



グローバル
レスポンスビリティ
レポート

—
2015

目次

達成の展望

01

目標に対するパフォーマンス

補足記事

02

2015 年度目標チャート

05

MOSS ADAMS 社からの言葉

09

本レポートについて

10

2015 GR (グローバル レスポンシビリティ) レポート: 目標と進捗の概要

2015 年度グローバルレスポンシビリティレポートは、スターバックスにとって一つの章が終わりを迎えるのと同時に、新たな章の始まりでもあります。

2008 年、スターバックスは生き残りを賭けて戦っていました。金融危機により世界的な景気後退に陥り、スターバックスの歴史において初めて売上の減速を経験しました。店舗を閉じ、従業員を解雇するという苦渋の決断を下しました。スターバックスの最盛期は終わったのではないかと、この見方もありました。

しかしそのような状況の中で、スターバックスは会社としての責務をないがしろにしたわけではありませんでした。それどころか、一連の大きな目標を発表したのです。すなわち、サプライチェーンすべてにおいて、コーヒーの倫理に向けての改善、コミュニティへの貢献と若者の育成、そして店舗運営における環境負荷の抑制を、2015 年までに達成することへの約束です。

振り返ってみると、取り組みを始めてから7年の間に私たちが成し遂げてきたことが世界に与えた影響をみてとれます。代替融資プログラムへの投資額は、2008 年度の1,250 万米ドルから2,130 万米ドルとほぼ倍になりました。私たちは倫理的な調達プログラムを拡充し、いまやコーヒーは世界で初めての倫理的に調達される農産品として認められつつあります。2008 年度、スターバックスのコーヒーは約 75% が第三者機関から倫理的に

調達されたものと認定・検証されました。また、当時スターバックスのファーマーサポートセンターはひとつでした。2015 年度にはスターバックスのコーヒーの 99% が基準を満たし、南米、アジア、アフリカに新たに設置した7つのファーマーサポートセンターを通じて世界中のコーヒー生産者の支援を拡充しました。また、初のグローバル農学センターを開設し、持続可能な農業の実践を世界中の農業コミュニティに広げたいと考えています。

環境対策の分野では、新規の建築プロジェクトや改築において、厳しい基準をクリアしたグリーン建築を標準としています。2008 年、LEED® 認証店舗はひとつだけでしたが、現在は、LEED® Platinum を取得しているシアトルの Starbucks® Reserve Roastery and Tasting Room を含む 800 店舗以上に上ります。再生可能エネルギーの購入を 2008 年度の 20% から 2015 年度には 100% へと増やし、意欲的な水資源保護の目標を上回り、水の消費を 2008 年の 26% 以上 (店舗スペース 1 平方フィートあたり 24 ガロンから 18 ガロン以下) 減らすことができました。環境保護の目標には想像以上に達成が難しいものもあり、その課題から多くを学びながら、全く新しい環境負荷低減の解決法を模索しています。

また、コミュニティと若者への投資がいかに有意義で大きな変化をもたらすかを実感しています。パートナーのコミュニティ貢献活動も奨励しており、毎年のグローバルマンスオブサービスでは、2015 年 4 月だけで 1,163 件ものパートナーによるプロジェクトがありました。さらに、パートナーとお客様がコミュニティ貢献活動に参加した時間はこれまで

7 年間で 300 万時間以上に上ります。2010 年度から 2012 年度には、5 万人以上の若者のそれぞれのコミュニティにおける創造とアクションを支援するという目標を常に達成し、以来、構造的に機会が得られない若者を雇用へ導くことに焦点を当てています。

新しい機会も発見しました。9.11 後の軍人とその家族の雇用の必要性を目のあたりにし、私たちは新たに退役軍人雇用イニシアティブをスタートしました。パートナー (従業員) がなかなか大学の学位を取得できないことが分かったと、私たちはアリゾナ州立大学と共同で、Starbucks College Achievement Plan を設立しました。一定の要件を満たしたパートナーには、大学の授業料を全額当社が負担します。そして、仕事に就けず、学校にも行けない若者のために、10 万の雇用機会イニシアティブを立ち上げ、複数の企業と共同で、機会に恵まれない多くの若者に雇用の機会を提供しています。

私たちにはもっとたくさんのことができると考えています。今年後半には、これまで以上に意欲的な達成を目指して、2020 年に向けた新たな目標を設定します。パートナー、退役軍人、若者への機会提供のプログラムはより充実させていきます。農家やそのコミュニティへの投資を継続し、環境に配慮された店舗建築やオペレーションのグローバルスタンダードを拡大させていきます。



倫理的調達最先端に行く

東コンゴからのコーヒー「希望の一杯」

スターバックスが東コンゴ民主共和国からコーヒーを買い付けたことにより、4,500 世帯以上の小規模農家とその家族の生活を一変させる一助となりました。この比較的小規模な投資により、農家の収入は三倍以上になり、子供たちを学校に行かせて、医療サービスも受けさせることができるようになりました。東コンゴイニシアティブ (ECI)、USAID や カトリック救援サービス (CRS) などの主要な NGO と協働し、コンゴのコーヒー産業は再建しつつ、新しい市場を獲得しています。「コーヒーは希望を意味します」と、ECI カウンティ ディレクターのダリオ・マーロは言います。[詳細はこちら。](#)



持続可能性を推進する

コーヒー豆かすを超えて

過去5年間にわたり、スターバックス ジャパンは大量の使用済みコーヒー豆かすを堆肥に変え、牛の餌にしてきました。この循環システムにより、食品廃棄物に新しい生命が吹き込まれました。「たくさんのリサーチを行い、多くの障害を克服した末にやっと実現できたことを、とても誇りに思います。コーヒー豆かすをリサイクルして牛の餌と肥料にすることにより、また私たちの店にミルクやサンドイッチの野菜として戻ってくるのですから。」スターバックスのサプライチェーン本部長 中川喜仁はこう話します。[詳細はこちら](#)。

A photograph of two Starbucks employees, a young man and a young woman, both wearing green aprons over white shirts. They are smiling and looking towards the camera. The background is a blurred Starbucks store interior with a green brick wall and menu boards.

コミュニティを強くする

イギリスにおける実習制度

スターバックスのパートナーのほぼ半分は24歳以下であり、就職が一番困難な年齢でもあります。2012年の春にイギリスでスタートしたスターバックス実習制度では、若い人たちが小売店経営のキャリアについて学び、個人の目標に応じてどこでも通用するスキルを身につけることができます。2015年には、このプログラムの実習生が1,000人に達したことを祝いました。「仕事をして経験を積みながら、他のバリスタと同じようにお給料をもらい、かつ資格を得られるのは非常に魅力的でした。」ウェストフィールドのスターバックス実習生、Koey Huckerbyはこう話します。[詳細はこちら](#)。

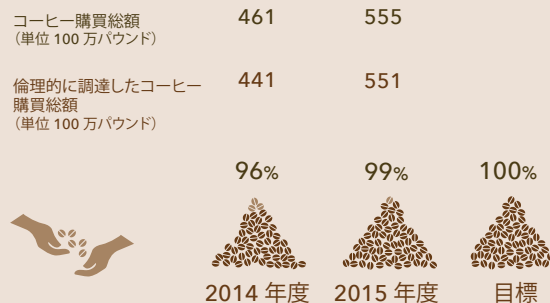
2015年度目標チャート倫理的な調達

目標

達成事項

2015年度までに当社の100%のコーヒーを倫理的に調達すること

C.A.F.E. プラクティス、国際フェアトレード認証、その他の第三者による監査システムにより、2015年、私たちのコーヒーの99%は倫理的に調達されています。



すべてのスターバックスブランドの生豆の購買を含む。

KEY LEARNINGS

スターバックスが買い付けるコーヒーの量は年々増えており、誰もが参加できる農学研修により、農家がスターバックスのクオリティと環境基準を達成することができます。常に最後の1%を追求し続けることは、私たちのより良い調達への約束を継続的に実践しながら、農家にとっての可能性を広げることであります。

目標

達成事項

2015年度までに農家への融資を2,000万米ドルまでに増やし、農家とそのコミュニティに投資

2015年度以来、目標を1,300万米ドル上回り、投資額を500万米ドル増やしたことを誇りに思います。



約束は、公に宣言すること、もしくは契約書への署名と定義します。

KEY LEARNINGS

農家への融資の一例にコーヒーの木の改善があげられます。コーヒーの木は永久に実がなるわけではなく、古い木を植え替えて、何年にもわたって収穫できるようにする必要があります。将来にわたり安定してコーヒーを供給していけるように、農家はコーヒーの木への投資のためにできる範囲で資金調達をしなければなりません。

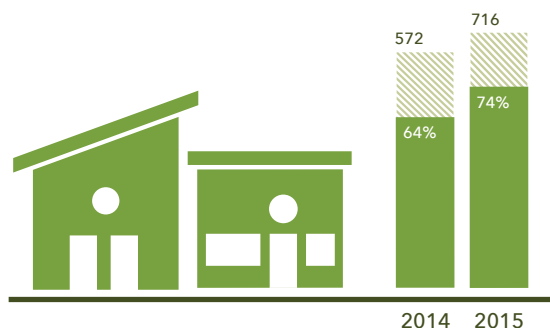
2015 年度目標チャート環境への取り組み

目標

達成事項

新築の直営店はすべての新規直営店の LEED® 認定の取得

19カ国700以上の店舗で LEED® 認定を取得しました。他の小売店のどこよりも多い数です。



店舗総数に対して、年間に新築され LEED® 認定を満たした直営店数の割合。

KEY LEARNINGS

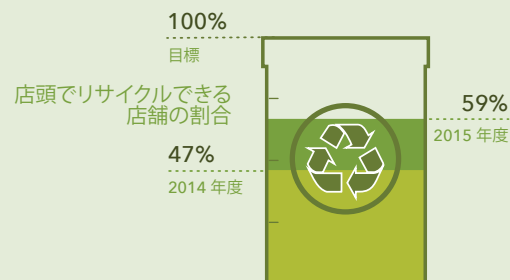
海外市場では、米国基準である LEED® 認定の利用がまだ伸びていますが、地域によっては環境配慮建築としての基準が現地の規制と異なることがあります。私たちは、環境配慮建築の原則を、現地の規制にも対応できるように拡大する試みを他社に先駆けて行っています。こうした環境配慮建築の取り組みをグローバルに展開している先駆けの小売業のひとつとして、私たちは、建築の全行程にわたる複雑なプログラムの認定をどのように運用していけば良いか、常に学んでいます。

目標

達成事項

2015 年度までに直営店で店頭リサイクルを実施

2015 年度、アメリカとカナダでは新規に 1,219 の店舗が同プログラムに加わり、これらの市場で直営店は 59% となりました。



アメリカとカナダの直営店。

KEY LEARNINGS

スターバックスは通常既存のビル内で店舗を借りるため、リサイクルの施設や機能はビルオーナー、運送業者、地方自治体によって変わってきます。柔軟性の高いリサイクルプログラムを開発するために、あらゆる種類の施設や広さの制約に対応する装置、設備やプロセスに投資してきました。そして多岐にわたる廃棄物リサイクルの流路をビルオーナー、運送業者、地方自治体が受け容れられるよう、強く働きかけてきました。2015 年、私たちはこの問題を解決するため新しい戦略に取り組み、パートナーは日々の管理にさらに深く従事してきました。これからも、私たちは改善への方策を継続的に模索し、他社と共にリサイクルプログラムを拡大していきます。

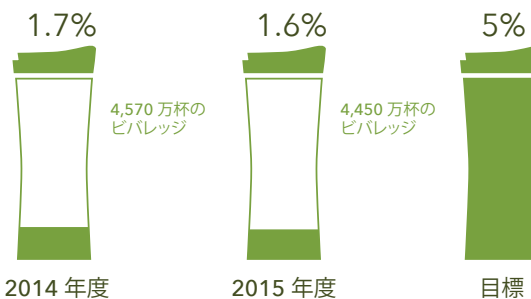
目標

達成事項

2015 年までに店舗で提供するビバレッジの 5% をお客様のタンブラーで提供

お客様にご自身のタンブラーを持参していただくよう奨励しましたが、2015 年度のタンブラー利用数は若干の減少となりました。

お客様のタンブラーで提供するビバレッジの割合



アメリカ、カナダ、英国、フランス、ドイツ、オランダの直営店。お客様のタンブラー値引きデータに重複があったため、2014年度の決算には修正が入りました。このデータはすでに改訂されています。

KEY LEARNINGS

ホワイトカップコンテストや、パートナーがデザインしたアートを採用した 2 ドルの再利用カップなどのキャンペーンを通じて、再利用可能なカップの利用度が少し上がったものの、その動きも短期に留まるようでした。ドリンクの値段を割り引くことにより、お客様がタンブラーを使ってくれるよう引き続き奨励していますが、このような行動の変化は最終的にはお客様がご自身で決めるものと考えています。

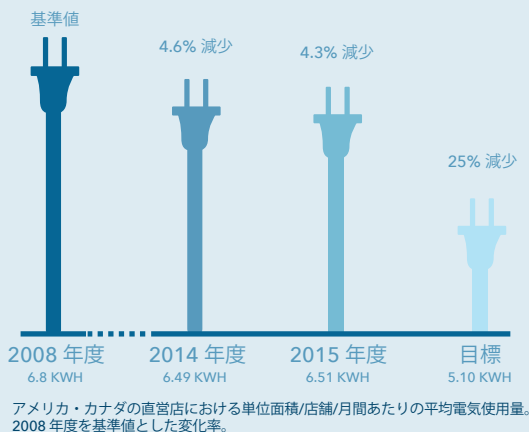
2015 年度目標チャート 環境への取り組み

目標

達成事項

直営店で 2015 年度までにエネルギー消費を 25% 削減

事業の規模と内容に大きな変化があったにもかかわらず、2008 年度を基準年として、2015 年度末までにエネルギー利用の純減を達成しました。



KEY LEARNINGS

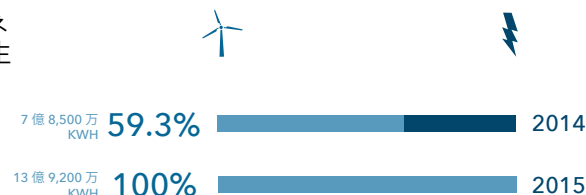
これは確かにかなり高い目標であり、店舗と設備の設計におけるイノベーションを促す原動力です。ただ、各店舗における一日当たりのお客様の数が格段に増えるとは考えにくい一方で、私たちのビジネスではフードがもっと大きな部分を占めるようになってみえています。そのため保冷や加熱のための相応のエネルギー需要が増えていくと考えられます。これからもフードやビバレッジのプラットフォームが成長する中で、引き続き、効率化に取り組んでいきます。

目標

達成事項

2015 年度までに世界各国の直営店における電力利用の 100% 相当を再生可能エネルギーで供給

世界各国の直営店におけるエネルギー利用の 100% 相当を再生可能エネルギーでまかなうという目標は、13 億 9,200 万 KWH 購入により達成できました。



アメリカ・カナダの風力再生可能エネルギー認定 13 億 2,500 万 kWh および、ヨーロッパ/中東/アフリカ市場における再生可能エネルギー 6,680 万 kWh の買い付け

KEY LEARNINGS

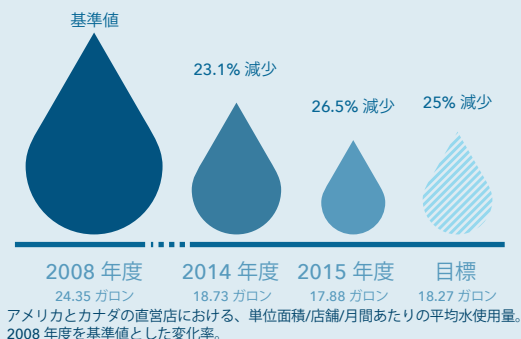
北米以外の地域に事業を拡大し、欧州市場をいくつか追加することにより、再生利用可能なエネルギーの多様化に大きな進歩がみられました。将来的には、アジアの店舗に対して現地の事情に即した戦略を練っていきたいと考えています。

目標

達成事項

直営店で 2015 年度までに水の消費を 25% 削減

2008 年度から水の消費量を 26.5% 減らして 2015 年度の目標を達成しました。



KEY LEARNINGS

配管や水道設備の改良、新しい店舗設計への改善を通じて、水の消費を 25% 削減するという目標を超えることができました。これからも引き続き、このかけがいのない資源の利用をさらに減らすための戦略に焦点を当てていきます。

2015 年度目標チャートコミュニティへの貢献

目標

達成事項

2015 年度までにパートナー（従業員）とお客様が年間で 100 万時間をコミュニティ貢献活動に費やすよう動機付けを実施

当社のパートナーとお客様は 332,885 時間をコミュニティ貢献活動に費やしました。



所有形態を問わず、グローバル市場すべて。

KEY LEARNINGS

2015 年に 332,885 時間のボランティア活動を達成したことは大きな成果でしたが、パートナーとお客様が実際にボランティアに費やした時間はこの合計をはるかに上回るものと考えています。毎年 4 月（現在は年間を通じて実施）のグローバルマンスオブサービスでの活動を筆頭に、ボランティア活動の習慣を整えました。その一方、コミュニティサービスのウェブサイトにてボランティア時間を常に記録するという習慣はできていません。ボランティアに参加するパートナー一人に対して、ボランティアに参加するお客様が一人います。お客様の参加がこれほどにまで高いのは、この業界では珍しいことです。

2015 年度目標チャート目標の概要

目標	単位	2008 年度	2009 年度	2010 年度	2011 年度	2012 年度	2013 年度	2014 年度	2015 年度	目標	達成	脚注
2015 年度までに当社の 100% のコーヒーを倫理的に調達すること	%	77	81	84	86	93	95	96	99	100%	✓	2008-2011 年度の結果には C.A.F.E. プラクティスのみ含まれています。
2015 年度までに農家への融資を 2,000 万米ドルまでに増やし、農家とそのコミュニティに投資	100 万米ドル	12.5	14.5	14.6	14.7	15.9	11.9	16.3	21.3	2,000 万米ドル	✓	約束は、公に宣言すること、もしくは契約書への署名と定義します。
2015 年度までにパートナー（従業員）とお客様が年間で 100 万時間をコミュニティ貢献活動に費やすよう動機付けを実施	時間	245,974	186,011	191,224	442,353	613,214	630,912	523,974	332,885	100 万		アメリカ・カナダの 2008 年度の結果は、ユースアクショングラントの奉仕活動時間を含みます。2009-2014 年度は所有形態を問わず、グローバル市場すべてを含みます。
2015 年度までに総勢 50,000 人の若者にそれぞれのコミュニティにおいて創造とアクションの機会を提供	人	N/A	20,868	53,673	50,050	54,848	N/A	N/A	N/A	50,000	✓	2010-2012 年度達成。現在新たなユースリーダーシップの数値を測定中。
2015 年度までに直営店で店頭リサイクルを実施	%	N/A	N/A	5	18	24	39%	47%	59%	100%		2010-2015 年度のアメリカとカナダの直営店。
	店舗			382	1,390	1,843	3,087	3,849	5,068			
2015 年までに店舗で提供するビバレッジの 5% をお客様のタンブラーで提供	%	1.1%	1.4%	1.5%	1.5%	1.5%	1.8%	1.7%	1.6%	5%		2008-2011 年度の結果は、ビバレッジ合計と取引件数を使用して修正してあります。
	#	22,090,511	26,257,492	32,650,747	34,199,507	35,754,382	46,970,869	45,744,643	44,543,016			アメリカ、カナダ、英国、フランス、ドイツ、オランダの直営店。
直営店で 2015 年度までにエネルギー消費を 25% 削減	%	0	1.7%	3.3%	7.5%	6.5%	7.1%	4.6%	4.3%	25%		2008 年度基準値への変化率。アメリカとカナダの直営店における、単位面積/店舗/月間あたりの平均エネルギー使用量。
	KWH	6.80	6.69	6.58	6.29	6.36	6.32	6.49	6.51	5.10		アメリカ・カナダの直営店における単位面積/店舗/月間あたりの平均電気使用量。
2015 年度までに世界各国の直営店における電力利用の 100% 相当を再生可能エネルギーで供給	%	20	25	58	50	51	55	59	100	100%		2008-2010 年度の目標と結果はアメリカとカナダの直営店の 50% に基づいています。
	100 万 KWH	211.3	259.5	580	558	586	650	785	1392		✓	
直営店で 2015 年度までに水の消費を 25% 削減	%	0	-8.3%	-21.7%	-17.6%	-17.5%	-21.1%	-23.1%	-26.5%	25%		2008 年度を基準値とした変化率。アメリカとカナダの直営店における、単位面積/店舗/月間あたりの平均水使用量。2009-2012 年度の結果は四捨五入の方式が変わったため、0.1 から 0.2% 低くなっています。
	ガロン	24.35	22.36	19.09	20.11	20.08	19.22	18.73	17.88	18.27	✓	
すべて新規直営店の LEED 認定の取得	%	N/A	N/A	N/A	75%	69%	65%	64%	74%	100%		LEED® 認証の新規直営店の割合。



MOSS ADAMS 社からの言葉

Starbucks Coffee Company 関係者の皆様へ

私たちは、2015 年 9 月 27 日で終わる年度の Starbucks Coffee Company グローバルレスポンスイビリティ年間レポート(以下「レポート」)にまとめた、以下に掲げるデータ(以下「データ」)を検証しました。Starbucks Coffee Company のマネジメントが、データに対し責任を負ってます。そして私たちには、検証に基づいて、以下のデータについての見解を述べる責任があります。

- ・レポートの 5 ページと 8 ページの倫理的調達目標チャートにある、倫理的に調達されたコーヒーの買い付けと、コーヒー買い付け総額に対する買い付けの割合
- ・レポートの 5 ページと 8 ページの倫理的調達目標チャートにある、農家とそのコミュニティへの融資に対する投資の約束

データを評価する基準は、上記に示したとおり、レポートのそれぞれの目標チャートに含まれています。

検証は、米国公認会計士協会で定められた認証基準に準拠して行われ、適宜、テストによる検査、データを裏付ける証拠を含め、状況と必要に応じてその他の手続きを踏みました。この手続きの詳細は、以下に記述するとおりです。検証は、私たちの見解の適切な根拠となっています。証拠を集める作業においては、とりわけ、以下を行いました。

- ・レポートに含まれるデータの情報を収集、編集する際に採択した内部報告システムの有効性のテスト
- ・スターバックスコーヒートレーディングカンパニーによるスイスのローザンヌおよびワシントンシアトルの本社において、現場における購買活動について、サンプルベースでデータを検証するための独自の手続き

・データ収集と報告を担当するパートナー(従業員)へのインタビュー

- ・会社方針、マネジメントおよび報告体制をはじめ、関連文書の調査
- ・レポートにあるデータを収集、分析、編集する際に採択された文書とシステムの、サンプルベースでのテストの実行
- ・第三者確認とレポートによる特定データの確認

私たちの意見では、2015 年 9 月 27 日に終わる会計年度のデータは、以上に述べた基準に従い、すべての重大な点において公正に提示されているといえます。

モス・アダムス社
ワシントン州シアトル
2016 年 5 月 24 日



本レポートについて

範囲

私たちの 2015 年度のレポートでは、2008 年に設定した目標に対する結果について、三つの主要な分野に焦点を当てています。倫理的調達、環境面でのリーダーシップ、そしてコミュニティへの貢献です。これらの取り組みは当社の事業と直結しているため、当社の財務、コーポレート・ガバナンス、職場環境と多様性の方針、そして実績について、情報およびリソースへのリンクを starbucks.com で公開しています。このレポートを構成するにあたり、年間を通じての賛同者や投資家との関与やフィードバックに基づき、スターバックスと関係者にとって重要なトピックや問題を取り扱いました。また、My Starbucks Idea、スターバックス ソーシャルメディア (Starbucks および Starbucks Partners のフェイスブック、ツイッター、インスタグラム) などお客様やパートナー (従業員) が簡単にアクセスできるツールや、カスタマーサービスチームを通じた題材も盛り込んでいます。これらは、戦略的アドバイザリー会社 SustainAbility と Edelman PR による業界および動向分析で、また私たちが協働する多くの組織との直接の会話などで、補完されています。内部および対外的に深く関与していくことは当社の事業にとって非常に重要なことであり、諸プログラム、方針、このレポートの内容は、当社の事業と関係者にとって重要な意味をもっています。

境界

前回のグローバルレスポンシビリティレポートがそうであったように、今年のレポートも倫理的な調達、コミュニティへの貢献、環境面でのリーダーシップにおける当社の取り組みに焦点が置かれています。これらは当社の事業にとって非常に大事な分野であり、大きな影響を及ぼすことが期待されています。ステークホルダーとのつながりの強化においても、それらはお客様、パートナー (従業員)、非政府組織 (NGOs) や投資家にとっても重要であると考えています。

さらに、健康や福祉、職場における方針は、当社のビジネスの重要な一部であり、主要なステークホルダーにとって大きな関心事です。

当社のコミットメントは世界規模ですが、報告では、コーヒーの買い付けを例外として、Starbucks U.S. and Canada で運営する小売店とグローバルサプライチェーンの運営に大きく焦点を当てています。これらの運営が、コーヒー買い付けと同様、売上および対象とする店舗数の割合からみて、現在、スターバックスの社会的、環境上の、また経済的影響力が最も大きいのです。世界各国のすべてのスターバックスブランドや Starbucks Coffee、Seattle's Best Coffee、Torrefazione Italia の直営・ライセンス店で販売され提供されているコーヒーに関する情報が盛り込まれています。

スターバックスは、主要パフォーマンス指標に関する報告や追跡、また経営状態や企業全体による影響を、継続的に可視化するため、また承認と監査の目的でサステナビリティデータを管理するため、Credit360 プログラムを使用しています。グローバルレポートを今後も検証し、改善し続け、共通の目標に対して一貫して正確なレポートを行っています。

報告年

指定がない限り、スターバックス 2015 会計年度 (2014 年 9 月 28 日～2015 年 9 月 27 日) です。

通貨

指定がない限り、表示の通貨はアメリカドルです。

過去のレポート

スターバックスは 2001 年から年次報告書を作成しています。過去のグローバルレスポンシビリティレポートはこちらから閲覧できます。



本レポートについて

情報の正確さ

スターバックスのマネジメントは、2015 会計年度に報告された情報の準備と正確さに対して責任を負っています。社内の専門家を含めた包括的な検証プロセスなどの内部管理を通じて、ここにある情報が、2015 会計年度における当社のグローバルレスポンシビリティ活動と、パフォーマンスの結果を正しく提示していると考えています。外部による検証は、モス・アダムス社により行われました。モス・アダムスによる第三者保証報告書を読む。目標へのパフォーマンスに関連するグラフやイラストは、すべて進捗状況をビジュアル的に表現したものであり、規模を厳密に表したものではありません。

将来の見通しに関する記述

2015 年度におけるグローバルレスポンシビリティに関する報告には、事業の将来の見通しに関する記述および、将来の事業企画、イニシアティブ、目標や目的が含まれています。こうした将来の見通しに関する記述は、経営、財務、競争に関する現在入手可能な情報に基づいており、多大なリスクと不正確性を包含しています。将来における実際の結果は様々な要素に応じて、大きく異なる可能性があります。以下に挙げるのはその要素の一例です。コーヒー、乳製品その他原材料の価格と供給状態、会社の成長その他の戦略的計画の実施、コスト削減その他のイニシアティブ、米国その他各国の経済およびその通貨の変動、競争他社の影響、法的手続きが及ぼす影響、2015 年 9 月 27 日に終わる会計年度のスターバックス年次報告書にある「リスク要因」の項を含め、証券取引委員会に提出した文書に詳述したその他のリスク。当社は、将来の見通しに関する記述を更新する義務を負いません。



人々の心を豊かで活力
あるものにするために—
ひとりのお客様、一杯のコーヒー、
そしてひとつのコミュニティから

