



2017

会社案内 Corporate Profile

株式会社

良品計画

Ryohin Keikaku Co., Ltd.

トッブメッセージ

Message

2016年度の国内事業は、化粧水や「アロマディフューザー」を中心としたヘルス&ビューティや、「シリコーン調理スプーン」などのハウスウェア、「不揃い宇治抹茶チョコがけいちご」をはじめとする食品が底支えし、堅調に推移いたしました。これは、MUJI passport アプリを通じた双方向のコミュニケーションや接客力向上への継続した取り組みが、多くのお客様の共感と呼び、結果的に売上高に奏功したものと考えております。さらに「無印良品近鉄あべのハルカス」をはじめとする一部の新店に導入した、MUJI BOOKSやOpenMUJIといった新しいコンテンツやサービスも来店動機となり、客数増に貢献しました。また、サークルK・サンクスへの商品供給を開始し、販売チャネルが拡大した年度となりました。

一方の海外事業は、引き続き好調に推移いたしました。とりわけ中国は2016年12月に200店舗目がオープンし、海外事業の売上高・利益高を牽引しております。2016年8月には、インドにおける日本の小売業1号店である「MUJI Palladium」をオープン、現地で大きな話題となりました。さらに5月にサウジアラビア、同じ8月にバーレーンにそれぞれの国の1号店を出店し、これらを含む海外の展開店舗は26の国・地域において403店舗となり、いよいよ2017年度中には海外の店舗数が日本国内を上回る見込みです。

これらの結果より、中期経営計画の最終年度であった2016年度は過去最高益を更新し、2017年度より新たな中期経営計画(2017~2020年度)がスタートしました。基本方針を『現場を中心に据えて大切に、全員で「良心とクリエイティブ」を实践する風土と仕組みをグローバルに発展させる』ことにおき、2020年度の営業収益5,000億円、営業利益600億円、ROE15%以上を数値目標として掲げております。目標達成に向けては、グローバルサプライチェーンマネジメント向上、商品開発力の向上、グローバル人材育成、コーポレートガバナンスの実現の4点に重点的に取り組んでまいります。

2017年度も、持続可能なグローバル企業として世界の人々に信頼される商品とサービスを提供することで、社会に貢献できるよう努めてまいります。今後とも格段のご支援を賜りますようお願い申し上げます。

株式会社 良品計画 Ryohin Keikaku Co., Ltd.
代表取締役社長(兼)執行役員 President and Representative Director
松 崎 暁 Satoru Matsuzaki

In Japan, products such as Skin-care Lotion and Aroma Diffuser in Health & Beauty, Silicone Cooking Spoon in Housewares, and Matcha Chocolate Strawberry delivered strong sales in fiscal 2016 (year ended February 28, 2017). Interactive communication through MUJI passport application and continuous improvement in our staff skills attracted customers thus increased sales. The new MUJI BOOKS and OpenMUJI businesses motivated many customers to visit stores such as the new MUJI Kintetsu Abeno Harukas in Osaka. We also added a new wholesale channel to Circle K Sunkus convenience stores, which joined the FamilyMart group during the year. Outside Japan, we maintained sales at a high level. China achieved 200th store opening in December 2016 and played a leading role in raising the proportion of overseas sales and profit. MUJI Palladium, the first store for us and as the Japanese retailer in India, opened in August with a great success. Furthermore we entered the market in Saudi Arabia in May and Bahrain in August. We now have 403 stores in 26 countries/regions.



We expect to outnumber the total in Japan during 2017. As the final year of the mid-term business plan, fiscal 2016 was a successful year for Ryohin Keikaku Group with another record high result. Fiscal 2017 is the start of a new mid-term plan (2017-2020). We set up the policy of: focus on employee proficiency, developing a culture and systems to promote Conscience and Creativity across our organization worldwide, with the financial targets of: sales 500 billion JPY, ordinary profit 60 billion JPY, and ROE 15% and above by fiscal 2020. We will focus in the areas of global supply chain management, product development, global HR management, and group corporate governance to achieve them. As a sustainable global entity, we would like to contribute to society by delivering products and services that are trusted by people around the world. We would very much appreciate the continuous support and understanding of our stakeholders.

企業理念

Corporate Philosophy

「良品」ビジョン

The MUJI Vision:
The Quest for
the Good Product

「良品」には、あらかじめ用意された正解はない。
しかし、自ら問いかければ、無限の可能性が見えてくる。

There is no one answer to what a good product is. Simply asking the question, though, creates infinite possibilities, and we pursue them.

良品価値の探求 Quest Value

「良品」の新たな価値と魅力を生活者の視点で探求し、提供していく。
Identify and deliver MUJI value and appeal from the perspective of the people who use our products.

成長の良循環 Positive Spiral

「良品」の公正で透明な事業活動を通じ、グローバルな成長と発展に挑戦していく。
Work toward global growth and development by operating a fair and transparent MUJI business.

最良のパートナーシップ Best Partnership

仲間を尊重し、取引先との信頼を深め、「良品」の豊かな世界を拡げていく。
Deliver the abundance inherent in good products by respecting associates and building relationships of trust with business partners.

企業理念

Corporate
Philosophy

行動基準

Code of Conduct

- | | |
|-------------------|---|
| 1. カスタマー・レスポンスの徹底 | Quickly and carefully respond to customer needs |
| 2. 地球大の発想と行動 | Think and act globally |
| 3. 地域コミュニティと共に栄える | Prosper together with local communities |
| 4. 誠実で、しかも正直であれ | Act sincerely and honestly |
| 5. 全てにコミュニケーションを | Be open to communication with all |



自然と。無名で。
シンプルに。地球大。
Natural, Anonymous,
Simple, Global.

無印良品事業

MUJI Business

1980年、「無印良品」は「わけあって、安い。」をキャッチコピーに、従来の商品の規格からすると少し外れてしまうような商品の企画からスタートしました。「素材の選択」「工程の点検」「包装の簡略化」の3つの視点を守りながら、実質本位の商品をつくり続け、約7,000品目の商品を展開するブランドへ成長しました。1983年に東京・青山に無印良品単独でははじめてとなる店を出店、現在では日本を含む27の国・地域に店舗を展開しています。店舗環境の向上やスタッフの接客力の強化、サービスの拡充に取り組み、気持ち良くお買い物をしていただける空間づくりを進めてきました。また、無印良品とお客様をつなぐスマートフォンアプリ「MUJI passport」を導入し、お客様とのコミュニケーションの向上にも努めています。

“Lower priced for a reason.” It is this phrase that encapsulates the ideas that drove the development of MUJI products in 1980—products that do not fit conventional commercial standards. Focusing on our three priorities: “Selection of materials”, “Streamlining of processes” and “Simplification of packages”, we have grown into a brand of over 7,000 no-frills quality products. Beginning in 1983 with our first stand-alone store in Aoyama, Tokyo, we now operate MUJI stores in 27 countries and regions around the world including Japan. Our goal is to deliver a comfortable shopping experience for our customers by enhancing our stores and staff as well as expanding our services. We have also introduced the smart phone app MUJI passport for further communication with our customers.



1980年当初の40品目
First 40 products when the business started in 1980

無印良品 有楽町 / MUJI Yurakucho

さまざまなかたちの無印良品 MUJI in Other Channels

Found MUJI
世界中から、良いものを。
The best from around the world.

Found MUJI

モノをつくるというよりは、「探す、見つけ出す」という姿勢でくらしを見つめ、世界中で永く使われてきた日用品を揃えています。モノのエッセンスを残しつつ、現代の生活や文化、習慣に合わせて少しだけ改良し、適正な価格で再生していく活動を、これからも皆様と一緒に行っていきます。

Instead of producing goods, Found MUJI takes a “search and discover” approach to lifestyle, bringing together everyday items long treasured around the world. While retaining the original essence we make some adjustments to fit to contemporary life, culture, and custom, and bring them back to the market at reasonable prices.



<https://www.muji.net/foundmuji/>

MUJI to GO
無印良品をぎゅっと凝縮。
A concentrated selection of MUJI



MUJI to GOは無印良品の全商品から、旅・移動・ビジネス・学習・遊びに役立つアイテムをぎゅっと凝縮した厳選ショップです。便利な機能付きの文具や旅行が楽しくなるグッズ、普段のくらしをそのまま持ち運べるものなど、空港で出会うとうれしいアイテムが揃っています。

MUJI to GO shops feature selected items that are useful for travel, commuting, business, study and play. These shops offer products that travelers are happy to come across at airports—stationery items with special functions, items to make trips more fun, and things that feel like a little bit of home with you while you travel.



<https://www.muji.com/jp/mujitogo/>

無印良品 主な店舗サービス MUJI Main In-Store Services

インテリア相談会
Interior Design Consultation Fair

ご結婚やお引っ越しなどで家具やインテリアを検討中の皆さまに、ゆっくり安心してご相談いただけるように、無印良品のインテリアアドバイザー、もしくは収納アドバイザーが、予約専任制でご案内させていただきます。

MUJI interior and storage advisors are available by appointment to consult at length on furniture and interior design with customers thinking about life transitions such as marriage and moves.



MUJI BOOKS
MUJI BOOKS

人類最古のメディアである書物は、くらしの発見やヒントを記録した「素の言葉」の宝庫です。古今東西から長く読み継がれてきた本をあつめたMUJI BOOKSでは、「ずっといい言葉」とともに本のあるくらしを提案しています。

As an oldest form of media of humankind, books have been offering a treasure trove of plain and natural words that recorded findings and tips for everyday life. MUJI BOOKS bring together classics from all ages and places, highlighting timeless words as part of a lifestyle rich with books.



Open MUJI
Open MUJI

無印良品が考えているコトを提案し、お客さまとともに考え、会話し、活動する空間です。地元根差したプラットフォームとして、各地域を拠点に活躍するクリエイターやデザイナーを招いたイベントや展示会、ワークショップなどを定期的に開催しています。

Open MUJI provides a space for sharing ideas and communicating with customers. As a platform to build local ties, we regularly organize exhibits, workshops and other events featuring local creators and designers.



商品開発について

Product development

無印良品のもののづくりの基本となる考え方は変わっていません。時代が変わっても、変わらない3つの視点、**①素材の選択、②工程の点検、③包装の簡略化**、を守りながら“商品の原点を見直す”という姿勢で実質本位の商品をつくり続けています。

無印良品が目指すのは、「これがいい」ではなく「これでいい」という理性的な満足感をお客様に持っていただくこと。つまり品質も価格も十分「これでいい」という意味です。ただ、そこに若干含まれているかもしれない不満や妥協を解消して、自信に満ちた「これでいい」を実現していきます。

The basic concepts driving the MUJI manufacturing process have not changed. The times may change, but we continue to focus on the **selection of materials, streamlining of processes**, and **simplification of packages** as we constantly return to our basic starting point to manufacture no-frills quality products. Our goal is to fully communicate our philosophy of “Perfectly Functional, Perfectly MUJI.” This philosophy creates satisfied customers who choose our products with a thoughtful, “This is just right for me,” rather than an impulsive “I’ve gotta have it!” To earn this response, we focus not only on product quality and price, but also continually seek to improve our products using unique ideas to eliminate even the slightest inconvenience or discomfort.



素材の選択

Selection of materials

おいしくて健康にも役立つ食品。着心地よく、身体になじむ衣服。使い勝手を第一に考えた生活雑貨。ふだん見過ごしがちな基本のもののづくりのために素材を見直します。品質は変わらないのに、見栄えのために捨てられているもの。業務用の素材。世界中から見つけた原材料や、安価で大量に確保できる旬のものなどを活かして、低価格で質の良い商品が生まれました。

To produce our tasty, healthy food products, comfortable clothing that fits well, and household items that are, above all else, easy to use, Ryohin Keikaku takes a second look at basic manufacturing materials which are often overlooked in the design of commercial products. We utilize industrial materials, local materials from around the world, leftover materials, and bulk materials to create low-priced, high-quality products with our unique approach.

工程の点検

Streamlining of processes

ひとつの商品ができるまでのプロセスを徹底的に点検する。選り分けたり、大きさを揃える手間も不必要。不揃いのままだったり、つや出しせずに仕上げたり、商品本来の質に関係のないムダな作業を省いて必要な工程だけを活かしました。規格外のサイズ、かたちで捨てられていたものも商品に。素材をムダなく活かし、コストダウンにもなる、実質本位のもののづくりです。

The process by which each MUJI product is manufactured is subject to critical scrutiny. Processes that do not affect product quality such as unneeded finishing, sorting or sizing are eliminated, leaving only these processes that are truly necessary for a quality product. Even items that have been discarded because they do not meet certain standards of size and appearance are turned into viable commercial products. Our focus on no-frills quality eliminates material waste and reduces the cost of manufacturing MUJI brand products.

包装の簡略化

Simplification of packages

飾らず、もの本来の色やかたちのままを大切にしたい。過剰な包装をしない。まとめて一括包装に。共通容器に入れる。シンプルなものづくりであると同時に、地球の資源をムダにせず、ごみを減らすこともできるのです。無印良品の商品はすべて、成り立ちのわけが印刷されているパッケージであっさり包まれていたり、タグがつけられているだけで、店頭に並んでいます。

Ryohin Keikaku seeks to highlight the natural color and shape of MUJI products, rather than to dress them up. For this reason, we simplify packaging, using only bulk packaging and placing products in plain, uniform containers. This philosophy of simplicity not only streamline processes, but also conserves natural resources and reduces waste. All MUJI products appear on store shelves in simple packaging printed only with the essential product development-related information and a price tag.

商品開発のいくつかの手法 Channels for developing products

IDEA PARK IDEA PARK



お客様の声をものづくりにつなげる仕組みをより強化していくため、ホームページで相互に意見交換ができる「IDEA PARK」を設置しました。現状に満足することなく、お客様の声に真摯に耳を傾け、対話を通してものづくりを進めています。

MUJI introduced IDEA PARK on its website to solidify its framework for incorporating more customer feedback into products. It facilitates interactive communication i.e. customers can share their ideas and suggestions and we can express our thoughts. We listen sincerely and carefully to the voices of the customers to pursue dialogue-based product development.

オブザベーション Observation



生活のありのままを、観察（オブザベーション）することで見てくる、真のニーズを探ります。無意識に行っている行為を、写真撮影や取材で可視化し、ものづくりにつなげています。

We explore the true daily needs of the people through observation. We visualize consumers' unconscious actions through photos and interviews, in order to support our product development.

素材への探求と生産者や環境への配慮

Considering Materials, Producers and Environment



生産者の健康や地球環境に配慮して、製品に使用する綿は積極的にオーガニックコットンに切り替えています。また、キルギスなど発展途上国の住民による地域活性化を目標におき、その土地の特産物を生かした商品をJICA（独立行政法人国際協力機構）と共同で企画しています。

In consideration of the environment and the health of those who produce it, we are working toward 100% organic cotton in our products. Aiming to help local residents in Kyrgyzstan and other developing countries revive their communities, MUJI also works with Japan International Cooperation Agency (JICA) to develop products that use local resources.

「感じ良いくらし」の実現

Presenting our vision of a simple, pleasant life

良品計画は「商い」で社会に貢献します

Beautifully simple products make the world a better place

無印良品は、「わけあって、安い」をキャッチフレーズとし、安くて良い品として1980年、西友の自社開発の経験を基に生まれました。商品開発の基本は、生活の基本となる本当に必要なものを、本当に必要なかたちでつくること。そのために、素材を見直し、生産工程の手間を省き、包装を簡略にしたことから、シンプルで美しい商品として長く人々から愛されています。

無印良品誕生以来、私たちはその想いを更に発展させ、生活者や生産者に配慮した商品・サービスを無印良品として具体化することで、世界の人々に「感じ良いくらし」を提案していきます。良品計画は「商い」を通すことで、人々が喜び、美を伝播し、そして社会に貢献することができると考えています。

「感じ良いくらし」を実現する企業として企業運営では3つの約束を、そしてその中でも事業運営の根幹である商品開発では3つの視点、生産では3つの基準を掲げて実践します。

MUJI products originated in 1980 to create quality products at low prices for Seiyu retail stores as described by the catchphrase "Lower priced for a reason." The basis of our product development is to create products that are truly fundamental to day-to-day life without any unnecessary complexity. To achieve this, we take a second look at often neglected materials, streamline the production process, and simplify packaging to create simple, beautiful products that people will cherish for years.

We have built on this concept from the beginning, delivering MUJI goods and services designed with both the consumer and the manufacturer in mind to realize our vision of a simple, pleasant life for people around the world. At Ryohin Keikaku, our focus is on bringing pleasure to people and beauty to their lives, as well as contributing to society, through the very businesses in which we engage.

As a company driven by this vision, we make three corporate pledges; focus on three priorities in our core product development; and follow three specific standards in manufacturing.

企業運営3つの約束 Three Corporate Pledges

- 1 公正で透明な事業活動を通じ、グローバルな成長と発展に挑戦していく
We will take on the challenge of global growth and development by engaging in fair and transparent business activities.
- 2 新たな価値と魅力を生活者視点で探求し、提供していく
We will identify and deliver new value and a new aesthetic in goods and services designed from the customer's viewpoint.
- 3 良品計画に関わる全ての人に世代を超えて持続する「感じ良いくらし」を提案していく
We will offer the timeless idea of a simple, pleasant life to all of our customers and other stakeholders.

商品開発する上での3つの視点 Three Product Development Priorities

- 1 素材の選択 Selection of materials
- 2 工程の点検 Streamlining of processes
- 3 包装の簡略化 Simplification of packages

商品生産する上での3つの基準 Three Manufacturing Standards

- 1 良品基準(品質基準)
Good Product Standards (Quality Standards)
- 2 良品計画の環境、労働、安全マネジメント(取引先行動規範)
MUJI Code of Conduct for Business Partners: Environment, Labor, and Safety Management
- 3 使わない、制限する重点素材
Prohibitions and Restrictions on the Use of Materials



くらしの良品研究所 MUJI Laboratory for Living

より良いものづくりを目指して、社内に「くらしの良品研究所」という研究の場を設けています。お客様とコミュニケーションしながら、良品である理由を常に点検し、新しいライフスタイルなどにも目を向け、コラムの発信や新たな商品開発、既存商品の改良、その他さまざまなプロジェクトに取り組んでいます。

IDEA PARK リニューアル IDEA PARK Renewed

2000年にお客様参加型の商品開発をしていくWEBサイト「ものづくりコミュニティ」がスタートし、「持ち運びできるあかり(2001年)」「体にフィットするソファ(2002年)」などのヒット商品が生まれました。2014年1月に商品についての「リクエスト投稿」を原則全公開し、ユーザー同士が対話したり、いいねができる、より良い商品づくりの後押しができる場「IDEA PARK」が誕生しました。2016年の投稿数は約9,800件で、その声をもとに280点以上の商品が見直されています。2016年11月にはIDEA PARKのリニューアルを実施。「リクエスト投稿」に加え、無印良品からテーマを投げかけ、そのテーマに関するお客様からのアイデア投稿や投票によって商品開発を行う「プロジェクト」をさらに拡大しています。

In 2000, MUJI launched the website *Monozukuri Community* as a forum for interactive product development that brings customers into the process. Our Portable Light (2001), Beads Sofa (2002), and other hit products have derived from this website. In January 2014, we opened the request forum to the public and renamed to IDEA PARK. Visitors can post, discuss and "Like" the requests related to MUJI products for further improvement. In 2016, approximately 9,800 posts were made to the site and we reevaluated more than 280 products accordingly. In November 2016, MUJI revamped the IDEA PARK website by enhancing the "Projects" section, where we can post certain topics and the users discuss, express their ideas, or give vote.

<https://lab.muji.com/jp/ideapark/> (Only in Japanese)



鴨川里山トラスト Kamogawa Satoyama Trust

2014年5月からくらしの良品研究所とNPO法人うずが行ってきた「鴨川里山トラスト」。伝統的なくらしの文化や人と自然が調和した里山空間を、都市と住む人達と共に保全することを目指しています。2016年度は「有機米の会」に加え大豆の種まきからはじめる「手づくり味噌の会」と「手づくり醤油の会」を実施しました。また、この活動の一環として、この地で稲作を続ける生産者を支援するため、価格が低迷する飯用米でつくった「日本酒」を、鴨川市の亀田酒造株式会社と協力して醸造、販売しました。

In May 2014, MUJI Laboratory for Living and the non-profit organization Uzu introduced the Kamogawa Satoyama Trust. It aims to work with local residents and visitors from urban areas to preserve the local traditional culture and life in the *satoyama* region (an area of farmland and mountain foothills) in Kamogawa, Chiba Prefecture, where people live in harmony with nature. In 2016, the trust held workshops on handmade miso and soy sauce which taught the entire process from planting the soybean seeds to making the final product, in addition to the existing organic rice events. In order to support local rice farmers suffering from dropping market prices, the trust also collaborated with Kameda Shuzo Co., Ltd. in Kamogawa to brew and sell saké made from cooking rice.

<https://www.muji.net/lab/blog/kamogawa/> (Only in Japanese)



2016年度に実施したイベント Events in 2016

- ・有機米の会 •Organic Rice Workshop
田植え、草取り、稲刈り、しめ縄飾り作りなど
Rice planting, weeding, and harvesting;
shimenawa decoration (sacred Shinto rope of rice straw) making, etc.
- ・手づくり味噌の会 •Handmade Miso Workshop
大豆種まき、収穫、脱穀・選別、味噌仕込み
Planting soybeans, harvesting, threshing, sorting, fermenting miso
- ・手づくり醤油の会 •Handmade Soy Sauce Workshop
醤油しばり
Brewing soy sauce



「感じ良いくらし」の実現

Presenting our vision of a simple, pleasant life

100の良いいこと 100 Good Things

無印良品は、商品やサービスを通して社会全体や地球人としての課題の解決を目指してきました。現在、私たちはその想いをさらに発展させ、世界の人々に「感じ良いくらし」を提案しています。社員ひとりひとりがそれぞれの立場で生活者や社会の役に立つことを積極的に実践し、ホームページで紹介しています。

再生ウール Reclaimed wool



http://ryohin-keikaku.jp/csr/list/list_064.html
http://ryohin-keikaku.jp/eng/csr/list/list_064.html

本来なら捨ててしまう、生産過程から出る端切れや余り糸を原料として再生し、もう一度紡績した糸で編んだり、織り上げた再生ウールの生地を使用して、商品を作りました。人の手で色別に仕分け、粉碎してワタ状に戻したあと紡績することで、染色する工程を省略しています。また、再生した糸を無染色で使用し、素朴な風合いを実現しています。

We reclaim scraps and leftovers normally cast off in the production process by re-spinning, re-weaving, and re-knitting them into reclaimed wool fabrics used in other products. The scraps are hand-sorted by colour to eliminate the dyeing process, then broken down into batting and spun. The fabrics using non-dyed reclaimed yarn have a simple, natural feel.

大槌復興刺し子の商品 Otsuchi Sashiko Products

NPO法人テラ・ルネッサンスが主催する「大槌復興刺し子プロジェクト」は、東北地方に根ざした伝統技術である刺し子を活用した事業を継続的に展開し、大槌町を含めた岩手・三陸地方での雇用機会創出の実現、地域社会への貢献、伝統技術の継承も含めた振興に貢献できる活動です。無印良品では、刺し子さんが1つ1つ手縫いで仕上げてくれたオリジナルデザインの刺繍をほどこしたコースターやティーマット、手提げバッグなどを期間限定商品として販売しながら、震災復興の支援につながる取組みとなることを目指しています。2016年は日本国内に加え、イギリス・フランス・イタリアの無印良品の店舗でワークショップと販売を行うなど、世界に取組みの場を拡大しています。



Launched by the non-profit Terra Renaissance, the Otsuchi Sashiko Revitalization Project aims to preserve *sashiko* embroidery, a traditional technique intimately connected with the Tohoku district (Northeast Japan). The project contributes to the local community by creating employment opportunities in the local town of Otsuchi and other parts of the Iwate and Sanriku coastal regions and helping to keep traditional techniques alive. MUJI introduces limited-time-only campaigns featuring coasters, tea mats, tote bags, and other original, hand-embroidered items from the region in an effort to provide support for earthquake recovery. In addition to stores in Japan, MUJI introduced workshops and sales of these items at stores in the UK, France and Italy in 2016, developing the project into a global initiative.

http://ryohin-keikaku.jp/csr/list/list_026.html
http://ryohin-keikaku.jp/eng/csr/list/list_026.html

Our focus has always been on providing products and services which help solve the issues facing communities and people around the world. Taking this concept further, MUJI today presents its vision for a simple, pleasant life to people worldwide. Our website features a “100 Good Things” section, which introduces how MUJI employees are putting this vision into practice for people and communities from a variety of perspectives.

UD(ユニバーサルデザイン)活動 Universal Design



http://ryohin-keikaku.jp/csr/list/list_070.html
http://ryohin-keikaku.jp/eng/csr/list/list_070.html

無印良品では商品開発担当者を中心とした有志メンバーで、2014年の秋頃よりユニバーサルデザインの勉強会を開始しました。ユニバーサルデザインとは、年齢や性別、身体的な違いで生まれる差を問わずに、できるだけ多くの人が利用することができるデザインです。最近では無印良品に観光で訪れるお客様(外国人)も増え、さらに海外店舗も増加し、配慮すべき人々の多様性や広がりを感じています。どのようにユニバーサルデザインと向き合うのか、これまで培われたユニバーサルデザインにヒントはあるのか、多様性の中に良いデザインのヒントはあるのかなどを、この活動の中でお客様と一緒に考えていきます。2015年11月には商品化第一弾として、アラーム針をこれまでよりも多くの人に識別しやすい色に変更したアナログ目覚まし時計を発売。また、2016年5月にはPET詰替ボトル用・識別リングも刷新しました。

In the autumn of 2014, MUJI introduced a universal design study session led by volunteers from the product development team. Universal design aims to ensure that as many people as possible are able to use a product regardless of age, gender or physical differences. As we see more non-Japanese customers at MUJI stores in Japan and establish more stores outside Japan, we recognize the diversity and breadth of customers using our designs. We work with customers to explore how to achieve universal design, looking at whether we can adapt existing universal design principles and find inspiration for good design in this diversity. In November 2015, we integrated universal design into our first product by introducing an analogue alarm clock with hands in a colour that is easily visible to more people. In May 2016, we launched our new Identification Rings for Refill PET Bottles.

絶滅危惧種をモチーフとしたこどもプリントTシャツ “Endangered Species” Motif Children’s Graphic Print T-Shirt

http://ryohin-keikaku.jp/csr/list/list_074.html
http://ryohin-keikaku.jp/eng/csr/list/list_074.html

「無印良品キャンプ場で出会える生きもの」をモチーフにしてきたこども用のプリントTシャツに、新しく、「絶滅の恐れがある生きもの」のシリーズを追加しました。売上金の一部をIUCN-J(国際自然保護委員会日本委員会)に寄付しています。こどもたちがTシャツを着ることが、モチーフとなる生きものの保護活動に繋がると同時に、生きものたちの置かれている状況に興味を抱ききっかけとなることを期待しています。



MUJI added a new series of endangered species graphic print t-shirts for children featuring motifs of living creatures they may encounter at MUJI campsites. Part of the proceeds from sales of these t-shirts is donated to IUCN-J (International Union for Conservation of Nature — Japan). We hope that by wearing these t-shirts children will want to know more about the situations these animals face and that this will lead to more involvement in the protection of the animals depicted.

その他の事業

Other Businesses

カフェ・ミール事業

Café & Meal

Café & Meal MUJI

無印良品のカフェを展開しているカフェ・ミール事業部では、「素の食」をテーマに野菜のメニューを中心に、季節の素材やこだわりの食材をたっぷりと使った、体にやさしく食べておいしい料理、デザート、ドリンクを提供しています。

Café & Meal focuses primarily on vegetable dishes made from natural ingredients featuring entrées, desserts, and beverages made from carefully selected, seasonal ingredients that are delicious and healthy.



株式会社 MUJI HOUSE

MUJI HOUSE

MUJI HOUSE

株式会社MUJI HOUSEは、「家」という器を通して無印良品の考える「くらし」の提案を行っています。「無印良品の家」には、無印良品が手掛ける日用品のように、使い心地が良く、無駄を省いた理にかなったかたちや機能を持ち、耐久性があって、愛着を持って長く使える、無印良品らしい考え方が貫かれています。

MUJI House Co., Ltd. proposes a vision that brings the MUJI style of living to home design. The MUJI home embodies the same MUJI vision as the rest of our products — comfortable, easy to use, durable with no-frills quality design and functions, and destined to become a well-loved favorite for many, many years to come.



キャンプ事業

MUJI Campsites

無印良品 キャンプ場

「過剰なサービスは省きましたが、自然は豊かです。」をスローガンに、津南キャンプ場（新潟県・津南町）、南乗鞍キャンプ場（岐阜県・高山市）、カンバーニャ燐燐キャンプ場（群馬県・燐燐村）の3つの拠点でキャンプ場を運営し、合計で約70万坪の森林を管理しています。また、3つのキャンプ場では、地域の方に講師として参加していただくアウトドア教室の開催を通して、自然への理解を深めていただく活動を行っています。

With the idea of providing minimal services and letting nature do the rest, MUJI operates Tsunan Campsite (Tsunan, Niigata Prefecture), Minami-Norikura Campsite (Takayama, Gifu Prefecture), and Campagna Tsumagoi Campsite (Tsumagoi, Gunma Prefecture), managing a total of some 230 hectares of forest. Outdoor classes held at these camps are taught by people from the local communities to raise awareness of the natural environment.



株式会社イデー

IDÉE

IDÉE

家具・インテリア等のホームファニッシングの企画・製造・販売を展開する株式会社イデーはオリジナル家具および雑貨、アンティーク、カーテン、ラグといった商品を展開し、物販店舗以外では空間に関わるプロデュース、コンサルティング、デザイン業務を行っています。

Engaged in the design, manufacture, and sale of furniture, interior design items, and other home furnishings, IDÉE CO., LTD. also markets original furniture, accessories, antiques, curtains, and rugs. In addition to its retail stores, the company engages in the production, consultation, and design of residential and commercial space.



2016年度トピックス

Fiscal 2016 Highlights

2016.4

オフィス向け家具の販売を開始

MUJI Introduces Office Furniture

当社は株式会社内田洋行と共同で開発した国産木材を活用した収納やワークデスクなどのオフィス向け家具の販売を、2016年4月より開始しました。当社と内田洋行は、法人向けオフィスづくりにおいても協力し、国内5店舗^{*}にて、インテリアアドバイザーによる快適なオフィス環境を総合的に提案するサービスをスタートしました。国産木材を使用した新たな商品群を展開し、無印良品が考える「感じ良いはたらく場」の実現に取り組んでまいります。

^{*}無印良品 有楽町／無印良品 名古屋名鉄百貨店／無印良品 グランフロント大阪／無印良品 広島バルコ／MUJIキャナルシティ博多

Working together with Uchida Yoko Co., Ltd., MUJI has developed storage, desks, and other office furniture made of wood produced in Japan. The products are sold since April, 2016. It is also collaborating with Uchida Yoko on corporate office design and has introduced comprehensive consulting on comfortable office environments by our Interior Advisors at five MUJI stores^{*} in Japan. MUJI intends to continue developing new products made from domestic timber as part of its focus on creating the pleasant working environments that it envisions.

^{*}MUJI Yurakucho, MUJI Nagoya Meitetsu Department Store, MUJI Grand Front Osaka, MUJI Hiroshima Parco, and MUJI Canal City Hakata



2016.8

日本の小売業として初めてインドに出店

MUJI Opens as First Japanese Retailer in India

インドは中国に次ぐ世界第2位の人口を有する巨大市場。当社は、インド最大の民間企業であるリライアンス・インダストリーズ・グループでアパレルを中心とした小売り事業を展開するReliance Brands Limitedとインドでの合弁事業を開始しました。2016年8月5日には、インド最大の商業都市であるムンバイ市に1号店「MUJI Palladium」^{*}をオープン、続く9月10日にはIT産業の中心地であるベンガルルル市に、2号店「MUJI VR Bengaluru」をオープンしました。インドにおいては、日本の小売業として初めての出店となり、ご好評いただいています。

^{*}売場面積：207.49㎡

India is an enormous retail market, second only in population to China. Ryohin Keikaku has entered a joint venture in India with Reliance Brands Limited, a clothing retailer in the Reliance Industries Group, India's largest private company. On August 5, 2016, the first store, MUJI Palladium^{*}, was opened in India's commercial capital of Mumbai, followed on September 10 by MUJI VR Bengaluru in Bengaluru, the hub of India's IT industry. MUJI has been well-received as the first Japanese retailer to open stores in India.

^{*}Sales floor area:207.49㎡



2016.10

サークルK・サンクスでの「無印良品」の取り扱いがスタート

MUJI Products Available at Circle K and Sunkus Convenience Stores

当社は1980年代よりコンビニエンス・ストア、ファミリーマートへ卸売事業を展開し、日常生活の中で手軽にご購入いただける機会として、幅広いお客様にご好評いただいています。株式会社ファミリーマートとユニーグループ・ホールディングス株式会社の経営統合にともない、2016年10月19日から全国のサークルKおよびサンクス約6,000店舗でも無印良品の衣料品やステーションナリー、食品など約260アイテムの取り扱いが始まりました。これによりコンビニエンス・ストアにおける展開は従来の約1.5倍の約18,000店舗となり、さらに身近に無印良品をお楽しみいただけるようになりました。

We have been supplying MUJI products to FamilyMart convenience stores since the 1980s. The ability to pick up everyday items at such store has become popular among customers of all ages. With the merger of FamilyMart Co., Ltd. and UNY Group Holdings Co., Ltd., a combined total of about 6,000 Circle K and Sunkus stores around Japan began selling some 260 MUJI items that include clothing, stationery, and food products on October 19, 2016. This arrangement extends MUJI's reach by about 1.5 times, making MUJI products even more accessible to customers at some 18,000 convenience stores in Japan.



沿革

History

1980.12
西友のPB商品
「無印良品」誕生
(家庭用品9品目・食品31品目)

MUJI established as a
private brand of The Seiyu, Ltd.,
a retail company
(starting with 9 household and 31 food products)

1983.6
「無印良品青山」(103㎡)
直営1号店出店

First directly managed store,
MUJI Aoyama (103㎡) opened



1983 無印良品青山 / MUJI Aoyama

1985.9
無印良品事業部設立

Mujirushi Ryohin Division established

1989.6
株式会社良品計画設立
(資本金1億円)

Ryohin Keikaku Co., Ltd. established
(100 million JPY in capital)

1990.3
西友から
「無印良品」の営業権譲受

MUJI business transferred from Seiyu GK

1991.7
ロンドン1号店出店
(英国リバティ社とパートナーシップ契約)

First London store opened
(in partnership with Liberty Plc)

1991.11
香港1号店出店 (1998年閉鎖)

First Hong Kong store opened (closed in 1998)

1993.3
株式会社アール・ケイ・トラック設立

RK Trucks Co., Ltd. established



1995 無印良品 津南キャンプ場 / MUJI Tsunan Campsite

1994.3
RYOHIN KEIKAKU
EUROPE LTD. 設立

Ryohin Keikaku Europe Ltd. established

1994.12
新潟物流センター開設

Niigata Distribution Center begins
operations

1995.7
「無印良品津南キャンプ場」
オープン

MUJI Tsunan Campsite opened

1996.12
福岡センター開設

Fukuoka Distribution Center begins
operations

1998.9
神戸センター開設

Kobe Distribution Center begins operations

2000.5
ムジ・ネット株式会社設立

MUJI.net Co., Ltd. established

2000.8
東京証券取引所市場
第一部指定

Promoted to listing on the first section of the
Tokyo Stock Exchange

2001.3
MUJI (HONG KONG)
CO., LTD. 設立

MUJI (Hong Kong) Co., Ltd. established

2001.11
「無印良品有楽町」出店、
「無印良品難波」出店

MUJI Yurakucho and MUJI Namba stores opened



2001 無印良品有楽町 / MUJI Yurakucho

2002.11
アイルランド1号店出店

First store opened in Ireland

2003.11
韓国1号店出店

First store opened in South Korea

2004.4
台湾1号店出店

First store opened in Taiwan

2004.7
「無印良品孺恋キャンプ場」
オープン

MUJI Tsumagoi Campsite opened

2004.12
イタリア1号店出店

First store opened in Italy

2005.7
中国本土(上海)に1号店出店

First store opened in
mainland China (in Shanghai)

2005.11
ドイツ1号店出店

First store opened in Germany

2006.4
シンガポールに
「MUJI Global Sourcing
Private Limited」設立

MUJI Global Sourcing Private Limited established
in Singapore

2007.1
欧州統括子会社
「MUJI EUROPE
HOLDINGS LIMITED」設立

MUJI EUROPE HOLDINGS LIMITED
established as a regional headquarters



2008 MUJI Times Square (New York)

2007.11
米国1号店出店

First store opened in United States

2008.5
「MUJI Times Square
(New York)」オープン

MUJI Times Square (New York), opened

2009.10
インドネシア1号店出店

First store opened in Indonesia

2010.3
ポーランド1号店出店

First store opened in Poland

2010.12
ポルトガル1号店出店

First store opened in Portugal

2011.10
マレーシアに
「MUJI (MALAYSIA)
SDN. BHD.」設立

MUJI (Malaysia) Sdn. Bhd.
established in Malaysia

2012.4
マレーシア1号店出店

First store opened in Malaysia



2015 無印良品上海淮海755 / MUJI Shanghai Huaihai 755

2012.11
「MUJI Retail
(Thailand) Co., Ltd.」設立

MUJI Retail (Thailand) Co., Ltd.
established

2013.1
クウェート1号店出店

First store opened in Kuwait

2013.11
オーストラリア1号店出店

First store opened in Australia

2014.11
鳩山センター開設

Hatoyama Distribution
Center begins operations

2014.12
中国旗艦店
「無印良品成都遠洋太
古里」オープン

MUJI Sino-Ocean Taikoo Li Chengdu,
flagship store in China, opened

2015.9
世界旗艦店
「無印良品有楽町」
リニューアルオープン

MUJI Yurakucho, world's largest
flagship store, reopened after renovation

2015.12
中国旗艦店「無印良品
上海淮海755」オープン

MUJI Shanghai Huaihai 755,
flagship store in China, opened

2016.5
サウジアラビア1号店出店

First store opened in Saudi Arabia

2016.8
インド1号店出店
バーレーン1号店出店

First store opened in India
First store opened in Bahrain

会社概要
Corporate Data

会 社 名	株式会社良品計画	役 員	Executives
Company name	Ryohin Keikaku Co., Ltd.	代表取締役会長(兼)執行役員	金井 政明
		Chairman and Representative Director	Masaaki Kanai
所 在 地	〒170-8424	代表取締役社長(兼)執行役員	松崎 暁
Location	東京都豊島区東池袋四丁目26番3号	President and Representative Director	Satoru Matsuzaki
	4-26-3 Higashi-ikebukuro, Toshima-ku, Tokyo, 170-8424	取締役(兼)執行役員	鈴木 啓
		Directors	Kei Suzuki
電 話	03-3989-4403(人事総務部)		岡崎 令
Tel.	+81-3-3989-4403		Satoshi Okazaki
	(HR & General Affairs Division)		山本 祐樹
ホ ー ム ペ ー ジ	http://ryohin-keikaku.jp/		Yuki Yamamoto
Website	http://ryohin-keikaku.jp/eng/		清水 智
			Satoshi Shimizu
設 立	1989年6月(登記上1979年5月)	社外取締役	遠藤 功
Establishment	June 1989 (registration: May 1979)	Outside Directors	Isao Endo
資 本 金	67億6,625万円		伊藤 俊明
Capital	6,766,250,000 yen		Toshiaki Ito
決 算 期	2月末日		柳生 昌良
Fiscal year-end	Last day of February		Masayoshi Yagyu
年 商	3,332億8,100万円(2017年2月期良品計画グループ営業収益)	常勤監査役	槇田 隆史
Annual turnover	333,281 million yen (consolidated operating revenue for fiscal 2016)	Full-time Corporate Auditor	Takafumi Makita
		社外監査役	服部 勝
		Outside Corporate Auditors	Masaru Hattori
従 業 員 数	16,195名		原 邦明
Number of employees	(パートタイム社員9,203名を含む。2017年2月期良品計画グループ)		Kuniaki Hara
	16,195 including 9,203 part-timers (consolidated, as of fiscal 2016)		井上 雄二
			Yuji Inoue
関 係 会 社	株式会社アール・ケイ・トラック	執行役員	大木 宏人
Group Companies	RK TRUCKS Co.,Ltd.	Executive Officers	Hiroto Oki
	RYOHIN KEIKAKU EUROPE LTD.		亀谷 哲夫
	RYOHIN KEIKAKU FRANCE S.A.S.		Tetsuo Kameya
	株式会社MUJI HOUSE		萩原 由美子
	MUJI HOUSE Co.,Ltd.		Yumiko Hagiwara
	MUJI(HONG KONG)CO.,LTD.		齋藤 陽司
	MUJI(SINGAPORE)PRIVATE LTD.		Yoji Saito
	MUJI ITALIA S.p.A.		齊藤 正一
	MUJI Korea CO.,Ltd.		Shoichi Saito
	無印良品(上海)商業有限公司		武内 健治
	MUJI(Shanghai) Company Limited		Kenji Takeuchi
	MUJI Deutschland GmbH		矢島 岐
	MUJI Global Sourcing Private Limited		Takashi Yajima
	株式会社イデー		孔 慧蘭
	IDÉE CO.,LTD.		Wai Lan Hung
	MUJI U.S.A. Limited		山本 直幸
	MUJI EUROPE HOLDINGS LIMITED		Naoyuki Yamamoto
	愛姆吉斯(上海)貿易有限公司		門池 直樹
	MGS(Shanghai) Trading Co.,Ltd.		Naoki Kadoike
	MUJI(MALAYSIA)SDN.BHD.		永原 拓生
	MUJI Retail(Thailand)Co.,Ltd.		Takuo Nagahara
	MUJI RETAIL(AUSTRALIA)PTY LTD		梁 益嘉
	台湾無印良品股份有限公司		Yi Chia Liang
	MUJI (Taiwan) Company Limited		
	MUJI CANADA LIMITED		
	MUJI SPAIN, S.L.		
	MUJI PORTUGAL, LDA		
	Ryohin-Keikaku Reliance India Private Limited		
	MUJI PHILIPPINES CORP.		

ADVISORY BOARD

Advisors	
小池 一子	Kazuko Koike
杉本 貴志	Takashi Sugimoto
原 研哉	Kenya Hara
深澤 直人	Naoto Fukasawa
須藤 玲子	Reiko Sudo

(2017年5月24日現在)
(As of May 24, 2017)

主要な事業所および店舗
Main Locations

本部	キャンプ場	国内店舗
Headquarters	Campsites	Stores in Japan
東京都豊島区東池袋四丁目26番3号	津南(新潟)	無印良品店舗
4-26-3 Higashi-ikebukuro, Toshima-ku, Tokyo, Japan	Tsunan(Niigata Prefecture)	MUJI Stores
	南乗鞍(岐阜)	直営店
	Minami-Norikura(Gifu Prefecture)	Directly managed stores
	嬭恋(群馬)	LS店舗
	Tsumagoi(Gunma Prefecture)	Licensed stores
物流センター		計
Distribution centers		Total
鳩山(埼玉)		Café&Meal MUJI 店舗
Hatoyama(Saitama Prefecture)		Café&Meal MUJI
神戸(兵庫)		株式会社イデー
Kobe(Hyogo Prefecture)		IDÉE CO.,LTD.
福岡(福岡)		
Fukuoka(Fukuoka Prefecture)		
長岡(新潟)		
Nagaoka(Niigata Prefecture)		

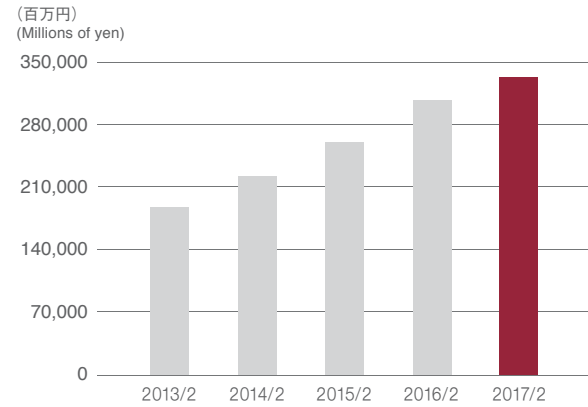
国・地域別 MUJI店舗	中国	インドネシア	ドイツ
MUJI stores	China	Indonesia	Germany
	香港	フィリピン	スペイン
	Hong Kong	The Philippines	Spain
	台湾	クウェート	ポルトガル
	Taiwan	Kuwait	Portugal
	韓国	UAE	アイルランド
	South Korea	UAE	Ireland
	シンガポール	サウジアラビア	スウェーデン
	Singapore	Saudi Arabia	Sweden
	マレーシア	バーレーン	ポーランド
	Malaysia	Bahrain	Poland
	タイ	イギリス	アメリカ
	Thailand	United Kingdom	USA
	インド	フランス	カナダ
	India	France	Canada
	オーストラリア	イタリア	
	Australia	Italy	

(2017年2月期)
(Fiscal 2016)

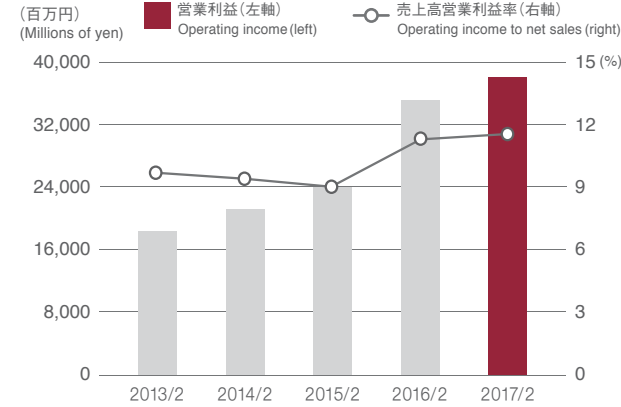
財務ハイライト(連結)

Consolidated Financial Highlights

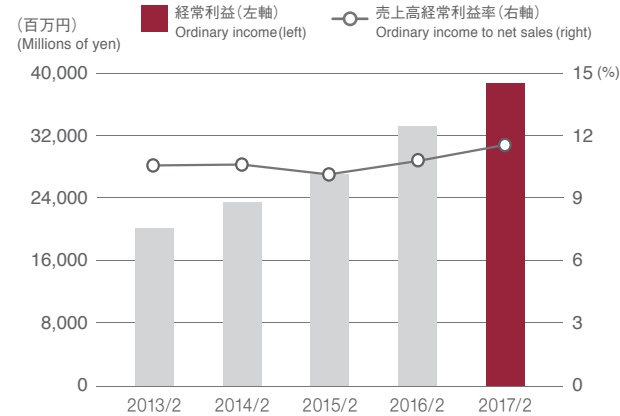
営業収益 Revenue from operations



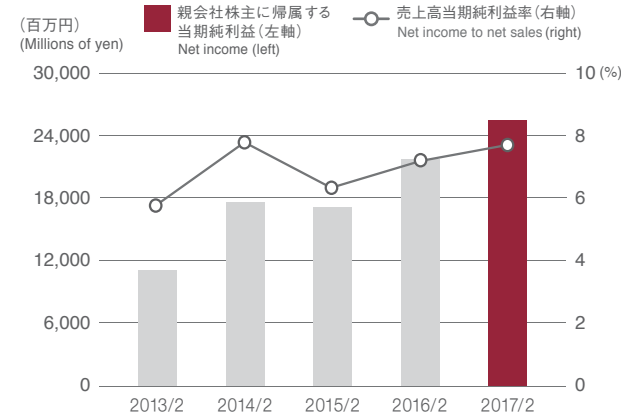
営業利益／売上高営業利益率 Operating income / Operating income to net sales



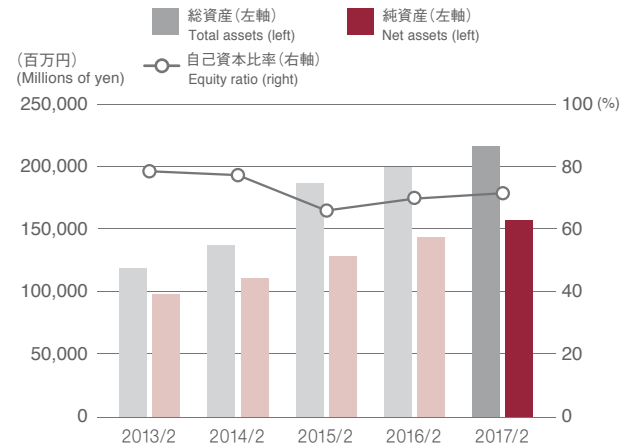
経常利益／売上高経常利益率 Ordinary income / Ordinary income to net sales



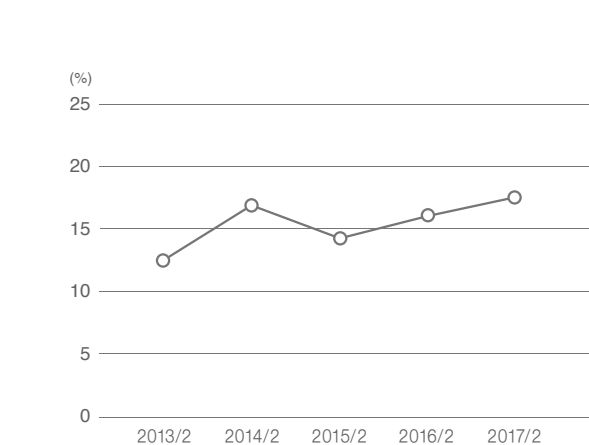
親会社株主に帰属する当期純利益／売上高当期純利益率 Net income / Net income to net sales



総資産／純資産／自己資本比率 Total assets / Net assets / Equity ratio



自己資本当期純利益率 ROE



数字で見る良品計画グループの今

Ryohin Keikaku Group in Numbers

ROE
(自己資本当期純利益率)
Return On Equity

17.7%

2017年2月期は17.7%となりました。当社はROE15%以上の水準維持を目標に資本効率の向上を図っています。

ROE was 17.7% in fiscal 2016. Our target is to raise capital efficiency with a sustained ROE of 15% or higher.

女性管理職
(良品計画)
Female managers

194名

国内直営店舗の店長を含む女性管理職は194名で管理職全体の36.8%を占めています。

We employ 194 female managers on a non-consolidated basis, including at directly managed stores in Japan, representing 36.8% of all management positions.

営業収益
海外比率
Share of operating
revenue outside Japan

35.3%

東アジア事業、欧米事業、西南アジア・オセアニア事業に分かれており、アジア地域における営業収益が多くを占めています。

Our business outside Japan is divided into 3 regions such as East Asia, Europe and Americas, and Asia West/South and Oceania. Asia accounts for the largest share of operating revenue.

MUJI
passport 1,240万
ダウンロード

2013年5月にスタートしたMUJI passportは、日本版累計870万ダウンロード、海外版(中国・台湾・韓国・香港)合計370万ダウンロードを突破しました。

MUJI passport was first launched in May 2013 in Japan. The aggregate total of downloads of the Japanese version has surpassed 8.7 million, while the aggregate total of all non-Japanese versions (China, Taiwan, Korea, Hong Kong) has topped 3.7 million downloads.

海外店舗
増加率
Store increase
outside Japan

18.4%

2016年2月期353店舗から2017年2月期418店舗へ、インドやサウジアラビアなどの新規国を含め65店舗増加しました。

Stores outside Japan increased by 65 including the first stores in India, Saudi Arabia, etc. The total rose from 353 stores in fiscal 2015 to 418 stores in fiscal 2016.

繊維製品の
リサイクル
(良品計画)
Recycling textiles
(Ryohin Keikaku Co., Ltd.)

15.8t
年間

循環型社会形成への貢献を目指すBRINGプロジェクトに2010年より参加し、2016年度は年間15.8トンの繊維製品を回収いたしました。

We have participated in the BRING Project in Japan, which aims to help build recycling-based societies, since 2010. In fiscal 2016, we recovered 15.8 tons of textiles.



株式会社 良品計画 〒170-8424 東京都豊島区東池袋4丁目26番3号
Ryohin Keikaku Co., Ltd. 4-26-3 Higashi-ikebukuro, Toshima-ku, Tokyo, 170-8424, Japan

<http://ryohin-keikaku.jp/>
<http://ryohin-keikaku.jp/eng/>