

内閣府 地域雇用創造事業
「地域密着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)
製作者:第三期研修生 Hisa-pon(10月9日～11月7日)

受入施設の紹介

ヴィライナワシロには従業員約 60 名が日々お客様の笑顔でお出迎えし、他館に負けなように、特に厨房では常にクリエイティブな発想で様々なメニュー作りに取り組んでいる。

ヴィライナワシロの一番の強みは、当館から来るまで 10 分の距離にある、料理長本人が旬の野菜を収穫できる「山際農園」だ。実際農作業が体験できるイベントもあり、たくさんのお客様に「食の大切さ」を知ってもらうように力を入れている。また食材のほとんどがそこから獲ている。

料理長本人は、常に「地産地消」の理念に従い、お客様面に立って商品開発に力を入れていることだ。例えば、森のキッチン(別名オープンキッチン/キッチンスタジオ)という場所では、実際の厨房をお客様に見学・知っていただくために設置。このホールを使って、料理教室や研修会など多種多様なイベントを催す時もあり。

当館の施設は、客室 87 室、コンベンションホール310畳、大宴会場150畳、中宴会場90畳、茶室16畳、大浴場3カ所、ラウンジ、カラオケ、ミニ図書館、売店、スキーハウス、レンタルスキーショップ(今年の冬のため、現在改装中)。5階はロイヤル・スイート部屋。また、車で 10 分ぐらいの距離で、昭和の森(天鏡台)、市民体育館、野菜の直売所にも行ける。ご来館のお客様には、猪苗代駅からリムジンバスも出ている。

研修・作業内容(8:00～20:00) 厨房での一般役割、新商品の開発、お客様目線

厨房での役割

・出勤(8:00am)に一日に流れを報告するミーティングを通じて、その日の役割分担を決める。調理、仕込み、盛り付け、出庫や納品調査の主はこの4つの役割分担で来客の来館に即在に対応出来るように準備。

私の場合、 盛り付け→朝食→仕込み

盛り付け→朝食→盛り付け

仕込み→朝食→仕込み

商品開発(外勤と内勤)

・山際シェフの厨房の企業理念である「地産地消」に基づき、既存の食品から一筋(少し)工夫した食品開発への取り組み。常に「お客様目線に立ち」、どのような食品を求め、どのような食品が印象ついてもらえるか。例えば、今人気のあるゴマラー油でも、一般的なゴマラー油もあれば、エゴマラー油を使ってみるようにする。それゆえ、当館では、一からの材料を集め、ある商品から少し外れた方法で商品開発に力を入れている。

・館外勤務では、試食を提供していく戦略方法である。例えば、10 月 29 日(金)に「どんぶりプロジェクト第五回会議」を開いて 5 品目の内に 3 品目を試食者を選んでいただ

き、人気のある商品を今後、どのような時に準備し、値段を付けていくなど等をして開発事業に取り組むこと。

お客様目線(内勤)

・実際お客様が食事しているバイキングに行き「お客様目線」に立ち、商品がどうあるべきかを質問。また、常に、一時的にではなく、継続的に形に残るような企画を提供していきたいという気持ちで、お客様に「バイキングや食のアンケート」に答えてもらうと共に、ランキング付けや人気商品を「数で答える」ように提案。

研修の目標

・商品開発の原点

商品開発の理念は「地産地消」に基づき、「常にある物から一筋はずれた商品」を作りたい気持ちだ。今回は、現在ラー油を売店にて販売中。今後の販売商品として、巨峰の漬物や干しアスパラの販売にも力を入注ぎ中。また、その干しアスパラは、「山際農園」にて山際シェフ自ら触って、「安心・安全・高品質な野菜」を確認し、調達。

・自分にも出来き、次の研修生(もしくは従業員)が出来ること

積極的に自分のアイデアなど等を料理長と話し合い、出張中の場合は自分で出来る範囲(バイキング用のアンケート箱やアンケート用紙)

課題内容

・商品開発をどのように広めていくか。中間報告では、英語を使って当館の食品や食材を広める目標をたてたが、まずは国内(地域内での拡大)の目標を定めてアンケート用紙を作成。

*問題点1→料理長のスケジュールが2ヶ月先(12月)までフルスケジュールと言うこともあり、出張の際に考えなどをまとめて、検討会を行った。→「自分で出来ることはチャレンジしなさい」。

*問題点2→・調理免許のない自分に出来ること

- ・料理長がいない間に、お客様に商品提供出来る方法
- ・お客様が求めているモノの把握
- ・ 継続的に対応出来る方法

対処方法

- ・研修生目線に立ちながら、研修会やセミナーに参加する方々に「ロコミ」で商品開発や最新販売を提供。
- ・只今アンケート調査を実施するか検討中。

課題達成度

大阪で出来なくて福島県(ヴィライナワシロ)だから出来たこと

私はこの約 1 ヶ月間この事業の「地域活性化」という本当意味が、「地産地消」の原点で成り立っていることを学んだ。私の上司である山際料理長が「地産地消がお客様にうれしい食材をダイレクトに伝わりやすい」と言ったことにある。現代の日本の食文化の大半以上は輸入品であり、添加物で加工された食品が「本当のおいしさ」と考えられています。が、「本当のおいしさ」とは地域で収穫され、またその地域で消費されると共に、他の地域へ拡大していくのが「本当のおいしさ」の伝わり方だと思う。

何より、印象的だったのは、「自分の畑を自分の手で耕す」事です。山際農園ではいかに食材に力を入れ、いかにお客様に地産地消の信念に基づいているか、実感した。

また、この商品開発事業に参加して「既存の商品よりない物を作る方が面白いべ」と山際料理長の言葉が印象的だった。既存の商品を、あらゆる角度から研究し、常にないものがあるものに変えていくハングリー・チャレンジ精神の旺盛な取り組みには、毎回研修会に参加する人も「へー」の一言で終わるぐらいだ。

この研修約 1 ヶ月を通して私は、「常にない知識を、あるように実現していけるように努力していく大切さ」を学びました。が欠けているようだ。しかし、この研修では「とりあえず、まずはやってみる」という私の強みの一部であるチャレンジ精神がまた一段と磨かれました。料理長の信念である「地産地消」の言葉が消費者に伝わりやすい言葉だと確信した。

やはり、一ヶ月という短期間なので結果を出すのには、まだまだ時間が必要であり、まだまだ未熟者と実感しました。本音を申し上げると、「とても悔しい」という気持ちで一杯です。しかし、大阪を離れて、実社会をこのインターンシップを通じて学べたことは、私にとっていい経験であり、いい刺激だった。

お客様の声

この度はヴィライナワシロをご利用いただきまして、誠にありがとうございます。
今以上にお客様に満足していただけるサービスを提供していきたいと考えております。
お手数ですが、是非こちらのアンケートにご協力をお願い申し上げます。

1) 一番印象に残った料理は？または一番お口に合わなかった料理は？

2) スタッフの対応など気になる点がございましたらご記入ください。

お名前		メールアドレス	
ご住所	〒		

*個人情報保護法に基づき、他への転用・使用はいたしません。
ご登録いただいたお客様には、季節のプランやイベントなどのご案内をさせていただきます。
次回もお客様の笑顔に会えますようにお待ちしております。 ヴィライナワシロ 社員一同