

各社の制度に合わせた 細やかなカスタマイズが可能な 「えらべる倶楽部」

有用性の高い福利厚生アウトソーシングサービスの提供を目標にスタートしたJTBベネフィットの「えらべる倶楽部」。わが国最大の旅行会社JTBのノウハウを生かしたメニューや、導入企業の制度に合わせた細やかなカスタマイズが評価されている。その特長と今後の展開について、同社の皆見薫代表取締役社長に聞いた。

社員満足 ES を高める 福利厚生



JTBベネフィットは、JTBグループの福利厚生専門会社として2000年に誕生した。同社の皆見薫社長は、「それ以前から、JTBは旅行事業のなかで契約先を確保するために提供するなど、企業の福利厚生には長くかかわってきました」とその経緯を話す。

そうしたなかで得たノウハウとJTBならではの強みを生かして提供しているのが、福利厚生アウトソーシングサービス「えらべる倶楽部」である。そのサービスの内容について、「徹底してクオリティの高さを追求しています」と、皆見社長は胸を張る。

たとえば、宿泊施設は、全国で1日当たり約13万室を確保しているといわれるJTBグループの客室事前仕入れを活用することができると、多客期でも予約が取りやすいと評価は高い。「JTBが宿泊施設の皆様とおよそ100年かけて築いた信頼関係があるからこそ、これだけのボリュームの事前仕入れが可能になるのです」と、皆見社長は明かす。

申し込みの際には、全国7カ所の旅行受付専用コールセンターやホームページのほか、JTBグループの全国約1000店舗が利用できる利便性も見逃せない。

独自の企画やメニューが好評

ほかにはないユニークな企画も人気だ。都内の最高級フレンチレストランで開催した託児サービス付きコンサートプランは、満席の盛況ぶりだったという。「育児支援では、育児サービスクーポンや相談窓口を設置。また、介護についても介護補助金サービス、相談窓口を提供しています。ただし、これらは最低限のサービスです。さらに踏み込んで、育児や介護の不安を解消できるようなプログラムを提供したいと考えています」

「ファースト・バースデー・プロジェクト」に参画し、子どもの満1歳の誕生日にちよつとゼいたくな宿泊や食事で育児の労をねぎらうメニューを提供しているのもこうした考えからだ。

企業のメッセージを届ける福利厚生プラン

多彩で高品質のサービスメニューを揃える「えらべる倶楽部」は、導入企業の実情に合わせた

セ細やかにカスタマイズできる特長も備える。設計は三つのコースから選択できる(図2)。「精算コース」では、ランニングコストに当たる固定部分と補助金に使用する一時金を合わせた会費を支払う。一時金については各メニューの利用実績に応じて精算し、未利用分は返金や次年度への繰り越しが可能

組みだ。「メニューの選択やメニューごとの補助金設定を通じて、企業が従業員に対して効果的にメッセージを発することができ

現でできます」。

補助金を設計したうえで、月額会費を固定化する「定額コース」もある。もちろん、「カフェテリアプラン」

にも対応しており、現状の課題分析から制度設計、運用などをサポートする。

図1 生活設計支援サービス

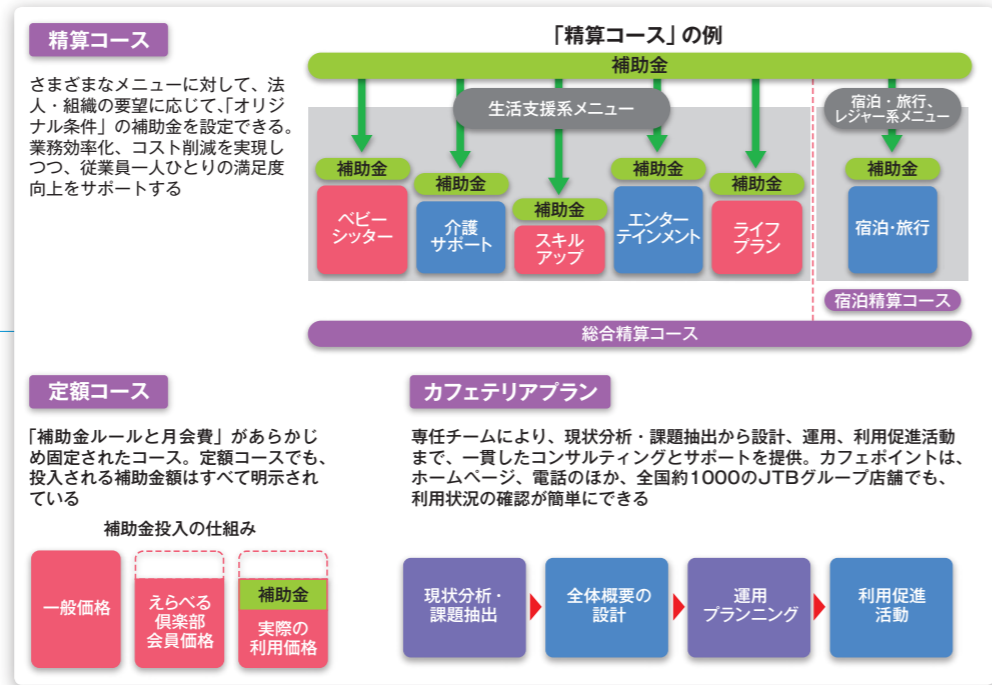


将来の生活を簡単にシミュレーションできる「望み鏡(ぼうえんきょう)®」の画面例(右)。人気メニューである生活設計支援サービス「暮らし・お金 コンシェルジュ」の導入部分だ。人生を見える化し、暮らしのマネーに関する知識を身につけたり、プロのアドバイスを受けたりするための基礎診断ツールである。また、セミナーや独自教材(左)も用意され、ライフプランやセカンドライフの個別診断も行う

さらに、制度の利用促進にも力を注ぐ。「当社では専任の利用促進部を設けて、利用率を分析しながら導入先企業と二人三脚で利用率向上に取り組んでい

ます」と皆見社長は語る。その企業独自の利用率向上プログラムを導入したり、チラシやメルマガで制度告知を

図2 「えらべる倶楽部」の三つの制度設計プラン



図るなど、10年の実績に支えられたさまざまなソリューションを提供する。導入後のフォローやメンテナンスの成果を社内評価に反映させていることから、その力の入れ方がわかる。

福利厚生担当者もウェブを通



皆見 薫
JTBベネフィット
代表取締役社長

独自開発した生活設計支援サービスも、好評なメニューの一つである(図1)。従業員の年代やライフスタイルに合わせて、個別診断、セミナー、テキスト、メール相談などを通じて生活設計を支援していくものだ。「中立の立場で、生活設計における課題の発見から、解決策提示やフォローまで、トータルにサポートするプログラムです。会員向けセミナーは毎回盛況で、法人からの個別オーダーも増え、この分野のニーズの高さを感じます」と、皆見社長も手応えを感じている。

の延長線上に答えはない」と考えている。「スケールメリットを生かすだけでなく、全国各地の地産地消型のメニュー開発が必要と考えています」。また、家族や職場をテーマにしたイベントも増やしていきたいという。実際、今夏に提供した農作業体験プログラムは、多くの参加者を集めた。

「よりハイタッチなサービスが求められる現在、当社も会員や企業の期待を上回るサービスを提供していきます」と皆見社長は意気込みを語った。