



글로벌
책임
보고서

—
2015



목 차

진척 측정하기

01

목표와 실적 비교

관련 기사

02

2015년 목표 차트

05

모스 애덤스의 서신

09

보고서 소개

10

2015년 글.책 보고서: 목표 및 진척 사항 요약

2015년 글로벌 책임 보고서는 스타벅스의 한 시기의 마지막이자 새로운 시작을 의미합니다.

2008년 스타벅스는 생존을 위해 분투했습니다. 금융 위기가 세계 경제 침체를 유발 시켰고 회사 역사상 처음으로 매출이 둔화되었습니다.

힘든 결정들을 내려야 했으며 매장들은 패쇄되었고 일자리들은 없어졌습니다. 평론가들은 스타벅스의 호황기가 끝났다고 발언했습니다.

하지만 그러한 힘든 시기 동안에도 스타벅스는 의무에 대한 약속으로부터 발뺌하지 않았습니다. 그 대신 우리는 야심찬 목표를 발표했습니다. 2015년까지 커피 구매와 공급망 전반에서 윤리성을 강화하고, 지역 사회에 헌신하고 청년의 참여를 촉진하며, 매장 운영에서의 환경적 찌꺼기를 줄일 것이라고 약속하였습니다.

돌아보면 이러한 목표를 처음 세웠을 때로부터 후 7년 동안 우리가 전 세계에 우리가 끼친 영향을 볼 수 있습니다. 우리는 2008년 대안 대출 프로그램에 대한 투자를 1250만 달러에서 2130만 달러로 거의 두 배 늘렸습니다. 우리는 윤리적 대외구매 프로그램을 확장하였고 커피를 세계 최초의 윤리적 대외구매 상품으로 만드는 성공의 마무리점에 와 있습니다. 2008년 스타벅스 커피의 거의 4분의 3이 제3자로부터 윤리적 대외구매 인증 또는 검증을 받았으며 스타벅스엔겐 농부 지원 센터가 하나 있었습니다.

2015년 우리 커피의 99%가 그 기준을 충족했고 남미, 아시아 그리고 아프리카에 새롭게 농부 지원 센터 7개의 문을 열어 전 세계 농부에 대한 지원을 확대했습니다. 우리는 지속 가능한 농업 관행을 개발하고 이를 전 세계 농업 사회와 나누기 위해 첫 번째 농업 경제학 센터를 착공했습니다.

환경 성과 분야에서는 새로운 건축 프로젝트와 개조 공사에서의 엄격한 녹색 건물을 관행 표준으로 실행했습니다. 2008년 LEED® 인증 매장 하나로 시작하여 현재 시애틀의 LEED® Platinum Starbucks® 레제흐브 로스터리 및 시음실을 비롯한 800여 개의 인증 매장이 있습니다. 재생 가능 에너지 구매를 2008년 20%에서 2015년 100%로 늘렸고 야심찬 물 보존 목표를 초과 달성하여 2008년 동안 소매 공간 1 피트당 물 소비량을 24 갤론에서 18 갤론으로 26% 이상 절감했습니다. 일부 환경 목표는 달성하는 데 예상보다 어려움이 있었지만 우리는 이러한 도전을 통해 배우게 되었고 혁신적인 환경 해법을 찾기 위해 노력하고 있습니다.

더불어 의미 있는 변화를 일으키기 위한 사회와 청년에 투자하는 것의 힘에 대해 배웠습니다. 연례 세계 봉사의 달을 만들어 2015년 4월에만 1164개의 파트너 주도 프로젝트를 실시하여 파트너들의 글로벌 노력을 강화했습니다. 또한 지난 7년 동안 파트너들과 소비자들의 사회 봉사 활동 시간은 300만 시간을 넘습니다. 2010년부터 2012년까지 5만 여명 이상의 청년들을 지역 사회의 혁신과 봉사에 참여시키는 목표를 꾸준히 달성했으며 이후 초점을 체계적인 장벽으로 인해

기회를 얻지 못하는 청년들을 위한 일자리 마련으로 전환했습니다.

우리는 더불어 새로운 기회를 찾아냈습니다. 9/11 사태 이후 전역자와 가족들이 일자리를 찾는 데 어려움을 겪는 것을 보고 새로운 전역 군인 고용 프로그램을 시작했습니다. 대학 학위를 취득하기 위해 고생하는 파트너들(직원들)을 보고는 그들을 위해 아리조나 주립 대학과 함께 스타벅스 대학 취득 계획을 시작하여 자격 있는 파트너들에게 학비 전액 상환을 제공했습니다. 그리고 직업과 교육으로부터 단절된 청년들을 보았을 때, 이들을 위해 100,000 기회 고용 프로그램을 만들어 기업들과 협력하여 수천 명의 기회를 찾는 젊은이들에게 의미 있는 일자리를 제안하는 활동을 이끌었습니다.

우리가 더 많은 일을 해낼 수 있다는 것을 알고 있습니다. 올해 향후에 지금까지 그 어떤 임원보다 높은 새로운 2020년 목표들을 공개할 것입니다. 우리는 파트너들, 전역 군인들 그리고 기회를 찾는 청년들과 함께 노력할 것입니다. 농부와 농촌 사회에 투자하고 녹색 소매 건물 및 운영에 대한 글로벌 표준을 확장할 것입니다.



윤리적 대외구매 주도

콩고 동부산 커피 '희망의 컵'

스타벅스는 콩고 민주 공화국 동부산 커피를 구매하여 4500여 명의 소규모 농부와 그 가족들의 삶을 변화시키는 데 도움을 주었습니다. 상대적으로 평범한 이 투자를 통해 농부들의 수입이 3배 이상 증가했고 가족들은 자녀들을 학교에 보내고 의료 혜택을 이용할 수 있게 되었습니다. 동부 콩고 이니셔티브(ECI), USAID 및 카톨릭 구호 서비스(CRS)와 같은 주요 비정부 기구와 협력하여 콩고 커피 산업은 새로운 시장 재구축과 진출을 실행하고 있습니다. “이 커피는 희망을 의미합니다”라고 ECI 카운티 단장인 다리오 멀로가 말했습니다. [자세히 알아보기.](#)



지속 가능성 촉진

커피 찌꺼기 너머

지난 5년 동안 스타벅스 일본은 수많은 커피 찌꺼기를 퇴비와 소 사료로 전환했습니다. 이러한 폐쇄 고리형 시스템은 식품 찌꺼기에 새로운 생명을 불어넣습니다. “수많은 연구를 진행하고 수많은 장애물을 극복한 후 커피 찌꺼기를 소 사료와 비료로 재활용할 수 있게 되어 자랑스롭습니다. 이것은 결국 저희 매장에 우유나 샌드위치용 채소로 다시 돌아오게 됩니다.” 스타벅스 공급망 사업부 매니저인 요시히토 나카가와씨는 말했습니다. [자세히 알아보기](#).

A photograph of two Starbucks baristas, 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 menu board visible.

지역 사회 강화

영국 견습직 제도

스타벅스 파트너 거의 절반이 24세 미만이며 고용에서 제일 큰 어려움을 겪는 연령대입니다. 2012년 봄 영국에서 시작한 스타벅스 견습직 제도는 청년들에게 소매 관리직에 대해 배우고 자신의 목표를 달성하는 데 활용할 수 있는 기술을 익히는 기회를 제공합니다. 2015년 스타벅스는 이 프로그램을 통해 1000번째 견습생을 탄생시켰습니다. “일하고, 경험을 쌓고, 다른 바리스타들과 같은 급여를 받으면서 자격을 갖춘다는 것이 제게 큰 매력이었습니다.” 코이 허커비, 웨스트필드 스타벅스 견습생. [자세히 알아보기](#).

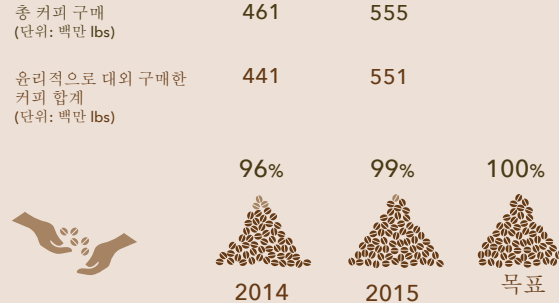
2015년 목표 차트 윤리적 대외구매

목표

2015년까지 우리의 커피 100%가 윤리적으로 구매됨을 확실하게 함

진척 사항

2015년 우리 커피의 99%는 C.A.F.E. Practices, Fairtrade 또는 기타 외부 감사 시스템을 통해 윤리적으로 대외 구매했습니다.



모든 스타벅스 브랜드를 위한 녹색 커피 구매를 포함.

핵심 학습

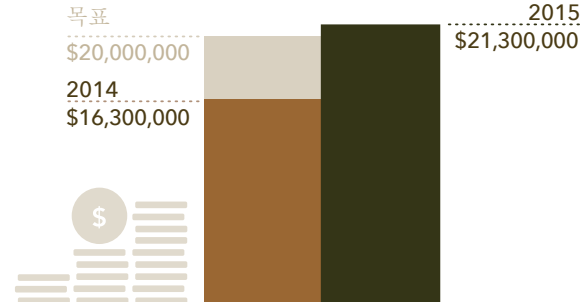
우리의 커피 구매량은 매년 증가하며, 출처 공개 농업 경제 교육은 농부들이 스타벅스 품질 및 지속 가능성 표준을 달성하는 데 도움을 줍니다. 마지막 1%를 꾸준히 추구한다는 것은 농부를 위한 기회를 늘리면서 우리의 대외 구매 관행을 지속적으로 개선한다는 것입니다.

목표

2015년까지 농부 대출을 2000만 달러만큼 증액하여 농부 및 농촌에 투자

진척 사항

이 목표를 \$1,300,000만큼 초과했으며 2015년 이후 투자를 \$5,000,000만큼 늘렸습니다.



현금은 공공적인 의도 선언이나 서명된 계약서를 통해 정의됩니다.

핵심 학습

농부 대출의 예는 나무 개신입니다. 커피 나무는 영원히 커피를 생산할 수 없으며 매년 건강한 커피를 수확하려면 오래된 커피 나무를 교체해야 합니다. 이러한 투자를 지원하기 위해 농부들은 금전적으로 합리적인 대출을 활용하여야 오랜 기간 안정적인 커피 공급망을 확보할 수 있습니다.

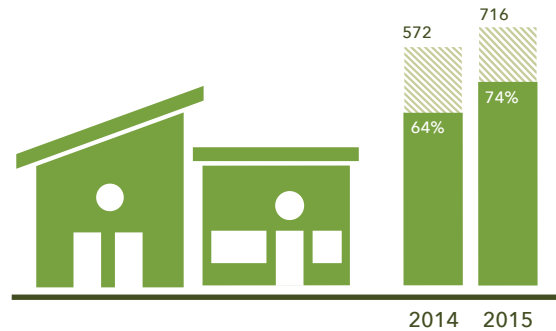
2015년 목표 차트 환경

목표

진척 사항

모두 새로운 회사 직영
매장을 건축하여
LEED® 인증 달성

우리는 19개 국 700개 이상
매장에서 LEED® 인증을
달성했으며 이는 소매 업체
중 최고 수준입니다.



전체 매장 중 LEED® 인증을 달성하기 위해 연간 신축한 회사 직영 매장의 비율.

핵심 학습

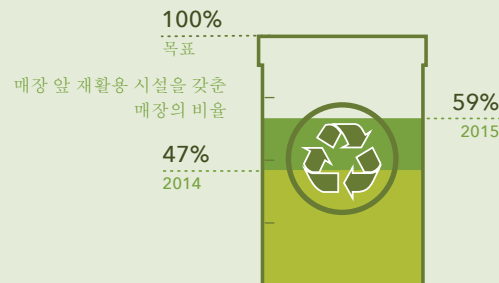
우리는 미국에 기반을 둔 LEED® 인증 프로그램이 일부 국제 시장에서 여전히 관심을 받고 있으며 때로는 지역 환경이 녹색 건물 기준과 충돌하고 있다는 것을 알게 되었습니다. 우리는 지역적으로 조정 가능한 확장 된 글로벌 녹색 건물 원칙을 개발하는 데 앞장서고 있습니다. 이러한 건축 접근법을 전 세계적으로 도입하는 첫 번째 소매 기업 중 하나로서 우리는 모든 건설 및 인증 과정에서 프로그램의 복잡성을 관리하는 방법을 꾸준히 학습하고 있습니다.

목표

진척 사항

2015년 회사 직영
매장의 매장 앞
재활용 시설 실행

2015년 미국과 캐나다에서
추가로 1219개의 매장이
프로그램에 참여하면서
이들 시장에서 회사 직영
매장 비율이 59%에
도달하였습니다.



미국 및 캐나다 회사 직영 매장.

핵심 학습

일반적으로 스타벅스는 기존 건물의 매장을 대여하므로 재활용 시설은 종종 건물주, 쓰레기 수거 업체 및/또는 지자체에 따라 좌우됩니다. 모든 종류의 시설 및 공간 제약에 적용 가능한 장비, 시설물 및 처리 절차를 갖춘 고도로 유연한 재활용 프로그램을 개발하는 데 투자했으며 건물주, 쓰레기 수거 업체 및 지자체의 재활용 시설이 우리의 다양한 쓰레기를 수용하도록 열심히 캠페인을 진행했습니다. 2015년에 이러한 문제를 해결하기 위해 새로운 전략에 집중하고 일상 관리에 파트너의 참여도를 높였습니다. 향후를 바라보며 우리는 앞으로도 계속하여 개선할 수 있는 방법을 찾을 것이며 다른 기관과 협력하여 재활용 프로그램의 적용 분야를 확장할 것입니다.

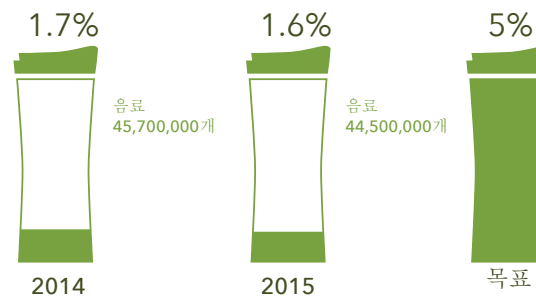
목표

진척 사항

2015년 매장에서 만든
음료의 5%를 개인
텀블러에 담아 제공

고객의 개인 텀블러 사용을
권장하는 노력에도 불구하고
2015년 사용량이 약간
감소했습니다.

개인 텀블러에 제공된 음료의 비율



미국, 캐나다, 영국, 프랑스, 독일, 네덜란드 회사 직영 매장. FY14 결과는 고객 텀블러 할인 데이터가 중복되어 다시 게재했으며 이 문제는 그 이후 해결했습니다.

핵심 학습

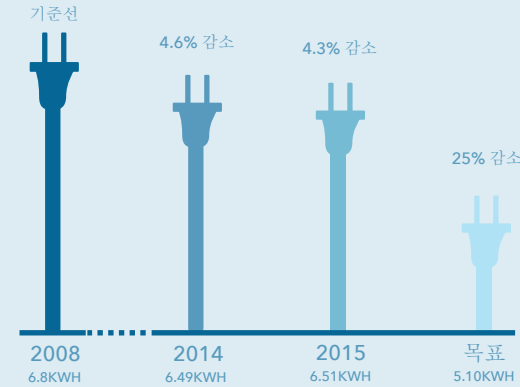
화이트 컵 대회와 같은 홍보 캠페인과 파트너가 디자인 한 그림을 사용하는 \$2짜리 재사용 가능 컵의 도입으로 재사용 가능 컵의 사용을 조금 증가시켰지만 그 효과는 대부분 오래 가지 못하는 성향을 보였습니다. 앞으로도 음료 할인을 제공하여 고객의 개인용 텀블러 사용을 권장하겠지만 우리는 이러한 행동 변화는 결국 고객에게 달려있다고 믿습니다.

목표

진척 사항

2015년까지 회사 직영 매장에서 에너지 소비 25% 감축

사업 규모와 조합이 크게 변했지만 2015년말까지 2008년을 기준으로 세운 순 에너지 감축 목표를 달성했습니다.



미국 및 캐나다 회사 직영 매장의 제품 피트/매장/월별 평균 전기 사용량. 2008 기준선에 대한 변화 비율.

핵심 학습

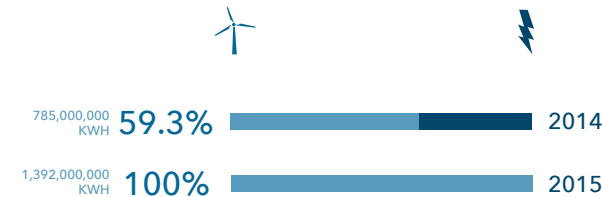
우리는 매장과 장비 디자인에 혁신을 추구하는 것이 과도한 목표라는 것을 알았습니다. 하지만 우리는 또한 매장별 일일 고객 수가 훨씬 증가하고 음식품이 사업에서 차지하는 비중이 커져 냉동 및 보온에 필요한 에너지 수요가 증가할 것이라는 것도 예견치 못했습니다. 우리가 앞으로 미래를 내다 보면서 식품 및 음료 플랫폼이 계속 성장함에 따라 계속해서 효율성에 집중점을 둘 것입니다.

목표

진척 사항

2015년까지 우리 글로벌 회사 직영 매장이 사용하는 전기 100%에 해당하는 재생 가능 에너지 구매

글로벌 회사 직영 매장의 에너지 사용 100%에 해당하는 재생 가능 에너지를 구매하며 목표를 달성했습니다. 즉 13억 9200만 kWh를 구매했습니다.



미국/캐나다 Wind REC에서 13억2500만 kWh 구매 및 EMEA 시장에서 재생 가능 에너지 6680만 kWh 구매

핵심 학습

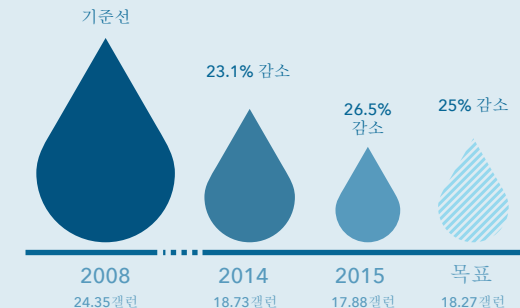
우리는 북미를 넘어 사업을 확장했으며 여러 유럽 시장에 진출하여 재생 가능한 포트폴리오를 다변화하는 데 큰 성과를 거두었습니다. 앞으로 미래를 내다 보며 아시아 매장에 지역적으로 적절한 전략을 정의하기 위해 노력할 것입니다.

목표

진척 사항

2015년까지 회사 직영 매장의 물 소비 25% 감축

2008년부터 물 사용을 26.5% 절감하며 2015년 목표를 달성했습니다.



미국 및 캐나다 회사 직영 매장의 제품 피트/매장/월별 평균 물 사용량. 2008 기준선에 대한 변화 비율.

핵심 학습

우리는 배관, 용수 시스템 개조 및 새로운 매장 디자인 개선을 통해 물 사용을 25% 줄이는 목표를 초과 달성했습니다. 앞으로 미래를 내다 보며 이러한 귀중한 자원의 사용을 더욱 줄일 수 있는 전략에 계속하여 집중할 것입니다.

2015년 목표 차트 사회

목표

진척 사항

2015년까지
파트너들(직원)과
고객을 동원하여
매년 자원 봉사
100만 시간 달성

우리의 파트너들과
고객들이 사회 봉사 활동에
332,885시간 참여했습니다.



소유 형태에 관계없이 모든 글로벌 시장을 포함합니다.

핵심 학습

33,288시간의 자원 봉사 활동이 2015년의 큰 성과였지만 우리는 파트너들과 고객들이 실제 자원 봉사한 시간은 이보다 훨씬 많다고 생각합니다. 우리는 4월 세계 봉사의 달을 중심으로 자원 봉사를 습관화하며 연중 확대시켰지만 사회 봉사 웹사이트에 이러한 봉사 시간을 기록하는 것은 습관화 하지 못했습니다. 우리는 또한 각 한 파트너가 자원 봉사에 참여할 때마다 따라서 한 고객도 함께 참여한다는 점을 언급합니다. 이러한 수준의 고객 참여는 이 업계에서 드문 일입니다.

2015년 목표 차트 목표 요약

목표	단위	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	목표	달성	각주
2015년까지 우리의 커피 100%가 윤리적으로 구매됨을 확실하게 함	%	77	81	84	86	93	95	96	99	100%	✓	2008-2011년 결과는 C.A.F.E. Practices만 포함합니다.
2015년까지 농부 대출을 2000만 달러만큼 증액하여 농부 및 농촌에 투자	\$100만	12.5	14.5	14.6	14.7	15.9	11.9	16.3	21.3	\$20,000,000	✓	현금은 공공적인 의도 선언이나 서명된 계약서를 통해 정의됩니다.
2015년까지 파트너들(직원)과 고객을 동원하여 매년 자원 봉사 100만 시간 달성	시간	245,974	186,011	191,224	442,353	613,214	630,912	523,974	332,885	1,000,000		2008년 미국 및 CA 결과는 청년 활동 보조금 봉사 시간을 포함하며 2009-2014년 결과는 소유 형태에 관계없이 모든 글로벌 시장을 포함합니다.
2015년까지 총 50,000명의 청년들을 사회에 혁신하고 활동하도록 참여 시키기	명	N/A	20,868	53,673	50,050	54,848	N/A	N/A	N/A	50,000	✓	2010-2012년 달성. 현재 새로운 청년 리더십 작시법 추적.
2015년 회사 직영 매장의 매장 앞 재활용 시설 실행	%	N/A	N/A	5	18	24	39%	47%	59%	100%		2010-2015년 미국 및 캐나다 회사 직영 매장.
	매장			382	1,390	1,843	3,087	3,849	5,068			
2015년 매장에서 만든 음료의 5%를 개인 텀블러에 담아 제공	%	1.1%	1.4%	1.5%	1.5%	1.5%	1.8%	1.7%	1.6%	5%		2008-2011년 결과는 총 음료 대 총 거래를 사용하여 계산했습니다.
	#	22,090,511	26,257,492	32,650,747	34,199,507	35,754,382	46,970,869	45,744,643	44,543,016			미국, 캐나다, 영국, 프랑스, 독일 및 네덜란드 회사 직영 매장.
2015년까지 회사 직영 매장의 에너지 소비 25% 감축	%	0	1.7%	3.3%	7.5%	6.5%	7.1%	4.6%	4.3%	25%		2008 기준선에 대한 변화 비율. 미국 및 캐나다 회사 직영 매장의 제품 피트/매장/월별 평균 에너지 사용량.
	KWH	6.80	6.69	6.58	6.29	6.36	6.32	6.49	6.51	5.10		미국 및 캐나다 회사 직영 매장의 제품 피트/매장/월별 평균 전기 사용량.
2015년까지 우리 글로벌 회사 직영 매장이 사용하는 전기 100%에 해당하는 재생 가능 에너지 구매	%	20	25	58	50	51	55	59	100	100%	✓	2008-2010년 목표와 결과는 미국 및 캐나다 회사 직영 매장의 50%를 기준으로 합니다.
	100만 KWH	211.3	259.5	580	558	586	650	785	1392			
2015년까지 회사 직영 매장의 물 소비 25% 감축	%	0	-8.3%	-21.7%	-17.6%	-17.5%	-21.1%	-23.1%	-26.5%	25%	✓	2008 기준선에 대한 변화 비율. 미국 및 캐나다 회사 소유 매장의 제품 피트/매장/월별 평균 물 사용량. 2009-2012년 결과는 반올림 방편으로 0.1-0.2% 낮아졌습니다.
	갤런	24.35	22.36	19.09	20.11	20.08	19.22	18.73	17.88	18.27		
모든 새로운 회사 직영 매장을 건축하여 LEED 인증 달성	%	N/A	N/A	N/A	75%	69%	65%	64%	74%	100%		LEED® 인증을 달성하기 위해 건축한 회사 직영 매장의 비율.



모스 애덤스의 서신

스타벅스 커피 회사 주주 여러분께

우리는 2015년 9월 27일 끝난 그 해의 스타벅스 커피 회사 글로벌 책임성 연례 보고서(보고서) 내에 수록된 아래 정보(데이터)를 검토했습니다. 스타벅스 커피 회사의 경영진이 데이터에 대해 책임집니다. 우리의 책임은 검토를 바탕으로 아래 데이터에 대한 의견을 표출하는 것입니다.

- 보고서 5 쪽 및 8 쪽의 윤리적 대외 구매 목표 차트에 소개된 윤리적으로 소싱한 커피 구매와 총 커피 구매 중 구매 비율
- 보고서 5 쪽 및 8 쪽의 윤리적 대외구매 목표 차트에 소개된 농부 대출 및 농촌 사회에 대한 투자에 대한 헌신도.

데이터 평가에 사용된 기준은 상기 보고서 내 각 목표 차트에 포함되어 있습니다.

미국 공인 회계사 협회가 수립한 인증 기준에 따라 검토를 실시했으며 이에 따라 검토, 시험별, 데이터를 뒷받침하는 증거와 상황에 따라 필요하다고 생각한 기타 절차 실행 내용도 포함시켰습니다. 그러한 절차는 아래 단락에서 더욱 상세히 묘사되어 있습니다. 우리의 검토가 우리 의견에 대한 합리적인 근거를 제공한다고 생각합니다. 기타 활동과 더불어 증거 수집 절차는 다음을 포함합니다.

- 보고서에 포함된 데이터에 대한 정보를 수집하고 집계하는 데 사용한 내부 보고 시스템의 효과성 시험
- 샘플 단위로 스위스 로잔 스타벅스 커피 상사 회사 상사 회사 구매 사업장과 워싱턴 주 시애틀 본사 현장에서 데이터를 검증하기 위한 구체적인 절차 실행
- 데이터 수집 및 보고 담당 파트너들(직원들) 면담

- 기업 정책, 관리 및 보고 구조를 비롯한 관련 문서 검토
- 샘플 단위로 보고서에 포함된 데이터 수집, 분석 및 집계에 사용된 문서 및 시스템 시험
- 제3자 확인 및 보고서에 따라 데이터 확인.

우리 의견에 따르면 2015년 9월 27일 종료된 회계연도의 데이터는 상기 기준에 따라 모든 자료 측면에서 매우 훌륭히 정리되었습니다.

모스 애덤스, LLP
워싱턴 주 시애틀
2016년 5월 24일



보고서 소개

범위

우리의 2015 회계년도 보고서는 2008년에 수립한 3대 분야, 윤리적 대외 구매, 환경 책무 그리고 사회 투자에 대한 성과를 측정하는 데 집중합니다. 이러한 기여는 우리 사업과 직접 연계되어 있기 때문에 starbucks.com에 공공적으로 공개되는 재무, 기업 관리, 일터와 다양성 정책 그리고 성과에 대한 정보와 자원 링크를 포함시켰습니다.

본 보고서를 개발하면서 우리는 후원자 및 투자자들의 연중 내내 참여와 피드백, 그리고 쉽게 접근할 수 있는 고객 및 스타벅스 파트너(직원) 도구, 예를 들어 나의 스타벅스 아이디어, 스타벅스 소셜 미디어 채널(스타벅스, 스타벅스 파트너인 페이스북, 트위터, 인스타그램)와 고객 서비스 팀을 통해 스타벅스와 우리 주주들에게 중요한 주제와 사안을 다루었습니다. 이러한 노력은 우리와 협력한 수많은 조직과 직접 대화를 비롯하여 전략 자문 기업 SustainAbility와 Edelman 홍보사가 실시한 업계 및 동향 분석으로 보완했습니다. 우리가 하는 사업 활동에 있어 내부와 외부 참여가 모두 중요 요소가 되는 것을 확신하므로써 우리는 우리의 프로그램들, 정책들 그리고 이 보고서 내용이 사업과 주주에게 중요한 자료임을 확신하는 데 도움을 제공합니다.

경계

이전 글로벌 책임성 보고서들과 같이 올해의 보고서는 윤리적 대외 구매, 사회 투자 그리고 환경 책무 활동을 중심으로 합니다. 이 분야들은 우리의 사업에 결정적이며 우리가 막대한 영향을 끼칠 수 있다는 것과 막대한 영향을 끼칠 것이라는 것을 알고 있는 분야들이기도 합니다. 우리의 주주들 참여 노력을 바탕으로 우리는 이들이 파트너(직원), 비정부 기구(NGO) 및 투자자들에게도 중요하다고 생각합니다.

더불어 건강 및 복지 그리고 일터 정책과 관련된 필수적인 사안은 우리 사업에 매우 중요한 요소이며 핵심 주주들의 큰 관심사입니다.

우리의 헌신은 전 세계적이지만 커피 구매를 제외한 보고서의 내용은 스타벅스 미국 및 캐나다 회사가 운영하는 소매 매장과 글로벌 공급망 운영을 중심으로 다룹니다. 커피 구매와 더불어 이러한 운영은 매출 및 대상 매장 수의 비율로 보았을 때 스타벅스의 사회적, 환경적 및 경제적 영향 중 가장 큰 부분을 차지합니다. 스타벅스 커피, 시애틀의 베스트 커피와 토레파지온느 이탈리아를 포함한 전 세계의 스타벅스 회사 직원 또는 허가 브랜드 및 소매 매장에서 판매하고 제공하는 커피에 대한 정보가 담겨 있습니다.

스타벅스는 핵심적인 성과 지표를 보고 및 추적하고, 운영과 기업 차원의 영향의 지속적인 가시성을 제공하며 승인과 감사 목적으로 지속 가능성 정보를 관리하기 위해 Credit360 프로그램을 사용한다. 공통 목표에 대해 일관적이고 정확한 보고를 할 수 있도록 우리는 계속해서 글로벌 보고 업무를 검증하고 개선하기 위해 노력할 것입니다.

보고 연도

별도 명시되지 않는 한 스타벅스 회계년도는 2015년(2014년 9월 28일 - 2015년 9월 27일)입니다.

통화

별도 명시되지 않는 한 모든 통화는 미국 달러입니다.

이전 보고서

스타벅스는 2001년부터 연례 보고서를 작성하고 있습니다. 이전 연도 글로벌 책임성 보고서는 여기서 볼 수 있습니다.



보고서 소개

정보 진실성

스타벅스 경영진은 2015 회계년도에 보고된 정보의 작성 및 진실성을 책임집니다. 내부 주제 문제 전문가를 활용한 종합적인 검증 절차를 비롯한 내부 통제 시스템을 통해 우리는 이 정보가 우리의 글로벌 책임성 활동과 2015 회계년도의 성과를 정확히 대표한다고 생각합니다. 외부 검증은 모스 애덤스 LLP에서 제공되었습니다. 모스 애덤스 독립 보장 보고서를 참조하십시오. 글로벌 성과와 관련된 모든 정보 도표는 진행 상황을 시각적으로 대표하며 정확한 비율은 아닙니다.

향후 전망 성명

2015 회계년도 글로벌 책임성 보고서에는 회사의 사업과 미래 사업 계획, 추진 절차들, 목표와 목적에 대한 향후 전망 성명이 포함되어 있습니다. 이러한 향후 전망 성명은 현재 가용한 운영, 재무 및 경쟁 정보를 바탕으로 하며 다양한 중요 위험 및 불확실성에 따라 변경될 수 있습니다. 실제 미래 결과는 다양한 요소에 따라 큰 차이가 있을 수 있으며 그러한 요소는 커피, 유제품 및 기타 원료 가격과 가용성, 회사 성장 및 기타 전략의 성공적인 실행, 비용 감축 및 기타 추진 계획, 미국 및 국제 경제와 환율 변동, 경쟁 영향, 법적 소송 영향 그리고 2015년 9월 27일 종료된 회계년도의 10-k 양식에 따른 스타벅스 연례 보고서의 "위험 요소" 부분을 비롯한 증권 거래 위원회에 제출한 회사의 공시 자료에 상세히 보고된 기타 위험을 포함하며 이에 국한되지 않습니다. 회사는 향후 전망 공시 성명 업데이트할 의무가 없습니다.



한 사람, 한 컵 그리고 한
지역 씩 인간 정신을 고취
하고 배양하기 위해.

