

株主・ファンミーティング 「MUJIダイアログ」

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。

出席者紹介



高田 美樹

循環推進部
循環推進課長



下桶 邦明

売場開発部
調達課長



坂本 克也

グランフロント大阪
店長



星野 弘

経営企画部
IR課長



赤峰 貴子

お客様相談室長

無印良品・良品計画について

時間	内容	登壇者紹介
11:30～	ご挨拶	グランフロント大阪 店長 坂本 克也
11:35	無印良品・良品計画について	経営企画部 IR課長 星野 弘
11:50	無印良品の隠れた取り組みのご紹介① 什器や備品の調達：再生ポリエチレ100% 使用マネキンの導入の裏側	売場開発部調達課長 下桶 邦明
12:00	無印良品の隠れた取り組みのご紹介② 月額定額サービスと中古品・新古品販売	循環推進部循環推進課長 高田 美樹
12:15	対話・ダイアログ	循環推進部循環推進課長 高田 美樹 売場開発部調達課長 下桶 邦明 グランフロント大阪 店長 坂本 克也 経営企画部 IR課長 星野 弘 お客様相談室長 赤峰 貴子
13:00	閉会	

無印良品・良品計画について

時間	内容	登壇者紹介
14:00～	ご挨拶	グランフロント大阪 店長 坂本 克也
14:05	無印良品・良品計画について	経営企画部 IR課長 星野 弘
14:20	無印良品の隠れた取り組みのご紹介① 什器や備品の調達：再生ポリエチレ100% 使用マネキンの導入の裏側	売場開発部調達課長 下桶 邦明
14:30	無印良品の隠れた取り組みのご紹介② 月額定額サービスと中古品・新古品販売	循環推進部循環推進課長 高田 美樹
14:45	対話・ダイアログ	循環推進部循環推進課長 高田 美樹 売場開発部調達課長 下桶 邦明 グランフロント大阪 店長 坂本 克也 経営企画部 IR課長 星野 弘 お客様相談室長 赤峰 貴子
15:30	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

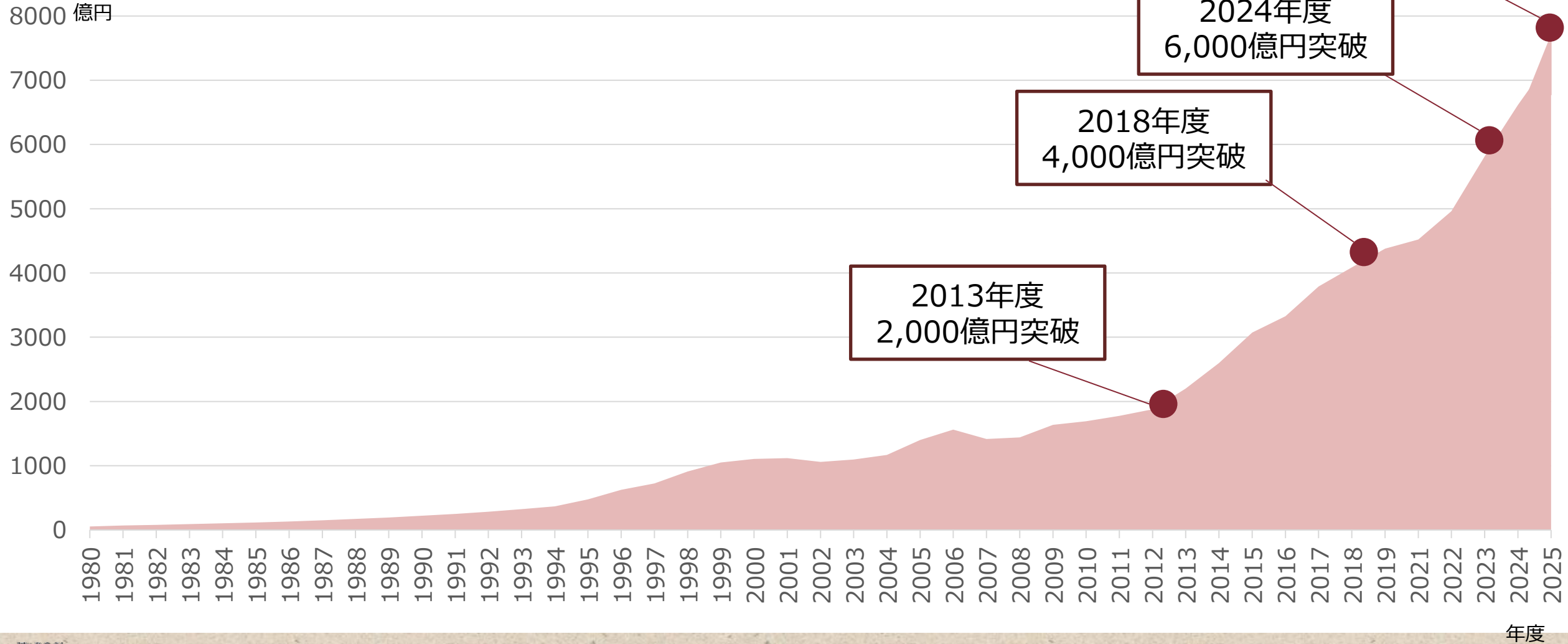
工程
の点検

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。

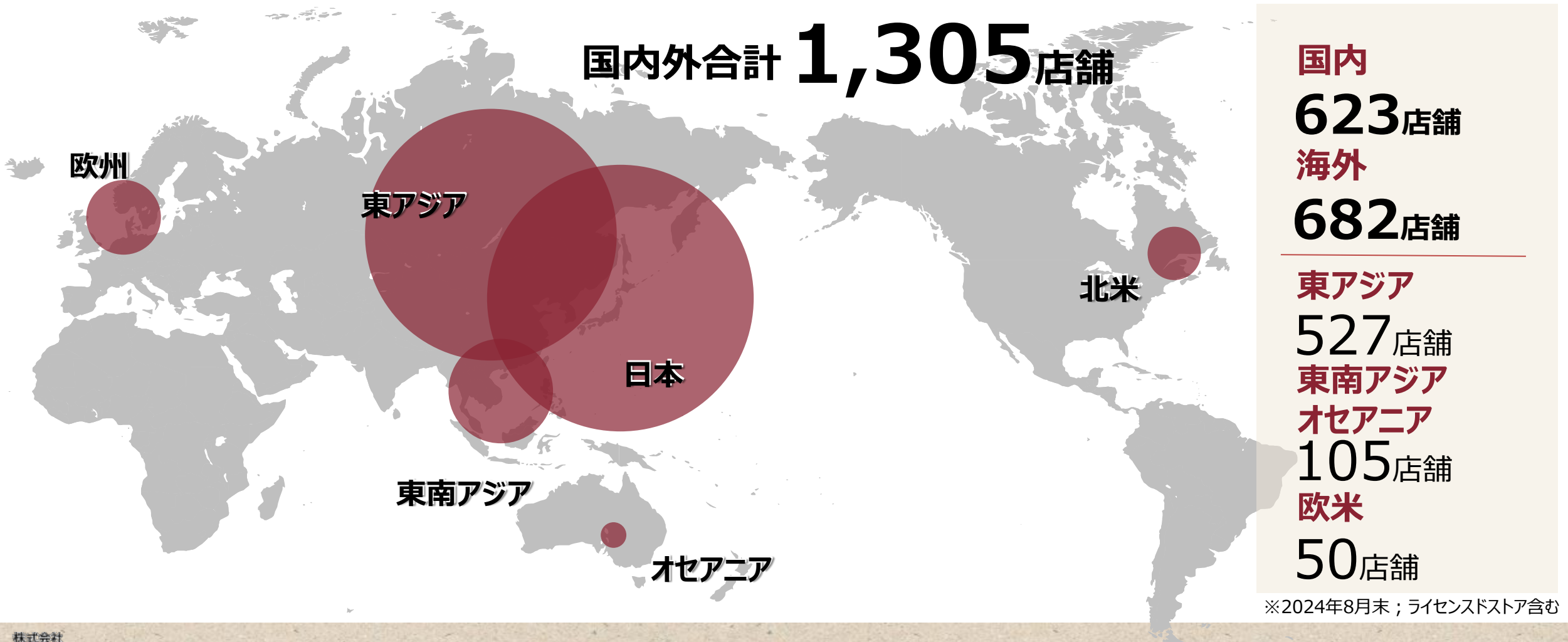
良品計画について

売上の推移



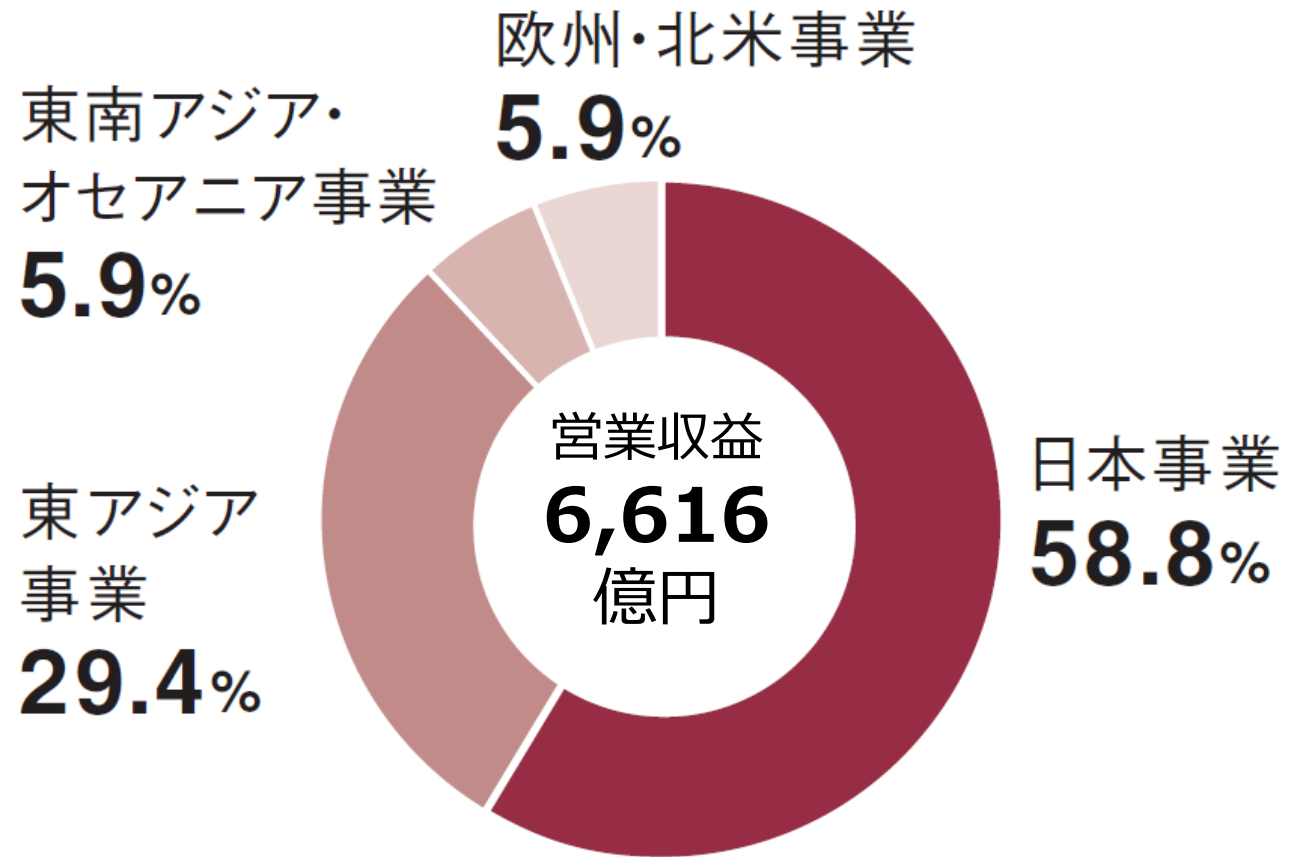
良品計画について

世界29の国と地域に無印良品を展開



良品計画について

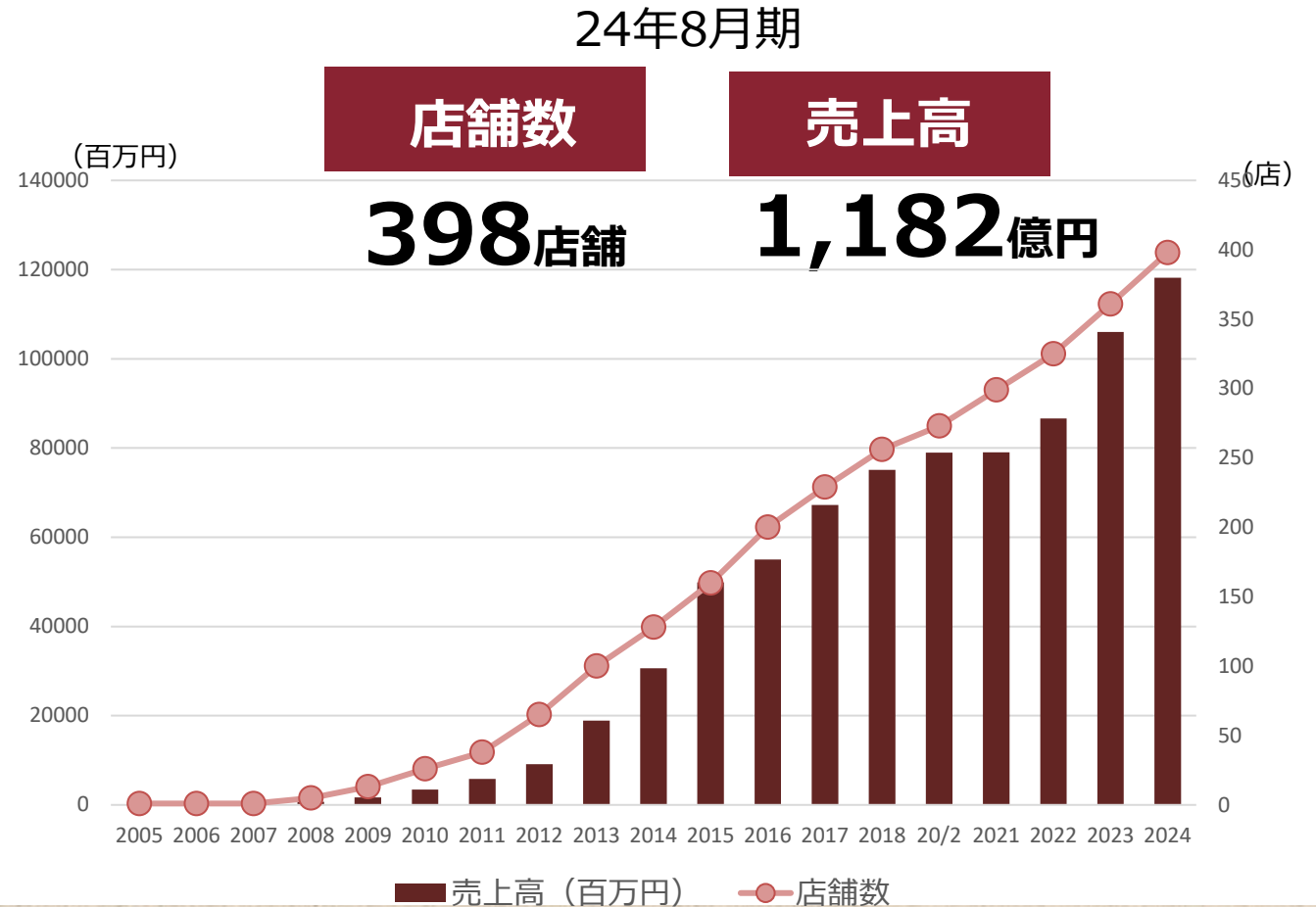
セグメント別・営業収益比率：海外収益比率40%



良品計画について

中国大陆事業のあゆみ

- 2005年に出店を開始し、2013年に100店を突破、2024年に400店規模に。売上は1,000億円規模に到達。



良品計画の目指す姿

企業理念

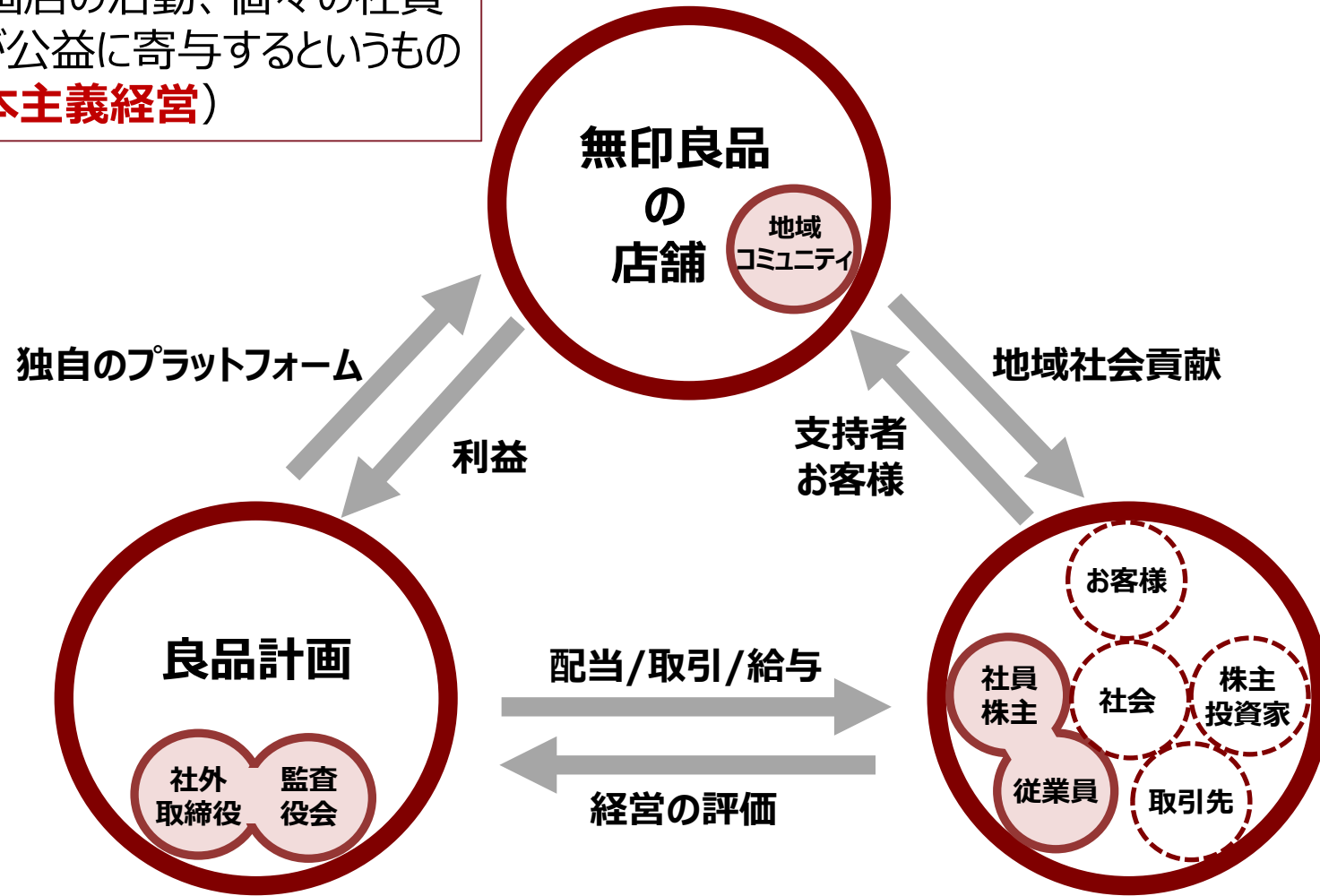
「人と自然とモノの望ましい関係と心豊かな人間社会」
を考えた商品、サービス、店舗、活動を通じて
「感じ良い暮らしと社会」の実現に貢献する。

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（新たなガバナンス構想）

オーナーシップを持った社員を事業活動の主役
に据え、地域に根ざした個店の活動、個々の社員
や事業関係者の活動が公益に寄与するというもの
(**公益人本主義経営**)



株主の皆様との関係づくり

株主とのつながり

株主総会・株主ミーティング／店舗での株主・ファンミーティングの開催

毎年11月23日の祝日に株主総会を行い、2024年は1,000名を超える方が会場およびオンラインにて参加。総会後、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。さらに全国の店舗にて株主・ファンミーティングを開催し、株主との対話を強化。



株主の皆様との関係づくり

株主とのつながり

株主限定ミーティングと懇親会の開催

2025年からこれまでの株主・ファンミーティングに加え、対象を株主の皆様に限定し、定員も拡大した形で株主ミーティングを全国各地で実施。より一層株主の皆様と当社社員、株主の皆様同士が対話できるよう、自社商品の軽食付きの懇親会も開催。1月に東京、2月大阪で計200名が参加。7月に福岡、8月に愛知でも開催予定。



株主の皆様との関係づくり

株主とのつながり

株主向けイベントの開催

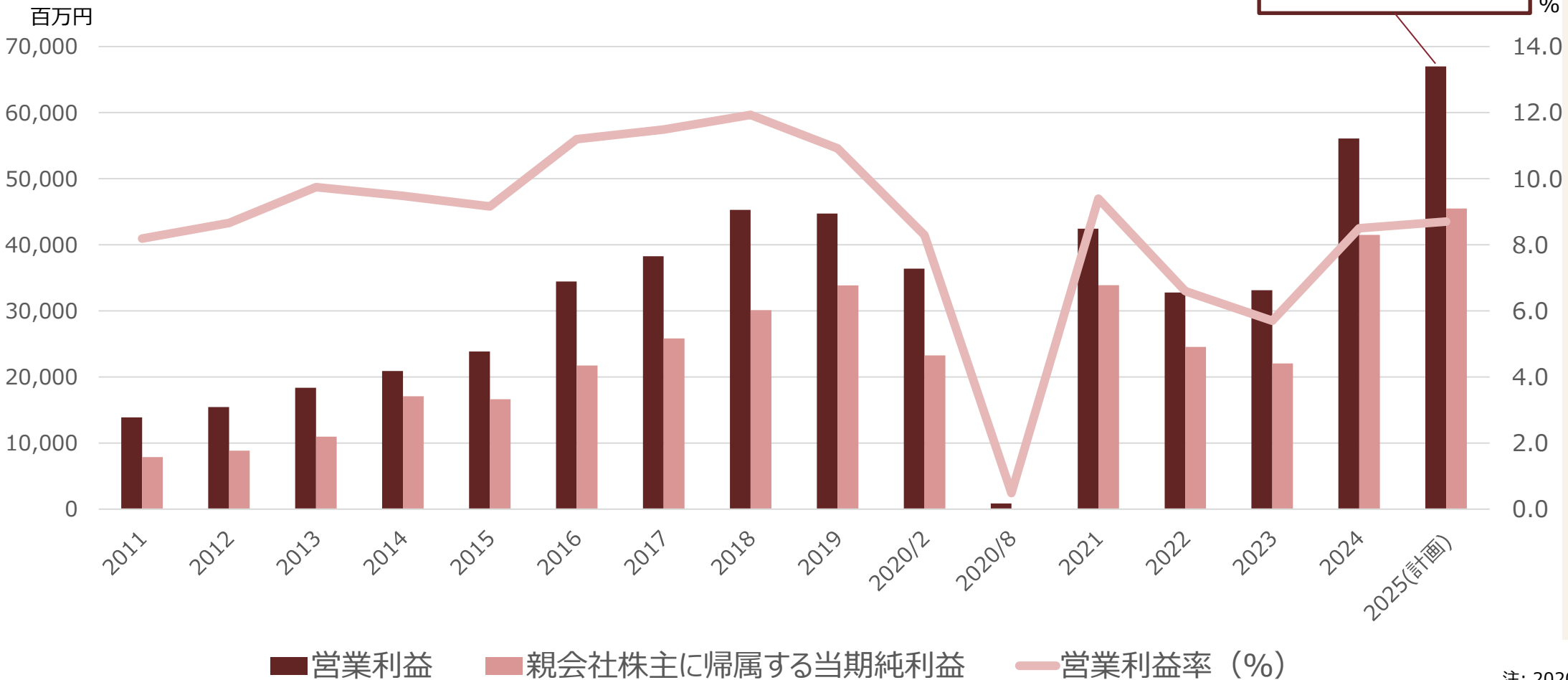
千葉県鴨川市にある鴨川里山トラストの田んぼ、及び無印良品みんなみの里にて、株主・ファン向けイベントを開催し、8組24名の方が参加。地域の営みを体感していただいた後、みんなみの里に移動し、地元食材を使用したランチを召し上がっていただきました。



財務情報

営業利益・当期純利益／営業利益率の推移

過去最高を更新
する見通し



**25年8月期
計画**

営業利益

670億円

**親会社株主
に帰属する
当期純利益**

455億円

営業利益率

8.7%

注: 2020年8月期は、決算期変更のため6か月の数値です。

株価推移（過去10年）

業績回復に伴い株価も上昇基調。2018年の上場来高値4,120円を更新し、5,000円に到達。
国内の既存店売上は2024年2月以降、前年を上回る。中国大陆の売上も好調を継続。



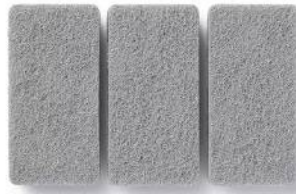
国内事業好調の背景

郊外を中心に生活圏での出店を強化し、売場面積や品揃えも拡大。来店客数増加に寄与。食品スーパーマーケットとの協働モデルや600坪店舗フォーマットを確立。



国内事業好調の背景

生活雑貨を中心とした商品力強化。スキンケアや日用消耗品の売上構成比が増加。マーケティング施策に連動し、既存顧客の来店増や新規顧客の流入に貢献。



★★★★★ 4.6 / 5 (2333件) ★★★★★ 4.4 / 5 (2113件) ★★★★★ 4.7 / 5 (484件) ★★★★★ 4.5 / 5 (1661件) ★★★★★ 4.6 / 5 (623件) ★★★★★ 4.5 / 5 (769件) ★★★★★ 4.6 / 5 (475件)

3ヶ年ローリング計画

※24年11月経営方針説明会公表時点

■ 営業収益、営業利益の年平均成長10%以上を目指す

- 27/8末の店舗数の前提は1,650店舗。年間純増数のペースは、国内60店舗、海外60店舗（中国大陸30店舗）の想定。国内の出店ペースを維持しながら、東南アジアの出店を加速。中国大陸はスクラップ&ビルドを推進。
- 既存店売上の伸長率（EC含む）は、年平均102%（国内103%、中国大陸101%）を前提条件とする。

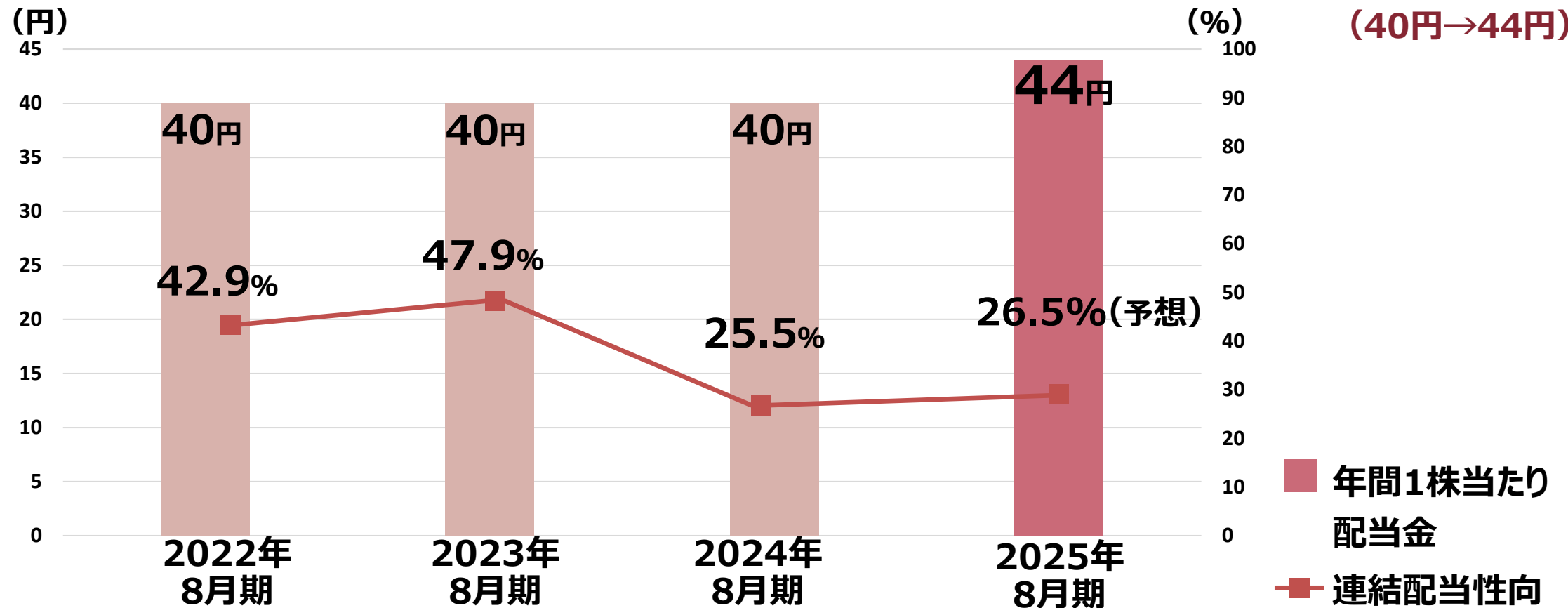
[単位：億円]	24/8期	25/8期		26/8期		27/8期		3ヶ年の 年平均 成長率
	実績	計画	前期比 (差)	計画	前期比 (差)	計画	前期比 (差)	
営 業 収 益	6,616	7,340	111%	8,000	109%	8,900	110%	10.0%
営 業 利 益	561	550	98%	680	124%	790	116%	12.1%
営 業 利 益 率	8.5%	7.5%	▲1.0%	8.5%	+1.0%	9.0%	+0.5%	-
ROA(総資産経常利益率)	11.6%	10.1%	▲1.5%	11.7%	+1.6%	12.5%	+0.7%	-
ROE(自己資本当期純利益率)	14.9%	12.4%	▲2.5%	12.9%	+0.5%	13.8%	+0.9%	-

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。

※2025年8月期1Q
決算時増配を発表
(40円→44円)



株主還元

株主優待

- 対象:毎年8月末または2月末時点で100株以上保有する株主の皆様
- 内容:お買い物 **7%割引（期間中は何回でも利用可）**

- 株主優待と配当を合わせた総利回りのイメージ

(前提) 優待割引率 7 %、1 株あたり配当金 44 円、4月末株価 (4,850円)

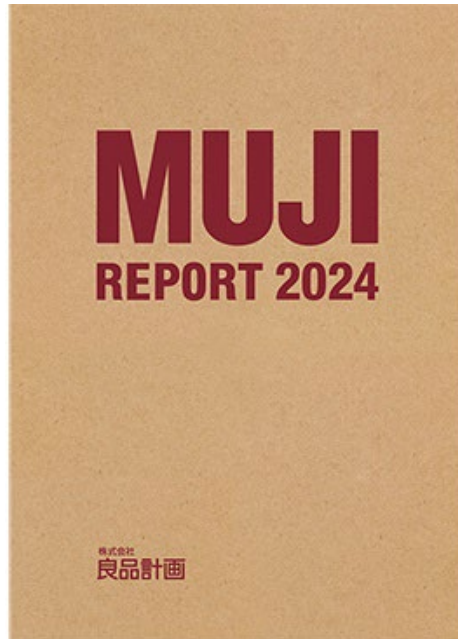
お買い物額	優待割引額 (円)	優待利回り	配当利回り	実質利回り (優待 + 配当)
5万円	3,500	0.7%	0.9%	1.6%
10万円	7,000	1.4%	0.9%	2.4%
20万円	14,000	2.9%	0.9%	3.8%



株主・投資家の皆さまへの情報開示

統合報告書「MUJI REPORT 2024」

当社の中長期的な価値創造に向けた目標や経営方針、事業の状況などを財務・非財務の両面からご紹介する統合報告書を3月に公開。



インフォグラフィック 数字で見る良品計画グループの今

【重要数値】売上高が過去5年間で約2.5倍に増加し、2024年1-3月期の売上高は前年同期比で約1.2倍に増加しました。また、営業利益も過去5年間で約2.5倍に増加し、2024年1-3月期の営業利益は前年同期比で約1.2倍に増加しました。

※売上高は、連結売上高（税引前）を指します。営業利益は、連結営業利益（税引前）を指します。

項目	2024年1-3月	2023年1-3月	2022年1-3月	2021年1-3月	2020年1-3月
売上高	6,616億円	5,561億円	4,444億円	3,555億円	2,800億円
営業利益	561億円	461億円	361億円	261億円	161億円
経常利益	14.9%	13.6%	12.3%	11.0%	9.7%
ROE	14.9%	13.6%	12.3%	11.0%	9.7%

※ROEは、連結ROE（税引前）を指します。

経営に注力する数値

項目	2024年1-3月	2023年1-3月	2022年1-3月	2021年1-3月	2020年1-3月
売上高	6,616億円	5,561億円	4,444億円	3,555億円	2,800億円
営業利益	561億円	461億円	361億円	261億円	161億円
経常利益	14.9%	13.6%	12.3%	11.0%	9.7%
ROE	14.9%	13.6%	12.3%	11.0%	9.7%

環境・社会に関する数値

項目	2024年1-3月	2023年1-3月	2022年1-3月	2021年1-3月	2020年1-3月
売上高	6,616億円	5,561億円	4,444億円	3,555億円	2,800億円
営業利益	561億円	461億円	361億円	261億円	161億円
経常利益	14.9%	13.6%	12.3%	11.0%	9.7%
ROE	14.9%	13.6%	12.3%	11.0%	9.7%

企業価値向上に向けて 社長メッセージ

2つの夢の実現に向けた取り組みを力強く進め、世界でのさらなる成長に挑戦します。

「良品計画は、世界中の人々から愛され、信頼されるブランドになることを目指しています。そのためには、製品だけでなく、サービスやコミュニケーションも大切だと考えています。これからも、お客様に最高の体験を提供するために、全力で取り組んでまいります。」

企業価値向上に向けて 経営方針

経営方針は、中期経営計画（2024-2026年）に基づき、以下の通りです。

- 1. 売上高の拡大：国内外市場での売上高を拡大し、収益性を向上させる。
- 2. 利益性の向上：コスト削減と効率化を進め、利益性を向上させる。
- 3. 環境・社会への貢献：環境負荷の低減と社会貢献を推進し、持続可能な成長を実現する。

環境・社会に関する数値

項目	2024年1-3月	2023年1-3月	2022年1-3月	2021年1-3月	2020年1-3月
売上高	6,616億円	5,561億円	4,444億円	3,555億円	2,800億円
営業利益	561億円	461億円	361億円	261億円	161億円
経常利益	14.9%	13.6%	12.3%	11.0%	9.7%
ROE	14.9%	13.6%	12.3%	11.0%	9.7%

企業価値向上に向けて 経営方針

経営方針は、中期経営計画（2024-2026年）に基づき、以下の通りです。

- 1. 売上高の拡大：国内外市場での売上高を拡大し、収益性を向上させる。
- 2. 利益性の向上：コスト削減と効率化を進め、利益性を向上させる。
- 3. 環境・社会への貢献：環境負荷の低減と社会貢献を推進し、持続可能な成長を実現する。

環境・社会に関する数値

項目	2024年1-3月	2023年1-3月	2022年1-3月	2021年1-3月	2020年1-3月
売上高	6,616億円	5,561億円	4,444億円	3,555億円	2,800億円
営業利益	561億円	461億円	361億円	261億円	161億円
経常利益	14.9%	13.6%	12.3%	11.0%	9.7%
ROE	14.9%	13.6%	12.3%	11.0%	9.7%

企業価値向上に向けて 経営方針

経営方針は、中期経営計画（2024-2026年）に基づき、以下の通りです。

- 1. 売上高の拡大：国内外市場での売上高を拡大し、収益性を向上させる。
- 2. 利益性の向上：コスト削減と効率化を進め、利益性を向上させる。
- 3. 環境・社会への貢献：環境負荷の低減と社会貢献を推進し、持続可能な成長を実現する。

環境・社会に関する数値

項目	2024年1-3月	2023年1-3月	2022年1-3月	2021年1-3月	2020年1-3月
売上高	6,616億円	5,561億円	4,444億円	3,555億円	2,800億円
営業利益	561億円	461億円	361億円	261億円	161億円
経常利益	14.9%	13.6%	12.3%	11.0%	9.7%
ROE	14.9%	13.6%	12.3%	11.0%	9.7%

株主・投資家の皆さまへの情報開示

「IRメール配信サービス」

株主や個人投資家の皆様への情報提供の一環として、メール配信サービスを行っております。ご登録いただいた皆様に、当社に関する各種情報をタイムリーにお届けする無料のメールマガジンです。ぜひご登録ください。



<https://www.ryohin-keikaku.jp/ir/registration/>

IR情報

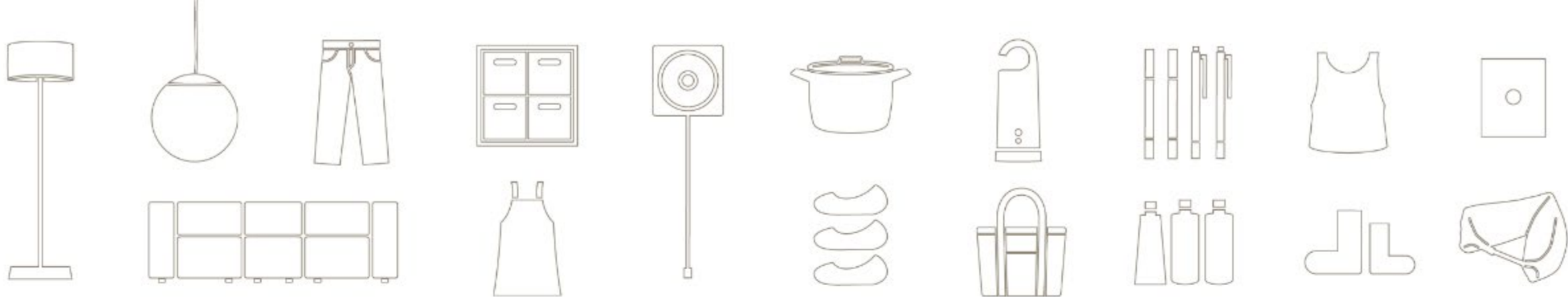
- 適時開示情報
- 決算関連資料
- 月次国内、海外売上概況更新のお知らせ
- その他IRトピックス

企業情報

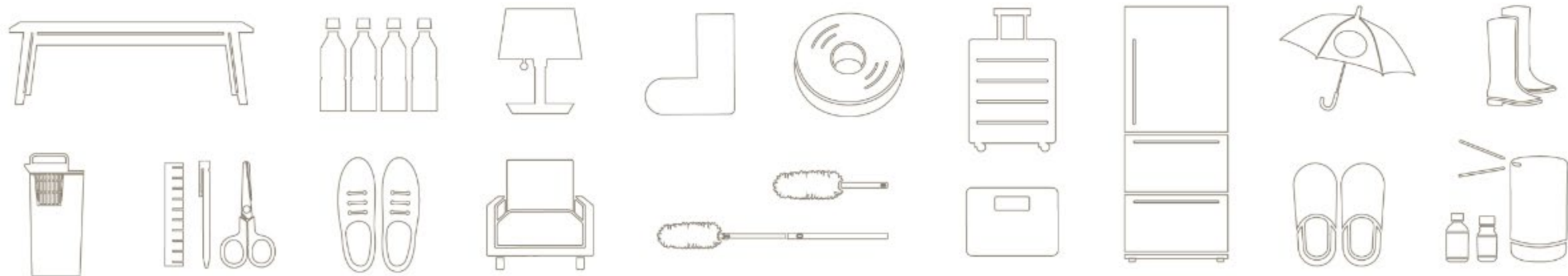
- テレビ放映のお知らせ
- 無印良品週間開催のお知らせ
- その他キャンペーンのお知らせ

イベント情報

- 店舗開催の「株主・ファンミーティング」のご案内
- 株主限定「株主ミーティング」のご案内
- メール配信サービス登録者限定イベントのご案内



無印良品の隠れた取り組み
～什器や備品の調達～
再生ポリエチレン100%使用マネキンの導入の裏側



登壇者



株式会社 良品計画
売場開発部 調達課

下桶 邦明

2006年	建材メーカー 住宅内装建材	商品開発担当
2010年	無印良品 アリオ亀有	パートナースタッフ
2012年	無印良品 ルミネ北千住	社員・店長代行
2015年	無印良品 イオンタウン守谷	店長
2016年	無印良品 イオンモール土浦	店長
2017年	無印良品 津田沼パルコ	店長
2018年	無印良品 イオンモール札幌発寒	ブロック店長
2019年	販売部 北日本エリア北海道 1 ブロック	ブロックマネージャー
2020年	空間設計部 店舗設計課	店舗設計担当
2023年	売場開発部 施設管理調達課	課長
2024年	売場開発部 調達課	課長

売場開発部の役割

良品計画の 二つの使命

良品計画の第一の使命は、誠実な品質と倫理的な意味を持ち、生活に欠かせない基本商品群、サービス群を、誰もが手に取りやすい適正な価格で提供することです。

良品計画の第二の使命は、展開する店舗が、地域のコミュニティセンターとしての役割を持ち、地域のステークホルダーの皆様と共に、地域課題に対して取り組み、地域への良いインパクトを実現することです。

売場開発部

店舗設計課

無印良品店舗の新店改装店の内外装デザイン、レイアウト設計

調達課

無印良品店舗の標準化された什器備品、消耗品の開発、在庫、納品管理

施設管理課

無印良品既存店の維持管理、小規模改装対応

売場開発部調達課の仕事

調達課の業務範囲外：個店独自の什器や内装造作材など



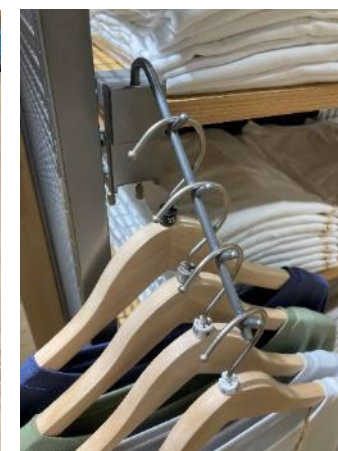
売場開発部調達課の仕事

調達課の業務範囲：全店や多数の店舗で大量に永続的に使用する什器や備品、消耗品→約2000品番



売場開発部調達課の仕事

調達課の業務範囲：全店や多数の店舗で大量に永続的に使用する什器や備品、消耗品→約2000品番



リサイクルマネキン開発について



ヘッドがなくて雑貨がコーディネートできない！

スタイルが悪くて商品がよく見えない！

傾いてしまっている！

すぐ割れる！（パーツ対応不可）

梱包材が山ほどゴミなる！

FRP素材は生産者にとっても有害！

リサイクルマネキン開発について



ヘッドをつける

スタイルを改善する

傾かないようにする

壊れにくくする

梱包材を削減する

リサイクル素材を使う

今より安く仕入れる

既存マネキンの回収・
リサイクルスキームを構築する

リサイクルマネキン開発について



News Release

<https://www.ryohin-keikaku.jp/>

2024 年 6 月 17 日

再生ポリエチレンを 100%使用したマネキン導入のお知らせ
店舗什器備品における資源循環の推進



無印良品らしいヘッド

無印良品の服が最もよく見えるスタイル

1品1品検品して姿勢を調整

軽くて丈夫（パーツ対応可）

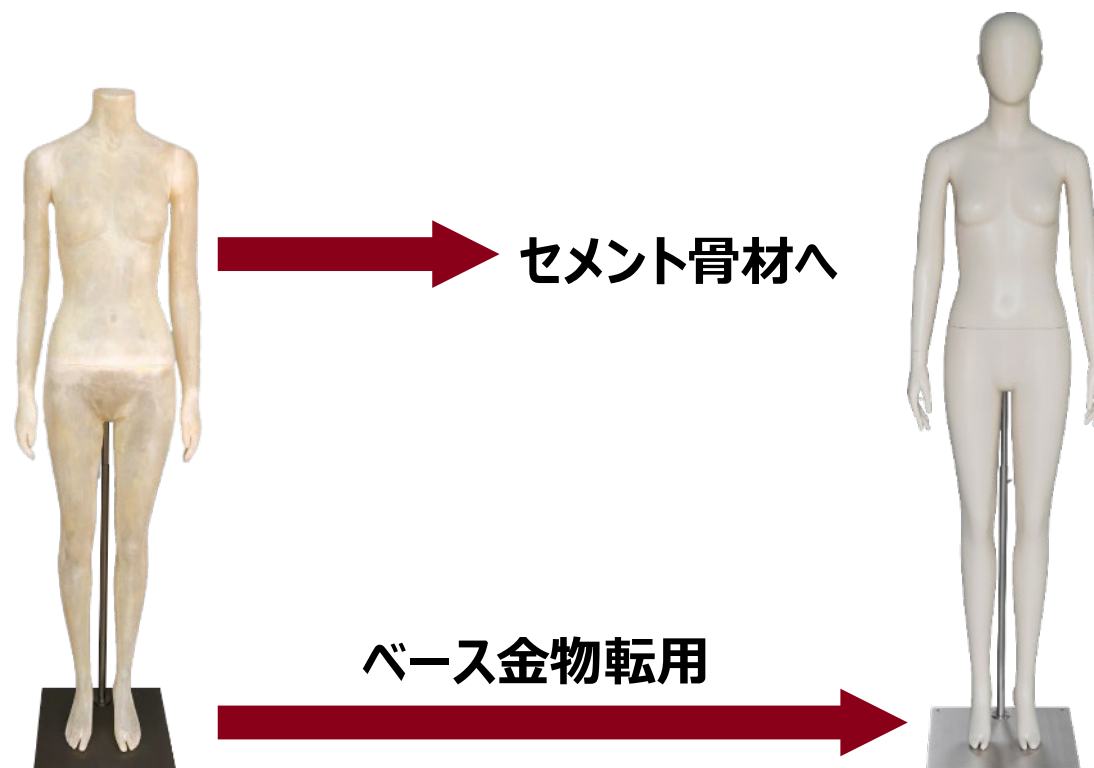
95%プラスチック梱包材削減

再生ポリエチレン100%

リサイクルマネキン開発について



- ・20%コストダウン
- ・既存マネキンのリサイクルスキーム確立



リサイクルマネキン開発について



FRP（繊維強化プラスチック）22t/年の削減
プラスチック梱包材4t/年の削減



リサイクルマネキン開発について

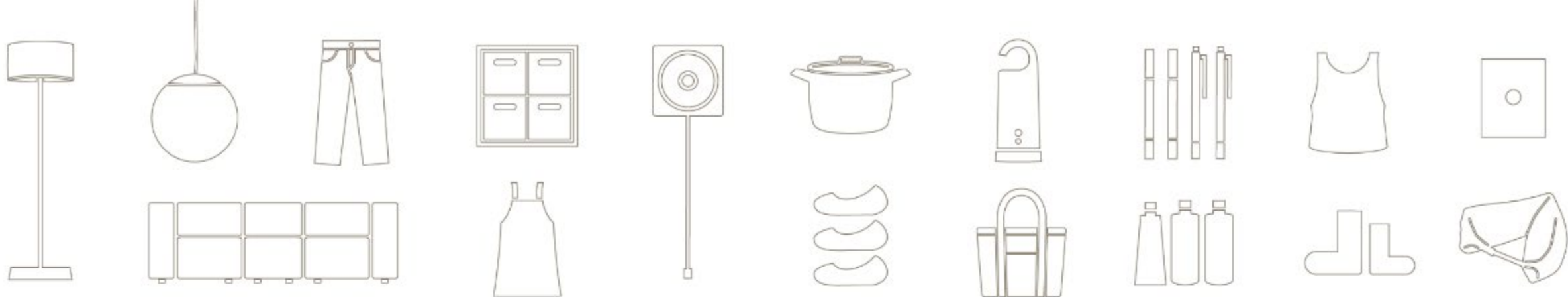


2024年11月20日

無印良品店舗の商品陳列用什器（棚板）で国産木材の使用を開始

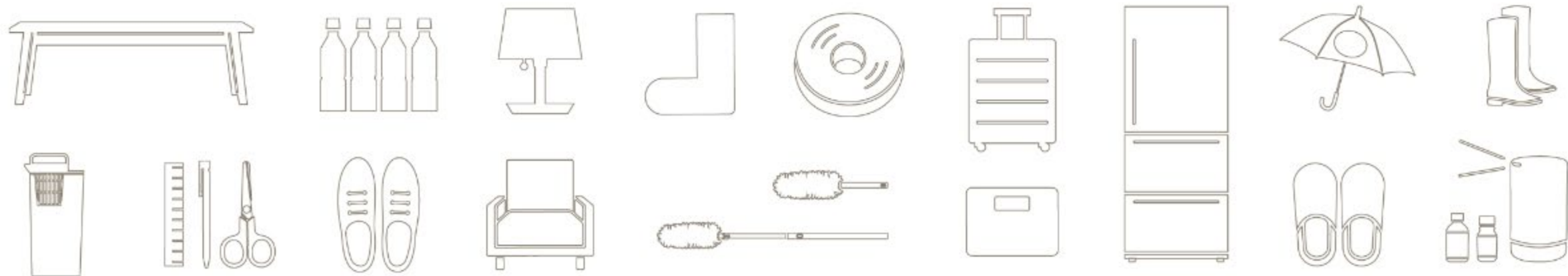
森林サイクルに合わせた木材の適正使用で林業の安定と森林保護を目指す





無印良品の隠れた取り組み

～月額定額サービスと中古品・新古品販売～



創業当初から変わらない、無印良品の「ものづくり」の考え方

- 1980年の創業以来、地球環境や生産者に配慮した素材を選び、無駄を省いた「ものづくり」にこだわってきた

3つの視点

～ものづくりの基本となる考え方～

素材の選択



工程の点検



包装の簡略化



生活者の視点を踏まえた、使いやすく、長く使える「ものづくり」へ

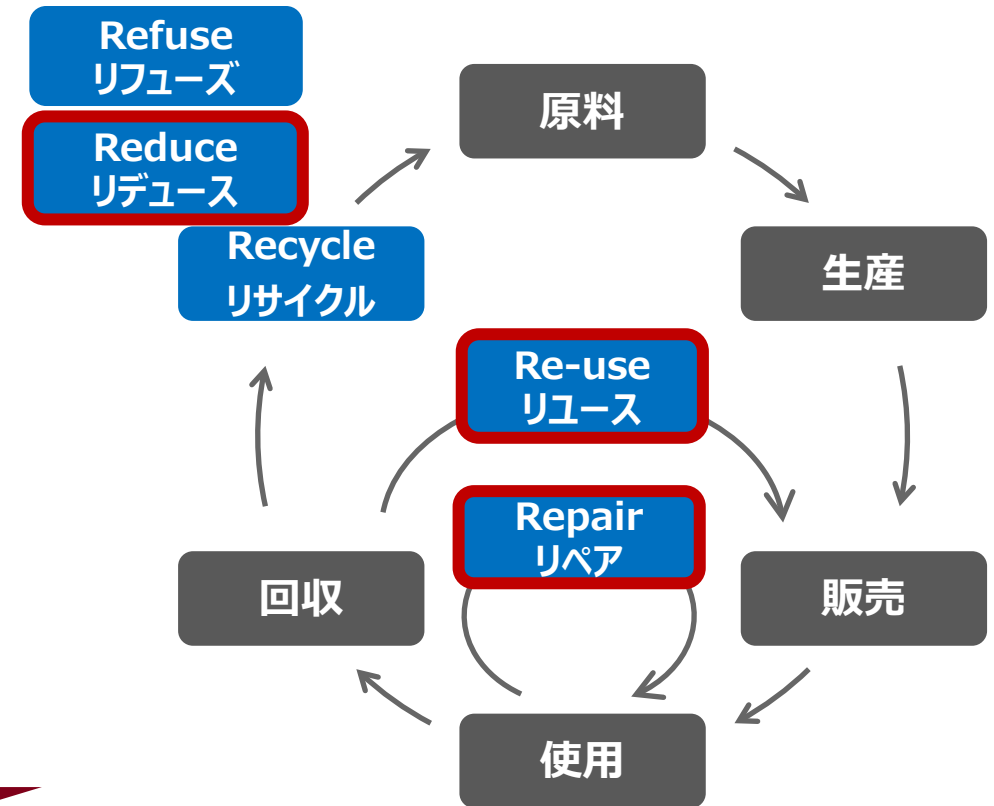
無印良品が目指す、「循環型社会」の消費のかたちとは

- 生活者も持続可能なライフスタイルへの転換が求められている中で、これからは、「使い終わった商品を廃棄するのではなく、**「できる限り資源として循環させる取組み」**を強化していきたい

これまでの消費のかたち (リニアエコノミー)



これからの消費のかたち (サーキュラーエコノミー)



お客さま、地域社会、行政など、関わるすべての皆様と、ともに構築

無印良品の資源循環の取組

- 役目を終えた無印良品の商品を**資源として回収**し、衣料品・生活雑貨の**リユース**、衣料品・プラスチック商品**リサイクル**実施、**わけあり品**販売、そして家具を中心とした**月額定額サービス**を運営しています

リユース



リサイクル



わけあり品販売



月額定額サービス



「月額定額サービス」

無印良品の家具を必要な期間、手頃な月額定額料金で利用できるサービスです。
期間満了後は、そのまま買い取っていただくことも可能です。

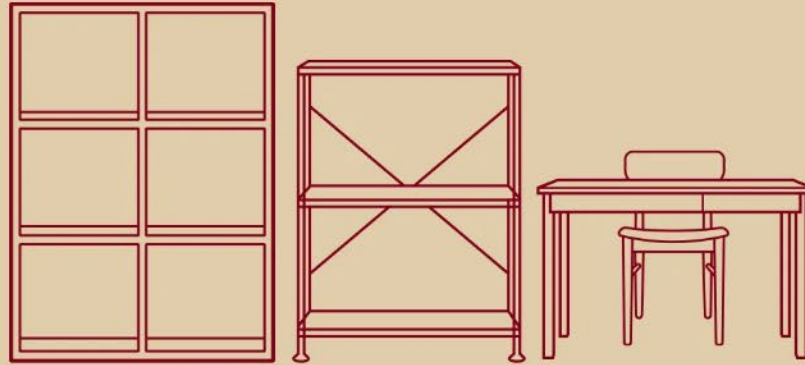
「必要なモノ」を「必要な期間」だけ

1年

2年

3年

4年

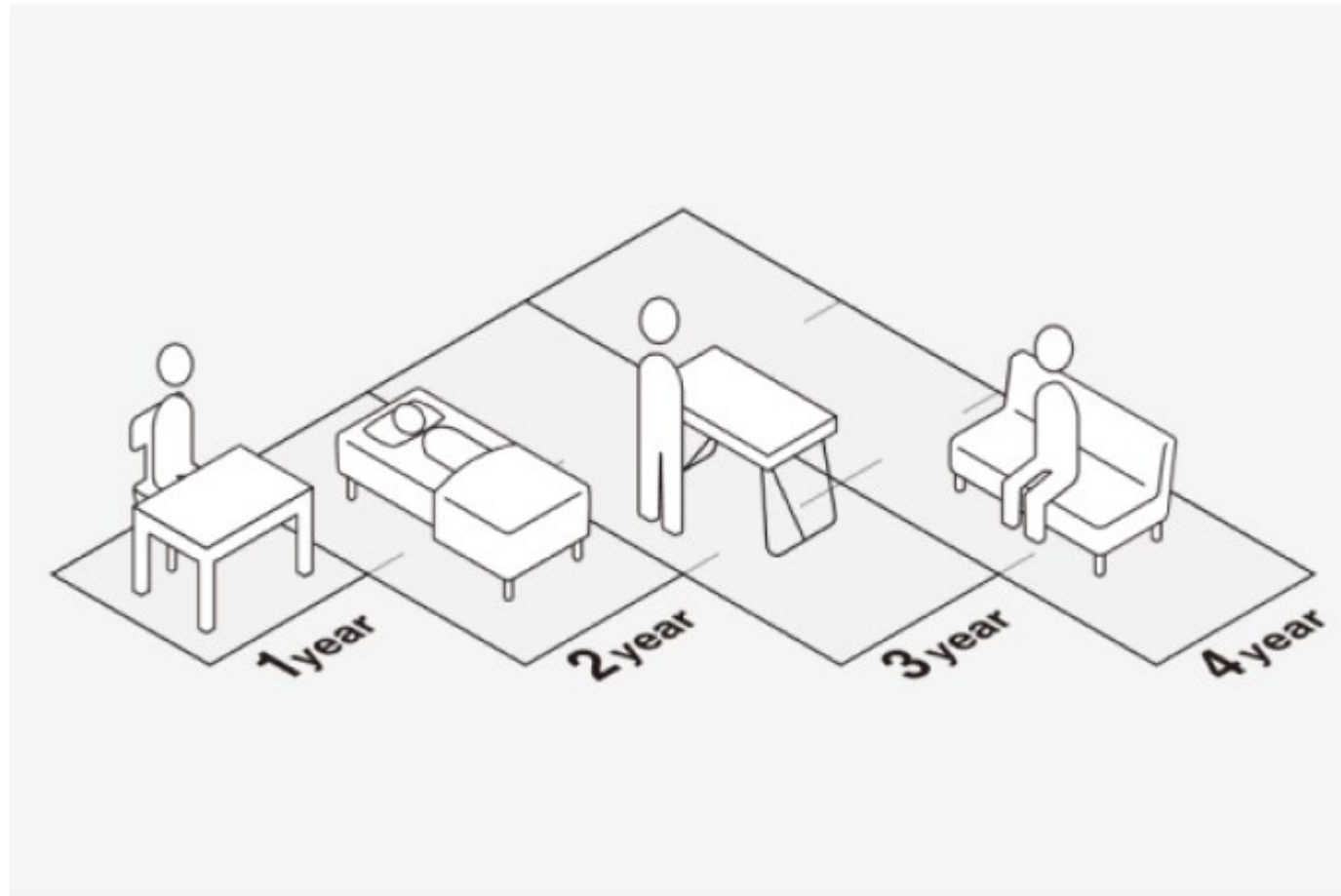


家具を借りる、
くらしが変わる。

「月額定額サービス」

特徴① 「必要なモノ」を「必要な期間」だけ

期間は、1年／2年／3年／4年のプランをご用意しており、年契約・月額定額お支払いとなります。



「月額定額サービス」



4年間だけ一人暮らし。家具の廃棄を考えると憂鬱。

単身赴任や進学など、決まった期間の転居のとき、大型家具を購入するのは躊躇してしまいますね。月額定額サービスは契約期間満了後、返却の場合は回収にお伺いしますので処分について悩む必要がありません。



家具選びに失敗するのが嫌で購入を悩んでしまう。

月額定額サービスの家具のご利用期間は最短1年から。契約期間満了後は買い取りもできるので、お試し感覚でご利用いただけます。



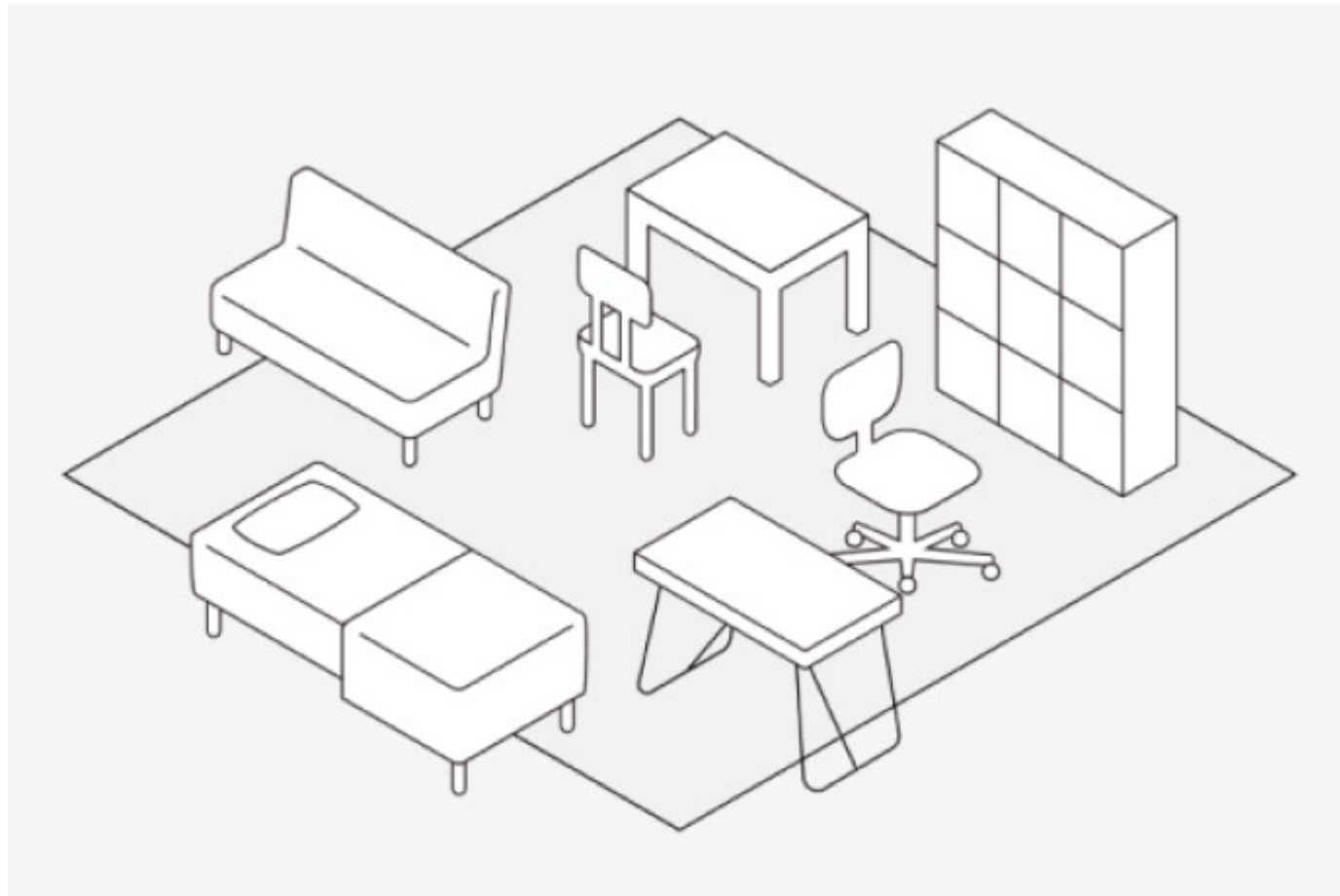
出産に向けて、なるべく費用はかけずにベビー用品を準備したい。

月額定額サービスには、ベビーベッドなどベビー用品のご用意もございます。短い期間必要なものに、ぜひご利用ください。

「月額定額サービス」

特徴② 手軽な料金設定

大きな初期費用を支払うことなく、くらしの基本となる家具を、お手頃な月額利用料金と配送料のみでご利用いただけます。



コーディネート事例

ワンルームにおすすめの家具



脚付マットレス・ポケットコイル・シングル+木製脚20cm

月額 **700円**～



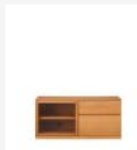
木製テーブル・引出付・幅80cm・節あり

月額 **1,200円**～



ラウンドチェア・オーク材

月額 **400円**～



木製AVラック・幅110cm・オーク材突板

月額 **800円**～



スチールユニットシェルフ・スチール棚セット・ワイド・中・ライトグレー

月額 **300円**～

合計 月額利用料金

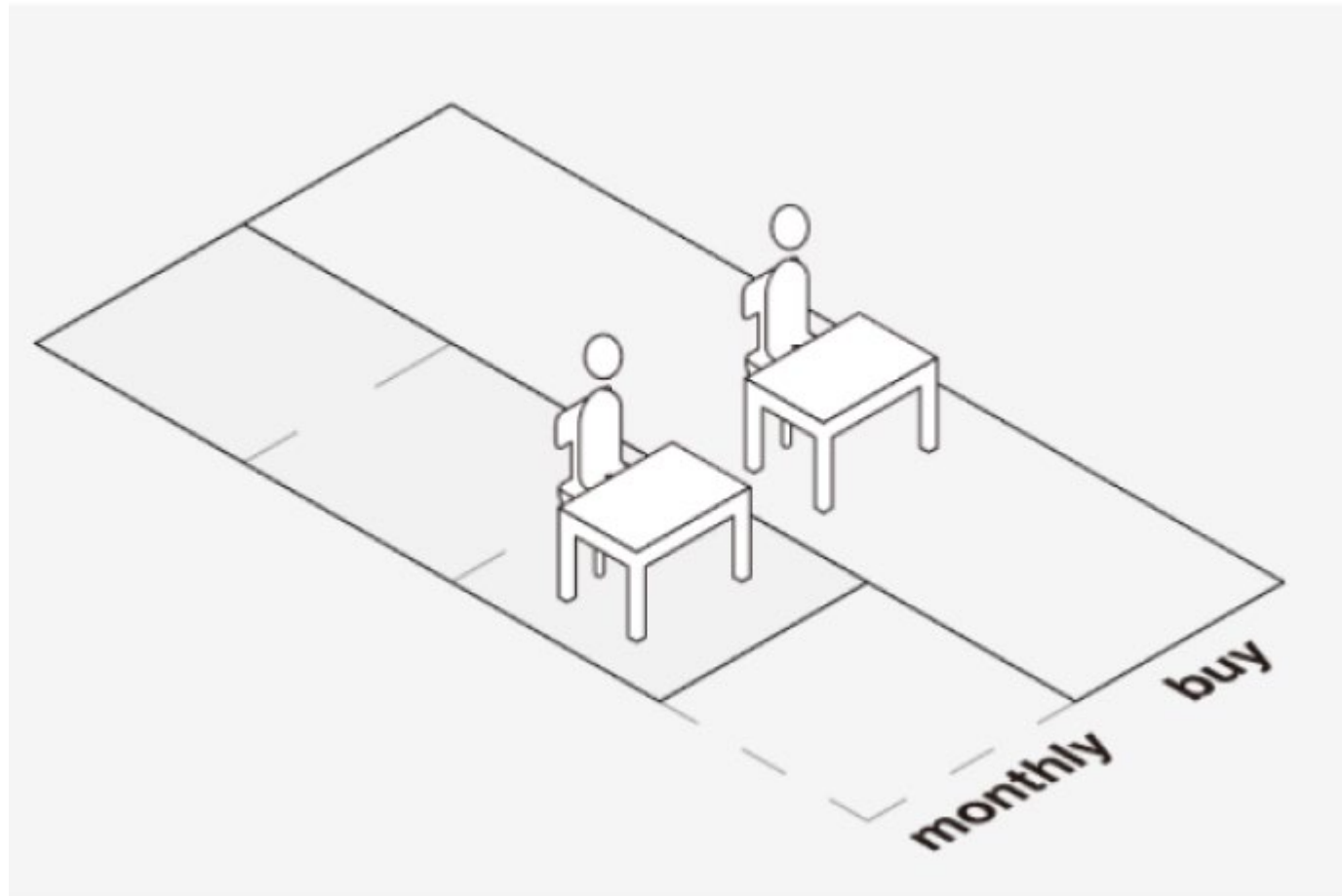
3,400円（4年契約時）



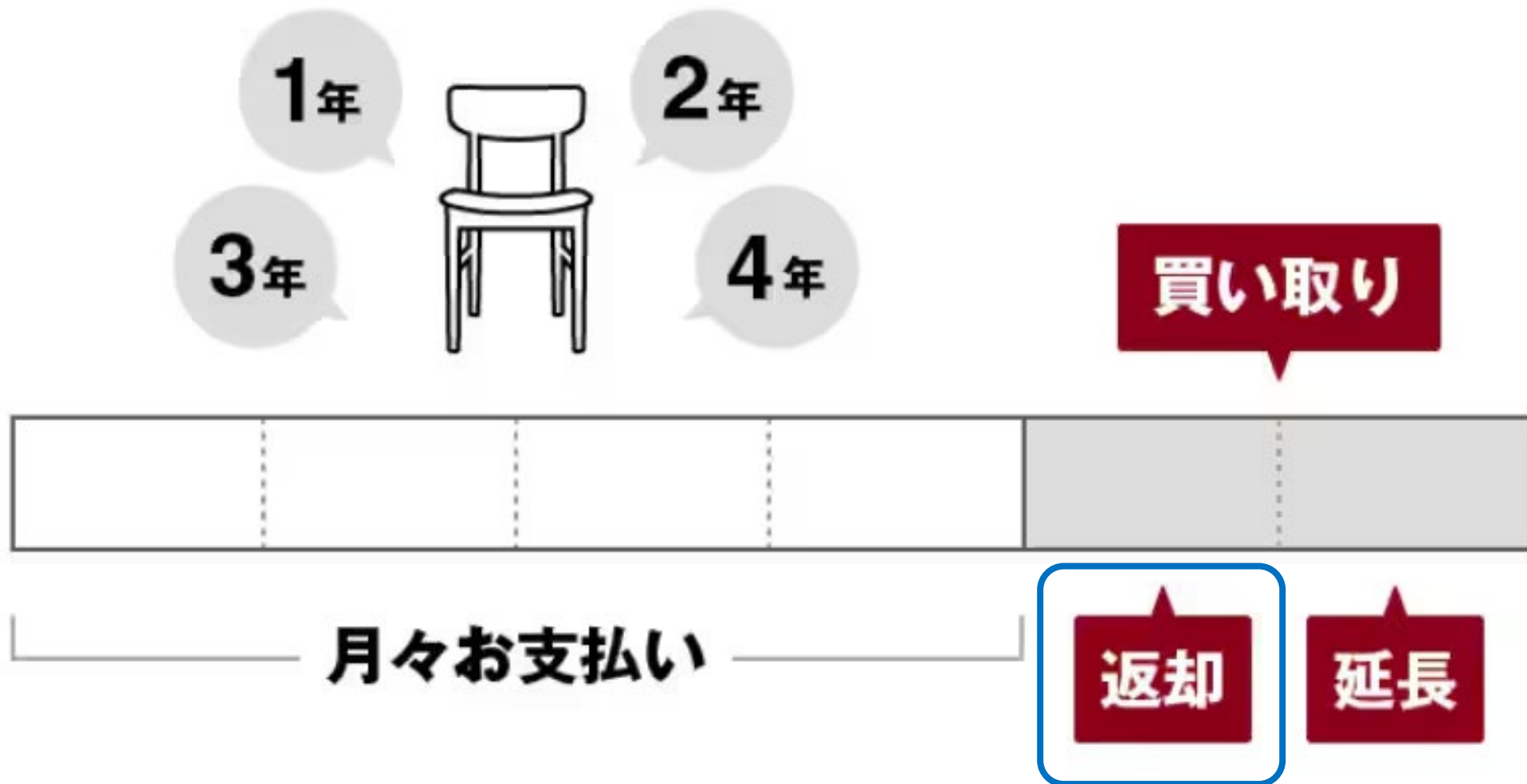
「月額定額サービス」

特徴③ 買ってもよし。借りてもよし。

使ってみて気に入ったら買い取りや期間の延長も可能。返却時は回収に伺いますので、処分について悩む必要もありません。



「月額定額サービス」



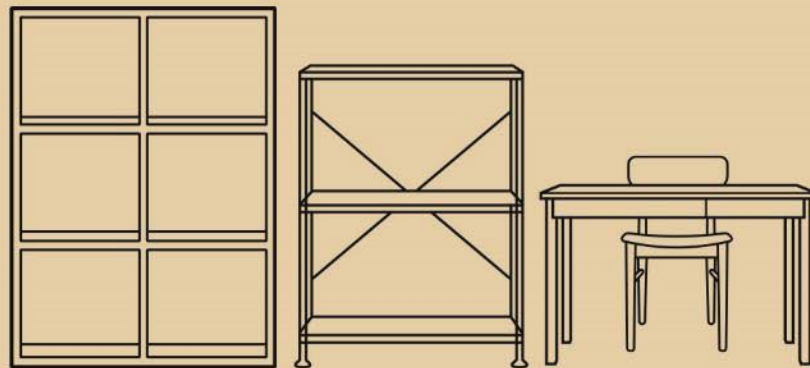
「もったいない市」

「もったいない」という思いから、傷・汚れによる戻り品でも、まだ十分使える商品をお買い得な価格で販売する取組です。
月額定額サービスで使用し返却された家具については、中古品として販売しています。

新古品

通常価格から

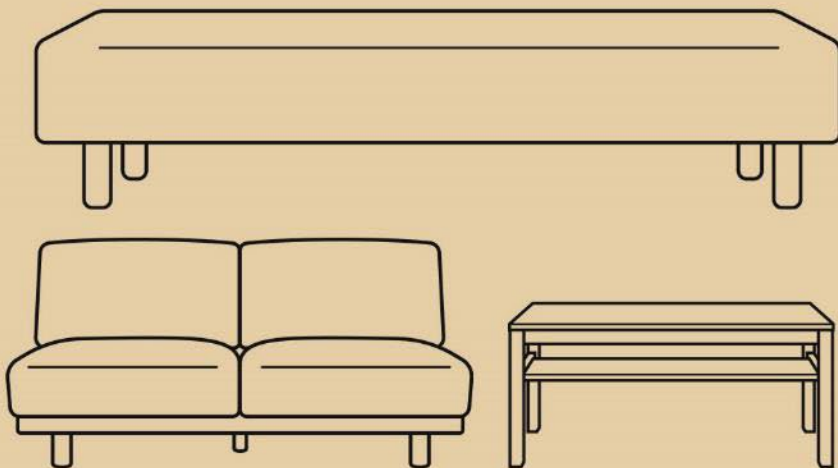
15%
オフ



中古品

通常価格から

30%
オフ



ワケありの商品を販売いたします。
もったいない市

※これらの商品は配送可能地域が限定されています。

「もったいない市」

新古品

一度出荷され開封および設置致しましたが、返品となった商品です。
運搬等による細かな傷や汚れがある場合があります。

通常価格の
15%OFF

中古品

お客さまが使用した商品を引き取りしたものです。
傷や汚れはありますが使用に問題はありません。
消耗したパーツは一部交換しています。

通常価格の
30%OFF

<配送可能地域>

北海道・青森・秋田・岩手・山形・宮城・福島・群馬・栃木・茨城・東京・埼玉・千葉・神奈川・静岡・山梨・長野・新潟・富山
※ 一部離島をのぞく

「もったいない市」 中古品

特徴① 消耗パーツの交換

脚付マットレスはお届け前に、新品カバーに交換しています。



「もったいない市」 中古品

特徴② 傷や汚れ、荷姿は一例を掲載

個別の傷や汚れの撮影確認を省き、一例の掲載でご理解いただき購入いただくことで低価格の提供を実現しています。

汚れ



日焼け



すり傷・擦れ・打痕



フェルト剥がし済み



お届け時の梱包



「もったいない市」 中古品

特徴③ 返品・キャンセル・交換不可

現物を見ないで購入し、返品・キャンセル・交換もできないけれど、信頼を積み重ねていく努力をします。

【中古品】 脚付マットレス・高密度ポケットコイル・シングル (洗えるカバー)



★★★★★ 4.7 / 5

レビュー18件

中古品ということで悩みに悩みましたが、子供の一時的な使用に購入しました。結果傷もなく、マットレスも使用感なく、買って良かったです。

ポケットコイルは柔らかめなので、子供に向いていました。
中古品という名前はマイナスイメージがあるかもしれませんが再利用大事ですね。

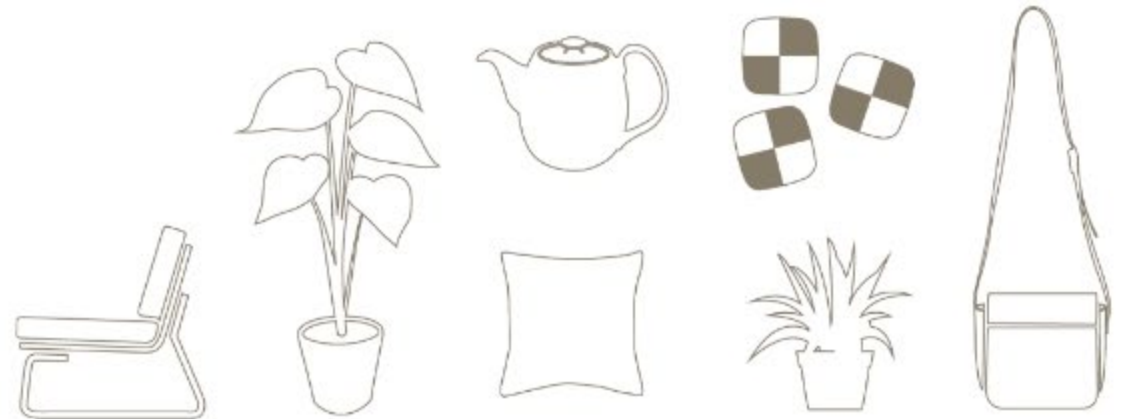
他の皆さんと同じく中古品を購入することに悩みましたが、無印良品さんは大型家具のレンタルを行なっているので、短期間使用したレンタル落ちかなと思いながら購入してみました。（←確認はとっていません）届いた品物はカバーも新品に変えてあり、使用に全く問題がないものでした。

※商品レビューより一部抜粋

ご清聴ありがとうございました



無印良品の商品やサービス、当社の経営について、
皆様の声をお聞かせください！

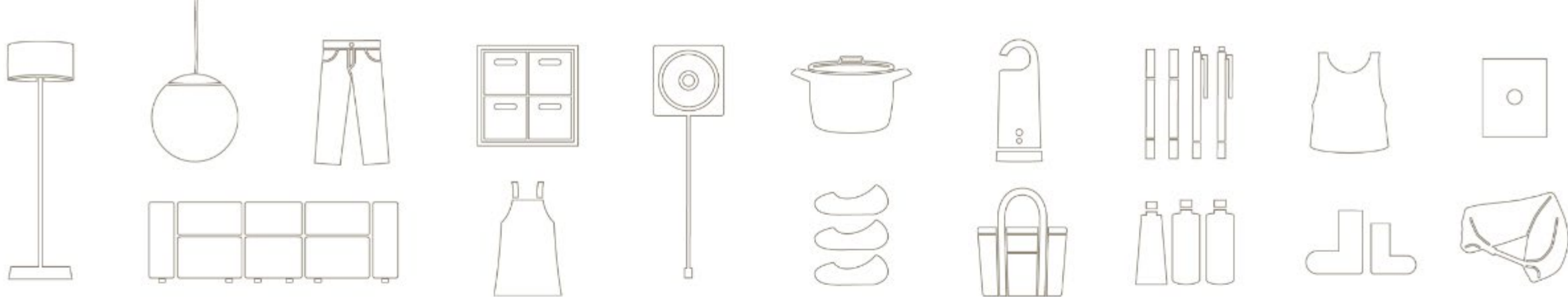


アンケートのお願い

本日はお越しいただき、ありがとうございます。
今後の運営の参考にさせていただきたく、
アンケートにご協力いただけますと幸いです。



QRコードを読み込み、ご回答いただくか、
QRコードをつけたアンケートカードを
配布しておりますので、
後日の回答でも問題ございません。
どうぞよろしくお願いいたします。



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。

