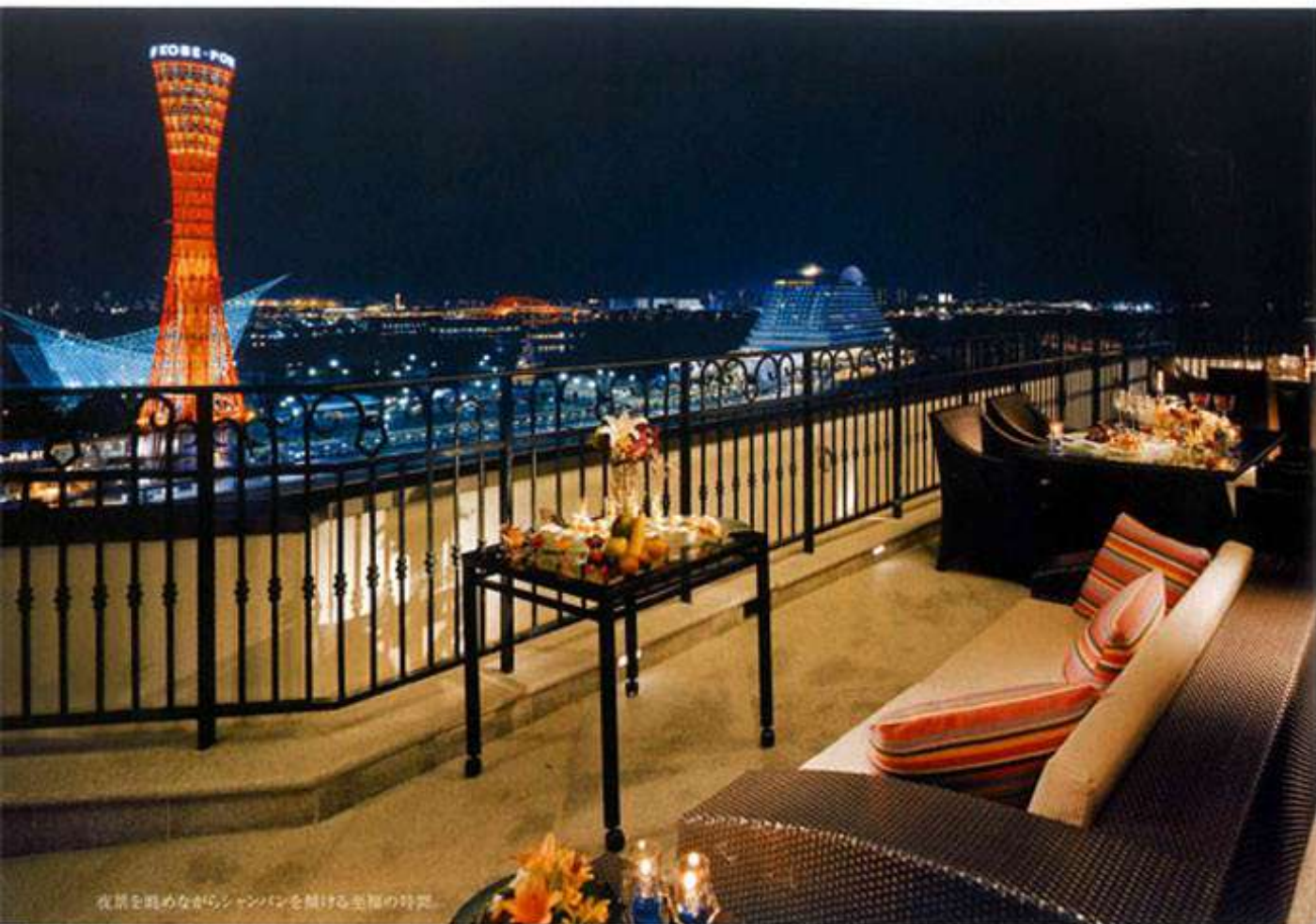


VOL.8 2019-2020

Dr's Restaurant

ドクターズレストラン





夜景を眺めながらシャンパンを開ける至極の時間。

Brand file 3 | ホテル ラ・スイート神戸 ハーバーランド

100の魅力が織りなす、五感に響く優雅な調べ

観光大使を司り、神戸の街を元気に

今年11月、開業1周年を迎えた「ホテル ラ・スイート神戸ハーバーランド(以下ラ・スイート)」。開業からわずか2年後には、世界的に有名なホテルブランド「スマール・ラグジュアリー・ホテルズ・オブ・ザ・ワールド(SLH)」への加入が日本のホテルでは初めて許され、その名譽を誇りにさらなる飛躍へ向けて走り続けてきた。神戸港を望む全室テラス付きのロケーション、華やかなインテリア、きめ細やかなサービス……。富裕層をコアターゲットに、あらゆる幹を集めて神戸の既存ホテルとは一線を画す打ち出し方で人気を博してきたラ・スイートだが、そこには、神戸の街を元気にする、という重要な責務が課せられていたのだ。

「震災から10年経過し、ようやく神戸の人口は戻りましたが、それでも賑わいはまだまだ。真の復興と地域活性化に向けたウオーターフロント事業創出の一環として、このホテルは作られたのです。だから神戸の観光大使のつもりで、訪れる人に、世界中の人に神戸の魅力をお伝えすることなく伝えて集客を図る役目を担っています」と総支配人の楡山和司さんは力強く語る。

身が引き締まって歯ごたえのある甘みの強い明石鯛、うま味が口の中でジュワッと広がる神戸高見牛、大地を感じる力強い野菜……。地元の厳選素材の持ち味がダイレクトに伝わってくるダイナーは、自然と頬が緩む秀逸の出来栄だ。

「兵庫県は海と山に囲まれて日本随一の食材の宝庫。そんな自然環境と、生産者を守ることが我々料理人の使命だと思います。日本人はおよそ200種類もの食材を口にしているんですよ。対して世界の平均は600種。四季、いや24節気72候の季節、風土が日本人の繊細で豊かな感性と食文化を生み出しているんです。とはいえ、産地消を根底に世界に知らしめられているフランス料理とは比較にならない。和食がユニスコ無形文化遺産になったいまでも、まだまだ世界中の人が日本特有の味噌や醤油などを受け入れているわけではないですからね。だから、兵庫の食材を日本人の感覚でフランス料理の技法でアピール。世界中の誰もが知る、唯一無二の日本のフランス

料理のテクニクで作った美食が得意あがると思っています。近い将来、新たな日本の食文化となるんじゃないかな。この時代に生きている人は、食文化のイノベーションを見ることができるとだから幸せだよ。」「壮大なドラマだなと笑いながらも、食の未来と楽しみを熟考。彼のこの熱き想いがあったからこそ、一度途絶えたホテルに命を吹き込み、夢のような幸せを、感動を刻むひとときを味わえる比類なきオーベルジュへと成長したのだろう。」

均には600種。四季、いや24節気72候の季節、風土が日本人の繊細で豊かな感性と食文化を生み出しているんです。とはいえ、産地消を根底に世界に知らしめられているフランス料理とは比較にならない。和食がユニスコ無形文化遺産になったいまでも、まだまだ世界中の人が日本特有の味噌や醤油などを受け入れているわけではないですからね。だから、兵庫の食材を日本人の感覚でフランス料理の技法でアピール。世界中の誰もが知る、唯一無二の日本のフランス



モダンクラシックなレストラン「アッシュ」の店内。

Information

神戸北野ホテル
神戸市中央区山本通3-3-20
TEL 078-271-3711
<http://www.kobe-kitanohotel.co.jp/top/>

オーベルジュで味わう日本のフレンチの未来



上/ダイナーコースより、産地消を徹底してこだわりと香ばしさを、フォアグラと新鮮性のリンゴと葉が添えられている。



下/神戸高見牛はうま味を引き出すためにじっくりローストし、小松菜などの青野菜に山椒の香りがアクセントに。



左/ラウンジ&バー、グランブルーでは生演奏のジャズライブを開催。スタインウェイの音色と歌声に耳を傾け、陶酔の夜。右/ロビーへと続くエントランス。入った瞬間から非日常へと誘われる。



左/どこまでも優雅に。ジャグジーバスも全室に設置されている。右/非日常の滞在が約束される、全70室のモーターラグジュアリーホテル。

Information

ホテル ラ・スイート神戸
ハーバーランド

兵庫県神戸市中央区波止場町72
TEL 078-371-1111
https://www.l-s.jp

空間、サービスとなるかもしれませんが、それが賛賞の証とも言えるでしょう」。

榎山さんは、かつて神戸の「アラン・シャベル」で伝説のマネージャーとして知られ、宴席の進行から料理のサービスまですべてを取り仕切るおもてなしのプロ。メイトル・ド・テルの日本大会初代チャンピオンの冠も持つ名うてのサービスマン。いまま指名があれば、料理の切り分けや炎を使ったデザート演出などカービングパフォーマンスを繰り広げる名物総支配人なのだ。

「私がスタッフにいつも言うことは、個性を生かしたホスピタリティを心がけ、パーソナルブランドになりなさいと。お客様から『あなたのサービスが受けてたくて会いに来たのよ』と思われよう。それがホテルの魅力となり、顧客を惹きつける最良の手段だと確信しています」。

チェックアウトの際、おおよそ2、3人に1人の確率で次の予約を入れるという。誰もが満足する価値ある滞在。100の魅力は一度では体験できないから、またここに来ようと思うのだろう。

リピーターを惹きつける
ラ・スイート100の魅力

神戸の魅力を発信するためには、まずはオンラインワンホテルを目指す。それが榎山さんが掲げた。ラ・スイート100の魅力。たとえばシャンデリアはエジプト・アスファール社製。このクリスタルの生み出す輝きは女性をより美しく見せるといわれるため全客室に導入。また地元作家が手描きしたルームキーホルダー、日本に数台しかない限定モデル、スタインウェイのピアノによるライブ、シーズンごとに展開する兵庫五国(摂津・播磨・丹波・但馬・淡路)の味めぐり、エステを受けた後、ノーマイクでバスロープのまま移動できるよう女性専用エレベーターの設置などなど。多彩なサービスを聞いているだけで、一度泊まってみたいとワクワクする。

「もう120以上の魅力が増えているんですけれどね(笑)。さまざまな取り組みの中でも、出迎えたスタッフがすべてをアテンドするサービスは高評価。ホテルは効率を考えてベルスタッフ、フロント、ポーターなどと分業制が一般的ですが、お客様にとっては希薄な関係になりがち。日本の旅館のような和のおもてなしを重要視し、いかにお客様に喜んでもらえるかを念頭に置く。小さなホテルだからこそ、大手にはできないサービスに特化したことが強味です。ホテルは文化や芸術、教養などいろんなものを発信する場。利益を優先したら無駄な

右から時計回りに/総支配人、榎山さん。柔らかな物腰と巧みな話術で楽しませる顧客はまさにラ・スイートの顔。今春、多大な功績が評価され、賞状授章を受けた。/レストラン ル・クール神戸で兵庫の食材に舌鼓。/お客様の目の前で華麗な手さばきを見せるカービングパフォーマンスとディナーの一例。

客室は73㎡以上、全室テラス付きの開放感あふれる空間。神戸港を眺め、ゆとりのリゾートスタイル。

