に「着付け、茶道、華道、折り紙、和料理」などさまざまな和文化体験プログラムを提案している。遠方からの観光客がもう一度京都に訪れたいと思ってもらえることが目標だ。

経営理念は「①国際交流に関わる仕事をする、②女性の能力を生かす創造的な仕事を創り出す、

③愛するふるさと、京都および日本の発展に尽力する」である。子育て後の社会復帰が難しかった女性の能力を発揮できる会社を作り、地域や国の発展に貢献したいとの思いから、この理念を定めた。社名の「WAK(ワック)」も“Women's Association of Kyoto(京都女性の会)”に由来している。

同社の体験プログラムは数名だけのプライベート空間で行われ、礼儀や作法などの表面的な知識だけでなく、かつての日本人が持っていた文化や精神が伝わってくると話題になっており、「第3回ジャパン・ツーリズム・アワード ビジネス部門賞」、「第一回はなやかKANSAI魅力アップアワード大賞(関西経済連合会)」を受賞するなど、その取り組みが注目され始めている。

海外での経験をもとに サービスを開発

同社の小川社長は、以前ご主人の仕事の都合でフランス・パリに在住していた。パリでの経験で最も心に残っているのは綺麗な景色や建物よりも、そこに住む人たちとの交流であった。そこで小川社長は帰国後、そのような心の交流を日本でも生み出すため日本語講師の経験を積み、



小川 美知 代表取締役



同社のホームビジットプログラムでは、観光客では難しい個人家庭への訪問を実現。

知人と共に会社を設立。知人女性や稽古教室の先生方と協力しながら、「ホームビジットプログラム」という稽古教室の講師の住まいへ観光客をアテンドするサービスを作りだす。中小機構近畿本部と関わりながら、2008年に地域資源活用事業の認定を取得したのも、その「ホームビジットプログラム」を磨き上げていくためだ。

この「ホームビジットプログラム」では語学に堪能で礼儀作法にも詳しい方が、体験施設まで観光客を案内し、通訳など体験中のサポートも行う。このような丁寧な“おもてなし”が外国人観光客同士の口コミで評判となり、親日家や海外富裕層から徐々に申込みがなされるようになった。

古い建物を活かしてサービスを強化

その後、同社では少しずつ地域の理解を得ながらプログラムのバリエーションを増やしていく。その種類は現在130以上にも及び、和装結婚式や寺院での文化体験、剣道道場での武道体験など一般的なツアーとは一線を画す、独自のネットワークを活かしたプログラムが特徴だ。



築100年の京町屋を「和心館」として再建。内部でさまざまなプログラムを体験できる。

また小川社長はプログラムの幅を広げるため、2008年から拠点を築100年の京町屋「わくわく館」に移し、自社施設でも体験プログラムを提供できるようにした。さらに2015年には車椅子のまま体験が行えるバリアフリー型施設として、「和心館」をオープンさせた。

京都は少し街を歩けば、古い建物が多く目に入る地域である。このような古い建物をどのようにして後世に残せるかは京都にとって大きな課題である。同社の取組みは古い建物に新しい価値を与え、すべての人に優しい将来の観光のあり方を示している。

将来のビジョンと課題

以前、東日本大震災や放射能事故などの影響で渡航制限が発令された際は、京都への観光客が激減し、同社の売上にも大きな打撃を与えた。その経験を踏まえて、今後は日本人観光客向けのプログラムやプロモーション展開も図る予定である。

小川社長は「これからも京都の魅力、日本の魅力を世界に発信するために、ますますパワーアップしていきたいと思っています。ワックジャパンが地域振興や国際交流の一助となれば幸いです」と語る。

東京オリンピックを間近に控え、多くの訪日観光客が予想される中、日本の良さを十分アピールし、継続的な訪日につなげるためには、地域の人々の参画意識を高めていくことが求められる。同社のビジネスモデルは、まさに地域と一体となった“おもてなし”を推進するものであり、更なる発展が国内外から期待されている。

