

インセンティブに強い旅行会社に聞く マカオの魅力、マカオを選ぶ理由、成功の秘訣

輸入車販売会社の創立50周年記念旅行を企画

愛知県を拠点に輸入車販売を手がけるサーラカーズジャパン社（Sala Cars Japan）は、今年7月に総勢約200人が参加するマカオへの社員旅行を実施した。今回の旅行は、同社が今年で創立50周年を迎えることを記念して企画したもの。大きな節目を祝うイベントの開催地にマカオを選んだ理由はどこにあるのか、そして、開催を成功に導くために旅行会社はどのようなことに配慮したのか。今回の旅行を取り扱った株式会社ジャパトラの金子家治取締役会長と安達敏春専務取締役の話聞いた。



ジャパトラ安達専務



ジャパトラ金子会長

1. 発展するマカオで社員に夢を

「世界遺産の魅力だけでなく、外国資本のホテルが次々と進出しているマカオの勢い。その勢いを感じてもらい、社員に夢を与えたいというのが（オーガナイザーである）サーラカーズジャパン社長の強い願いでした」。

こう話すのはサーラカーズジャパン社との折衝を担当した安達氏。提案段階では3日間という制約の中から、マカオのほか香港や台湾、上海などが旅行先として候補に挙げられたという。最終的には香港かマカオかに絞られたが、「雑誌などで多く取り上げられているマカオの話題性が決め手になった」という。

“旬なマカオ”の魅力に加え、費用的なメリットもマカオへの決定を後押しした。安達氏は、「ホテルの価格は香港よりもマカオの方が安い。結果的に使

うお金は同じだと思うが、ホテルにかかる費用が抑えられた分、食事や観光など質を高める部分に予算を回すことができた」と指摘する。

カジノがあることはネックにはなかったのだろうか。この点については、「とくに若い社員の方々の間には、昔の鉄火場的なイメージは残ってない様子だった。テレビや雑誌でカジノの露出が増えていることもあり、賭博場ではなくて、社交場というイメージを抱いている人が多かった」と話す。むしろエンターテインメントの一つとして、社員同士が和気あいあいと楽しむきっかけになったという。

このような経緯を経て、サーラカーズジャパン社の総勢200名におよぶマカオ旅行が始まった。

2. 2泊3日で充実した滞在を実現

今回のインセンティブ旅行は7月10～12日の2泊3日で実施。サーラカーズジャパン社では、中京圏に加え東京都内でも店舗展開を行っていることから、中部空港発着組と羽田空港発着組の2組に分けて出発した。いずれも香港経由で、香港国際空港から高速フェリーを利用。現地では2泊ともヴェネチアン・マカオ・リゾート・ホテル（以下ヴェネチアン）に宿泊した。

到着日の1日目には、ヴェネチアン内の宴会場を使って創立50周年の記念レセプションを開催。食事とともに、功労者の表彰や社長講演などを行った。また、表彰式の後は女性演奏家による中国音楽の披露などのエンターテインメントを盛り込み、会場を盛り上げた。

2日目は終日マカオ市街の観光を組み、マカオの世界遺産やマカオタワー

などを見学した。そして、帰国日となる3日目の午前中は、特別講師を招いて自動車に関する講演会を開催。2泊3日の短い日程ながら、充実した内容にした。

今回の旅行では、宿泊はコタイ地区にあるヴェネチアンを利用したが、ヴェネチアンに決まった理由を安達氏は、「やはりネームバリューが大きい」ことを挙げる。「ヴェネチアンの名前は地方でもよく浸透している。実際のスケールや豪華さも強烈なインパクトになる」という。

また、イベント開催時の使い勝手の良さも大きなポイントになった。「キャパシティ的に問題が無いだけでなく、開業から数年が経過してスタッフの熟練度が高い。今回のような記念イベントでは、どんな小さな不手際も許されず、手配側としてリスクヘッジをする意味でも、信頼性のあるヴェネチアンを最優先に提案した」と話す。

現地到着の際には、チェックイン時に団体専用のカウンターを設けたり、カウンターの横に企業ロゴとウエルカムメッセージを表示した大型液晶テレビを設置したりするなど、団体だけの特別感を演出した。



↑レセプションの盛り上げに中国楽器のライブ演奏

3. きめ細かさが成功のカギに

今回の旅行を受注したとき、オーガナイザー側からは「きめ細かく一人ひとりに気を配ってもらうこと、そして、限られた時間を大事にってもらうこと」を最優先に求められた。

そのため、暑く湿気の多いマカオで体調を崩さないよう、移動時やホテル客室内にミネラルウォーターを常に用意したり、帰路の香港国際空港での乗り継ぎ時には、空港内で昼食が食べられるよう香港ドルの現金を全員に配るなど、あらゆる場面でストレスを感じさせないよう配慮した。

また、2日目の市内観光時には、引率者が旗を持って誘導するのではなく、グループごとに色分けしたポロシ

ャツを引率者に着せ、自分のグループの先頭がどこにいるかをすぐに分かるような工夫も凝らした。

現地滞在中の食事にも気を配った。世界遺産観光の後にコロアンまで足をのばし、名物のエッグタルトを直売店で試食できるようにしたほか、夕食は市内にあるポルトガル料理店「ダンボ」を手配し、現地の名物料理を味わえるようにするなど、マカオのグルメを体験できるようにした。

「大型の団体だと、どうしても食事がホテルの宴会場になりがち。しかし、マカオには質が高くユニークな料理がたくさんある。それを少しでも体験してほしいかった」と安達氏は話す。

マカオで地元グルメを提供するレストランは小規模店が多く、団体での使い勝手はあまり良くないが、今回利用した「ダンボ」では、グループごとに食事時間を変えるなどの工夫を重ね、200名全員が地元の名物料理を味わえるようにしたという。



↑到着日に全員参加のレセプションを開催

4. 素材活用で提案力アップを

株式会社ジャパトラは企業団体旅行のスペシャリストとして、マカオだけでなく全世界に向けて数多くのインセンティブツアーを送り出している。その中でマカオの位置づけについて同社の金子家治取締役会長は、「マカオはインセンティブ旅行の目的地として、今後さらに大きなマーケットになるだろう」との見方を示した。

「企業にとって海外への社員旅行は、一年や数年に1回しかない貴重な機会。その機会を使い、いかに社員のモチベーションを上げるかがインセンティブ旅行の目的。我々（旅行会社）はもっとデスティネーションの勉強をして、どういったインセンティブ旅行が良いかを企業側に提案できるようにする必要がある」と金子氏は強調する。

マカオは日本から約4時間半の距離。今回の事例のように、2泊3日という限られた時間の中でも、充実した滞在が

実現できるデスティネーションだ。

金子氏は、「企業の中にはカジノに対してアレルギーを持つ所も確かにある。しかし、うまくカジノだけでないことを訴え、食事やエンターテインメントなどが充実していることを紹介すれば、マカオに対する見方は変わってくるだろう。それが旅行会社の提案力として評価されることにもつながる」と話す。

マカオは今後も大型リゾートの開発計画が進められ、香港とマカオを結び、さらに中国本土へと続く長大な橋の建設が進められるなど、話題は尽きないデスティネーション。「マカオ全体がテーマパーク化して新しい魅力が増えてくれば、インセンティブ旅行の分野でもリピーターが出てくるだろう」と金子氏は見ている。株式会社ジャパトラとしても、マカオを提案素材として積極的に活用し、インセンティブ旅行の取扱い拡大につなげていく考えだ。