

与件解説：インセンティブ旅行部門

提案対象

主催者

- ・イタリアに本社を有する、ラグジュアリー自動車メーカー

※本提案における「ラグジュアリー自動車」とは、新車価格1,000万円以上を目安とする高級乗用車を指す。
代表的ブランドとして、メルセデス・ベンツ、BMW、アウディ、レクサス、ボルシェ、ジャガー、ベントレー、ロールス・ロイス、フェラーリ、ランボルギーニ、アストンマーティン等の上位クラス車種を指す。

主催背景 (課題感)

- ・自社直販ではない、正規ディーラーを通じた販促が求められる中で、他社ラグジュアリー自動車メーカーとの優秀なディーラーの争奪戦が激化しており、金銭的なインセンティブに加え、非金銭的なロイヤリティを醸成する必要がある。
- ・EVなどを含めた新モデルを市場へ投入する中で、ディーラーに対して新モデルの技術やブランドを正しく伝えていく機会を求めている。
- ・世界各地で台頭する新興富裕層市場のディーラーに対して、ブランドエンゲージメントを強化する必要がある。これらディーラーは、成熟市場のディーラーと比較してメーカーとの取引履歴が浅く、関係性がまだ十分に構築されていないため、ブランドに対するロイヤリティの醸成が課題となっている。

※本提案における「新興富裕層市場」とは、過去10年で富裕層人口（純資産100万米ドル以上の個人世帯）が急速に拡大している地域市場を指す。
具体的には中国、インド、東南アジア（タイ・ベトナム・インドネシア等）、中東（UAE・サウジアラビア）等を対象とする。これに対し「成熟市場」とは、富裕層市場が既に形成・安定している北米・西欧・日本等を指す。

前提条件

- ・想定する参加者数：80名（すべて海外からの参加者、成熟市場から50名、新興市場から30名）
※日本のディーラーに対しては別プログラムを運用しており、今回は参加対象外とする
- ・想定するプログラム日数：4泊5日
- ・予算は、1名あたり200万程度を想定
※宿泊は四つ星以上のランクを想定、滞在中の各種プログラム費用を含む、世界各地の出発地から目的地間の往復航空運賃は含まない
- ・2028年の5月開催を想定。毎年この時期に世界各地で開催している。

想定するプログラム

日程	主な内容	活動の狙い
Day 1	・到着 ・ウェルカムレセプション	フライトの疲れを癒しつつ、歓迎の意を感じながら参加者間での交流を深めてもらう
Day 2	・セミナー&ワークショップ ・ディナー	終日、最新車種モデルに関するインプットや販促のための研修を実施 ウェルカムガラディナー（目的：参加者間のアイスブレイクとブランドの世界観への没入）で高揚感、一体感を高める
Day 3	・開催地文化体験 ・チームビルディング ・ディナー	ビジネスに繋がるインスピレーションを得られる文化体験やチームビルディングを実施 ディナーは自由時間とし、各自でローカルフードを堪能
Day 4	・自由時間 ・ビジネス戦略セッション ・ディナー	午前は自由時間を過ごしつつ、午後は今後のビジネス戦略を議論 夜はガラディナー（目的：プログラムの集大成として、優秀ディーラーの表彰などを実施）で参加者とのエンゲージを最高潮へ
Day 5	・モーニングラップアップ ・出国	インフォーマルな朝食会を通じ、参加者間で学びを共有 帰国へ

求める提案

① 開催都市

- ・なぜその都市で開催すべきなのか、サマリー
- ・基本インフラ情報：主要会場、宿泊ホテルなど

② 4泊5日のプログラム全体像

- ・想定するプログラムのフレーム（3ページ目）において、どこで、何をする？

③ 本インセンティブ旅行を開催する背景（2ページ目）に紐づいた施策

- ・②で提案するプログラムにおいて、特にどの活動がこれに該当する？
- ・その活動は、なぜ課題解決に寄与する？

※本提案においては、具体的なコスト（見積）提案は求めないが、予算と想定原価の整合性は求める

※時間内にピッチを完了させる前提で、上記与件以外の提案も歓迎する

インセンティブ旅行 部門

インセンティブ旅行

企業が、頑張った社員・取引先に贈る『成果報奨を兼ねた研修旅行』。観光が主目的ではない。

ディーラー

メーカーから自動車を生産して消費者に販売する販売代理店。メーカー最大の取引先パートナー。

EV（電気自動車）

Electric Vehicle。バッテリーとモーターで走る自動車。次世代モビリティの軸。

新興富裕層市場

過去10年で富裕層人口（純資産100万米ドル以上）が急拡大している市場。中国・インド・東南アジア・中東等。

ガラディナー（Gala Dinner）

式典性の高い大規模公式ディナー。表彰式やセレモニーを伴う。卒業パーティーのフォーマル版。

ラグジュアリー自動車メーカー

新車価格1,000万円以上を目安とする高級乗用車を製造するメーカー（ベンツ／BMW／ポルシェ／フェラーリ等）。

金銭的インセンティブ

販売奨励金や報奨金など、お金で報いる動機付け策。ディーラー販売促進の基本手段。

新モデル

メーカーが新規投入する車種・グレード。ディーラーへの研修・販売目標設定の対象。

成熟市場

富裕層市場が既に形成・安定している地域。北米・西欧・日本など。

チームビルディング

参加者がチームで課題に挑むアクティビティ。協働を通じて一体感・信頼関係を醸成する手法。

正規ディーラー

メーカーが正式に契約・認定した販売店。メーカー製品の販売・整備を独占的に行う窓口。

非金銭的ロイヤリティ

ブランドへの愛着・忠誠心など、お金以外で築く関係性。研修旅行や表彰がその醸成手段。

ブランドエンゲージメント

ブランドへの愛着・本気度。販売店スタッフがブランドを自分の言葉で語れる状態。

ウェルカムレセプション

到着初日に行う歓迎パーティー。立食形式で参加者同士の初対面交流を促す場。

想定原価／予算

イベント開催にかかる費用の見積もり（会場費・宿泊費・運営人件費等）。