



出張再開後の出張者の行動

ホワイトペーパー「*Navigating the New Hotel Landscape*（新しいホテル環境を探る）」では、パンデミックによる移動の制限に伴い、ホテルやホテルのソーシング環境がどのように変化したかを詳しく説明しています。一方で、出張者の関心事、期待、そして行動も変化しています。

出張者が変われば、プログラムもそれに対応しなければなりません。このセクションでは、出張者が最初の一步を踏み出す最初の数ヶ月間と、出張が新しい現実になじむまでの数ヶ月間に、出張者の期待や行動がどのように変化していくのかを見ていきます。

調査によると、多くの出張者は出張に戻ることを楽しみだと感じているようです。Back to Blue Skies レポートの調査によると、調査対象となった出張者の86%が、安全になったら出張を再開したいと考えています⁵。

パンデミックのロックダウンで家に閉じこもることに嫌気がさした出張者の多くが、ノマディズム（訳注：遊牧民などのように非定住・非定型的な生活をする）を取り入れ、旅を中心としたライフスタイルを再構築しようとしているかもしれません⁶。

ノマディズムというと、世界中を探検するというロマンチックな意味合いがあるかもしれませんが、在宅勤務者が自宅以外の場所で仕事をしようとするありふれた形もあります。前述のように、時流に敏感なホテルでは、ホットデスクやミーティングルームなど「ホテルワーク」スペースを設けて、ノマドにサービスを提供する方向へと動いています。このような流れは、オフィスをベースとしたワークスタイルからの長期的なシフトに後押しされ、出張が再開されても継続すると思われる。

しかし、すべての従業員がすぐに出張に戻るとは限りません。安全に対する不安や懸念が残っている人や、予約の際や、出張中に、追加的な保証が必要な人もいるかも知れません。

下の「出張者のタイプは？」の欄では、今後出現する可能性のある出張者のタイプ別の考え方をご覧ください。

予約行動における新潮流

長期間の出張停止期間中、出張者の心理は変化し、予約行動も変化しました。パンデミック期間中、企業は出張を大幅に抑制していましたが、必要不可欠な出張は許可されていました。これらの出張に関するデータを分析することで、出張再開時の出張者の予約行動のヒントが得られます。

オンライン予約に信頼を寄せる出張再開者：

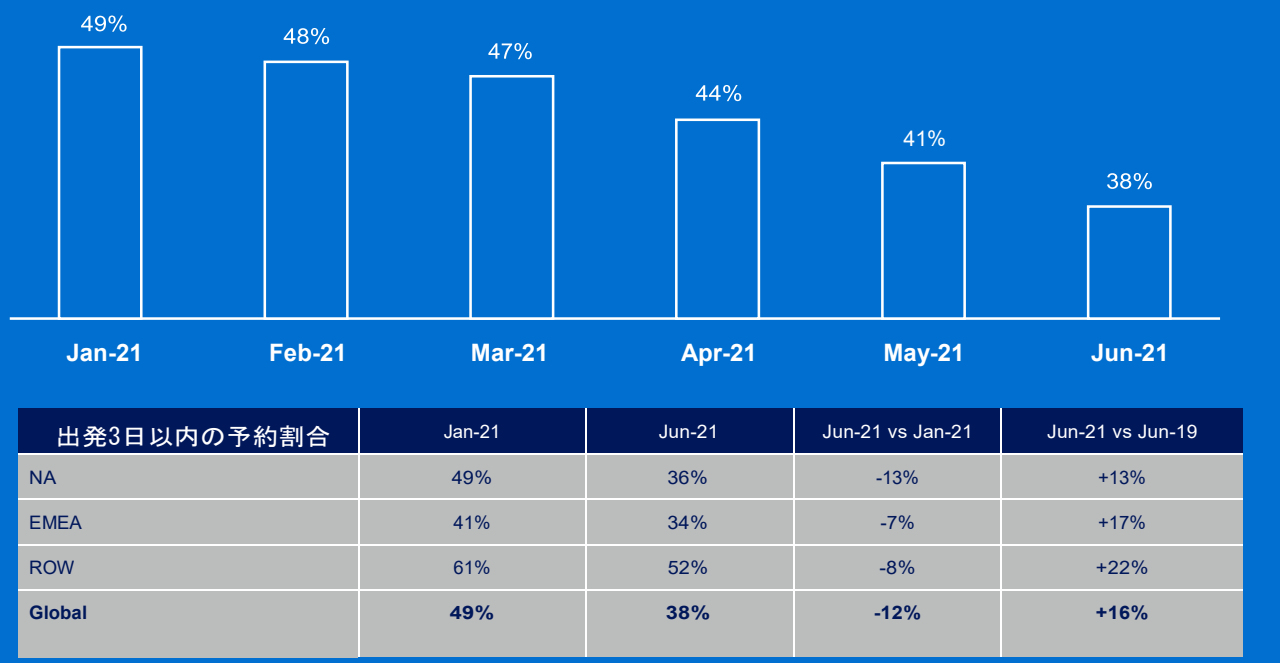
パンデミック後の最初の数ヶ月間は、オンライン予約からオフライン予約への若干のシフトが見られました。オフラインによる予約は、2019年には27%だったのに対し、2020年には全体の31%を占めるようになりました。これは、当時まだ出張中だった出張者が予約を完了するために追加のサポートを必要とした可能性があります。また、一部の企業はオンライン予約を停止することを選択しました⁷。

出張が再開され始めた後、オンライン予約は宿泊施設の予約には依然として選好されており、オンラインでの予約の割合が2019年に比べてわずかに増加しています（2021年6月は75%、2019年6月は72%）⁷

予約タイミングは出張直前：

パンデミック前の2019年6月には、到着日から3日以内の予約は23%でしたが、2021年の6月までの期間では43%に上昇しています。月ごとに見ると、この状況は逆になっているように見えます。回復の勢いが増し、安心感が徐々に戻ってくると、旅行者は少しずつ予約を早めていきます。2021年6月には、到着日から3日以内の予約が38%となりました。しかし、検疫やその他のCOVID規制に関する不確実性が続く限り、旅行者は旅行日の大幅な前倒し予約をすることは無いと思われます。2019年6月には、33%の旅行者が到着の15日以上前に宿泊施設を予約していましたが、2年後にはわずか14%となっています⁷。

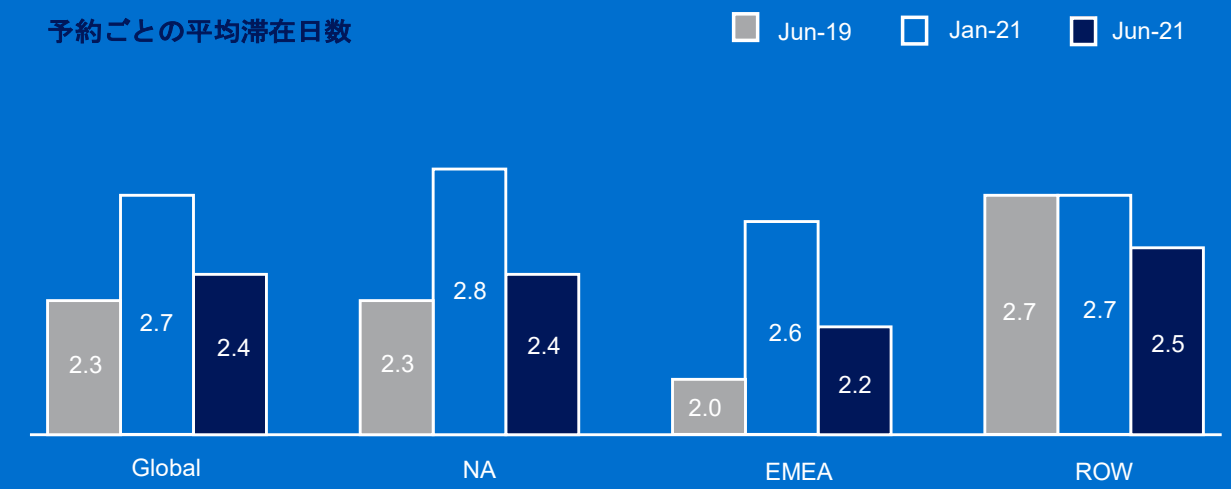
出発3日以内に予約する割合



資料元: 2021年GBT発行*Navigating the New Hotel Landscape* 及び2019年、2021年の GBT global transaction data
注: NA は北アメリカ (例、アメリカ合衆国、カナダ)、EMEAはヨーロッパ、中東、アフリカ、ROWはNAとEMEA以外の全ての国を指します。

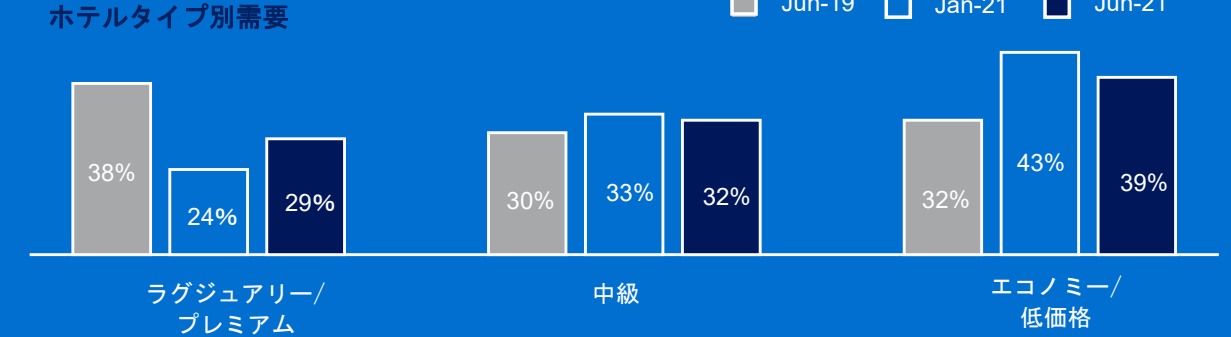
ホテル滞在日数は長期化傾向：

GBTのデータによると、1泊での短期出張が減少し、長めの滞在が増加しています。世界全体でも、2019年と2021年の同時期では、滞在日数が15%増加しています。しかし、よく見ると最近では様子が変わってきており、今年は、2021年1月から6月までの間の滞在日数がわずかに減少しています。ただし、平均滞在日数は2019年よりも高いままです。



回復段階ではラグジュアリー志向：

2020 年の大部分から 2021 年の最初の数ヶ月間、移動が大幅に制限されましたが、エコノミー/低価格クラスと中級クラスのホテルは予約が 12%増加し、より多くのビジネスを獲得し、ラグジュアリー/プレミアムホテルはそれと同程度の需要減となりました。GBTのデータによると、出張再開にあたり、2021年初頭と比較して、ラグジュアリー/プレミアムカテゴリーの予約の割合が高くなっています。出張者は平均宿泊レート（ADR）の低下を利用してより高級なホテルへアップグレードしている可能性もあります。例えば、2019年に、あるお客様が167ドルのADRを支払って中級クラスのホテルに滞在したとします。2021年には、同じお客様が同程度の価格を払って、ラグジュアリー/プレミアムホテルに宿泊することができます。引き続き衛生面が重要な関心事であることから、一流ホテルのより優れた衛生面と厳格な運用を認識する出張者の需要を得られるかもしれません。今回のデータでは、ラグジュアリー/プレミアムホテルへのシフトが明らかになっていますが、一方で需要としては、2021年6月と2019年6月を比較すると10%減少しています。



ホテル分類	Jan-21	Jun-21	Jun-21 vs Jan-21	Jun-21 vs Jun-19
ラグジュアリー/プレミアム	24%	29%	5%	-10%
中級	33%	32%	-1%	3%
エコノミー/低価格	43%	39%	-4%	7%

資料元：2021年GBT発行Navigating the New Hotel Landscape 及び2019年、2021年の GBT global transaction data
注：NA は北アメリカ（例、アメリカ合衆国、カナダ）、EMEAはヨーロッパ、中東、アフリカ、ROWはNAとEMEA以外の全ての国を指します。



北米の状況

北米のホテルは、この18ヶ月間、ジェットコースターのように大きく揺れ動いています。

- GBTのデータによると、当初は移動制限により、ADRが29%減少しました。その後、2021年の需要回復によりADRが31%増加しています。

また、パンデミックの影響を受けてホテルのトップデスティネーション（目的地）の構成が大きく変化しました。2021年第1四半期には、ニューヨーク、サンフランシスコ、シカゴといった2019年の大都市のホットスポットがトップ3の座を失い、それぞれ3位、42位、29位となりました。その一方で、ナッシュビル、マイアミ、サンアントニオなど、二次的なビジネス目的地と考えられている都市が、2021年第1四半期にはトップ10入りしました。

ただし、2021年第2四半期には、大都市の中心部は改善の兆しを見せています。

ホテル目的地ランキング

City	2019 Rank	Q1 2021 Rank	Q2 2021 Rank
New York	1	3	1
San Francisco	2	42	34
Chicago	3	29	6
Atlanta	4	4	5
Houston	5	1	2
Washington	6	10	12
Boston	7	37	14
Charlotte	8	16	15
Dallas	9	2	4
Austin	10	7	3
Los Angeles	11	25	16
Toronto	12	181	199
San Jose	13	71	95
Las Vegas	14	13	13
San Diego	15	26	18

資料元：2021年GBT発行Navigating the New Hotel Landscape 及び2019年2021年のGlobal point-of-sale transaction data

出張者のタイプは？

出張者には様々なタイプがあり、それぞれ異なるニーズを持っています。そして、彼らのニーズや期待は、ロックダウン中に変化したかもしれません。このセクションでは、世界中のお客様と接してきたGBTの経験に基づき、出張再開時に、企業のバイヤーやトラベルマネージャー（出張管理者）が会える可能性のある5つの出張者タイプ（ペルソナ）を特定します。企業の出張者がここに挙げたペルソナにそのまま一致する可能性は低いです-ここで紹介する出張者はいくつかのタイプを指し示すもので、これを読んだ方が自分の会社の出張者がどのように進化しているのかイメージするための思考実験のようなものです。

ラファエル：蘇ったロードスター

- 出張が再開され、再びビジネスで旅することを喜んでいる。
- ポイントやキャンペーンを最大活用したい。
- 以前は旅慣れしていたが、現在の旅行環境にはストレスを感じている。

ヒント：出張者の満足度を高めるために、TMCが提供する出張者向け特典情報（ホテルの優先ロイヤリティステータスなど）を共有する。どのような特典が利用できるかは、TMCにお尋ねください。

チャーリー：注意深い出張者

- 新しい手順や要件が不確かなため、出張を再開することにためらいを感じている。
- 通常よりも多く質問され、事前の調査により多くの時間がかかると想定している。
- ホテルの共有スペースは安心できないかもと考えている。

ヒント：短期レンタルや長期滞在などの代替宿泊施設を含む、さまざまなタイプの宿泊施設を提供する。GBTの作成したPro Tip Checklistを活用し、次回のホテル滞在中に安全を確保する方法や、パンデミック以前と比べてホテルの滞在がどのように進化しているかについて共有する。

クロイ：コスト意識の高い出張者

- 経費節減のために安い価格で予約したい。
- 会社指定外の方法で予約する可能性が高い。

ヒント：トラベルプログラムにレートモニタリングとリショッピングツールを追加し、コーポレートプログラムが最低価格を提供する方法（ホテル最低レート保証を含む）をすべて伝えます。出張者に、会社指定外の方法で予約する理由がないことをアピールしましょう。

リチャード：責任感の強い出張者

- サステナビリティや多様性、包括性に関心が高い。
- 自分が出張により環境に与える負荷を考慮している。
- オンライン予約ツールでサステナビリティマークのある施設を選ぶ。

ヒント：TMCで予約することのメリットを伝える。責任感の強い出張者は、規程を守ることで、企業のサステナビリティとDE&I（多様性、公平性、包括性）基準を満たすために選ばれたサプライヤーを利用することができます。

イザベル：情報に通じた予約者

- 自分の予約した出張をできるだけシームレス（スムーズ）なものにしたいと考えている。
- 十分な情報を入手するため、旅行会社へ何度も質問の電話をする。
- 企業の安全管理義務と出張者の身の安全を気遣っている。

ヒント： Travel Vitals™ のようなツールを共有してあげることで、情報に飢えた予約者と出張者は、彼らが必要とする最新の情報を得ることができます。

