

MICE ビジネスを応援する

2010 Autumn No.3

# Congress Nippon

コングレス日本

[特集]  
企業に活力をもたらす

## インセンティブ・ トラベル [報奨旅行]

地域創造

MICE spot ちば

日本経済を元氣にする  
MICEビジネス

羽田空港国際化が  
MICEにもたらすもの



「Congress Nippon」は  
展示会出展担当者のための専門誌  
「展コミ」の姉妹誌です



Hands-on

桜美林大学 ビジネスマネジメント学群教授 鈴木 勝さん

## 視察旅行を活用し最適な目的地と プログラムを選択 —TCEB視察ツアーを終えて—

### 観光を学ぶのは 実地体験につきる

近年多くの大学で観光学部や観光学科が設立され、学生たちが旅行会社や関連業種での活躍を夢みて学業にはげんでいる。桜美林大学ビジネスマネジメント学群の、ツーリズム・ホテル・エンターテインメントコースでは、春・

夏・冬の長期休暇中に国内外の旅行産業実習ツアーを企画、またゼミや観光研究クラブでは国際会議などに参加し、毎年100人近くの学生を国内外に連れていく。国内では沖縄、飛騨高山、白川郷、上高地など。海外ではオーストラリア、シンガポール、韓国、モンゴル、極東ロシアなどを訪問している。今後、渡航先や人員を大きくふやす計

画だ。

研修ツアーの意義について鈴木さんは「若者の旅行離れがさけられているなか、将来の観光業を担う学生たちに、国内外のツアーに参加して旅行の良さを再認識してもらうこと。また、インターンや観光産業の業務を実地体験することで学生たちの社会で働くという意識を目覚めさせるということ。さら

に、海外では英語での実習など将来の業務に必要な経験を積むとともに国際交流のすばらしさを体験してもらいたいのです」と語る。

研修内容は、旅行会社やホテル、ブライダルセンターなど現場で担当者による講義、ディスカッションを行なう。最前線で働く実務担当者の話は大学での授業とは異なるものを吸収できる。就業経験のない学生にとっては、事務所の雰囲気を感じるだけでも良い経験だという。海外でも同様に研修やインターンを組む。語学の問題があり学生たちにはより難関となるが、帰国後の学生の勉学態度や取組姿勢がまったく変わってくるという。

旅行企画立案の研修は、自分の手で魅力あるツアープランを組み、旅行会社の企画担当者が指導するなど実践的な内容になっている。

鈴木氏がこだわるのは、本物の高級なもてなしに“触れる”こと。低予算の学生ツアーの中で、高級ホテルを“見る”だけでは、ホスピタリティのレベルはわからない。グレードの高い旅行や、インセンティブ・トラベルなど最高の旅を提案するには、本物のサービスに触れその良さを理解しないことははじまらない。学業の一環であり予算は限られているが、5つ星ホテルに思いきって宿泊する一点豪華主義で本物に触れる機会をつくっている。

## 成功のための事前準備 観光局主催の視察ツアー

研修旅行を成功させるために、①現地旅行会社や政府観光局が適切なサポートができるか、②研修の受入先が適当か、③企業や自治体・行政の協力を得られるか、④学生たちに本物、高級に触れる機会を与えられるかなど、多くの点を事前に調査しなければならない。

そのための最適な手段が海外政府観光局の主催する視察ツアーへの参加だという。

鈴木さんは8月に開催されたタイ・コンベンション&エキシビション・ピューロー（TCEB）の視察ツアーに参加し、タイのインセンティブツアーや触れてきた。

### 朝5時出発10時まで 分割みのスケジュール

バンコクのホテルに到着後すぐに開かれたウェルカムパーティが、分割みのスケジュールのはじまりだった。

翌日は8時前からレストランに集合。参加者数に対して品目が多いのは贅沢なおもてなしというだけでなくケータリング各社のインスペクション（下調べ）も兼ねている。食後にはホテル館内を回り、施設の機能や豪華な設備を見る。バスで市内観光・スカイトレ

インを体験。午後には次のホテルにチェックインし、テーブルセッション、カクテルセッションと再度のウェルカムディナーとなる。

早いときには朝5時に行動開始、夜は10時過ぎまでぎっしりとスケジュールが組まれ、タイの現地サプライヤーが手ぐすねひいて待ち受けている。これを4日間繰り返す。

テーブルトップセッションは2回行われ、バンコクでは78社、ペークでおよそ40社と週末にもかかわらず多くの企業から、営業担当者や経営者が多数出席し、貴重なプロモーションの機会に対する各社の強い意気込みを感じられる。

視察ツアーには世界中からおよそ80人のインセンティブ・トラベル主催者が招待され、航空運賃や滞在費などはTCEBが負担している。視察ツアー以外でも、TCEBの中国、韓国、日本で開催されたMICEプロモーションに副首相が参加するなど、官民ともに大きな期待をよせ、多くの予算をかけていくことがわかる。日本ではこれほどの規模でツアーが組まれているのだろうか。

### 観光資源を活かした インセンティブ提案

「インセンティブにはビギナーとリピーターがおり、双方が楽しめるようなプログラムが必要です」（鈴木氏）





ビギナーは普通の一般観光と似たものになるが、リピーター向けには通常では体験できないイベントを提案しなければならない。ジャングル探検やリバークルーズ、自転車での観光など行き先や交通手段を変えるなどのアプローチが必要となる。また、普段は使えない宮殿や仏教施設や歴史的観光資源を開放・貸切りするなど一般観光にない特別感の演出が多数提案された。

また、企業や団体インセンティブならでは体験として、全員で現地民芸品の製作やボランティア活動などインセンティブの意義を高めるプログラムが用意されている。

「選択、体験、環境配慮、社会貢献、さまざまな人数への対応、特別感、チームワークなどがインセンティブ成功のキーワードになるでしょう」(鈴木氏)

タイには欧米系のホテルや旅行会社

が多く、そこから派遣されたスタッフが欧米企業の報償旅行のエッセンスを注入している。日本も豊富な観光資源の魅力を引き出す、着地型ビジネスのプロフェッショナル養成が急務になっている。

鈴木さんが教える学生たちがいつか中心となって、日本のインセンティブに新しい風を呼ぶ日も近いのではないか。

**短期イベント用レンタルユニフォーム**

**レンタル するってとっても ECO!**

**Bendy** スタイルは エコスタイル。

**株式会社 カマタニ**

■本社 〒671-0234 兵庫県姫路市御国野町国分寺78  
TEL (079) 252-1129(代) FAX (079) 252-1657(代)  
■東京営業所 〒101-0047 東京都千代田区内神田2-16-8第5氏家ビル3F 302号  
TEL (03) 5207-6811(代) FAX (03) 5207-6855(代)  
E-mail:h-rental@kamatani.co.jp  
<http://www.kamatani.co.jp/rental/rental-top.html>