

復活する社内運動会。旅行会社参入の勝算は？

社内運動会が復活の兆しを見せている。理由は、不況の中、社内の活性化や組織の結束力強化などを目的に行われているようだが、この市場は旅行会社にとって魅力的なのか。実際に、運動会を開催し見事成功に導いた旅行会社もあるが、この運動会ビジネスに参入する価値があるかを検証した。



「いい年をして、真剣になってしまった」

昨春秋、群馬県館林市の市営グラウンドで、リクルート北関東マーケティング（群馬県前橋市）の運動会が開かれた。社員やその家族約130人が玉入れや綱引き、障害物競走などの競技に興じた。

発案者である同社福井康人社長は、「不況でリストラなどネガティブな話題が多い昨今だが、愛社精神とでも言うか、働く上でウェットな気持ちで大切にしたい」と話す。リクルートは元々事業軸でのつながりは多いが、地域軸でのコミュニケーションは希薄で、それを改善するために群馬・茨城・栃木の北関東合同での運動会を実施した。参加した社員からは、「絶対、優勝する」と好評かつ積極的になる声が多く聞かれた。「参加率はほぼ100%。来年も開催したい」と話す福井社長本人が最も楽しんでいるように見えた。

「運動会ドットコム」に予想外の反響

09年4月、ネット上に「運動会ドットコム」を立ち上げたセレスポ（東京都豊島区）によると、「立ち上げ当初から半年間に寄せられた問い合わせは80件余り。どこもこんなに運動会をしたかったのか」（同社開発営業部長 深澤勇太郎）と驚く。か

つて、自社工場の敷地を使って行われていたような福利厚生の一環としてではなく、近年の運動会はチーム・ビルディングが目的。組織の結束力を高めることに主眼が置かれているのである。

組織の結束力を高めるといえば、つい最近までは宴会や部署単位での旅行などがほとんどだったが、今なぜ運動会なのか。

深澤氏はこの点を、「運動会をしたいと感じている会社は、ひと通りの過程を経てきている。合併やM&Aで社員が増える一方、横のつながりは希薄になり、そうした状況に危機感を抱いた会社が申し込んでくる。企業は今、内部に深い結束力を求めている」と分析する。

収益は厳しいが信頼感が増す

セレスポが「運動会ドットコム」を立ち上げた後、提携を模索してくる旅行会社も現

お役立ち情報

社内運動会の傾向

運動会をしたいと申し込んでくる企業の多くが東京と大阪に本社を持つ会社で、地方の企業は少ない。また時期は、新入社員向け研修や五月病対策として5月頃に実施するところもあるものの、大半は9～11月に集中する。09年のピークは10月24日の土曜日だった。「体育の日を含め、10月前半までは子供の運動会などで時間が取れない。家族が揃って参加できるのは、ひと通りイベントが終わった10月下旬以降になる」（深澤氏）。

また、「チーム・ビルディングが目的なら、フットサルやバレーボールなども考えられるが、誰にでも一度や二度の経験があり、気軽に参加できることが重要。シリアスに勝ち負けを争う競技や、やったことがない特殊な競技は敬遠される」（同）。

望なビジネス。ただ、今までコミッションで成り立ってきた旅行業の観点からすれば、収益的には厳しい。現地集合・現地解散で、移動も宿泊も伴わないた

れ始めた。

実際、セレスポと提携して運動会ビジネスを行っている旅行会社もある。近畿日本ツーリスト東京西法人旅行支店（東京都新宿区）では、「観光からイベントを企画して販売する事業にシフトする自社法人営業の方針を受けて、大会や表彰式など企業が実施するイベントを積極的に手がけるようになった。運動会もその一環（同支店山川幸則次長）である。

「具体的に『運動会をしたい』という要望があるわけではなく、需要が見込めるという仮説で動いている。顧客の要望が寄せられ職場旅行はここ数年、復活傾向にあるが、500人、1000人といった規模になると実施は無理。そこで、全員が一緒にできるイベントは他にないかと考えたところ、運動会がぴったりだった。

昨年、ある金融機関の創立85周年を記念して職場旅行と運動会を提案した結果、見事受け、大成功を収めた。もともとこの金融機関では前年にも運動会を予定していたが雨天中止になっていた。そういう土壌があり85周年の節目に当たったため、社内運動会を実施できた」（山川次長）。

採算性はどうだったのだろうか。「運動会はイベント企画の中では有望なビジネス。ただ、今までコミッションで成り立ってきた旅行業の観点からすれば、収益的には厳しい。現地集合・現地解散で、移動も宿泊も伴わないた

運営会社との協業がベター

運動会の運営ノウハウを持つ旅行会社は少なく、運営会社との協業が不可欠。となると気になりなのは、最初は協業できても、次回からはクライアントと運営会社との直接取引



企業紹介 **運動会を事業の柱に**

セレスポは1977年創業。建築物の竣工式などのセレモニーや陸上競技会などのスポーツイベントの運営を手がける。社名「セレスポ」はこの2大事業から取ったもの。スポーツイベントは創業以来行ってきたが企業の運動会は売上の1割に満たないほどだった。しかし、景気の落ち込みが顕在化しはじめた2009年、自社が得意とする分野で最もエンドユーザーに分かりやすく、BtoCとしてアピールできる事業はないかとの発想で立ち上げたのが「運動会ドットコム」だった。

株式会社セレスポ
Tel:03-5974-1161 Fax:03-5394-7656
inquiry@cerespo.co.jp
http://www.cerespo.co.jp/

になるのではないかと。昨年、セレスポには大手旅行会社から支店単位で協業の問い合わせが相次いだ。セレスポを前面に出さない旅行会社もあれば、運動会提案の初期段階からセレスポの社員を同行させる会社もあり、まちまちだった。