

用語集

GLOSSARY

ホテル/旅館/リゾート等ホスピタリティ産業に関する専門用語

ホテル・旅館・リゾート等ホスピタリティ産業に関してよく使用される専門用語集です。
今後、随時追加してまいります。ご不明なことがありましたら、お気軽にお問い合わせ下さい。

▶ あ行 ▶ か行 ▶ さ行 ▶ た行 ▶ な行 ▶ は行 ▶ ま行 ▶ や行 ▶ ら行 ▶ A～Z

▶ あ行

アイドルタイム (Idle Time)

レストラン営業におけるランチタイムとディナータイムの間など、来客数が比較的少ない中間的な時間帯のことを言います。スタッフの勤務時間を考えると営業休止の時間帯がないのが望ましく、デザートブッフェを行なうなど、アイドルタイムの売上げを向上させるための企画を導入するも、苦戦を強いられる場合が多い。

アセット・マネージメント

投資用資産の管理を所有者・投資家からの委託を請けて代行する業務のことを言います。ホスピタリティ産業においては、プロパティ・マネージャー（オペレーター、総支配人）の指揮下において実施されるホテル/旅館/リゾート等施設の運営に関し、対象施設の資産価値・収益の最大化・維持向上の観点からプロパティ・マネージャーを指導・監督するとともに、適切な再投資（改装・リノベーション、増築、改築）の内容・規模とタイミング、場合によってはプロパティ・マネージャーの変更、リブランディング（ブランド変更）、資産・事業の売却といった判断も行ないます。

アップスケールホテル

シティホテルとほぼ同義で、宿泊以外に宴会場やレストランなどの付帯施設を備えた大規模ホテルのことを言います。

アベレージチェック (Average Check)

客一人あたりの消費額のことを言います。

イールド・マネージメント

在庫のきかない商品である航空機の座席販売において、予約の入り込みを予想することにより、収益を最大化できるように販売価格と販売数・販売タイミングを細かくコントロールして収益の最大化を図るべく開発された手法で、同じく在庫のきかない客室を販売するホテル業にも応用されるようになったものです。

シーズン、曜日ごとの予約入込のタイミング、スピードを過去の実績から統計的に解析し、将来の任意の日についての現時点での予約獲得状況から、最終的な収益を最大化するために必要な料金政策を示し、予約コントロール担当者の判断をサポートするコンピューターシステムを導入するホテルも増えています。

インセンティブ

報奨旅行。企業などで優秀な成績を出した褒美として、自社の営業スタッフや代理店の人を旅行に招待するツアーのことを言います。ホテルにとっては、比較的高単価で大量の客室販売が期待できること、並びに宿泊に伴う飲食（宴会や二次会のバー利用）の利用が見込める点で、大切にしたい客層です。

インディビデュアル

FITの項を参照。

インバウンド

海外からの旅行者のことを言います。ホテル業界では、特にアジア圏からの旅行者を限定してインバウンドと呼ぶ傾向にあります。多くの場合、一人あたりの客室料金は低単価であるが1室複数人での利用となるケースが多く、朝食付きでもあるので、1室あたり売上高は一般客と比べそれほど悪くはないと考えられます。

ウェブエージェント

エージェントの項を参照。

ウォークイン

予約なしで当日宿泊を申し込みにくるゲストのことを言います。駅前などの交通拠点や繁華街にあるホテルでは、こういった需要を多く見込めるケースがあります。多くの場合、高めの宿泊料金で販売が可能となります。

エアラインクルー

航空会社の乗務員。低単価ではあるが、年間を通して一定の宿泊需要を期待でき、企業契約の一種として提供することがあります。契約期間は1年間の場合が一般的です。なお、契約客室数によっては無料でのクルー用ラウンジ(寛ぎ)スペースの提供、特別料金での食事の提供などの特典を求められることがあります。

エージェント

宿泊を含めた旅行全般を斡旋するトラベルエージェント(旅行代理店)、結婚披露宴の斡旋を行うブライダルエージェント(結婚式相談所)などがあります。インターネット上での宿泊斡旋サービスを利用するケースが多くなったため、従来のトラベルエージェントをリアルエージェントと呼び、インターネットを利用するエージェントをネットエージェント、ウェブエージェント、あるいはサイバーエージェントと呼び区別するようになってきています。リアルエージェント経由での予約件数が減少する一方、ネットエージェントによる予約件数は大幅に増加する傾向にありますが、イールドマネージメントの観点からすると、価格競争に陥り易いネットエージェントに過度に依存することは危険なので、それぞれの特徴を活かした戦略的な利用が求められます。

エグゼクティブフロアー

ホテル客室階において、一般客と区別された特別な施設とサービスを提供するフロアのことを言い、クラブフロアと呼ばれることもあります。当該施設を利用できるのは一定額以上の客室利用ゲストやホテル(チェーン)の会員などです。特別サービスの提供によるホテル(チェーン)の常顧客化が目的です。専用のラウンジが併設され、専任のコンシェルジュがチェックインなどのゲストサービスにあたるほか、コーヒーやカクテルなどの飲料・軽食が無料で提供される場合があります。ホテルによっては当該施設にて無料朝食サービスを提供する場合があります。

エコノミーホテル

バジェットホテルの項を参照。

オーベルジュ

高質な食事を提供するレストランを売り物とした小規模な宿泊施設のことを言います。

オールデイダイニング (All Day Dining)

早朝から深夜まで営業し、従来のコーヒーショップをグレードアップしてメインダイニングに近いメニューとサービスを提供するレストランのことを言います。

オフシーズン (Off Season)

ホテル/旅館の宿泊閑散期のことを言います。

オンシーズン (On Season)

ホテル/旅館の宿泊繁忙期のことを言います。

▶ か行

喫食率

摂食率の項を参照。

客室稼働率

ホテルの客室のうち、販売された客室の比率を示す指標を言います。

クラブフロアー

エグゼクティブフロアーの項を参照。

グループ

団体客のことを言います。販売料金が異なることや、一定数以上のお客様の場合には添乗員向けにホテルから無償客室を提供したりすること、或いは食事会場を宴会場に特別確保するなどの個人客とは異なる取り扱いが必要となります。また、グループのお客様向けの客室割り当ては、添乗員の利便性なども考慮して、極力まとまった区画に割り当てることが望ましいとされており。

グループレート (Group Rate)

団体に対する割引料金のことを言います。

ゴーショー (Go Show)

宿泊予約を持たないゲストが直接ホテルに現れて宿泊を申し出ることを言います。ホテル側のミスで予約が見あたらない場合と、故意に忙しい時期を狙うクレーマー (UG客)との見極めが難しいケースがあります。

コーヒーショップ (Coffee Shop)

早朝から深夜までほぼ一日営業し、軽食から簡単なコース料理までを提供するレストランのことを言います。

コーポレートレート (Corporate Rate)

ファームレートの項を参照。

コミッション

各種エージェントに支払う斡旋手数料のことを言います。基本的には送客売上に対する一定歩合で手数料を支払うこととなりますが、エージェントへのキャンペーン、個別広告など、協賛金等の名目で追加的な費用が発生することにも注意が必要です。

コンプリメンタリー (Complimentary)

客室や食事などの商品を無料で提供することを言い、ホテルの現場では「コンプ」と短縮して呼ばれることもあります。販売促進上で提供する場合などが主な目的ですが、実運用面では苦情対応で利用する場合もあります。発生コストは客室消耗品費、清掃費、リネン費、食材原価などで、これらがホテル負担経費として発生することとなります。

▶ さ行

サイバーエージェント

エージェントの項を参照。

シティーホテル

都市部に位置し、宿泊だけでなく宴会場やレストランなどの付帯施設を備えたフルサービスを提供するホテルについて、日本国内において一般的に使われている呼称です。海外ではフルサービスホテルと呼ばれるものがこれにあたります。

宿泊プラン

宿泊に食事などを組み合わせたパッケージ商品のことを言います。インターネットによる客室販売数が増えてきた状況下、プランの数とプラン内容の品質の高さが予約率向上の一つのキーとなります。

ショルダーシーズン (Shoulder Season)

ホテル/旅館の宿泊需要について、繁忙期と閑散期の中間的な期間のことを言います。

シングルユース (Single Use)

1室2名以上の定員の客室を、1人利用として提供することを言います。

スキッパー

支払いをしないで逃げ出す客のことを言います。防止策としてはチェックイン時に預託金を現金で頂戴するか、クレジットカードにより相当額の支払い伝票を発行し、顧客の署名まで頂戴しておくなどがあります。こうした場合、チェックアウトの精算時に過不足精算することとなりますが、署名済クレジットカードは一旦破棄し、改めて必要額のクレジットカード伝票を起票することとなります。また長期滞在者の場合、一定期間ごとの精算を的確に行うことも防止策として必須です。このような被害が発生した場合、同地区内の同業他社へ被害情報を流して、再発防止に役立てることも有効です。

スパ

プール、ジャグジーなどを組み合わせた温浴施設のことを言います。

席回転率

レストラン、バー等飲食施設保有席数に対する1日一席あたりの席使用率のことを言います。

摂食率

宿泊者数に対するレストラン利用客数の割合のことを言い、喫食率と呼ぶこともあります。

▶ た行

ターンアラウンド

営業方針の変更や設備投資、新規事業の展開等、中長期的に効果が見込める戦略的な収益改善策を実施すること、事業再生のことを言います。ホテル/旅館/リゾート等施設においては、運営体制、運営システム、ブランド、オペレーターの改善・変更、改装投資などにより事業を根本から再生することを意味します。

ダブルオキュパンスー

AGPRの項を参照。

タリフレート (Tariff Rate)

ラックレートの項を参照。

デイユース (Day Use)

宿泊せず、昼間の時間帯だけ客室を利用させることを言います。都心部などでは客室稼働率の向上、収益率の向上の観点から積極的に販促しており、相応の稼働を得ているようです。一方で、エアポートホテル等では一般宿泊客のチェックイン時間を通常より遅く設定し、デイユースとからめて客室の回転効率を高め、総売上向上を目指す特別宿泊料金もあります。

デザイナーズホテル

著名なデザイナーが設計したスタイリッシュなホテルのことを言います。

デューデリジェンス

企業買収や不動産売買を行なう際に、対象企業や対象不動産に関する法的・物理的・経済的なリスクや経済的予測の把握の為に、事前に行なう詳細調査を総称してデューデリジェンスと呼びます。ホテル/旅館/リゾート等施設および事業の売買におけるデューデリジェンスは主に物的調査、法的調査、経済的調査からなります。物的調査では土地状況、建物状況、環境調査などの不動産に関連するリスク、法的調査では不動産権利関係、テナントとの賃貸借契約・営業契約・業務委託契約など対象物件に関する法的なリスクを明らかにし、経済的調査においてはマーケット環境、競争力、事業の収益性、改善可能性などを評価します。弊社ではこのうち、主として経済的調査を担当します。

定員稼働率

主に旅館において使用される指標で、施設全体の宿泊収容可能人数に対して実際に宿泊した人の数の比率を言います。レベニュー・マネージメントの観点からすると、1人当たりの売上よりも1室当たりの売上を重視する方が施設全体としての売上効率を高めることに繋がることから、旅館にあっても定員稼働率よりも客室稼働率とAGPR、食事代込みのADR、食事代込みのRevPARを重視することが望ましいと考えます。

▶ な行

ネットエージェント

エージェントの項を参照。

ノーショー (No Show)

宿泊予約をしたゲストが連絡なしに来ないことを言います。日本では実際にキャンセル料を申し受ける場合は少ないですが、欧米などではクレジットカードでのギャランティー予約を基にして、クレジットカードからの自動引き落とし等で強制的にキャンセル料を申し受けるケースが一般的です。

▶ は行

ハウスユース (House Use)

自社社員および自社用途で客室を利用することを言います。一般的にはOCC(客室稼働率) 算定上の数としては勘定しません。

バジェットホテル

安価な料金帯のホテルのことを言います。

ビーアンドビー (B & B)

宿泊と朝食の提供だけに特化したホテルまたは料金体系のことを言います。

ビジネスホテル

主としてビジネス出張目的での宿泊利用を対象とし、宿泊機能に特化したホテルについて、日本国内において一般的に使われている呼称です。レストランなどの料飲施設は、館内に最低限(朝食会場を兼ねて一か所程度)だけ保有するのが一般的です。ビジネスホテルの中で特に宿泊に特化したホテルは、無料で簡単な朝食だけを提供する施設が増えてきています。

ファームレート (Firm Rate)

特定企業向けの年間契約による特別割引宿泊料金のことを言います。コーポレートレート、或いは法人契約料金と呼ばれることもあります。年間の利用数が相当程度見込めるなどの理由から、一般料金よりは低めの設定とする場合が一般的です。

フィットネスクラブ

プール、ジム、サウナなどを有する会員制の施設のことを言います。

フランチャイズ

ホテルチェーンよりブランドの使用権を取得し、施設仕様および運営に係る指導・ノウハウ提供（基本的に人材の派遣はなし）、ホテルチェーン本部からの送客などのサポートを受けてホテル運営を行なう形態のことを言います。対価としてフランチャイズ料をホテルチェーンに対して支払うこととなります。

フルサービスホテル

シティホテルの項を参照。

プロパティ・マネージメント

事業用不動産の所有者あるいは所有者の資産管理代行業者であるアセット・マネージャーから委託を請けて、単一の対象不動産についての管理および対象不動産を利用した収益事業運営を指揮して行なうことを言います。ホテル/旅館/リゾート等施設においては、オペレーター（運営会社）或いは総支配人がプロパティ・マネージャーとしてその役割を担います。

▶ マ行

マイス (MICE)

Meeting, Incentive, Convention and Exhibition の略で、会議・展示会などを伴うホテル利用客層のことを指し、宿泊収入に加えて食事、宴会、観光などの付帯的な売上を伴う多数日かつ複数日の利用が見込めることから、ホテルの重要な需要セグメントとして注目される傾向にあります。欧米ではすでに普及している需要層ですが、日本では未だ十分に開発された分野とは言えません。一般宴会需要が伸び悩む傾向下、MICE需要は期待が持てます。

マネージメントコントラクト (MC)

ホテル運営委託契約と呼ばれ、ホテルチェーンより総支配人等キースタッフの派遣を受け、ホテル運営に係る全権を委ねてホテル運営を行なう形態のことを言います。ホテルチェーンから派遣されるスタッフの人件費を含め、ホテル運営に要するすべての費用はオーナー（ホテル経営会社）側が負担した上で、ホテルチェーンに対しては、ホテル運営ノウハウの提供やブランド使用に係る対価として、総売上額やGOP額などの業績に連動する運営委託料を支払うこととなります。

ミッドタイプホテル

アップスケールホテルとバジェットホテルの中間的な料金帯のホテルのことを言います。

メインダイニング (Main Dining)

ホテル内で最も特色があり、ホテルの顔として位置づけされるレストランのことを言います。

メインバー (Main Bar)

ホテル内で最も特色があり、ホテルの顔として位置づけされるバーのことを言います。

▶ ヤ行

ユニフォームシステム

Uniform System of Accounts for the Lodging Industry の略で、米国ホテル統一会計基準のことを言います。ホテル事業の特性に特化した管理会計の思想に基づいた会計基準で、ホテルの収支を宿泊部門、料飲部門などの営業部門と、管理部門を中心とした非部門配賦経費とに大別し、GOPまでの売上・経費について、ホテル運営に係る各部門責任者の数値責任範囲が明確となるよう仕訳されるのが特徴です。米国をはじめ世界各国のホテル会社の多くがこの基準に沿った会計処理をしていることから、ホテル間の収支比較にも有効です。

▶ ら行

ラウンジ (Lounge)

喫茶サービスを主体とした、ゆったりとくつろいで打ち合わせ・歓談のできるスペースのことを言います。リブランドフロント

ロビーと同じフロアーに在る場合が比較的多く、ホテルの顔になり得るとともに、ロケーションやコンセプトによっては待ち合わせ、打ち合わせ時の喫茶利用を多く見込めるホテル内料飲施設の稼ぎ頭となり得る機能です。

ラグジュアリーホテル

高品質な施設、サービス内容を具備した、豪華なグレードのホテルのことを言います。

ラックレート (Rack Rate)

客室の正規販売料金のことを言い、タリフレートと呼ばれることもあります。ホテル業界では正規料金の高低によりホテルの格付けがなされる傾向にあります。また、正規料金に対しての割引率を宣伝文句用に活用するケースも多々あります。

リアルエージェント

エージェントの項を参照。

リース方式

ホテルの土地・建物をホテル企業に一括賃貸する方式のことを言います。ホテル運営は賃借した側が自営或いは委託形式で行うこととなります。

リゾートホテル

リゾート地にあるホテルのことを言います。一般的に客室スペースが広めとなっているほか、都心部からは離れた場所に位置して外食が困難となるので、館内に数種類の料飲施設を備える場合が一般的です。宴会場の需要はシティホテルほど高くはありませんが、団体客の集合・食事会場、あるいはリゾートウェディング用に比較的小規模な宴会場を備えておくことが望ましい場合もあります。またスパ・エステ施設やリクリエーション的な付帯サービスの充実も必要要件となります。

リブランド

ホテルにおいてホテルブランドを変更することを指し、多くの場合オペレーターそのものの変更を伴います。

リポジショニング

商品力・商品政策の大幅な変更・改善により、変化する競合マーケットの中における位置づけを変え、競争力・収益力を高めることを言います。ホテル/旅館/リゾート事業においては、運営体制の変更、ブランドの変更、改装投資などにより、ハード/ソフト両面での商品政策・商品力を改善・改革することにより、競合マーケットにおける位置づけを変え、競争力・収益力を高めることを意味します。

リミテッドサービスホテル

宿泊と朝食の提供程度に特化し、その他の人的・物的サービスを最低限に絞ったホテルのことを言います。

ルームチャージ (Room Charge)

サービス料、税金などを含まない部屋代だけの料金のことを言います。

レディースフロアー

ホテル客室階において、女性客専用で設けたフロアーのことを言います。当該フロアーへ男性客が出入りできないように、カードキー付きのゲートを設ける場合もあります。女性ゲストへの安心できる滞在を約束することにより、更なる利用促進を図ることが目的です。

レベニュー・マネージメント

イールド・マネージメント (イールド・マネージメントの項参照) の手法を、客室販売のみならず、レストランや宴会の販売や、それらとのパッケージ販売までを含めて取り入れ、ホテル全体としての収益を最大化し得るよう、料金政策と予約コントロールを行なう手法を言います。

レントابل比

施設の延べ床面積に占める収益部分の面積比率のことを言います。レントابل比が低い場合は、パブリックスペースやバックスペースが潤沢に確保されていることとなるので、施設面やサービス面でのグレード感を醸し出せる反面、高単価販売・高収益率を達成しないと、投資採算がとりにくくなります。立地や市場環境によっても異なりますが、シティホテルの場合は50%前後、ビジネスホテルの場合は70%以上のレントابل比確保が望ましいと考えられます。

▶ A～Z

A D R

Average Daily Rateの略で、ホテルの宿泊営業における平均客室単価を言います。販売された客室1室1日あたりの実質的な平均売上単価を指します。

AGPR

Average Guest Per Roomの略。1室あたりの平均宿泊者数のことを言います。ダブルオキュパンスー（Double Occupancy）と呼ぶ場合もあり、その場合は%表示されます。

FFE

Furnitures, Fixtures and Equipments の略で、ホテル営業用家具、什器備品など、ホテル運営に必要な動産の総称です。

FIT

Frequent Independent Traveler の略。個人旅行者のことを言い、インディビデュアル（Individual）とも言います。団体旅行需要が弱まりつつある状況下、自ら旅行工程などを企画し、ホテルも自ら選択するようなゲスト数が増加する傾向にあります。

GOP

Gross Operating Profit（営業総利益）の略、ホテルの総売上から運営に係る費用（資産保有・維持に係る費用、税金などを除く）を差し引いた利益のことを言い、総支配人がコントロールできる売上・経費から算出する利益レベルを指すことから、総支配人責任利益と解釈することもできます。

KPI

Key Performance Indicator の略。経営・運営上の業績評価において重要となる指標のことを言います。ホテルの宿泊部門においては、OCC（客室稼働率）、ADR（稼働客室あたり売上単価）、RevPAR（保有客室あたり売上単価）などが代表的なKPIとされます。

RevPAR

Revenue Per Available Roomの略で、レヴパーと呼ばれます。ホテルの客室1室1日当たりの収入を示す指標であり、 $\langle 1日当たりの客室収入 \div 客室供給数 \rangle$ 或いは $\langle ADR \times 客室稼働率 \rangle$ で金額表示されます。ADR（エーディーアールの項参照）が販売された客室だけを対象とした平均販売単価であるのに対して、RevPARは客室稼働率も加味した客室の収入効率を示す指標であることから、宿泊ビジネスの業績を評価する指標としては客室稼働率やADRよりも重視される傾向にあります。

UG

Undesirable Guest の略。スキッパー、支払不良客、暴力団関係者あるいはクレーマーなどのホテルにとっての招かれざる客のことを言います。同一地域のホテルのフロント関係者間で、UG客の情報交換を定期的に行なっている地域も多いようです。

VIP

Very Important Person の略。重要顧客のことを言います。本来は国賓クラスのゲストあるいはそれに準じたゲストを指しますが、ホテルにとっての重要顧客全般を指して言うことが多く、ホテルによっては、VIP→IP→SP（Special Person）などと分けすることもあります。区分ごとに提供すべき特別サービス内容を規程しているケースが多いようです。