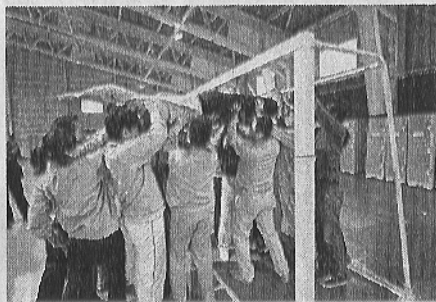


企業向け体験型研修旅行

J T B



蜘蛛の巣状のロープの網目をチームで協力してくぐり抜けるゲームなどを組み込む

JTBグループは企業向け研修旅行で攻勢をかける。体験型研修プログラムで評判を集めているベンチャー企業と業務提携して、会場の確保や交通手段の手配だけにとどまらない、本格的な研修旅行を四月から売り出す。旅行大手が企業研修旅行の企画で異業種と組むのは珍しい。二〇一〇年度までに五百社との契約を目指す。

V Bと組み企画 500社契約目指す

提携したのは、法人営業を手掛けているJTB 法人東京(東京・港)と、イベント型の企業研修サービスを提供するチーム

ビルディングジャパン(同・千代田)。JTB 法人東京は研修旅行を検討している企業に、チームが企画した約三百のプログラムを提示し、商談をまとめていく考え。チーム社の研修プログラムはチームワークに力点を置いたものが多い。例えば「蜘蛛(クモ)の巣ゲーム」では、人がくぐり抜けられる大きさにロープをクモの巣状に張って、他の人に持ち上げられて制限時間内にチーム全員が違う穴を通り抜ける。終了後に、どんな行動が解決に結びついたかを確認し合うことで、

業績目標などの共有化に役立つという。提携を機に、旅行代金も割安にする。これまでの研修旅行は東京を会場にしていたが、北海道や沖縄など地方の会場を積極的に活用する。北海道のルスツリゾート(北海道留寿都村)に四十人が二泊三日する研修旅行では料金を計二百万―三百万円程度と想定しており、「都内で実施するより価格を半分に抑えることができる」(町田忠マ―ケットینگ部マネージャー)という。JTB 法人東京は新しい研修旅行を新入社員や内定者向けに売り込むほか、大企業を中心にプロジェクトチームや横断組織の活性化のための手段として提案していく方針だ。