

「名古屋研修」g.i.Foods、市場調査、マナー学習

- 目的： ①岐阜県産品に対する市場調査を実施し、食産業界のニーズに応えることのできる本校発信の商品考案に生かす。
②一流ホテルにおいて西洋料理のメニューや盛り付け方等を学習し、調理に関する知識を高める。
③テーブルマナー、接客サービスなどの実感を体験し、食事マナーやおもてなしの心などのサービスを学習する。

期 日： 平成27年10月29日（木）

研修場所・内容： g. i. F o o d s（名古屋市東区東桜 オアシス21）商品に関する講話・見学
名古屋市栄での市場調査（三越栄店、松坂屋栄店など）商品ディスプレイ、商品傾向
ウエスティンナゴヤキャッスル（名古屋市西区槌の口町）テーブルマナー、シェフの講話

研修者：食物科 3年生

g. i. Foods

「g.i.Foods」は名古屋市のオアシス21内にある岐阜県のアンテナショップで、県産品の販売をしています。食品の種類は菓子、茶葉、米、米加工品、レトルト商品など様々。販売商品の選定、回転率などの講話のあと、店内を見学しました。



スタッフの方から説明を聞く



販売商品の決定方法などを質問する

市場調査

g.i.Foodsの近くにあるデパートなどで商品ディスプレイやPOPなどを見学し、効果的な商品PR、陳列方法を調査しました。



デパートの商品傾向・ディスプレイなどの調査

西洋料理マナー学習



真剣にテーブルマナーを学ぶ

ホテルで西洋料理のテーブルマナーを行い、来年度、ドイツで開催される料理オリンピックの出場シェフから調理師になった経緯や料理への熱意、誇りなどの話を伺いました。料理に使われている食材やソースのことなども学びました。



美しい所作のサービススタッフ



シェフに料理の質問

＜生徒の感想＞



g.i.Foods 商品ディスプレイ

「g.i.Foods」には岐阜県産の米や茶葉、様々な加工食品などがありました。工夫された商品名やユーモアあふれるPOPが添えられて読んでいくうちに買いたくなり、こういったPRも購買意欲につながる重要なポイントだと思いました。市場調査ではデパートの食品売り場を中心に見学しました。お惣菜には暖色系、ケーキなどのガラスケースには明るい白色系の照明が当てられ商品がよりおいしく見える工夫がされていました。今回学んだPRの仕方を自分なりに工夫して卒業研究作品に生かして生きたいと思いました。



商品ディスプレイをチェック中