

STARBUCKS ROAST

ing out the Starbucks flavor from coffee beans requires a delicate of creativity and skill. Our master roasters personally ensure that the rich aroma of each of our fine coffees through in every cup. This flavor you is called the Starbucks Roast, the mark of outstanding taste.



Coffee



“いつもの一杯”が
“今日もおいしい”という奇跡。

いつもの一杯を、いつも最高の状態で提供すること。
そのためにできる、あらゆる努力を惜しまないこと。
そんな私たちのコーヒーへのこだわりから、すべては始まっています。

最高の一杯を育む、スターバックスと生産者との良好な関係

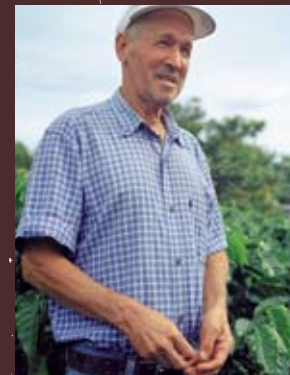
スターバックスが使用するコーヒー豆は、世界中で生産された最高級のアラビカ種。“最高の一杯”を育むその地に、私たちはアグロノミスト（農学者）を中心とする「ファーマーサポートセンター」を置いています。なぜなら、生産者たちとの密なコミュニケーションなしに、高品質なコーヒー豆を安定して供給し続けることはできないからです。より良い環境で、よりおいしいコーヒーを育てたい。生産地の人々と共に歩み、共に成長していきたい。その思いが“最高の一杯”を生み出しているのです。

おいしさに妥協しない。それがスターバックスの誇りです

スターバックスの豆を買い付けるのは、目の肥えたバイヤーたち。彼らが買い付けた豆を毎日厳しく審査するのは、シアトル本社のスペシャリストたち。厳選された豆を最高の技術をもって焙煎するのは、熟練したロースターたち。そして、それらの豆に命を吹き込み、“最高の一杯”として提供するの、日本のバリスタたちです。豆の挽き具合、湯の温度、エスプレッソマシンの圧力、使用する材料の鮮度……。各工程の微妙なバランスに細心の注意を払いながら、ていねいに、丹念にコーヒーをいれる。それらはすべて「今日も、おいしかった」というお客さまの笑顔に出会うため。スターバックス コーヒーのおいしさには、そんなバリスタたちのこだわりと思いやりがたくさん詰まっているのです。

TOPICS 大好評のコーヒーセミナーを積極的に開催

スターバックスのおいしさを、より身近に楽しんでもらいたい——。そんな発想から生まれたのが「コーヒーセミナー」です。このセミナーでは、コーヒーの豊富な知識を持ったパートナーにのみ与えられる“ブラックエプロン”を身につけたコーヒーマスターが、お客さまに自宅でのコーヒーの楽しみ方を提案しています。2000年のスタート以降、多くのお客さまより好評の声を受け、当事業年度の開催はついに800回を超えるまでになりました。より具体的な提案をお客さまに対して行うことで、スターバックスのおいしさの輪はじわじわと広がっているのです。



Partner

スターバックスで支える “ピープルビジネス”というポリシー

パートナー同士がお互いに尊敬し合いながら働きやすい環境を作る。成長に欠かせない要素として多様性を積極的に受け入れる。それがスターバックスの考える“究極のホスピタリティ”の源。

“考えるパートナー”から生まれるさまざまなホスピタリティの形

「スターバックスで働くすべての人をパートナーと呼ぶ」。これは、私たちが掲げる“ピープルビジネス”を体現する最も象徴的な言葉です。店頭立つパートナーたちは、ブランドの顔。そして同時にスターバックスのビジネスを支える資産でもあります。だからこそ私たちはお互いをパートナーと呼び、尊敬し合い、それぞれの個性を尊重しながら働きやすい環境作りに努めているのです。

スターバックスのパートナーになると、まず全員に配られるものがあります。それが「グリーンエプロンブック」。そこには「歓迎する」「心を込めて」「思いやりを持つ」といったシンプルな言葉が並んでいます。パートナーたちは、スターバックスの価値観が書かれたこの冊子を元に、それぞれにホスピタリティのあり方を毎日肌で感じ取り、学んでいきます。そう、スターバックスのホスピタリティには研修もマニュアルもないのです。なぜなら、ホスピタリティは教えられるものではなく、パートナー一人ひとりが実践する“おもてなしの心”により生まれるものだから。私たちが700近いすべての店舗で上質なホスピタリティを維持できるのは、スターバックスの“ピープルビジネス”を支えるこの“考えるパートナー”たちのおかげと言っても過言ではありません。

コーヒーを通じて喜びや感動を与え、人と人とのつながりを育むこと。スターバックスが目指すのは、そんな究極のホスピタリティなのです。

TOPICS 優秀なパートナーを育てる契約社員制度を導入

スターバックスのビジネスを支える優れた人材。そんな“未来のパートナー”になるための門戸を広げ、一人でも多くの方にチャレンジしていただきたいと考え、私たちは当事業年度より契約社員制度を導入しました。この制度には、パートナー一人ひとりのキャリアの選択肢の幅を広げると共に、会社が成長していく中で、お客さまに変わらずクオリティの高いサービスを提供し続けていきたい、という私たちの意思が込められています。働き方にも多様性を認め、個人が成長できる環境を整えること。スターバックスが成長し続けるためには、一人ひとりのパートナーの力が不可欠なのです。





毎日の生活に喜びの エッセンスを与える“サードプレイス”

おいしいコーヒーとともに、ほんの少し幸せな気分になれる場所。
そんなサードプレイスを目指すスターバックスの空間には、
人々がくつろぎ、癒され、元気になるための工夫が凝らされています。

Third Place

「ここに来れば新しい何かに出会える」そんな期待感をもたらす場所

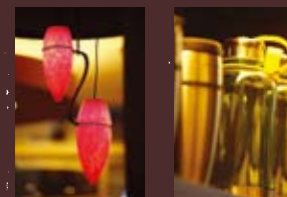
忙しい日々の中で、人々が最もくつろぎを感じられる場所。家庭や職場、学校とはひと味違う、とっておきの場所。そんな風に誰もが快適に過ごせる空間、それがスターバックスです。

気分をリフレッシュしたいとき、自分だけの時間を楽しみたいとき、気の置けない友人と語りたいとき。過ごし方は人それぞれちがっても、私たちが約束したいことは一つ。それは「スターバックスで過ごすひとときが“ささやかな喜び”をもたらす経験になること」。スターバックスのゆったりしたソファや、ぬくもりを感じさせる照明、心地よいBGM、そして店内に漂うコーヒーの香りは、お客さまに五感のすべてでくつろぎを感じてもらうための演出です。なぜなら、おいしさとともにほんの少しハッピーな気分を持ち帰ってもらうことは、私たちの喜びでもあるのですから……。おいしいコーヒーと最高のおもてなし、そして「ここに来れば新しい何かに出会える」という期待感。私たちスターバックスは、常にそんな体験を提供できる第三の場所“サードプレイス”であり続けたいと願っています。

TOPICS スターバックスの新しいコンセプト“Café and Music”

“誰もが心地よさを感じる空間作り”を目指すスターバックス。私たちはこれまで、コーヒーをよりおいしくするプラスアルファの要素を常に探求してきました。それはときに本であり、アートであり、音楽でもあります。私たちは近年、その中でもとくに“音楽”という要素に注目してきました。90年代に本格的な取り組みを開始し、2007年3月には、米国スターバックス社が、独自の音楽レーベル「Hear Music」を設立。第一弾アーティストとしてポール・マッカートニーと契約し、6月に新アルバムを全世界で発売しました。

また、“Café and Music”という新しいコンセプトによる店舗作りにも力を注いでいます。その代表的な例が、株式会社エフエム東京とのコラボレーションにより2007年3月にオープンした「STARBUCKS COFFEE TOKYO MIDTOWN COMPLEX STUDIO」です。TOKYO FMのサテライトスタジオやライブ用ステージ、そして「Hear Music」をはじめとするCDを常時20タイトル揃える試聴スペースも併設し、音楽とサードプレイスが融合した情報発信の場としてのあり方を追求しています。



Innovation



スターバックスの新しいチャレンジに
ゴールはありません

コーヒーをより楽しむために、スターバックス体験を
より豊かなものにするためにできることは何か。
そう考えることから、私たちのチャレンジはスタートします。

「常にカスタマーの期待を上回るサービスを」というプライド

“サプライズ&ディライト”。それは、スターバックスの価値観を表現する
キーワードの一つ。常にお客さまの期待を上回るサービスを届けたい——。
そんな私たちの強い意志から生まれた言葉といえます。スターバックスを
訪れるお客さまに、いつも“ちょっとした驚き”と“ささやかな喜び”を。
私たちはそんな思いを胸に、日々新しい挑戦を続けているのです。

高速道路サービスエリアへ進出

富士川サービスエリア（下り線）店では、お持ち
帰りのほか、店内でゆっくりくつろぐことも可能。
富士山を臨む美しい景観もコーヒーのおいしさを
引き立てます。



医療の現場にも“スターバックス”

院内店舗では車椅子の方の利用も想定し、カウンタ
ーの高さをやや低めに設定するなど、バリアフリー
にも配慮しています。写真は香川大学病院内の店舗。



旅行者たちに憩いのひとときを

搭乗口近くに位置する成田空港第1ターミナル 南
ウィング店。フライト前のひとときを、おいしい
コーヒーとともに過ごしていただけです。



プロモーション期間限定の人気商品を販売

夏期には、涼やかな食感で人気のフラベチーノ®にバナナの自然な風
味が香る限定商品「バナナ モカ フラベチーノ®」(左)と「バナナ クリ
ーム フラベチーノ®」(中)を販売。また、コーヒーベースのチョコレート
を使ったリッチな新商品「ジャバ チップ フラベチーノ®」(右)がラ
インナップに加わりました。



目にも楽しい“桜”舞うタンブラー

毎年春に限定販売され好評を博して
いる桜モチーフのタンブラーが、デ
ザインを一新して今期も登場。
「SAKURAタンブラー2007」。



スターバックス1号店の味が登場

米国・シアトルの1号店でのみ限定
販売される「バイクプレース フレンド
」が世界で初めて日本のスターバ
ックスに登場しました。

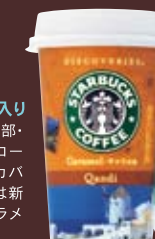
バラエティ豊かなフードメニュー

フードメニューは基本的にすべて日
本で独自に開発し、季節ごとに変わ
るバリエーションの豊富さが魅力。
写真は人気商品の「チキンサラダサ
ンドイッチ」。



新しい味「クアンディ」が仲間入り

2007年2月より販売エリアを中部・
近畿まで拡大したチルドカップコー
ヒー「スターバックス ディスカバ
リーズ®」シリーズ。3月からは新
フレーバー「クアンディ（キャラメ
ル）」(左)も登場しています。



Corporate Social Responsibility



社会貢献。それは
スターバックスのもう一つの使命

末永く高品質なコーヒーを確保するために、スターバックスがすべきこと。それはコーヒー生産地の人々の暮らしを守り、地球の環境を維持し、地域社会に貢献することである、と私たちは考えます。

独自のガイドラインを設定し、生産地の人々を多面的にサポート

高品質なコーヒー豆の持続可能な生産と供給を保証するために、スターバックスは、コーヒー豆の生産に関してオリジナルのガイドラインを設けるなど、生産地への環境面、社会面、経済面におけるサポートを持続的に行っています。ファーマーサポートセンターの開設、生産農家への融資、生物多様性の保護を目的とした環境保護、フェアトレード認証を受けたコーヒーの購買、プレミアム価格でのコーヒー豆の購入もその一端です。これらの取り組みは、コーヒーの生産農家とサプライヤーと利益を分かち合い、生産農家が品質向上と生産増大に努めることができるようサポートするものです。高品質のコーヒーを末永くお客さまにご提供していきたい。いつも生産者の笑顔とお客さまの笑顔をつなぐ存在でありたい。それがスターバックスのコーヒー CSR を支えるポリシーなのです。



できることから始めるエコロジー。それがスターバックス流

スターバックスは、環境活動にも真摯に取り組んでいます。ゴミの分別回収を徹底すること。カップを2枚重ねしなくてもすむように再生素材のスリーブを使用すること。店舗近隣のクリーンアップ活動を行うこと。そして何よりも、パートナー一人ひとりが常に環境に対する高い意識を持つこと。できることから始める、それがスターバックス流のエコロジーなのです。



TOPICS 地域の人々に支えられ、愛され続ける存在になるために

パートナー一人ひとりが感謝の気持ちを自覚しながら社会に尽くすこと——。スターバックスではそんな地域社会への貢献を“コミュニティコネクション”と呼び、積極的に取り組んでいます。例えば、東京都港区の愛宕グリーンヒルズ店では、エリア内に位置する御成門小学校の要請に応え、生徒たちの作品を4週間にわたって店内に展示し、大きな反響を呼びました。また2005年に引き続き、全国のパートナーからさまざまな試練と闘う子どもたちへクリスマスプレゼントを贈る「プレイサンタプロジェクト」を実施。全国のパートナーから寄せられたプレゼントは、「メイク・ア・ウィッシュ オブ ジャパン」をはじめとする5つのボランティア団体にすべて寄贈・委託されました。



スターバックス コーヒー ジャパンは、創業以来成長を続け、2006年8月に10周年を迎えることができました。創業者であり、10年にわたってCEOであった角田雄二さんと情熱に溢れたパートナーは、新しいコーヒー文化のスタンダードを創りあげました。

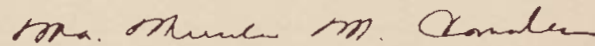
数年前に一時的に業績が苦しい時期もありましたが、当事業年度は、月次の既存店売上高がすべての月で前年同期を上回り、売上高で16%、純利益で41%伸長しました。

今では日本中の700を超える店舗で「スターバックス エクスペリエンス (体験)」を楽しむことができます。当事業年度はサービスエリアや病院など、新しい立地に出店することができ、お客さまの輪を広げることができました。

私たちの成長の鍵となるのは、パートナーの存在と、彼ら彼女らが毎日提供するホスピタリティ溢れるサービスです。全国の店舗を訪問し、多くのパートナーに会う機会がありますが、パートナーの情熱とエネルギーには常に畏敬の念を覚えずにはいられません。スターバックスのブランドを代表しているのは、間違いなく一人ひとりのパートナーです。

私がこの職に就任して1年が経過しましたが、力強く成長し続ける会社の一員になることができ非常に幸運であると感じます。ちょっとしたうおいや驚きをお客さまにご提供することに喜びを感じているパートナーとともに、企業としての価値観をしっかりと守り、信頼される企業市民であり続けられるよう、リーダーとして最善を尽くすことを何よりも誇りに思います。

スターバックス コーヒー ジャパンのすべてのパートナーに代わって、皆様の日頃のご支援に感謝するとともに次回のご来店を楽しみにしています。



マリア・メルセデス・エム・コラーレス
代表取締役最高経営責任者(CEO) 兼最高執行責任者(COO)



ミッション宣言 当社の原則を一貫して守りつつ事業を拡大し、世界の最高級コーヒーの加工から小売まで一貫して扱う一流コーヒー専門会社としてのスターバックスを築いていく。

- 行動指針**
- お互いに尊敬と威厳をもって接し、働きやすい環境をつくる
 - 事業運営上での不可欠な要素として多様性を積極的に受け入れる
 - コーヒーの調達や焙煎、新鮮なコーヒーの販売において、常に最高級のレベルを目指す
 - お客様が心から満足するサービスを常に提供する
 - 地域社会や環境保護に積極的に貢献する
 - 将来の繁栄には利益性が不可欠であることを認識する

会社の対処すべき課題

1 独創性や革新性を持った商品・サービスの展開

当社の強みである「サードプレイス」の質をより高めるために、季節ごとの斬新な商品やサービスを展開し、ロイヤルカスタマーの囲い込みや新規顧客の獲得を目指します。一方で、コーヒーの専門性に関する認知度を高め、スペシャルティ コーヒー市場のリーダーシップを取るべく様々な取り組みを行い、更なるブランド強化に努めます。

2 積極的な店舗展開でマーケットプレゼンスを高める

お客さまのニーズを的確に捉え、多様な店舗立地を様々なフォーマットで開拓していきます。投資効率を精査した上で投資を積極化させ、多くのお客さまにスターバックス エクスペリエンスを提供し、マーケットプレゼンスを高めていきます。

3 適切なコスト管理により利益性を高める

事業拡大に伴い原価やコスト、商品在庫などの管理を徹底し、利益性を高めます。投資バランスを含め、中期的な利益の最大化を目指していきます。

4 成長に向けた投資の継続

今後の事業拡大の中核を担う人材の採用と育成にも一層注力し、制度面を含め強化していきます。また、日々の業務における意思決定を明確にし、システム対応を含め業務プロセスの再構築に向けた投資を積極的に推進して業務スピードの向上を図ります。

以上の諸施策を通じて、日本におけるスペシャルティ コーヒー市場のリーディング企業を目指し、最高級のコーヒーとサードプレイスを提供してまいります。



Financial Highlights

財務データ

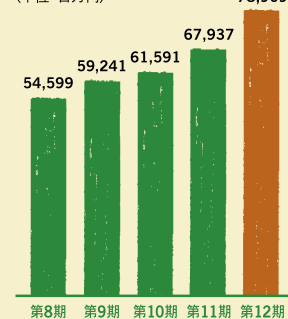
損益計算書 (要約) (単位:百万円)

科目	第11期 平成17年4月1日から 平成18年3月31日まで	第12期 平成18年4月1日から 平成19年3月31日まで
売上高	67,937	78,909
売上原価	19,651	22,630
売上総利益	48,285	56,279
販売費及び一般管理費	44,648	51,237
営業利益	3,637	5,041
営業外収益	211	204
営業外費用	82	111
経常利益	3,766	5,134
税引前当期純利益	3,316	4,701
当期純利益	1,776	2,511

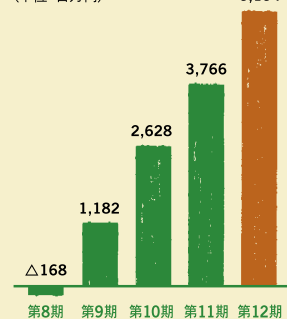
キャッシュ・フロー計算書 (要約) (単位:百万円)

科目	第11期 平成17年4月1日から 平成18年3月31日まで	第12期 平成18年4月1日から 平成19年3月31日まで
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,593	5,595
投資活動によるキャッシュ・フロー	△3,322	△5,645
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,455	△1,202
現金及び現金同等物に係る換算差額	△24	8
現金及び現金同等物の増加・減少額	790	△1,244
現金及び現金同等物の期首残高	5,123	5,913
現金及び現金同等物の期末残高	5,913	4,669

売上高 (単位:百万円)



経常利益 (単位:百万円)

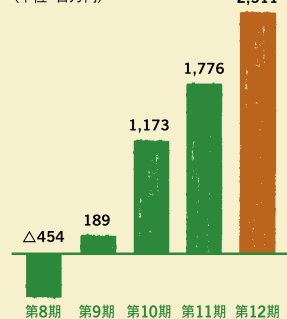


貸借対照表 (要約) (単位:百万円)

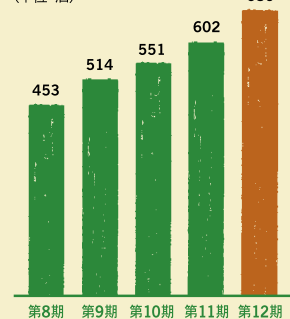
科目	第11期 平成18年3月31日現在	第12期 平成19年3月31日現在
資産の部	流動資産	11,630
	固定資産	24,502
	資産合計	36,132
負債の部	流動負債	10,124
	固定負債	3,936
	負債合計	14,061
純資産の部	株主資本	22,071
	資本金	8,335
	資本剰余金	10,910
	利益剰余金	2,824
	評価・換算差額等	—
純資産合計	22,071	
負債純資産合計	36,132	

(注) 前期の純資産の部は、ご参考のため組み替えて表示しております。

当期純利益 (単位:百万円)



期末店舗数 (単位:店)



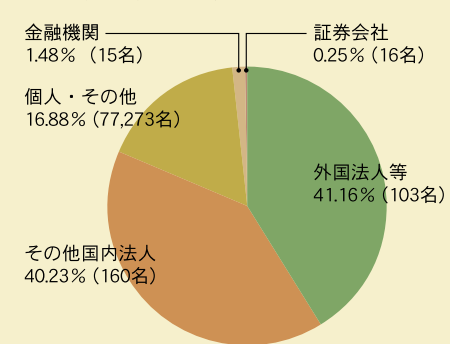
株式データ (平成19年3月31日現在)

発行可能株式総数	4,800,000株
発行済株式総数	1,421,613株
株主数	77,567名

大株主 (上位10名)

株主名	持株数(株)	議決権比率(%)
株式会社サザビーリーグ	570,000	40.10
エスシーアイ・ベンチャーズ・エス・エル	570,000	40.10
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)	6,173	0.43
野村信託銀行株式会社 (投信口)	5,256	0.37
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	2,956	0.21
メロンバンクトリーティークライアントツオムニバス	2,952	0.21
エイチエスピーシーファンドサービシズクライアントツアカウント006	2,801	0.20
資産管理サービス信託銀行株式会社 (年金特金口)	2,417	0.17
シージーエムエフビーピーシーエフエクイティ	2,334	0.16
個人	2,000	0.14

所有者別の構成比 (株式数比率)



会社概要 (平成19年3月31日現在)

会社名	スターバックス コーヒー ジャパン 株式会社
所在地	サポートセンター(本部) 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前 2丁目22番16号
電話	03-5412-7031 (代表) 03-5412-7481 (IR)
設立	1995年10月26日
従業員	1,754名
店舗数	686店舗 ※うちライセンス店舗が11店舗あります。
事業内容	コーヒーストアの経営/ コーヒーおよび関連商品の販売

取締役・監査役・上級執行役員 (平成19年6月27日現在)

代表取締役最高経営責任者(CEO) 兼最高執行責任者(COO)	マリア・メルセデス・エム・コラーレス
代表取締役	角田 雄二
代表取締役	マーティン・コールズ
取締役	森 正督
取締役	ジョン・カルバー
常勤監査役	吉村 秀實
監査役	榎本 幸雄
監査役	石川 順道
監査役	マイケル・イーガー

株主メモ

事業年度	4月1日～翌年3月31日
定時株主総会	毎年6月下旬
同総会議決権行使株主確定日	毎年3月31日
剰余金の配当受領株主確定日	毎年3月31日 (中間配当を行う場合は、毎年9月30日)
株主名簿管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社
同事務取扱場所	〒100-8212 東京都千代田区丸の内1丁目4番5号 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
電話お問い合わせ・郵便物送付先	〒137-8081 東京都江東区東砂7丁目10番11号 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 電話 0120-232-711 (通話料無料)
同取次所	三菱UFJ信託銀行株式会社 全国各支店 野村證券株式会社 全国本支店
公告掲載新聞	日本経済新聞
お知らせ	住所変更、配当金振込指定・変更に必要な各用紙、および株式の相続手続依頼書のご請求は、株主名簿管理人のフリーダイヤル0120-244-479で24時間承っておりますので、ご利用下さい。