



Business Report

FY2008

Starbucks Coffee Japan, Ltd.

OUR STARBUCKS MISSION

To inspire and nurture the human spirit —
One person, one cup, and one neighborhood at a time.

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

ここに書かれた原則を、ぜひ毎日に活かしてください。

Our Coffee

私たちは常に最高級の品質を求めています。

最高のコーヒー豆を倫理的に仕入れ、

心をこめて焙煎し、

そしてコーヒー生産者の生活をより良いものすることに

情熱を傾けています。

これらすべてにこだわりをもち、追求には終わりがありません。

Our Partners

情熱をもって仕事をする仲間を私たちは「パートナー」と呼んでいます。

多様性を受け入れることで、一人ひとりが輝き、

働きやすい環境を創り出します。

常にお互いに尊敬と威厳をもって接します。

そして、この基準を守っていくことを約束します。

Our Customers

心から接すれば、ほんの一瞬であってもお客様とつながり、
笑顔を交わし、感動経験をもたらすことができます。

完璧なコーヒーの提供はもちろん、

それ以上に人と人とのつながりを大切にします。

Our Stores

自分の居場所のように感じてもらえれば、

そこはお客様にとって、くつろぎの空間になります。

ゆったりと、時にはスピーディーに、

思い思いの時間を楽しんでもらいましょう。

人とのふれあいを通じて。

Our Neighborhood

常に歓迎されるスターバックスであるために、

すべての店舗がコミュニティの一員として責任を果たさなければなりません。

そのために、パートナー、お客様、そしてコミュニティがひとつになれるよう
日々貢献していきます。

私たちの責任と可能性はこれまでにもまして大きくなっています。

私たちに期待されていることは、これらすべてをリードしていくことです。

Our Shareholders

これらすべての事柄を実現することにより、

共に成功を分かち合えるはずです。

私たちは一つひとつを正しく行い、

スターバックスとともに歩むすべての人々の繁栄を目指していきます。

これからも、いつまでも。



Java Coffee

「すべてのお客様に、いつも最高の一杯を」。創業以来、最高級のアラビカ種にこだわり続けてきたスターバックス。「高品質の豆を倫理的、かつ持続的に入手するにはどうすべきか?」。その答えを私たちは生産者との良好な信頼関係に求めました。

まず生産者の暮らしを守るた

めに市場価格を上回るプレミアム価格で取引を行い、社会的責任を果たす独自のガイドライン「C.A.F.E. プラクティス」を設けました。さらには、技術支援のためのファーマーサポートセンター設置や農園運営資金のサポートなど、生産者を支えるさまざまな活動に情熱を傾けています。

どんなときもお客様と、そして生産者とともに成長する企業でありたい。その姿勢は変わることはありません。生産者の笑顔は最高級のコーヒー豆を育む。そして最高の技術で焙煎され、最高の一杯として、お客様の笑顔へとつながっていく——。私たちは常に、そう信じ続けています。

“最高の一杯”の原点は、
生産地の人々の“笑顔”にあります。

コーヒー アンド ティリソース
マニュアル——。お客様にとって
初めて耳にする言葉かもしれません。
なぜならそれは、パートナー
のみが手にできる門外不出のもの
だからです。

「スターバックスのコーヒー豆は
どこで生まれ、どのような過程を
経て商品として店舗に届くのか。
そしてその豆から最高の一杯を生
み出すためには、どうすればいい
のか。このリソースマニュアルに
はコーヒーの基本的な知識だけ
なく、そういった“ストーリー”
が明記されているのです」

そう話す田原 象二郎は、社内
でもとくにコーヒーの知識や風味
を見極める能力に秀でたコーヒ
ースペシャリストの一人。彼は入社
以来、数え切れないほど、これに
目を通したと言います。

「パートナーは多くの人々の情熱
に支えられたストーリーを知るこ
とで、スターバックスのコーヒ

へのこだわりや企業としてのミッ
ションを学んでいくのです」

スターバックスのミッション宣
言には、“コーヒー豆の倫理的な
調達”についての企業姿勢が明確
に記されています。

「私たちの品質基準を満たす豆
は、一本のコーヒーの木からほん
のわずかししか採取できません。つ
まり生産地の人々の協力と努力な
しに、私たちは高品質の豆を安定
的に供給することはできないので
す。だから私たちは、生産地の人々
との信頼関係や環境に配慮する姿
勢を重視しています。彼らの成功
と笑顔なくして、スターバックス
の永続的な成長もあり得ないから
です」

実際、スターバックスは生産地
への貢献活動に積極的に取り組ん
でいます。コーヒーの発祥地であ
り、コーヒー生産者が多く暮らす
エチオピア・シダモ地方。その村
に、生産者が大切に育てた豆を市

約7万人のコーヒー生産者が
暮らすシダモ地方に建設され
た橋。住民たちの生活にと
つて大切な役割を果たして
いる。この橋は、コーヒー農
園、組合、加工工場、輸出
業者などが参加するコーヒ
ー生産コミュニティによっ
て実現したプロジェクトの
一つ。世界中のスターバッ
ックスの想いが詰まってい
る。



場に安全かつスピーディーに運ぶ
ことができるよう橋を建設したの
も、その一例です。

「コスタリカのファーマーサポ
ートセンターを訪れた際、生産者
の一人がこう言ってくれたので
す。『スターバックスと仕事をする
ことは私たちの誇りだ』と。生産
地の人々にそう言ってもらえる
ことが私たちスターバックスの
誇りでもあるのです」

田原 象二郎

2000年入社。ストアマネージャー
を経て2006年よりコーヒースペ
シャリストに。パートナーの知識向
上のための教育や社内外でのコー
ヒーの啓発活動を行っている。

(写真上) コーヒーの香りや味を
見極めるカップングと呼ばれる作
業は、豆の品質管理やコーヒーに
合うフード開発などに欠かせない
コーヒースペシャリストの重要な
仕事の一つ。



スターバックスには、ブランドのコアに“ピープルビジネス”という考え方があります。それは「スターバックスに関わるすべての人たちの心を豊かで活力あるものにする」という企業としてのミッションを意味します。

スターバックスのパートナー（従業員）は、“ピープルビジネス”を“ホスピタリティあふれるサービス”へと変える大きな存在。エプロンを身につけたその瞬間から、お客様にご満足いただくための接客に情熱を注ぐのです。

最高のホスピタリティとは何か。スターバックスのパートナーは常にその命題について考え、学ぶことを忘れません。私たちがサービスにマニュアルを持たないのは、一人ひとりのパートナーが自分なりのピープルビジネスを実践しているから。それは「お客様を歓迎する心」であり、「仲間への思いやり」であり、また「コーヒーへの情熱」でもあります。それらが有機的に結びついて生み出される上質なホスピタリティこそ、スターバックスの最大の強みなのです。



Our Partners

コーヒーをもっと美味しく、もっと楽しく。
それが私たちのお客様を歓迎する基本です。

“ブラックエプロン”。それは、より深いコーヒーの知識を得たパートナーのみに与えられる称号のこと。コーヒーマスタープログラムという豆の知識や生産地の特徴などのカリキュラムを学び、年に1回開催される試験で優秀な成績を修めたパートナーがブラックエプロンを手にできます。参加は強制ではなく、パートナーの任意に委ねられており、2000年のプログラム開始以来、受験者数は年々増加し、多くのパートナーが自主的にさらなる成長を目指しています。



アンバサダーカップ優勝者に代々受け継がれているコーヒー染めのエプロンは日本に1枚しかない。



お手製の“勉強ノート”には、コーヒーの知識や接客時に気づいたことなどがびっしりと書き込まれている。

「もっとコーヒーの知識を深めたい、そしてお客様にコーヒーの魅力を伝えたい……。そんな情熱にあふれたパートナーが確実に増えていることを実感しました」

そう語るのは2008年度のコーヒーアンバサダー、白沢 ゆり子。彼女は昨年、最も優れたコーヒーマスターを選ぶ「アンバサダーカップ」で全パートナーの中から日本一に選ばれ、1年間、コーヒーの伝道師として社内外で活躍してきました。

「その間、全国400人以上のパートナーと接してきましたが、驚いたのはどこに行ってもみんなが最高のコーヒーと笑顔で迎えてくれたこと。パートナーとして、私自身が最も大切に感じているホスピタリティの心を、他のすべてのパートナーたちと共有できたことに、深い感動を覚えました」

そんな白沢も、アルバイトとして勤務し始めた当初は「それほどコーヒーに深い思いがあったわけではなかった」と言います。

「同じ店のパートナーたちと日々コーヒーについて語り合い、接客についての試行錯誤を重ねるうちに、どんどんお互いの距離が縮まっていくのを感じました。コーヒーを通じて人と人はつながり合える。スターバックスのパート

ナーとしての経験は、そのことを私に教えてくれたのです」

自分自身が体験した感動を、お客様にも届けたい。その思いが、彼女のホスピタリティの原点になっていると言います。

「すべてはお客様の笑顔と満足のために——。スターバックスのパートナーたちはみな、そんなホスピタリティとプライドを胸に今日も店頭で立っているのです」



白沢 ゆり子

2004年より大分わさだトキハにてアルバイトとして勤務。2008年、アンバサダーカップで優勝し、その後1年にわたり社内外での啓発活動を行った。

(写真上) コーヒーをきっかけにお客様とのふれあいが生まれ、語り合いを通じてお互いの距離が縮まる……。その瞬間がパートナーにとって、最もうれしいひとときである。



Our Customers

目が合った瞬間に交わす心からの笑顔。ほんの一瞬であっても、ずっと気持ちが通じ合う、そんな人と人とのつながりを大切にしているスターバックス。それは、お客様の日常にささやかな喜びと潤いを与える存在でありたいという私たちの願いでもあります。

たとえば、ゆったりとしたソ

ファの質感、温かみのある照明、変わらぬ美味しさを保つコーヒー、そして心をなごませるBG M……。私たちは、スターバックスだからこそ味わえるそんな特別な体験を“スターバックス エクスベリエンス”と呼んでいます。季節ごとに加わる新しいビバレッジやフード、お客様とのつながりを

意識したプロモーション企画なども、もちろんその一つ。

いつも変わらぬくつろぎと、新しい何かに出会えるという期待感。お客様の日常がほんの少しハッピーになる——。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。

お客様のスターバックス体験を、より豊かで楽しいものにするために。

スターバックスの基本はコーヒーです。だからこそ私たちは最高の一杯にこだわっています。

もし、そんな最高の一杯に新しいアイデアを加えたビバレッジがあったら？ コーヒーにぴった

り合うフードがあったら？ きっとお客様のスターバックス体験は、より豊かで楽しいものになるはずです。ここでは、そんな私たちのスターバックス エクスペリエンスについてご紹介します。

Coffee Jelly Frappuccino

コーヒー ジェリー フラペチーノ®



スターバックスのコーヒー豆、イタリアンローストから作ったコーヒー ジェリーとフラペチーノ®のシャリシャリ感が好評を呼んだ夏の限定メニュー。当社のコーヒースペシャリストが開発から携わった自慢のビバレッジです。

Filone

イタリアンブレッド「フィローネ」

昨秋は本格派のホットサンドも新登場。イタリア・トスカナ生まれの「フィローネ」を日本のスペシャルティ コーヒー市場でいち早く紹介する革新的な試みにもなりました。



Honey Orange Latte

ハニー オレンジ ラテ

ビターオレンジピールの香りがエスプレッソの風味とハチミツのやさしい甘さに調和する“心に元気を与えてくれる一杯”。



Roll Cake

米粉を使用「ロールケーキ」

米粉ともち粉を組み合わせた生地に北海道産の生クリームをたっぷり使用した新発想のデザート。もっちりとした食感が特色で、コーヒーとの相性も抜群です。



お客様とスターバックスをつなぐ新しいカタチ

元気をくれるキーワードとイラストが描かれたカードをお配りし、ホームページと連動してカードと関連した限定グッズが当たるキャンペーンも実施。新しいアプローチでスターバックス エクスペリエンスをお客様にお届けしました。



Double Shot

スターバックス ダブルショット®

スターバックスのコーヒー豆、エスプレッソ ローストを使用した“缶入りプレミアムエスプレッソ飲料”が誕生。力強いコーヒーの存在感と贅沢な味わいが魅力的の2つの味で展開しました。



Discoveries

スターバックス ディスカバリーズ® シリーズ

発売以来、大好評のディスカバリーズ® から新しいラインナップが続々登場。和洋融合の見事な味わいの[抹茶ラテ]など、4つのフレーバーが発売されました。世界の主要都市をイメージしてデザインされたパッケージも必見です。



Dear Stores

ビジネスマンがせわしく行き交うオフィスビルの中。おしゃれなショップが建ち並ぶ大通りに面した一角。お子さん連れのママたちがおしゃべりに花を咲かせる郊外の街の中……。スターバックスが店舗を構える風景は、実にさまざまです。

また、お店を訪れるお客様のくつろぎの形も十人十色。ときにはゆったりと、ときにはスピーディーに。それぞれのお客様は、居場所を求めてスターバックスを訪れます。

だからこそ私たちは、それぞれの場所にふさわしい、ストーリーを持った店舗づくりを模索しています。人や街にそれぞれ個性があるように、スターバックスの空間づくりにおける答えも、決して一つではありません。

お客様の期待を超える驚きと、人と人とがふれあう楽しさを通じて、末永く愛される店舗であるために。私たちはあらゆる工夫とチャレンジを続けていきます。



2008年。スターバックスが提案する “サードプレイス”は新しいステージへ。

家庭や職場・学校に次ぐ、くつろぎの拠点。スターバックスが目指すのはそんな第三の場所“サードプレイス”です。店舗数の拡大に伴い、出店形態や利用者層は多様化。私たちはそのようなニーズ

に応えるため、店舗デザインのリノベーションにも力を注いでいます。外観から一つひとつの家具に至るまで緻密にこだわり抜いたスターバックス空間をこれからも提供し続けていきます。

Toyama

富山環水公園店



富岩運河環水公園内に誕生した「富山環水公園店」。公園への出店は初の試みです。全世界でオープンしたスターバックスの店舗のなかで最もすぐれたデザインの店舗に贈られる社内の賞「ストアデザイン賞」。その2008年度の最優秀賞に見事輝きました。



南向きに建てられたガラス張りの窓からは富岩運河環水公園の象徴である運河が一望できる。ライトアップされた夜の公園は、昼とはひと味違った幻想的な雰囲気演出。

Kyoto

京都烏丸六角店

由緒ある「六角堂」の正面、という立地を活かした個性的なデザインの「京都烏丸六角店」。店内には随所に格子柄を取り入れ、京都ならではの和モダンな空間を表現しています。ガラス越しに歴史的な建物を眺めながらコーヒーを味わう、新しいスタイルが実現しました。



Kobe

神戸北野異人館店



1907年に建築された国登録有形文化財の異人館をそのまま活かした店内には、当時の建具や調度品も配され、往時の雰囲気とともにコーヒーを楽しむ新しいくつろぎの形です。

Tokyo

神宮前6丁目店

渋谷と原宿の間に位置するオフィスビルにオープンした「神宮前6丁目店」。開放的なオープンテラスが特長で、ショッピングを楽しむ人々や界限で働くビジネスマンでにぎわう都会のオアシスです。





Our Neighborhood

地域に溶けこみ、常に歓迎される存在であり続けるために——。私たちスターバックスは地域に根ざした活動を数多く行っています。その内容は、それぞれの店舗が独自に行う店内外のイベントから近隣エリア一帯に及ぶクリーンアップ活動まで、実に多岐にわ

たっています。

スターバックスでは、パートナーが自主的に行う地域に根ざした活動を“コミュニティコネクション”と呼んでおり、サポートセンター（本社）には、パートナーが考えるユニークな企画や報告が毎日のように各店舗から送られてき

ます。

地域とともに成長し、地域との信頼関係を築くためには、長期的な活動が欠かせない——。私たちは常にそんな想いを胸に日々コミュニティコネクションに取り組んでいます。

全国に広がる“スターボックスの輪”が 可能にする、多様な地域活動。

「常に地域の人々に愛される存在でありたい」。スターボックスは創業以来、その思いを忘れることなく今日までの道のりを歩んできました。そんな私たちの希望の種は、長い歳月をかけて、全国へ枝

葉を広げる大樹へと成長しています。パートナーの自発的な呼びかけで始まった企画や、自治体を実施する活動への参加など、地域の人々との絆を深める数々のコミュニティ コネクションが実現してい

ます。これからも、スターボックスは「常に地域の人々に愛される存在」であり続けられるよう地域に根ざした活動に取り組んでいきます。

目指すのはバリアフリーでオープンな店づくり

～高田馬場早稲田通り店「テイスティング パーティ」～



コーヒーの味と香りに顔がほころぶお客様。

エリア内に視覚障害者施設がある高田馬場早稲田通り店では、2007年より目の不自由なお客様向けのテイスティング パーティを定期開催。「目の不自由な方々にもっとコーヒーを楽しんでいただきたい」との思いから始まった活動は全国に知れ渡り、パートナー間の連携や絆を深めるきっかけになっています。

地域活動を通して深まる、地域との絆

～秋田エリア参加 小学校主催「読書会」～



熱心に聞き入る小学生。

秋田では、小学校で開催されている「読書会」に近隣エリア内の店舗で働くパートナーが朗読ボランティアとして参加しました。自治体や各種団体が実施する活動に積極的に参加し、地域とのつながりを深める取り組みは全国の店舗に広がっています。

店舗を超えたパートナーたちの協力が育む地域活動

～三重エリア主催 お子様のための「読み聞かせ」～



開催店に他店のスタッフが手伝いに訪れることも。

三重県内の全店で実施中の“絵本の読み聞かせイベント”は、自らも子どもを持つパートナーたちが中心となって始めた活動。集まるお子様の年齢や興味を考慮するだけでなく、コーヒーにちなんだ絵本を紹介するなど、スターボックスならではの視点を交えた楽しい企画となっています。

“一杯のコーヒー”から広がる新しい人々の輪

～名古屋エリア協力 高等学校「市民公開講座」～



講座ではコーヒーと相性の良いメニューを知るフードペアリングも行われ、参加者たちの興味を集めました。

近隣の高等学校が行う公開講座に、名古屋市立大病院店の有志メンバーが講師として協力。コーヒーの木から最高の一杯が生まれる過程やスターボックスの生産地への貢献などを紹介した講座は、生徒さんをはじめ地域の人々からもご好評をいただき、地域活動の新たな可能性を示す試みとなりました。



岩田 松雄
Matsuo Iwata

マリア・メルセデス・エム・コラーレス
Maria Mercedes M. Corrales

株主の皆さまの日頃のご支援に感謝いたします。
当事業年度は、米国発の金融・経済危機の影響を受け、消費者の生活防衛意識が高まる中、当社が属するスペシャルティコーヒー市場においても消費者の節約志向が強まり、個人消費が急激に減少するという非常に厳しい経営環境が続きました。
このような厳しい環境の中、売上高は6.4%の増収、経常利益は16.2%の減益、既存店売上高前年比は97.2%となりましたが、積極的な新商品の投入や立地を選別した83店舗の新規出店、また価格改定や様々なコスト削減努力により、昨秋に発表した業績の修正予想を上回る利益を計上することができました。

新規出店に関しては、公園内に初めて出店した「富山環水公園店」や100年以上前に建築された国登録有形文化財の異人館をそのまま活かした「神戸北野異人館店」など、地域の人々が集う憩いの場として親しまれる店舗展開を行いました。

また社内外におけるブランド調査では、ブランド好意度等において、圧倒的な強さを示しており、最高級のコーヒーとお客様の心を満たすサービスが評価され、引き続き強固なブランド力を維持しています。

今後も引き続き厳しい事業環境が続くことが予想されますが、事業基盤の強化に向けた様々な取り組みを継続的に行っていきます。特に当社のビジネスで最も大切な役割を果たしているパートナーの研修や能力開発・次世代リーダー育成、さらに業務プロセスやシステムの見直しによる効率性の向上等に注力していきます。不確実性の高い環境においても、マーケットを見据えた柔軟な経営を行い、収益性を伴う持続的な成長を続けてい

きます。

当社は今後も、「最高級のコーヒー」「情熱あふれるパートナーのサービス」「くつろぎの空間」をはじめとする「スターバックス体験」を強化し、人々の心を豊かで活力あるものにするためにチャレンジを続けていきます。

最後に、2009年6月末に新CEOに就任した岩田 松雄をご紹介します。岩田は日本を代表する数々の会社でリーダーとしての経験を積み、豊富なビジネス経験と日本のマーケットに対する深い理解をもち、スターバックスに合致する価値観をもった適任者です。私はスターバックス・コーポレーションにシニア・ヴァイス・プレジデントとして入社し、スターバックス・コーヒー・アジア・パシフィック・リミテッドのプレジデントに就任しましたが、引き続き当社の取締役としてサポートをしております。

今後も株主の皆さまのご期待に添えるよう、新しい体制の下、一致団結して努力してまいりますので、変わらぬご支援とご指導を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

マリア・メルセデス・エム・コラーレス
取締役

スターバックス・コーヒー
アジア・パシフィック・リミテッド
プレジデント

新任 CEO プロフィール

岩田 松雄 (いわた まつお)

大阪大学経済学部卒業、カリフォルニア大学ロサンゼルス校
アンダーソンマネジメントスクール MBA 取得。

1982年に日産自動車株式会社に入社後、1995年にジェミニ・
コンサルティング・ジャパン入社、日本コカ・コーラ株式会
社、株式会社アトラス、株式会社タカラなどの大手企業にて
数々の要職を歴任し、直近ではザ・ボディショップを日本国
内でフランチャイズ展開している株式会社イオンフォレスト
の代表取締役社長を務め、ザ・ボディショップの日本市場で
の事業拡大に大きく貢献した。

会社の対処すべき課題

1 既存店舗の収益性を伴う成長

「最高のコーヒー」を機軸としたビバレッジやフード類を強化するとともに、お客様の視点に立って新しい商品の開発・投入を継続し、店舗内外でのコミュニケーションを通じてその魅力を訴求してまいります。また、サードプレイス環境を維持するための店舗改装、店内サービスや商品の質をより向上させるための設備・機器類の導入及び教育プログラムの充実については、投資効果を見極めつつ、戦略的かつ計画的に進めてまいります。このような取り組みにより、「スターバックス体験」を強化し、ブランド価値をより高めていくことで、差別化を図ってまいります。

2 魅力的な店舗開発の継続

より多くのお客様に「スターバックス体験」を提供しつつ、利便性をより高めることを目的とします。多様なニーズを的確に捉えた上で、ポートフォリオのバランスを勘案しつつ、様々な形態の魅力的な店舗の開発を進めてまいります。

3 利益性の向上と健全なキャッシュフローの確保

環境の変化に応じた柔軟な対応と継続的な効率化の取り組みによって、コスト及び経費を適正水準に抑制し、利益性の向上と健全なキャッシュフローを目指してまいります。

4 成長をサポートする基盤づくり

今後の企業の成長に向けて人材の育成に一層力を入れ、人事等の諸制度や教育体制をより充実させます。

また、迅速かつ柔軟な意思決定を支える業務プロセスと情報システムをさらに整備し、内部統制機能の強化も図ってまいります。

以上の施策を通じて、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カンパニーを目指します。

財務データ

損益計算書 (要約)

(単位：百万円)

科目	第13期	第14期
	平成19年4月1日から 平成20年3月31日まで	平成20年4月1日から 平成21年3月31日まで
売上高	90,741	96,592
売上原価	26,290	28,578
売上総利益	64,450	68,014
販売費及び一般管理費	57,739	62,503
営業利益	6,711	5,511
営業外収益	270	319
営業外費用	87	54
経常利益	6,894	5,776
税引前当期純利益	6,534	5,554
当期純利益	3,552	2,985

キャッシュ・フロー計算書 (要約)

(単位：百万円)

科目	第13期	第14期
	平成19年4月1日から 平成20年3月31日まで	平成20年4月1日から 平成21年3月31日まで
営業活動によるキャッシュ・フロー	7,044	5,543
投資活動によるキャッシュ・フロー	△5,508	△6,063
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,155	△573
現金及び現金同等物に係る換算差額	△0	—
現金及び現金同等物の増加・減少額	380	△1,093
現金及び現金同等物の期首残高	4,669	5,049
現金及び現金同等物の期末残高	5,049	3,956

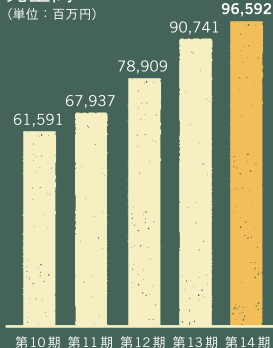
貸借対照表 (要約)

(単位：百万円)

科目	第13期	第14期	
	平成20年3月31日現在	平成21年3月31日現在	
資産の部	流動資産	13,046	12,193
	固定資産	29,913	31,590
	資産合計	42,960	43,783
負債の部	流動負債	14,317	13,144
	固定負債	1,471	619
	負債合計	15,789	13,763
純資産の部	株主資本	27,678	30,263
	資本金	8,356	8,369
	資本剰余金	10,931	10,944
	利益剰余金	8,390	10,949
	評価・換算差額等	△507	△243
	純資産合計	27,171	30,020
負債・純資産合計	42,960	43,783	

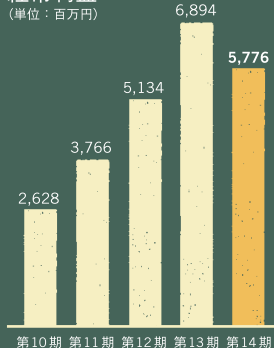
売上高

(単位：百万円)



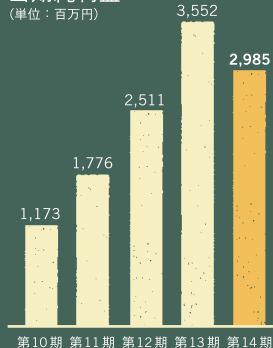
経常利益

(単位：百万円)



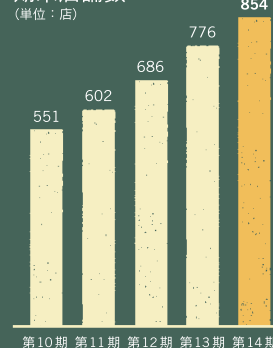
当期純利益

(単位：百万円)



期末店舗数

(単位：店)



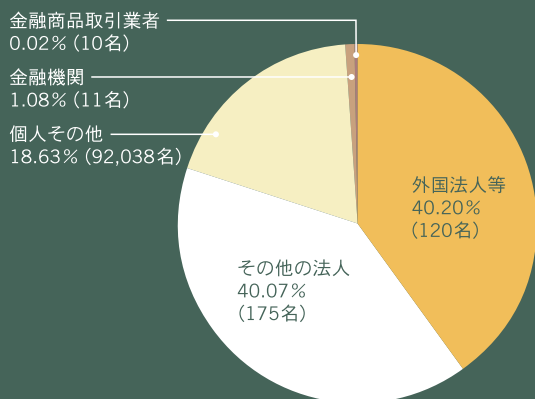
株式データ (平成 21 年 3 月 31 日現在)

発行可能株式総数	4,800,000 株
発行済株式総数	1,426,342 株
株主数	92,354 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	39.96
エスシーアイ・ベンチャーズ・ エス・エル	570,000	39.96
日本トラスティ・サービス信託銀行 株式会社 (信託口)	8,859	0.62
角田 雄二	3,576	0.25
日本マスタートラスト信託銀行 株式会社 (信託口)	2,656	0.18
資産管理サービス信託銀行 株式会社 (年金特金口)	2,250	0.15
株式会社徳島銀行	857	0.06
シンディ	637	0.04
エイチエスピーシー ファンド サービスズ クライアント アカウント006	547	0.03
日本トラスティ・サービス信託銀行 株式会社 (信託口 4)	526	0.03

所有者別の構成比 (株式数比率)



会社概要 (平成 21 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二丁目 22 番 16 号
電話	03-5412-7031 (代表) 03-5412-7481 (IR)
設立	1995 年 10 月 26 日
従業員数	1,810 名
店舗数	854 店舗 ※うちライセンス店舗が 28 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 (平成 21 年 6 月 26 日現在)

代表取締役最高経営責任者 (CEO)	岩田 松雄
取締役	角田 雄二
取締役	マリア・メルセデス・エム・コラーレス
取締役	森 正督
取締役	マーティン・コールズ
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 特別口座の口座管理機関	〒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
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)
公告掲載新聞	日本経済新聞
お知らせ	1. 株券電子化に伴い、株主様の住所変更、買取請求その他各種お手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関 (証券会社等) で承ることとなっております。口座を開設されている証券会社等にお問合せください。株主名簿管理人 (三菱 UFJ 信託銀行) ではお取り扱いできませんのでご注意ください。 2. 特別口座に記録された株式に関する各種お手続きにつきましては、三菱 UFJ 信託銀行が口座管理機関となっておりますので、上記特別口座の口座管理機関 (三菱 UFJ 信託銀行) にお問合せください。なお、三菱 UFJ 信託銀行全国各支店にでもお取次ぎいたします。 3. 未受領の配当金につきましては、三菱 UFJ 信託銀行本支店でお支払いたします。



©2009 Starbucks Coffee Company.
All rights reserved. Printed in Japan.