

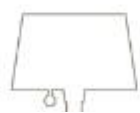


# 株主・ファンミーティング MUJIダイアログ

みんなで語ろう「レトルトの未来」

株式会社  
**良品計画**

東証プライム (7453)



《注意事項》

・イベントの様子をスタッフが撮影します。ご了承くださいませ。



# 本日のアジェンダ

時間	内容	登壇者紹介
19:00～	開始・ご挨拶 「無印良品・良品計画について」	執行役員 経営企画部長 堀口 健太 経営管理部/経理財務部管掌
19:15～	お客様の声を生かす活動	お客様室 顧客サービス推進課課長 赤峰 貴子
19:20～	無印良品のレトルト食品	食品部調味加工カテゴリーマネージャー 高畑 敦史 株式会社 にしき食品 菊池 洋一 様
19:40～	試食	
19:45～	質疑応答、対話	
20:15	閉会	



# 無印良品・良品計画について

■ 無印良品・良品計画について

■ 良品計画の目指す姿／ステークホルダーとの関係づくり

■ 財務情報





# 無印良品について

## 無印良品のあゆみ



### 1980年 無印良品誕生

消費社会へのアンチテーゼとして誕生。  
当時は西友ストアのプライベートブランド。



### 「わけあって、安い」

代表的な商品「こうしん われ椎茸」



### 1983年 直営1号店開店

直営1号店「無印良品 青山」がオープン



# 無印良品について

## 無印良品のあゆみ



**1989年 (株)良品計画設立**  
設立後、2000年東証一部指定



**1991年 海外展開開始**  
イギリス、香港にオープン



**2005年 上海現地法人設立**  
無印良品（上海）商業有限公司設立

# 無印良品について

## ものづくりの考え方

良品計画は1980年のブランド創生以来、3つの視点でものづくりを続けてきました。

**素材**  
の選択

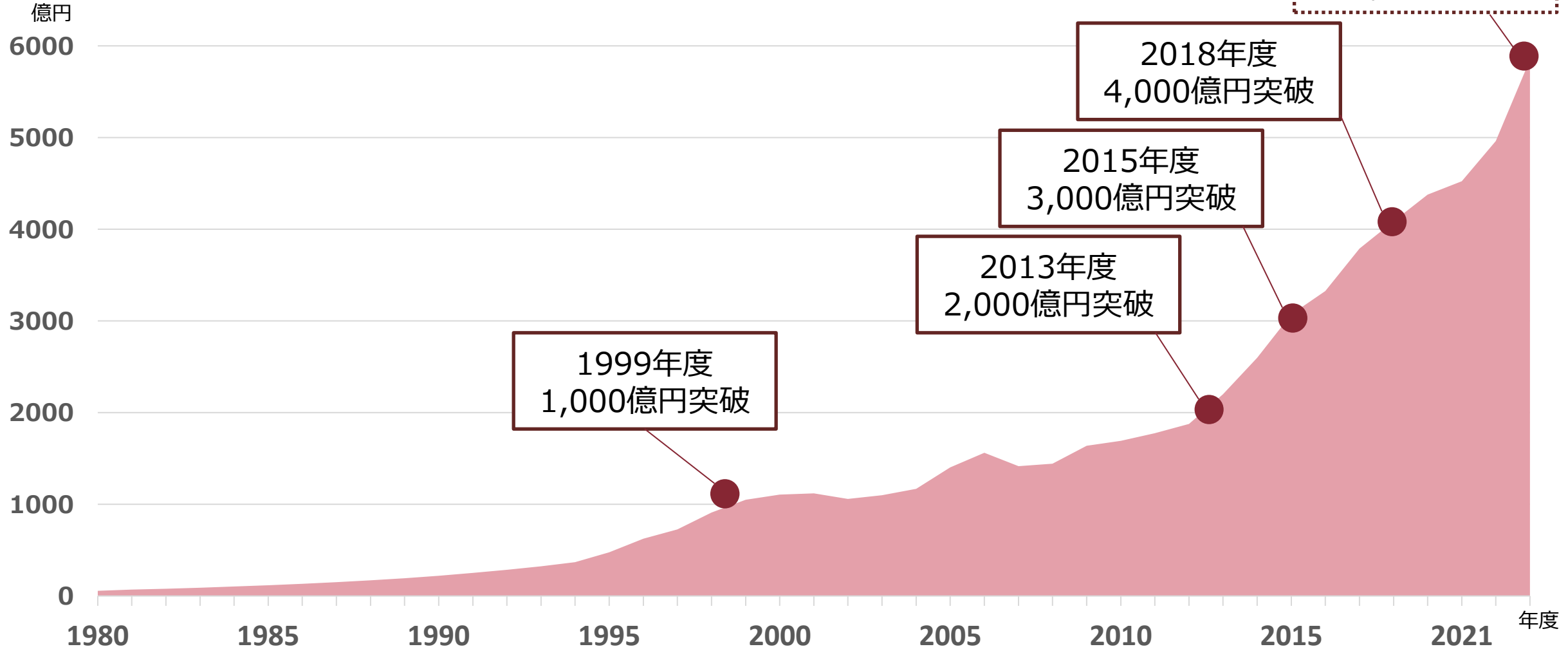
**工程**  
の点検

**包装**  
の簡略化

地球環境や生産者に配慮した素材を選び、すべての工程において無駄を省き、  
本当に必要なものを本当に必要なたちで  
お客様に提供することを目指した、実質本位のものづくりです。

# 良品計画について

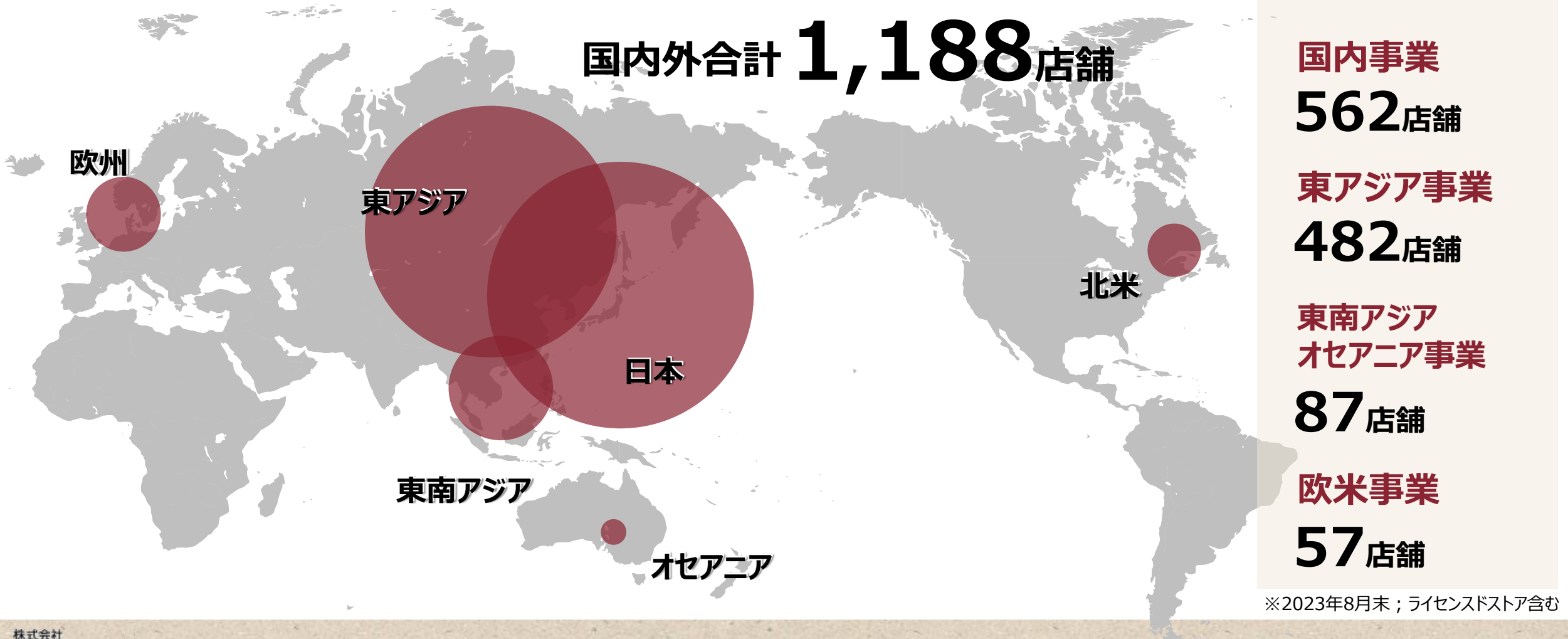
## 売上の推移





# 良品計画について

世界に広がる無印良品

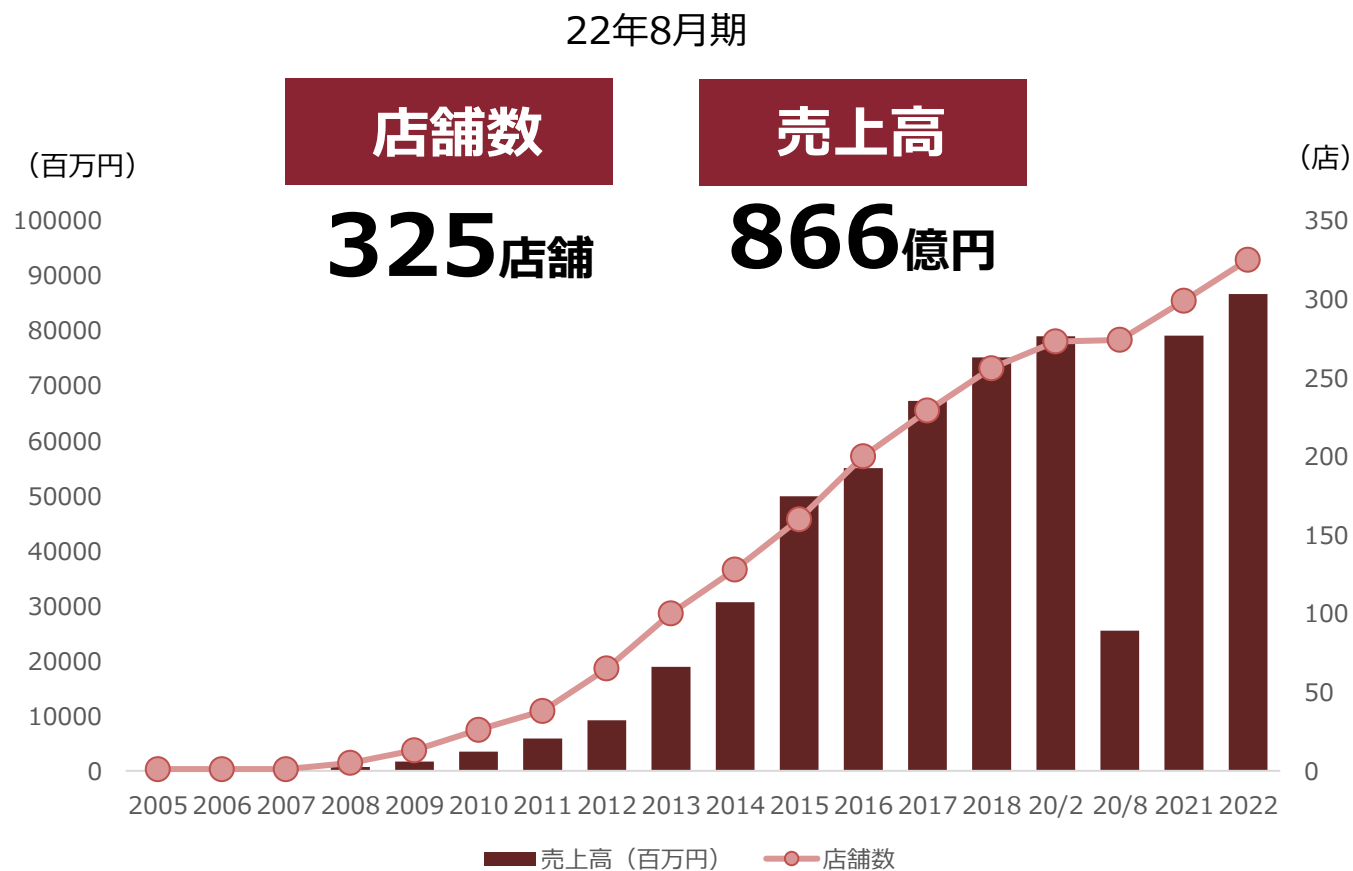




# 良品計画について

## 中国大陸事業のあゆみ

- 2005年に出店を開始し、2013年に100店を突破。2024年までに年間50店舗出店可能な体制を構築。



# 良品計画の目指す姿

## 企業理念

「人と自然とモノの望ましい関係と心豊かな人間社会」  
を考えた商品、サービス、店舗、活動を通じて  
「感じ良い暮らしと社会」の実現に貢献する。

## 二つの使命

1. 日常生活の基本商品群を誠実な品質と倫理的な視点から開発し、使うことで 社会を良くする商品を、手に取りやすい価格で提供する。
2. 店舗は各地域のコミュニティセンターとしての役割を持ち、地域の皆さまと課題や価値観を共有し、ともに地域課題に取り組み、地域への良いインパクトを実現する。

# 良品計画の目指す姿

2030年に実現したいこと

日常生活の基本を担う

地域への土着化

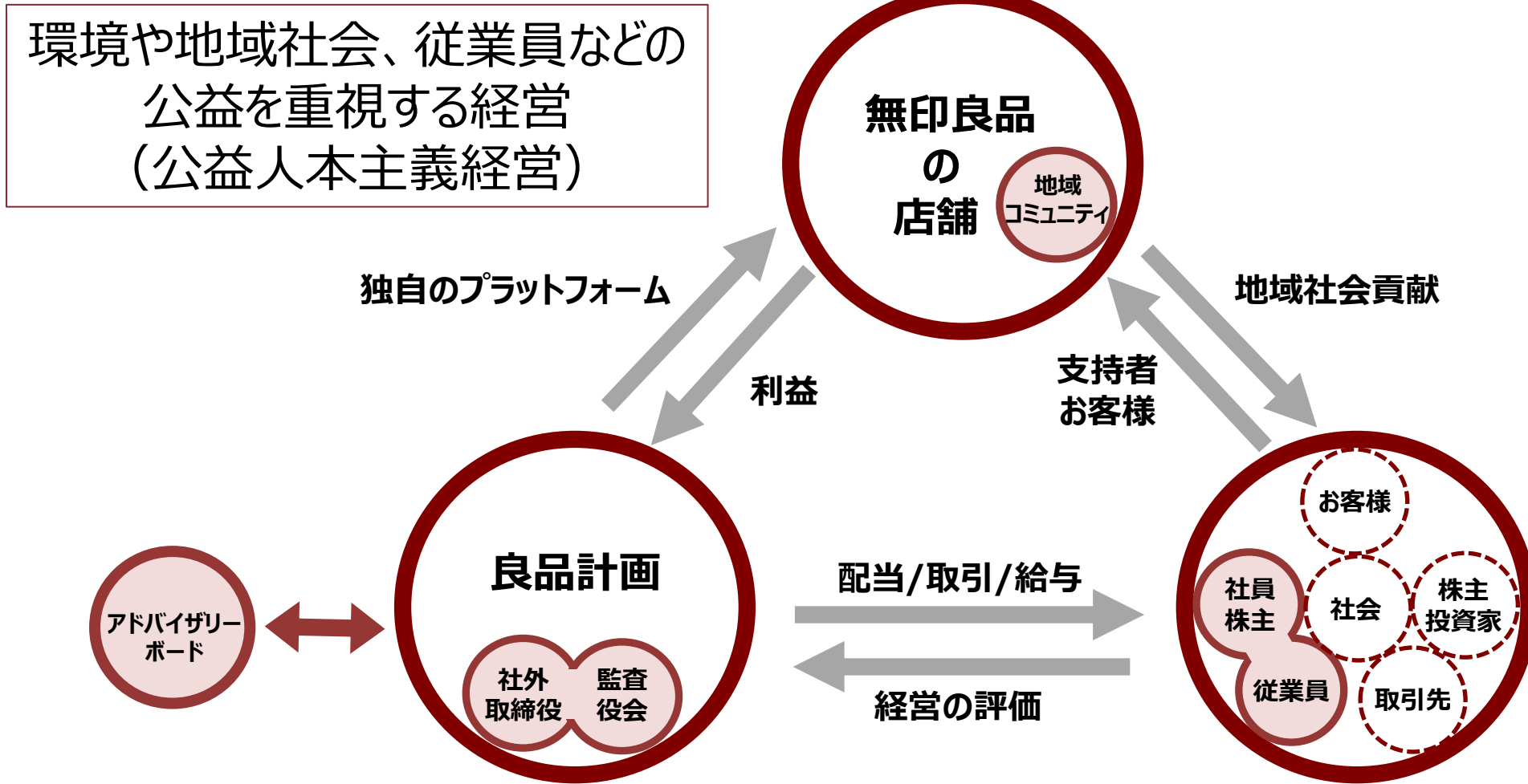
その実現に向けて、

個店経営、コオウンド経営の実践  
感じ良いオンラインの提供  
ESG経営のトップランナー



# 良品計画の目指す姿

## 新たなガバナンス構想



# ステークホルダーとの関係づくり

## 株主とのつながり

### 株主ミーティングの開催（2022年11月23日/祝日）

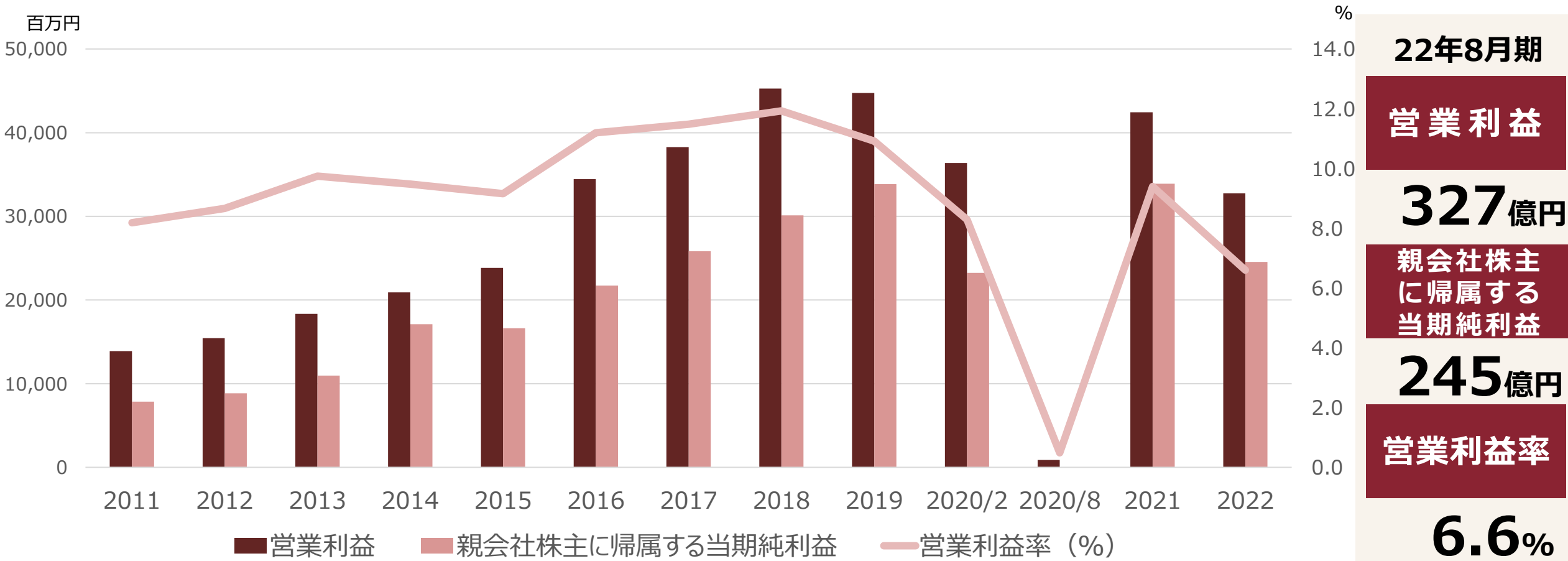
今期より祝日に株主総会を開催し、約800名の方が会場あるいはオンラインにて参加。総会后、株主の皆様と当社経営陣の間で、ビジョン、商品、店舗運営等を直接意見交換する場として、株主ミーティングを実施。



※当日の様様を、当社WEBサイトで公開しております。 [https://www.ryohin-keikaku.jp/ir/shareholders\\_meeting/](https://www.ryohin-keikaku.jp/ir/shareholders_meeting/)

# 財務情報

## 営業利益・当期純利益／営業利益率の推移



注: 2020年8月期は、決算期変更のため6か月の数値です。

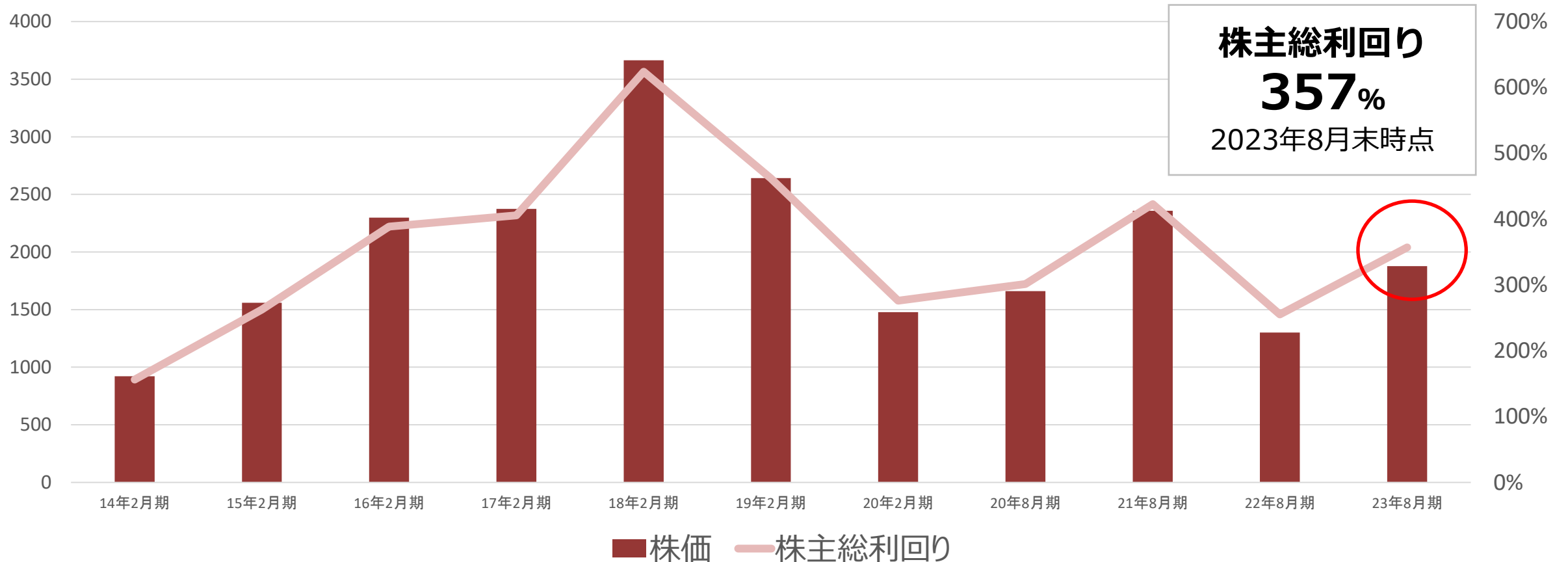


# 財務情報

## 株価/株主総利回り

株主総利回り (TSR) =  
株式投資により得られた収益 (キャピタルゲイン + 配当) ÷ 株価

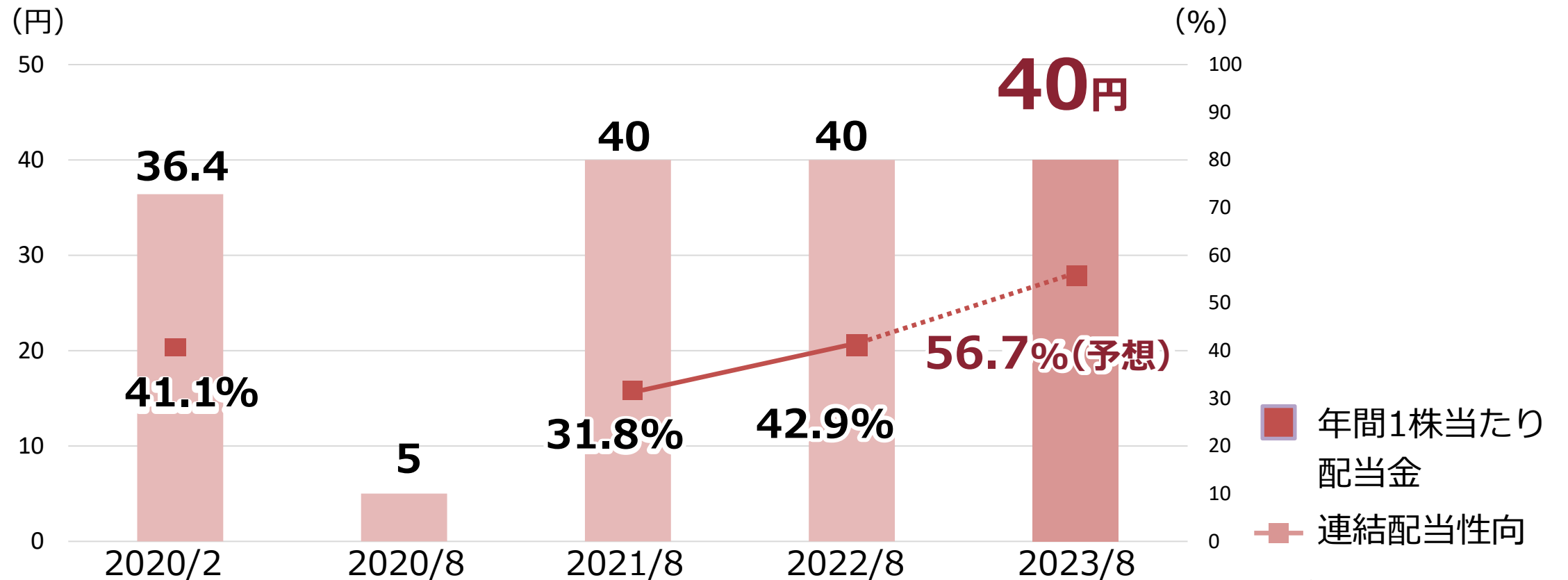
### 株価と株主総利回り (2013年2月期末を基準) の推移



# 財務情報

## 株主還元－配当

当社は、連結での業績に基づいた配当とし、配当性向30%(年間)を基準にしております。



注：2020年8月期は、1株当たり当期純損失のため、記載していません

# 財務情報

## 株主還元－株主優待

株主の皆様との中長期的な関係づくりを強化するため、株主優待を正式導入。

2019年に株式を10分割し、投資単位を引き下げ。株主数は分割前の約1.4万名から約15万名に増加。

2023年8月末時点の最低投資金額は19万円程度。

- 開始時期・対象：2023年8月末時点の100株（1単元）以上保有する株主様
- 優待の内容：お買い物5%割引（期間中は何回でも利用可）

※8月末時点の株価（1,878円）、1株当たり配当40円で試算

お買い物額	優待割引額 (円)	優待利回り	配当利回り	実質利回り (優待+配当)
3万円	1,500	0.8%	2.1%	2.9%
5万円	2,500	1.3%	2.1%	3.5%
10万円	5,000	2.7%	2.1%	4.8%





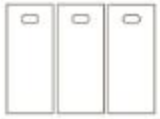
# 良品計画の目指す姿

## 企業理念

「人と自然とモノの望ましい関係と心豊かな人間社会」  
を考えた商品、サービス、店舗、活動を通じて  
「感じ良い暮らしと社会」の実現に貢献する。

## 二つの使命

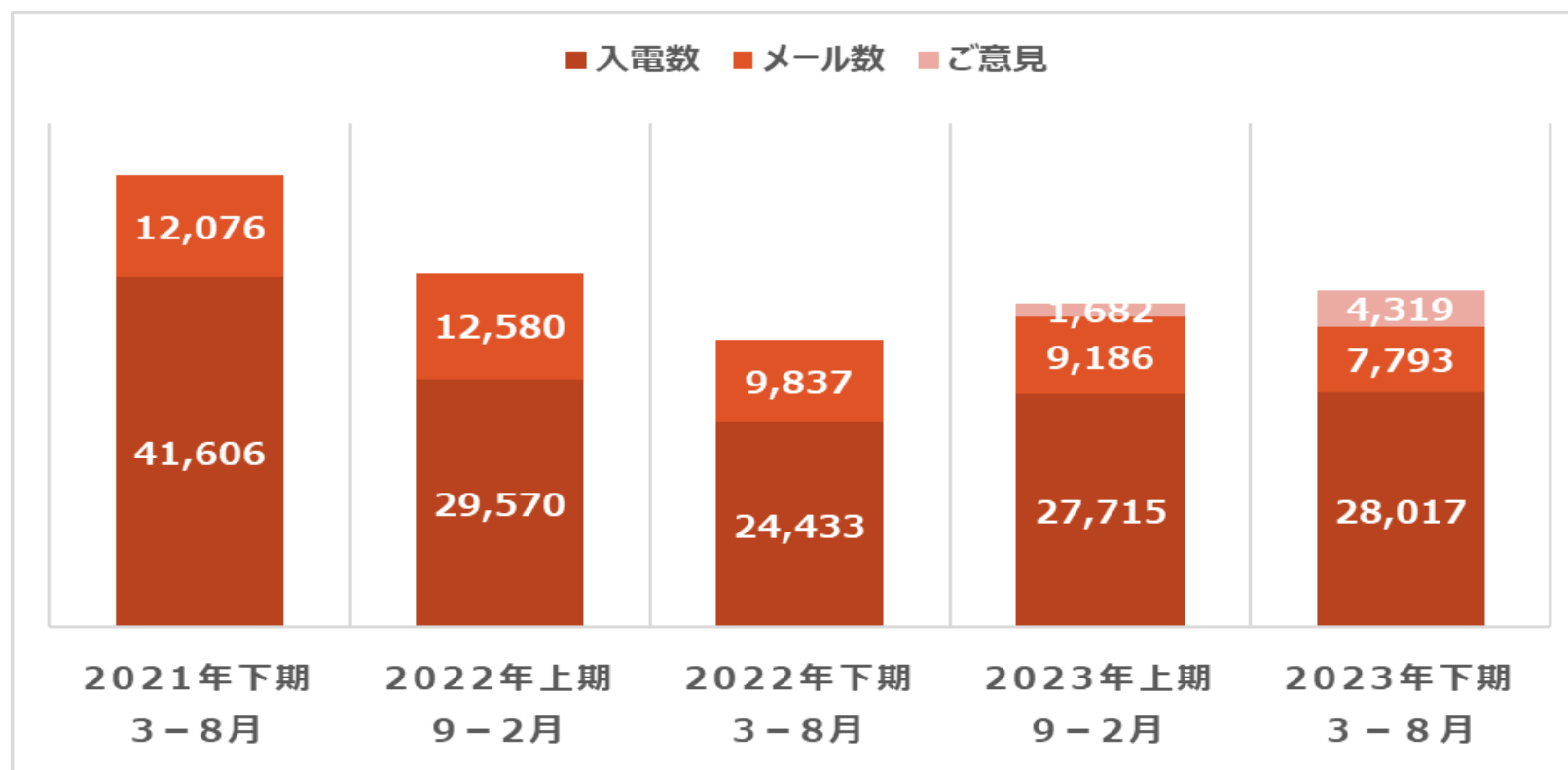
1. 日常生活の基本商品群を誠実な品質と倫理的な視点から開発し、使うことで 社会を良くする商品を、手に取りやすい価格で提供する。
2. 店舗は各地域のコミュニティセンターとしての役割を持ち、地域の皆さまと課題や価値観を共有し、ともに地域課題に取り組み、地域への良いインパクトを実現する。



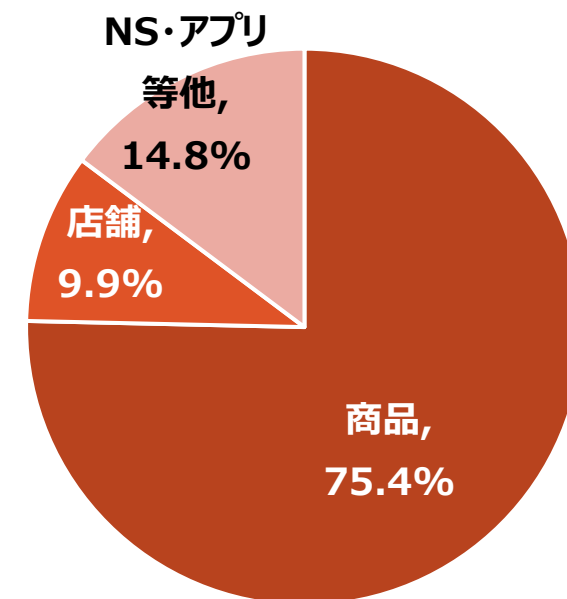
# お客様の声を生かす活動



# お客様からの声の推移と取り組み



## 2023年下期お問合せ内訳



「困ったこと会議」  
お客様の声を  
商品に生かすことを  
社長から再宣言

**SUS**  
スタッキングS  
組立動画配信

ファニチャーの  
立体サイズ表  
標準化

チラシ配布  
ご意見フォーム  
設立

個別**QA**  
**EC**衣服情報  
強化

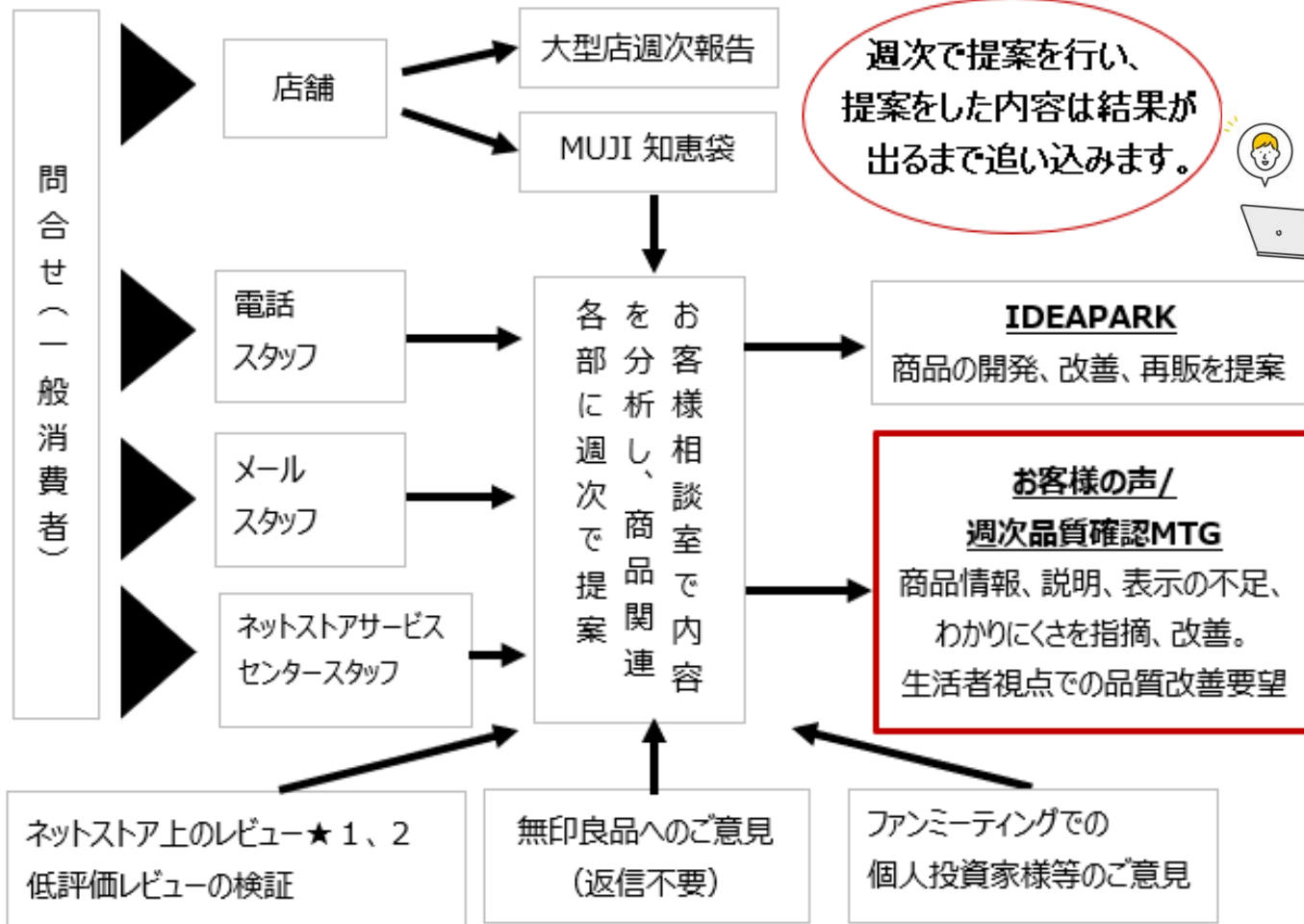
ファン  
ミーティング  
参加

← お客様が問合せしなくても良い環境をつくる

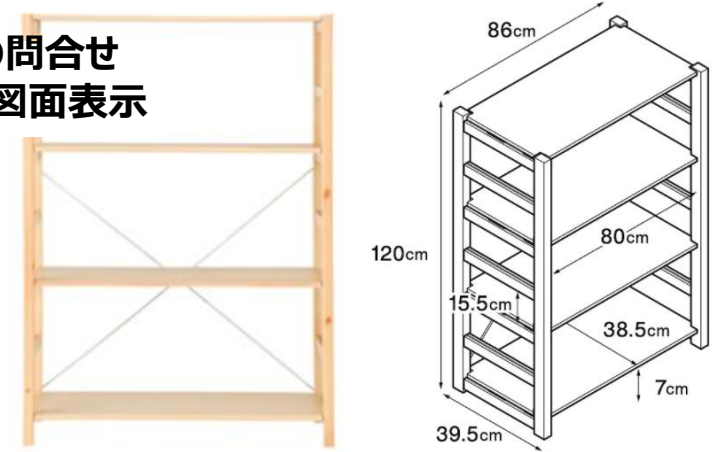
→ お客様のご意見を広く集める



# ご意見・お問合せの内容を分析した声の活用



サイズのお問合せ  
→立体図面表示



組立のお問合せ  
→組立動画



よくある質問

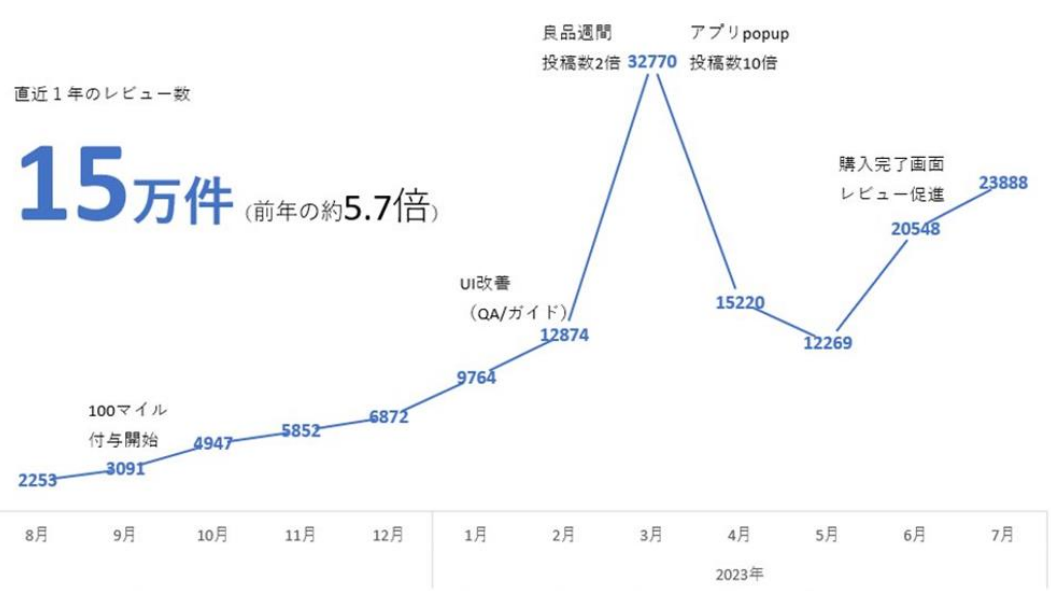
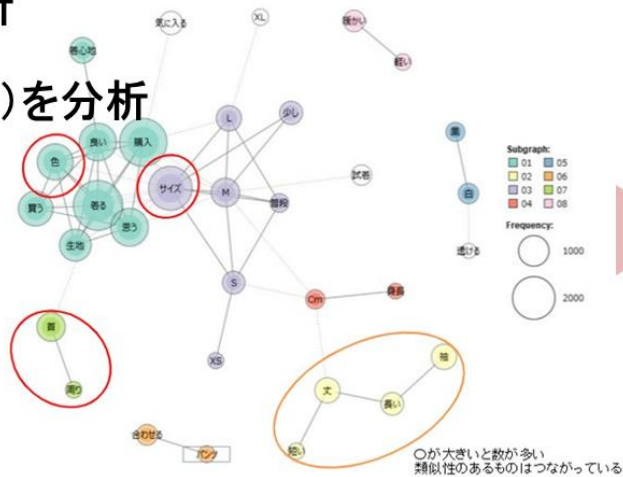
ピンポイントの質問  
→よくある質問

- Q: 組み合わせや内寸サイズを確認できますか?  
A: パイン材ユニットシェルフの組み合わせシミュレーターをご確認ください。  
→シミュレーター
- Q: 棚板を増やすことはできますか?  
A: 棚板を追加することが可能です。

# デジタルマーケティングでのお客様の声の活用



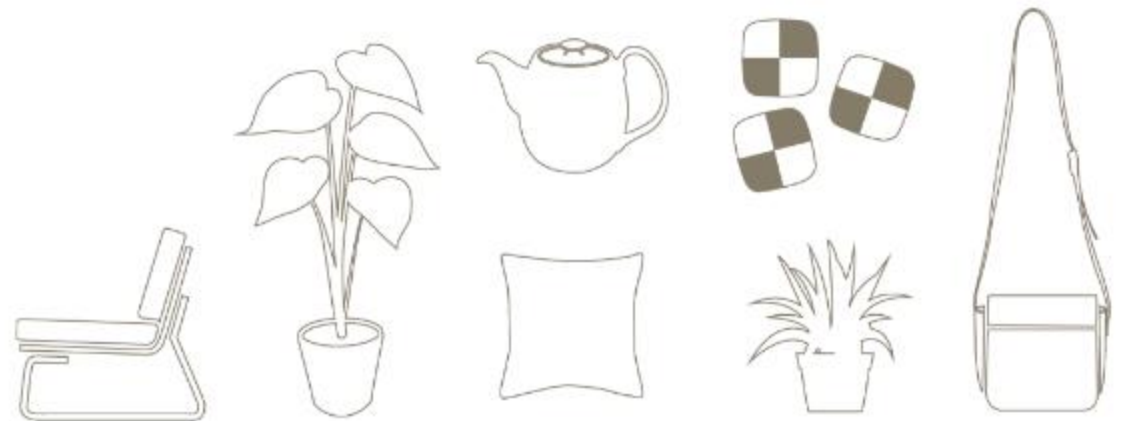
商品レビュー分析  
声の多い  
(= 知りたい情報)を分析



分析結果から  
ネットストア  
の商品説明を拡充  
お客様の要望を  
商品部に提案  
(24SSから改良)

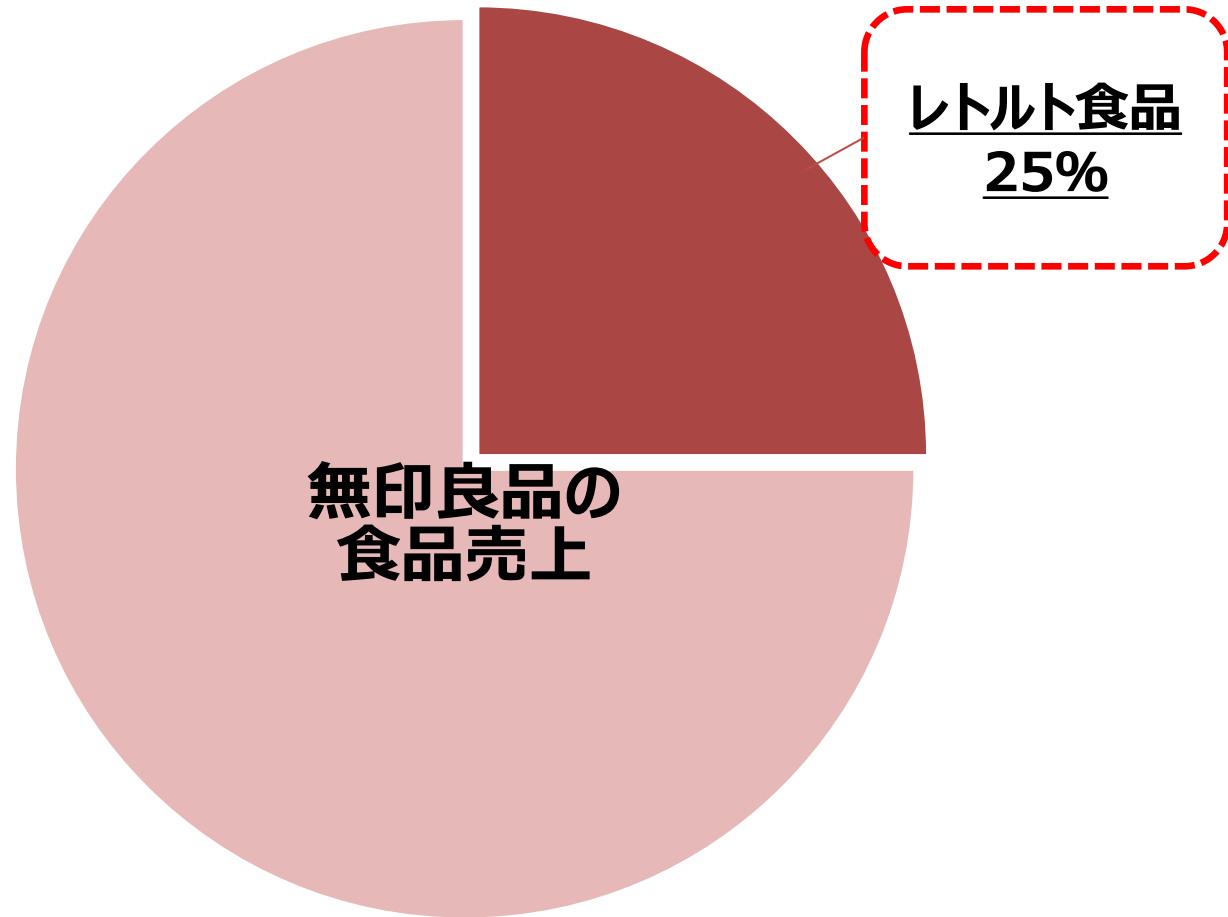


# 無印良品のレトルト食品





# 無印良品のレトルト食品 売上規模



レトルト食品は  
食品売上の1/4

レトルト市場全体  
約2,700億円  
無印良品市場シェア  
約5% (推定)

# 商品ラインアップ<sup>o</sup> カレー

無印良品のカレー  
約60種類

インド、タイ、日本等  
様々な国のカレーを展開

年間約100億円  
レトルトカレー市場シェア約10%

試食あり





# 商品ラインアップ パスタソース

素材の旨みひきたつパスタソース  
ボロネーゼ



- ・粗挽きの肉を、塩と胡椒でしっかり下味をつける。
- ・2種類（ロースト、ソテー）の玉ねぎで深みのある味に。



素材の旨みひきたつパスタソース  
カルボナーラ



- ・生クリームは使わず、卵黄、チーズで仕上げる。
- ・粗挽きの黒コショウで味にメリハリ。



素材の旨みひきたつパスタソース  
いわしとフェンネル



素材の旨みひきたつパスタソース  
ポモドーロ



素材の旨みひきたつパスタソース  
ピスタチオクリーム



9/5（火）メディア発表会



9/6（水）に大幅リニューアルし、販売開始  
カレーに次ぐ新たな売上の柱へ

日本でもなじみの深いものから、  
イタリアの地域色の濃いものまで計11種



# 商品ラインアップ その他



ごはん・麺にかけるシリーズ：22種

お手軽にごはん、麺にかけるだけで  
世界各国の本格的な料理が味わえ  
ます。

お惣菜シリーズ：6種

お手軽に一品追加したい時に便利。  
生活の基本を支える、というコンセプ  
トのもと、生まれた商品群です。



# 商品開発のポイント



世界の食文化に学ぶ  
現地に赴き、現地に学ぶ

心に残る食体験  
お客様の食生活を豊かに





# バターチキンカレーの歴史

## 2009年 初代バターチキン

インドのバターチキンカレーをお手本にしつつ、日本のお米に合わせた味に。カシューナッツとバターを使い、濃厚でまろやかな味わい。



## 2012年 2代目バターチキン

**食文化を学びにインドへ。**現地のスパイス使いを学び改良。トマトの酸味と甘みを生かした味わいに。



## 2014年 3代目バターチキン

2代目バターチキンを持ってインドへ。現地シェフに食べてもらったところ、バターチキンに欠かせない**「カスリメティ」**が入っていないと指摘。味の決め手になるスパイスに出会い、よりインドカレーの独特な味わいを表現。



## 2016年 4代目バターチキン

さらなる美味しさを求めてインドへ。インドのバターチキンを徹底的にリサーチし、おいしさを分析。コク深い味わいを表現するため、高価でレトルトでは使ったことの無い**「ギー」**に注目。

## 2019年 5代目バターチキン

**産地により特長のある3種類のトマト**を使用。トマトは品種よりも産地によって味の特徴が出やすく、**酸味型の日本産、甘味・酸味・旨味のバランス型のポルトガル産、甘味型のオーストラリア産**の3種類を採用。





# こだわりの原材料

## 「カスリメティ」とは

一般的に「フェヌグreek」といわれているスパイスで、インドでは乾燥させた葉を「カスリメティ」と呼びます。ほのかな甘みと苦みが混在する風味が特長。タンパク質やミネラル、ビタミンなど豊富に含むとされており、インドではベジタリアンの栄養源となっています。



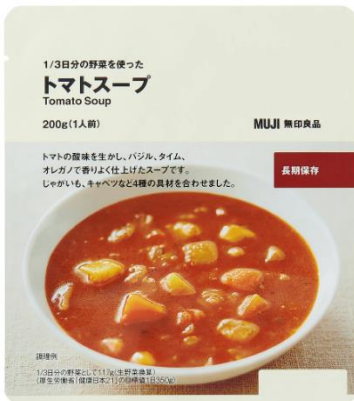
## 「ギー」とは

インドを中心とした南アジアで古くから作られ、食用のバターオイルの一種で乳脂肪製品。発酵無塩バターを煮詰め、水分やタンパク質を取り除いたもの。加熱過程で水分、糖分、蛋白質などが除かれるので、バターよりも腐敗しにくくなり、平均気温の高い地域（熱帯・乾燥帯）において長期間、常温で保存することが可能。独特の香ばしい香りが特長で、炒め物やお菓子作りに用いるほか、炊いた白飯に混ぜたり、焼きたてのチャパティやナンに塗って食べます。



# レトルト食品のこれから

# 防災食としてのレトルト



## 長い賞味期間を生かす 地域との連携



# レトルト食品のこれから ①より便利に



レンジ対応パッケージへの切替  
現在、対応中

カップレトルト  
カップが容器、洗いもの不要



# レトルト食品のこれから ②よりおいしく、手作りのように



手作りで使うホールスパイスを  
使って、より風味豊かに  
インド料理屋さんの香り、味わい

工場たまねぎを炒める、  
冷凍の肉を仕入れないで焼く  
手作りのおいしさが  
レトルト後もそのまま残る

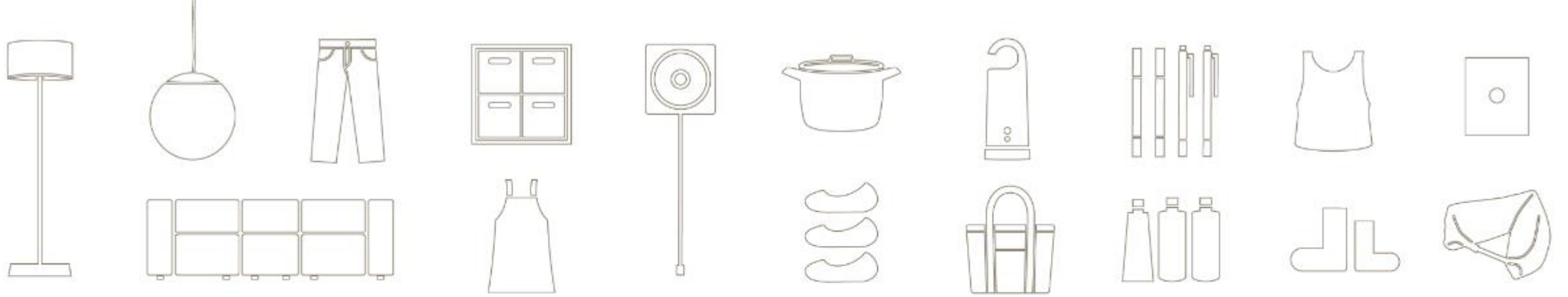




レトルト食品を始めとする商品やサービスについて、  
皆様の声をお聞かせください！







# 株式会社 良品計画

## <免責事項>

- 当資料に記載されている内容は当社の株式の購入、売却など、投資を勧誘するものではありません。
- 当資料に記載されている当社の財務状況、経営方針、計画、業績目標等のうち歴史的事実でないものは、現在入手可能な情報を基にした予想値であり、これらはリスクや不確実な要因の影響を受けます。従って、実際の業績は、これらの予想とは大きく異なる可能性があります。
- 各種データ・資料については細心の注意を払っておりますが、記載された情報の誤りや第三者によるデータの改ざん等本資料に関連して生じる障害・損害について、その理由の如何に関わらず当社は一切責任を負うものではありません。

