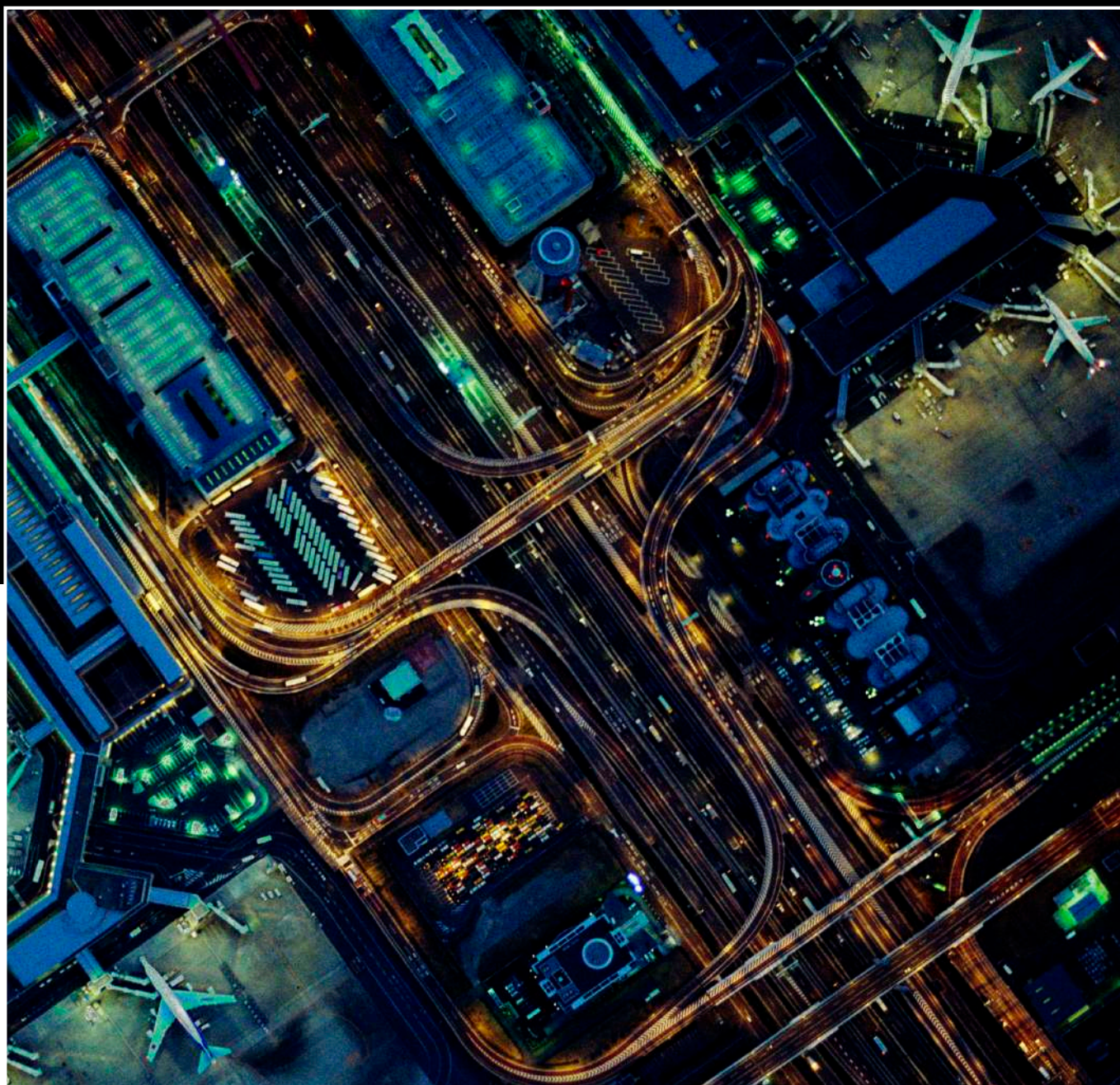
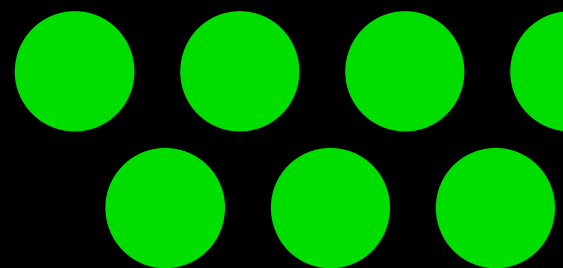
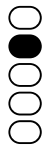


# 出張プログラムにおける テクノロジーの進化



# 目次



はじめに .....	3
主なポイント .....	4
TMC(旅行管理会社)と管理された出張プログラム .....	5
TMCとテクノロジー体験 .....	8
テクノロジー戦略と出張管理者が寄せる期待 .....	9
出張テクノロジーの採用 .....	13
出張テクノロジーをより詳しく .....	15
ダッシュボード .....	16
TMCのモバイルアプリ .....	17
サステナビリティ .....	18
NDC .....	19
人工知能(AI) .....	20
おわりに .....	21
アンケート実地概要と私たちについて .....	22-23

# はじめに

世界は新型コロナウイルスのまん延状態から抜け出し始め、日々の仕事環境が少しずつ元に戻りつつあります。企業やオフィスは元に戻りつつあり、人々の出張が徐々に回復しています。

出張業界が以前の状態に戻りつつある一方で、インフレや新型コロナウイルス感染者の急増、ロックダウンなどの逆風が世界経済にインパクトを与え、その影響は出張業界にも及んでいます。

しかしこのような状況下でも、企業は出張ポリシーの変更や更新、今後におけるテクノロジーニーズの再評価、サプライヤー（出張管理会社）の再検討など、さまざまな方法で出張プログラムの強化を進めています。

約2年間の出張中止を経て、出張業務で利用しているテクノロジーを再評価し、ニーズの変化を確認することは重要です。

- 出張管理者が利用するテクノロジーに満足しているか 2019年から出張テクノロジーのニーズに変化はなかったか。
- 出張管理者が出張テクノロジーに求めているものは何か。また、それが出張当事者が必要とし望むものか。
- 出張業務で利用しているテクノロジー機能が何か。
- コロナ禍を経て、TMCや提供されるテクノロジーソリューションの役割が何か。

この調査では、「出張管理者の役割」と「出張プログラムとTMCとの関係」が、テクノロジーによってどのように変化したのかを深掘りしていきます。

本調査は北米、ヨーロッパ、アジア太平洋地域の出張管理者（グローバルビジネストラベル協会[GBTA]の現旧メンバーを含む）を対象とし、次に挙げるようないくつかの主要なトピックを取り扱っています。



**1. テクノロジーがもたらした出張管理者とTMCの役割の変化:** 出張管理者がそのテクノロジーにどれくらい詳しいでしょうか。テクノロジーによって出張管理者の役割はどのように変化したのでしょうか。出張管理者は今の出張テクノロジーに満足していますか。

**2. 旅行管理会社:** 旅行管理会社（TMC）を選定するうえで、最も重視している要素は何ですか。出張管理者は利用するTMCを選定する際、他の検討事項（カスタマーサービスや料金など）よりもテクノロジーを重視していますか。出張管理者、お客様が利用しているTMCの最大の強みと弱みは何でしょうか。企業での出張テクノロジー戦略はどのようなものですか。お客様が世界全体で利用するTMCはいくつあるでしょうか。

**3. 出張テクノロジーの採用:** 社員はテクノロジーにどの程度精通していますか。現在、出張で利用しているテクノロジーは何ですか。また、社員が利用できる出張テクノロジーは何ですか。

**4. テクノロジーの動向:** 出張プログラムでのNDC (New Distribution Capability)、モバイルアプリ、AIの活用状況はどうでしょうか。出張管理者はこれらについてどの程度知っているのでしょうか。また、このようなテクノロジーにどの程度の関心がありますか。

# 主なポイント

- 出張管理者がTMCを選定するにあたって最重要視するものはテクノロジーです。これは料金やコスト、アカウント管理の質やサポートの手厚さを上回ります。出張管理者のおおよそ5人に3人(59%)は、TMCの選定にあたって「最も大切な要素のひとつはテクノロジーである」と回答しています。一方、出張管理者の約5人に2人(42%)が、利用している主要なTMCの最大の弱みとしてテクノロジーを挙げています。
- ほぼすべての出張プログラム(96%)で「オンライン・ブッキング・ツール(OBT)」が使用されています。OBTは出張プログラムの構成要素に含まれる最も一般的なテクノロジーだと言えます。しかしながら、それ以外のテクノロジーソリューション(レポートダッシュボード、TMCのモバイルアプリ、再購入ツール、オンライン決済など)はそれほど利用されていません。このことから、出張管理者の多くが出張テクノロジーと聞くと、ほぼOBTのみを連想するだろうことがわかります。つまり、効率性を高めたり、出張プログラムの構成を合理化したりする他のソリューションが認知されていない可能性があります。
- オンライン予約ツールを利用してサステナビリティ推進を行っている出張プログラムはほとんどありません。OBT上の検索結果で「二酸化炭素排出量が表示される(44%)」「検索結果で二酸化炭素排出量の少ないフライトが優先的に表示される(10%)」「サステナビリティに関するメッセージが表示される(4%)」「検索結果からサステナビリティが低い選択肢が除外されるよう設計されている(2%)」という回答は、いずれも半数以下でした。しかし、出張管理者のある程度は、OBTでこのようなコトを行える様な設計に関心を抱いています。サステナビリティへの関心が高まり、OBTで関連機能が設計され、出張管理者がより知識を得るようになれば今後このような機能の実装が一般的になっていくかもしれません。
- チャットボットへの関心が広がっています。これは、出張者の質問への回答、予約のサポートを行うことのできるチャットボットです。しかし、関心の高さに反して大半の出張プログラムには組み込まれていません。TMCのアプリに「出張者の質問に回答できるチャットボットがある(44%)」「出張者の予約をサポートできるチャットボットがある(29%)」と回答した出張管理者は半数以下でした。
- AIは、出張業務の運用方法を劇的に変革させる可能性を秘めています。「レポートの強化(87%)」や「データクレンジング(82%)」「検索結果のパーソナライズ(78%)」「経費レポートの監査(62%)」など、出張管理者はAIの活用に関心を示しています。
- 出張管理者のNDCに関する理解度はまちまちで、多くはNDCに関する知識が十分ではありません。NDCについて、出張管理者の約3人に1人(30%)が「ある程度知っているがもっと学ぶ必要がある」と回答しています。一方で、5人に1人は「ほぼ知らない」「わずかに知っている」(それぞれ20%)と回答しています。おおよそ5人に1人(21%)が利用しているTMC/OBTを通じて「出張プログラムでNDCコンテンツを提供している」と回答した一方で、3人に1人(34%)は、提携しているTMC/OBTがNDCコンテンツを提供しているかどうかすらを把握していません。つまり、多くの出張管理者はNDCをそれほど重要視していないことがわかります。

# TMC（旅行管理会社）と 管理された出張プログラム

出張管理者は数々の責務を担っています。例えば、出張ポリシーの策定、RFP（提案依頼書）の実施、自社のプログラムを支える出張関連テクノロジーの選定などです。

2020～2021年は世界的に新型コロナウイルスがまん延し、ほとんどの出張が中止されました。しかし、出張が再開した昨今、これまで以上に出張管理者は出張プログラムの要となっています。

出張管理者に、自身が自社で果たすべき役割として最も重要だと考えるものを挙げてもらったところ、次のような回答となりました。

- 約5人に1人（22%）が、TMCとの関係性を注視することだと回答
- 次点以降が、RFPの実施/サプライヤーとの価格交渉（17%）
- 出張者のサポート/予約時のトラブル対応（12%）
- 出張ポリシーの策定または実施（12%）
- テクノロジーの選定/実装/監視（予約ツール、出張管理アプリなど）（12%）
- リスク管理/出張者の把握/注意義務に関する責任の履行（11%）

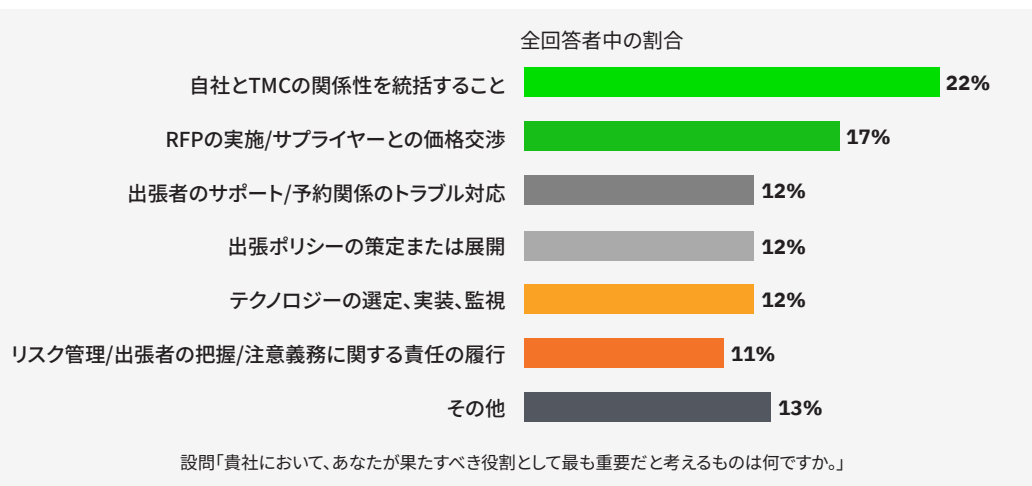
TMCが出張で中心的役割を果たしていることを踏まえると、多くの管理者がTMCとの関係性を注視することを最も重要な仕事だと認識していることは、まったく驚くことではありません。

またTMCは通常、そのテクノロジーを一括で提供しているため、テクノロジーの選定や導入、監視に関しては出張管理者の役割としてそれほど重要だと捉えられていないのでしょうか。

**出張が再開し、これまで以上に出張管理者は出張プログラムの要となる事が予想されます。**



## 出張管理者が果たすべき役割として最重要と考えるもの





出張管理者にとっては、TMCとの関係性の管理が必須であることが明らかになりました。では、出張管理者がTMCを選定するにあたって最も重要視している要素とは何でしょうか。

最も多かった回答は「テクノロジー」で、約10人に6人(59%)が最も重要だと回答しています。次点以降は、そのTMCのグローバル拠点(45%)、料金やコスト(42%)、アカウント管理/サポートチームの質(40%)となります。

世界のどの地域を見ても、出張管理者がTMC選定時に考慮する要素として「テクノロジー」が最も多く挙がっています。

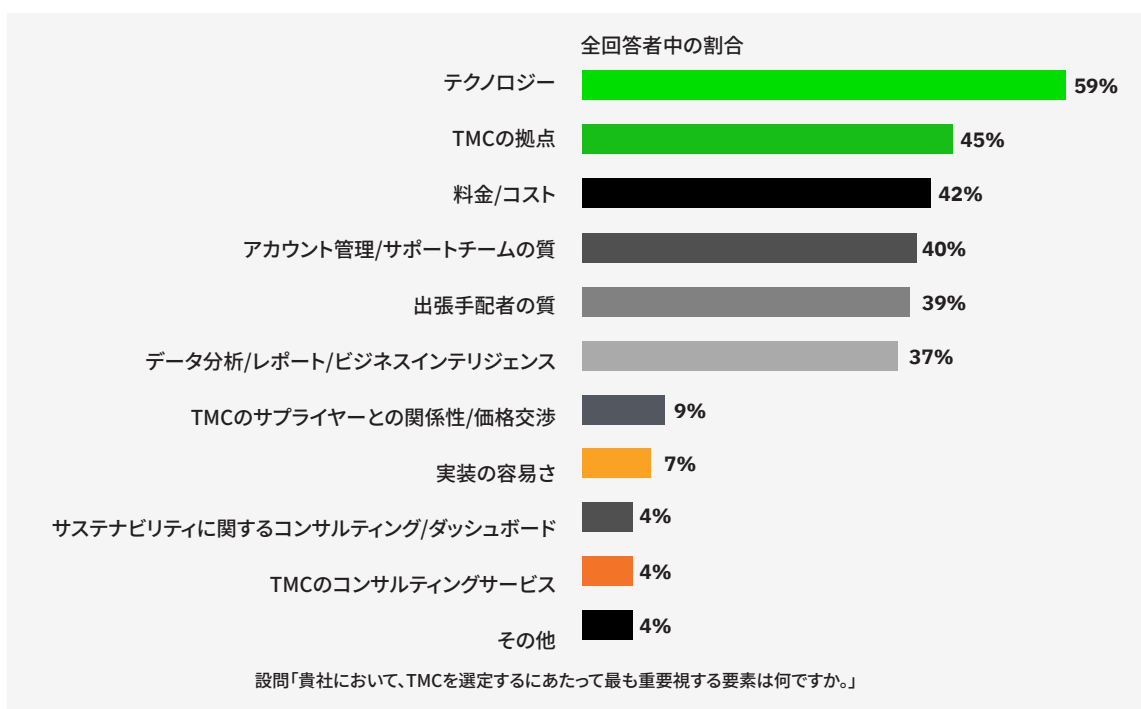
他には、出張エージェントの質(39%)、データ分析レポート/ビジネスインテリジェンス[BI](37%)などが挙がりました。つまりこれは、テクノロジーによって提供できる重要な機能です。

TMC選定時にそれほど重要視されていない要素(地域問わず)は、

TMCのサプライヤーとの関係性/価格交渉(9%)、実装の容易さ(7%)、サステナビリティに関するコンサルティング(4%)、TMCのコンサルティングサービス(4%)でした。

出張管理者はこのようなサービスをTMCの中心的役割として必須だとは考えておらず、他のTMCと比較検討する際の要素としてもそれほど重きを置いていないことがわかります。

## TMC選定にあたる最も重要な要素





出張テクノロジーを  
十分に理解してるのは、  
出張管理者の3人に2人。

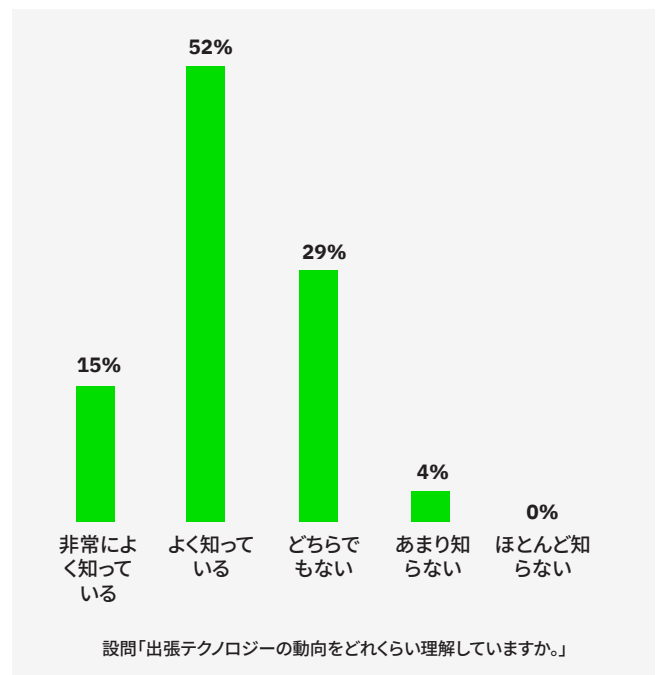
出張管理者は、自社の出張関連業務においてテクノロジーが果たす重要な役割を認識しているものの、それに関する理解は個人でまちまちです。

実際のところ、出張テクノロジーの動向については「非常によく知っている (15%)」、または「よく知っている (52%)」と回答しています。

一方、3人に1人は「どちらでもない (29%)」、「あまり知らない (4%)」と回答しています。つまり、業界内でコミュニケーションや教育の充実 (利用可能なテクノロジーの種類や仕組み、メリットについて) を図ることで、テクノロジーへの理解やニーズを高められる余地があります。

興味深いことにAPAC地域 (46%) の出張管理者は、北米 (25%) やヨーロッパ (26%) と比較すると出張テクノロジーの動向に関する理解を「どちらでもない」と回答する傾向が高くなりました。

### 出張テクノロジーの動向に関する出張管理者の理解



# TMCとテクノロジー体験

TMCは、出張管理や出張者のサポート、コンサルティングサービス、出張ポリシーの策定支援、テクノロジー（主にオンライン予約ツール、モバイルアプリ、データ可視化ツールなど）、従業員の個人旅行に至るまで、多種多様なサービスを顧客に提供しています。

TMCは出張プログラムにおいて中心となる存在であるため、出張管理者はTMCに何を求めるのかについて常に考えています。

また出張管理者はTMCの主な強みと弱みについてよく理解していて、このことがサプライヤーの選定に影響を及ぼします。

提携しているTMCに関して、強みのトップ3をたずねたところ、中でも「カスタマーサービス」と「TMCのグローバルな事業展開力」が最も多く挙がりました。

TMCの強みとして特に多かった回答は、「アカウント管理/サポートチームの質 (50%)」、「出張管理会社の質 (44%)」、「TMCのグローバル拠点数[自社の事業展開エリアにおけるサービス] (43%)」でした。

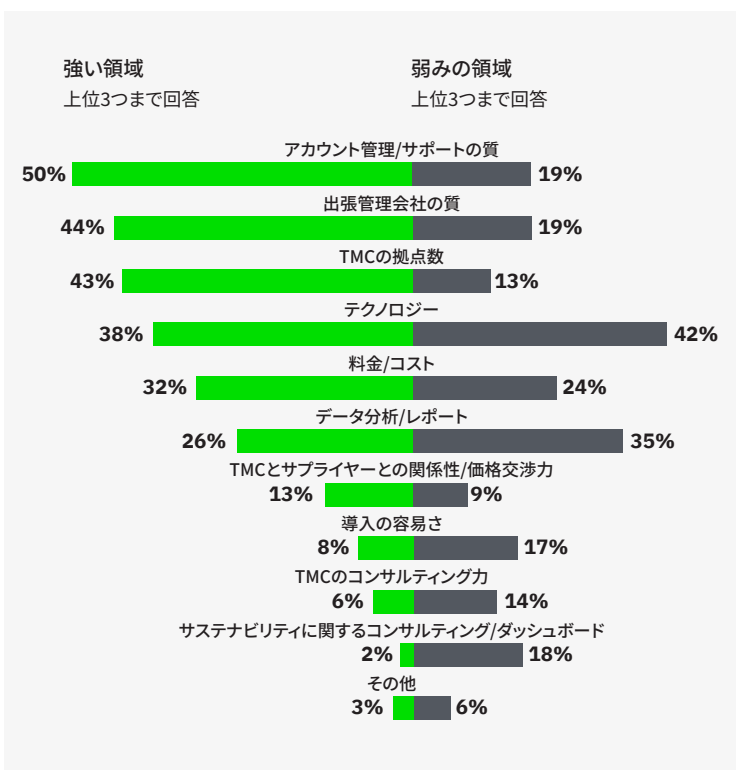
わずか及ばず次点以降となったのは、「テクノロジー (38%)」、「料金/コスト (32%)」、「データ分析/レポート/ビジネスインテリジェンス[BI] (26%)」でした。

前述の通り、出張管理者はTMCとの関係性を大切にすることを自身の最重要な役割だと考えているため、TMCのサポートやグローバルな事業展開力を大きな強みだと捉えているのは自然なことです。またこのような強みは、出張管理者がベンダー管理にあたって頼りにすることの1つでもあります。

「テクノロジー」の管理にはかなり慣れていますが、瞬く間に移り変わる「出張テクノロジー」の世界においては、変化や最新情報に後れないように時間を割いています。

出張の購買担当 (イギリス)

## 提携している主要なTMCについて: 強みと弱み





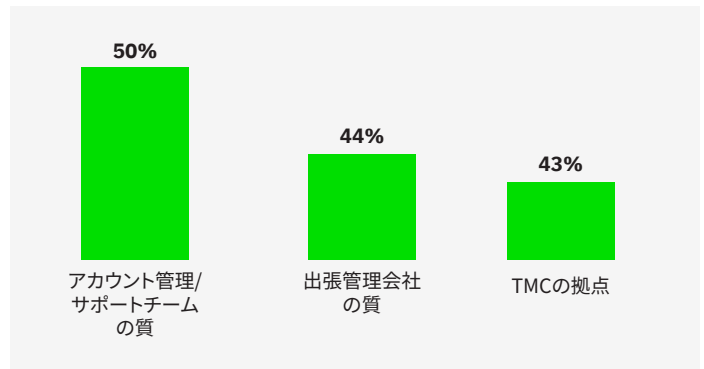
反対に、TMCの主な弱みについてたずねたところ、テクノロジーとコストにまつわる問題が、サービスに関する懸念よりも上位となりました。出張管理者にとって、テクノロジーは「TMC選定にあたる最も重要な要素」である一方で、一般的に弱みとしても捉えられている傾向が強いということです。

実際に出張管理者の10人に4人が、TMCの弱みは「テクノロジー（42%）」だと回答しました。次点以降は、「データ分析/レポート/ビジネスインテリジェンス（35%）」、「料金/コスト（24%）」でした。

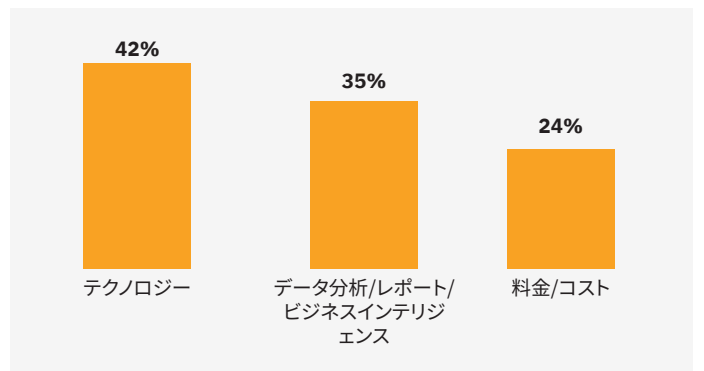
注目すべきは、上位2つの弱み（「テクノロジー」「データ分析/レポート/BI」）は密接に関わり合っているということです。テクノロジーによって生成されるデータ分析がその例にあたります。つまり、テクノロジーは多くの出張管理者にとって悩みの種であると言えます。

また世界の地域に関わらず、出張管理者にとって「テクノロジー」、「データ分析/レポート/BI」、「料金/コスト」がトップ3の弱みとなっています。つまり、このような問題に最もうまく対処できるTMCが、顧客とシェアを拡大できる可能性が高いのでしょう。

### TMCの強み: トップ3



### TMCの弱み: トップ3



# テクノロジー戦略と出張管理者が寄せる期待

テクノロジーの重要性がわかったところで、今度はテクノロジーが出張にどのように組み込まれ、管理者がそこに何を期待しているのかを知ることがTMC側と業界全体にとってニーズや機会を捉えるために大切となります。

新型コロナウイルスの影響で、テクノロジーを重視する旅行会社の合併や買収が増えました。<sup>1</sup> 30 Seconds to WhereTo、Shep、Pana、TravelBank、Lola、Yapta、Rocketripなどはその一例です。<sup>2</sup> またこれにより、スタートアップ企業やその他プロバイダーからテクノロジーを直接入手することが前よりも困難になる可能性があるため、多くの企業は出張テクノロジーに関して以前よりTMCに依存するようになります。

<sup>1</sup> <https://www.businesstravelnews.com/Procurement/Who-Bought-Whom-in-2020>

<sup>2</sup> <https://www.businesstravelnews.com/Procurement/Who-Bought-Whom-in-2021>



多くの出張管理者(46%)が、出張テクノロジーの多くを提携TMCから入手していると回答しています。しかしOBT、リスク管理会社、スタートアップ企業やアプリなど他のパートナーとの直接契約を通じて、外部ソースからプログラムに組み込まれているテクノロジーもあります。

- 出張管理者の4人に1人が、出張プログラムのテクノロジーの「すべて(23%)」あるいは「一部(23%)」を、提携しているTMCから入手していると回答しています。
- 北米(23%)、ヨーロッパ(14%)と比較すると、APAC地域を拠点とする出張管理者(39%)のほうが、「すべてのテクノロジー」を提携しているTMCやその提携先から入手している傾向にあります。
- 直接契約のプロバイダー(OBTプロバイダー、リスク管理会社、スタートアップ企業やアプリ提供会社など)からすべてのテクノロジーを入手している出張プログラムは、全体の1/10未満(7%)でした。

出張管理者の4人に1人が、「自社のプログラムではテクノロジーの大半をプロバイダーとの直接契約を通じて入手している」と回答しており、出張テクノロジーとOBTを関連付けて考える出張管理者が多いと言えます。つまり出張管理者は、OBT以外の他の選択肢やテクノロジー提供者を認知していない可能性があるということです。

出張管理者になったばかりで、まだツールの使い方をいまいち把握できていません。

チームの人々に頼ってばかりですが、皆はこのツールに非常に慣れているようでした。

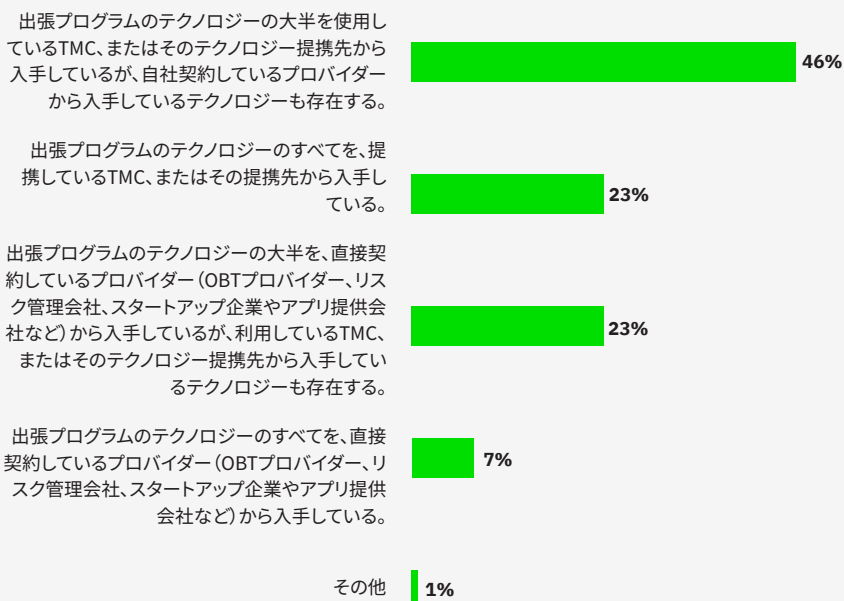
我々にとっての最大の課題

は、TMCと当社が所有しているすべてのシステムを統合し、しっかりと機能させ定期的にアップデートしていくことです。

出張の購買担当(アメリカ)

## 貴社のテクノロジー戦略として、最も当てはまるものを教えてください。

全回答者中の割合



「出張プログラムのテクノロジーを簡単に管理できてはいますが、技術的な知識がないためにアップデートや設計を行えるようなプログラムを必要としています。」

出張の購買担当（アメリカ）

出張管理者がTMCに寄せている主な期待は、自社が事業を展開しているすべての地域・市場において、一貫性のあるテクノロジー体験を受けることです。

平均して、出張管理者のおよそ10人に9人（94%）が「一貫性のある体験」を「非常に重要である」または「重要である」と回答しています。ヨーロッパ（97%）、北米（96%）という数字はAPAC（84%）よりも若干高い割合でした。

一貫性のあるサービス体験を重視する一方で、出張管理者が出張プログラムのテクノロジーの管理や導入、監督や使用にかける時間はまちまちです。

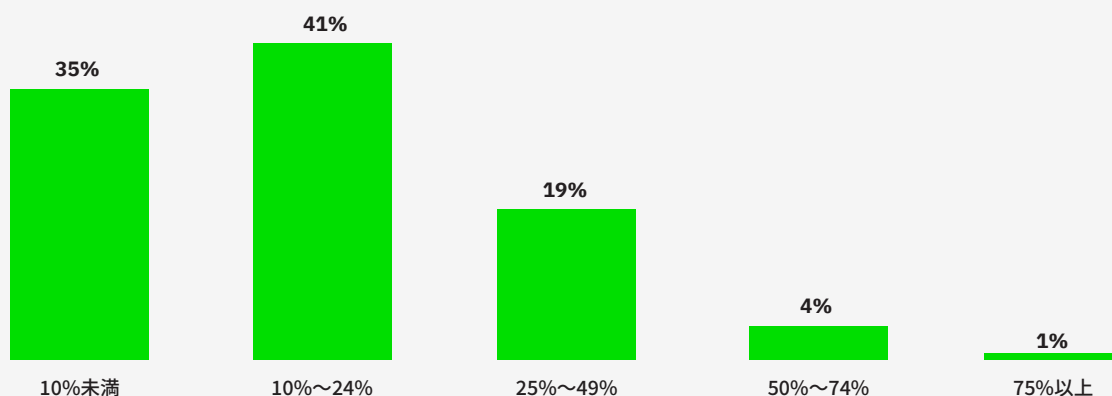
総労働時間に対してテクノロジー管理に費やしている時間は、約3人に1人（35%）が10%未満、約5人に2人（41%）が10%～25%と回答しています。

また25%～50%と回答した出張管理者はおよそ5人に1人（19%）でした。

出張管理者が出張テクノロジーの管理に費やしている時間がまちまちであるということは、彼らの多くが何かしらの課題を抱えている、もしくは管理時間をさらに要するテクノロジープラットフォームが他にも複数利用されている可能性があります。

多くの出張管理者、特にテクノロジーの管理に労働時間の25%を使っていると回答した出張管理者は、管理時間の削減につながるような出張テクノロジーの合理化をより期待していることでしょう。

## テクノロジーの管理に費やしている時間



設問「あなたの役割において、出張テクノロジーの選定、導入、形成、継続的なトレーニングやサポートの提供に平均どれくらいの時間を費やしていますか。」

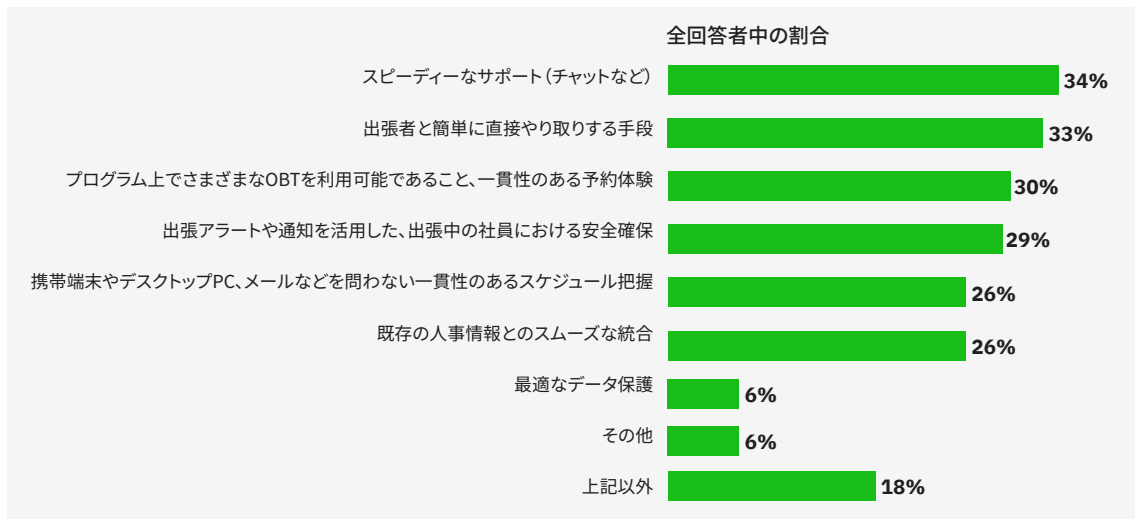
出張管理者が抱えている他のニーズからも、テクノロジーの管理に多くの時間を費やしている原因がうかがえます。主要なTMCによって提供されているテクノロジーについて上位のニーズをたずねたところ、「チャット機能を活用した迅速なサポート(34%)」「出張者と簡単にやり取りする手段(33%)」「複数のOBT間で一貫性のある予約体験(30%)」「出張者の安全確保(29%)」「端末を問わない一貫性のあるスケジュールの把握(26%)」「人事情報とのスムーズな統合(26%)」など、さまざまなニーズが浮かび上がりました。

興味深いことに、「適切なデータ保護」を求める回答はごくわずか(6%)でした。これは、テクノロジープロバイダーや社内のIT部門がセキュリティシステムやファイアウォールを使って強力な保護を提供できている可能性を示唆しています。

このように、TMCのテクノロジーに関するニーズはさまざまですが、出張管理者は時間削減につながるソリューションに価値を見出していると言えます。



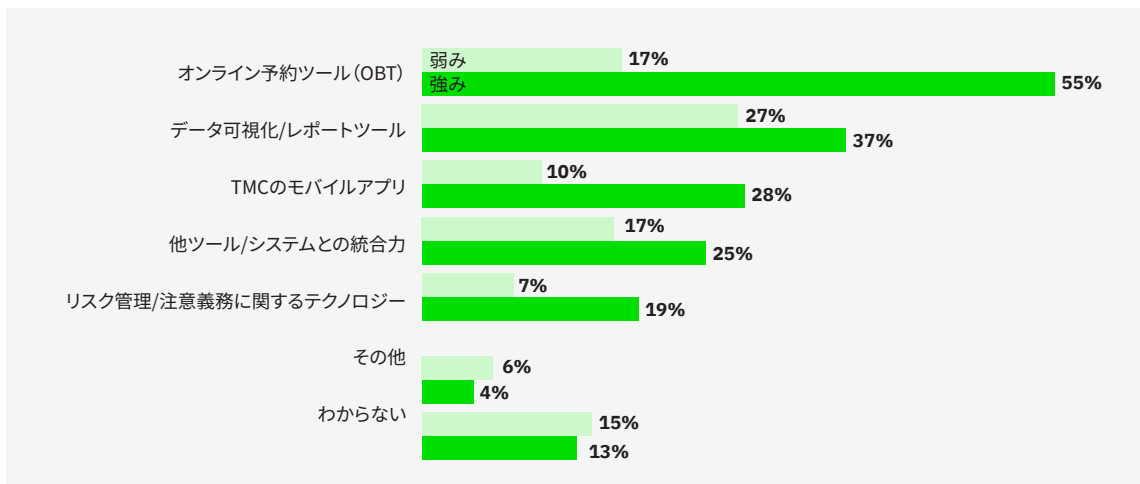
## 出張管理者が主要TMCのテクノロジーに求めるもの



出張管理者の半数以上(55%)が、OBTを「TMCが提供する中心テクノロジー」として最も強い部分だと考えています。次点以降は「データの可視化/レポートツール(37%)」「TMCのモバイルアプリ(28%)」でした。

他にも、「TMCと他社ツール・システムとの統合(25%)」「リスク管理/注意義務に関するテクノロジー(19%)」などが挙がりました。

## TMCが提供する中心テクノロジーにおける強みと弱み



出張管理者の半数以上が、提携しているTMCが提供するテクノロジーの強みをOBTだと感じていることから、多くの出張管理者は出張テクノロジーをOBTそのものとして認識している可能性があると言えます。

しかし、OBT以外にも出張プログラムのテクノロジーを合理化し、効率性を高めることができるソリューションは存在します。

同様に、出張管理者はTMCのデータ可視化やレポートツールを強み(37%)だと回答していますが、一方で約4人に1人(27%)は弱みだと回答しています。

業界がデータ分析と可視化にシフトしていることを考えると、デジタルが与える付加価値へのニーズはますます高まっています。

# 出張テクノロジーの採用

出張プログラムで主に利用されているテクノロジーツールとプラットフォームは、大半がOBT(95%)、次いでレポート/分析ダッシュボードテクノロジー(73%)、TMCのモバイルアプリ(63%)でした。

ダッシュボード/レポートの重要性、そしてユーザーの業務を簡素化できるモバイルアプリの普及から考えると、多くの出張管理者がこのようなツール/プラットフォームをプログラムに組み込んでいることは当然だと言えます。

しかし、ホテル(35%)やフライト(31%)の再予約ソリューション、オンライン決済(22%)、オフライン予約の取り込みツール(19%)のような一部の最新テクノロジーは、それよりも下位となりました。

自動再予約や、他テクノロジーとの統合などを行える最新ソリューションに馴染みのない出張管理者が多いのかもしれない。

しかし、最新ソリューションを組み込んで時間とコストの削減からレポート機能までを実現し、そうしたメリットを提供できるプロバイダーやTMCが存在しています。

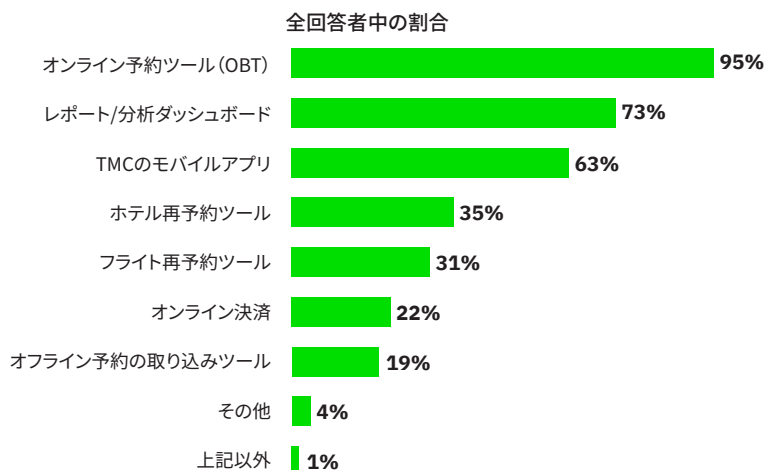
プログラムに新しいテクノロジーを組み込む可能性について、現在OBTや分析ダッシュボードテクノロジーを利用していない管理者の約3人に2人(67%)が「来年は利用する可能性が高い」と回答しています。

またTMCのモバイルアプリ(38%)、フライト(37%)やホテル(35%)の再予約ツール、オンライン決済(32%)、オフライン予約ツール(32%)が組み込まれていないプログラムを利用している出張管理者の約3人に1人が、来年中にこれらのソリューションを組み込むことを予定しています。

企業に外部システムを導入する際に発生する多くのセキュリティ・ITに関する問題を考えると、これからもテクノロジーの実装には困難が付き物です。サプライヤーにとっても同じことが言えます。

出張の購買担当(アメリカ)

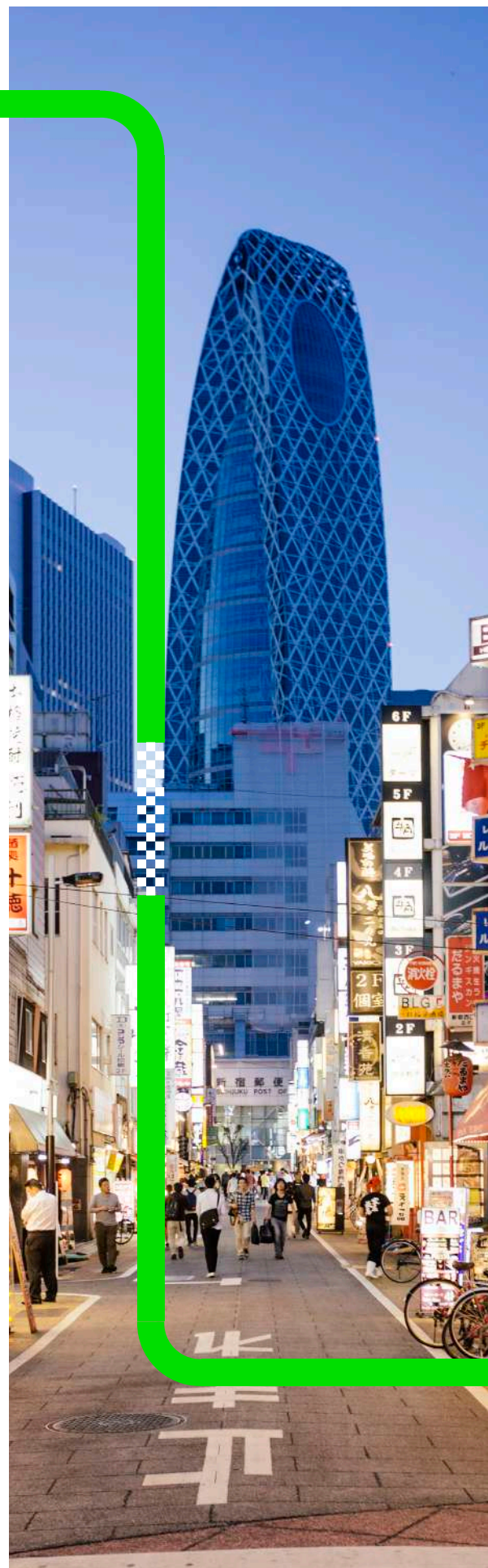
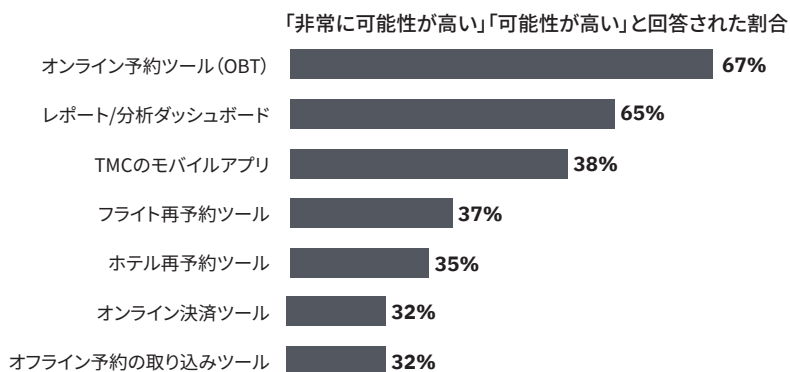
## 現在利用しているツール/プラットフォーム



出張管理者がこのようなテクノロジーについて、それらが出張プログラムにもたらすメリットを知らずにいるとテクノロジーの採用に対する期待が低くなりやすいと言えます。

またテクノロジープロバイダーにとっては、こうしたソリューションについて出張管理者に説明しメリットを伝える機会があると考えられます。

## 来年から利用する可能性のあるプログラム



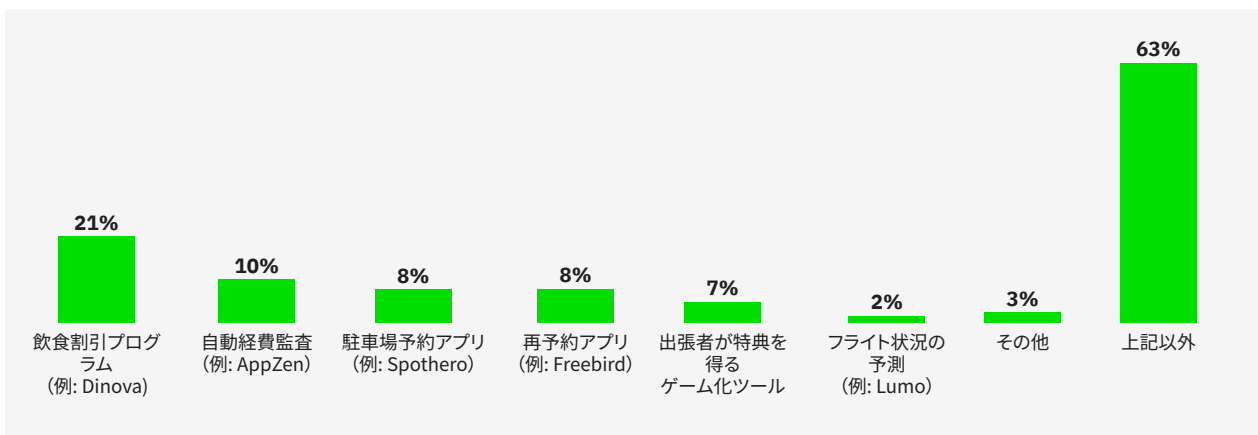
# 出張 テクノロジーを より詳しく



しかし現在、そのような企業を活用している出張プログラムは一部のみです。例えば、次のようなものがあります。

- **飲食割引プログラム:** Dinovaは、法人クレジットカードと連携した飲食特典プログラムを提供しています。従業員が特定の提携先レストランやチェーン店で法人クレジットカードを利用すると、従業員にポイントが付与されたり、企業が払い戻しを受け取ったりできます。現在、このようなプログラムを活用している出張プログラムは約5件に1件(21%)です。
- **駐車場予約アプリ:** 一部のプラットフォーム(例: Spothero)では、出張者が目的地近くの駐車場を事前に予約できます。出張プログラムではこうした駐車場確保のテクノロジー会社用のアカウントと連携することも可能です。しかし、現在このようなサービスを従業員に提供していると回答した出張管理者はたったの8%です。
- **疑似ゲーム化(ゲーミフィケーション):** ゲーミフィケーションプラットフォーム(例: Rocketrip)を利用すると、企業はコストを削減した出張者にポイントを付与することができます。これは、出張者が「企業ポリシーで定められているよりも安いフライトを予約する(例: ビジネスクラスの代わりにエコノミークラスを利用)」と、プラットフォーム上で現金やギフトカードと交換できるポイントを付与することができるというものです。現在このようなプラットフォームを利用しているのは出張プログラム全体の7%に留まります。
- **時差ボケ対策アプリ:** 時差ボケ対策のアプリ(例: Timeshifter)は、各地へ飛び回る出張者が新しい時間帯に慣れるために利用できます。このようなアプリでは、推奨就寝時間、カフェインの自制、太陽光の摂取などを推奨します。出張プログラムはこのような企業と連携して全従業員へとアプリを提供することができます。しかし調査対象の中でこのようなサービスを利用しているという回答はありませんでした。

## 従業員に提供しているテクノロジー



## ダッシュボード

現在、よく利用している出張テクノロジーを深掘りすることで出張管理者の状況を知り、その内容から出張業務における新たな可能性を特定することができます。TMCは何十年の間、お客様が出張費やポリシー遵守、改善ポイントを把握できるようなレポートを提供し続けてきました。近年では、TMCや業界関係者は静的なレポートからインタラクティブ(相互に作用する)なオンラインダッシュボードの提供に切り替えています。

しかし、これはまだかなり発展途上の段階だと言えます。

レポート/分析ダッシュボードは出張プログラムの約3件に2件(68%)にあるものの、次のような回答がありました。

- 3人に2人がツール上でカスタマイズできるレポートを作成可能だと回答
- 半数(50%)が、リアルタイムでのデータ表示が可能だと回答
- 3人に1人(33%)のみが、複数の情報源からのデータを統合可能だと回答

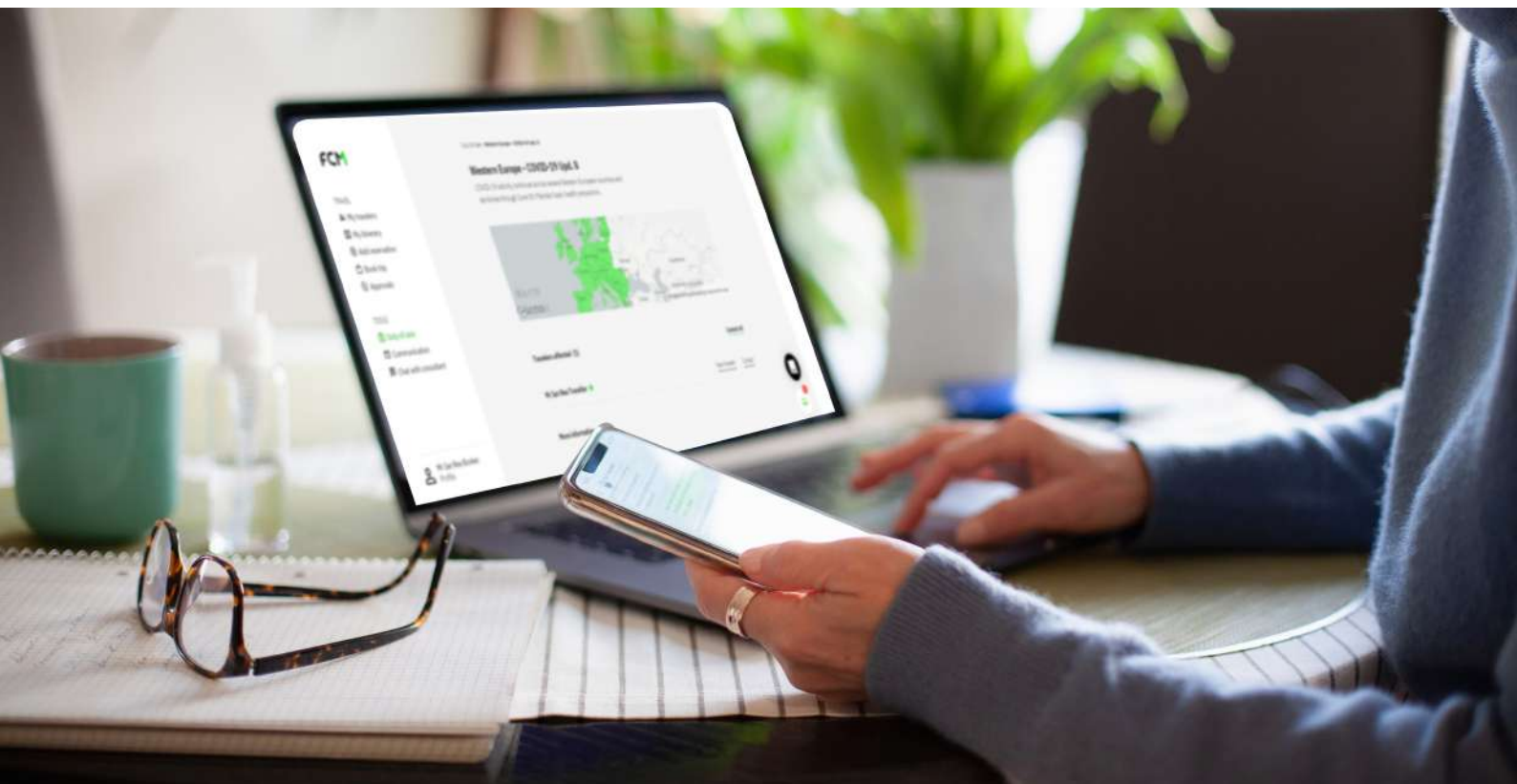
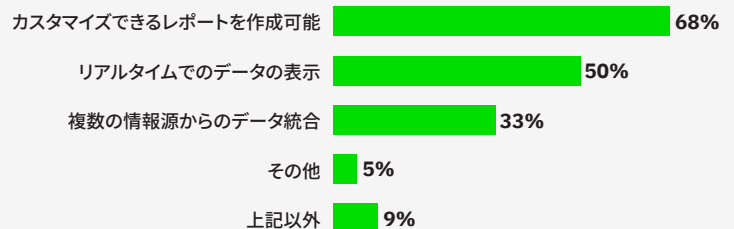
以上の事から、相当数の回答者(35%)がデータ分析/レポート/ビジネスインテリジェンスを主要TMCの弱みとして挙げた理由がわかります。

この傾向は調査対象となったすべての地域で同じでした。つまり、追加ソリューションの提案が強く歓迎される可能性が高いと言えます。

「組織全体の出張を管理できるプログラムを活用することで、より簡単に経費管理を行い、現代において重要なリアルタイム情報を数多く入手できるようになると考えています。」

出張の購買担当(イタリア)

## レポート/分析ダッシュボードの機能







## TMCのモバイルアプリ

TMCのモバイルアプリがあれば、技術的機能を強化できる可能性もあります。TMCのアプリは単なる旅程管理アプリから、出張者が出張を自己管理するために活用できるより優れたツールへと次第に変化しています。出張管理者の3人に2人(63%)が、プラットフォームでTMCのモバイルアプリを利用していると回答しています。

しかしアプリで提供されている機能は一方的な情報提供や取引が主体となっているものが多く、コミュニケーションの双方向性が低く、カスタマイズも柔軟ではありません。例:

- TMCのモバイルアプリの大半が旅程管理を提供(87%)
- 出張の予約(82%)
- 出張の最新情報/アラート(74%)
- リスク/安全に関するアラート情報(67%)

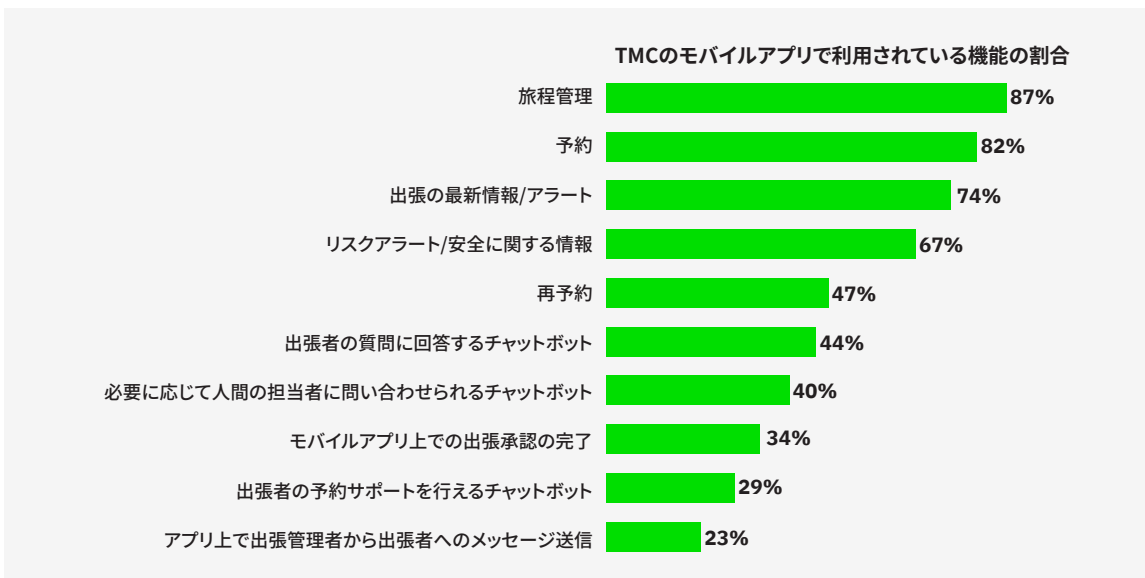
TMCのアプリの機能として一般的ではないもの:

- 再予約機能(47%)
- 出張者の質問に回答するチャットボット(44%)
- 対人サポート機能(40%)
- アプリ上での出張承認(34%)

あまり提供されていないその他の機能としては、「出張者の予約をサポートするチャットボット(29%)」「アプリ経由で出張者と直接メッセージのやり取りができる機能(23%)」が挙げられています。

出張プログラムでTMCのモバイルアプリの採用が相対的に広がっていることから、今後は出張者とのインタラクティブなコミュニケーション(人間の担当者かチャットボットかを問わない)を行える機能が求められる可能性が高いでしょう。

## TMCのモバイルアプリに含まれている機能



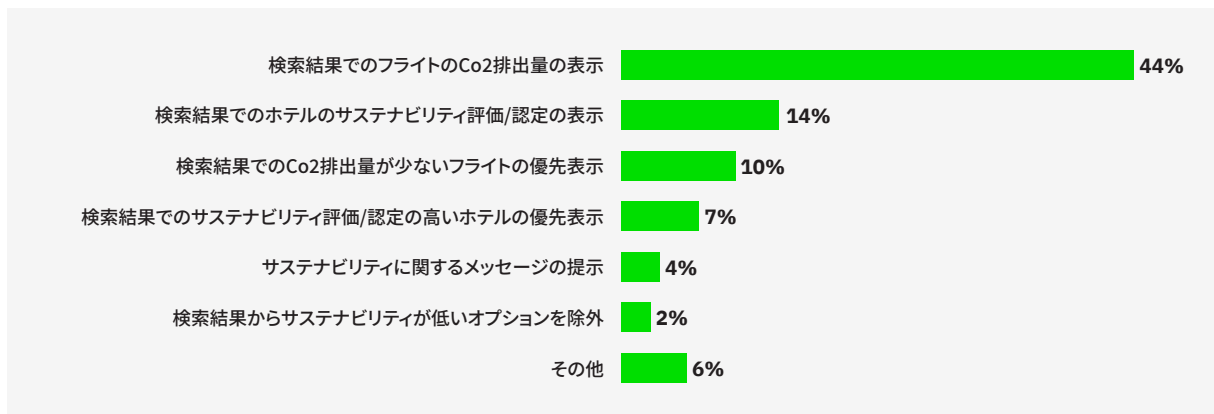
## サステナビリティ(持続可能性)

業界内でサステナビリティやCo2排出量削減への関心が高まっていることを踏まえると、出張管理者や出張者がOBTにサステナビリティを推進する機能を求めるケースも増えると考えられます。しかし一方で、環境問題や二酸化炭素排出量削減に対する、サステナビリティについての情報を提供しているOBTはほぼありません。事実、検索結果で二酸化炭素排出量を表示しているOBTのほうが少ないです(44%)。

その他のサステナビリティ関連情報の例として、検索結果での「ホテルのサステナビリティ評価の表示(14%)」「Co2排出量が少ないフライトの優先表示(10%)」「サステナビリティ評価が高いホテルの表示(7%)」などがあります。サステナビリティに関する情報提供機能が組み込まれているOBTが少ないことから、OBTやTMCにはサステナビリティの指標を取り入れる余地があると言えます、出張プログラムにサステナビリティを含めたいと考える出張管理者から高評価を得られるはずで

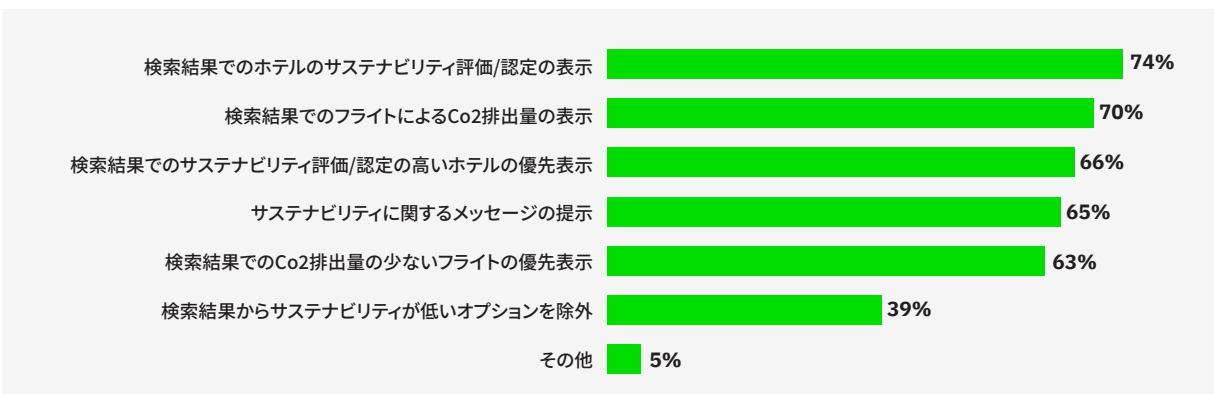


## 現在のOBTで利用されているサステナビリティに関する機能



OBTにサステナビリティに関する機能が含まれているケースは比較的小さいものの、持続可能な出張を推進することへの関心は高まっています。実際に出張管理者は、出張者へサステナビリティに関する情報をOBTで提供することについて高い関心を示しています。例えば、検索結果で「ホテルのサステナビリティ認定を表示(74%)」「Co2排出量情報を表示(70%)」「ホテルのサステナビリティ評価を目立つように配置(66%)」「サステナビリティに関するメッセージを表示(65%)」「フライト検索時にCo2排出が少ないフライトに関する情報を表示(63%)」するなどです。しかし、検索結果からサステナビリティが低いオプションを除外するという機能については、関心を示す出張管理者は少なめです(39%)。多くの出張管理者は出張プログラムにサステナビリティに関する取り組みをどのように組み込むかを見極めている段階にあるため、オプションの除外までは望んでいないのかもしれませんが。

## 関心の高いOBTの機能





## NDC (New Distribution Capability)

NDCは、IATAが策定した旅行業界で使用するためのプログラムで、XMLベースのデータ伝送規格 (NDC規格) の開発および市場での採用を目的としています。この規格は航空会社と旅行エージェント間の伝送能力を高め、あらゆるサードパーティ、仲介業者、ITプロバイダー、非IATAメンバーが実装および使用できるものです。<sup>3</sup>

2012年に初めて実装されたものの、出張プログラムでの採用はそれほど広がっておらず、多くの出張管理者はこの規格に関する知識をまだ十分に備えていません。

実際に、「よく知っている (27%)」あるいは「すべて熟知している (3%)」と回答した出張管理者は約3人に1人でした。

また出張管理者のおおよそ3人に1人 (30%) は「ある程度知っているがもっと学ぶ必要がある」と回答し、5人に1人がNDCについて「ほぼ知らない」あるいは「わずかに知っている」(それぞれ20%)と回答しました。

つまり、TMC/OBTを通じてプログラムでNDCコンテンツを提供していると回答した出張管理者が約5人に1人 (21%) であったのは驚くことではありません。

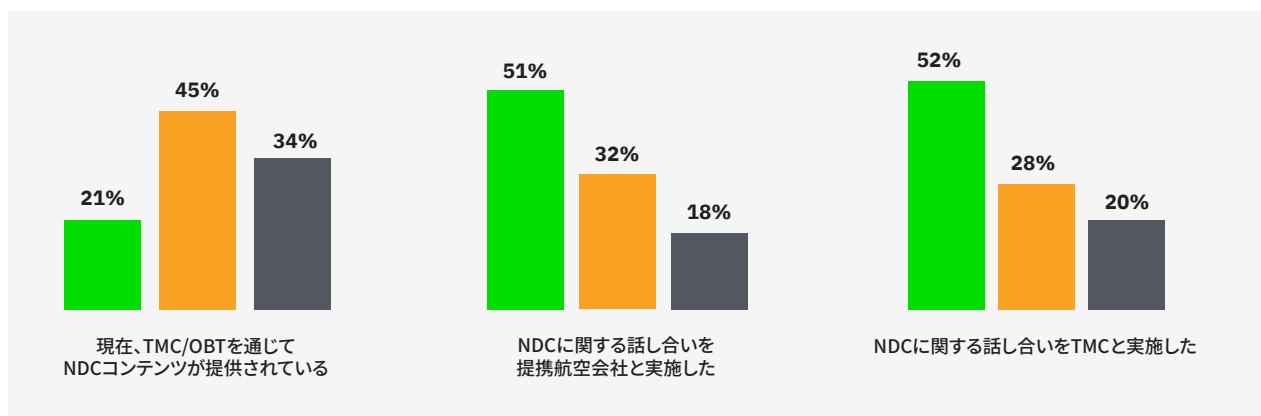
実際のところ、およそ3人に1人 (34%) がTMC/OBTでNDCコンテンツが提供されているかどうかすら知りませんでした。このことから多くの出張管理者がNDCをさほど重要視していないことがわかります。

一方で、NDCについて「航空会社パートナーと話し合いを実施した (51%)」「TMCと話し合いを実施した (52%)」と半数が回答し、これは出張プログラムへの採用可能性と認知向上を示しています。

また、北米よりもヨーロッパの出張管理者のほうが、NDCを使用していたり、航空会社パートナーやTMCと話し合いを実施したりしていることは注目に値します。

<sup>3</sup> <https://www.iata.org/en/training/pages/ndc/>

## 出張プログラムでのNDCの取り扱い



## 人工知能 (AI)

人工知能 (AI) は、機械 (特にコンピューターシステム) による人間の知能処理工程を疑似化したものです。AI の特殊な応用としては、専門システム、自然言語処理、音声認識などがあります。AI の応用には、高度なウェブ検索エンジン (Google など)、おすす機能 (YouTube、Amazon、Netflix などで活用)、人間の言葉の理解 (Siri、Alexa など)、自動運転車 (Tesla など)、意思決定の自動化、戦略型ゲームシステムでの最高難易度での対戦 (チェスや囲碁など) があります。

出張業界においては、チャットボットにAIが組み込まれ、予約、質問への回答、データ抽出、経費レポート監査、レポート生成などに活用されています。

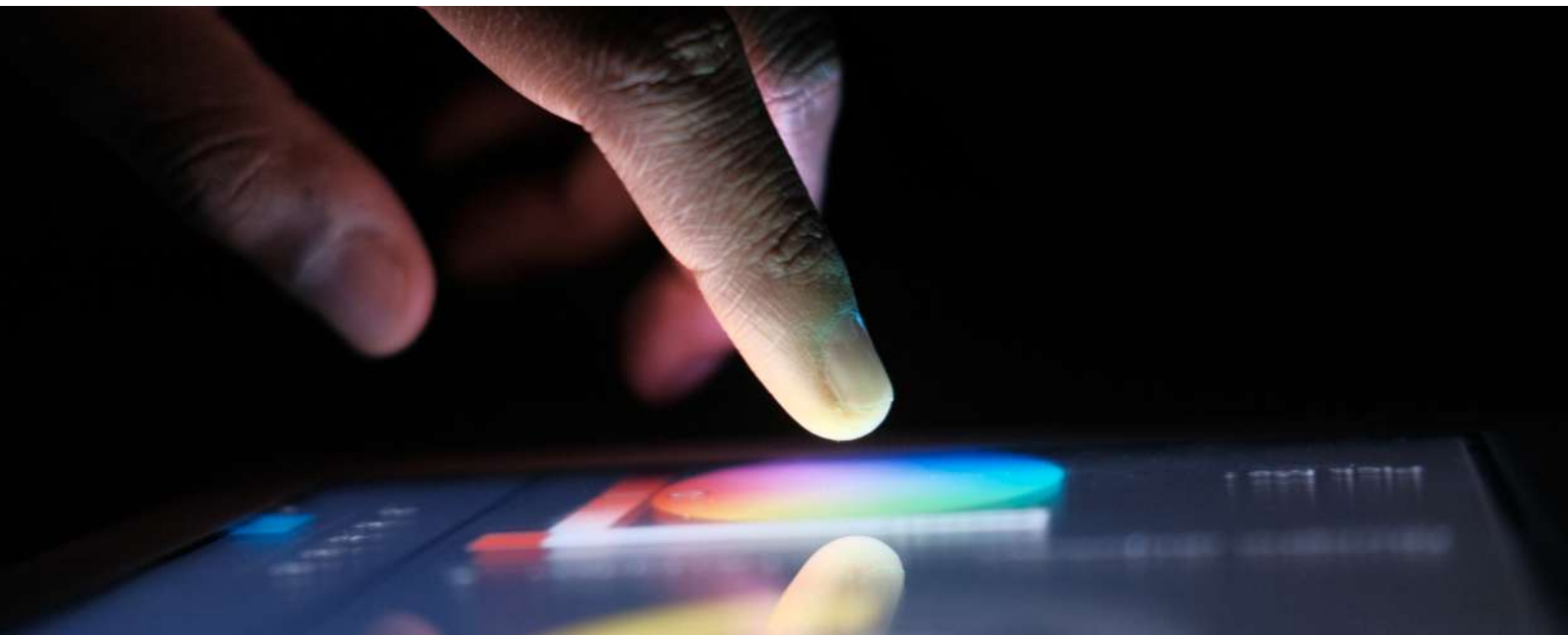
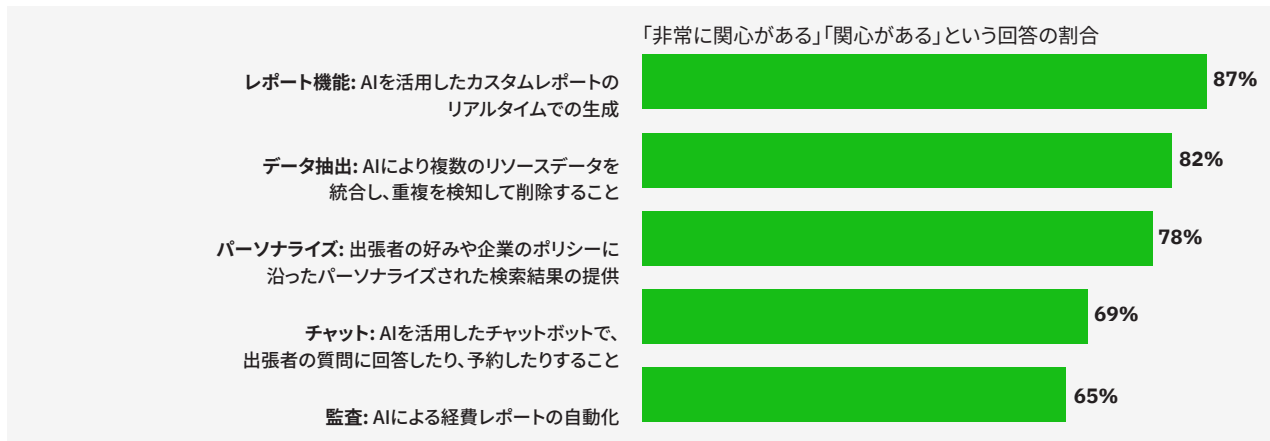
多くの出張管理者はAIにそれほど詳しいわけではないでしょうが、出張プログラムの後押しとなり得るAIの革新に大いに興味を抱いています。

実際のところ、地域を問わず、多くの出張管理者が次のようなAIを活用した出張の革新に関心を示しています。

- リアルタイムレポート (87%)
- データ抽出 (82%)
- 検索結果のパーソナライズ (78%)
- チャットボット (69%)
- 経費レポートの監査 (62%)

以上の通り、出張管理者がプログラムの合理化や効率性の向上に役立つテクノロジーの機能に関心を示していることは明らかです。

## AIを活用した出張革新への関心



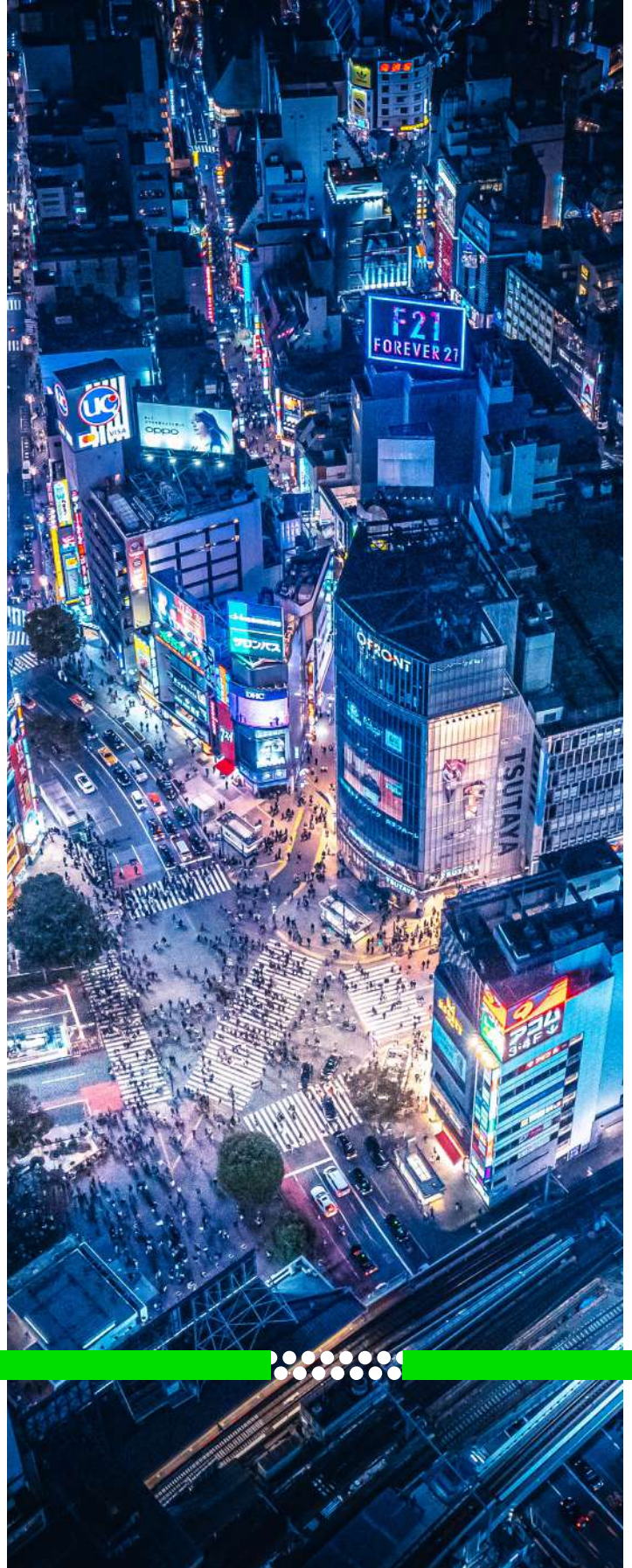
# おわりに

急速に進む出張テクノロジーの革新は、出張管理者や出張プログラムに膨大な機会をもたらします。

出張管理者がTMCを選定する際に、提供されるテクノロジーを最も（あるいは最もではなくても）重要な要素のひとつとして考えていることを念頭に置くと、TMCのサプライヤーは、提供可能なテクノロジーの膨大なリストを提示するだけでなく、新しいテクノロジーによる機能のメリットを詳しくない出張管理者に伝えられることが極めて重要です。

実際、出張プログラムの大半では提携しているTMCプロバイダーの出張テクノロジーを利用しています。そのためTMCプロバイダーは利用可能なテクノロジーが何であり、プログラムに悪影響を及ぼす課題を出張管理者が解決する際にそれがなぜ役立つのかを正しく理解しておくことが不可欠です。

多くの出張管理者は出張テクノロジーの大半をほぼOBTのみだと捉えている可能性があるため、出張購買者にとってはTMCのさらなるオプションを知る学習機会があると言えます。



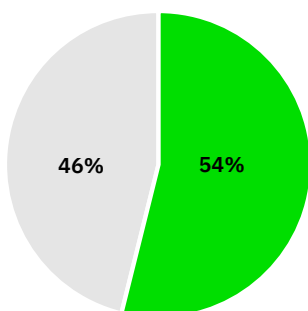
# アンケート実地概要

- 2022年2月14日～3月21日に収集されたデータ
- 2,818人の出張管理者に対してメールを送信して回答を募集。
- FCMの知るAPACの出張管理者にもアンケート協力を依頼。
- 米国、カナダ、ヨーロッパ、APACの309人の出張管理者が少なくとも1問に回答
- 上記のうち、調査対象と見なされるのはアンケート全体を完了した194人の出張管理者。全体に対する回答率は7%。
- 調査対象:
  - 米国、カナダ、ヨーロッパ、APAC地域を拠点としている。
  - 企業で出張の管理または購買に関わっている。
  - 企業で何らかの製品またはサービスにおいてTMCを利用している。



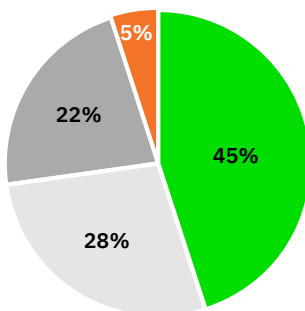
## 回答者プロフィール

出張ポリシー



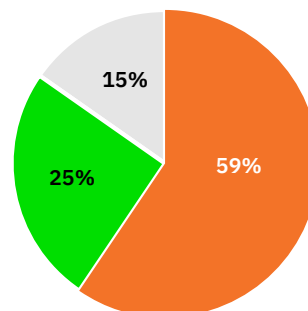
■ 義務付け ■ ガイドライン

出張費

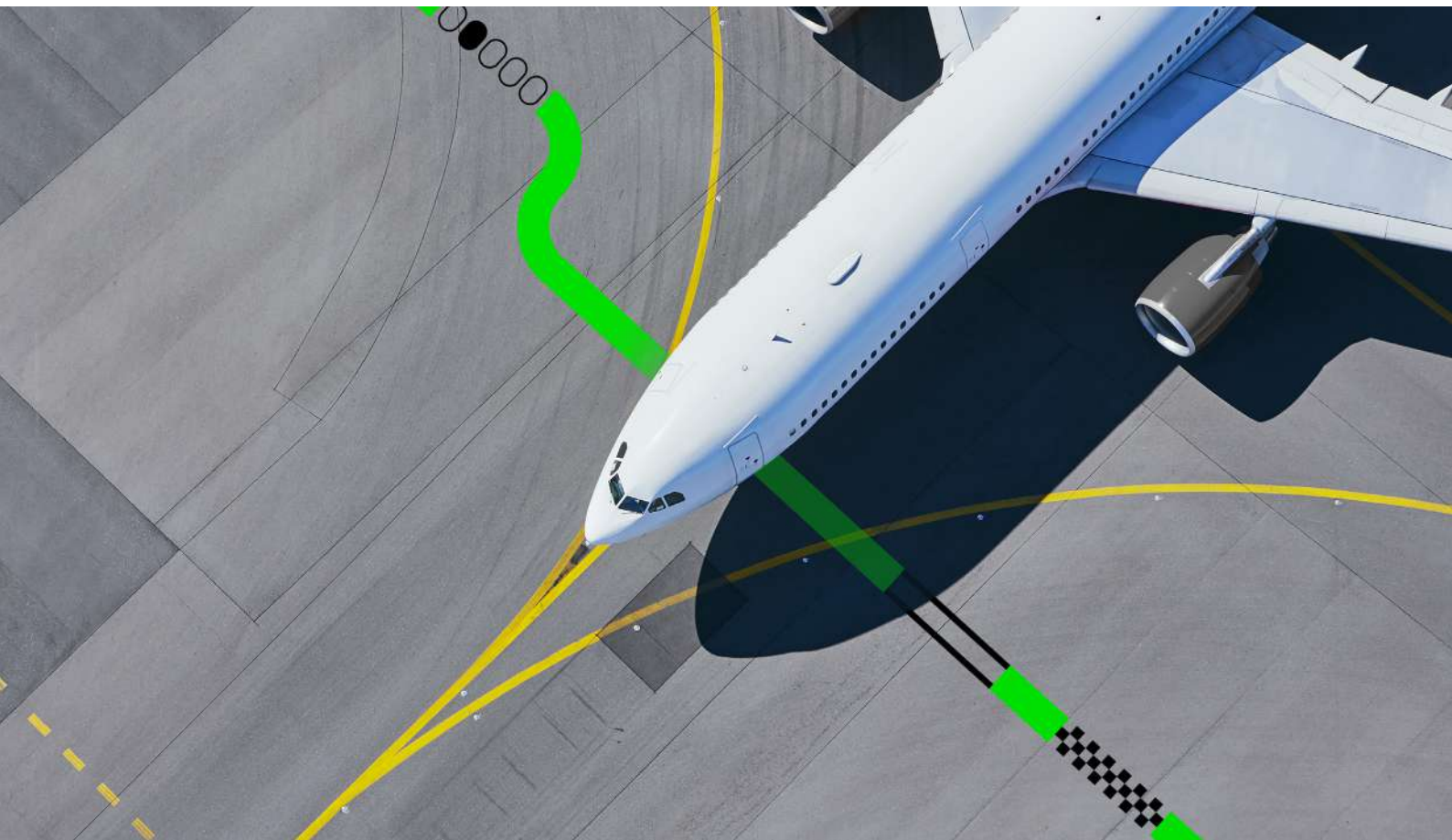


■ 1,000万ドル未満  
■ 1,000万ドル～3,000万ドル  
■ 3,000万ドルより多い  
■ 不明

事業展開



■ 自国のみ ■ 多国間 ■ グローバル



## GBTAについて

グローバルビジネストラベル協会 (GBTA) はワシントンD.C.地域を本拠点に6大陸で事業展開する、世界有数の出張・ミーティング業界団体です。

GBTAは、年間3,450億ドルを超える世界各国の出張とミーティングの支出を管理しています。

GBTAは28,000人を超える出張の専門家と125,000人以上のグローバルなネットワークに、世界基準の教育、イベント、研究、支援活動、メディアを提供しています。

出張によって事業の持続的な成長を促進させる方法について、詳しくはこちらから: [www.gbta.org](http://www.gbta.org)



## FCMについて

FCMは、世界最大の出張管理会社のひとつであり、Flight Center Travel Group の主なグローバル出張部門です。

FCMのチームは世界100か国以上で活動しており、グローバル規模でその存在感を示しています。

出張者が世界中のどこにいても安心して過ごせるよう、互いに助け合い、つながりを維持することに尽力しています。

FCMはグローバルなつながりを保ちながら、柔軟に、ときに型破りな方法で、目的地がどこであろうとも出張者のやりやすい方法で出張を遂行できるようにします。

定期的な出張ニーズでも、一度限りの急な出張でも、複数の国にまたがる出張サービスやコストを統合したい場合でもお任せください。FCMのグローバルネットワークは出張パートナーに必要な経験、実行力、交渉力を備えています。

まだ体験したことのない境地へ: [www.fcmtravel.com](http://www.fcmtravel.com)

