オンライン予約ツールの最適化:
重要な変革の局面におけるパフォーマンス管理の進め方

Introduction

エージェント型AIの登場により、旅行業界の様相は急速に変化しています。しかし、対話型AI、シームレスな連携、あるいは完全自律型エージェントなど、インターフェースがどのように変化しようとも、これらのシステムを支える調整機能やロジックは、これまでと同様に極めて重要な役割を果たし続けるでしょう。

エージェント型AIはもはや未来の展望ではなく、今や現実のものとなっています。この進化の波に乗りながら、オンライン予約ツール（OBT）は引き続き旅行業務の要であり続けています。ユーザー向けの体験は、いずれ目に見えなくなるか、あるいは完全に再構築されるかもしれませんが、これらのツールを支える基盤となるデータ・アーキテクチャ（基盤構成）、ビジネスルール、システムロジックは、出張プログラムの規律や成熟度にかかわらず、今後も引き続き基盤として機能し続けるでしょう。

オンライン予約ツールの導入や展開には多くの注目が集まっていますが、初期設定後はほとんど見直されることがなく、その結果、ツールのパフォーマンスに影響が及び、ひいてはプログラム全体の成果にも悪影響を及ぼしています。

当社では、クライアントとの業務を通じて、定期的な見直しを行わないと、オンライン予約のパフォーマンスが低下する可能性があることを学び直しました。これは、出張者の快適さ、プログラムのコンプライアンス、コスト削減の機会、およびサプライヤーとの契約履行状況に影響を及ぼす可能性があります。

本記事では、オンライン予約ツールのパフォーマンス管理の重要性と、効果的な企業出張プログラム管理におけるその役割について掘り下げます。その重要性を解説するとともに、オンライン予約ツールの変遷をもたらす4つの重要な転換点を詳しく分析し、おすすめの方法をいくつか紹介します：

- **導入から0周年**：本番稼働からしばらく経過したタイミング
- **導入範囲の拡大**：別の国でツールを導入するタイミング
- **オンライン予約ツールのプラットフォーム更新**：ツール提供元が新しい機能や異なる機能を導入するタイミング
- **オンライン予約ツールの変更**：既存のオンライン予約ツールを新しいものに置き換えるタイミング

なぜOBTのパフォーマンス管理が大事なのでしょうか

オンライン予約ツールには通常、数百もの異なる設定、いわゆる「ルール」が含まれています。これらは、プログラムの規模（オンライン予約ツールが対象とする国の数）、規程や例外、サプライヤーとの契約、およびメッセージ設定によって構成されています。これらのルールがシームレスに連携することで、出張者に最適な体験を提供し、企業の出張プログラムの目標達成を支援することができます。

しかし、ここに課題があります。オンライン予約ツールは決して静的なものではありません。プラットフォームの更新、新バージョンのリリース、サプライヤーの変更などが、その調和を乱す可能性があるのです。

ルール同士が矛盾している場合があり、その結果、検索結果が不正確になったり、コンテンツが欠落したりすることがありますが、多くの場合、その兆候は明確には現れません。こうした不具合は必ずしも表面から目に見えるわけではないため、不整合が気づかれないまま長引くことがあります。

そのため、**少なくとも年に1回、また新しいリリースのたびに設定を確認し、定期的にオンラインでのパフォーマンス評価を行うことをお勧めします。**この簡単な取り組みにより、ルールを常に最新の状態に保ち、出張者の快適さを守り、投資の価値を最大限に引き出すことができます。

導入から0周年

オンライン予約ツールの導入対象となる国の数によっては、導入完了までに数ヶ月、場合によっては数年を要することも珍しくありません。ツールが稼働し始めれば、設計通りに機能し続けると考えるのは当然のことです。

しかし、私たちが学んだことはお決まりです。組織の出張パターン、サプライヤーとの契約、あるいは出張・経費規定は変化する可能性が高く、OBTはそうした変化を反映させる必要があります。そうしない場合、例えば表示されるメッセージが古くなったり、関連性を失ったりして、ツールの有効性が損なわれてしまいます。

こうした変化は、想像以上に重要であり、出張プログラム全体のパフォーマンスに直接的な影響を及ぼす可能性があります。その結果、誤った検索結果が表示されたり、エンドユーザーに不満を感じさせたりすることになり、出張者のツールに対する信頼を損なうことにつながります。ユーザー体験だけでなく、法人向け運賃や料金が正しく表示されない場合、実際のコスト面でも影響が生じます。

当社の経験上、以下の点を確認するため、ツールの設定を少なくとも年に1回、および新リリースのたびに確認することをお勧めします。

- すべての法人および拠点が有効な状態であり、適切に設定されていること。
- 出張規程の設定が整合性を保ち、不整合やコンプライアンス上との不備が生じていないこと。
- 契約運賃・料金およびサプライヤーの優先順位が、意図したとおりに表示されていること。
- ツールのメッセージが最新の状態であり、予約フローが円滑に進行すること。
- セキュリティ設定が、変化し続けるグローバルな要件を引き続き満たしていること。

導入範囲の拡大

オンライン予約ツールの広範な導入戦略の一環として、多くの企業は、同時にサービスを開始する国々をグループ分けし、段階的にオンライン予約ツールを導入しています。この段階的なアプローチにより、導入に伴う外業負荷を管理しつつ、サービスを開始する各国のグループから知見を蓄積することができます。

次回の対象国の拡大に向けた準備を進めるにあたり、ツールの構成や設定を評価すべき2つの重要な理由を以下に挙げます：

1. 新規導入国向けに基本設定の調整が必要な場合：

a. 出張規程や例外規定が異なる場合、あるいはその両方。

b. 旅行代理店とのサービス契約内容が異なる場合（現地でのサービス提供とハブ拠点でのサービス提供、またはその逆）。

2. 前回の導入グループ立ち上げから次回の立ち上げまで、6か月以上経過している場合。

シナリオ 1a および 1b は、契約しているの旅行代理店のワークフローに直接連携するため、旅行代理店側による設定およびテストのサポートが必要となります。円滑な導入を実現するため、エンドユーザーおよび旅行代理店による包括的なテストに十分な時間を確保してください。

シナリオ 2 の状況が該当する場合は、前のセクションに記載されている導入0周年レビューのガイドラインをご参照ください。

プラットフォーム更新

オンライン技術は絶えず進化しており、それに伴いプラットフォームのアップデートも定期的に行われています。これらのアップデート内容は、いわゆる「リリースノート」として公開されています。

リリースノートは専門的な内容に感じられることがあり、アップデートがお客様の環境や出張者の体験にどのような影響を与えるのか、必ずしも明確ではない場合があります。

そこで、リリースノートへの取り組み方として、以下の点を推奨します：

- **更新が提供されたらすぐに対応する**：リリースノートには有効日が記載されています。準備の進捗状況にかかわらず、その日付から更新が適用されるため、それに応じて計画をたててください。
- **現在の環境と新しい仕様を照らし合わせて確認する**：更新内容を既存の設定と比較し、ツールのパフォーマンス、出張者の体験、および出張規程の遵守にどのような影響があるかを把握してください。
- **徹底的にテストする**：更新内容が本番環境で公開される前に、意図したとおりに機能することを確認してください。
- **出張者に情報を提供し続ける**：今後の変更に関する詳細を共有し、出張者がどのような変化が起きるかを把握できるようにしてください。

すべての更新で設定の変更が必要というわけではありません。ただし、ユーザーインターフェースの変更など、一部の更新については、全面的な見直しが必要になる場合があります。どのような技術においても言えることですが、迷ったときはテストを行ってください。

オンラインブッキングツールの変更

企業がオンライン予約ツールの入れ替えを決定する際、既存の設定をそのまま新しいツールにコピーしたくなるものです。

しかし、これまでの経験から言えば、このアプローチでは必ずしも意図した成果が得られるとは限りません。すべての設定が行われる管理画面は、予約ツールごとに動作が異なります。ルールの構成や相互の連携方法は、プロバイダーによって大きく異なる場合があります。

しかし、良いニュースもあります。**ツールの切り替えは、一歩引いて現状を見直し、再評価する貴重な機会となります。**自社の出張プログラムにおいて、何がうまく機能していて、何がうまくいっていないかを理解することで、新しいツールを設定する際に、より賢明な判断を下すことができるでしょう。

円滑な移行のための具体的な手順：

- **設定を並べて比較する**：現在の設定のうち、新しいツールでもそのまま利用できるものと、見直しが必要なものを特定します。
- **可能なことと不可能なことを把握する**：新しいツールの機能と制約を理解することで、より適切な選択が可能になり出張者にも変更内容について事前に周知できます。
- **エンドツーエンドで徹底的にテストする**：本番運用を開始する前に、完全なテストを実施し、問題を早期に発見しましょう。
- **情報共有とトレーニング**：出張者に情報を提供し、新しいツールを自信を持って使えるよう準備を整えましょう。

オンライン予約ツールの変更は、単に設定の変更にとどまりません。インターフェースそのものが変わることもあり、その結果、導入後にはオンライン利用率に一時的な変動が見られる場合があります。状況によっては利用率が上昇することもあれば、低下することもあります。しかし、**移行を成功させた事例にはすべて、強力な変更管理と実践的なトレーニングを実施したという共通点があります。**

予約ツールごとに外観や操作感が異なります。経験豊富な出張者であっても、新しいツールに慣れ、自信を持って利用できるようになるには、時間とサポートが必要です。

「オンライン予約ツールの構成や設定を常に最新の状態に保つことは、出張者にとってツールの利便性に直接影響します。

しかし、出張者が実際にどのようにツールを利用しているかを理解することも同様に重要です。出張者がオンライン予約ツールについてどう感じているか、ご存知でしょうか？インサイトを得るために、少なくとも年に1回は出張者へのアンケート調査を行うことをお勧めします。

出張者が何を評価し、何に不満を感じているかを把握し、オンライン予約ツールを理解することで、規程の改善、出張者への教育の強化、そして利用率の向上につながります。オンライン予約ツールのパフォーマンスを最適化するには、注力とリソースが必要であることは明白です。どこから手をつければよいか分からない場合や、導入のサポートが必要な場合は、ぜひご連絡ください。当社のスペシャリストが、貴社の出張プログラムをより有意義なものにするお手伝いをいたします。"

Ciska Teunis

戦略企画シニアマネージャー

GBT Travel Services UK Limited (GBT UK) and its authorized sublicensees (including Ovation Travel Group, Egencia, and CWT) use certain trademarks and service marks of American Express Company or its subsidiaries (American Express) in the "American Express Global Business Travel" and "American Express GBT Meetings & Events" brands and in connection with its business for permitted uses only under a limited license from American Express (Licensed Marks). The Licensed Marks are trademarks or service marks of, and the property of, American Express. GBT UK is a subsidiary of Global Business Travel Group, Inc. (NYSE: GBTG). American Express holds a minority interest in GBTG, which operates as a separate company from American Express.

© 2026 GBT Travel Services UK Limited.