

執筆担当者

孫田 猛

旅館料理の魅力アップさせるため、最近の設備投資はオープンキッチンがひとつの流行のようである。たしかに演出力アップのため、パフォーマン스가しやすく、スポットライトを浴びた舞台としてのキッチンで、キビキビと動く料理人は見栄えがいい。

さらに、従来の食事処にも言えることだが、完成した料理を少しでも早く、客のもとへ運ぶことができることも大きなメリットのひとつだ。

さて、このようにハード面が機能的かつ意匠的にすばらしいものができたとして、それを活かすことができるかどうかは、フロアスタッフにかかっている。

といえる。このような現場では、客席数がいくつだから、フロアスタッフが何人必要だとか、あらかじめ何をセッティングしておこうとか、後出しは何回必要かというシミュレーション。そして、アルバイトも含め、覚えてのメニューとトークで本番に臨む。

ここで大事なことは、まずこの料理を始めから終わりまで、しっかりとフロアスタッフに事前に食べてもらう機会を作ることである。

そして調理長が自ら料理の特徴やセールスポイント、おいしいタイミング等をレクチャーし、フロアスタッフに納得することである。よく行なわれる「つまみ食い」程度ではだめだ。しっかりと客の立場になって体験するところがポイントである。これを実施するとどうなるか。スタッフが自分のことばで料理の説明ができるようになる。おいしく召し上がる。

つていただくための、フォロワーアップが格段に違ってくる。さらに、おいしいタイミंगを逃さない工夫を自らすることができるようになる。

ある旅館では出汁のとり方を懇切丁寧にフロアスタッフに説明し、その出汁とインスタントをまぜた言わば「手抜き」の出汁を味比べしてもらっている。そしてその手間をかける理由と労力、その結果の違いについて納得してもらおうことがとても重要だという。

厨房と客との距離が近ければ近いほど料理の醍醐味が伝わりやすい。しかし、物理的にそういうわけにはいかない時には、その間を取り持つフロアスタッフなり接客係の役割がとても重要になる。この人たちは単に料理を運ぶのが仕事では決してない。

<http://www.ikig.jp>

email:mago_t_a@ikig.jp