

AMERICAN
EXPRESS

GLOBAL
BUSINESS
TRAVEL

Business travel in 2022 and beyond

企業の出張管理・会議担当者向け
主要トレンド

(こちらは本文のサマリー部分のみ抜粋・和訳したものです)

DON'T *do business* WITHOUT ITSM



出張管理者とイベント管理者のためのキーポイント

変革の担い手となる

- 人事、セキュリティ、情報管理、財務、DE&I（多様性・公平性・包括性）、サステナビリティにまたがる話し合いに積極的に参加しましょう
- より多くの質問をする：出張プログラムが関係部署の目標とどのように関連し、いかに成功に導くことができるか考えていきましょう
- 規程作成や戦略の協議に早い段階から参加しましょう
- 企業全体の目標を達成する後押しをするために、出張や移動（モビリティ）自体が重要な役割を果たすことについて、経営層の認識を高めていきましょう
- ソーシング:サプライヤーのデータベースを検証し、企業目標をサポートするサプライヤーとの関係を構築しましょう-サステナブルなホテルや施設、電気自動車、多様なバックグラウンドを持つ企業を選びましょう
- イベントプランニングなど部署をまたぐプロジェクトにおいて企業価値を部署間の垣根なく共有しましょう
M&E(ミーティング&イベント)チームと協力し、サステナブルソーシングとベストプラクティスが両立するような戦略的アプローチを練りましょう
- 新しい働き方や点在している従業員をサポートするためにどのような予算とリソースが必要か調べましょう。大きな戦略的変化には経営層のリーダーシップと指示・指導が必要となります



出張管理者とイベント管理者のためのキーポイント

サステナブルなプログラムを構築する

- 企業単体でできる取り組みはありません。出張やミーティングサービスを提供する企業と協力しましょう
- 現状を打破し、出張プログラムに持続可能性を組み込む方法について、経営層や関連部署と話し合いましょう
- 何度も測定を繰り返し、トラッキングとレポートしていくことが、カーボン排出量を減らす最初の一步となります
- 導入している予約ツールで、出張者が購入する時点で予約内容の変更を促すなど、出張者の選択に影響を与えることが可能となっているかチェックしましょう
- 自社の持つ購買力を善用して、持続可能な商品やサービスを購入しましょう
- カーボンオフセットに投資し、すみやかにカーボン排出量を減らし、カーボンニュートラル（訳注：カーボンの排出と吸収を相殺する）を目指しましょう
- カーボンインセット（訳注：自社の関係先と協力してカーボン排出量を減らす）に投資し、現在と未来のSAF（持続可能な航空燃料）の規模を拡大しましょう





出張管理者とイベント管理者のためのキーポイント:

2022年の航空ソーシング術

世界の航空業界は回復基調にあると予想されていますが、輸送容量、スケジュール、価格は依然として2022年中も予測不能で、出張者個人や出張プログラム全体に影響を与える可能性があります

- 航空会社は、需要を把握して運航スケジュールを計画するため、顧客企業の出張計画に関する情報を必要としています。出張管理者は、航空会社のトップパートナーと定期的に連絡を取り合う必要があります。出張ボリュームが少ない時でも、航空会社との関係を維持することで、出張が本格的に再開した時に、航空会社が出張者を受け入れる態勢を整えることにつながります
- 出張管理者は、利用可能な座席の不足によるコスト上昇の可能性を想定しておく必要があります。特に航空座席数に大きな変動があった場合、または競争状況に変化があった場合（例えば航空会社の撤退または参入など）、主要路線の平均航空券価格（ATP）の動向を把握しておきましょう
- 搭乗定員数減少は、同じ便の競争率が上がることを意味します。希望する便の好みの座席を確保するために、出張管理者は、出張者に会社が定めている早期購入ガイドラインを案内しましょう
- 便数が減り、路線のカバー率が下がることは、選択肢が減ることを意味します。特にパンデミック中に飛行機を利用したことがない出張者にとって、これは不快な驚きとなる場合があります。
出張管理者は、出張者の期待値を再調整し、ニューノーマルでの環境に適応するためにどうすればよいか理解できるように手助けする必要があります
- 出張者のサポートには、空港での滞在時間に余裕を持たせるなど、出張計画の立て方をアドバイスすることも含まれます。航空会社のスケジュールが回復するまでは、出張者の自由度は低くなります。例えば、万が一、飛行機に乗り遅れると、立ち往生する可能性も大いにあるのです





出張管理者とイベント管理者のためのキーポイント

2022年の宿泊施設ソーシング術

- 料金の選択肢を複数持つことは、2022年以降避けようのない現実です。宿泊施設をめぐる環境が流動的な状況においては、年間を通じたソーシングが鍵となります
- 2019年と比べて需要は大きく変わります。出張管理者は関連部署と連絡を取り、企業の出張需要を把握していきましょう
- パンデミック前に多く利用していたホテルとの関係も長期の出張停止期間中に失われているかもしれません。ホテル担当者に連絡を取り、コミュニケーションを再開しましょう。流動的な状況においては、このようなパートナーとの関係が、宿泊プログラムの成功の重要な鍵となってくるでしょう



出張管理者とイベント管理者のためのキーポイント

2022年のレンタカーソーシング術

レンタカーは、多くの出張者にとって魅力的な選択肢です。柔軟性があるだけでなく新型コロナの感染が心配な人にも安全と安心感を与えてくれます。しかし、料金が上昇する傾向があるのに加えて、世界の自動車産業が部品の供給不足に悩まされているために、出張で使用する車両の確保が難しい状況となっています。従業員を出張に送り出すために最適なソーシング戦略は、重要なパートナーであるレンタカー会社と連携することにあります

- 出張担当者は、レンタカー会社に相談し、出張者のニーズを伝えましょう。そうすることで、レンタカー会社は車両の供給能力について率直に伝えてくれるでしょう
 - 調達主導の考え方からの脱却が理にかなっています。つまり、最安値にこだわることは、必要な車両の確保に失敗することを意味します。その代わりに、サービス内容や車両の確保に集中しましょう
 - レンタカー会社側でも企業契約の見直しをしていることに気を付けましょう。レンタカー会社側が現在の契約内容ではビジネス的に持続可能でないと判断した場合は、再交渉を望んでくるかもしれません
 - レンタカー会社によっては、特に祝日や夏休みなどのハイシーズンには高い料金を支払う覚悟のあるレジャー客向けに在庫を一定割合確保している場合があります。レンタカー会社に、年間を通じて必要な車を供給できるかどうか問い合わせましょう
 - 出張者に航空券やホテルを予約する際に、同時にレンタカーも予約するよう伝えましょう
- 多くの出張者は、レンタカー利用開始日の7~10日前に予約することを習慣としていますが、航空券など他の予約をした際に、できる限り早くレンタカー予約することで、より良い空車状況と料金で利用することができるでしょう