

報道関係者各位

2016年3月30日

ブッキング・ドットコム・ジャパン株式会社

## 全世界のビジネスマンが直面している失敗マナー 文化の違いによるミスが、企業の収益に影響

*日本人は意外とマナーに無頓着!?*

[2016年3月30日：日本発表] 現在のグローバル経済では、ビジネスにおいて決定的な第一印象を与えるチャンスは一度しかありません。世界最大のオンライン宿泊予約サイト Booking.com (Priceline Group [NASDAQ: PCLN]のグループ会社)が、本日公開した調査では、ビジネスマナーに関する理解の欠如が、世界における企業の評判に影響を与えていることが明らかになりました。この調査では、ビジネス旅行者の62%が、マナーの失敗が企業の収益に影響を与えると答えています。

ビジネス目的の旅行者へ数多くの宿泊施設予約を行うブッキング・ドットコムが、2016年1月29日~2月11日に行ったこの委託調査は、過去1年間で4回以上、ビジネス目的で国外に旅行した18~65歳の男女4,555人(出身国はアメリカ、イギリス、ドイツ、フランス、スペイン、日本、中国、イタリア)を対象に実施したものです。この調査では、世界のビジネス旅行者の約3分の1(32%)が他国への出張の際に文化的な失敗をしたことがあると答え、約半数となる49%が無意識に顧客や仕事相手の気分を害してしまわないかを心配しているということが明らかになりました。また、他国出身の同僚や仕事相手がそのような文化的なミスを犯すのを見たことがあると答えた回答者は、半数近く(45%)にのぼっています。

### エチケットはビジネスの重要な一部

ビジネス目的の旅行者は正しいマナーの重要性を認識しており、83%もの回答者が、他国へ出張する際は、その土地の文化を知ることが重要だと答えています。約4分の3(73%)は、出張先をあらかじめ調べ、その国のビジネスマナーを頭に入れていと回答しているものの、必ずしも失敗を防げるとは限りません。

ビジネスマナーにおける失敗をしたことがあると答えた回答者が多い国トップ5	
中国	67%
イタリア	65%
アメリカ	58%
ドイツ	56%
スペイン	52%

全世界のビジネス目的の旅行者において、半数は無意識のうちに顧客や取引先のお気分を害してしまわないかを心配しています。とりわけ心配している人が多いのがスペイン(62%)、割合がもっとも低いのは日本のビジネス旅行者(30%)でした。

## 飲食と世間話には注意を！

食事は生活の中の大きな楽しみの一つですが、同僚や取引先との会食は、多くの人にとって心配の元になっているようです。特に食習慣に関しては、さまざまな要因で他人の気分を害してしまう恐れがあります。調査対象者の 4 人に 1 人は、よく知らない相手と食事をすることや、自身の食事規制(アレルギーなど)に合わない可能性がある場所へ行くことを懸念しています。3 人に 1 人(30%)は、提供されるアルコール量が多すぎることを心配しています。よく知らない取引先との世間話に不安を抱いている人も、同程度の割合(32%)にのぼっています。

## 携帯電話はオフに

ビジネス目的の旅行者は、世界的にどのような行為をビジネスマナーの最大のミスとらえているのでしょうか？調査対象者の半数近く(46%)は、会議中に携帯電話に出ることが最も失礼だと答えています。イギリス(57%)とアメリカ(55%)のビジネス旅行者の半数以上は、携帯電話に出るのは絶対にタブーだと考えています。それに対し、日本人はこの種の失敗をあまり気にしないという結果が出ています(30%)。

世界的に進んでいるデジタル化とモバイル化ですが、その結果、適切なあいさつの仕方がわからなくなっている人々もいるようです。全世界のビジネス目的の旅行者の 5 分の 2(43%)は、仕事相手に適切なあいさつをしないことを、最も大きな文化的ミスのひとつとらえています。日本のビジネス旅行者は、他国と比べると、不適切なあいさつに対して非常に強い感情を抱き、5 分の 3(61%)の人が、きちんとしたあいさつをしないことを最大の無礼と見なしています。また、中国の回答者の半数(50%)は、大声で話すことが最大の文化的ミスだと考えています。

ビジネスマナー上の失敗トップ 5	
会議中に携帯電話に出る	46%
適切なあいさつをしない	43%
不適切な服装	36%
大声で話す	32%
メールの返信を 24 時間以内にしない	19%

## 謝り方も多種多様

無意識に(あるいは意識的に)海外で仕事相手の気分を害してしまったら、どうすればいいのでしょうか。その場で謝罪してすぐに対応するべきだと答えた人は、日本のビジネス旅行者では 10 人中 7 人(69%)にもものぼる一方、イタリアのビジネス旅行者では 37%にとどまっています。イタリアのビジネス旅行者の 4 分の 1(26%)は、ジョークを言ってその場を和ませようと努めると答えています。この割合は、調査対象となった国のうちで最多です。

Booking.com for Business の製品開発ディレクターである Ripsy Bandourian(リプシー・バンドリアン)はこう語ります。「新たな文化を体験することは、ビジネス旅行者にとって最も楽しい体験のひとつです。しかし、現在のグローバル経済環境でうまく仕事をしていくためには、エグゼクティブは文化的なカメレオンになる必要があります。ある国や都市ではまったく問題なく受け入れられるごく些細なジェスチャーや行動が、別の国では無礼と見なされ、それが最終的に契約の成否を左右することもあります。ブッキング・ドットコムでは、ビジネス旅行者のビジネスライフを快適なものにするため、常に改革に取り組んでいます。弊社サイトでの宿泊予約の 5 分の 1 はビジネスが旅行目的のお客様によるもので、数万社にもおよぶ企業が Booking.com for Business を利用しています。そうした状況を受け、弊社では

Booking.com for Business[Better-quette]キャンペーンを計画しています。このキャンペーンでは、幅広いスマートリソースの作成やエキスパートのアドバイスを通じて、刺激的だけれど複雑なビジネス旅行で世界を飛び回るビジネス旅行者をサポートしていく予定です」

## Booking.com(ブッキング・ドットコム)について

ブッキング・ドットコムは、ホテルをはじめとする様々な宿泊施設のオンライン予約における世界的なリーダーです。独立系の小規模宿泊施設から 5 つ星の豪華ホテルまで、お客様の旅行スタイルやニーズに合った宿泊施設を、最安値保証かつ予約手数料無料でご提供しています。当社の予約サイトは、40 以上の言語に対応しており、パソコン、スマートフォン、タブレットなど様々なデジタル機器からいつでもどこでもアクセス可能で、224 の国と地域、8 万 7,400 ヶ所以上の目的地、そして 87 万 3,500 軒以上の宿泊施設(うち約 40 万 2,000 軒は長期滞在型宿泊施設)の宿泊予約が可能です。また、実際に宿泊施設に泊まったユーザーだけが投稿できるクチコミを 8,100 万件以上掲載しており、観光・レジャー、ビジネスでのご利用と幅広いお客様のニーズに対応する宿泊予約サイトです。19 年を超える経験をもとに、世界各国・174 以上のオフィス、1 万名以上の社員、日本語を含む多言語で対応する 24 時間対応のカスタマーサービスが、お客様に最高の宿泊体験を提供するべく日々努力しています。

1996 年に設立した、Booking.com B.V.は Booking.com™ (<http://www.booking.com>) の運営会社で、The Priceline Group (NASDAQ: PCLN)グループのメンバーです。

さらに詳しい情報は、<http://www.booking.com> をご参照ください。また、[Twitter](#)、[Instagram](#)、[Facebook](#) の公式アカウントを開設しています。

## Booking.com for business について

Booking.com for business ([www.booking.com/business](http://www.booking.com/business)) は、ビジネス旅行の手配担当者やビジネス旅行者を対象に特別に設けられたサービスで、「最も簡単に、最もスマートに、最も価値の高い方法で」ビジネス旅行の手配と管理をスムーズに行うことができます。ブッキング・ドットコムで手配される予約のうち、ビジネス目的の予約は 5 件に 1 件を超えています。ビジネス旅行向けに機能を強化した Booking.com for business は、ビジネスでよく利用される場所を重点的に取り扱っており、広範なレビューデータが反映されているため、ビジネス旅行者が実際に利用して良さを認めた施設を簡単に見つけることができます。また、Booking.com for Business が提供する無料ツールを使えば、旅行者に代わって出張管理者やアシスタントが予約をすることもできます。Booking.com for Business は、企業の出張で特に必要となる要件を満たす高度な機能やレポート作成機能を備えたプラットフォームです。全ビジネス旅行者が、どこへ出張することになってもブッキング・ドットコムと同じように簡単に、そして安心して予約をすることができます。