

ハワード・シュルツ著「スターバックス再生物語」徳間書房 2011年4月30日刊を読む

スターバックスの存在理由は、スターバックス・エクスペリエンス(体験)を、顧客に提供すること

わたしたちの目的であり、存在理由である、スターバックス体験(エクスペリエンス)を提供するという熱い思いを結集させ、・・・。

P77

コーヒーが持つ魔法の力を本当に知ったのは、(1982年の)1年後、イタリアミラノを訪れたときだった。その訪問が種となって、現在のスターバックス・コーヒーが開いたのである。

ある日の朝早く、ホテルから見本市の会場に向かう途中で、わたしは小さなバールに立ち寄った。「おはよう(ボンジョルノ)」。カウンターの向こうから、年配の痩せた男性が声をかけてくれた。まるでわたしがなじみの客であるかのように。そして、優雅に、正確な速さでコーヒー豆を挽き、ミルクを泡立て、エスプレッソを抽出し、カプチーノを作り、カウンターに立っている客と言葉を交わした。小さな店にいる誰もが知り合いのようだった。毎日交わされる日常の儀式なのだろう。

「エスプレッソかい？」カウンターのなかの男性がわたしに向かって言った。

わたしはうなずいた。男性は、わたしのために儀式を繰り返した。エスプレッソマシンがシュッと音を立ててうなった。男性は顔を上げて笑みを浮かべた。わたしは思った。これは仕事ではない。彼が情熱を傾けているものだ、と。

バリスタと呼ばれるイタリアの上品な紳士が、ブルックリンの学校の運動場でサッカーをして育ったわたしに、わたしのために作ってくれたコーヒーを白い陶器のデミタスカップに入れて渡してくれた。言葉にならないほど感動した。ここはただコーヒーを飲んで一休みする場所ではない。劇場だ。ここにいること自体が素晴らしい体験(エクスペリエンス)なのだ。

P18～19

<コメント>

イタリアミラノでのコーヒー体験を原点に、スターバックスの創業経営者のハワード・シュルツ氏は、スターバックスエクスペリエンス(体験)を企業目的、存在意義としてきました。第2創業を迎えた開倫塾でも、「開倫塾エクスペリエンス(体験)」とは何かを突き詰めて考え、磨きこむことが、塾生の成功の実現と、地域の教育力の向上に結び付くのではないかと確信いたします。

— 2017年11月25日(土) 林明夫 —