

2026 年 8 月 20 日

株式会社 Trip.com International Travel Japan

Trip.com、世界の出張意思決定者 1,700 名を対象とした グローバル調査の結果を発表

～日本企業から 187 名が回答、出張管理の「見えないコスト」が課題に。

世界では「仕事+レジャー」が拡大、出張直後に個人的な予定を追加した予約が前年比 30%増～



グローバルオンライン旅行サービスプロバイダーの Trip.com は、自社の法人向け出張管理サービス「Trip.Biz」を通じて蓄積したグローバルのビジネストラベルデータと、日本企業の出張に関する意思決定者 187 名を含むグローバル調査の結果を発表しました。本リリースでは、世界のビジネストラベルの最新トレンドに加え、日本企業の回答から見える出張管理の課題や特徴を分析しています。

調査結果から、世界では出張とレジャーを組み合わせる「ブレジャー（Bleisure）」が拡大し、企業出張における金曜日のチェックイン数が前年比 26%増加していることがわかりました。出張直後に個人的な予定を追加した予約も前年比 30%増加しており、仕事を目的とした出張に個人の旅行を組み合わせる動きが広がっています。

一方、日本企業では出張量そのものは大きく変化しておらず、71.7%が 2025 年の出張量を「前年とほぼ同水準」と回答。また、トラベルマネジメント会社（TMC）とオンライン予約ツール（OBT）を併用する企業は 58.8%に達しています。

しかし、航空券・ホテル、現地の交通、変更・キャンセル、請求、精算などを含む出張全体の 80%以上を管理できている企業はわずか 10%にとどまりました。管理外予約や請求差異、契約効果の未測定など、一定の管理基盤が整っているにもかかわらず、出張全体を捉えきれないことによる「見えないコスト」が、日本企業における新たな課題として浮かび上がりました。

■ 世界では「仕事だけの旅」から「仕事+レジャー」へ

Trip.Biz のグローバルデータによると、出張が「仕事だけの旅」から、仕事と個人の時間を組み合わせる「ブレジャー」へと変化していることがわかりました。

世界の企業出張における金曜日のチェックイン数は前年比 26%増加しました。また、出張直後に個人的な予定を追加した予約（0～1 日）は前年比 30%増加。さらに、出張後 7 日以内に個人旅行を予約するケースも 25%増加しました。

出張後 7 日以内に個人的な滞在を追加した旅行者は、平均 3.4 泊を追加しており、仕事を目的とした出張をきっかけに、現地での滞在期間を延長する傾向が見られます。

さらに、出張直後に滞在を延長する旅行者の 60%は、出張時と同じホテルにそのまま滞在しています。ホテルを移動することなく、仕事からレジャーへスムーズに切り替えられる利便性も、滞在延長を後押ししていると考えられます。

■ シンガポール、ソウル、ロンドンなどで企業出張が拡大

都市別に見ると、シンガポールは 2026 年の企業によるホテル予約数で世界 1 位となり、前年比 30%増加しました。ソウルでは平日のホテル宿泊予約が前年比 67%増加したほか、金曜日のチェックインも 54%増加。ロンドンでも平日のホテル宿泊予約が 42%、金曜日のチェックインが 37%増加しました。



東南アジアでは主要な企業出張先として存在感を高めており、特にベトナムのハクニンでは、企業によるホテル予約数が前年比 341%増加。7 泊以上の滞在予約は 818%、週末を含む予約は 425%増加しました。

これらのデータから、企業の海外展開や国境を越えたビジネス活動の拡大に伴い、出張先での滞在が長期化するとともに、仕事と個人の時間を組み合わせる旅行スタイルが広がっていることがうかがえます。

■日本企業の出張量は「安定」。課題は出張管理の「質」へ

グローバル調査に参加した日本企業の出張意思決定者 187 名の回答を見ると、71.7%が 2025 年の出張量について「前年とほぼ同水準」と回答しました。出張予算についても 61.5%が「安定している」と回答しており、日本企業の出張需要は一定の安定局面にあることが分かりました。

また、トラベルマネジメント会社とオンライン予約ツールを併用している企業は 58.8%に達しており、多くの企業ですでに何らかの出張管理基盤が整備されています。

日本企業における課題は、単純に「出張が増えすぎて管理できない」ということではなく、一定の管理基盤が整う一方で、管理外予約、ポリシーの非遵守、請求差異、契約効果の未測定など、出張全体を横断して捉えきれないことが課題となっています。

■管理外予約の最大理由は「希望する航空券・ホテルが見つからない」

日本企業における管理外予約の理由として、54.5%が「希望する航空券・ホテルが見つからない」と回答しました。一方、「価格が安いから」は 12.7%、「インターフェースが使いにくい」は 7.3%にとどまりました。

この結果からは、管理外予約が単純なルール違反だけで発生しているのではなく、承認済みの予約チャネルでは必要な航空券・ホテルの選択肢を確保できないことが、管理外予約につながっている可能性が示されます。制度そのものを整備するだけでなく、社員の利便性と企業の管理方針を両立させることが、今後の出張管理において重要になると考えられます。

■契約効果を「測定できない」企業は 16.0%。グローバル平均の 3 倍超

今回の調査で特に注目されるのが、航空券・ホテル契約の効果測定です。

日本企業の 16.0%が、交渉済みの航空券・ホテル契約による効果を「測定できない」と回答しました。これはグローバル平均の 5.1%を大きく上回ります。

航空会社やホテルとの契約は、企業にとって重要なコスト削減施策の一つです。しかし、その効果を正確に測定できなければ、契約によってどの程度の成果が生まれたのかを検証することが難しくなります。

これは出張管理部門だけの問題ではなく、財務部門にとってもコスト削減効果を予算や実績に反映しにくくなり、調達部門にとっては契約条件の有効性を検証しにくくなります。さらに経営層にとっても、出張施策の投資対効果を説明しにくくなるなど、経営全体に関わる課題につながります。

■出張全体の 80%以上を可視化できている企業は、わずか 10%

日本企業の出張管理において、もう一つ大きな課題となっているのが「出張全体の可視化」です。

今回の分析では、航空券、ホテル、現地交通、変更・キャンセル、請求、精算などを含む出張全体の 80%以上を管理できている企業は、わずか 10%にとどまりました。

実際、日本企業の 65.8%で予約金額と請求金額の差異が発生しており、承認済みプラットフォーム外の予約に関する照合作業に月 6 時間以上を費やしている企業も 45.5%に達しました。

こうした業務は、表面的には「出張費」として現れにくいものの、確認、照合、修正などを担う社員の業務工数として企業に蓄積されます。出張における「見えないコスト」は、交通費や宿泊費だけではありません。

■ AI 活用の前提にもなる「出張データの統制」

出張のあり方が変化する中で、企業側の管理対象も変えていく必要があります。

これまでの出張管理では、航空券やホテルの予約、経費精算など、個々の取引を正確に管理することが重視されてきました。しかし、出張が長期化し、仕事とレジャーの境界が曖昧になる中では、予約情報だけで出張全体を捉えることは難しくなっています。

さらに、AI を業務や経営判断に活用するうえでも、データが分断されていれば、十分な分析や判断につなげることができません。

Trip.com は、今回の分析結果を踏まえ、これからの出張管理に求められるのは、単なる予約のデジタル化ではなく、予約、変更、請求、精算、契約など、出張に関する情報を横断的に把握し、経営判断に活用できる状態までデータを統制することであると考えています。出張管理は、コスト管理、調達戦略、リスク管理、社員の安全管理、そして AI を含むデータ活用を支える経営基盤として、その役割は今後さらに重要になると考えられます。

Trip.com は今後も、Trip.Biz を通じて企業の出張に関するデータとテクノロジーを活用し、変化するビジネストラベルのニーズに対応するとともに、企業のより効率的で戦略的な出張管理を支援してまいります。

【調査概要】

調査対象： 世界の出張意思決定者 1,700 名（うち、日本企業の出張意思決定者 187 名）

調査テーマ： 企業におけるビジネストラベル・出張管理の実態

分析データ： Trip.Biz が蓄積するグローバルのビジネストラベルデータおよび日本企業を対象とした独自調査

Trip.Biz について

Trip.Biz は、Trip.com が展開する法人向け出張旅行ブランドです。企業の出張に関する予約・管理を支援し、ビジネストラベルに関するさまざまなニーズに対応しています。

Trip.com(トリップドットコム)について

Trip.com は、48 の国と地域の 27 言語および 44 の現地通貨に対応した国際的なワンストップトラベルサービスプロバイダーです。世界 220 の国と地域にある 170 万軒以上のホテルと、3,500 の空港を発着する 680 社以上の航空会社のフライト、そして 30 万以上のアトラクションや現地ツアー商品を網羅した巨大なネットワークを有する Trip.com は、24 時間年中無休の世界水準の多言語カスタマーサービスに加え、エジンバラ、東京、ソウルに設置されているカスタマーサービスセンターから、世界中の何百万人もの旅行者が作る「最高の旅行体験」をお手伝いしています。

URL: <https://jp.trip.com>

[航空券検索はこちら](#) [ホテル検索はこちら](#)