

株主・ファンミーティング 「MUJIダイアログ」

2025年8月26日

《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

素材
の選択

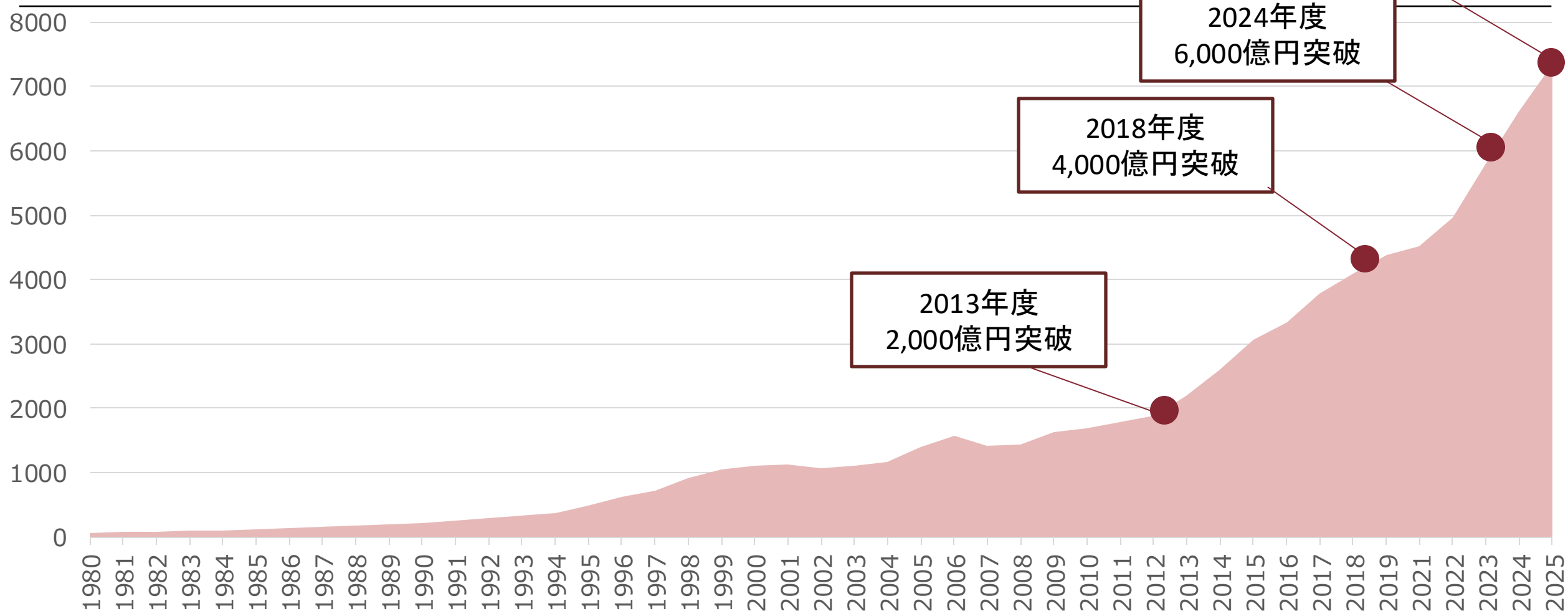
工程
の点検

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。

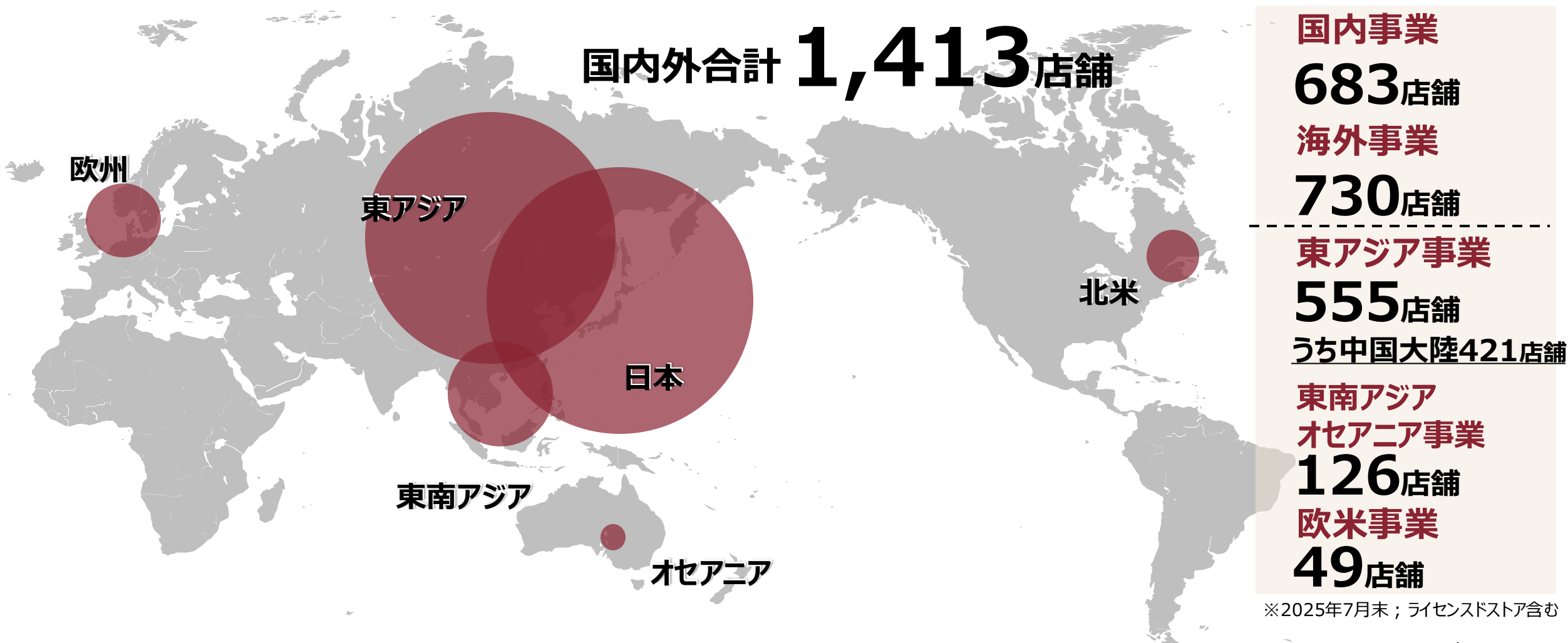
良品計画について

売上の推移



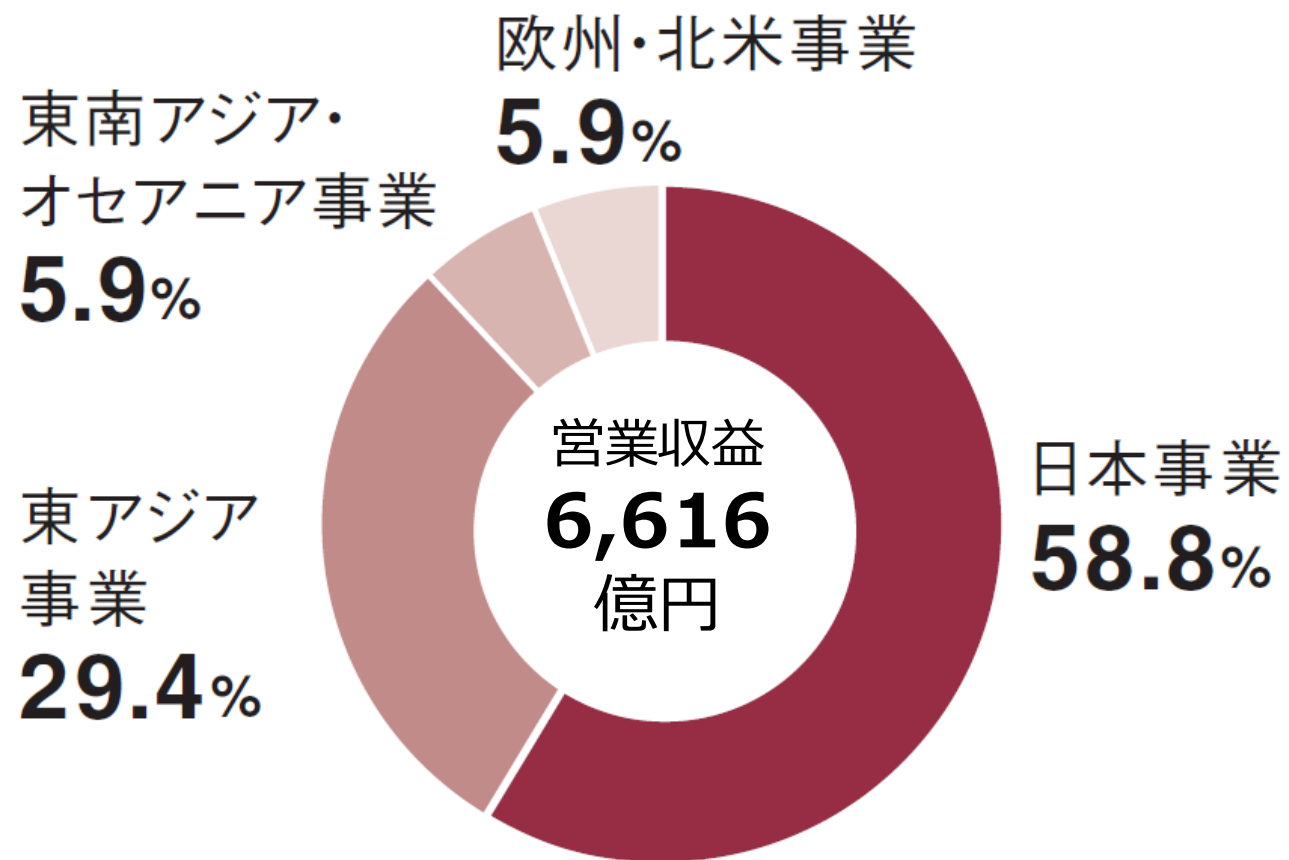
良品計画について：店舗数

世界29の国と地域に無印良品を展開。海外店舗数が日本国内を上回る



良品計画について

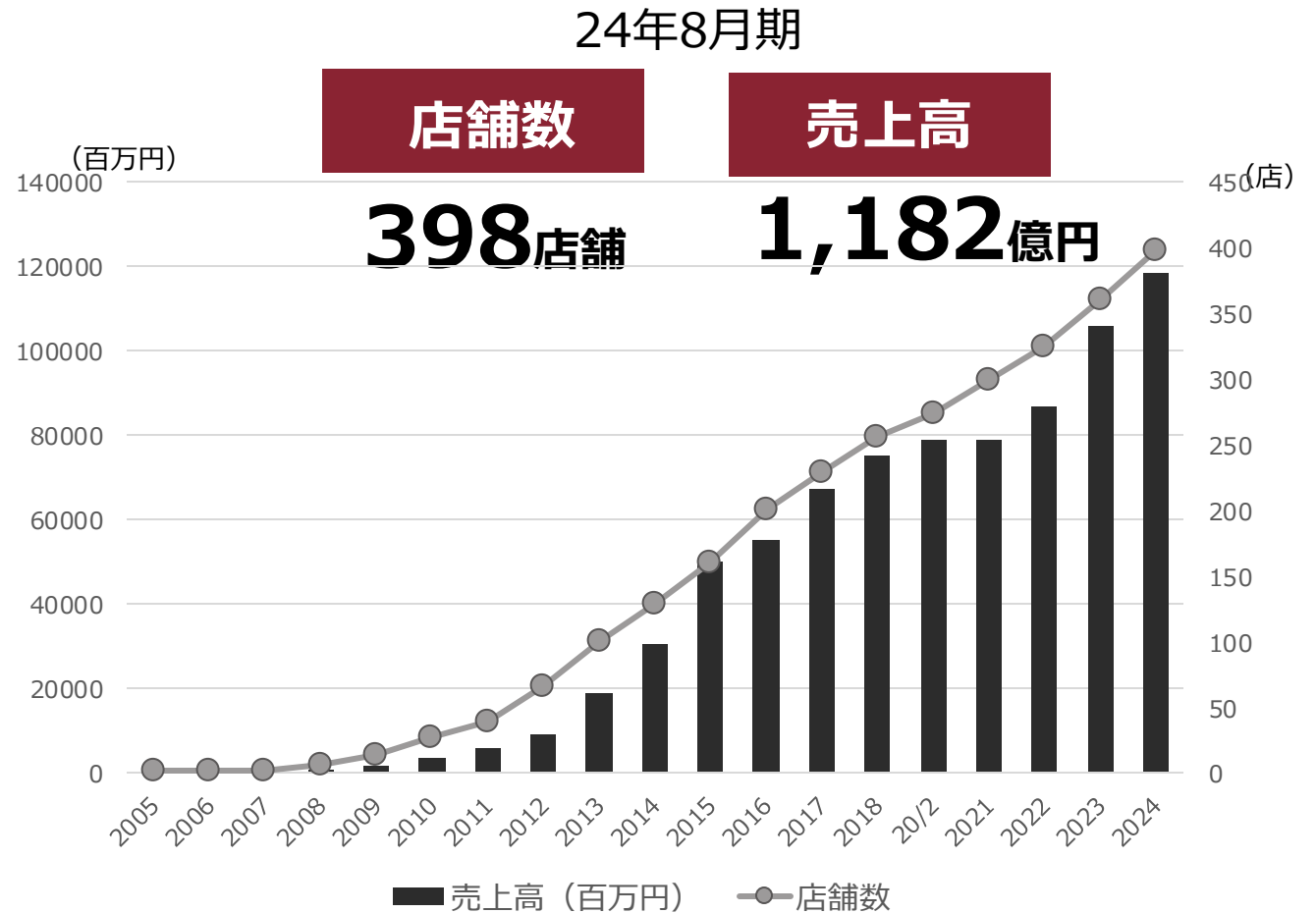
セグメント別・営業収益比率：海外収益比率40%



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

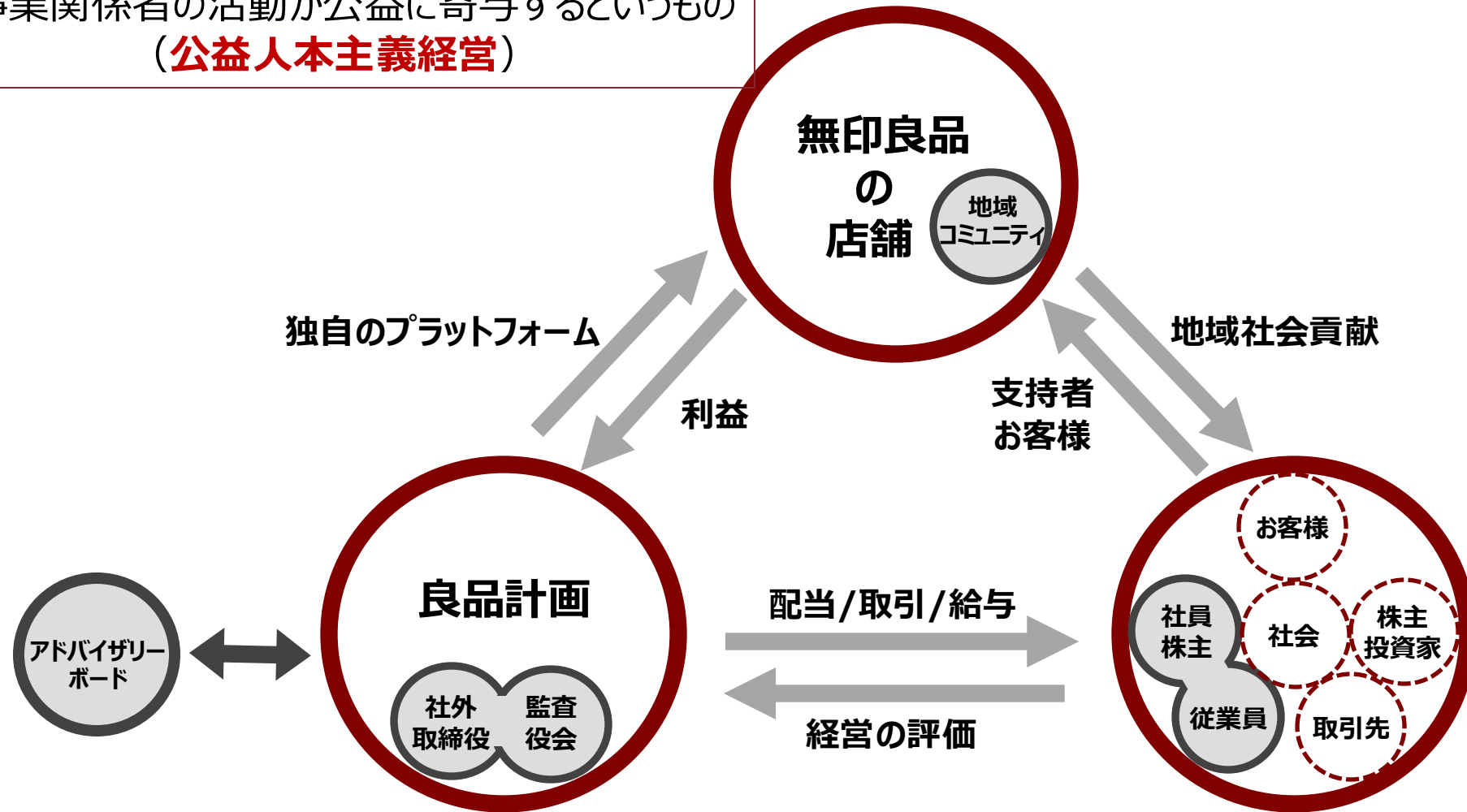
「人と自然とモノの望ましい関係と心豊かな人間社会」
を考えた商品、サービス、店舗、活動を通じて
「感じ良い暮らしと社会」の実現に貢献する。

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、7月に福岡、8月に愛知で計400名以上が参加。



ステークホルダーとの関係づくり

株主とのつながり

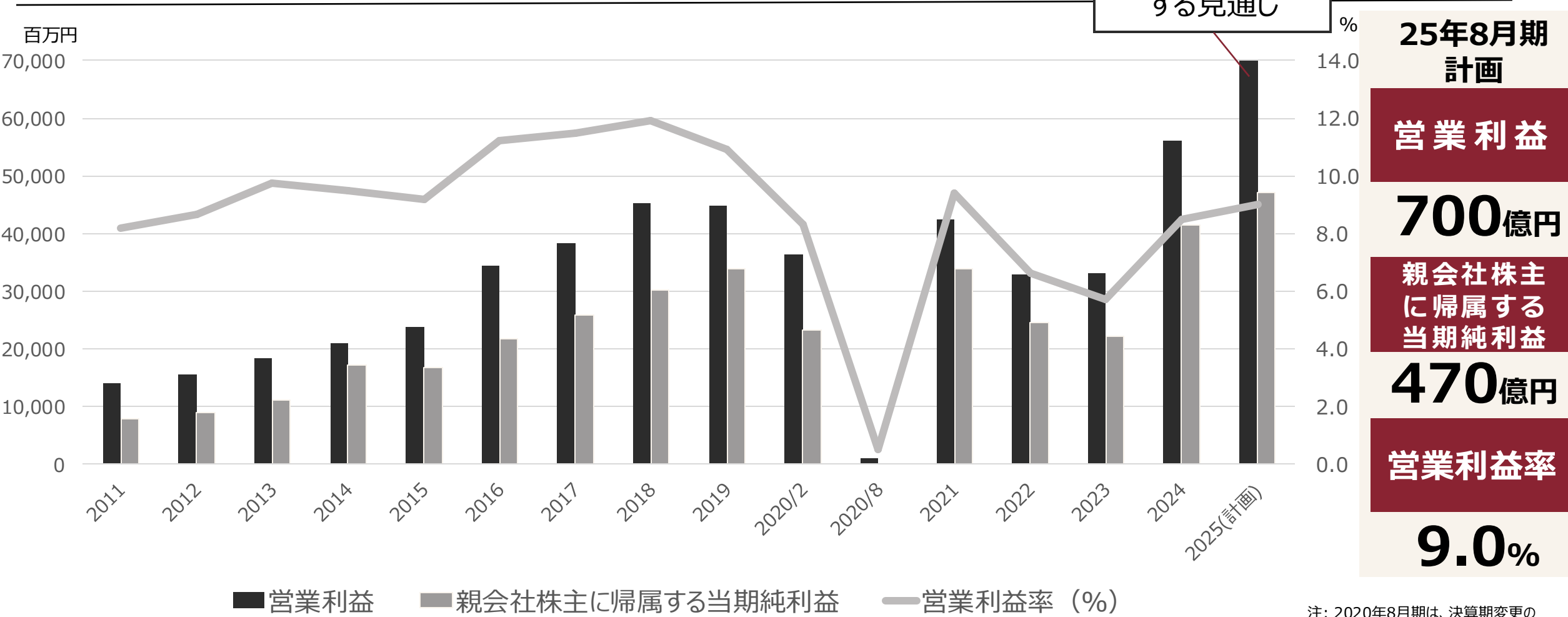
株主向けイベントの開催

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

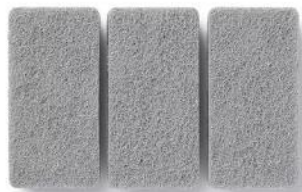
国内事業好調の背景

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

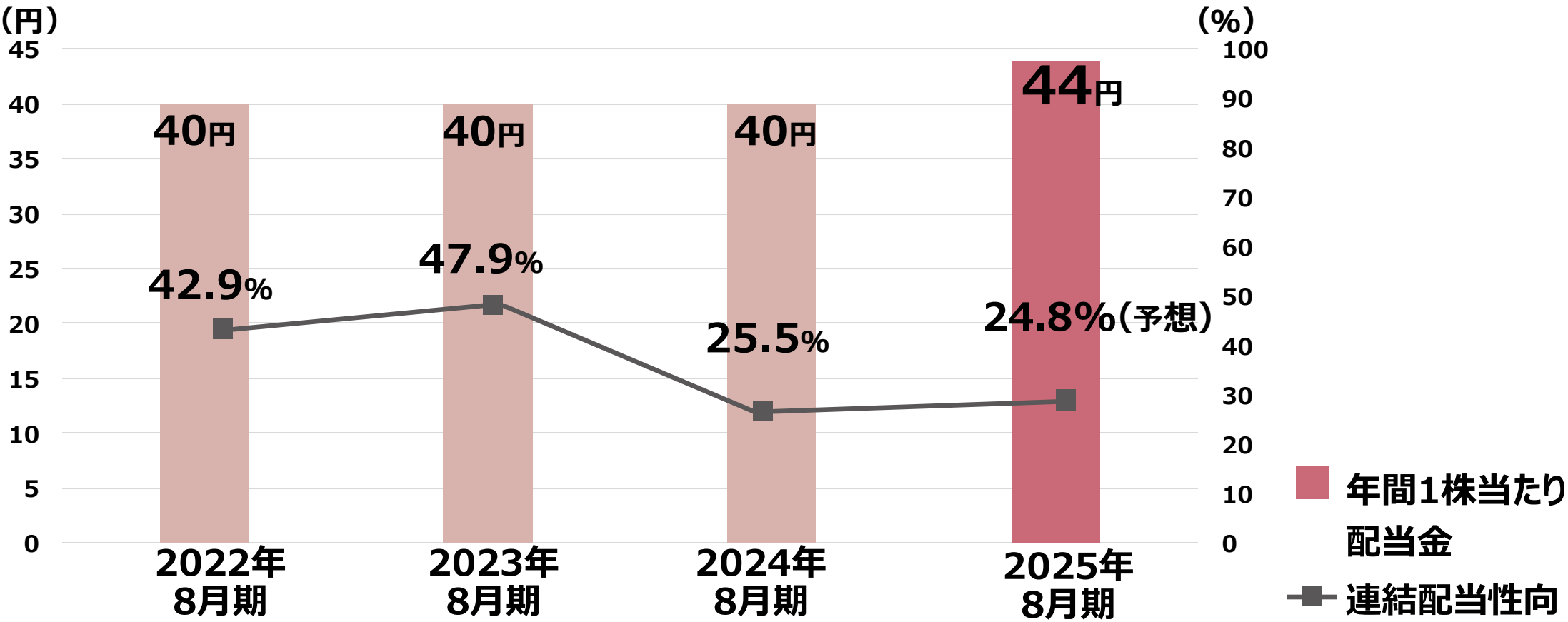
- 27/8末の店舗数の前提は1,650店舗。年間純増数のペースは、国内60店舗、海外60店舗（中国大陸30店舗）の想定。国内の出店ペースを維持しながら、東南アジアの出店を加速。中国大陸はスクラップ&ビルドを推進。
- 既存店売上の伸長率（EC含む）は、年平均102%（国内103%、中国大陸101%）を前提条件とする。

[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。



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)

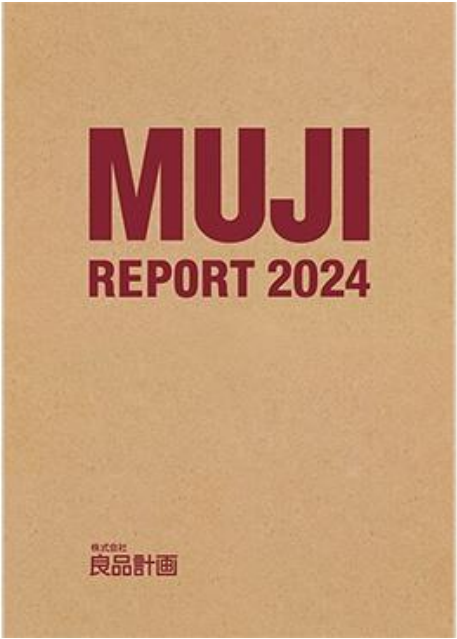
※使用不可店舗：ローソン各店、ネットストア、海外店舗等、一部対象外店舗あり。



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。



インのデザイン
数字で見る良品計画グループの今

経営に資する数値

売上高	6,616億円
営業利益	561億円
ROE(自己資本利益率)	14.9%

商品消費型収益比率

商品消費型収益比率	37.6%
商品消費型収益比率	45.8%
商品消費型収益比率	13.0%
商品消費型収益比率	3.6%

ROA(営業資産利益率)

ROA(営業資産利益率)	11.6%
--------------	-------

経営・社会に資する数値①

環境負荷低減率	97%
リユース・アップサイクルした商品の割合	55,746%

環境負荷低減率②

環境負荷低減率②	159,328%
プラスチック削減率(単品の削減率)	117,688%

経営・社会に資する数値②

店舗数	1,364店舗
従業員数	1,569万人
営業利益	24,642%
営業利益率	29.8%
顧客満足度	83%
従業員満足度	72%

経営・社会に資する数値③

店舗数	18店舗
-----	------

企業価値向上に向けて
良品計画のサステナビリティ

経営理念とビジョン

経営方針

経営戦略

経営戦略②

経営戦略③

経営戦略④

経営戦略⑤

経営戦略⑥

経営戦略⑦

経営戦略⑧

経営戦略⑨

経営戦略⑩

経営戦略⑪

経営戦略⑫

経営戦略⑬

経営戦略⑭

経営戦略⑮

経営戦略⑯

経営戦略⑰

経営戦略⑱

経営戦略⑲

経営戦略⑳

経営戦略㉑

経営戦略㉒

経営戦略㉓

経営戦略㉔

経営戦略㉕

経営戦略㉖

経営戦略㉗

経営戦略㉘

経営戦略㉙

経営戦略㉚

経営戦略㉛

経営戦略㉜

経営戦略㉝

経営戦略㉞

経営戦略㉟

経営戦略㊱

経営戦略㊲

経営戦略㊳

経営戦略㊴

経営戦略㊵

経営戦略㊶

経営戦略㊷

経営戦略㊸

経営戦略㊹

経営戦略㊺

経営戦略㊻

経営戦略㊼

経営戦略㊽

経営戦略㊾

経営戦略㊿

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

経営方針

経営方針②

経営方針③

経営方針④

経営方針⑤

経営方針⑥

経営方針⑦

経営方針⑧

経営方針⑨

経営方針⑩

経営方針⑪

経営方針⑫

経営方針⑬

経営方針⑭

経営方針⑮

経営方針⑯

経営方針⑰

経営方針⑱

経営方針⑲

経営方針⑳

経営方針㉑

経営方針㉒

経営方針㉓

経営方針㉔

経営方針㉕

経営方針㉖

経営方針㉗

経営方針㉘

経営方針㉙

経営方針㉚

経営方針㉛

経営方針㉜

経営方針㉝

経営方針㉞

経営方針㉟

経営方針㊱

経営方針㊲

経営方針㊳

経営方針㊴

経営方針㊵

経営方針㊶

経営方針㊷

経営方針㊸

経営方針㊹

経営方針㊺

経営方針㊻

経営方針㊼

経営方針㊽

経営方針㊾

経営方針㊿

経営方針①

経営方針②

経営方針③

経営方針④

経営方針⑤

経営方針⑥

経営方針⑦

経営方針⑧

経営方針⑨

経営方針⑩

経営方針⑪

経営方針⑫

経営方針⑬

経営方針⑭

経営方針⑮

経営方針⑯

経営方針⑰

経営方針⑱

経営方針⑲

経営方針⑳

経営方針㉑

経営方針㉒

経営方針㉓

経営方針㉔

経営方針㉕

経営方針㉖

経営方針㉗

経営方針㉘

経営方針㉙

経営方針㉚

経営方針㉛

経営方針㉜

経営方針㉝

経営方針㉞

経営方針㉟

経営方針㊱

経営方針㊲

経営方針㊳

経営方針㊴

経営方針㊵

経営方針㊶

経営方針㊷

経営方針㊸

経営方針㊹

経営方針㊺

経営方針㊻

経営方針㊼

経営方針㊽

経営方針㊾

経営方針㊿

企業価値向上に向けて
社長メッセージ

経営方針

経営方針②

経営方針③

経営方針④

経営方針⑤

経営方針⑥

経営方針⑦

経営方針⑧

経営方針⑨

経営方針⑩

経営方針⑪

経営方針⑫

経営方針⑬

経営方針⑭

経営方針⑮

経営方針⑯

経営方針⑰

経営方針⑱

経営方針⑲

経営方針⑳

経営方針㉑

経営方針㉒

経営方針㉓

経営方針㉔

経営方針㉕

経営方針㉖

経営方針㉗

経営方針㉘

経営方針㉙

経営方針㉚

経営方針㉛

経営方針㉜

経営方針㉝

経営方針㉞

経営方針㉟

経営方針㊱

経営方針㊲

経営方針㊳

経営方針㊴

経営方針㊵

経営方針㊶

経営方針㊷

経営方針㊸

経営方針㊹

経営方針㊺

経営方針㊻

経営方針㊼

経営方針㊽

経営方針㊾

経営方針㊿

経営方針①

経営方針②

経営方針③

経営方針④

経営方針⑤

経営方針⑥

経営方針⑦

経営方針⑧

経営方針⑨

経営方針⑩

経営方針⑪

経営方針⑫

経営方針⑬

経営方針⑭

経営方針⑮

経営方針⑯

経営方針⑰

経営方針⑱

経営方針⑲

経営方針⑳

経営方針㉑

経営方針㉒

経営方針㉓

経営方針㉔

経営方針㉕

経営方針㉖

経営方針㉗

経営方針㉘

経営方針㉙

経営方針㉚

経営方針㉛

経営方針㉜

経営方針㉝

経営方針㉞

経営方針㉟

経営方針㊱

経営方針㊲

経営方針㊳

経営方針㊴

経営方針㊵

経営方針㊶

経営方針㊷

経営方針㊸

経営方針㊹

経営方針㊺

経営方針㊻

経営方針㊼

経営方針㊽

経営方針㊾

経営方針㊿

企業価値向上に向けて
経営方針の進化

経営方針

経営方針②

経営方針③

経営方針④

経営方針⑤

経営方針⑥

経営方針⑦

経営方針⑧

経営方針⑨

経営方針⑩

経営方針⑪

経営方針⑫

経営方針⑬

経営方針⑭

経営方針⑮

経営方針⑯

経営方針⑰

経営方針⑱

経営方針⑲

経営方針⑳

経営方針㉑

経営方針㉒

経営方針㉓

経営方針㉔

経営方針㉕

経営方針㉖

経営方針㉗

経営方針㉘

経営方針㉙

経営方針㉚

経営方針㉛

経営方針㉜

経営方針㉝

経営方針㉞

経営方針㉟

経営方針㊱

経営方針㊲

経営方針㊳

経営方針㊴

経営方針㊵

経営方針㊶

経営方針㊷

経営方針㊸

経営方針㊹

経営方針㊺

経営方針㊻

経営方針㊼

経営方針㊽

経営方針㊾

経営方針㊿

経営方針①

経営方針②

経営方針③

経営方針④

経営方針⑤

経営方針⑥

経営方針⑦

経営方針⑧

経営方針⑨

経営方針⑩

経営方針⑪

経営方針⑫

経営方針⑬

経営方針⑭

経営方針⑮

経営方針⑯

経営方針⑰

経営方針⑱

経営方針⑲

経営方針⑳

経営方針㉑

経営方針㉒

経営方針㉓

経営方針㉔

経営方針㉕

経営方針㉖

経営方針㉗

経営方針㉘

経営方針㉙

経営方針㉚

経営方針㉛

経営方針㉜

経営方針㉝

経営方針㉞

経営方針㉟

経営方針㊱

経営方針㊲

経営方針㊳

経営方針㊴

経営方針㊵

経営方針㊶

経営方針㊷

経営方針㊸

経営方針㊹

経営方針㊺

経営方針㊻

経営方針㊼

経営方針㊽

経営方針㊾

経営方針㊿

企業価値向上に向けて
経営方針の進化

経営方針

経営方針②

経営方針③

経営方針④

経営方針⑤

経営方針⑥

経営方針⑦

経営方針⑧

経営方針⑨

経営方針⑩

経営方針⑪

経営方針⑫

経営方針⑬

経営方針⑭

経営方針⑮

経営方針⑯

経営方針⑰

経営方針⑱

経営方針⑲

経営方針⑳

経営方針㉑

経営方針㉒

経営方針㉓

経営方針㉔

経営方針㉕

経営方針㉖

経営方針㉗

経営方針㉘

経営方針㉙

経営方針㉚

経営方針㉛

経営方針㉜

経営方針㉝

経営方針㉞

経営方針㉟

経営方針㊱

経営方針㊲

経営方針㊳

経営方針㊴

経営方針㊵

経営方針㊶

経営方針㊷

経営方針㊸

経営方針㊹

経営方針㊺

経営方針㊻

経営方針㊼

経営方針㊽

経営方針㊾

経営方針㊿

経営方針①

経営方針②

経営方針③

経営方針④

経営方針⑤

経営方針⑥

経営方針⑦

経営方針⑧

経営方針⑨

経営方針⑩

経営方針⑪

経営方針⑫

経営方針⑬

経営方針⑭

経営方針⑮

経営方針⑯

経営方針⑰

経営方針⑱

経営方針⑲

経営方針⑳

経営方針㉑

経営方針㉒

経営方針㉓

経営方針㉔

経営方針㉕

経営方針㉖

経営方針㉗

経営方針㉘

経営方針㉙

経営方針㉚

経営方針㉛

経営方針㉜

経営方針㉝

経営方針㉞

経営方針㉟

経営方針㊱

経営方針㊲

経営方針㊳

経営方針㊴

経営方針㊵

経営方針㊶

経営方針㊷

経営方針㊸

経営方針㊹

経営方針㊺

経営方針㊻

経営方針㊼

経営方針㊽

経営方針㊾

経営方針㊿

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



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

TOKYO MODERNISM・2024・
Furniture, Architecture and Design



Life in Art
"TOKYO MODERNISM 2024"

ATELIER MUJI

Mid-Century MUJI展



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

期間中に購入商品の廃棄物の回収にご協力ください。いつもの生活に特別な価値を創造しています。



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 |
ご来店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。
回収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額
※ポリスチレンふとん、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1点1点確認し、リサイクルすることで役につけていきます。
回収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・芳香剤のPETボトル、PET製容器のボトル
※化粧品のPETボトル・全量回収、化粧品のPET製容器のボトルは対象外です。
※化粧用フィルム・チューブ・ポンプ・スプレーは対象外です。
※フタ・キャップは回収場所の持ち帰り品としてお持ち帰りください。



プラスチック収納用品の回収

まだ使えるものはリユースとして再販売し、そうでないものはリサイクルします。
回収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(PP)製収納用品
※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舗や時期、廃棄の有無は問いません。



衣料品の回収

まだ着ることのできるものはリユースとして再販売し、そうでないものはリサイクルします。
回収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額
※下着・靴下・靴・バッグ・財布等の服飾雑貨は対象外です。
※汚損・破損のあるものは回収していません。
※着た状態で持ち込みください。



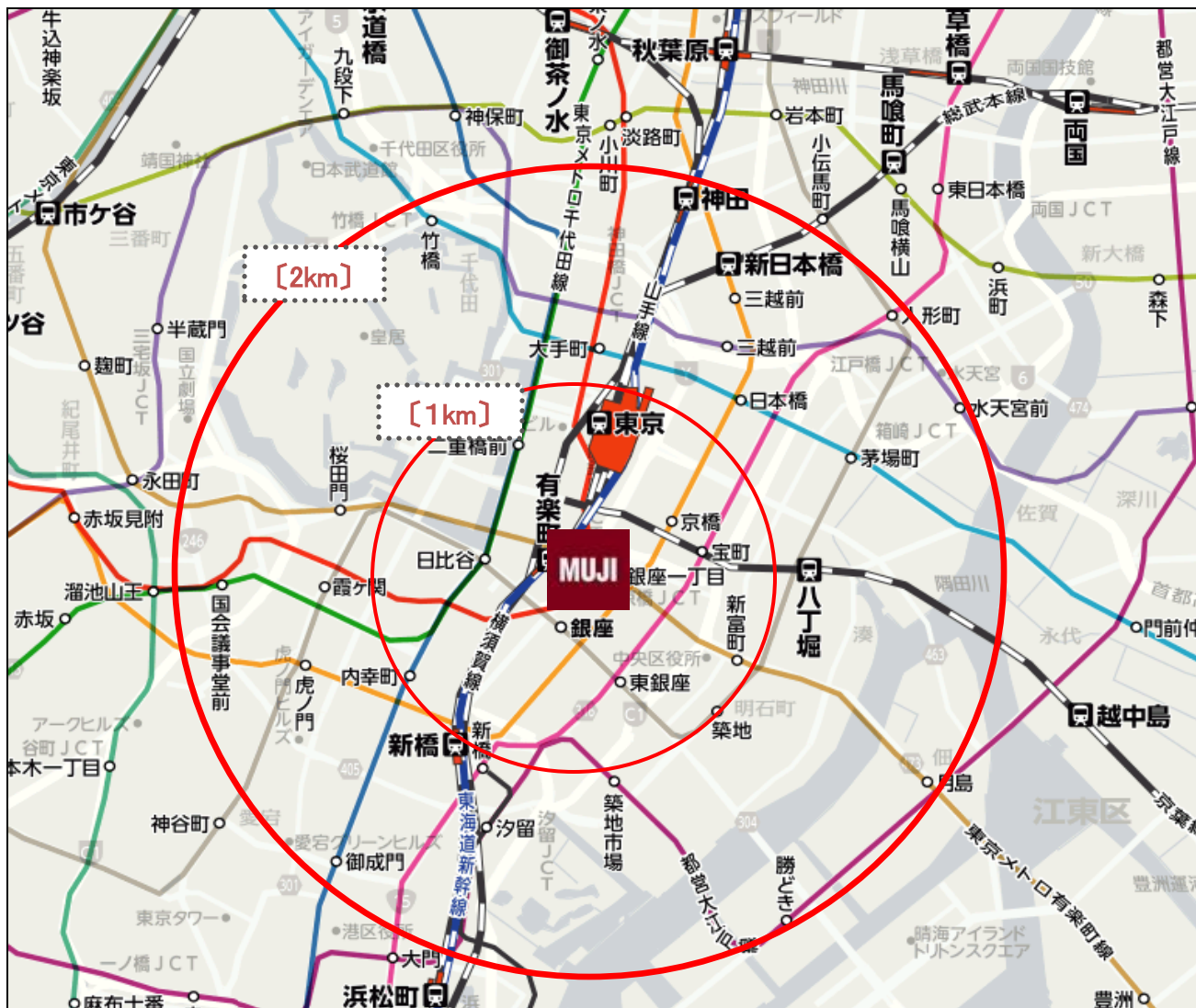
① 資源循環型・自然共生型・持続可能な社会の実現



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1丁目通り会	銀座1丁目町会
銀座西京会	銀座2丁目通り会	銀座2丁目町会
銀座料理飲食業組合連合会	銀座3丁目通り会	銀座3丁目町会
銀座会	銀座4丁目通り会	銀座4丁目町会
GSK銀座社文科協	銀座5丁目通り会	銀座5丁目町会
銀座花博通り会	銀座6丁目通り会	銀座6丁目町会
銀座金通り会	銀座7丁目通り会	銀座7丁目町会
銀座みゆき通り美化会	銀座8丁目通り会	銀座8丁目町会
銀座西京会	銀座9丁目通り会	銀座9丁目町会
銀座西京会	銀座10丁目通り会	銀座10丁目町会
銀座西京会	銀座11丁目通り会	銀座11丁目町会
銀座西京会	銀座12丁目通り会	銀座12丁目町会
銀座西京会	銀座13丁目通り会	銀座13丁目町会
銀座西京会	銀座14丁目通り会	銀座14丁目町会
銀座西京会	銀座15丁目通り会	銀座15丁目町会
銀座西京会	銀座16丁目通り会	銀座16丁目町会
銀座西京会	銀座17丁目通り会	銀座17丁目町会
銀座西京会	銀座18丁目通り会	銀座18丁目町会
銀座西京会	銀座19丁目通り会	銀座19丁目町会
銀座西京会	銀座20丁目通り会	銀座20丁目町会
銀座西京会	銀座21丁目通り会	銀座21丁目町会
銀座西京会	銀座22丁目通り会	銀座22丁目町会
銀座西京会	銀座23丁目通り会	銀座23丁目町会
銀座西京会	銀座24丁目通り会	銀座24丁目町会
銀座西京会	銀座25丁目通り会	銀座25丁目町会
銀座西京会	銀座26丁目通り会	銀座26丁目町会
銀座西京会	銀座27丁目通り会	銀座27丁目町会
銀座西京会	銀座28丁目通り会	銀座28丁目町会
銀座西京会	銀座29丁目通り会	銀座29丁目町会
銀座西京会	銀座30丁目通り会	銀座30丁目町会
銀座西京会	銀座31丁目通り会	銀座31丁目町会
銀座西京会	銀座32丁目通り会	銀座32丁目町会
銀座西京会	銀座33丁目通り会	銀座33丁目町会
銀座西京会	銀座34丁目通り会	銀座34丁目町会
銀座西京会	銀座35丁目通り会	銀座35丁目町会
銀座西京会	銀座36丁目通り会	銀座36丁目町会
銀座西京会	銀座37丁目通り会	銀座37丁目町会
銀座西京会	銀座38丁目通り会	銀座38丁目町会
銀座西京会	銀座39丁目通り会	銀座39丁目町会
銀座西京会	銀座40丁目通り会	銀座40丁目町会
銀座西京会	銀座41丁目通り会	銀座41丁目町会
銀座西京会	銀座42丁目通り会	銀座42丁目町会
銀座西京会	銀座43丁目通り会	銀座43丁目町会
銀座西京会	銀座44丁目通り会	銀座44丁目町会
銀座西京会	銀座45丁目通り会	銀座45丁目町会
銀座西京会	銀座46丁目通り会	銀座46丁目町会
銀座西京会	銀座47丁目通り会	銀座47丁目町会
銀座西京会	銀座48丁目通り会	銀座48丁目町会
銀座西京会	銀座49丁目通り会	銀座49丁目町会
銀座西京会	銀座50丁目通り会	銀座50丁目町会
銀座西京会	銀座51丁目通り会	銀座51丁目町会
銀座西京会	銀座52丁目通り会	銀座52丁目町会
銀座西京会	銀座53丁目通り会	銀座53丁目町会
銀座西京会	銀座54丁目通り会	銀座54丁目町会
銀座西京会	銀座55丁目通り会	銀座55丁目町会
銀座西京会	銀座56丁目通り会	銀座56丁目町会
銀座西京会	銀座57丁目通り会	銀座57丁目町会
銀座西京会	銀座58丁目通り会	銀座58丁目町会
銀座西京会	銀座59丁目通り会	銀座59丁目町会
銀座西京会	銀座60丁目通り会	銀座60丁目町会
銀座西京会	銀座61丁目通り会	銀座61丁目町会
銀座西京会	銀座62丁目通り会	銀座62丁目町会
銀座西京会	銀座63丁目通り会	銀座63丁目町会
銀座西京会	銀座64丁目通り会	銀座64丁目町会
銀座西京会	銀座65丁目通り会	銀座65丁目町会
銀座西京会	銀座66丁目通り会	銀座66丁目町会
銀座西京会	銀座67丁目通り会	銀座67丁目町会
銀座西京会	銀座68丁目通り会	銀座68丁目町会
銀座西京会	銀座69丁目通り会	銀座69丁目町会
銀座西京会	銀座70丁目通り会	銀座70丁目町会
銀座西京会	銀座71丁目通り会	銀座71丁目町会
銀座西京会	銀座72丁目通り会	銀座72丁目町会
銀座西京会	銀座73丁目通り会	銀座73丁目町会
銀座西京会	銀座74丁目通り会	銀座74丁目町会
銀座西京会	銀座75丁目通り会	銀座75丁目町会
銀座西京会	銀座76丁目通り会	銀座76丁目町会
銀座西京会	銀座77丁目通り会	銀座77丁目町会
銀座西京会	銀座78丁目通り会	銀座78丁目町会
銀座西京会	銀座79丁目通り会	銀座79丁目町会
銀座西京会	銀座80丁目通り会	銀座80丁目町会
銀座西京会	銀座81丁目通り会	銀座81丁目町会
銀座西京会	銀座82丁目通り会	銀座82丁目町会
銀座西京会	銀座83丁目通り会	銀座83丁目町会
銀座西京会	銀座84丁目通り会	銀座84丁目町会
銀座西京会	銀座85丁目通り会	銀座85丁目町会
銀座西京会	銀座86丁目通り会	銀座86丁目町会
銀座西京会	銀座87丁目通り会	銀座87丁目町会
銀座西京会	銀座88丁目通り会	銀座88丁目町会
銀座西京会	銀座89丁目通り会	銀座89丁目町会
銀座西京会	銀座90丁目通り会	銀座90丁目町会
銀座西京会	銀座91丁目通り会	銀座91丁目町会
銀座西京会	銀座92丁目通り会	銀座92丁目町会
銀座西京会	銀座93丁目通り会	銀座93丁目町会
銀座西京会	銀座94丁目通り会	銀座94丁目町会
銀座西京会	銀座95丁目通り会	銀座95丁目町会
銀座西京会	銀座96丁目通り会	銀座96丁目町会
銀座西京会	銀座97丁目通り会	銀座97丁目町会
銀座西京会	銀座98丁目通り会	銀座98丁目町会
銀座西京会	銀座99丁目通り会	銀座99丁目町会
銀座西京会	銀座100丁目通り会	銀座100丁目町会

全銀座会

環境・安全委員会	銀座街づくり委員会
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



東京都



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

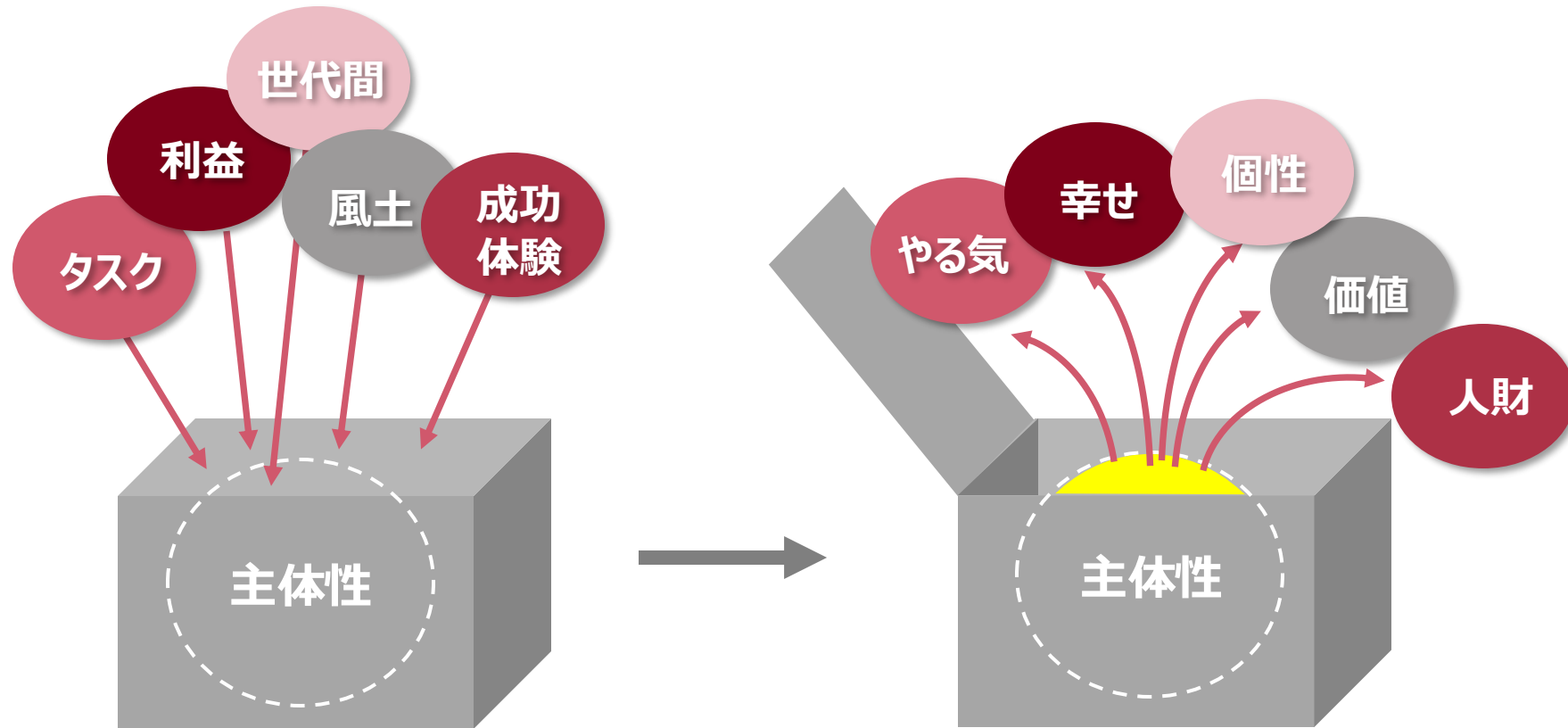


銀座三原橋街角公園 植樹



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」

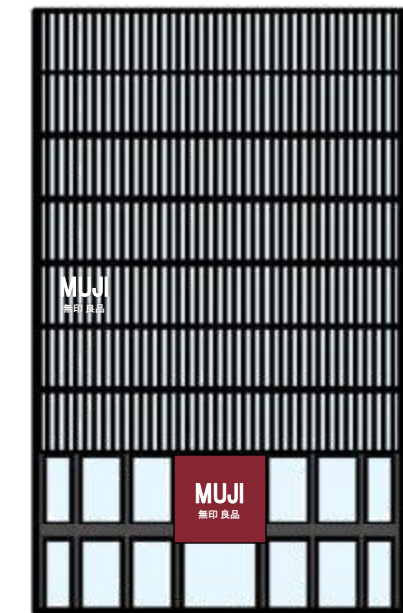
リーダーとメンバーが専門性を発揮し、プロフェッショナルとして機能しながら課題解決を行う組織



- 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



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



課題抽出



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

無印良品 銀座で働きながらヨガインストラクターとしても活動する Yasuaki さんによるインスタライブ ヨガ教室に参加しませんか。無印良品 銀座のアカウント(muji_ginza)をフォローして配信をチェック。



Yasuaki

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、これが自分とヨガの初めての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の可動域が徐々に広がり、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月からは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、ヨガのおもしろさを知っていただくと嬉しいです。

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



ヨガ インストラクター



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



ワインソムリエ



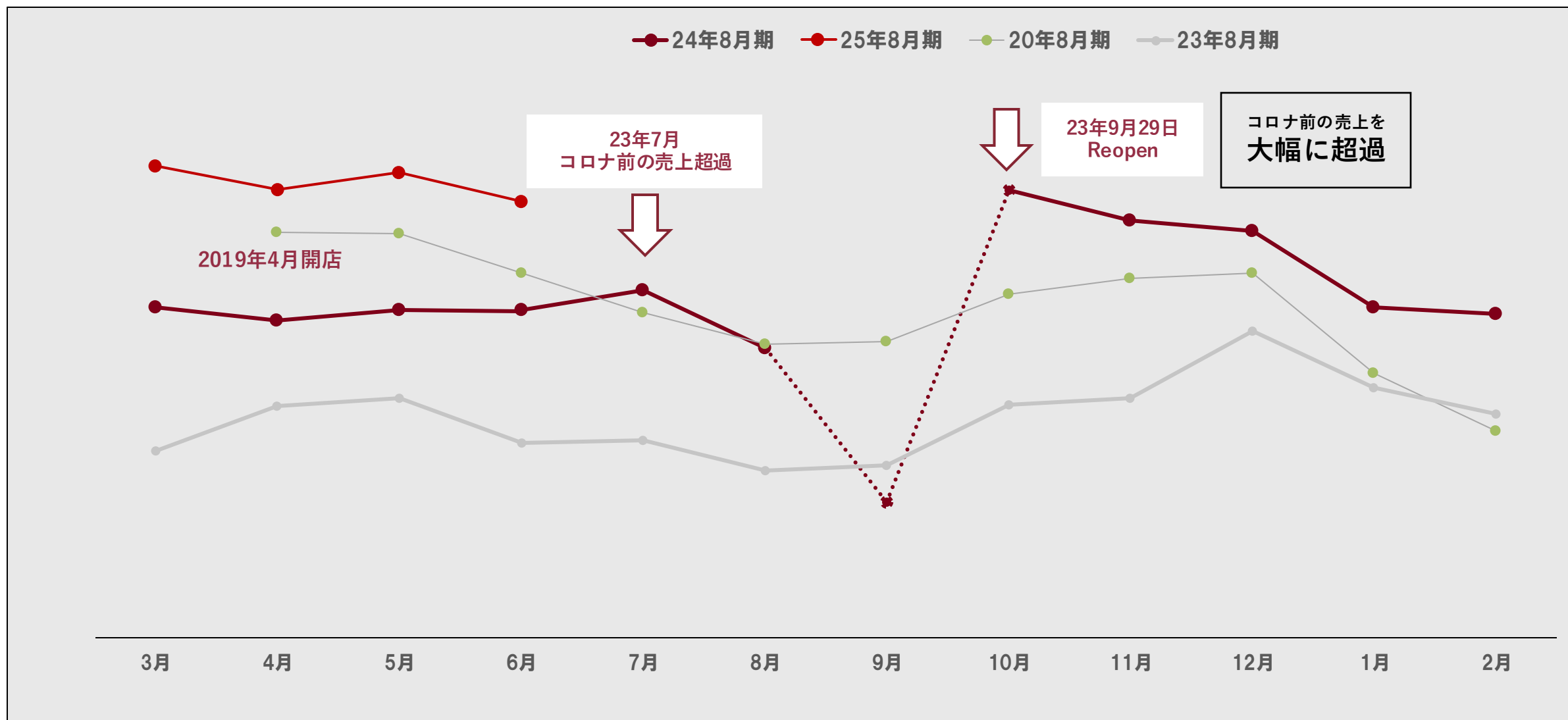
野菜ソムリエ



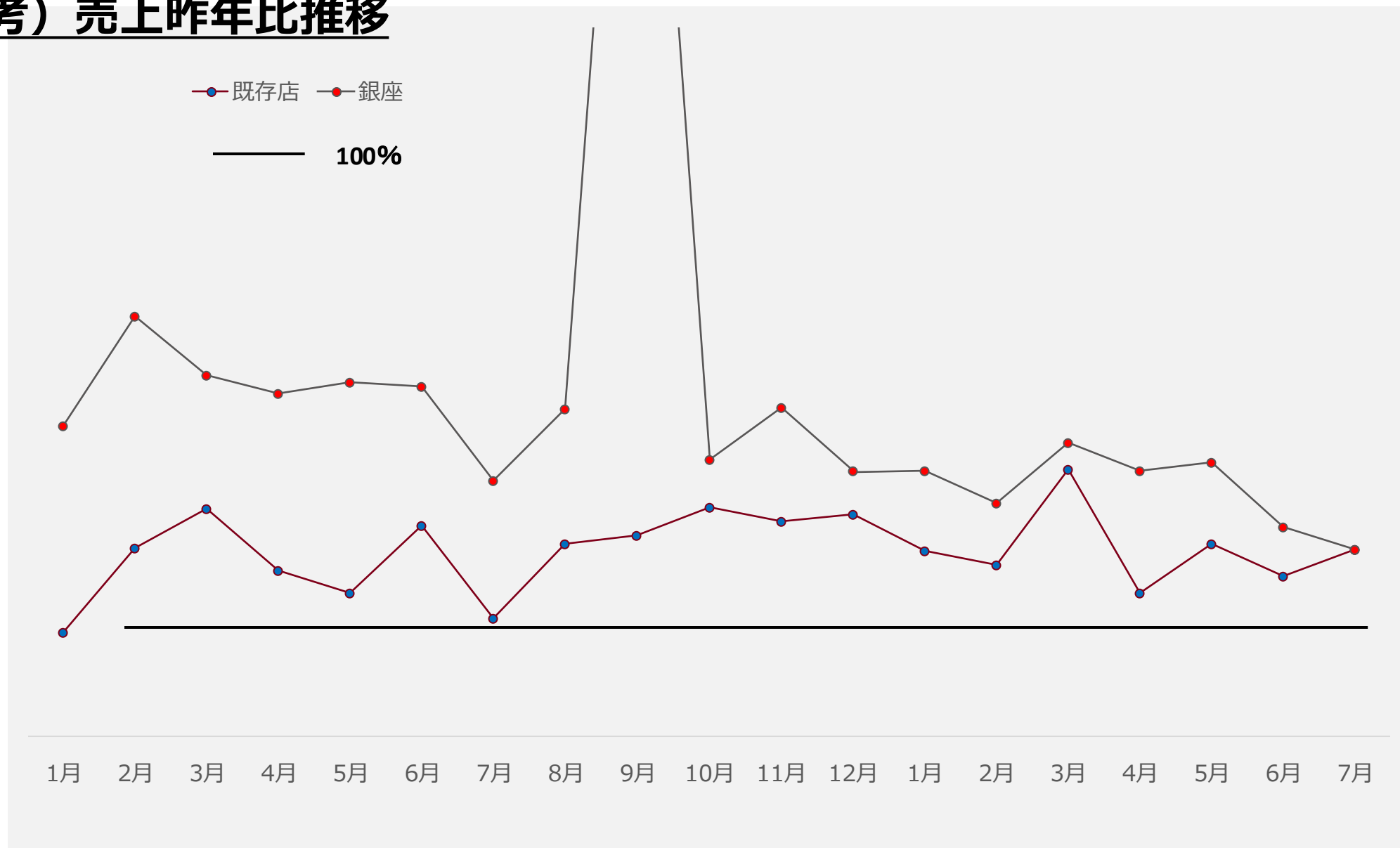
バリスタ

- 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

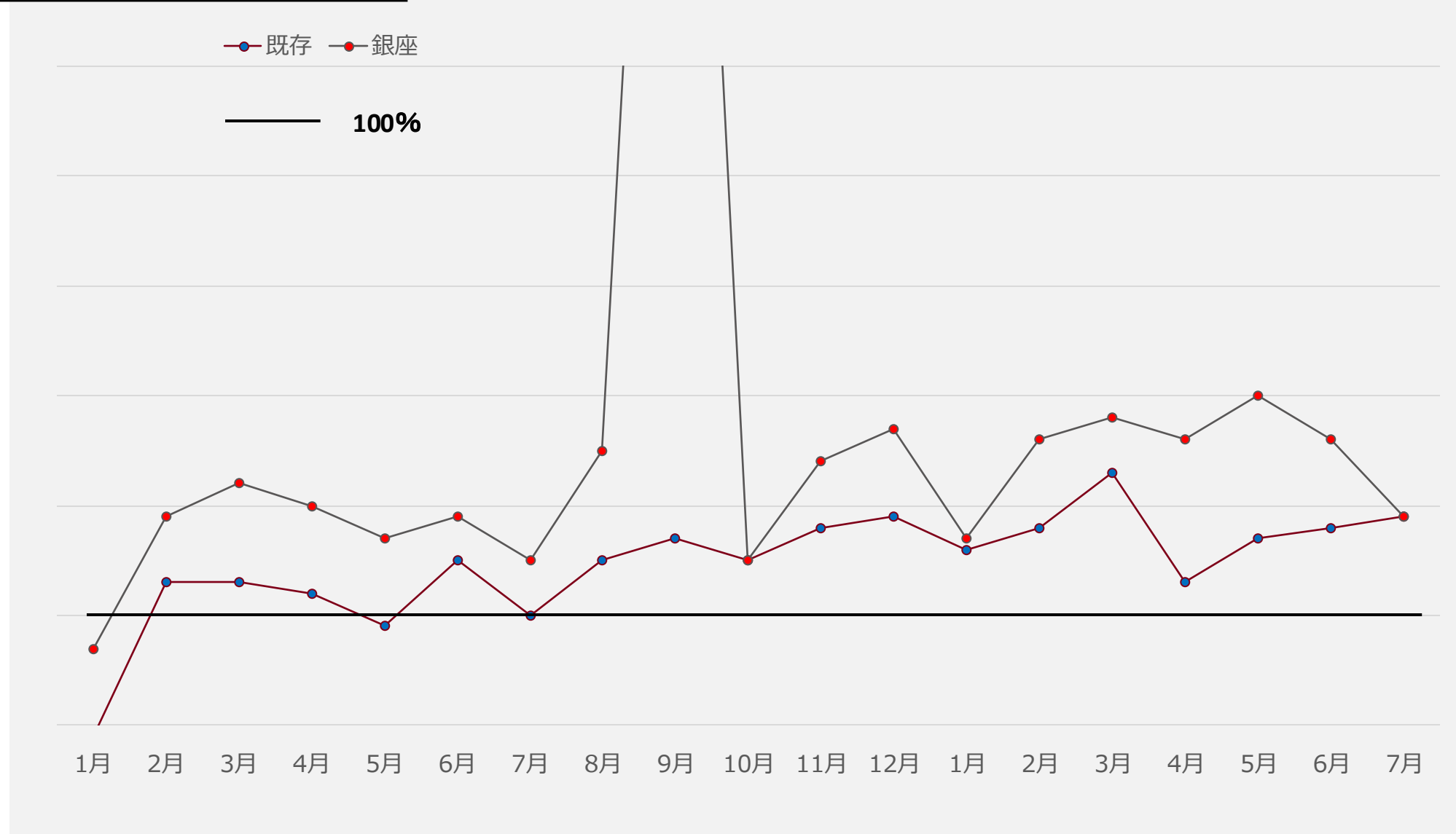
(参考) コロナ前との比較



(参考) 売上昨年比推移



(参考) 客数昨年比推移



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

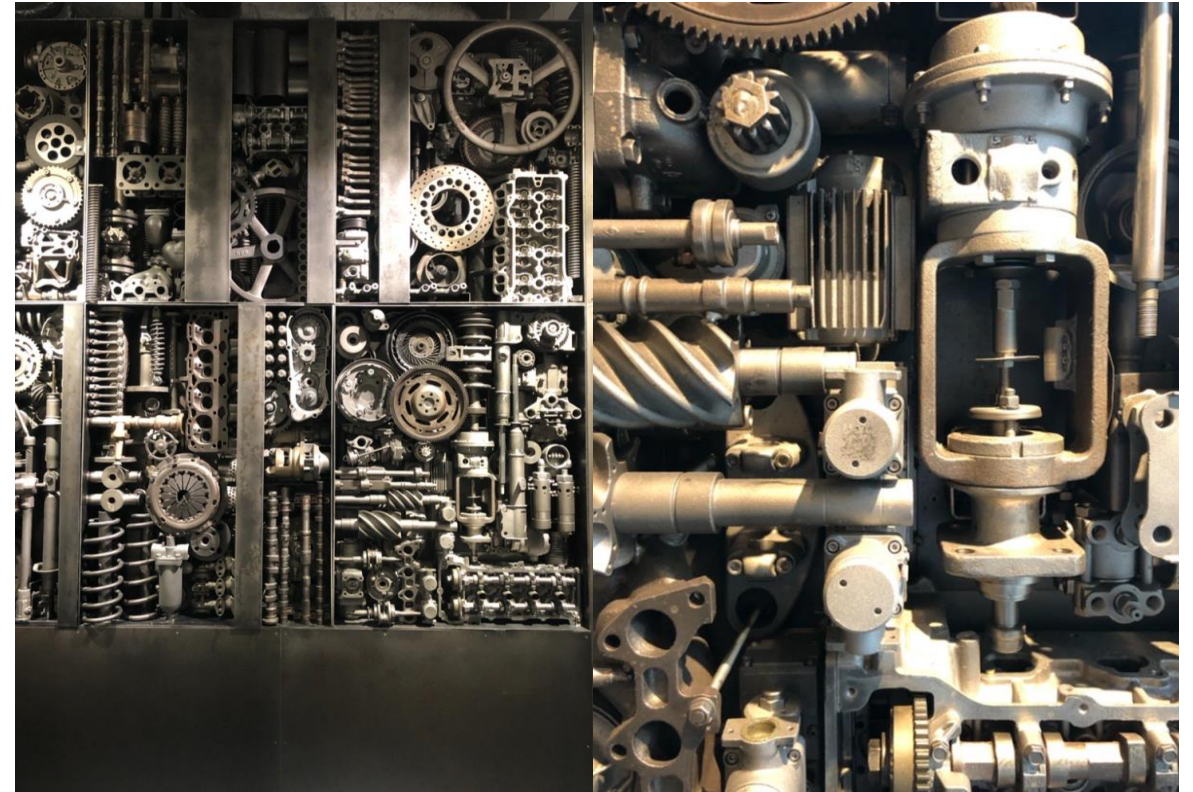
実際に使用していた、本物の船の廃材を再利用しています。
HOTELなので、“旅”を想起させるべく、船を用いております。

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、おなかいっぱいになれ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。