

株主ミーティング 「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



木村 大輔

株式会社良品計画
無印良品 銀座 総店長



星野 弘

株式会社良品計画
経営企画部IR課 課長

本日のアジェンダ

時間	内容	登壇者紹介
19:00～	無印良品・良品計画について	経営企画部IR課 課長 星野 弘
19:15～	銀座店の取組みについて	無印良品 銀座 総店長 木村 大輔
19:30～	対話・ダイアログ	無印良品 銀座 総店長 木村 大輔 経営企画部IR課 課長 星野 弘
20:30	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

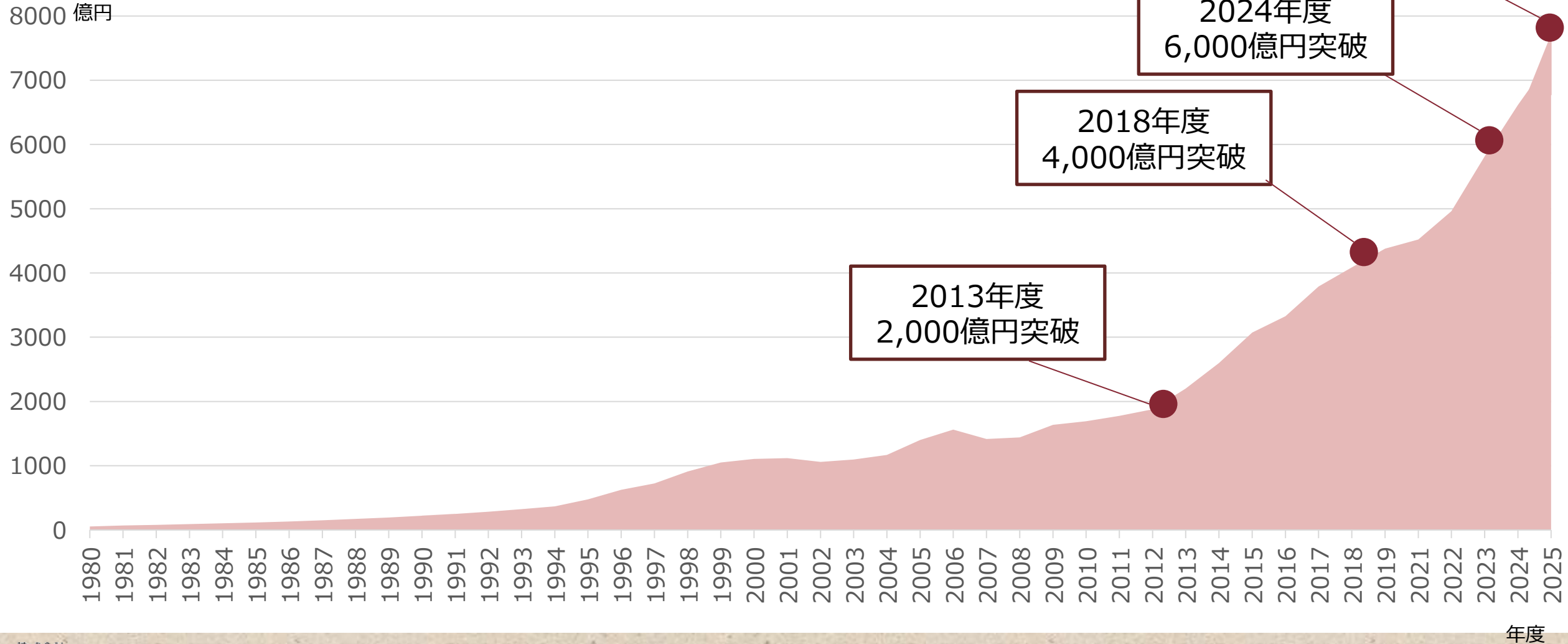
工程
の点検

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。

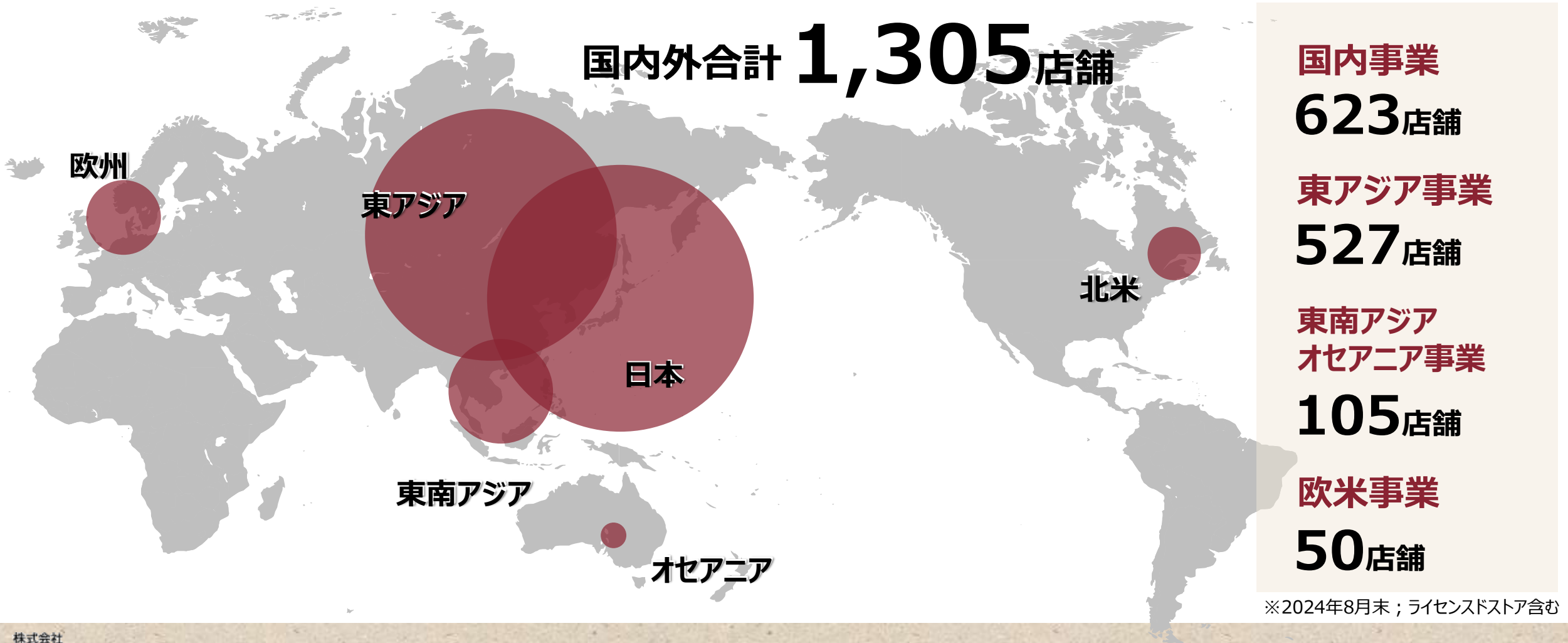
良品計画について

売上の推移



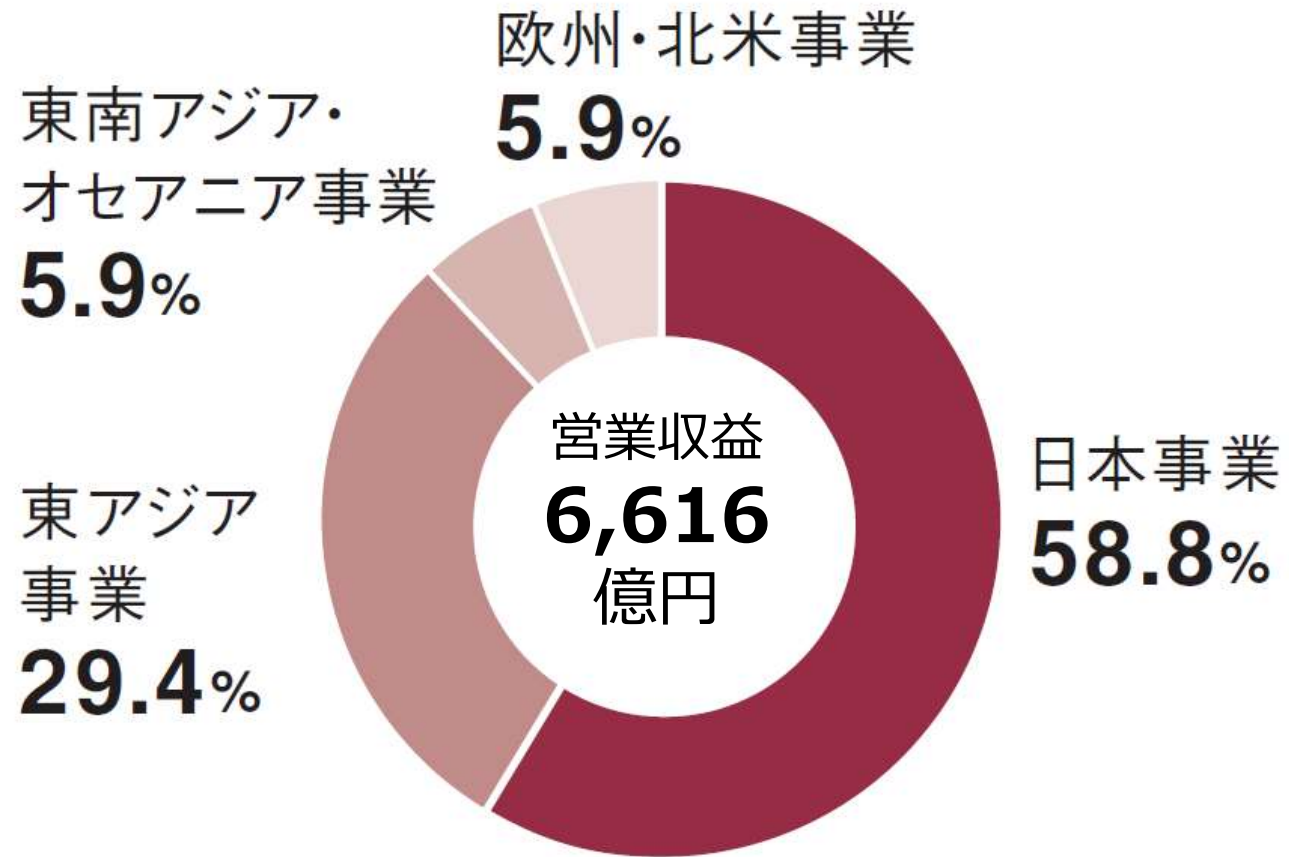
良品計画について

世界29の国と地域に無印良品を展開



良品計画について

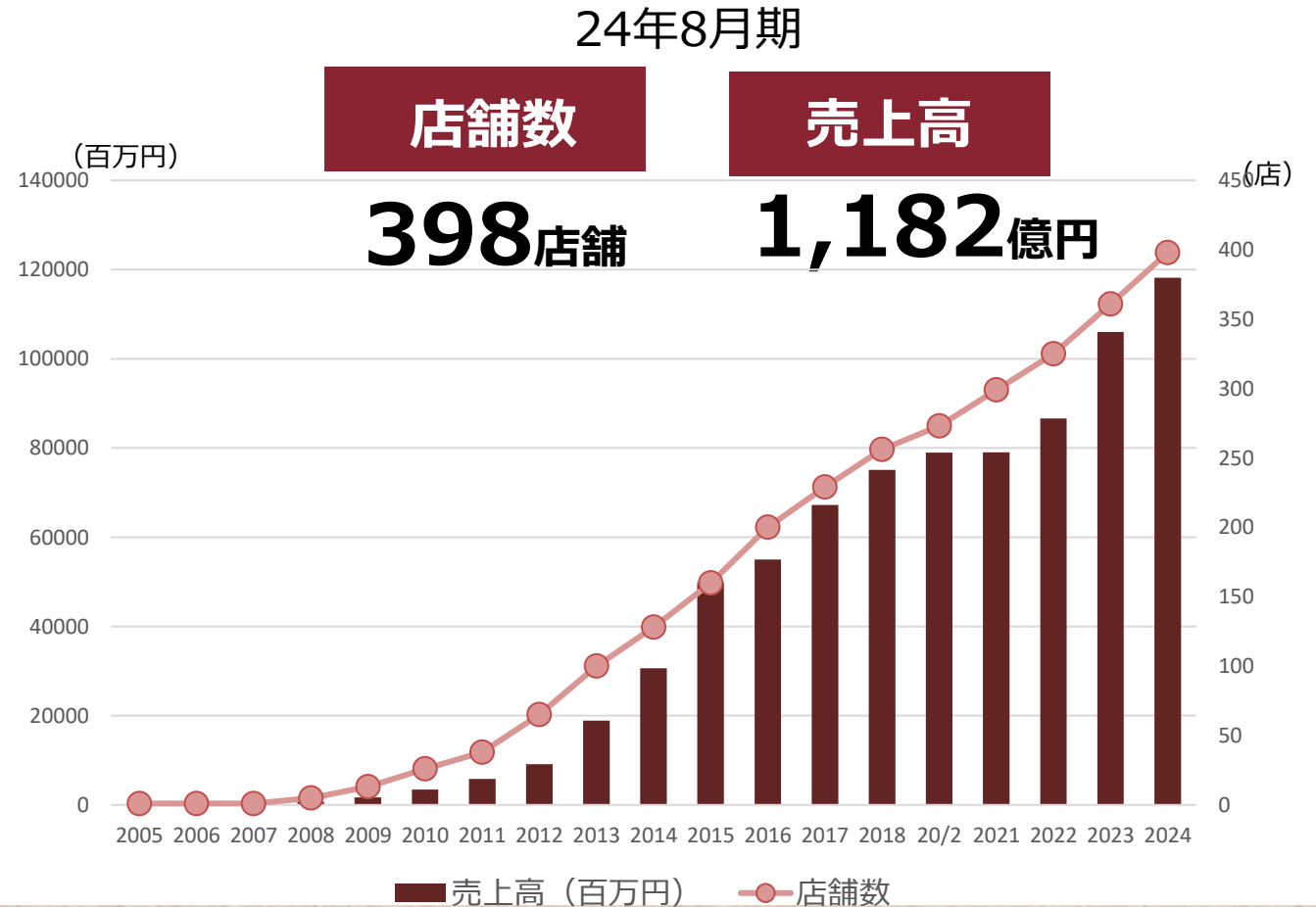
セグメント別・営業収益比率：海外収益比率40%



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

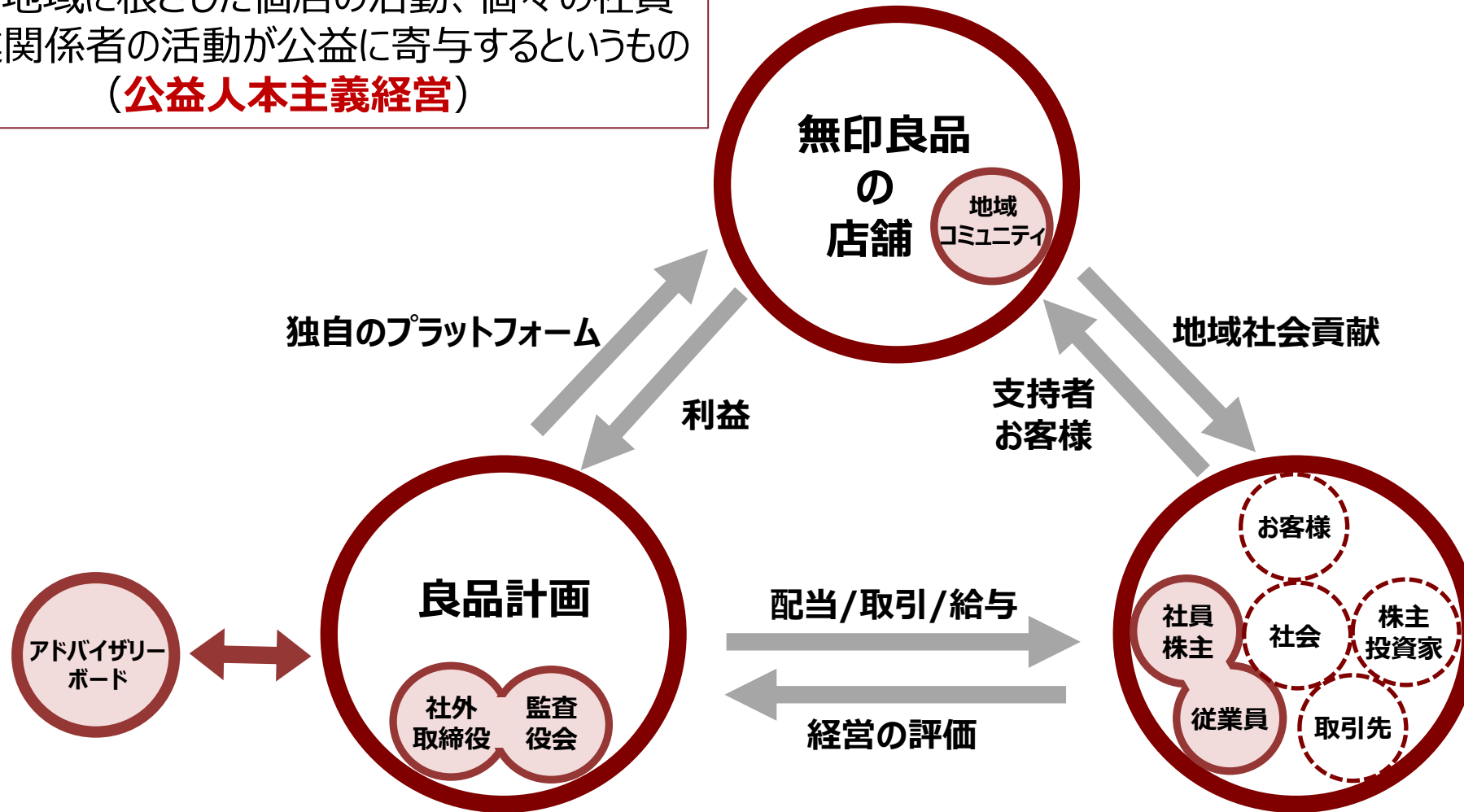
「人と自然とモノの望ましい関係と心豊かな人間社会」
を考えた商品、サービス、店舗、活動を通じて
「感じ良い暮らしと社会」の実現に貢献する。

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**）



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。



ステークホルダーとの関係づくり

株主とのつながり

株主限定ミーティングと懇親会の開催

2025年よりはこれまでの株主・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。



ステークホルダーとの関係づくり

株主とのつながり

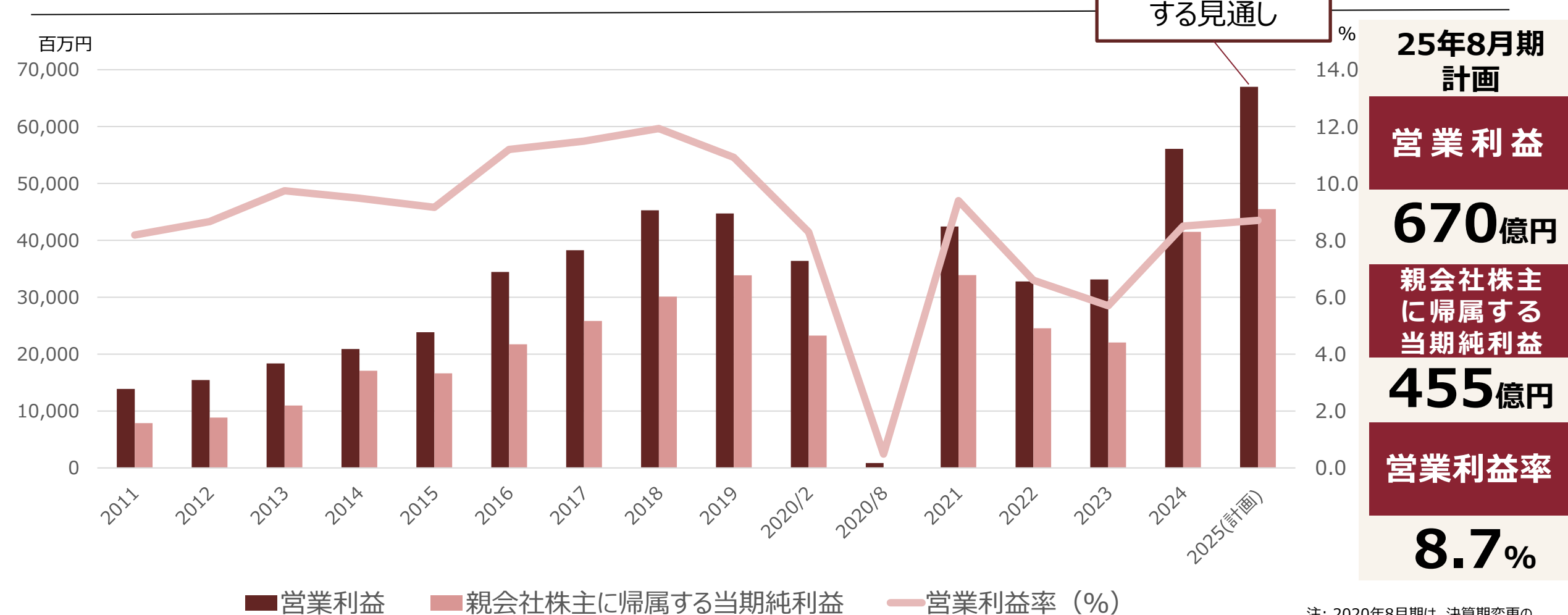
株主向けイベントの開催

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



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。今年に入り2018年の上場来高値4,120円を更新し、6,000円に到達。国内既存店売上は2024年2月以降16カ月連続前年を上回る。中国大陆も好調を継続。

■ 良品計画(7453)



S&P Global Chartworks

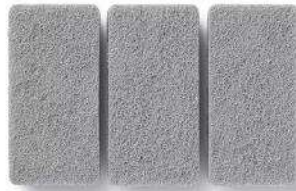
国内事業好調の背景

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。

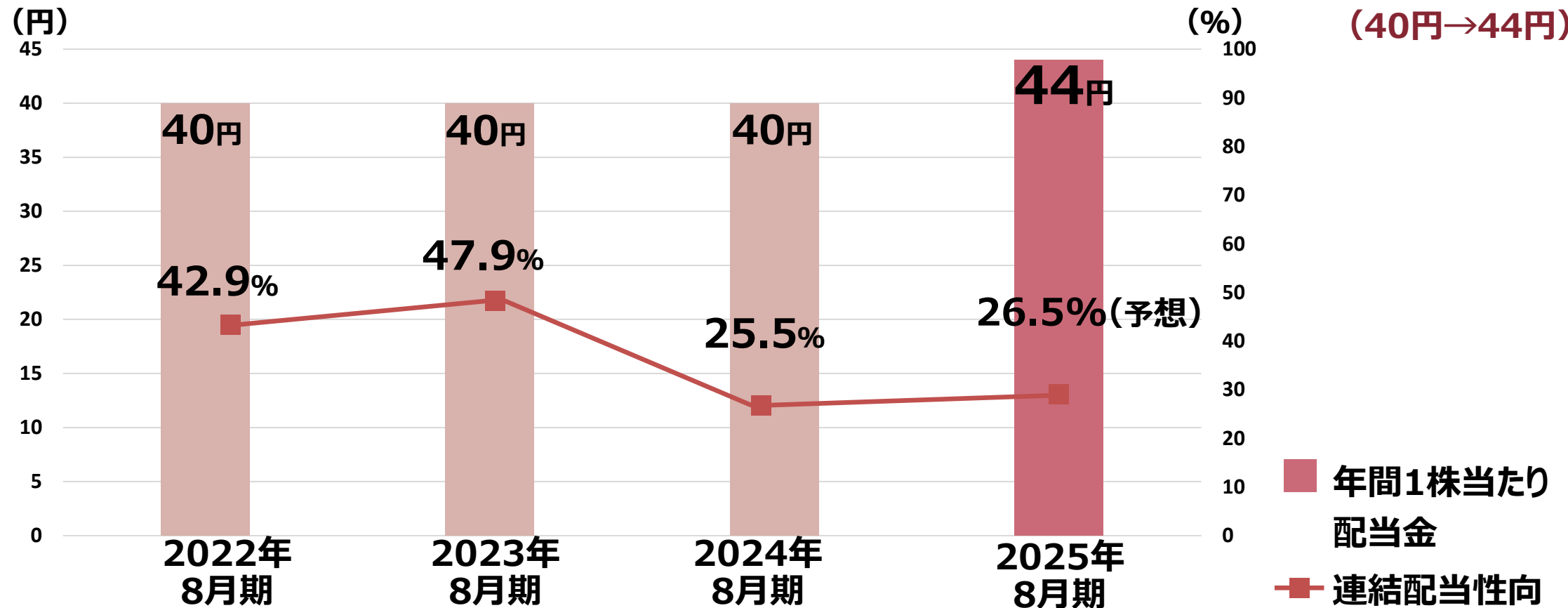
[単位：億円]	24/8期	25/8期		26/8期		27/8期		3ヶ年の 年平均 成長率
	実績	計画	前期比 (差)	計画	前期比 (差)	計画	前期比 (差)	
営 業 収 益	6,616	7,340	111%	8,000	109%	8,900	110%	10.0%
営 業 利 益	561	550	98%	680	124%	790	116%	12.1%
営 業 利 益 率	8.5%	7.5%	▲1.0%	8.5%	+1.0%	9.0%	+0.5%	-
ROA(総資産経常利益率)	11.6%	10.1%	▲1.5%	11.7%	+1.6%	12.5%	+0.7%	-
ROE(自己資本当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

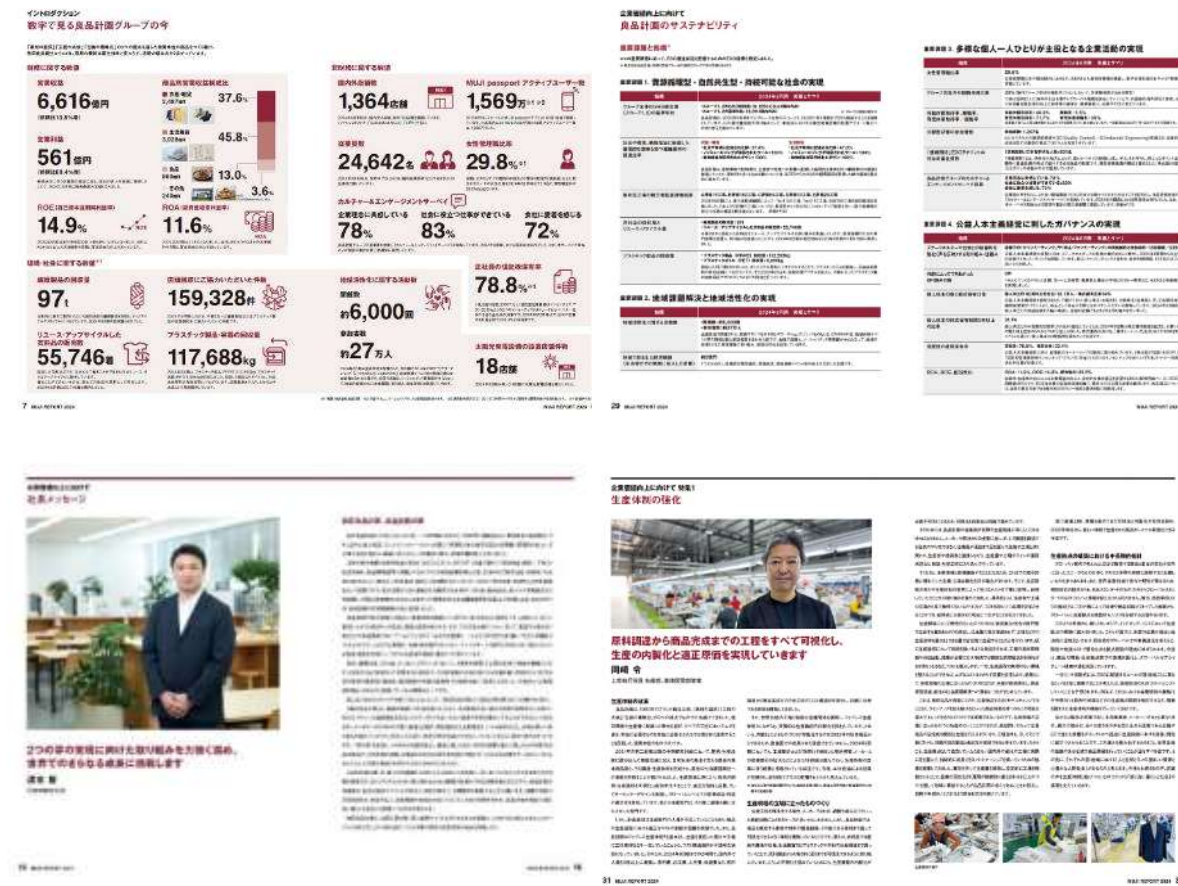
（前提）優待割引率 7 %、1 株あたり配当金 44 円、5月末株価（5,540円）

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	0.6%	0.8%	1.4%
10万円	7,000	1.3%	0.8%	2.1%
20万円	14,000	2.5%	0.8%	3.3%



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。



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

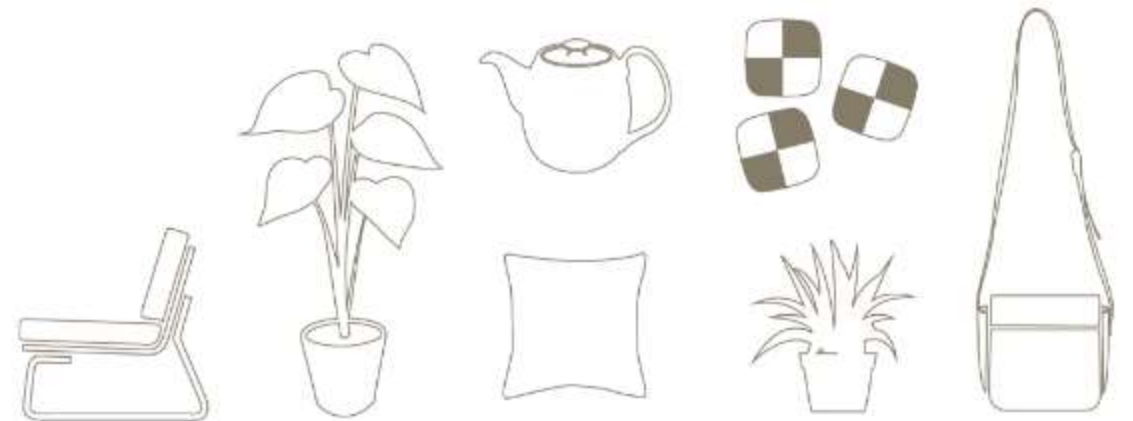
- テレビ放映のお知らせ
- 無印良品週間開催のお知らせ
- その他キャンペーンのお知らせ

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 銀座の取り組み



自己紹介

氏名/Name:

木村 大輔
Kimura Daisuke

■所属 - 営業本部 銀座事業部

■出身地 - 東京生まれ 東京育ち

■経歴

- 08年 良品計画 入社
- 11年 店長（大垣・木曽川・溝の口・岐阜・各務原・大高）
- 19年 販売部 ブロックマネージャー（名古屋近郊）
- 21年 営業本部 岐阜事業部長
- 25年2月～現在 無印良品 銀座 総店長

■良品計画でやりたい仕事、チャレンジ、野望/
「人の価値を最大限高め、地域と社会に貢献する」



無印良品 銀座の取り組み

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

銀座店が取り組んでいること

- ① 資源循環型・自然共生型・持続可能な社会の実現
- ② 土着化による地域課題解決と地域活性化の実現
- ③ 高いスタッフエンゲージメントと課題解決スキルの習得

① 資源循環型・自然共生型・持続可能な社会の実現

回収・アップサイクル・リサイクル



素材・仕組みの転換



廃棄の削減



もったいない市
ワケありの商品を販売いたします
MUJI

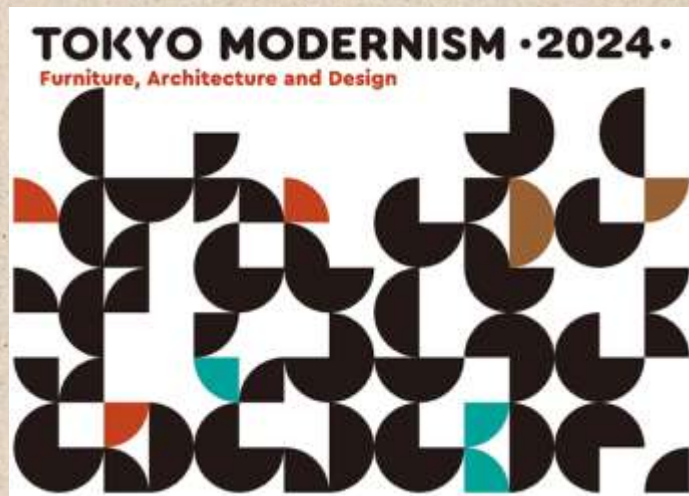


地球にやさしい商品・サービス



① 資源循環型・自然共生型・持続可能な社会の実現

次の世代に引き継ぐ



① 資源循環型・自然共生型・持続可能な社会の実現

ReMUJI～資源循環～

みなさまと共に、資源循環の輪を広げる特別なウィーク。

ReMUJI WEEK

店頭中に回収商品の廃棄商品の回収にご協力いただける方へ、いつもよりお礼のプレゼントをご用意しています。



循環は回収から。

ReMUJI 回収キャンペーン
期間 5月30日 | 金 | - 6月30日 | 月 |
店頭にご協力いただいた方には、MUJIマイルプレゼント
3,000マイルプレゼント



羽毛ふとんの回収

回収したふとんの羽毛はリサイクルし、新しい商品に活用します。
店頭にご協力いただいた方には、MUJIマイルプレゼント。
ぜひご協力ください。

対象：無印良品で販売している羽毛ふとん全般
※ポリエステルわたふとん・ダウンジャケットは対象外です。





スキンケアPETボトルの回収

回収したスキンケアPETボトルは100%リサイクルし、リサイクルすることで使っています。
店頭にご協力いただいた方には、MUJIマイルプレゼント。
ぜひご協力ください。

対象：無印良品で販売している化粧品の乳液・化粧水・化粧油・化粧クリーム、ヘアケア、ボディケア、ルームスプレー・香り付きPETボトル、PET製容器・容器、および詰め替え用の容器全般
※化粧料がPETボトル・容器のみの商品、化粧料がPETボトル・容器以外の商品、詰め替え用の容器、詰め替え用の容器は対象外です。
※詰め替え用の容器は対象外です。
※詰め替え用の容器は対象外です。





プラスチック収納用品の回収

また使えるものはリユース品として再販売し、そうでないものはリサイクルします。
店頭にご協力いただいた方には、MUJIマイルプレゼント。
ぜひご協力ください。

対象：無印良品で販売しているポリプロピレン/ポリエチレン製
※材質の異なるプラスチックは必ず取り分けてお持ち込みください。
※ご購入された無印良品の店頭で回収、廃棄の手続きは行いません。





衣料品の回収

また使えるものはリユース品として再販売し、そうでないものはリサイクルします。
店頭にご協力いただいた方には、MUJIマイルプレゼント。
ぜひご協力ください。

対象：無印良品で販売している衣料品全般
※下着・靴下・帽・バッグ・財布等の回収は対象外です。
※汚れや破損のあるものは回収していません。
※買った店舗でお持ち込みください。



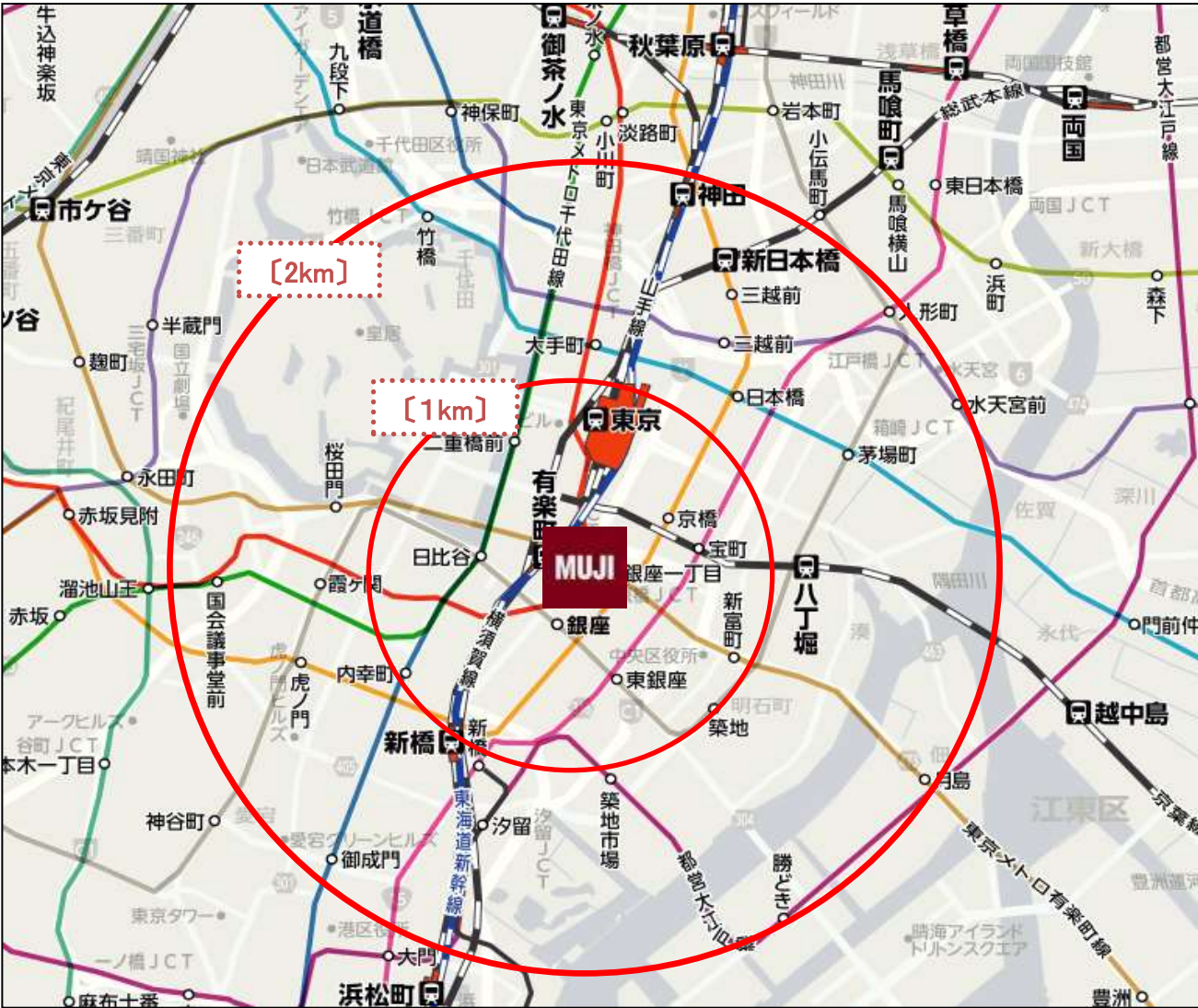
① 資源循環型・自然共生型・持続可能な社会の実現



① 資源循環型・自然共生型・持続可能な社会の実現



② 土着化による地域課題解決と地域活性化の実現



	1km圏内	2km圏内
人口総数	9,643人	76,096人
男性人口	4,535人	36,668人
男性人口比率	47.03%	48.19%
0～14歳人口	718人	7,492人
15～64歳人口	7,161人	55,486人
65歳以上人口	1,749人	13,003人
昼間人口	409,737人	1,192,609人
世帯数	6,122世帯	42,773世帯
1人世帯数	3,959世帯	23,113世帯
1人世帯比率	64.67%	54.04%
小売事業所数	2,256件	4,257件
小売業年間商品販売額	10,398億円	19,988億円
全産業事業所数	22,295件	53,196件
飲食店事業所数	2,353件	4,962件
生徒学生数	996人	9,808人
0～9歳人口(比率)	5.38%	7.34%
10～19歳人口(比率)	4.17%	4.86%
20～29歳人口(比率)	15.26%	13.10%
30～39歳人口(比率)	23.22%	22.57%
40～49歳人口(比率)	16.42%	17.72%
50～59歳人口(比率)	10.75%	11.05%
60～69歳人口(比率)	11.34%	11.13%
70～79歳人口(比率)	8.32%	7.54%
80歳以上人口(比率)	5.15%	4.70%

② 土着化による地域課題解決と地域活性化の実現



繁華街に一人勝ちはない。

全銀座会組織図

業界団体他	通り会	町会
銀座キヤリーズ	銀座西通り会	銀座一丁目町会
銀座料理飲食業組合連合会	銀座花井通り会	銀座二丁目町会
銀座会	銀座みゆき通り美化会	銀座三丁目町会
GSK銀座社文科協会	銀座5丁目ソニー通り町会	銀座四丁目町会
銀座西会	銀座西通り会	銀座五丁目町会
	銀座西通り会	銀座六丁目町会
	銀座西通り会	銀座七丁目町会
	銀座西通り会	銀座八丁目町会
	銀座西通り会	銀座九丁目町会
	銀座西通り会	銀座十丁目町会
	銀座西通り会	銀座十一丁目町会
	銀座西通り会	銀座十二丁目町会
	銀座西通り会	銀座十三丁目町会
	銀座西通り会	銀座十四丁目町会
	銀座西通り会	銀座十五丁目町会
	銀座西通り会	銀座十六丁目町会
	銀座西通り会	銀座十七丁目町会
	銀座西通り会	銀座十八丁目町会
	銀座西通り会	銀座十九丁目町会
	銀座西通り会	銀座二十丁目町会
	銀座西通り会	銀座二十一丁目町会
	銀座西通り会	銀座二十二丁目町会
	銀座西通り会	銀座二十三丁目町会
	銀座西通り会	銀座二十四丁目町会
	銀座西通り会	銀座二十五丁目町会
	銀座西通り会	銀座二十六丁目町会
	銀座西通り会	銀座二十七丁目町会
	銀座西通り会	銀座二十八丁目町会
	銀座西通り会	銀座二十九丁目町会
	銀座西通り会	銀座三十丁目町会
	銀座西通り会	銀座三十一丁目町会
	銀座西通り会	銀座三十二丁目町会
	銀座西通り会	銀座三十三丁目町会
	銀座西通り会	銀座三十四丁目町会
	銀座西通り会	銀座三十五丁目町会
	銀座西通り会	銀座三十六丁目町会
	銀座西通り会	銀座三十七丁目町会
	銀座西通り会	銀座三十八丁目町会
	銀座西通り会	銀座三十九丁目町会
	銀座西通り会	銀座四十丁目町会
	銀座西通り会	銀座四十一丁目町会
	銀座西通り会	銀座四十二丁目町会
	銀座西通り会	銀座四十三丁目町会
	銀座西通り会	銀座四十四丁目町会
	銀座西通り会	銀座四十五丁目町会
	銀座西通り会	銀座四十六丁目町会
	銀座西通り会	銀座四十七丁目町会
	銀座西通り会	銀座四十八丁目町会
	銀座西通り会	銀座四十九丁目町会
	銀座西通り会	銀座五十丁目町会
	銀座西通り会	銀座五十一丁目町会
	銀座西通り会	銀座五十二丁目町会
	銀座西通り会	銀座五十三丁目町会
	銀座西通り会	銀座五十四丁目町会
	銀座西通り会	銀座五十五丁目町会
	銀座西通り会	銀座五十六丁目町会
	銀座西通り会	銀座五十七丁目町会
	銀座西通り会	銀座五十八丁目町会
	銀座西通り会	銀座五十九丁目町会
	銀座西通り会	銀座六十丁目町会
	銀座西通り会	銀座六十一丁目町会
	銀座西通り会	銀座六十二丁目町会
	銀座西通り会	銀座六十三丁目町会
	銀座西通り会	銀座六十四丁目町会
	銀座西通り会	銀座六十五丁目町会
	銀座西通り会	銀座六十六丁目町会
	銀座西通り会	銀座六十七丁目町会
	銀座西通り会	銀座六十八丁目町会
	銀座西通り会	銀座六十九丁目町会
	銀座西通り会	銀座七十丁目町会
	銀座西通り会	銀座七十一丁目町会
	銀座西通り会	銀座七十二丁目町会
	銀座西通り会	銀座七十三丁目町会
	銀座西通り会	銀座七十四丁目町会
	銀座西通り会	銀座七十五丁目町会
	銀座西通り会	銀座七十六丁目町会
	銀座西通り会	銀座七十七丁目町会
	銀座西通り会	銀座七十八丁目町会
	銀座西通り会	銀座七十九丁目町会
	銀座西通り会	銀座八十丁目町会
	銀座西通り会	銀座八十一丁目町会
	銀座西通り会	銀座八十二丁目町会
	銀座西通り会	銀座八十三丁目町会
	銀座西通り会	銀座八十四丁目町会
	銀座西通り会	銀座八十五丁目町会
	銀座西通り会	銀座八十六丁目町会
	銀座西通り会	銀座八十七丁目町会
	銀座西通り会	銀座八十八丁目町会
	銀座西通り会	銀座八十九丁目町会
	銀座西通り会	銀座九十丁目町会
	銀座西通り会	銀座九十一丁目町会
	銀座西通り会	銀座九十二丁目町会
	銀座西通り会	銀座九十三丁目町会
	銀座西通り会	銀座九十四丁目町会
	銀座西通り会	銀座九十五丁目町会
	銀座西通り会	銀座九十六丁目町会
	銀座西通り会	銀座九十七丁目町会
	銀座西通り会	銀座九十八丁目町会
	銀座西通り会	銀座九十九丁目町会
	銀座西通り会	銀座百丁目町会

全銀座会

環境・安全委員会	銀座街づくり会議
銀座街づくり委員会	銀座デザイン協議会
催事委員会	
防災対策委員会	
広報委員会	
総務委員会	
情報委員会	(社)銀座インフォメーションマネジメント(GIM)
G 2 0 2 0	
事務局	



銀座の街とのつながり

銀座の銘菓 福袋



銀座のパン屋とのコラボ



銀座ひと繋ぎBar



銀座銘菓とMUJI Coffeeのペアリング



銀座の街とのつながり

銀座の街のジオラマ



田中達也氏
ミニチュア写真家・見立て作家。



TOKYO旅館
ブランド構築・発信事業



銀座の街とのつながり



日枝神社 山王祭



GINZA SKY WALK



銀座で田植え

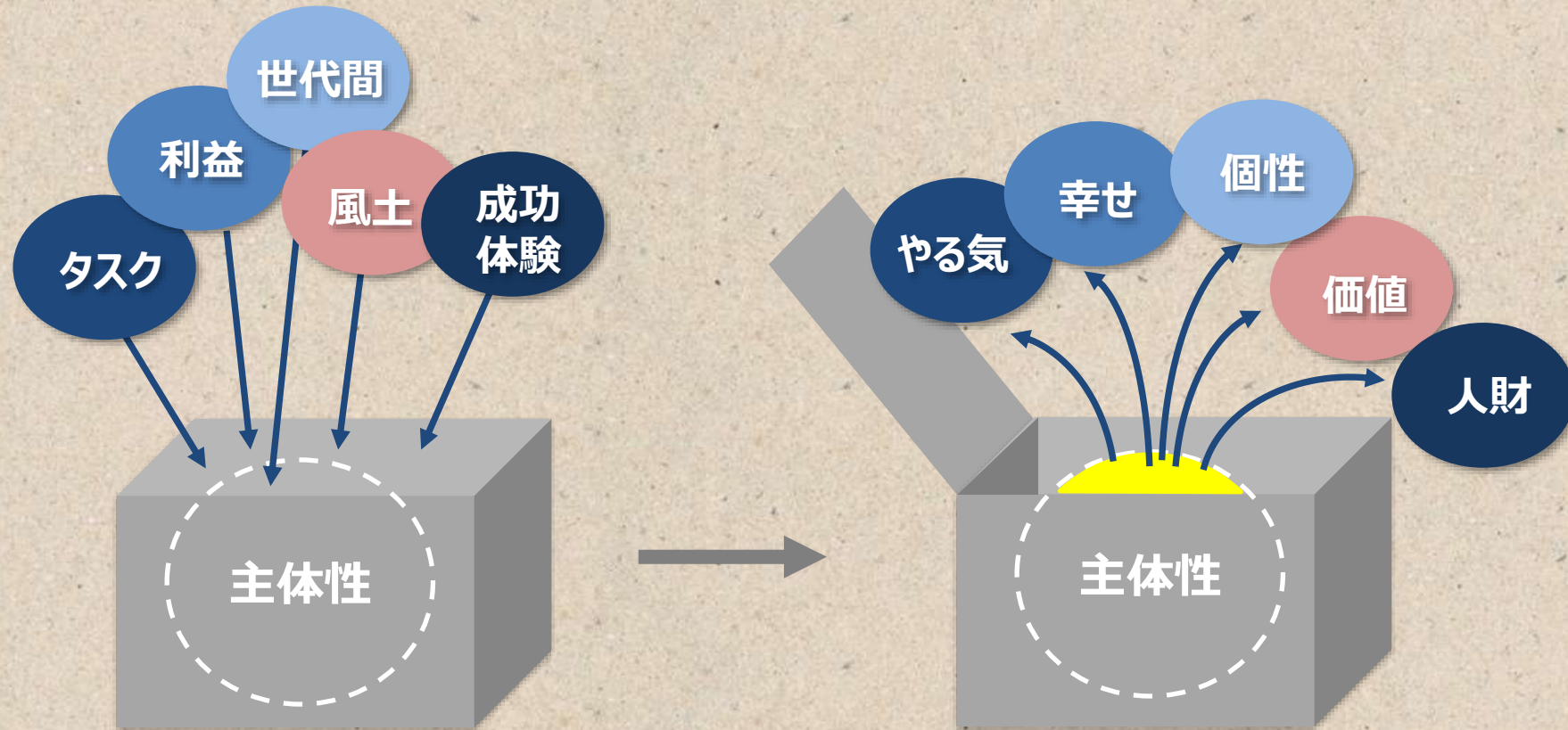


銀座三原橋街角公園 植樹



③ 高いスタッフエンゲージメントと課題解決スキルの習得

「なぜ、エンゲージメントが低くなるのか」



③ 高いスタッフエンゲージメントと課題解決スキルの習得

「オーケストラのような組織」

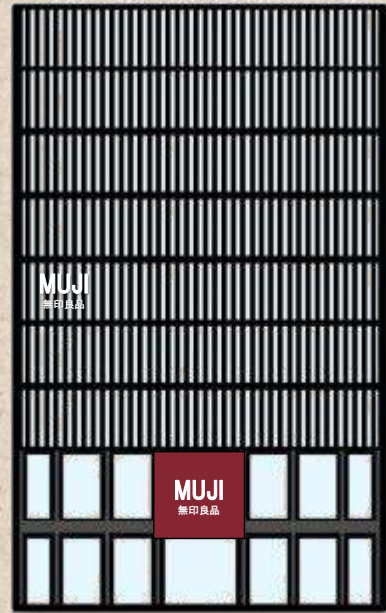
リーダーとメンバーが専門性を発揮し、プロフェッショナルとして機能しながら課題解決を行う組織



- ①相手の主観を感じ取る
- ②問題の本質を探り出す
- ③多様性の尊重により、より良い答えを導き出す

③ 高いスタッフエンゲージメントと課題解決スキルの習得

「やりたいことを、やるべきことに。」



無印良品 銀座

店内コミュニケーション
スタッフの定着率
業績の向上



信頼関係

自己実現・自己成長



店舗スタッフ

モチベーション
心身の健康
生産性の向上



信頼関係

課題解決

課題抽出

TOKYO GINZA



地域・行政

地域の活性化
住民満足度
集客力の向上

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

改装の目的

緊急事態宣言時の銀座の街



銀座の街に人が戻ってきた今、
やっぱり、「銀座は楽しい街」と感じて欲しい。

改装のコンセプト

銀座の無印良品ならではの特別感

世界中の暮らしから学び、そこに息づく情緒性や知恵、生活文化を生かした伝統と先端が調和した本場・本物を、商品やサービス・環境という形にして体感、体験できる店舗を目指す。

改装のポイント

食とキッチン

銀座の街との
つながり

実店舗ならではの
提案と体験

なぜ「食」なのか？

衣・食・住という暮らしの基本の中でも、「食」は最も基本的な営みであり中心となる領域。そんな「食」には土地の歴史や文化が詰まっている。

“ただ美味しいだけではもったいない。”

現地に学んだ、丁寧な食品づくりを通して、おいしさの背景まで伝えていくのが目指した姿。

Entrance



「食」の新しいコンテンツ



キッチン・テーブルの取組み



外食のメニューと環境の見直し



実店舗ならではの提案と体験



実店舗ならではの提案と体験



無印良品でヨガ教室

海外在住時に体幹強化を目的にアシュタンガヨガを体験し、これが自分と向かい合った出会いになりました。練習を重ねていくうちに、硬かった自分の身体が徐々に伸び、意識も前向きになったことを実感しています。
普段は無印良品で働きながら、21年12月からヨガインストラクターとしても活動しています。皆さんとライブ配信を通して、生活のおもしろさを伝えていけたらと思います。

2021年 8月 インターナショナルヨガセンター (IYC) にて RYT200 取得
2021年 12月 IYC 神保町にて SLOW FLOW YOGA クラススタート



Yasuaki

無印良品 働きながらできるヨガインストラクターとして活動する Yasuaki。そんなユズキをインスパイアして、この機会に参加しましょう。無印良品 働きながらできるヨガインストラクターとして活動する Yasuaki。

MUJI 無印良品



スキンケア アドバイザー



インテリア アドバイザー



スタイリング アドバイザー



ヨガ インストラクター



ワインソムリエ



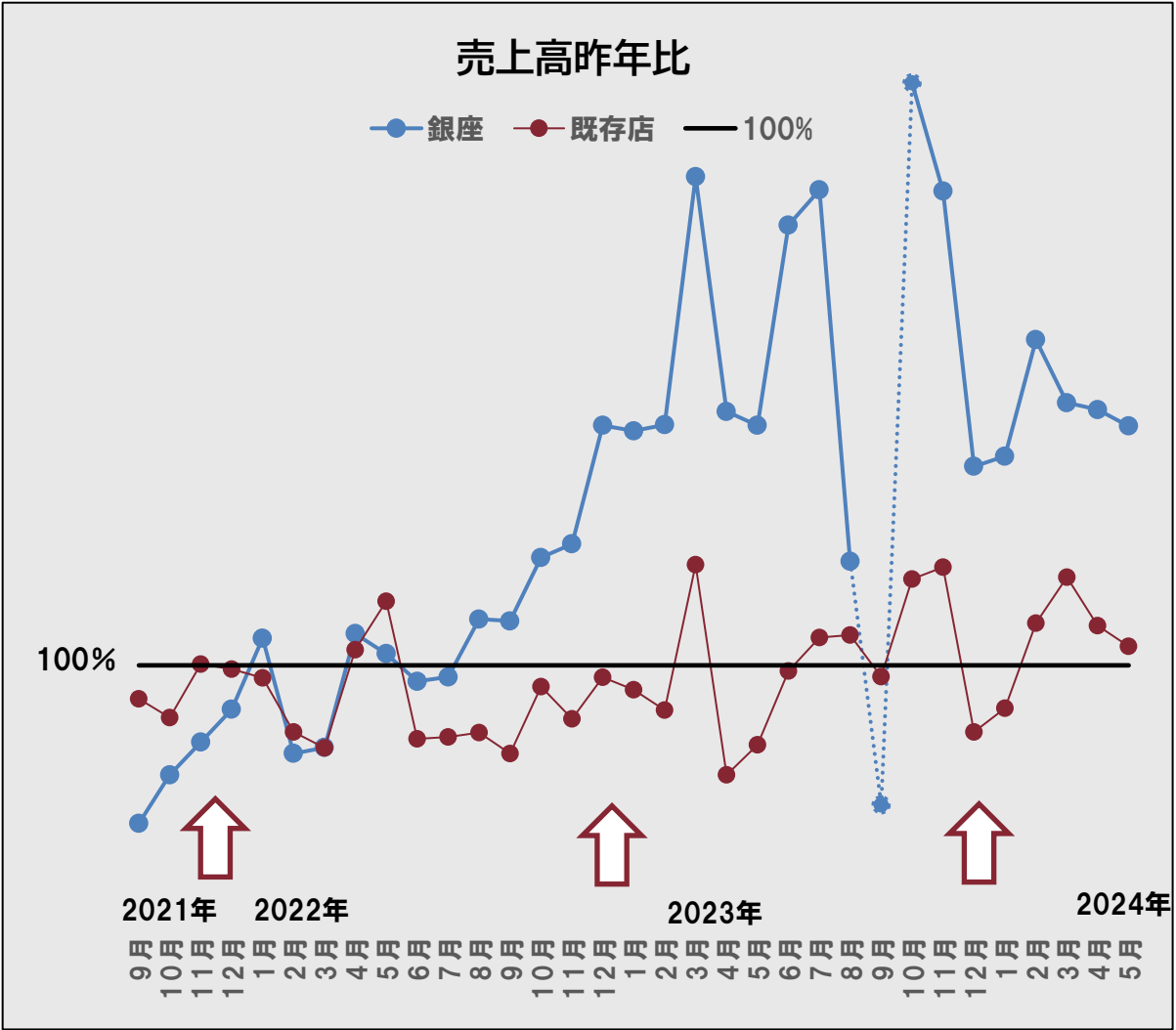
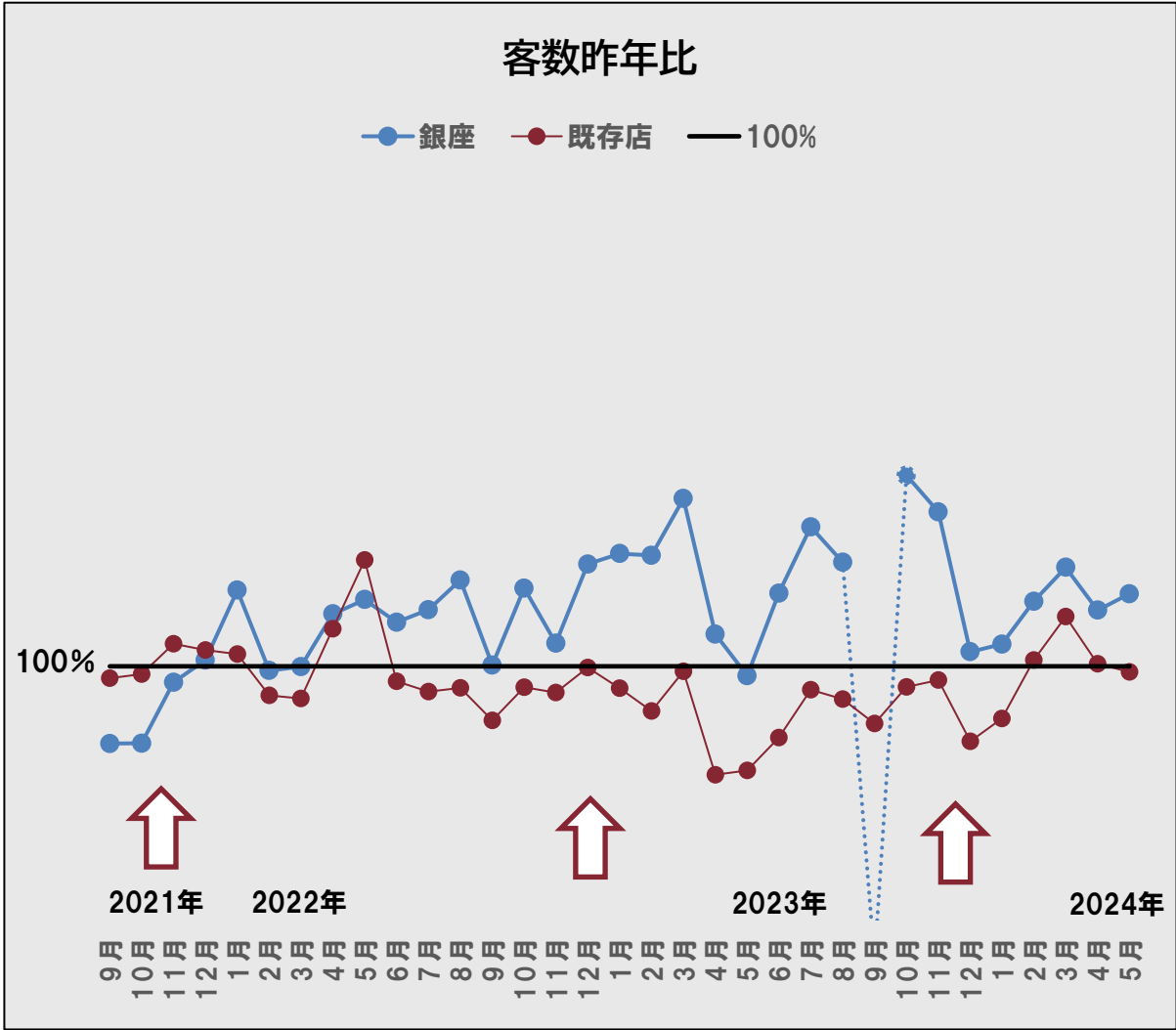
野菜ソムリエ



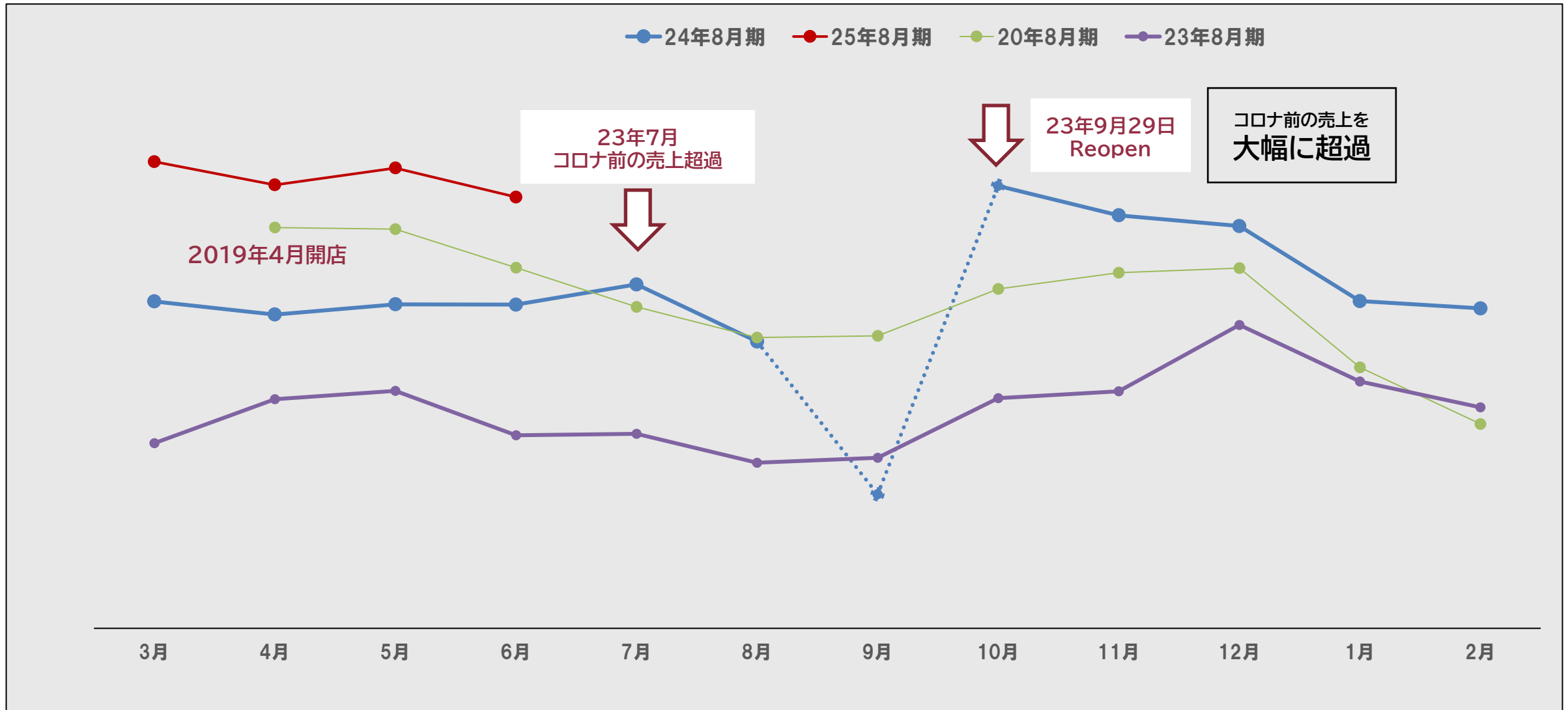
バリスタ

- 1F … ワインソムリエ、コーヒープロフェッショナル、野菜ソムリエ
- 2F・3F … スタイリングアドバイザー、スキンケアアドバイザー
- 4F … ナチュラルクリーニング
- 5F … インテリアアドバイザー、整理収納アドバイザー
- 6F … バリスタ、ヨガインストラクター

(参考)客数・売上高昨比推移



(参考)コロナ前との比較



銀座店のプチ知識



■ MUJI GINZA 6F・ATELIER MUJI GINZA Coffee & Salon
こちらのカウンターには樹齢約400年の楠（クスノキ）を使用しています。
この楠は二十数年前に小田原城の改築にて伐採を余儀なくされ、長い間保管されていました。ATELIER MUJIを設計の際に、このスペースに相応しい大きな木を探し続け、やっと巡り会えたのが、この楠でした。



■ MUJI HOTEL GINZA・Japanese Restaurant | WA 壁面

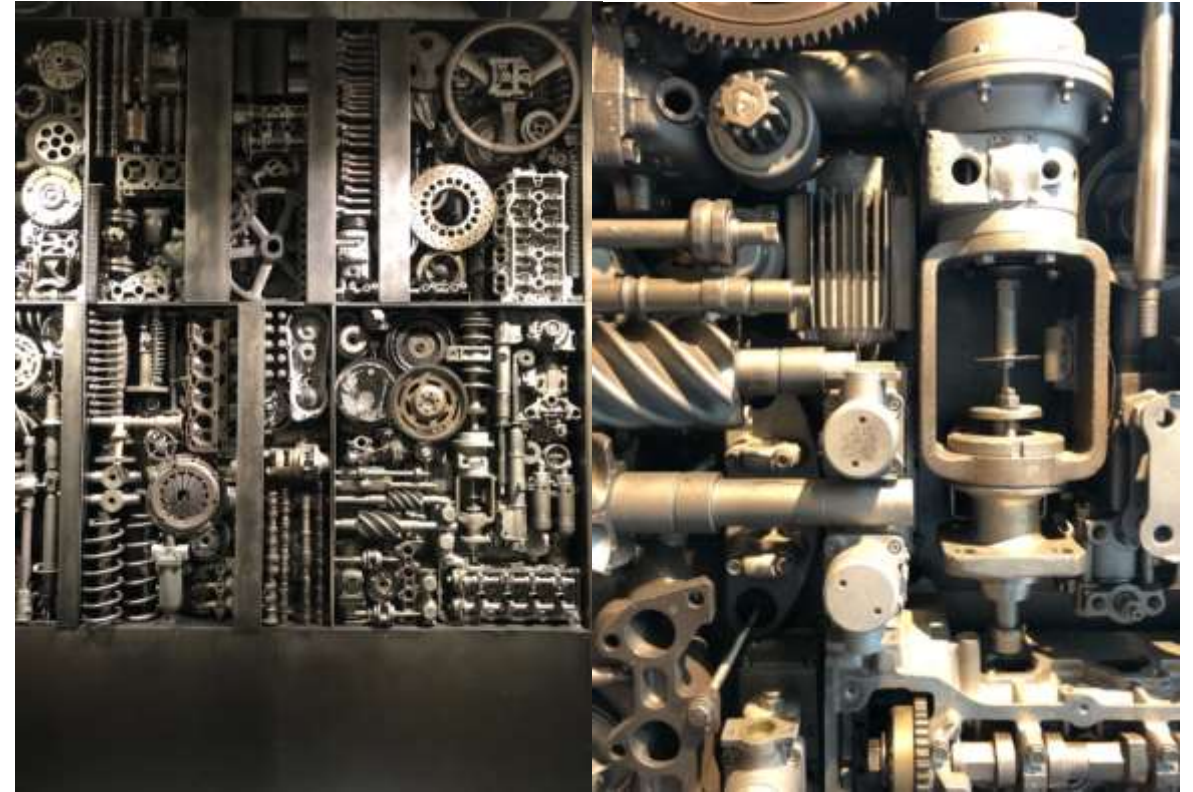
実際に使用していた、本物の船の廃材を再利用しています。
HOTELなので、“旅”を想起させるべく、船を用いております。

銀座店のプチ知識



■ MUJI HOTELGINZA・フロント壁面

およそ100年前に敷かれた、東京を走る路面電車の敷石を使用しています。



■ MUJI GINZA 3F・紳士靴バックインナー売場 壁面

実際に走っていた自動車、バイクや耕運機のエンジンを分解し、壁面造作に使用しています。

銀座店のプチ知識



■ MUJI Diner 銀座・B1F 個室

古書 を壁面の造作に使用しています。
「食」に関する本のみ背表紙のみ、表 にしています。



**商売（商品・活動）を通じて、人が繋がり、地域が輝く。
無印良品は地域と伴走し、人々を笑顔にしてい**

商売を通じて

人を大切にし、お互いを支え合いながら人が繋がっていく。

人から人へ想いが繋がるコミュニティを創り、その拠点を無印良品が担う。

地域との信頼関係を築き、生活者一人一人が地域を自分事と捉え

一緒に課題解決・地域活性を行う。

地域の役に立つを実現し、そこで暮らす人が笑顔となり、地域へと広がり

無印良品を利用するすべての人が、ステークホルダーとなる。

無印良品で“おなかいっぱい”

食事でおなかを満たし、お買い物で気持ちを満たし、ATELIERで心を満たす。

銀座の地域を堪能した心と体をHOTELで癒す。

そんな時間を過ごせる場所は銀座だけである。

おなかいっぱいの幸せそうな顔を見れるのは銀座だけである。

数多くある無印良品でも、おなかいっぱいにできる無印良品は銀座だけである。

私たちはその全てを暮らしと捉え、感じ良い暮らしと社会を実現する。

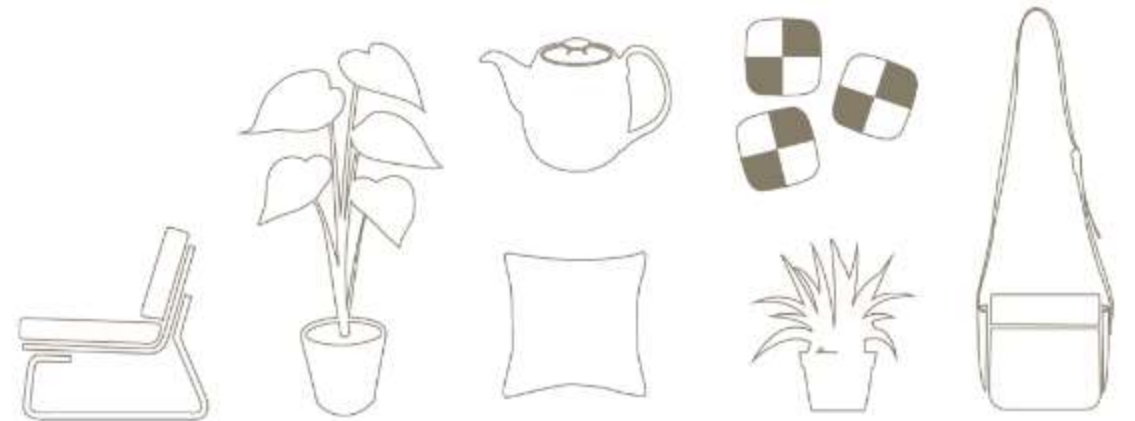
最強の“点”

銀座に来て頂けるお客様、地域の為に銀座店は、最強の“点”を目指す。
どこの地域にも真似できない価値が、銀座という地域にはある。
銀座だからできる事・やるべき事・期待してくれる事がある。
私たちは地域の価値を大切にしながら、世界旗艦店で在り続ける。

地域なくして事業なし
事業なくして地域なし
“人”なくして地域なし



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！

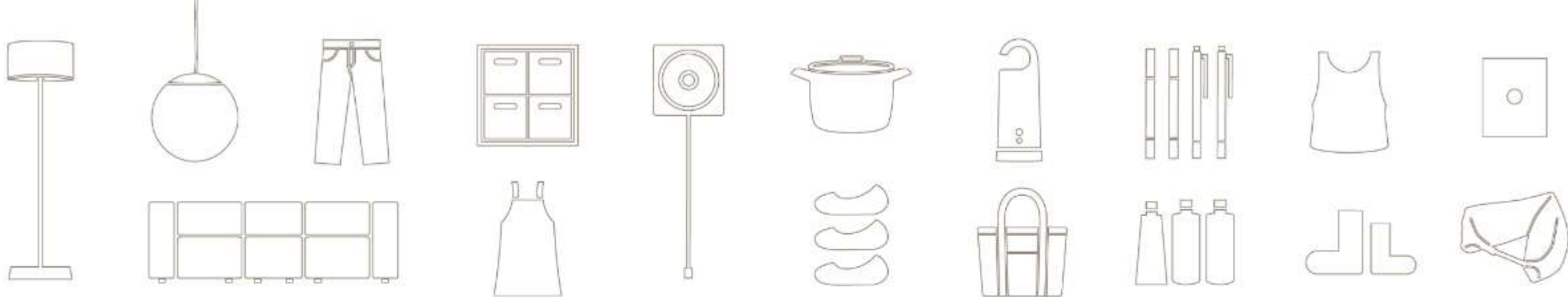


アンケートのお願い

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。

