

内閣府地域雇用創造事業  
「地域密着型インターンシップ研修」  
最終報告書



中間事務局：特定非営利活動法人 素材広場(福島県)

報告書作成者：宮本 康信

## <ホテルグランデコについて>

平成4年12月16日オープンのリゾートホテル。名前の由来は地名である「デコ平」に、素晴らしいという意味の英語“Grand”を合わせたもの。磐梯山や桧原湖、五色沼を中心とした雄大な自然の中で過ごせるホテルである。自然以外は何も無い。しかしながらそこが魅力である。都会の喧騒から離れた余暇を満喫できる。夏は周辺の自然散策や本格的なトレッキングができ、ホテルのガイドが案内・解説してくれるガイドツアーも充実しており、初めて来た人でも安心。冬はホテルから一歩も歩かずに滑ってスキー場へ行き、帰りもホテル玄関まで滑って帰ることができる。ホテルに帰ってくれば、一日中遊んで疲れた身体を天然温泉で癒せる。この上ない贅沢である。その他、パークゴルフ場やテニスコートがあり、余暇を十分に満喫できる。料理は地元の野菜を取り入れ、ハーブは自家栽培のものを使用している。



リゾートホテルの中にも、そこでしか味わえない「福島らしさ・裏磐梯らしさ」を至る所に発見できる楽しさがあるだろう。

## <研修・作業内容(10:00~18:00)>

### ○ベル業務(チェックイン・チェックアウト時のお客様の対応)

ベル業務は大きく分けて「玄関からフロントまで」と「フロントから客室まで」の2つの対応である。

- ・ 「玄関からフロントまで」…お客様の到着後での自動車の駐車場への誘導、荷物の運搬、予約者の確認、フロントまでの案内
- ・ 「フロントから客室まで」…チェックイン手続き後の部屋までの案内、その途中での非常階段やその他施設の説明、客室内部の説明

最初の1週間は「玄関からフロントまで」の業務を行った。研修期間が夏休みと被った影響もあり、まずは実際にやってみるといところから始まった。そしてそこで足りないところをチーフに指摘されながら研修が進んでいった。「フロントから客室まで」の業務は2週目からで、始めは先輩方について行って案内しているところを見て学び、その後先輩についてきてもらって案内を自分で行った。忙しい時期でもあったので、なるべく早く自立したいと思い、なるべくお客様の案内を初期に経験し、2週目の中ごろには一人で案内できるようになった。

### ○お客様の質問対応

お客様の質問は「大浴場は何時までか」や「ゴンドラまではどのように行けばよいか」といった大体事前に回答を集められるものから、「冷蔵庫の強弱調節はできるのか」「スリッパのサイズの大きいものはないのか」といった細かい質問まであり、研修最終日まで十分に答えることができなかった。しかしながら、答えられるものに対してはなるべく詳しく、例えば道順であれば急な道かどうか、時間はどのくらいかかるかを実体験を基に説明

することによってうまく答えることができたと思う。

## ○玄関や倉庫の掃除

玄関はお客様を出迎える上で最初にそして必ず通る場所である。毎日ではなかったものの、最初は支配人やチーフに促されて、終盤では自分が気づいた時に掃除するようにした。また、倉庫は主にパークゴルフクラブが閉まってあるところを整理した。ゴルフクラブが足りないときや、左利き用のクラブを探しに行く場合、お客様を待たせることになるので、その時間を最小限にするため子供用・左利きを同じダンボールに入れることで少しながらも取り出す際の効率化を図った。

## ○売店の視察

売店では実際に研修を受ける時間はなかったが、売店で働く先輩方に話を聞くことができた。そこでは、日常の売店での仕事から、陳列の際の工夫、どのように地域の特産物を売り出しているかまで実際に売店の中を見回りながら説明していただいた。お客様の安全を考えて食品の検品をしていること、ホテルが山の中にあるためコンビニ並みの品揃えにしなければいけないこと、地域の特産物(主に裏磐梯の特産物)が少ないため、どうしても福島・東北の特産物が多くなってしまおうということを教えていただいた。地域の特産物の売り出し方の難しさを学ぶとともに、お客様が一番購入に際して参考にするだろう POP の計算された書き方や置き方にも触れることができた。

## ○ホテル敷地内周辺施設の見学

公休の日には周辺の散策や施設の見学を行った。周辺では、ホテル敷地内の施設(トレッキングコース・小野川不動滝・パークゴルフ・テニスコート)を実際に見て回り、お客様が疑問に思うだろうこと(道順や時間など)を自分自身が体感することでいかに分かりやすくお客様に伝えられるかを考えた。

見つけた魅力に関しては、ホテル敷地内にハーブガーデンが敷設されていること。職員の方に聞いたところ、ホテルの料理に使われているとのこと。ハーブの名前やどの料理に使われているかがハーブガーデンを散策するお客様に一目で分かるようになればさらに魅力あるハーブガーデンになるのでは?と感じた。



※その他、隣接する市やお客様がホテル宿泊中・後に利用するであろう施設を見学し、そこまでの道順や自動車での移動時間、また、施設はどんなところであることを調査した。

## <ホテルの研修で学んだこと～グランデコの魅力を支える3点～>

### ○しっかりしたお出迎え…身だしなみ・笑顔・あいさつ

今回担当したベル業務はお客様がホテルの到着して初めて顔を合わせるスタッフであり、いわば「ホテルの顔」である。そこで上記の3つは切り離せない重要な項目。今回の研修では上記の詳しい説明さえなかったものの、研修中に繰り返しホテルの方に指摘されたところでもある。まさに「他の方を模倣し、実感して学ぶ」といったところ。

### ○お客様の安全…食品・設備

サービス業、それも質の高いサービスを提供しなければならないホテル業にとってお客様の安全は最大の関心事である。今回は食品の安全に関して研修で見ることが出来なかったが、施設の安全面においてはきめ細やかな対応が見られた。

### ○顧客満足度…「Noと言わないサービス」

どんなに細かくてすぐには答えられない質問でも、また時にはインターネットを使って調べなくてはいけない質問でも、決して「分かりません」とは言わないというのがグランデコの接客術であった。「少々お待ちください」と言って一旦お客様の質問を受け止めてから出来る限り調べてお客様に情報を提供する。サービス業では当然のことだと思っていたが、こんなにも大変なそして責任のある業務であることに気づかされた。

以上、これら全てが「また来たい」とお客様に思っただけのような最低限のサービスであり、グランデコはそのサービスを提供できる数少ないホテルだと感じた。

また、その他、総支配人に話を伺う機会が何度かあったが、地域とのつながりという点において、行政と協力したイベントが少ないながらも存在すること、同じ裏磐梯地区のホテルとの連携で周遊バスを観光客に提供していること、付近のペンションと連携したイベントを行っていることを知ることが出来た。

## <生産者と宿とをつなぐ企画～自分が「行きたい」と思える企画作り～>

フルーツライン近辺にある一般農家の作業風景を見ることができ、収穫体験も同時に行える「農家の日常」を感じることのできる企画である。収穫出来る果物は桃である(同時に秋用にりんごのチラシも作成したがここでは桃のチラシを例にする)。今回はグランデコにその企画をチラシにして提案するという課題。素材広場での研修でプランを作る際に一番言われてきたことが「果たして自分が行きたいと思うか」である。その他、以下の点に注意して作成した。

- ・自分が果たして行きたいと思うチラシか？
  - ・桃農家をのぞけるだけでは弱くないか？
  - ・みんな観光農園と一般農家の違いって知ってるのか？
  - ・福島の桃についてどのように押し出すことができるか？
- ・福島県産の桃の特徴を押し出さなければいけない。

- ・ほかの地域の桃との違いは？…寒暖差により甘い桃ができる。
- ・なぜ福島まで来て桃を食べるのか？…福島の桃は有名ということを知ってもらう。
- ・ターゲットは？…今回はカップルを想定。デートプランの一つとして。

### <全体を通して～「よそ者」だから得られる視点～>

今回は約3週間のホテル研修であったが、毎日のように「気づき」を得ることができた。その多くが「よそ者」だから得られる情報であったように思う。ホテルで働いている方々だと日常の風景は当たり前のようにになってしまう。私自身研修最終日に近づくにつれて、それまでホテルで働いて「ここを変えたらもっと良くなるのではないか」と思っていたところがあったが、「別にいいんじゃないか」という妥協が生まれてきた。しかし、これでは今回の研修の意味がない。よそ者＝お客様の視点が重要である。お客様がホテルに来て感じた疑問を私たち自身も感じることに出来なければならない。1ヶ月という研修期間は短いようにも思えたが、よそ者の視点を忘れないという点では調度良い期間であった。

また、私は今回、「人とのつながり」というものの強さを感じた。研修に参加した理由も、ひとつは地域ビジネスモデルを知りたかったこともあったが、研修募集チラシにおいても「つながり」という言葉を強調しており、「つながりとは何か」という自分なりの答えを出したかった、そしてそのつながりを自分も持ちたいということが最大の理由である。今まで私自身、生きたつながりを持たず(むしろ自分からつながりを有用なものにしてこなかったのだが)、今回は多くの方とつながりを持ち、様々な意見を伺うことで「地域活性化」と「人と人とのつながり」のこの2つがどのように関連しているかを肌で感じたかった。

研修で感じたのは、研修中に会う農家の方々はとにかく元気だということである。地域を活性化していく際には地域の方々のやる気、元気さが重要だと感じた。そしてその地域の方々のやる気をすくい上げるのがプランナーの役割であり、地域を活性化したい人と人がつながることで、その地域が元気になり、活性化していくことに気づいた。今回素材広場・ホテルでの研修でプランナーとしての役割を大変有意義に学べた。

研修の1ヶ月間は毎日が「気づき」の連続であり、本当に有意義な時間を過ごすことができた。今後、地域活性化を考え、自ら働きかける際にこの研修で学んだこと、「気づき」を最大限参考にしていきたい。

次ページに今回の課題であるチラシを2枚付した。

# 農家の「日常」をのぞいてみませんか？

知ってました？

**福島県は桃の生産量全国 2 位！**

また、福島市はフルーツラインと呼ばれる道路の愛称がつくほど果物の産地であり、

福島県で最も桃の収穫量の多い地域なのです。

寒暖差が激しい福島の土地で育った果実は甘さが違います。

しかも今回は収穫したばかりの新鮮な桃がその場で味わえる！

**そんな福島の桃を畑で味わってみませんか？**

**募集期間**：9月25日より毎週日曜日 定員10名  
(最終受付 前日17時まで)

**価格**：1人500円 桃2個の収穫

**注目の内容**：①生産者による簡単な畑案内。

②さあ、桃は自分自身で収穫してみましよう！

③選果・配送作業などの果物農家の日常風景を  
見てみましょう。

**(これらは観光農園で見ることができません！)**

◎ 集合：10時に現地集合になります。

(体験所要時間：40分程度、自由解散)

大友農園は15.6種類の桃を作っています。白桃やめずらしい黄桃の生食ができます。

いつ行っても桃が食べられる！作業が見れる！

**農家の「日常」を垣間見てみませんか？**



カップルのデートにも最適♪



～お問い合わせ・申し込み先：素材広場事務センター Fax：0242 - 85 - 6572～

参加者代表氏名	
電話番号(当日連絡先)	
参加人数	

宿泊宿名 \_\_\_\_\_

内閣府地域雇用創造事業「地域密着型インターンシップ研修」

中間事務局：特定非営利活動法人 素材広場(福島県) 作成者：宮本康信

# 農家の「日常」をのぞいてみませんか？

福島特有の寒暖差が甘いりんごを作ります！

福島県福島市はフルーツラインと呼ばれる道路の愛称がつくほど果物の産地です。

寒暖差が激しい福島の土地で育った果実は甘さが違います。

そんな福島のりんごを畑で味わってみませんか？

今回は収穫したばかりの新鮮なりんごがその場で味わえちゃう！

募集期間：9月25日より毎週日曜日 定員10名  
(最終受付 前日17時まで)

価格：1人500円 りんご2個の収穫

**注目の内容：**①生産者による簡単な畑案内。  
②さあ、りんごは自分自身で収穫してみましょ  
う！

③選果・配送作業などの果物農家の日常風景を  
見てみましょう。

(これらは観光農園で見ることができません！)

◎ 集合：10時に現地集合になります。  
(体験所要時間：40分程度、自由解散)

今回は観光農園ではなく、一般の農家を垣間見ることができます。  
このような機会はめったにありません！

いつ行ってもりんごが食べられる！作業が見れる！

農家の「日常」を垣間見てみませんか？

～お問い合わせ・申し込み先：素材広場事務センター Fax：0242  
- 85 - 6572～



参加者代表氏名	
電話番号(当日連絡先)	
参加人数	

宿泊宿名

内閣府地域雇用創造事業「地域密着型インターンシップ研修」

中間事務局：特定非営利活動法人 素材広場(福島県) 作成者：宮本康信