

Taproom Manifesto

This is a cultural handbook of sorts which spells out the purpose and the operational philosophy of the Baird Beer Taproom business.

これは、ベアードビールタップルームビジネスの目的と運営に関する哲学について明記した文化的なハンドブックである。

What We Do (何をやるか) :

- The raison d'être of our Taproom business is simple and clear: maximum customer enjoyment of the Baird Beer experience. Each Taproom functions as a key center of sales and word-of-mouth marketing for Baird Beer. The food, service and ambiance at each Taproom are conceived in symbiotic support of Baird Beer. Ultimately, the Taproom experience is meant to be the finest Baird Beer experience that customers will find anywhere in the world.

タップルームの使命はシンプルで明白だ。それは：お客様にベアードビールを最大限に満喫してもらうこと。各タップルームは、ベアードビールの売上や口コミによるマーケティングのための重要な役割を担っている。各タップルームのフード、サービス、雰囲気は、全てベアードビールを中心にそれをサポートするために考えられている。つまり、お客様にとって、世界中のどこよりも、タップルームでの経験がベアードビールを楽しむ最高の経験となるべきである。

- The Baird Brewing Company aims to foment a cultural craft beer revolution in Japan and the Taproom business is one of the key instruments by which we intend to do so.

ベアードブルーイングは、日本においてクラフトビール文化革命を促進したいと切望しており、タップルームビジネスはそれを可能にする一つの重要な鍵である。

- Beer and pubs serve a simple but very important function: to make people happier than they otherwise would be. The immediate operational objective of each and every Taproom is to make patrons happier. The subsequent operational objective is to make money in order to grow the Baird Beer business and to remunerate owners, who supply capital, and workers, who supply labor.

ビールとパブは、人々をより幸せにするという意味で、シンプルだが非常に重要な役割を与えている。各タップルームを運営する上で第一の目的は、お客様を幸せにすることである。第二の目的は、ベアードビールのビジネスを成長させるために利益を上げることであり、そして出資者や従業員の努力に報いることである。

Taproom Manifesto

How We Do It (どうやってやるか):

- The thoughtfully efficient provision to patrons of a *high quality* experience (beer, food, service, and ambiance) at a *reasonable price* is the method that a Taproom achieves the operational objectives listed above. The *high quality* will be realized through craftsmanship, not salesmanship; the *reasonable price* will be provided through intelligent efficiency and industriousness.

お客様に手頃な価格で高品質の経験（ビール、フード、サービス、雰囲気）を提供することが、上記に述べた経営上の目的をタップルームが達成するための方法である。高品質というのは、販売技術によるものではなく、職人技によって実現できるものであり、手頃な価格というのは、優れた効率性や勤勉さによって提供されるものである。

- We generally are loath to appeal to customers through the all-too-common practices of *paid-for advertising* and *price discounting*. We believe both practices tend to (a) bring in the wrong people for the wrong reasons and (b) cheapen the perception of brand quality. This view is not perhaps widely shared in most businesses. We tenaciously believe it to be the correct view for our craft business in our premium niche market.

私達は、通常良く使われる有料の広告宣伝や割引価格などの方法でお客様にアピールすることはあまりやりたくない。このような方法は(a)価値のわからない人達を呼びこんでしまい(b)ブランド品質の認識を低めてしまうと信じているからだ。このような見解は、殆どのビジネスにおいて恐らく少数派であろう。しかし当社のようなプレミアムのニッチマーケットの中のクラフトビジネスでは、これが正しい見解だと私達は堅く信じている。

- As a brewery and a pub-restaurant business we must work tirelessly to appeal to patrons on the basis of *superior quality* delivered at a *reasonable price*. When this is accomplished, indiscriminate discounting and paid-for advertising become superfluous and even wastefully unnecessary. If ever in doubt about the quality of an element of the Taproom experience, make it better not cheaper and inspire the patrons to do our advertising for us.

ブルワリーとパブレストランビジネスの運営において、私達はお客様に手頃な価格で最高の品質を提供しているということを絶えずアピールしなければならない。これが達成されたら、無差別な割引や有料の広告宣伝は不要となり、それらは無駄な浪費にさえなってしまう。もしタップルーム経験の質を一つでも疑うのなら、さらに品質を高めることに力を注ぎ、お客様自らが私達の広告塔になっていただけるよ

Taproom Manifesto

うお客様を奮起させてください。

- A Taproom should be viewed as *our home* and customers as warmly *invited guests*. As hosts in our home, our fervent desire is to make our guests feel welcome, comfortable and happy. Our guests, though, also have a responsibility to us. Namely, it is to abide by our house rules, to respect our environment and to appreciate our genuine good effort. Guests unable to do so should be invited to leave. Our goal is to make them happy, not to take their money. If we can't accomplish the former then they should go elsewhere to achieve a more satisfactory feeling in the expenditure of their hard-earned money. *Caution: if patrons need to be shown the door too often, or are voluntarily turning to the exits with anything but infrequency, then something is amiss. Take a close look at what you are doing, how and why.*

タップルームは自分の家、そしてお客様は招かれたゲストだと考えてください。自宅のホストとしての立場では、招かれたゲストは歓迎され、居心地もよく、幸せな気分になって欲しいと願う。しかしお客様も同様に招かれた客としての責任がある。例えば、私達の家ルールを守ってもらう、家の中の環境や私達の努力を尊重し、感謝の念を持つ。それができないお客様には帰ってもらった方がいいだろう。私達の目的は、ただお金をいただくことではなく、お客様を幸せにすることである。もし、私達がお客様を幸せにできなければ、お客様はもっと自分達が満足できるところへ行き、彼らが稼いだ大事なお金をそこに使うべきである。**注意!**もしお客様が何回も退席を求められたり、または自ら退席することがあったなら、何か適切ではないという証拠だ。その原因は何か、どうしてか、自分自身をよく見つめ直してください。

Teamwork (チームワーク):

- As Taproom workers and Baird Beer representatives, each of us has a responsibility to effectively convey to patrons our individual enthusiasm, passion and pride in a way that is genuine, authentic and natural to our personalities. Be yourself, but understand your effect on customers, in particular their perception, through the quality and substance of their encounter with you, of craft beer in general and the Baird Beer/Taproom experience in particular. People love to see true passion and conviction. They can smell a fake from a mile away. They also can easily mistake reserve or aloofness for arrogance. Never let that happen!

タップルームの従業員として、そしてベアードビールを代表する者として、各自は、個々の情熱や信念、誇りなどを、誠実に、自然に、自分の個性に沿って、お客様に

Taproom Manifesto

効果的に伝える責任がある。自分らしく、ただし、お客様へ与える影響も考えてください。お客様にとっては、あなたの接客態度やサービスの印象が、大きく言えばクラフトビール業界全体の、細かくはベアードビール及びタップルームの経験を代表するものと認識されてしまうからだ。人は本物の情熱や信念を見ることが大好きである。偽りはすぐにばれてしまう。また無表情で冷淡な態度は、傲慢だと誤解されやすい。決してそのような印象を与えてはならない。

- The difference between a good pub-restaurant and a great one generally lies in a single area: *staff service*. Mediocre beer, food and ambiance can at times be overcome by great service; poor service, on the other hand, will always tend to wash away the advantage provided by excellent beer, food and ambiance. At the end of the day, a *staff* is a *team*, and good service stems from outstanding *teamwork*.

いいパブと素晴らしいパブとの違いは、概ね一つのエリアにかかっている - それはスタッフサービス。中間レベルのビール、フード、雰囲気でも、素晴らしいサービスによって克服できる場合がある。逆に、高品質のビール、フード、雰囲気が提供されても、悪いサービスにより、その素晴らしさが一瞬にして払拭されてしまう傾向にある。結局は、スタッフはチームであり、素晴らしいサービスは強固なチームワークから生まれるのである。

- It is a privilege and an honor, *not* a duty or obligation, to work in the pub-restaurant business in the wonderful arena of craft beer. If you do not understand this point, you likely will find neither success nor happiness in the endeavor. Best probably to rethink what it is you want to do in life. Working for a Taproom team and being a member of the broader Baird Beer team needs to be much more than a job and a paycheck.

クラフトビール業界のパブレストランで働くことは、名誉や誇るべきことであり、義務や責務ではない。この点が理解できないならば、将来の自分自身の成功や幸せを見つけることはできない。自分の人生で何がやりたいのか、考え直した方がいいだろう。タップルームチームとして働き、そして幅広いベアードビールチームのメンバーの一員となるには、単なる仕事や給与としてではなく、それ以上の価値を見出せなければ全うできない。

- Our company goal in the management and operation of Taproom businesses is *not* to create highly standardized pub-restaurants with rigid rules that are micro-managed from afar. Rather, the aim is to build a diverse collection of loosely managed (i.e. substantially self-directed and entrepreneurial) pub-restaurants, the character and daily operation of which are determined in good measure by the individual managers and their respective

Taproom Manifesto

staffs. The achievement of this goal requires passionate, self-motivated, mature, honest and well-organized managers and staff who relish the bearing of responsibility. People of this nature will flourish as Baird Beer Taproom team members.

タップルームビジネスの運営・経営にあたり、会社としてのゴールは、細かい事まで本社に管理され、堅苦しいルールにより標準化されたパブレストランを造ることではない。それよりも、各店舗の店長が、信頼するスタッフ達と、お店の個性や毎日の運営について良き決断を下す、ゆるい管理（例：自己管理された起業家的な）でのレストランパブを多岐に渡り造り上げることだ。このゴールを達成するためには、情熱的で、意欲があり、成熟して、正直な、うまく皆をまとめることのできるマネージャーと、責任のある仕事を厭わないスタッフが必要である。このような性格の人は、ベアードビールのタップルームチームメンバーとして成功するであろう。