

# ビジネスパーソンの「出張」に関する調査 2014

～ ビジネスパーソンのお出張実態とお出張への向き合い方とは？ ～



ビジネスシーンにおいて、切っても切り離せない身近な存在である「出張」。ただ、ひと言でお出張といっても、その目的は商談や現地視察など多岐にわたりますが、その内訳はいったいどのようになっているのでしょうか。また、ふだんのオフィスを離れて赴く土地や、移動時間は、ある種非日常的なシチュエーションとなります。そんな「出張そのもの」に対して、現代ビジネスパーソンはどのように捉えているのでしょうか。

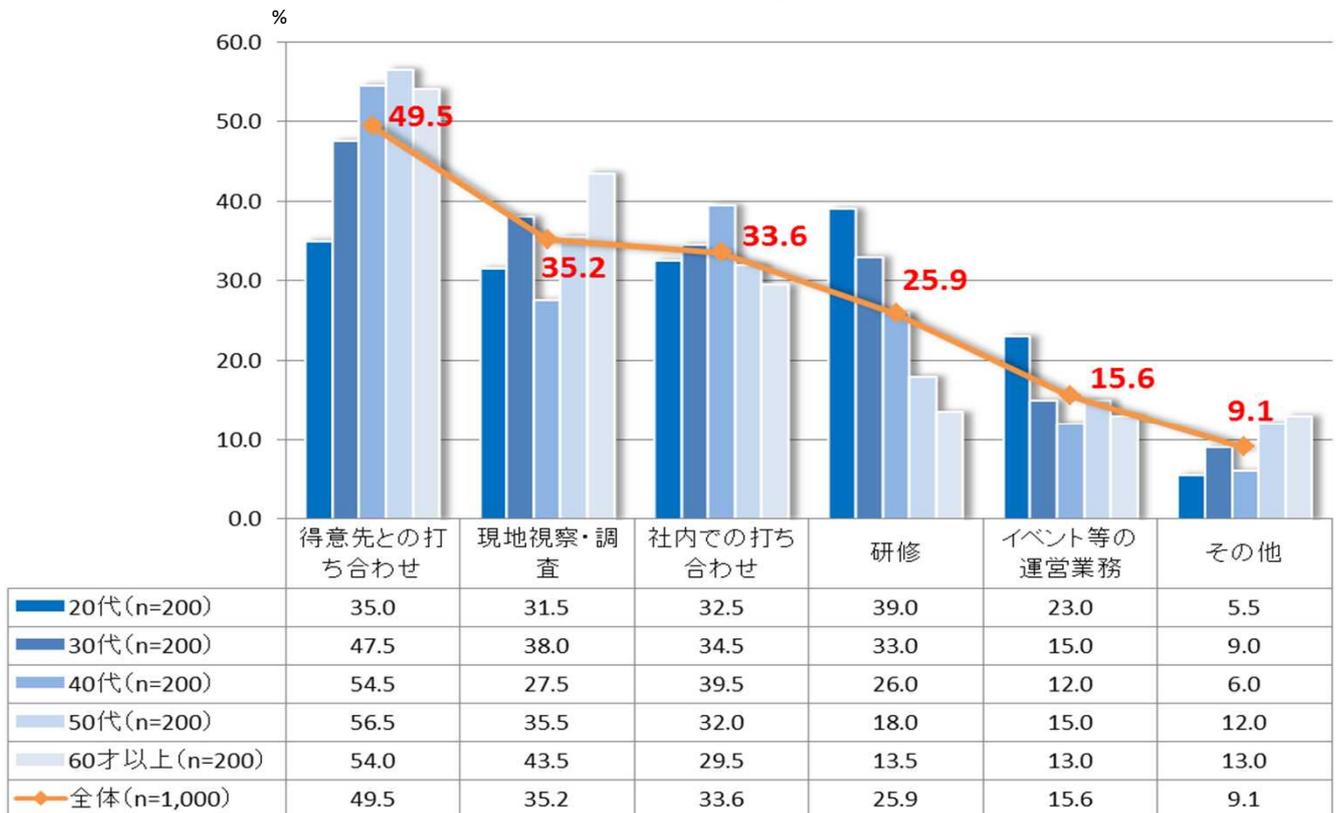
第3弾となる今回の調査では、過去1年間に国内出張経験のあるビジネスパーソン1,000人の声から、昨今の“出張事情”に迫ります。

## 【調査結果詳細】

**国内出張時の目的は「得意先との打ち合わせ」49.5%、「現地視察・調査」35.2%。  
若年層ほど「研修」が高く、“商談”と“人材育成”との軸で年代によって差が見られる結果に。**

ビジネスパーソンのお出張目的は「得意先との打ち合わせ」49.5%、「現地視察・調査」35.2%、「社内での打ち合わせ」33.6%が上位であることが分かりました。年代別でみると、20代、30代では「研修」が他に比べ高く、「得意先との打ち合わせ」が低くなっています。その一方で、「得意先との打ち合わせ」は、年齢層が高くなるにつれ上昇する傾向にあり、年代により目的に差があることが窺えます。

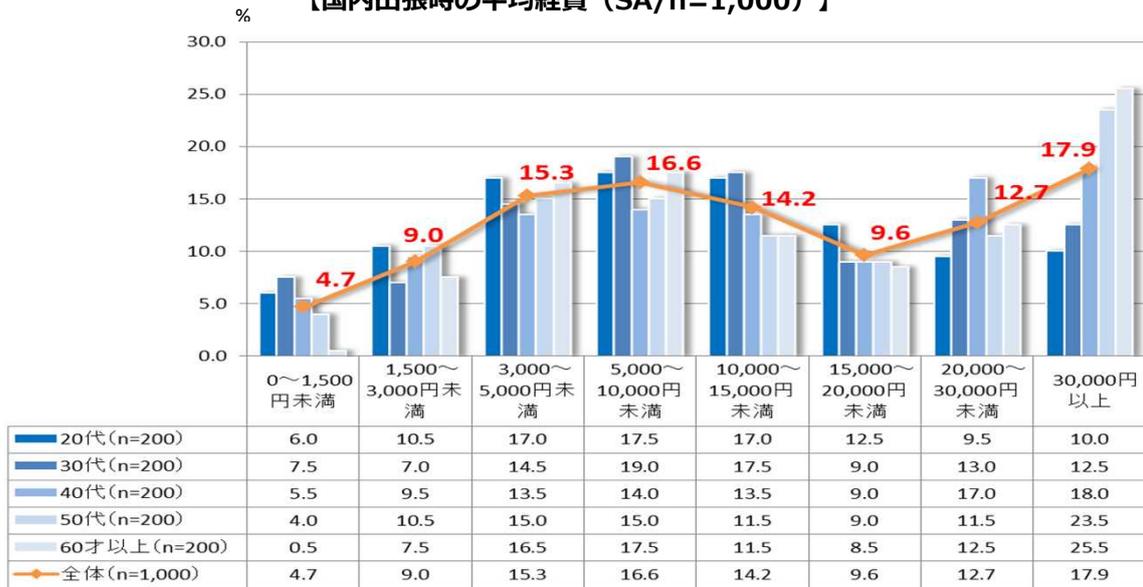
【国内出張の目的 (MA/n=1,000)】



**会社負担分を含めた出張 1 回あたりの平均経費（※交通・宿泊費は除く）は「¥ 14,094-」。年代が上がるにつれて金額も上昇傾向。**

会社が負担する飲食代などを含めた 1 回あたりの平均経費（※交通・宿泊費は除く）は、「30,000円以上」が最も高く17.9%、以下「5,000～10,000円未満」16.6%、「3,000～5,000円未満」15.3%と続きます。その中で、「30,000円以上」は年代が上がるにつれ高くなる結果となりました。年代別の平均値をみると、20代「11,961円」、30代「12,981円」、40代「14,757円」、50代「14,928円」、60代「15,845円」と年齢層が上がるにつれて上昇する傾向にあるようです。

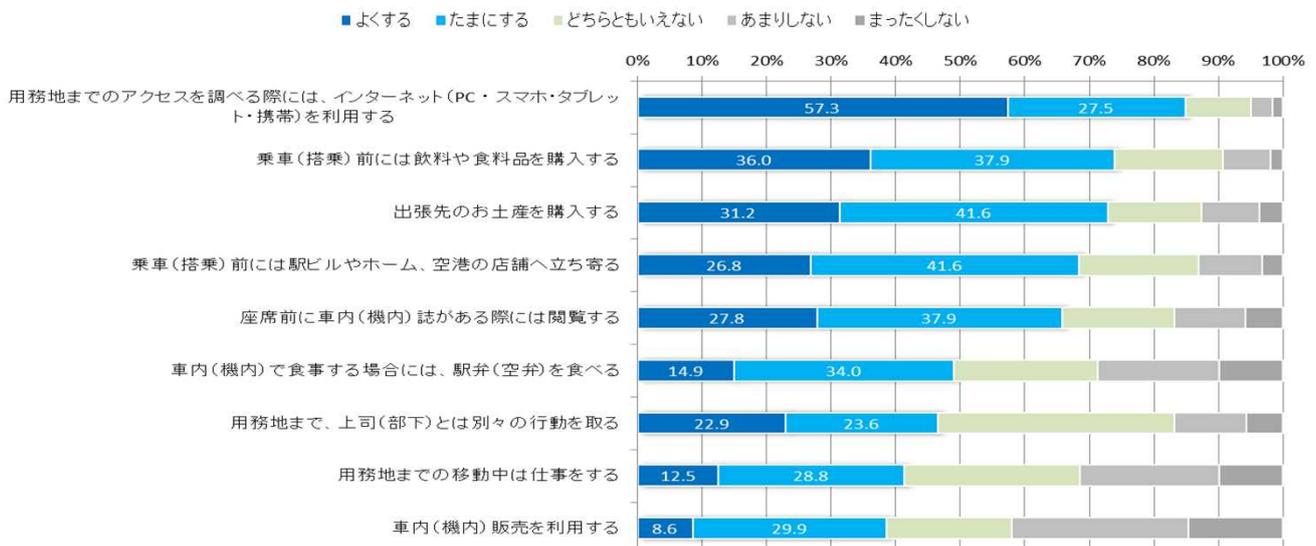
【国内出張時の平均経費（SA/n=1,000）】



**出張時の行動は「用務地までのインターネットによるアクセス検索」が8割以上でトップ。「乗車（搭乗）前の飲食品購入」、「出張先でのお土産購入」はおおよそ7割と、発地・着地での購買行動が見られる。**

国内出張時の行動を聞いたところ、「用務地までのアクセスを調べる際には、インターネット（PC・スマホ・タブレット・携帯）を利用する」が84.8%と最も高く、「乗車（搭乗）前には飲料や食料品を購入する」73.9%、「出張先のお土産を購入する」72.8%と続きます。その他、「駅・空港の店舗への立ち寄り」や「車内・機内誌の閲覧」といった行動も、おおよそ7割の方が行っているようです。

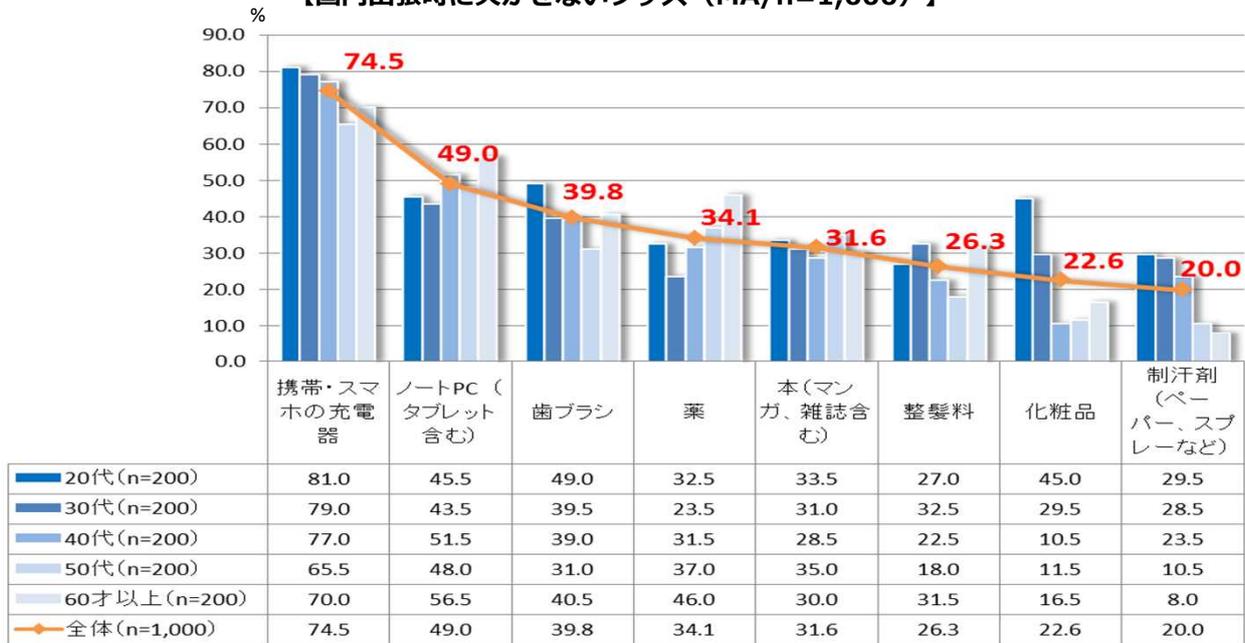
【国内出張時の行動（マトリクスSA/n=1,000）】



## 出張時に欠かせないグッズNo.1は「携帯・スマホの充電器」。その他のアイテムでは「ノートPC」、「歯ブラシ」が上位。年代によって若干異なる持参グッズ。

出張時に欠かせないグッズでは「携帯・スマホの充電器」がもっとも高く74.5%、以下「ノートPC（タブレット含む）」49.0%、「歯ブラシ」39.8%と続きます。年代が下がるにつれ「携帯・スマホの充電器」や「化粧品」、「制汗剤」の割合が高く、逆に、「ノートPC」、「薬」は年代が上がるにつれ高まる傾向が見られます。

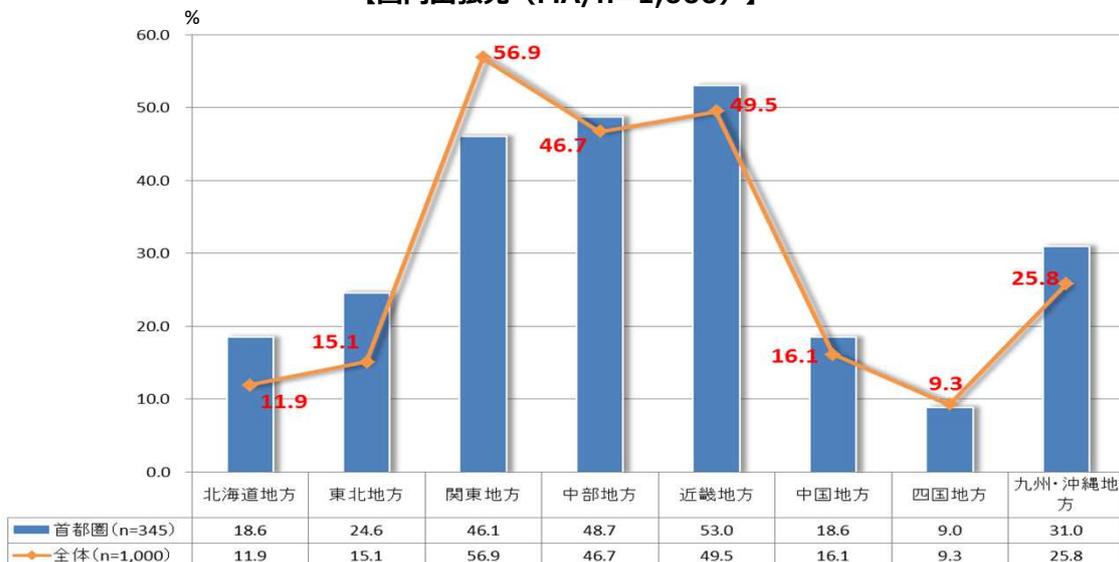
【国内出張時に欠かせないグッズ（MA/n=1,000）】



## 主な国内出張先トップ3は「関東地方」、「近畿地方」、「中部地方」の順。首都圏からの出張の場合は「近畿地方」がトップ。

過去一年間での国内出張先は「関東地方」が56.9%と最も高く、次いで「近畿地方」49.5%、「中部地方」46.7%となりました。勤務地別でみると、首都圏からは「近畿地方」が53.0%とトップで、以下「中部地方」48.7%、「関東地方」46.1%と続きます。全体比較すると「北海道地方」、「東北地方」、「九州・沖縄地方」のスコアが高いことが特徴的です。また、関西圏からは「関東地方」、東海圏では「中部地方」がトップとなり、勤務地により異なる結果となりました。

【国内出張先（MA/n=1,000）】

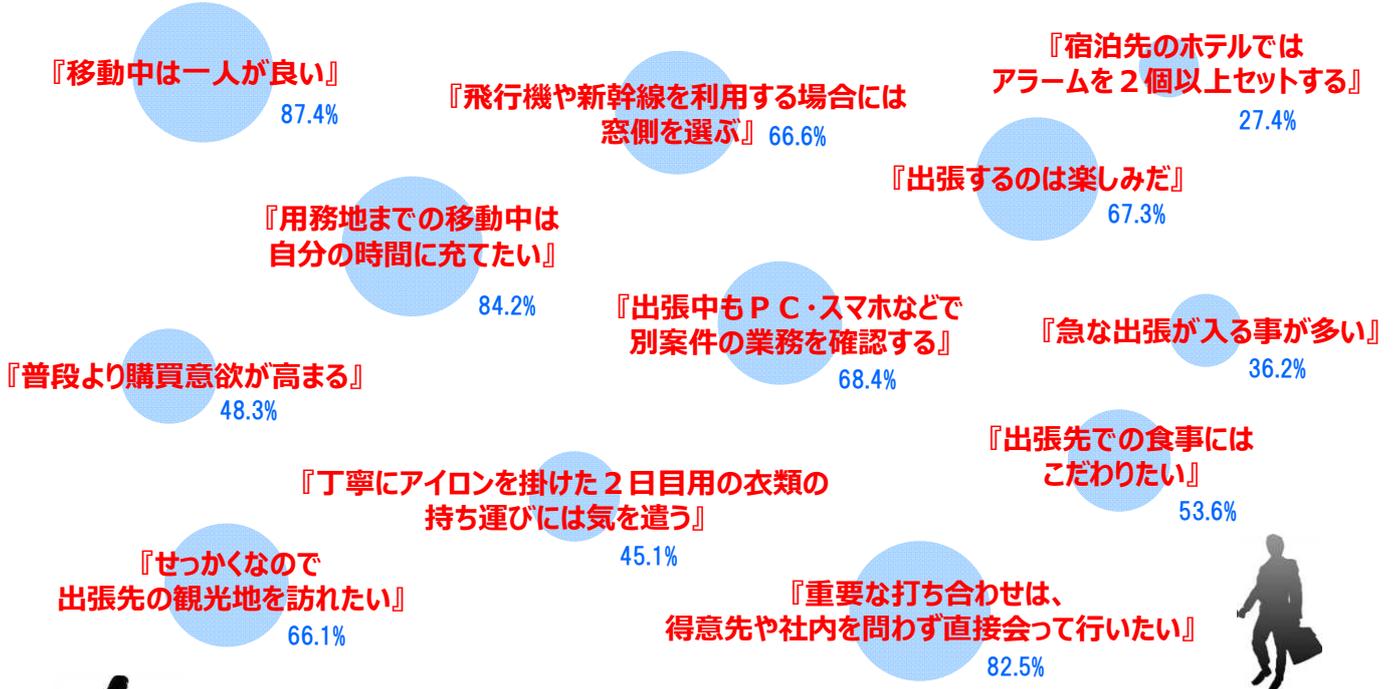


**出張に対する意識として、大多数が「移動中は一人で自分時間に充てたい」と感じている。また、「出張行為そのもの」や「現地での体験」は若年層ほど高い。**

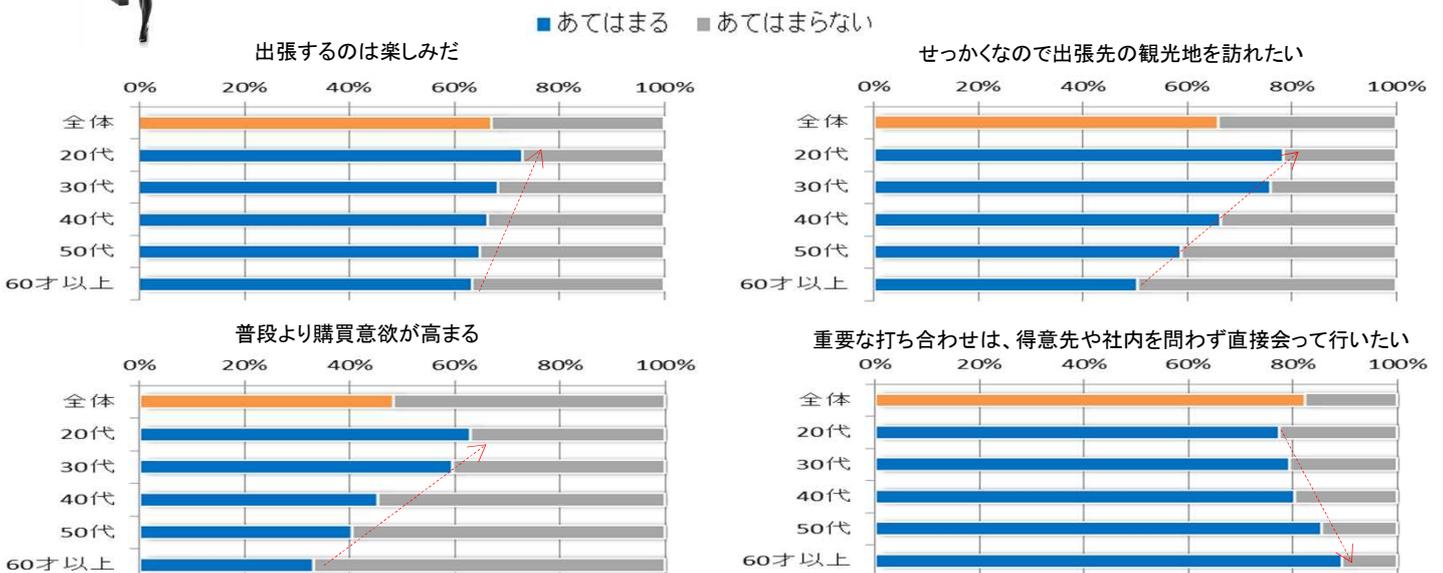
出張に対して、ビジネスパーソンはどのように向き合っているのでしょうか。国内出張への意識を聞いたところ、「移動中は一人が良い」87.4%、「用務地までの移動中は自分の時間に充てたい」84.2%が上位を占め、移動中はプライベート時間として過ごしたい意向が見られます。

年代別で比較すると、20代・30代は「出張行為」や「現地体験」への意識が高い傾向がみられます。「出張するのは楽しみだ」、「せっかくなので出張先の観光地を訪れたい」、「普段より購買意欲が高まる」といったスコアが他に比べて高くなっています。また、「重要な打ち合わせは、得意先や社内を問わず直接会って行いたい」と回答したのは、年齢層が上がるにつれて高まる傾向が見られます。年代によって意識の違いが分かりました。

【国内出張に対する意識／全体（SA/n=1,000）】



【国内出張に対する意識／年代別（SA/n=1,000）】



## ● 調査結果から

ビジネスパーソンの国内における「出張事情」の一部を垣間見ることができました。目的や経費をはじめとした出張実態は、年齢層によって差異があることを確認。主な目的は、「打ち合わせ」に関する項目が上位を占めましたが、若年層（20-30代）では「研修」が高くなる傾向が見られました。また、1回あたりの平均経費（※会社負担含め、交通費・宿泊費は除く）については、年代が上がるにつれ平均金額も上昇する結果になりました。

出張時の行動においては、「用務地までのインターネットによるアクセス検索」がほぼ主流になっていることが分かりました。その他にも、「乗車・搭乗前の飲食品や出張先でのお土産」を購入するといった購買行動も7割程度の方が行っていることを確認できました。

出張に対する向き合い方は、ビジネスパーソンの約9割が「移動中はプライベート時間として過ごしたい」といった意識を持っていることが分かりました。また、「出張そのもの」に対しては、若年層ほどモチベーションが高い結果となりました。これは、出張経験の浅さが影響されていると推察されます。さらに、「重要な打ち合わせは直接会って行いたい」は全体で8割を超える結果となりました。スマートフォンやタブレットなどの情報端末が日進月歩で進化する中、Face to Faceへの意識の高さが窺えます。

今後もビジネスシーンにおいて必須となる「出張」。日本の経済情勢や時代の流れにより、その“実態”や“意識”に変化が生じる可能性もありますが、経験の少ない若年層ほど出張に対するモチベーションが高いことは、これからも変わらないのかもしれませんが。

## 調査概要

調査方法	インターネットリサーチ
調査地域	首都圏(東京都, 神奈川県, 埼玉県, 千葉県) 東海圏(愛知県, 岐阜県, 三重県) 関西圏(大阪府, 京都府, 兵庫県, 奈良県, 滋賀県, 和歌山県)
調査対象	20歳～69歳の男女(マクロミルモニタ会員) 過去1年間で、飛行機、または新幹線、新幹線以外の特急列車利用で国内出張したビジネスパーソン
割付方法	エリア(首都圏, 東海圏, 関西圏) × 年代(20, 30, 40, 50, 60代)を均等に回収 / 合計1,000サンプル
調査日時	2014年10月22日(水)～27日(月)
調査機関	株式会社ジェイアール東海エージェンシー 株式会社マクロミル
その他調査項目	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国内出張時の各種手配元</li> <li>・国内出張1日あたりの日当</li> <li>・国内出張で利用する路線情報サイト</li> </ul>

＜調査結果の引用・転載、取材などに関するお問い合わせ先＞

株式会社ジェイアール東海エージェンシー コミュニケーションデザイン部 担当：大橋

TEL: 03-6688-5009 e-mail: k-ogata@jrta.co.jp