

日本では、乗客と荷物が一緒にバスで移動することが多く集めた荷物は個人に確認してもらうのが一般的だが、荷物用の車を使う国では、総個数の確認を添乗員や責任者が行うケースもある。

その他、宅配便などの依頼も受けつけるため、国際便の場合の壊れ物（Fragile = フラジャイル、Handle with care）、天地無用（This side up）、国際郵便の速達（urgent, special delivery）や書留郵便（registered mail）などの用語知識も必要となる。

g) フォーム（Form 帳票）

ベル業務で使われる帳票類は荷物に関するものが多い。客室へのデリバリー報告（アライバル・スリップとも呼称され、荷物の搬入個数などを記入）、団体客のデリバリー報告、個別のデリバリー・バイ・ハンド、ウィル・コール・フォー、預り用のバゲッジ・タッグ（Baggage tag 半券などの預かり証をお客様にお渡しできる荷物札）、部屋番号を記載するホテル・タッグや金銭を立替部屋勘定にするペイド・アウト・バウチャー（paid-out voucher）などが一般的である。

③クローク・ルーム・アテンダント（Cloak Room Attendant）業務

クロークはフランス語の釣鐘を意味する語句が語源で、釣鐘型に見える袖の無い外套を預ける場所から派生したとされる。ホテルでは、メイン・ロビー、宴会ロビーや飲食施設などの常設施設と、大型宴会時だけの仮設施設などがあり、利用客の手荷物（コート類、バッグ類など）の一時預かり業務を担当している。宴会の終了に合わせてクローズするクロークの荷物は、メイン・ロビーにあるクロークに移動して対応することもある。



預かる際は、クローク・タッグ（Cloak tag またはクレーム・タッグ Claim tag と呼ばれる番号などが書かれた札）をお客様にお渡しし、荷物を番号で管理された収納場所で保管するが、衣類は皺が寄らないようハンガーに掛け保管する。原則、貴重品、長期の冷蔵・冷凍が必要な品物、匂いが強い品物、揮発性の高い品物などはお預かりできないので、お預かりの際はお客様にお声掛けを必ず行う。お客様とのトラブルは、預けた荷物の損傷や貴重品の紛失によるものが比較的多いので、それらを未然に防ぐためにもお客様の前で荷物確認をする必要がある。万一、クレームが発生した場合は、責任者が対応する。

2) フロント・オフィス係の業務

①レセプション（Reception）業務

a) チェックイン（check-in）

予約内容に従って、お客様に確認をしながらルーム・アサイン（room assign 部屋決め）をする業務である。宿泊登録カード（Registration Card 通称レジカード）に宿泊約款で規定された内容（外国人旅行者の場合、国籍、パスポート番号、入国地と入国日などが必要）をご記入いただくことで宿泊契約が成立したことになる。日本の姓は30万種近くあると言

[レジ・カード]

Account No.	Arrival Date ご到着日	Arrival Time ご到着時間		Departure Date ご出発日	
Room No. お部屋番号	Room Rate. お部屋料金	No. of 人数 Guest	No. 部屋数 of Room (s)	Source of Business	Explanation Code

Name: Mr.
ご芳名 Mrs.
Miss

Last		First		Initial	
Company: 会社名				Age: 年齢	
Home Address: お住まい				Tel: 電話	
City:		State:		Country:	
Passport No:				Postal Code: 郵便番号	
Nationality				Credit Card: クレジットカード	
Place of Last Stay: 前泊地			Next Destination: 行先地		
Signature: ご署名			Remarks:		

Please keep your valuables in Safety Deposit Box 貴重品はフロントでお預り致します。

われ、最初の登録が一字違うだけでも大きなミスにつながるので、必ずフリガナやアルファベットの確認（姓名が逆の記載もあるので注意）を行う必要がある。

ウォークイン（walk-in 予約せず宿泊を希望すること）はもちろんのこと、お支払い方法を確認し、ホテル・クーポン（Hotel coupon 旅行会社が発行する宿泊券）の事前受け取りやクレジット・カード（Credit card）のインプリント（伝票への番号コピー）、必要に応じてのデポジット（Deposit 前受金）請求などを行う。食事付プランの場合は、準備されたミール・クーポン（meal coupon 食事券）をお渡しし、ベル・スタッフにゲスト・カード（コンファメーション・カード、アライバル・カード、キー・ブックレットなど様々な呼称がある）とルーム・キーを渡し、部屋への先導を依頼する。

余談だが、スキッパー（Skipper 無銭宿泊者）などのUG情報（Undesirable Guest, Unwelcome Guest 好ましくないお客）をホテル間で情報共有し、再発防止に努めており、不審者チェックも重要な業務の一つとなっている。

b) アップ・セル

当日のルーム・コントロール（room control 部屋管理）は、レセプション系の専権事項のため、部屋の空き状況に応じて、アップ・グレード（up grade 同一料金でグレードの高い部屋を提供）やアップ・セル（Up sell グレードの高い部屋をセールスする）などの業務を行い、お客様の満足度を高める工夫を行っている。

また、売上増の一環として、パート・デイユース（part day-use 時間売り客室）後は、通常の空室としての販売が可能のため、会議室販売を積極的に受け付けるホテルもある。

c) 当日の予約管理

売れ残り部屋を減らし売上を上げるため、ノー・ショー（no show 予約客が当該日に連

絡せず宿泊しない) を考えながら、空室を販売する業務である。変わった予約として、決められたチェックイン時間前の到着 (アーリー・チェックイン early check-in) や、日付が変わった深夜到着 (レイト・チェックイン late check-in) などへの対応も必要なことから、最終判断はイン・チャージが行うことが多い。特に日本では、ギャランティ (guarantee 宿泊しないでも室料を支払う) の習慣が薄い上、ウォークインによって補完される環境もあることから、宿泊約款に記載された取消料を請求しないケースも多くあり、より当日の空室管理が重要となる。売上減少につながる要因のハウス・ユース (House use スタッフの業務宿泊) やコンプリメンタリー (complimentary 無料客室提供) については、稼働率 (occupancy ratio) 同様、業務日報でしっかりと報告し管理される。

d) チェックアウト (check-out)

お客様によって、チェックアウト時間の延長を希望されたり、滞在を延長したりするケースがあり、これらの確認も重要な業務の一つである。一般的に時間延長者にはエキストラ・チャージ (extra charge 追加料金) がかかる旨を伝え、滞在延長者の場合、必要に応じてルーム・チェンジをお願いすることもある。

ルーム・キーの管理を担っているため、アウト部屋の鍵が返却されているかの確認が必要となる。

②メール&インフォメーション (Mail & Information) 業務

国際郵便 (overseas mail) やデリバリー業務の窓口 (ベル業務に内容記載あり) となる他、シティ・インフォメーション (city information) や宿泊者の問い合わせ、メッセージ (message 伝言) 受け、客用郵便物の仕分けなどの業務を担当する。特に、ゲスト・ロケーション (guest location お部屋以外の場所への電話転送サービスや伝言受けサービス) やノー・インフォメーション (no information = incognito 問い合わせに対し宿泊していることを秘匿するサービス)、ドント・コール (don't call 希望する時間帯での電話取次ぎを中止するサービス) なども、テレフォン・オペレーターと協調して行う。郵便物や荷物などで、宿泊者がチェックアウト済みであったり、予約が無かったりする場合、一定期間を置いて差出人 (発信人) にもどすリターン・トゥ・セNDER (return to sender) 業務も担当する。

以下に旅行会社などと電話での人名のやり取りに必要なアルファベットの表現方法を紹介する。

■表2-8 航空会社・旅行会社共通

Able	Baker	Charlie	Dog	Easy	Fox	George	How
Item	Jack	King	Love	Mike	Nancy	Over	Peter
Queen	Roger	Sugar	Tiger	Uncle	Victory	Whiskey	X-ray
York	Zebra						

③ キャッシャー (Cashier)・両替 (Exchange) 業務

会計に必要な社内帳票呼称として、ゲスト・フォリオ (guest folio 宿泊勘定書) やチッツ (chits 売上伝票) が使われ、客用にはビル (bill 宿泊勘定書) が使用されている。

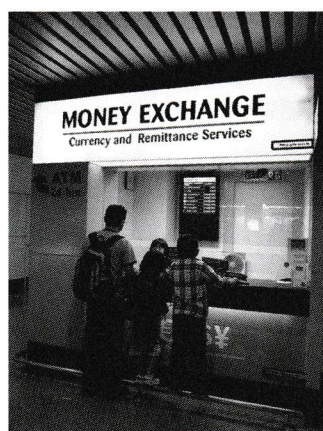
会計機を使って伝票作成していた頃は、ナイト・オーディター (Night Auditor 夜間経理担当者) が部屋ごとに室料を売上、レセプション係のハウス・カウント (House count 販売した部屋と室料を記載した書類) 報告とダブル・チェックの上、レストラン、バー、宴会などの売上と合わせ全館集計を行い、翌日の会計バランスが0からスタートできる準備を行っていたが、コンピューター化が進み、バッチ (batch)

処理で一括客室売上が可能になった今は、専門職を置くホテルも少なくなっている。ホテルは、1日単位で売上集計することから、同日内での金額訂正には問題無いが、集計後の訂正は売上金額が変動するため、コレクション (correction 同日訂正) とアジャストメント (adjustment 別日訂正) とをしっかりと分けし、間違いを防止している。客室売上は集計時点までを1日の売上とするが、それ以降のチェックインは、キャリー・オーバー (carry over) として翌日の売上に計上している。

支払い方法については、宿泊約款に規定されており、なんでも使用できるわけではない。後日現金化するものを売掛と言い、クレジット・カード、ホテル・クーポン、ホテル・バウチャー (hotel voucher 航空会社が室料や朝食代などを支払うことを約束した伝票)、商品券、会社請求などがこれにあたる。中国本土の方が使われる銀聯カードもクレジット・カードの一つである。ブラック・カードと呼ばれる利用金額に上限のないクレジット・カード以外は、支払い金額の上限が決まっていることから、高額の場合は精算をこまめに行ってもらなどの配慮が必要となる。

宿泊料金の計算は、ルーム・チャージ (Room Charge 室料) にサービス料 (service charge) を加えたものに消費税を乗じたものであるが、2015年度現在の東京都は宿泊税が別途加算 (一人1泊1万円以上は100円、1.5万円以上は200円。ツインに2名宿泊した場合は室料の半分の一人料金として計算) されるので注意が必要である。

ホテルで行う両替は、一般的にお客様から見ると円買いのみとなり、円を売って外貨を購入することは外貨準備が必要なため原則できない。また、変動する為替レートに加え、ホテル側が設定した手数料 (為替リスクや銀行の両替手数料を加味している) が必要なため、必ずしも新聞などで公表されているレートに近いとは限らない。法律改正により両替認可が無くなったこともあり、市中に両替所も増えたことから、お客様のホテルでの両替も減少している。



3) ルーム・リザベーション系の業務

① ルーム・リザベーション (Room Reservation) 業務

客室予約は、電話を利用した時代からネット経由での予約の時代へと着実に移行している。

ホテルが構築したCRS (Central Reservation System 集中予約管理システム) をIRS (Internet Reservation System トリップアドバイザー・エクスぺディア、ホテルズドットコム、じゃらんnetなどの予約サイト) やGDS (Global Distribution System セーバー、ガリレオ、アマデウス、ワールドスパンなどの巨大な観光情報ネットワーク) と接続させることにより、リアルタイムで航空券、レンタカーから宿泊先までの予約が可能となった。

予約受付には、最低限の宿泊者情報 (宿泊者名、人数、到着日・時間、出立日、部屋タイプ・料金、支払い方法、予約者の連絡先など) が必要で、リザーベーション・カード (reservation card 予約カード) による管理が一般的で、希望によっては、高層階や海が見える側、菜食主義、アレルギーなどの注意や特別リクエストも受付ける。

客室料金は、イールド (レベニュー) ・マネジメントの導入により一定では無いことから、多岐にわたる料金体系をしっかりと把握する必要がある。また、エージェント・ブロック (Agent block 旅行会社に販売を委託している部屋) やマーケティング部門による仮予約 (MICE客への対応) などを考慮した空室管理を行うため、必要に応じたコンファーム (confirm 予約確認) を実施し、予約段階でオーバー・ブッキング (over booking 販売可能部屋数以上の予約をいれた状態) を極力しないよう努めている。

②イールド・マネジメント (Yield Management) 業務

レベニュー・マネジメント (Revenue Management) とも言い、収益を最大化するために、客室の予約状況をインベントリー (inventory) し、需要予測を基に提供する部屋数の設定や価格設定を体系的に行う考え方である。具体的な行動としては、過去のブッキング・カーブ (booking curves 予約の入り込みグラフ) から同現象を見つけだし需要予測に役立てることで市場に投入する商品を決定する。告知ツールである予約サイトの活用と価格設定が重要な要素であり、ベスト・レート・ギャランティ (best rate guarantee 自社より安い価格があった場合は同料金にする) といった戦術を使うこともあることから、競合他社との価格競争の一面も生じている。

必用なデータとしては、客室稼働率 (Occupancy ratio) や平均客室単価 (ADR Average Daily Rate) に加え、レブ・パー (RevPAR, Revenue per Available Room 販売可能客室1室当たりの平均客室単価) が重要な指標となる。同じ稼働率で収益を上げるには、割引の少ないお客様による単価アップや手数料の支払の無いお客様の獲得が重要で、割引料金適用の団体客比率や送客料支払いの対象となるエージェント送客比率を管理することもマネジメントの一つである。

4) アシスタント・マネージャーの業務

組織上、総支配人の下でスタッフ職に位置づけるホテルも多く宿泊部門のスタッフではないケースも見られるが、ロビーが執務場所のため、この章で業務を解説する。



①アシスタント・マネージャー（Assistant Manager）業務

一般的には、ロビーに机（通称アシマネデスク）を構え、各部門では対応しきれないお客様からの相談や苦情を総支配人の名代として行う業務や、VIPの送迎なども担当している。特に緊急時は、即断を必要とするため、アシスタント・マネージャーに判断を求めることは多い。

②ナイト・マネージャー（Night Manager）業務

夜間は職員数も少なく総支配人も部門責任者も不在になることから、全部門の部課長の当番制によるものや専門職として夜間責任者を置いている。アシスタント・マネージャーが兼任しているホテルもある。

5) コンシェルジュの業務

お客様の様々な質問や要望に可能な限りお応えし便宜を図るのが主たる業務である。以前は航空券のリコンファーム（reconfirm 予約の再確認）を必要とする航空会社が多く、それらを代行して行う業務もあったが、必要としない航空会社が増えリコンファームの業務は減少している。

案内業務として、我々に馴染みのある仏教でも宗派があるように、キリスト教は宗派が幾つか存在するため日曜礼拝に行くべき教会も異なっており、それらの時間や場所の情報や、ムスリムが食せるハラール食品を提供できるレストランなど、普段の生活では考えにくい情報が必要となる。一口に観光と言っても、史跡巡りよりもクール・ジャパンのハイテクやアニメ関連の人气が高まっており、「日本食、寿司、すきやき」といった一連のステレオタイプから、飲食店は居酒屋が、メニューも枝豆が人気を博しており、これらの情報や交通機関の使い方を的確に案内する必要もでてきた。

観光地情報、ツアー情報、スポーツ&エンターテイメント情報、飲食店情報、文化施設情報、カルチャー・クラブ情報、不動産情報など、専門誌やWEBサイトから情報を収集し、時には足で歩いて確認し独自の案内ツールを作っているホテルも多い。

コンシェルジュの団体としては、世界的なコンシェルジュの団体であるレ・クレドールインターナショナル（1929年フランスで発足）の支部として、レ・クレドールジャパン（1997年認可）があり、そのメンバーらにより、日本コンシェルジュ協会（2005年）も発足している。

6) テレフォン・オペレーター系の業務

ダイレクト・イン（部署への直通電話）以外の代表番号にかかる電話の取次ぎ業務が中心である。何気ない瞬間であるが、声の響きやトーン、明るさによってホテルのイメージを変えるほどの力があり、相手を思いやる気持ちが声に現れると言っても良く、敬語使用以上に重要な点と言える。



インフォメーション係と連携したドント・コールやノー・インフォメーション、ゲスト・ロケーションの業務や、モーニング・コール（wake-up call 指定