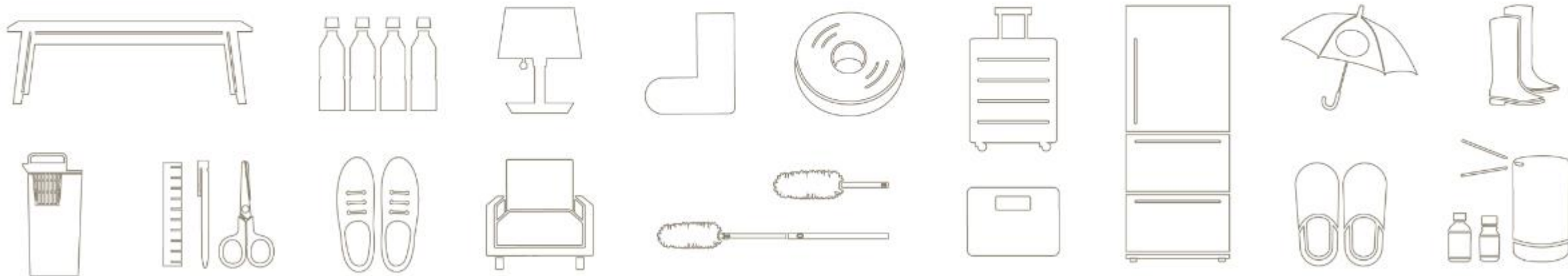


「第二創業」 100年後のより良い未来の実現に向けて

2023年11月

株式会社
良品計画
東証プライム (7453)



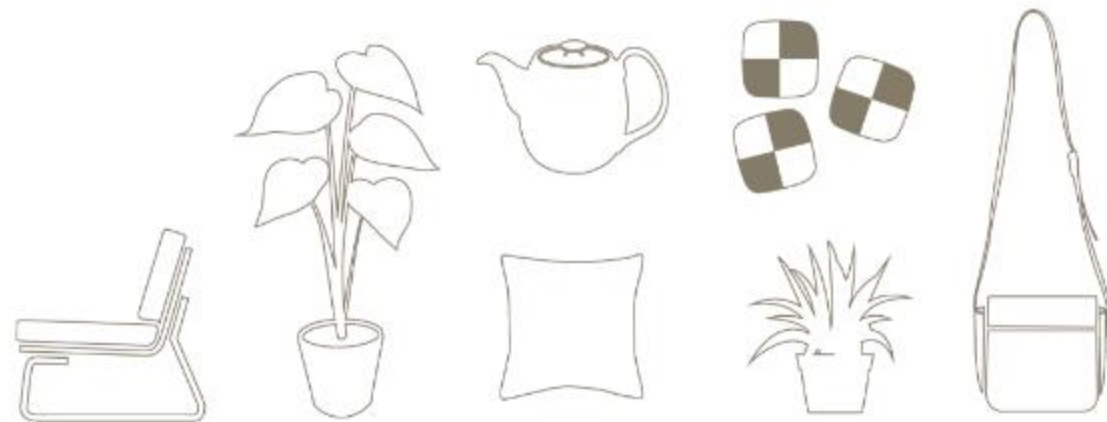


目次

01 無印良品・良品計画について

02 良品計画の目指す姿

03 財務情報



無印良品について

無印良品のあゆみ



堤 清二
Seiji TSUTSUMI



田中 一光
Ikko TANAKA



Photo by Seiko Suzimoto

杉本 貴志
Takashi Sugimoto

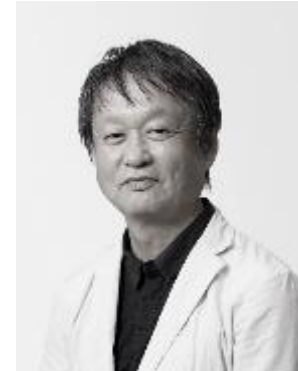


Photo by Taishi Hirokawa

小池 一子
Kazuko Koike



原 研哉
Kenya Hara



深澤 直人
Naoto Fukasawa



Photo by Masayuki Hayashi

須藤 玲子
Reiko Sudo

権力や体制に対する疑念と、弱い者、小さいもの、儂いものへの眼差しから、
望ましい未来と普遍性を探り当てる思考とデザイン。

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

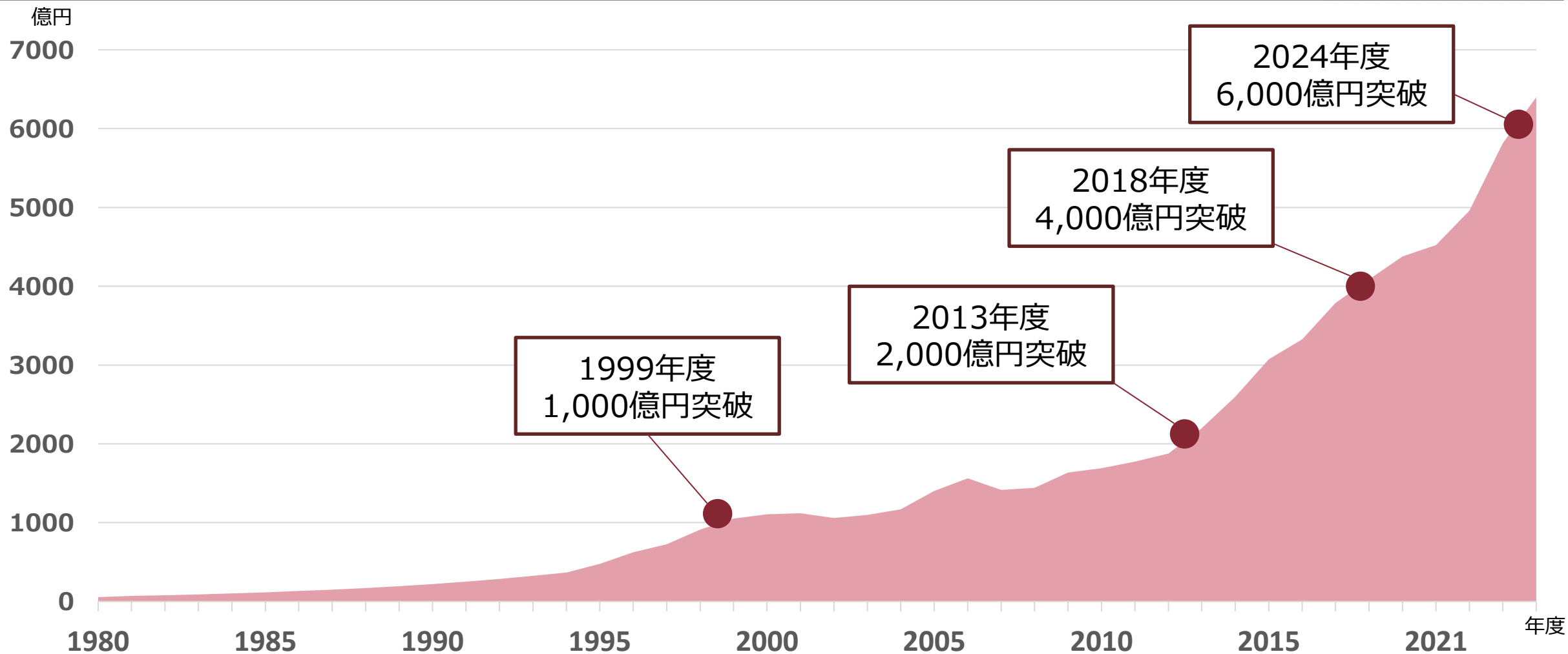
包装
の簡略化

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かたちで
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

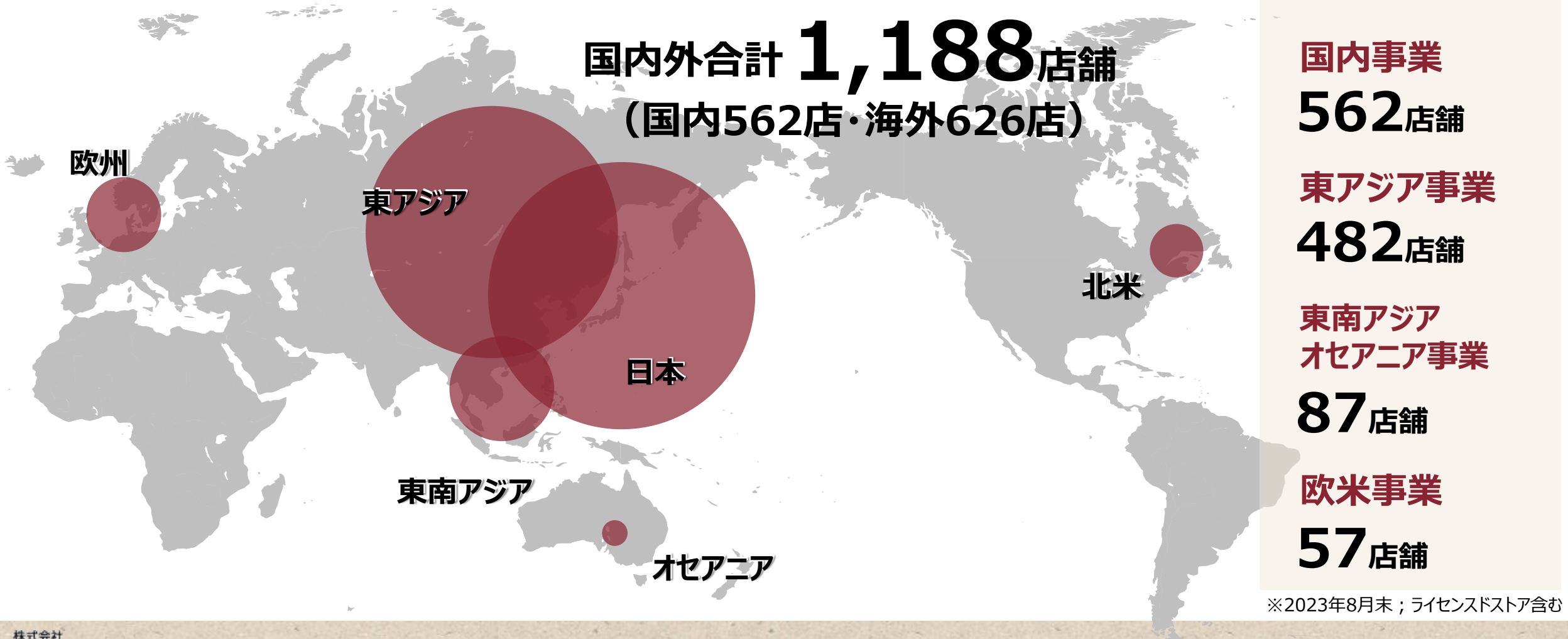
売上の推移

2024年度計画
6,400億円



良品計画について

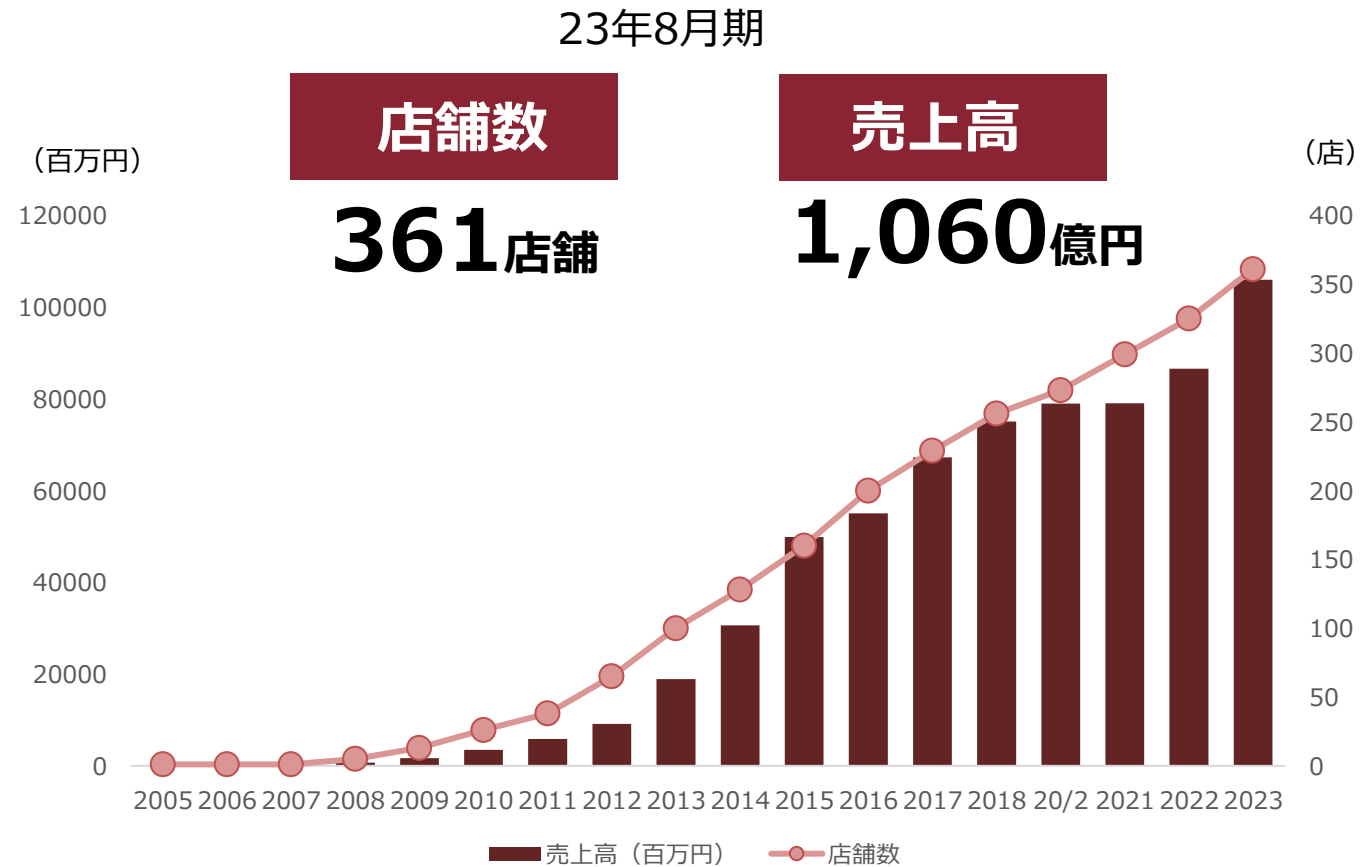
世界に広がる無印良品



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店となり、2023年に361店に成長。売上は1,000億円を突破。



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

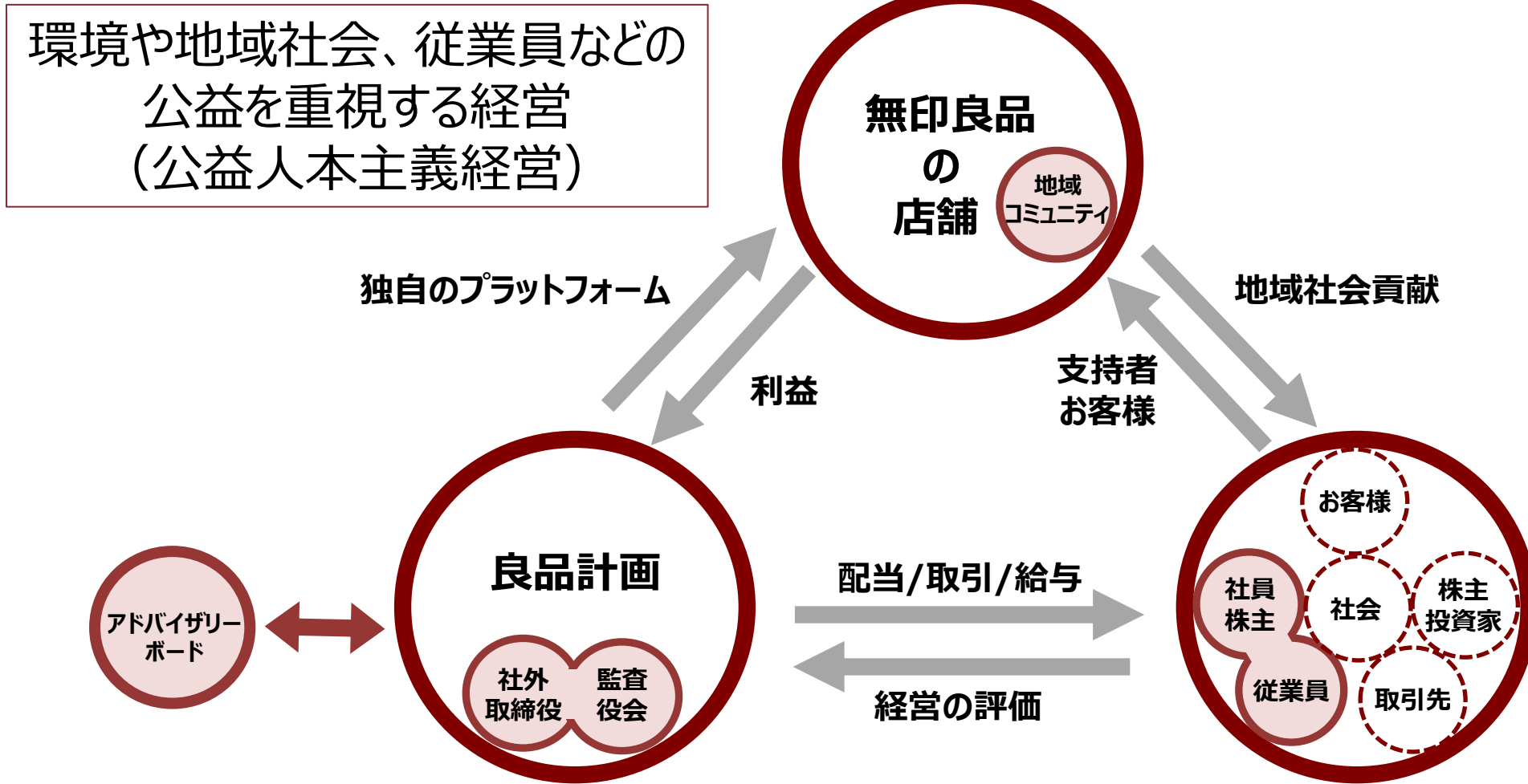
地域への土着化

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/

日常生活の基本を担う商品

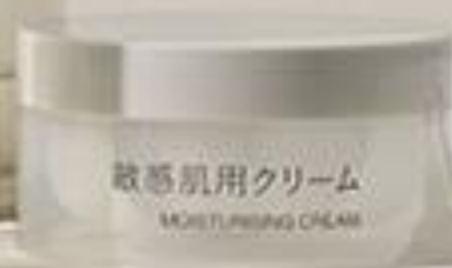
食品 **13%**

衣服・雑貨 **38%**

売上構成比

生活雑貨 **45%**

品揃えアイテム
約**7,500**





無印良品

綿であったかい。
肌に気持ちいい。

吸湿発熱インナー あったか綿





日常生活の基本を担う商品

商品を通じたESG

ReMUJI



商品の回収と再生
ReMUJI拡大



資源循環の取り組み
ペットボトルからアルミ缶へ



食糧危機の解決
コオロギせんべい



プラスチックの削減
紙製フックへの切り替え

日常生活の基本を担う商品

中国大陸における商品展開



日常生活の基本を担う商品

アセアン地域における商品展開

荷物をまとめる梱包用のバンドで編んだバスケット



ゴムの樹液採取後に廃棄されていたラバー材を活用



日常生活の基本を担う「店舗展開」

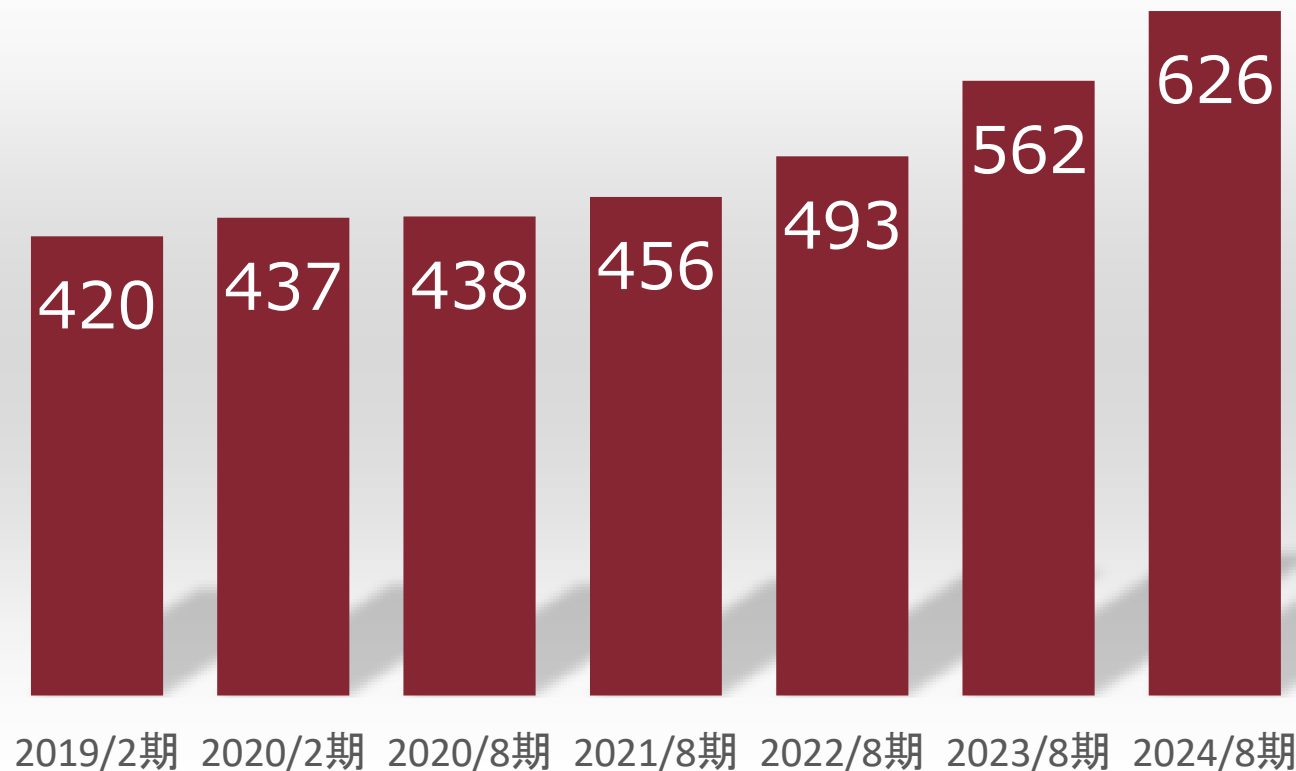
国内における店舗網の拡大

<出店方針>

個店経営を軸とした地域密着型の事業モデルを作り上げ、全国津々浦々に向け、収益性を担保しながら出店拡大する。

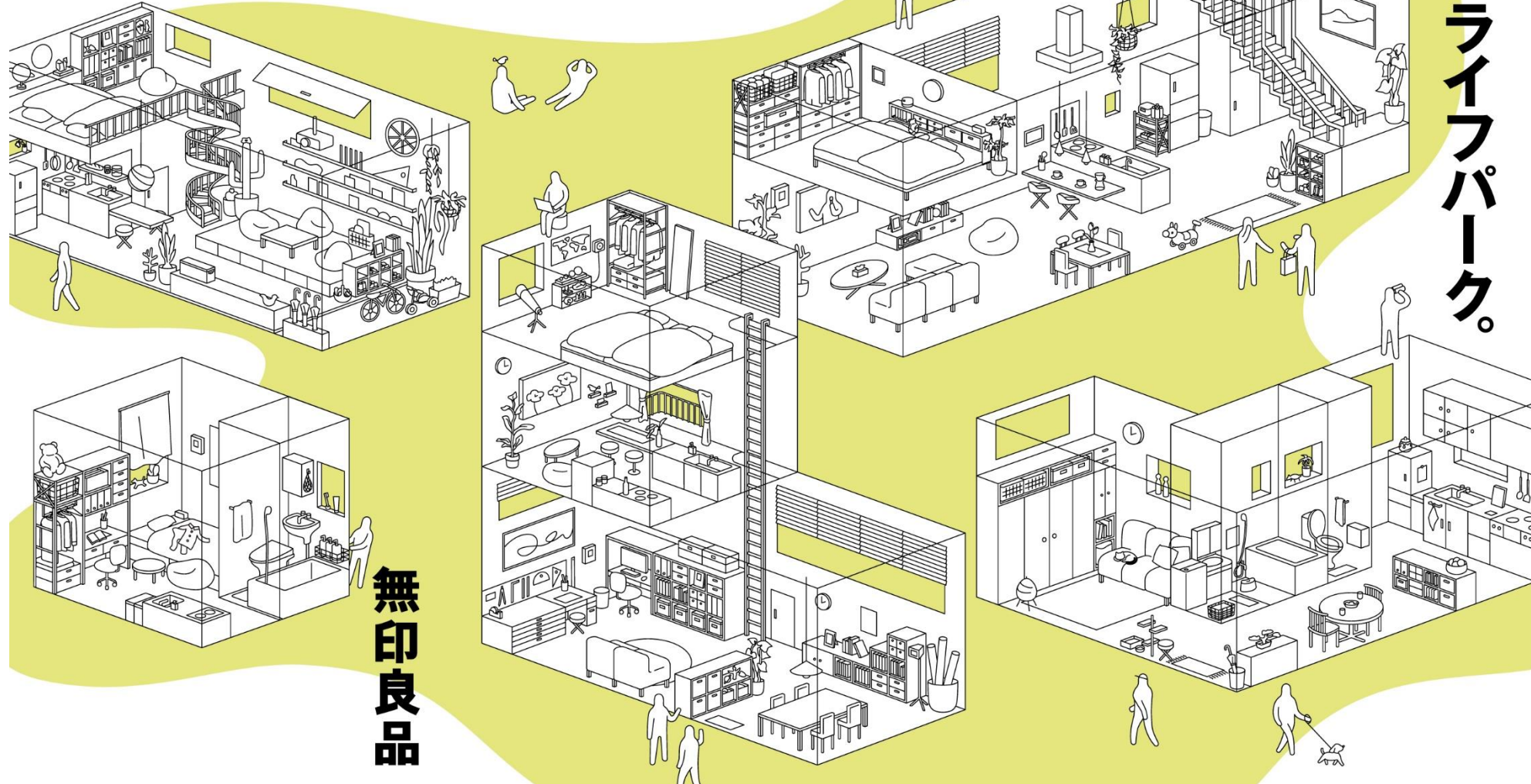
22年8月期	出店実績	45 店舗
23年8月期	出店実績	75 店舗
24年8月期	出店計画	75 店舗

国内店舗数の推移



無印良品 グランフロント大阪 2023年9月8日|金| リニューアルオープン

みんなのライフパーク。



無印良品

無印良品

無印良品

団地
リノベーション
Housing complex renovation
住宅小区改造

MUJI
UR

団地リノベーションの中心
団地リノベーションの中心は、住戸の再生と共用部の再生です。住戸の再生は、住戸の構造や設備を調査し、住戸のレイアウトを計画し、住戸の再生を行います。共用部の再生は、共用部の構造や設備を調査し、共用部のレイアウトを計画し、共用部の再生を行います。

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

生活手、家々、自由にできる

MUJI Coffee



お気に入りの
コーヒーとの出会いを

お気に入りの
コーヒーとの出会いを

ネットコーヒー Net Coffee	フレンチ・ブレンデッド French Blend	300g 300円
アイスコーヒー Ice Coffee	フレンチ French	350g 350円
豆の量り売り Bean Coffee Beans	フレンチ French	200g 790円
	シングル Single	200g 790円





MUJI
無印良品

食から世界を眺めよう。



無印良品 銀座
2023.9.29
REOPEN

無印良品 銀座

REOPEN

食から世界を眺めよう。
ピザ生地のような三角形のパンを挟んだロールケーキの屋台
フォカッチ
具材が柔らかい
コトコト煮込んだもちの生地によく合います。



食から世界を眺めよう。
ひとえにイタリア
種類を
パスタ
と言わ
ます。現
在に学んだ
わいを手軽に堪能いただけます。

には500
超える
がある
れてい
地のマン
本格的な味





食

おいしい銀座旗艦店へ、ようこそ。

食は文化の結晶であり、食文化は歴史の証。食文化の発展は、社会の発展と密接に関連しています。食文化の発展は、社会の発展と密接に関連しています。食文化の発展は、社会の発展と密接に関連しています。

6F 14 211	MUJI HOTEL JUL MUJI HOTEL	AVELANDIA Gourmet & Coffee Culture	銀座からはじまる 新しい食
5F 11 108	茶屋 Chaya Teahouse	茶屋 Chaya Teahouse	
4F 11 108	茶屋 Chaya Teahouse	茶屋 Chaya Teahouse	Muji Coffee Muji Coffee Muji Coffee
3F 11 108	茶屋 Chaya Teahouse	茶屋 Chaya Teahouse	
2F 11 108	茶屋 Chaya Teahouse	茶屋 Chaya Teahouse	Muji Bakery Muji Bakery Muji Bakery
1F 11 108	茶屋 Chaya Teahouse	茶屋 Chaya Teahouse	
B1F 11 108	MUJI HOTEL JUL MUJI HOTEL	MUJI HOTEL JUL MUJI HOTEL	





服



2023.10.13 FRI

GRAND OPENING

服の店—新宿靖国通り

無印良品

WELCOME TO
Miyagi Shinguku





日常生活の基本を担う「店舗展開」

国内における店舗網の拡大

売場面積を従来の300坪から500～600坪に拡大し、地元で支持されている食品スーパーマーケットとの隣接店を中心に、郊外の生活圏中心に出店を拡大。



ツルヤ様との協業（長野県）



コープさっぽろ様との協業（北海道）

日常生活の基本を担う「店舗展開」

国内における店舗網の拡大

新潟県県央地域の燕市に初出店。燕・三条地域の主要産業である金属加工業をより身近に感じていただけるよう、生産工程で出る金属板など廃材を店舗内装に活用。



地域への土着化

地域密着型モデルの構築

地域で土着化活動を通じて、地域を活性化し、良いインパクトを実現していくため、2021年より全国に12の地域事業部を立ち上げ(現在は11)、取り組みを開始。

各自治体との協業

31自治体と連携協定

※2023年8月時点



地域への土着化

食と農の取り組み

地元で採れた新鮮野菜（左写真）や規格外の果物（右写真：不揃いりんご）を販売するなど、生産者と消費者をつなぐ活動を推進。食品ロス削減につなげ、新しい農業の未来をつくる。



地域への土着化

地域の素材を生かした商品開発

地元の農家と協業した商品を発売するなど、地域活性化に貢献。



地域課題への取り組み

高齢化が進む大規模団地に出張販売に出向き、日常の買い物に対応。



地域への土着化

ヘルスケア・健康への取り組み

「まちの保健室」として、病気の予防から薬の販売まで、健やかな暮らしを支える商品・サービスを提供。



広がる無印良品の活動

未利用資源の活用
空き家・空地の活用



絆を大切にする活動
里山の保全



公共のデザイン
ホテル事業
空港・駅の空間設計



素の食のおいしさ
外食・カフェ事業



無印良品



永く使える・変えられる
住宅事業



無駄をなくす取り組み
リサイクル



社会への貢献
被災地支援

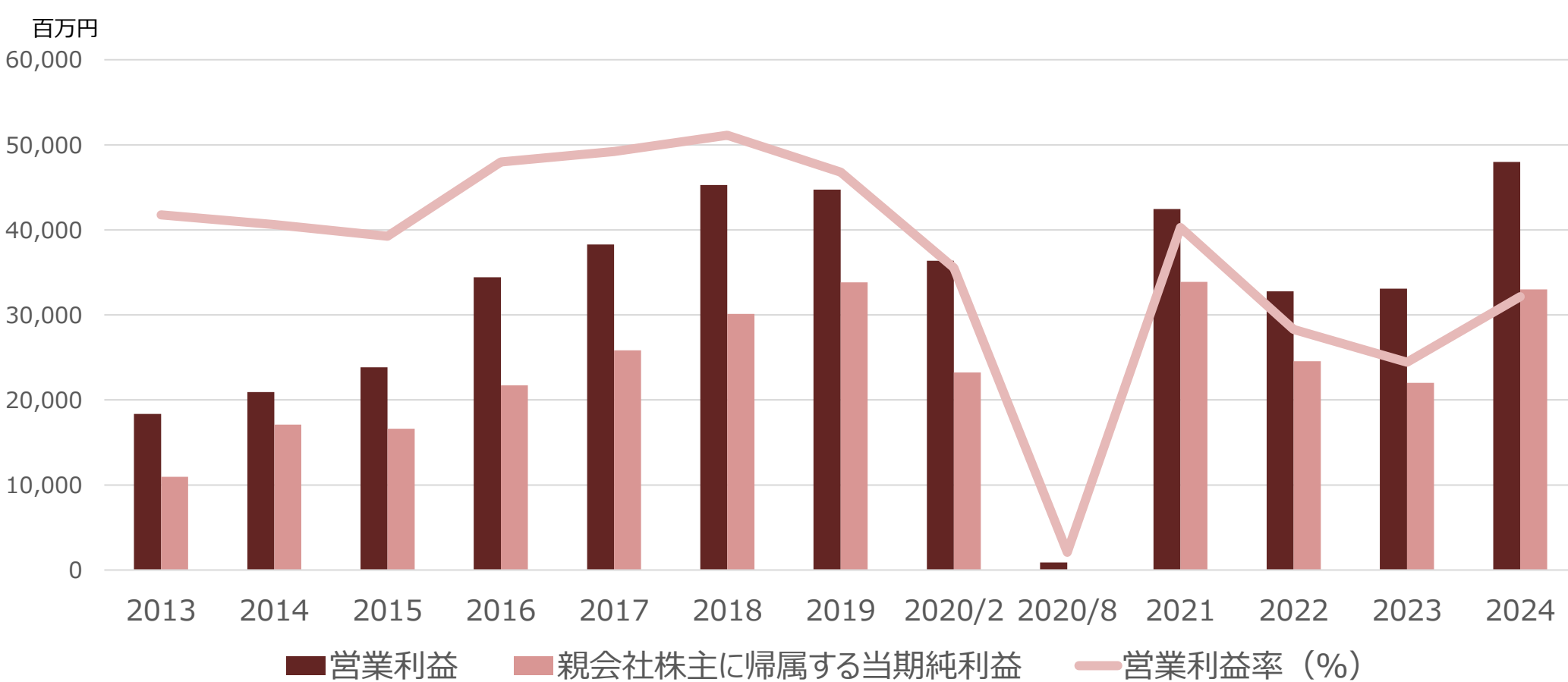


天然資源の保全
キャンプ場の運営



財務情報

営業利益・当期純利益／営業利益率の推移



24年8月期
(計画)

営業利益

480億円

親会社株主に帰属する
当期純利益

330億円

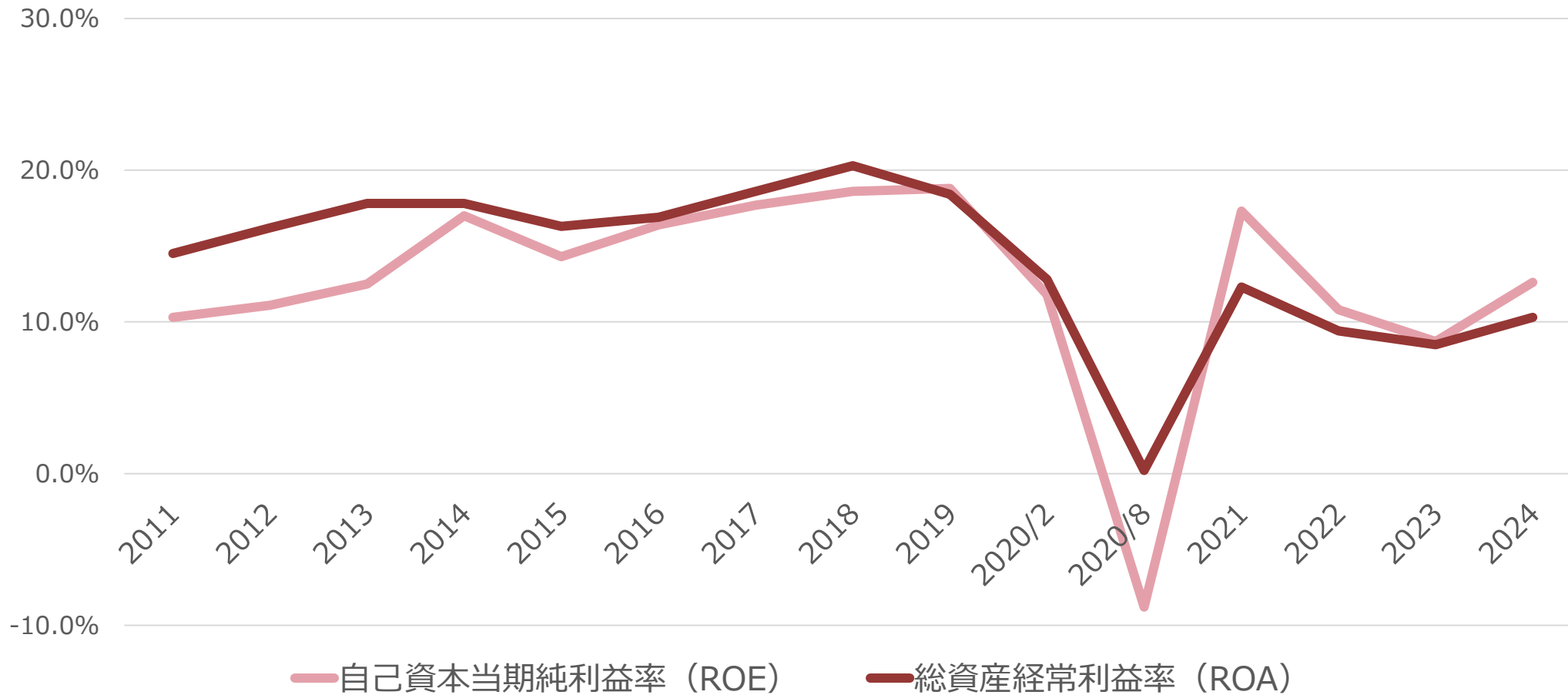
営業利益率

7.5%

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

自己資本当期純利益率（ROE）・総資産経常利益率（ROA）の推移



24年8月期
(計画)

R O E

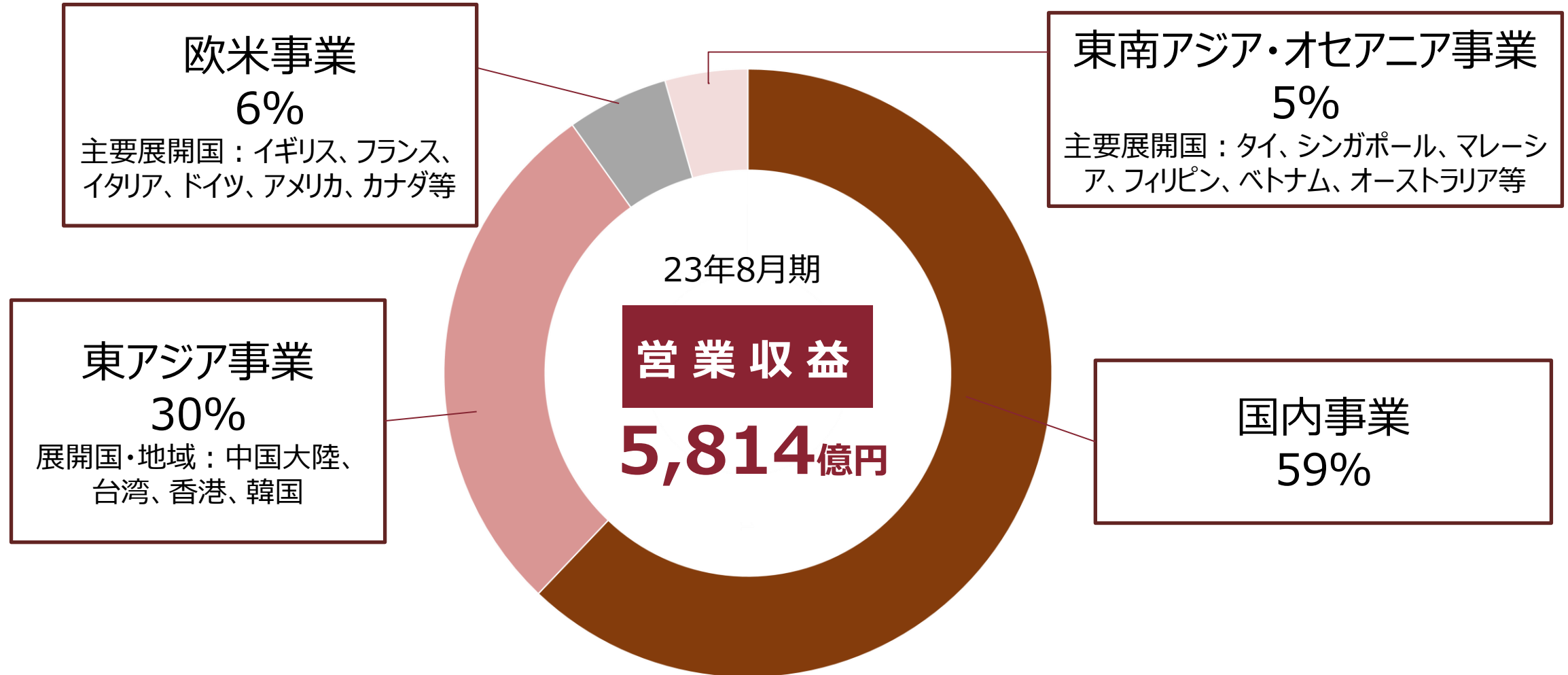
12.6%

R O A

10.3%

財務情報

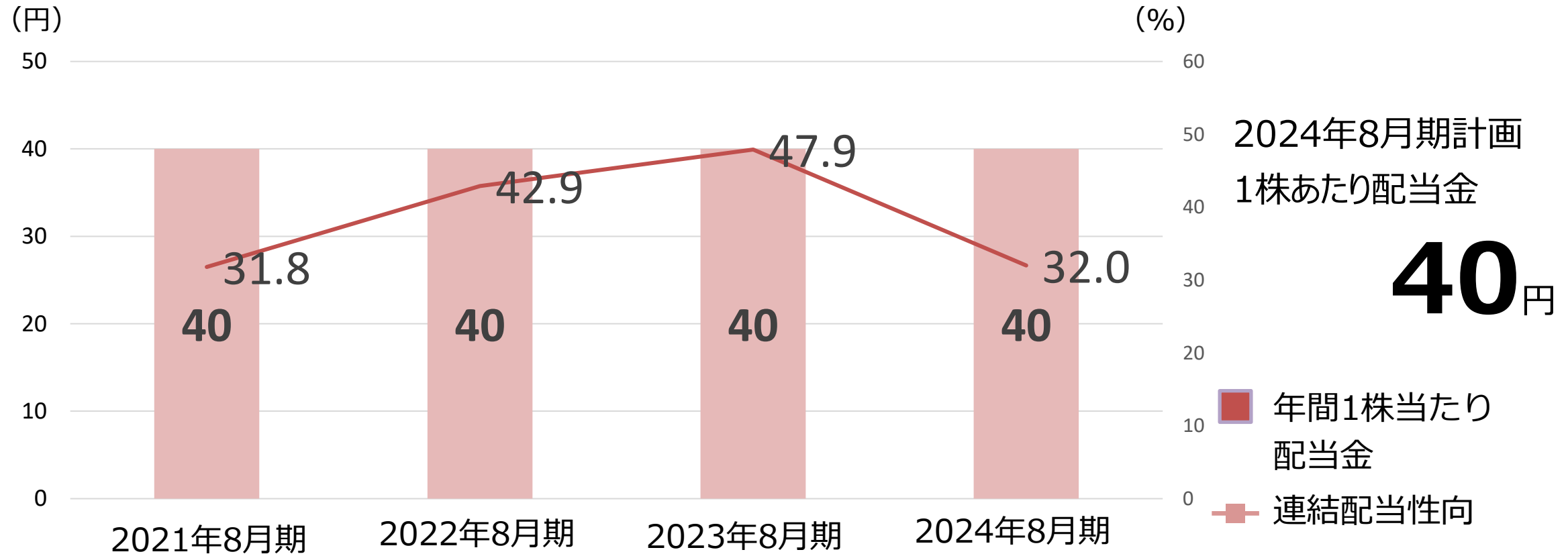
営業収益のセグメント別シェア



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9月末日時点の最低投資金額は20万円程度。



※9月末時点の株価（1,935円）、1株当たり配当40円で試算

- 対象：毎年8月末（当社期末）または毎年2月末（第2四半期末）時点の株主名簿にそれぞれ記載または記録された、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）

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%	2.8%
5万円	2,500	1.3%	2.1%	3.4%
10万円	5,000	2.6%	2.1%	4.7%

「IRメール配信サービス」のご案内

最新のIR情報や、株主様ならびに当社株式に興味をお持ちの方向けのイベント情報等をメールでお届けいたします。ぜひこの機会にご登録ください。



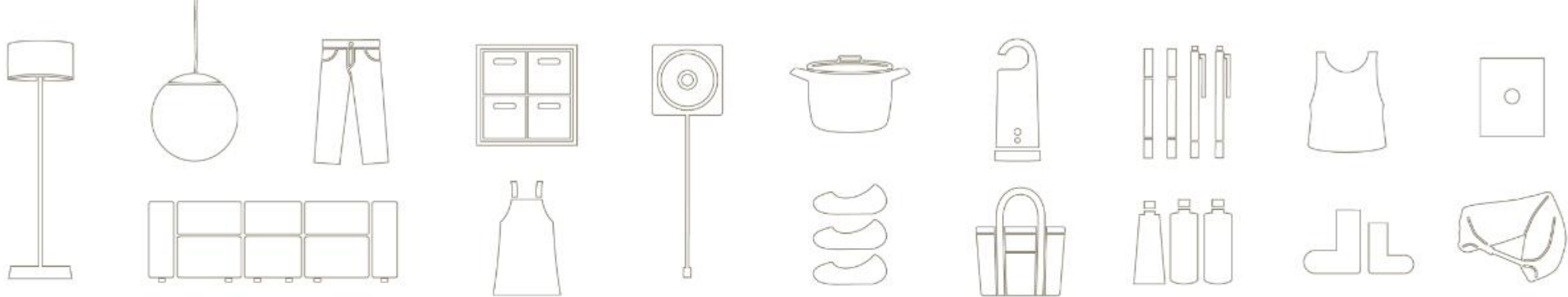
良品計画の目指す姿

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。



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。

