

グローバル責任レポート

2014

営利目的の公開企業の  
役割と責任とは？



STARBUCKS のデザイナーは、古い運送用コンテナを再利用して、ワシントン州タクウィラにこの LEED 認定店舗を作りました。  
同様の店舗は、イリノイ州シカゴやコロラド州デンバーでも営業を開始しています。

## 目次

---

<b>ハワード・シュルツからのメッセージ</b>	<b>01</b>
<b>倫理的な調達</b> 農家とそのコミュニティーに投資する	<b>02</b>
<b>環境</b> グリーンリテールを先導する	<b>06</b>
<b>コミュニティー</b> 機会にアクセスするための道すじを作る	<b>10</b>
<b>次のステップ</b>	<b>14</b>
<b>目標と進行状況</b>	<b>15</b>
<b>このレポートについて</b>	<b>19</b>

# 営利目的の公開企業の役割と責任とは？

1年前、私は年次株主総会でこのように問いかけました。このレポートには、この問いかけの答えのいくつかが含まれています。

持続的な素晴らしい企業を作り上げるには、人間性というレンズを通した上でパフォーマンスを追求しなければならないと、私たちは常に信じてきました。私が誇りに思うのは、Starbucks が 2014 年も記録的な財務パフォーマンスを達成したことだけではありません。Starbucks で働く人々や私たちが事業を営むコミュニティに対して弊社の歴史上最も多くのことを行った上で優れた業績を上げたことも誇りに思うのです。私たちのミッション、価値、指針を忠実に守ることで、良心をもって世界に名だたる企業を作り上げることが可能であることを証明できたと私は信じています。

これからの数年間、私たちの取り組みは、私たちが最も大きな影響を与えることができると考える 3 つの領域をますます重視していきます。それは、栽培農家と共に未来を築くこと、世界規模でグリーンリテールの先駆者となること、そして若者たちが機会にアクセスするための道すじを作ることです。皆さんの協力を得て、私たちは意欲的な目標を設定したいと考えています。そのうちのいくつかは達成できないかもしれません。しかし、今日、Starbucks のような企業は、これまで以上に、そこで働く人々やその企業が事業を営むコミュニティに対して機会を創出するために、企業が持つプラットフォームとリソースを活用し、先頭に立って道を切り開いていかなければならないと、私は強く信じています。

これが私たちの役割と責任であると考えています。





ルワンダでコーヒーの実を摘む女性

倫理的な調達

# コーヒー栽培農家とその コミュニティに投資する

「1998年に Starbucks と作業を始めたとき、同社は約 13,500 ～ 18,000 トンのコーヒーを認定しました。現在では、Starbucks の購入量の約 96% にあたる約 180,000 トンのコーヒーが、自然を保護し、農家の生活を改善する持続可能な方法で栽培されたものです。これは、非常に素晴らしいことであり、この産業を根本から変えようとしています」

M. サンジャヤン博士  
エグゼクティブ バイス プレジデント、上級科学者  
コンサベーション インターナショナル



Starbucks では、私たちの企業としての成功が、コーヒーを育てる数多くの栽培農家の成功とリンクしていることを理解しています。

私たちは、過去 15 年にわたって、お客様に高品質のコーヒーを長期的に供給し、コーヒー栽培農家とそのコミュニティーの暮らしと生活にプラスの影響をもたらすことを目的として、倫理的な調達に対する新しいアプローチを先導してきました。私たちの包括的なモデルには、責任のある購入業務、農家のサポート、サプライヤーのための経済的/社会的/環境的規格、業界との協力、コミュニティー開発プログラムが含まれます。

## 100% 倫理的な調達への私たちの道のり

1999年、Starbucks が数カ国に 2,000 店舗強を構える企業に過ぎなかった頃、私たちの事業を左右する高品質のコーヒーの長期的な供給を確保するために、もっとやるべきことがあると認識しました。私たちは、環境に配慮した栽培方法の推進を支援してくれるように、[コンサベーション インターナショナル](#) (CI: Conservation International) に協力を依頼しました。

コーヒー栽培の環境への影響に対処するのは、パズルのピースの 1 つに過ぎません。公正な賃金と労働条件、経済的な透明性、そして健全なリソース管理を約束できるような、調達への全体的なアプローチも必要でした。2001年、Starbucks は、CI の助けを得て、高品質コーヒーの持続可能な生産のために、品質、社会的、環境的、経済的な要素を幅広くカバーするガイドラインを策定しました。

Starbucks は、2004 年に、Coffee and Farmer Equity (C.A.F.E.) Practices を発足させました。これは、第三者の専門家により検証された包括的な持続可能性基準で、コーヒー産業界で初めて設定されたものの 1 つです。初年度に、Starbucks はこのプログラムを通じて 19,500 トンの未焙煎コーヒーを購入しました。これは私たちが購入した未焙煎コーヒーの 14.5% にあたりました。業界内の他の企業にも参加してもらうため、このプログラムを「オープンソース」にすることを早い段階で決定しました。また、コーヒー栽培地域の環境と農家の生活の保護に役立つ認定コーヒーを購入するために、Fairtrade やその他の組織とも協力関係を維持しました。

Starbucks の倫理的な調達プログラムは成長を続け、2008 年には、2015 年までに Starbucks のコーヒーの 100% を C.A.F.E. Practices, Fairtrade、およびその他の社外監査システムを介して倫理的に調達するという目標を設定しました。2014 年、私たちのコーヒーの 96% (180,000 トン以上) がこの基準を満たしており、その内訳は、C.A.F.E. Practices が 95.5%、Fairtrade が 8.6%、有機栽培が 1% となっています (一部のコーヒーは複数の証明または認定を受けています)。

過去 10 年にわたって、C.A.F.E. Practices は、何百万人もの農業従事者に良い影響を与え、世界中で何千もの提携農家の長期的な環境的/社会的条件を改善してきました。100% の倫理的な調達に向けて、私たちは業界全体の持続可能性を引き続き改善するために努力していく計画です。





## パートナーシップを通じて弾力性に富む サプライチェーンを構築する

気候変動は、世界のコーヒー栽培農家にとって、重大かつ長期的な、差し迫ったリスクとなります。Starbucks では、CI などの組織と協力して、気候変動が及ぼしうる影響について検討しています。こうした作業の結果、Starbucks は、排出量を削減し、日差しの遮断や土地の保全により炭素貯蔵を改善し、害虫や病害について気候のリスクを積極的に管理するための農法を C.A.F.E. Practices に組み込みました。

さらに、私たちは、森林カーボン マーケットへのアクセスや環境サービスへのその他の支払いを介して農家が健全な保全行為から利益を得られるように、CI との協力を進化させています。

## オープンソースの作物栽培学でコーヒ ー栽培農家と協力する

Starbucks のコーヒーを栽培する世界の数多くの農家にとって、個人的なつながりを構築することほど力となるものは他にありません。

Starbucks が 10 年前に C.A.F.E. Practices を拡張しはじめたとき、プログラムを根付かせるには 農学者とこの分野における品質の専門家が 必要でした。2004 年、それは、コスタリカのサンホセに設立した Starbucks 初のファーマー サポート センターで、少人数のチームからスタートしました。その後の 10 年間で、Starbucks は 協同組合や栽培農家と協力し、生活水準を引き上げる努力を重ねながら、コーヒーの品質と農業の生産性の向上と生産コストの削減を支援しました。今日、Starbucks は、ルワンダ、タンザニア、エチオピア、コロンビア、中国など、世界の主要な栽培地域で 6 つのファーマー サポート センターを運営し、グアテマラにも出張所を置いています。さらに、近い将来、インドネシアにも初めてのファーマー サポート センターが開設される予定です。

2013 年、Starbucks は、最初のファーマー サポート センターから遠くないところに、初めての農場を購入したことで、貴重な実地体験も獲得できるようになりました。[Hacienda Alsacia](#) は、完全に機能したコーヒー農園であるだけでなく、農業研究開発センターとして、世界の農業コミュニティと共有できる持続可能な農業実務を引き続き開発するのに貢献します。

2014 年、Starbucks では、私たちのアプローチのメリットを示すため、期間限定コーヒーを発売しました。[Starbucks Reserve® Costa Rica Geisha La Ines](#) は、病気に強く、品質に優れたコーヒー品種を栽培するために、私たちの農業チームと現地の協同組合が 6 年にわたって共同で作業を続けた結果、生まれてきたスペシャル コーヒーです。

Starbucks が提供する技術的なサポートを利用できるのは、私たちにコーヒーを販売する農家だけではありません。品質と農業のベスト プラクティスの向上に興味を持つすべての人が利用できます。コロンビアの[グラミン基金](#)と共に 2014 年に開始した革新的なパイロットプログラムにより、私たちは個々の農家の進行状況を、私たち



の基準に照らし合わせてモニターおよび評価することができます。このプログラムでトレーニングを受けた農家のリーダーは、周りの農家に知識を伝え、共同で農場管理計画を策定し、タブレット PC で進行状況を記録することができます。

## 農家への融資とコミュニティへの投資で影響を与える

コーヒーは主に発展途上で栽培されま  
す。Starbucks の未焙煎コーヒーの価格モデルは、高品質コーヒーにふさわしい価格を支払いながら、価格を安定させ、サプライヤーとの互恵的な関係を築くことを目指しています。<sup>1</sup>

合理的な条件での融資の提供も、私たちの農家サポート モデルの重要な要素の 1 つです。農家への融資に投資することにより、協同組合はリスクを管理し、事業を強化することができます。

Root Capital との協力による農家への融資という形での Starbucks の投資は、2000 年には 15 万ドルだったものが、今日では、[2014 年の 300 万ドル](#)を合わせ、1,200 万ドルにまで増加しています。Root Capital とその他の融資パートナーを介しての私たちの投資額は、2014 年には 1,630 万ドルに達しました。2015 年には合計投資額が目標の 2,000 万ドルに到達する見通しです。

コーヒー コミュニティーの健全性と安定性は、農家と、生産性を保ちながら持続可能な作物を育てる農家の能力に影響を与えます。2014 年、Starbucks は、重要なインフラストラクチャの改善と農業多様化プロジェクトを支援するため、Ethos® Water ブランドの売上げを資金として、一連の生産地コミュニティ助成金制度を創設しました。たとえば、タンザニアでは、Heifer International と協力して、乳牛の導入や水/衛生設備/再生可能なエネルギーへのアクセスの改善により、小規模コーヒー栽培農家を支援しています。



<sup>1</sup> Starbucks は、2014 年に 1 ポンドあたり平均 1.72 ドルを支払いました。コーヒーの購入時 (本文中に引用された量) と使用時 (連結財務諸表に反映された量) のタイミングが異なるため、この額は、2014 年度連結財務諸表に記載されたコーヒーの影響を表すものではありません。



STARBUCKS ウォルト ディズニー ワールドリゾート店のリビングウォール (命のある壁)-  
STARBUCKS の 500 番目の LEED® 認定店舗

環境

# グリーンリテール を先導する

「気候変動を和らげ、あらゆる人々の生活の質を改善するための私たちの取り組みに、リテール環境は大きな影響を与えることができます。Starbucks で商品を注文するたびに、あなたはそれに一票を投じているのです」

リック デドリッチ  
CEO 兼チェアマン、創設者  
米国グリーンビルディングカウンシル



Starbucks は、農産物に依存する企業として、地球こそが私たちの最も重要なビジネス パートナーであることを以前から認識していました。

私たちは、環境負荷を最小化し、意味のある持続可能な変化を作り出すことで、気候変動への対処に取り組んでいます。これには、グリーンリテールへのアプローチ、すなわち、エネルギー効率の良い店舗と施設の構築、電力と水の節約、再生可能なエネルギーへの投資、リサイクルの新しいソリューションの研究、カップを持続可能なものにするなどが含まれます。

Starbucks が 2008 年に設定した意欲的な環境関連の目標の一部は手の届くところにきましたが、予期しなかった課題に直面している目標もあります。しかし、これは、目標を下げるべきだという意味ではありません。それほど意欲的でない目標で満足するよりも、向上心を刺激するターゲットを設定することの重要性、そして、経験から学んで次のステップにつなげることの重要性を、私たちは信じています。

## 500 を超えた LEED® 認定店舗

Starbucks は、2005 年に会社初の LEED® 認定店舗をオレゴン州ヒルスボロにオープンし、グリーンビルディングの分野で業界をリードしてきました。今日でも、引き続き、店舗ポートフォリオ全体に環境ビルディング戦略を組み入れています。

2008 年以来、Starbucks は、世界のすべての新しい直営店を LEED 規格に合わせて構築するように努めています。2014 年、Starbucks は、500 番目の LEED 認定店舗をオープンしました。これは、世界のどの小売企業も達成していない数字です。LEED の導入は、私たちが事業を行う多くの市場で成功しました。その国の数は 19 を数えます。アメリカ大陸では、2014 年に新しく開設された直営店の 98% が LEED 規格に準拠して設置されました。世界的にはこの数字は 64% となります。Starbucks は、米国発祥の LEED 認定プログラムがまだ一般的ではない国際市場では、いくつかの技術的な課題に直面しました。私たちは、この規格の採用を推進するため、[米国グリーンビルディングカウンシル](#)と協力しています。

## 水道使用量の目標到達に迫る

2008 年に、Starbucks は、直営店で使用する水道使用量を 2015 年までに 25% 削減するという目標を設定しました。2014 年には基準値の 23% 以上を節約し、この目標に近づいています。私たちは、新規店舗に節水ソリューションを実装し、既存の店舗には水のろ過装置を導入することで、水の節約の努力を継続しています。LEED 認定の店舗は、平均して年間 25,000 ガロン (約 95,000 リットル) を上回る水を節約することで、目標達成に向けて貢献しています。Starbucks は、水の消費量の削減に役立つ追加手段を見つけるために、世界の水の足りない地域の自治体と積極的に協力しています。

## 進化するビジネスへのエネルギーの影響を認識する

Starbucks が 2008 年に電力を 25% 節約するという目標を定めたとき、これが意欲的なものであることはわかっていました。過去 6 年間で、私たちは、できる限り自然光を採り入れ、新規および既存の店舗でエネルギー効率の良い照明設備



バンコク、ランスアンの LEED 認定店舗

と電気器具を取り付けるなど、省エネルギー対策を私たちのグリーン建築戦略に組み入れてきました。Starbucks は最近、暖房と冷房を最適化し、将来的なさらなる機会を識別するために、約 4,000 店舗で新しいエネルギー管理システムを導入しました。

こうした努力にもかかわらず、エネルギー パフォーマンスは基準値から正味 4.6% しか改善していません。これは、拡張した食品プラットフォームをサポートするために要したエネルギーが、継続的な節約の取り組みを相殺したためです。業務上の大きな変更や、それに関連する電力ニーズの上昇があったにもかかわらず、2015 年末までに基準値に対して正味の電力消費量を削減する計画に変更はありません。節電を実現するための方策を引き続き探求します。

## 再生可能なエネルギーに投資する

節水と省エネルギーに加え、購買を通じて再生可能エネルギー源の支援にも力を注いでいます。Starbucks は、10 年近くにわたって、米国の再生可能エネルギーに関して米国環境保護庁の最大購入者の 1 つであり、昨年だけでも 5 億 KWH を超える風力エネルギーを購入しました。2014 年には、Starbucks は、世界の直営店で使用する電力の 59% を超える量の再生可能エネルギーを購入しました。

私たちは、再生可能なエネルギーの購入を、世界全体の弊社のエネルギー負荷に適用しますが、購入した再生エネルギーのクレジットは、主に米国の再生可能エネルギー市場の開発を促進するためのものです。地域に適したソリューションを識別するために、国際的なパートナーとの協力を進めています。現在のところ、2015 年末までに米国とカナダの直営店で使用する電力と同じ量の再生可能エネルギーを購入するという目標の達成に向けて、私たちは順調に進んでいます。

## リサイクルの障壁を取り除く

店舗前にリサイクル設備を設置することは、包括的なリサイクル ソリューションを開発する Starbucks の取り組みの重要な要素です。2014 年には 760 店舗にお客様向けリサイクル設備が追加されました。これにより、リサイクル設備のある店舗は合計 3,849 店舗、すなわち米国とカナダの直営店の 47% に達しました。

2015 年の末までに、米国とカナダでリサイクルプログラムの展開を完了する予定です。残念ながら、これはすべての店舗でリサイクルを提供することを意味するわけではありません。商業的なリサイクルを提供していない自治体にある店舗や、不動産の貸主がリサイクル サービスへのアクセスを提供しない店舗では、引き続き課題に直面しています。埋め立てゴミを削減する革新的な方法を見つけ、代替ソリューションを調査するために、業界全体との作業を継続しています。

## リユースブル カップへの関心を高める

リユースブル カップは、Starbucks の全体的な廃棄物削減戦略の重要な要素です。私たちは、30 年にわたって、個人のタンブラーを持参したお客様に割引を提供してきました。店舗で作るドリンクの 5% を、お客様が持参のタンブラーやマグ カップで提供することが私たちの目標です。2013 年には 4,690 万杯をお客様持参の容器で提供し、2014 年にはこれが 4,760 万杯に増加しました。

Starbucks 店舗にマグ カップやタンブラーを持参するにはお客様の習慣の変化が必要であることがわかりました。前年比でのタンブラーの使用率は徐々にしか改善されていません。1 ドルのリユースブル カップ (英国では 1 ポンド) の発売開始時や、[ホワイト カップ コンテスト](#)をはじめとするその他の特別プロモーション期間中は、お客様のタンブラー持参率が一時的に最大 2.5%

にまで上昇しましたが、2013 年全体での使用率は 1.8% と横ばいです。私たちは、お客様にリユース可能なカップへの切り替えを促す方法を引き続き検討します。

## 店舗を超えて

私たちの直接的な環境負荷の大部分は、店舗業務により発生するものですが、製造施設にも環境設計を組み入れようと努力しています。これには、焙煎工場、コーヒー加工施設、Evolution Fresh ジュース製造施設が含まれます。2014 年、ペンシルベニア州ヨークの Starbucks 焙煎工場および流通センターが、アメリカ保険業者安全試験所により ゴミ埋め立て回避 100% の認定を受けたことを私たちは喜んでます。



1ドルの Starbucks リユース可能なカップ



シアトルの 23RD & JACKSON 店のパートナー

コミュニティー

**機会にアクセスするための  
道すじを作る**

「Starbucks とのパートナーシップは、私たちが想像したもの以上でした。彼らはありえないほどの情熱をもって、私たちと共に作業をこなしていきました」

ピアトリス ガーザ  
プレジデント兼 CEO、AAMA



英国の Starbucks アプレントシスシップ (実習) プログラムの参加者

Starbucks は常に人を結び付ける場です。私たちのミッションは、1 人ずつ、1 杯ずつ、1 地区ずつ、人の精神をインスパイアし、育てることです。

Starbucks は、米国で 150,000 人のパートナー (従業員) を雇用し、世界では 300,000 人が緑のエプロンを着けて働いています。主要な雇用主として、優れた人材を引き寄せ、維持することは、私たちの事業にとって非常に重要です。世界で 7,300 万人の若者が仕事を探していますが、十分な資格を持つ候補者が足りないことから、雇用主は職場の空きを埋めるのに苦労しています。何かが間違っています。これは明らかに一企業や 1 つの産業で解決できる問題ではありませんが、Starbucks では、若者 1 人ずつの未来を考え、この危機への対応を開始するために、私たちの事業と規模を活用する方法にさらに力を注いでいきます。

## 将来の人材を構築する

将来の人材を構築する取り組みは、私たち自身の人材から始まります。2014 年、私たちは [Starbucks カレッジ アchievement プラン](#) を導入しました。これは、Starbucks のパートナーが、オンラインでの受講によりアリゾナ州立大学の学位を受けられるようにする、革新的な教育支援制度です。

また、2018 年までに [10,000 人の退役軍人と軍人の配偶者](#) を雇用するという Starbucks の複数年戦略の直接的な結果として、私たちは昨年、2000 人近くの新しいパートナーを採用しました。これら 2 つのイニシアチブは、Starbucks のミッションと価値を共有するパートナーを引き寄せるための私たちの戦略の重要な要素であると考えています。

## 生涯にわたる機会に投資する

労働市場に入るための教育やスキルが足りないため、数多くの若者が構造的な障壁により機会にアクセスできないという問題に直面していま

す。このグループは、「オポチュニティー ユース (opportunity youth)」と称されることがよくあります。

2014 年、私たちは、Starbucks 青少年リーダーシッププログラムを介して、14 カ国の現地組織に 100 件を超える助成金を提供しました。世界のプログラムや組織は異なりますが、青少年に与える影響は非常に大きなものです。

米国では、Starbucks と [シュルツ ファミリー ファウンデーション](#) は、過去 10 年にわたって、[YouthCare](#) および [FareStart](#) を介して、青少年に機会を提供するシアトルのバリスタトレーニングプログラムを支援しています。2014 年には、[YouthBuild USA](#) との協力により、このプログラムを米国全土に拡大し、Starbucks 店舗パートナーが受けるトレーニングに基づき学生のカスタマー サービス スキルの向上を助ける、「[カスタマー サービス リテール エクセレンストレーニング プログラム](#)」を作成しました。



カナダでは、カルガリー、トロント、およびバンクーバーにおいて、主要生活スキルと雇用適性に関する教室でのトレーニングを実際の職務体験と組み合わせた、職場プログラムをサポートしています。

中国では、学生がスキルを磨き、Starbucks の上級幹部のアドバイスにアクセスできるようにするための青少年リーダーシップ開発プログラムにおいて、中国宋慶齡基金会との協力関係をさらに深めています。

Starbucks が生涯にわたる機会の支援にさらに注力していく中で、私たちの助成金制度は、コミュニティのニーズへの対処に役立つオポチュニティー コースの支援プログラムに重点を移していきます。詳細については、弊社の Web サイトの「[Opportunity for Youth](#)」(青少年のための機会) ページをご覧ください。

## コミュニティ店舗を介して協力する

Starbucks コミュニティ店舗プログラムでは、この若い世代の貧困のサイクルを根絶するためにトレーニングと教育を提供する、現地の非営利団体を支援します。2011 年に最初のコミュニティ店舗をオープンして以来、Starbucks は 8 つの店舗を開設したほか、コミュニティの若者に機会を提供する活動を行う現地の非営利団体のために、900,000 ドルを上回る資金を集めました。

コミュニティ店舗モデルは、非営利団体にとって安定した資金の供給源となるだけでなく、その取り組みに対する関心を高め、コミュニティの対話と関与のための空間を作り出します。2014 年、Starbucks は、米国外で 2 店舗目となるコミュニティ店舗を韓国のソウルにオープンすると共に、退役軍人の社会復帰を支援する 2 つの ミリタリー コミュニティ店舗を米国ワシントン州レークウッドとテキサス州サンアントニオに開設しました。

## 世界的なボランティア サービスを促進して影響を与える

ボランティア サービスのために力を合わせることは、市民としての基本的な行動の 1 つです。2014 年、Starbucks は非営利団体と協力することで、パートナー、お客様、コミュニティのリーダーの力を借り、世界中で 520,000 時間を超えるボランティア サービスを提供しました。Starbucks の第 4 回年次 グローバル サービス月間だった 4 月には、60,000 人近くのボランティアが 30 を超える国々で 232,000 時間以上の貢献を行いました。全体として、これらのプロジェクトは、約 140 万人を援助し、私たちのコミュニティに 520 万ドルの価値を提供しています。

2014 年の合計時間数は前年比でわずかに減少しましたが、心強いトレンドも生まれています。Starbucks パートナーが提供した時間の 2 倍近くをお客様が提供しています。コミュニティを改善するための取り組みに私たちのパートナーがお客様の参加を促す能力は、より大きな影響を与えるための 1 つの方法であると私たちは信じています。



## Starbucks ファウンデーションと会社としての貢献

Starbucks ファウンデーションは、501(c)(3) 条に基づく独立した慈善団体で、その資金は主に Starbucks Corporation と個人からの寄付によるものです。2014 年、Starbucks ファウンデーションは、非営利団体に 144 件の助成金を与え、1,310 万ドルを提供しました。助成金には、Starbucks 青少年リーダーシップ助成金への 337 万ドルと コーヒー栽培コミュニティの社会開発助成金としての 420 万ドルが含まれます。

2014 年に Starbucks Corporation は、Starbucks ファウンデーションへの 190 万ドルを含む 1,140 万ドルの現金と、3,880 万ドル分の現物支給を提供しました。会社としての貢献には、コミュニティ構築プログラムへの資金提供があります。たとえば、Teavana® Oprah Chai Tea の売上げ 200 万ドルが、オペラ ウィンフリー リーダーシップ アカデミー ファウンデーションに寄付されました。また、Starbucks とお客様は、(RED)™ とのパートナーシップを介して、アフリカの HIV/AIDS の根絶のために、2008 年以来 1,200 億ドルを世界エイズ・結核・マラリア対策基金に寄付しています。

## 多様性と包摂

多様な顧客基盤と常に変化する労働力を抱える世界規模の企業として、多様性と包摂はビジネスの優先事項であるだけでなく、必要事項であるといえます。長期的な成長戦略の主要な要素は、私たちが事業を営む世界中のコミュニティを反映した労働力を構築することです。

私たちは、これを達成するために、将来の労働力を引き寄せ、開発し、保持し、関与させるための機会の創出に取り組んでいます。Starbucks は、世界に広がる事業の課題に対応するため、多様性と包摂の戦略を引き続きどのように進化させるのかに焦点を合わせます。包摂、人種、その他の違いについてオープンに会話するためのプラットフォームの提供から、無意識の偏見に着目したトレーニングの提供や パートナー ネットワークの地位向上まで、私たちの取り組みに積極的に関与してくれるパートナーを求めているだけでなく、必要としています。

現在、米国のパートナーの約 40% がマイノリティーで、65% が女性です。弊社のバイス プレジデントの 48% が女性で、15% がマイノリティーです。最高幹部（上級バイス プレジデント以上）のうち、18% がマイノリティーで、29% が女性です。

特に Starbucks カレッジ アチーブメント プランや英国アプレントイスシップ プログラムなどの主要な企業イニシアチブを通じて、多様な求職者やパートナーの関与を促す大きな機会が存在することを私たちは知っています。こうした作業の一環として、重要なリソースである多様なプロフェッショナル組織、非営利団体、企業、市民のリーダー、個人との パートナーシップや、人材、そして私たちが事業を営むコミュニティとのつながりを引き続き構築および促進していきます。

私たちが市場における世界的な展開を継続していく中で、多様性と包摂は、これからも私たちの強みであり、私たちのビジネスの主要な要素であり続けます。





## 次のステップ

Starbucks が最も大きな影響を与える可能性があるのは、私たちが農家、パートナー、お客様、志を同じくする組織と協力して産業を前に押し進めるときであるのは明らかです。5年後に Starbucks がどのような位置を占めていたいかを考えれば、私たちはこれからも、持続可能性を高める方向に調達モデルを推進し、環境負荷を最小化する新しい方策を見つけ、私たちの将来的な人材を構築しながら若者たちに新しい機会を創出し続けることができるはずです。

### 栽培農家と未来を築く

コーヒーを 100% 倫理的に調達するための取り組みを続ける中で、私たちはコーヒーを世界最初の持続可能な作物にすることができると思っています。[紅茶](#)、[ココア](#)、[製造品](#)など、Starbucks のその他のビジネス領域でも、私たちがこれまで学んだことを適用しようとしています。

### 持続可能な解決策の先駆者となる

Starbucks の規模をグリーン プラクティスの変革やテストに使用し、私たちがこれまで学んだことを活かすことで、私たちの店舗や産業全体でポジティブな変化を推進していくことが、これからの私たちの課題です。さらに、経済的、社会的、環境的安定を脅かすリスクを緩和し、[BICEP \(Business for Innovative Climate and Energy Policy\)](#) などを介して気候に関する法律を支持することに、引き続き取り組みます。

### 機会にアクセスするための道すじを作る

機会にアクセスするための道すじを作るにあたって包括的なアプローチを採用することは、Starbucks にとって、私たちの将来の人材となる青少年を支援しながら、私たちが事業を営む地域に貢献する手段となります。主要な次のステップとして、2018 年までに 10,000 人のオポチュニティー ユースを採用することを表明しています。

すべての産業界の熱意と知識にあふれる組織と協力することで、地域、国、国際レベルで課題に対する革新的なソリューションを識別および実装します。

2015 年の目標が終わりに近づき、2020 年に向けての目標を設定する新しい区切りとなる時期がやってきます。Starbucks では、来年、営利目的の公開企業として私たちの責任をどのように果たすのが一番良いのかを判断するにあたって、世界のステークホルダーに参加を働きかけることを楽しみにしています。

ご意見やご感想は、[globalresponsibility@starbucks.com](mailto:globalresponsibility@starbucks.com) までご遠慮なくお寄せください。



# 2014 年目標チャート 倫理的な調達

## 目標

2015 年までに弊社のコーヒーの 100% を倫理的に調達する

## 進行状況

2014 年、弊社のコーヒーの 96% は C.A.F.E. Practices、Fairtrade、その他の外部監査システムを介して倫理的に調達されました。



すべての Starbucks ブランドの未焙煎コーヒー豆の購入を含む

## 要点

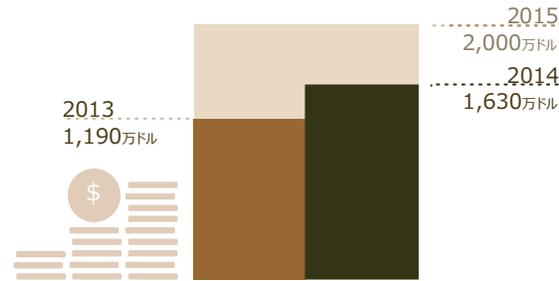
外部機関による検証、現場作業を行う農業従事者へのサポート、農家への融資などを含む包括的なアプローチが、100% の目標達成に向けて大きな力となっています。

## 目標

2015 年までに、農家への融資額を 2,000 万ドルまで上げることで、農家とそのコミュニティに投資する

## 進行状況

投資額は 1,630 万ドルに上昇し、2013 年に比べて 27% 増加しました。



公の場で意思表示された案件および契約を締結した案件の合計。

## 要点

コーヒー共同組合と農家に無理のない融資を提供することで、生産性と品質を高め、小規模農家の持続可能な生活を可能にします。

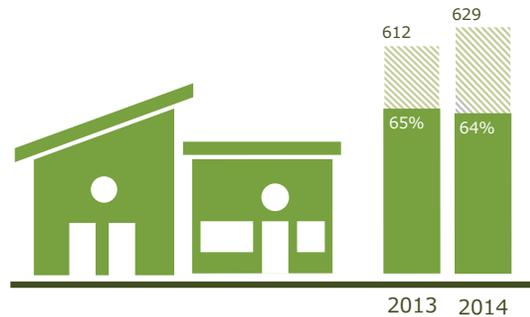
# 2014 年目標チャート 環境

## 目標

直営店のすべての新規店舗で LEED® 認定を受ける

## 進行状況

19 カ国で 500 を超える店舗が LEED® 認定を受けました。これは、他のどの小売企業よりも多い数字です。



合計店舗数に対して、その年に LEED® 認定を受けた新規直営店の割合。

## 要点

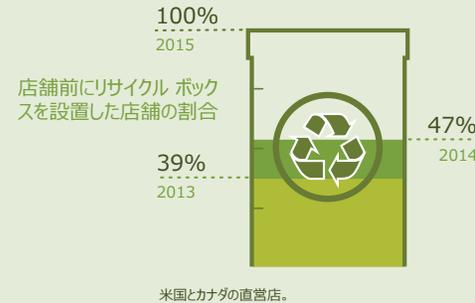
米国外の店舗を含め、新規および既存の店舗にグリーンビルディング戦略が組み入れられました。LEED® がまだ一般的ではない高成長市場の一部では引き続き課題に直面していますが、この問題を解決するために作業を進めています。

## 目標

2015 年までに、直営店の店舗前にリサイクルボックスを設置する

## 進行状況

2014 年は、米国とカナダで新たに 763 店舗がこのプログラムに参加しました。これで、両国の直営店の 47% をカバーしたことになります。



米国とカナダの直営店。

## 要点

2015 年末までに米国とカナダのすべて市場でのリサイクル設備の展開を完了する予定ですが、引き続き課題に直面しています。不動産貸主の支援の欠如、空間の制約、自治体のインフラストラクチャの制限など、実施にあたっての予想外の障壁が存在しました。パフォーマンスを改善し、学んだ点を国際的に活用する方法を、これからも探していきます。

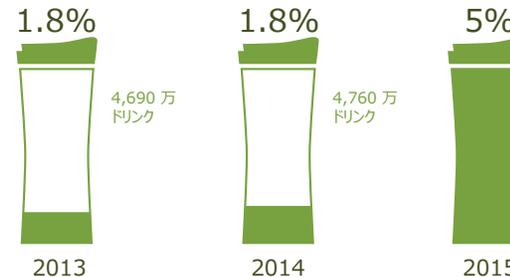
## 目標

2015 年までに、店舗で作るドリンクの 5 パーセントを個人のタンブラーで提供する

## 進行状況

2014 年に個人のタンブラーの使用は 640,000 ドリンク以上増加しましたが、合計ドリンクに対する割合では横ばいでした。

個人のタンブラーで提供するドリンクのパーセント



米国、カナダ、英国、フランス、ドイツ、オランダの直営店。

## 要点

お客様個人のタンブラーの使用は、1 ドルのリユーズブルカップの導入時とプロモーション時には、月間平均 2.5% にまで上昇しました。ホワイトカップコンテストなどの斬新な企画では関心が高まりますが、お客様のニーズや行動の変化の点で、反応は鈍いままで。引き続き成功体験を活用し、関心を高めることに取り組んでいきます。



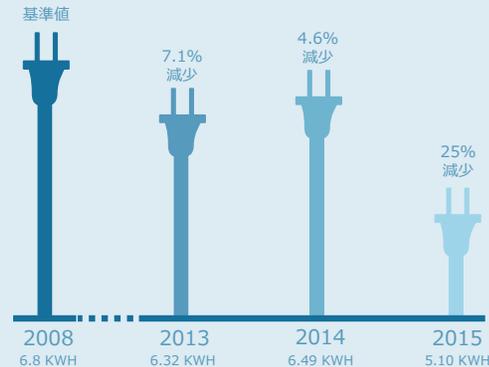
# 2014 年目標チャート 環境

## 目標

2015 年までに直営店の電力消費量を 25% 削減する

## 進行状況

拡張した食品プラットフォームをサポートするために要したエネルギーが、継続的な取り組みによる節約分を相殺したため、2014 年の弊社のエネルギー パフォーマンスはわずかに悪化しました。



米国とカナダの直営店における平方フィート/店舗/月あたりの平均電力消費量。2008 年の基準値に対する変化をパーセントで表しました。

## 要点

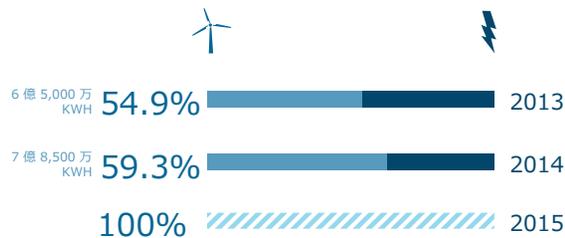
この意欲的な目標を設定したとき、店舗の電力使用量の増加につながる食品事業の変革を予測していませんでした。この業務上の大きな変更や、それに関連する電力ニーズの上昇があったにもかかわらず、2015 年末までに基準値に対して正味の電力消費量を削減する計画に変更はありません。

## 目標

2015 年までに、弊社の世界の直営店で使用する電力と同じ量の再生可能エネルギーを購入する

## 進行状況

弊社の世界の直営店で使用する電力の 59% を超える再生可能エネルギーを購入しました。米国とカナダではこの数字は 74% を超えています。



## 要点

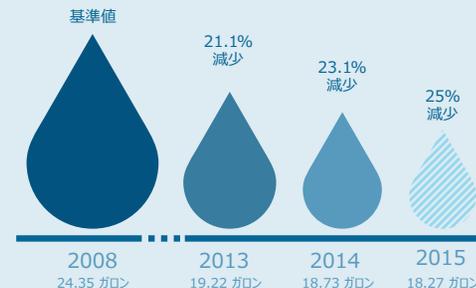
私たちは、再生可能なエネルギーの購入を、弊社の世界全体のエネルギー負荷に適用しますが、これは主に、米国の再生可能エネルギー市場の開発を促進するためのものです。地域に適したソリューションを開発するために、国際的なパートナーとの協力を進めています。

## 目標

2015 年までに直営店の水道使用量を 25% 削減する

## 進行状況

昨年比べて水道使用量は 2% 減り、2008 年と比較すると 23% 減少しました。



米国とカナダの直営店における平方フィート/店舗/月あたりの平均水道使用量。2008 年の基準値に対する変化をパーセントで表しました。

## 要点

主要な節水設備は識別できましたが、既存のストアにこれを設置し、効果が上がってくるまでには時間が必要です。現在、水のろ過装置をさらに 500 個設置する計画で、これにより 25% 削減の目標に近づくことができるはずですが。

# 2014 年目標チャート コミュニティー

## 目標

2015 年までに、弊社の働きかけにより、パートナー（従業員）とお客様が年あたり 100 万時間のコミュニティ サービスを提供する

## 進行状況

2014 年も、引き続き 50 万時間を超えるコミュニティ サービスを提供しました。



## 要点

合計時間数には満足しているものの、パートナーとお客様は実際にはこれ以上の時間をボランティアに費やしていると私たちは考えています。コミュニティ サービスの Web サイトを更新したほか、時間数をレポートするにあたってのその他の障害にも引き続き対処していきます。コミュニティ サービスと社会投資の影響について、より全体的なストーリーを伝える方法を模索しています。

## 2014 年目標チャート

## 目標の概要

目標	単位	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	目標	脚注
2015 年までに弊社のコーヒーの 100% を倫理的に調達する	%	77	81	84	86	93	95	96	100%	2008 ~ 2011 年の結果は C.A.F.E. Practices のみを含む。
2015 年までに、農家への融資額を 2,000 万ドルまで上げることで、農家とそのコミュニティに投資する	100 万ドル	12.5	14.5	14.6	14.7	15.9	11.9	16.3	2,000 万ドル	公の場で意思表示された案件および契約を締結した案件の合計。
2015 年までに、弊社の働きかけにより、パートナー（従業員）とお客様が年あたり 100 万時間のコミュニティ サービスを提供する	時間	245,974	186,011	191,224	442,353	613,214	630,912	523,974	100 万	2008 年は Youth Action Grant サービス時間を含む米国とカナダの結果。2009 ~ 2014 年は所有者にかかわらず世界のすべての市場を含む。
2015 年までに、合計 50,000 人の若者が、それぞれのコミュニティで新しい試みを始め、行動を起こすように支援する	人数	N/A	20,868	53,673	50,050	54,848	N/A	N/A	50,000	2010 ~ 2012 年は目標達成。現在は新しい青少年リーダースhip測定基準を使用。
2015 年までに、直営店の店舗前にリサイクルボックスを設置する	% 店舗数	N/A N/A	N/A N/A	5 382	18 1,390	24 1,843	39% 3,087	47% 3,849	100%	2010 ~ 2013 年は米国とカナダの直営店。
2015 年までに、店舗で作るドリンクの 5 パーセントを個人のタンブラーで提供する	% #	1.1% 22,090,511	1.4% 26,257,492	1.5% 32,650,747	1.5% 34,199,507	1.5% 35,754,382	1.8% 46,970,869	1.8% 47,611,577	5%	2008 ~ 2011 年は、合計ドリンク数対合計トランザクション数で再計算された結果。 米国、カナダ、英国、フランス、ドイツ、オランダの直営店。
2015 年までに直営店の電力消費量を 25% 削減する	% KWH	0 6.80	1.7% 6.69	3.3% 6.58	7.5% 6.29	6.5% 6.36	7.1% 6.32	4.6% 6.49	25% 5.10	2008 年の基準値に対する変化をパーセントで表したものの。米国とカナダの直営店における平方フィート/店舗/月あたりの平均電力使用量。 米国とカナダの直営店における平方フィート/店舗/月あたりの平均電力使用量。
2015 年までに、弊社の世界の直営店で使用する電力と同じ量の再生可能エネルギーを購入する	% 100 万 KWH	20 211.3	25 259.5	58 580	50 558	51 586	55 650	59 785	100%	2008 ~ 2010 年の目標と結果は、米国とカナダの直営店の 50% に基づく。
2015 年までに直営店の水道消費量を 25% 削減する	% ガロン	0 24.35	-8.3% 22.36	-21.7% 19.09	-17.6% 20.11	-17.5% 20.08	-21.1% 19.22	-23.1% 18.73	25% 18.27	2008 年の基準値に対する変化をパーセントで表したものの。米国とカナダの直営店における平方フィート/店舗/月あたりの平均水道使用量。2009 ~ 2012 年の結果は数字の丸め方の違いにより 0.1 ~ 0.2% 低い。
直営店のすべての新規店舗で LEED® 認定を受ける	%	N/A	N/A	N/A	75%	69%	65%	64%	100%	LEED® 認定を受けた新規直営店の割合。

## 範囲

2014 会計年度のレポートでは、倫理的な調達、コミュニティへの投資、環境に関する責任という 3 つの主要分野について、2008 年に設定された目標に対して弊社がどのようなパフォーマンスを見せているのかに焦点を合わせます。こうした取り組みは弊社の事業に直接結び付くものなので、弊社の財務、コーポレート ガバナンス、職場と多様性のポリシー、およびパフォーマンスに関して [starbucks.com](http://starbucks.com) で公開されている情報や資料へのリンクも含まれています。

このレポートを作成するにあたって、弊社では、[My Starbucks Idea](#) などの簡単にアクセスできるお客様および Starbucks パートナー（従業員） ツール、Starbucks のソーシャル メディア チャンネル（[Starbucks](#) と [Starbucks のパートナーの Facebook](#)、[Twitter](#)、[Instagram](#)） および弊社のカスタマー サービス チームを介して、賛同者や投資家との 1 年を通じての関わり、およびこうした人々からのフィードバックに基づき、Starbucks と弊社のステークホルダーにとって重要なトピックと問題をカバーしました。こうした取り組みは、戦略的顧問会社の SustainAbility と PR 会社の Edelman が実施した業界およびトレンド分析や、弊社と協力関係にある数多くの組織との直接的な対話により補完されます。プログラム、ポリシー、およびこのレポートのコンテンツが、弊社の事業やステークホルダーにとって意味を持つものとなるように、社内と社外の両方の関与が弊社の経営方針の重要な要素となることを徹底します。

## 境界

これまでのグローバル責任レポートと同様に、今年のレポートでも、倫理的な調達、コミュニティへの投資、環境に関する責任の分野で、私たちが行っていることに重点を置きました。これらの分野は私たちの事業にとって非常に重要であり、私たちが最も大きな影響を与えることができ、実際に与えている分野であることもわかっています。ステークホルダーの関与の取り組みに基づき、これらが、お客様、パートナー（従業員）、非政府組織（NGO）、投資家にとって重要であることも確信しています。

さらに、[健康とウェルネス](#)および[職場のポリシー](#)に関する問題は、弊社の事業の重要な要素であり、主要なステークホルダーにとっても大きな関心の的ですが、このレポートでは、コーヒーの購入に関する部分を除き、主に米国とカナ

ダの Starbucks 直営店および世界のサプライ チェーン業務に焦点を合わせています。こうした業務は、売上げのパーセントやカバーする店舗数に基づけば、コーヒーの購入と共に、Starbucks の社会的、環境的、経済的な影響の点で、最も重要な領域です。直営店かライセンス契約に基づく店舗にかかわらず、Starbucks Coffee、Seattle's Best Coffee、Torrefazione Italia を含む、世界のすべての Starbucks ブランドとリテール店舗で販売および提供されるコーヒーの情報が含まれていません。

Starbucks では、Credit360 プログラムを使用して、主要業績評価指標のレポートと追跡、会社全体の業務と影響への継続的な可視性の提供、および承認と監査の目的で、持続可能性データを管理します。弊社のパフォーマンスについて一貫した正確なレポートを作成できるように、世界的なレポートの取り組みを引き続き検証および改善していきます。

Starbucks の 2014 会計年度  
別途記述がある場合を除き、Starbucks の 2014 会計年度 (2013 年 9 月 30 日 ~ 2014 年 9 月 28 日) を指します。

## レポートの年

別途記述がある場合を除き、すべての通貨の単位は米ドルです。

## 通貨

過去のレポート  
Starbucks では、2001 年から毎年レポートを作成しています。過去のグローバル責任レポートについては、弊社の Web サイト ([www.starbucks.com/responsibility/global-report](http://www.starbucks.com/responsibility/global-report)) からダウンロードすることができます。

## 過去のレポート

情報の整合性  
2014 会計年度でレポートされる情報の準備と整合性に関する責任は、Starbucks の経営陣にあります。社内の内容領域専門家が関与する包括的な検証プロセスなど、内部統制のシステムを経たこの情報は、2014 会計年度の弊社のグローバル責任活動およびパフォーマンスを正確に表したものであると考えています。社外の検証は、[Moss Adams LLP](#) により実施されました。目標のパフォーマンスに関連するすべてのインフォグラフィックは、進行状況を視覚的に表すものであり、正確な縮尺比ではありません。

## 情報の整合性

将来の見通しに関する記述  
2014 会計年度のグローバル責任に関する弊社のレポートには、弊社の事業と将来の事業計画/イニシアチブ/目標/目的についての、将来の見通しに関する記述が含まれます。こうした将来の見通しに関する記述は、現在利用できる業務、財務、および競合情報に基づくものであり、数多くの重大なリスクや不確実性に左右されます。実際の将来の結果は、コーヒー/乳製品/その他の原材料の価格と供給、成長戦略およびその他の戦略を弊社の計画どおりに実施できたかどうか、コスト削減やその他のイニシアチブ、米国および国際社会の経済と通貨の変動、競合の影響、訴訟の影響、弊社が米国証券取引委員会に提出した報告書 (2014 年 9 月 28 日までの会計年度についてまとめた Starbucks Form 10-K 年次報告書の「リスク要素」セクションを含む) で説明するその他のリスクなど、さまざまな要素によって大きく異なる可能性があります。弊社には、これらの将来の見通しに関する記述を更新する義務はありません。



## 将来の見通しに関する記述

Starbucks の取り組みは世界的なものです。このレポートでは、コーヒーの購入に関する部分を除き、主に米国とカナ

1 人ずつ、1 杯ずつ、1 地区ずつ、  
人の精神をインスパイアし、  
育てるために。

