



株式会社

良品計画 第29期報告書

2007.3.1—2008.2.29

株主の皆様へ

新経営体制がスタート 永続的な成長のために全社一丸となって邁進してまいります。

2008年2月1日付にて、それまで代表取締役専務をしておりました金井政明が新たに当社代表取締役社長に就任し、新経営体制をスタートいたしました。就任にあたり株主の皆様にごあいさつを申し上げます。



代表取締役社長

金井政明

ごあいさつ

株主の皆様には、ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。

このたび、2008年2月1日より、前社長の松井忠三の後任として代表取締役社長に就任いたしました。大変な重責に身の引き締まる思いであります。更なる会社の発展に全力を尽くす所存でございます。何卒、ご支援、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

さて、当社第29期(2007年3月1日～2008年2月29日)が終了しましたので、ここに報告書をお届けするとともに、営業の概況についてご説明いたします。

当期は、5期連続の増収、6期連続の増益(営業・経常利益)を達成いたしました。また、当期の期末配当金は50円とし、年間配当金は97円と前期に比べ7円の増配をさせていただきました。

新経営体制のスタートと併せ、組織の若返りを図り、無印良品を探索し、更なる成長と収益性を追求して企業価値の最大化を図ってまいります。

株主の皆様におかれましては、今後とも格別のご支援を賜りますようお願い申し上げます。

2007年度の成果

2007年度の営業収益は1,628億40百万円(前期比3.7%増)、経常利益は186億66百万円(前期比10.2%増)、当期純利益は106億89百万円(前期比14.8%増)となりました。

2007年度、当社では「調達構造と在庫コントロールの改革」「業務標準化による効率化」「海外ビジネスの拡大と基盤整備」を3つの柱として、注力してまいりました。

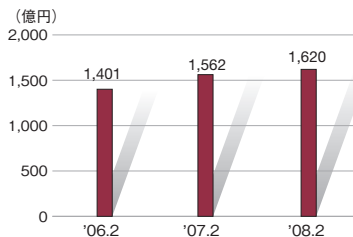
当社の売上のピークである3、4月が厳しい結果となった中、永続的に成長するため、全社一丸となって構造改革に取り組んでまいりました。

仕入コストの改善を目標に掲げた調達・物流プロジェクトでは、素材の共有化、物流・発注の見直し、子会社MGS(※)を活用した直接貿易比率を拡大することに取り組んでまいりました。

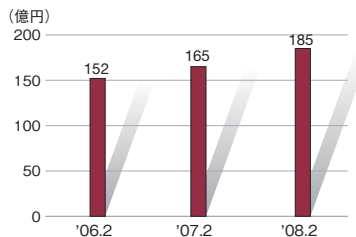
在庫コントロールの改革では、全社視点を合言葉に、仮説と検証を繰り返しながらロジックと仕組みを進化させてきました。その結果、シーズンごとの最終在庫の計画と進捗管理ができる構造になりました。

他社との競争に勝つ「強い会社」を目指し、明確な基準を決めて、「業務の標準化」「本部業務基準書」「店舗業務の提案制度の推進」を軸とし、全社一丸となって取り組んでいます。中でも、店舗スタッフからの改善提案は約650件にのぼり、その内250件が採用され、店舗業務の改善につながっております。

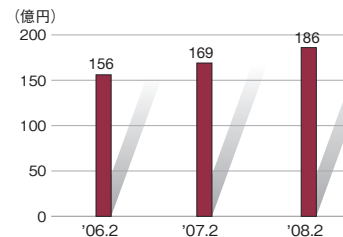
連結売上高



連結営業利益



連結経常利益



海外事業は、出店が加速し、海外全体で黒字化を達成できました。2007年度は11店舗を出店し、海外店舗は15ヶ国・地域に76店舗となりました。また、11月に待望の米国1号店「MUJI SOHO」がオープンし、好調なスタートをきりました。

その他、金融商品取引法の下で、2008年4月1日以降に開始する事業年度から実施される内部統制報告制度に向けて、プロジェクトチームを設置し、社内体制の構築に努めております。

※MUJI Global Sourcing Private Limited (シンガポール)

2008年度の経営テーマ

2008年度の経営政策として、「商品開発力の革新」「販売オペレーション力の改革」「海外ビジネスの拡大」「自由闊達な企業風土づくりと業務標準化」の4つを掲げています。

①「商品開発力の革新」では、「なるほど無印良品」を合言葉に開発視点明快に伝わるモノづくりに取り組んでまいります。私たちの商品開発の考え方をお伝えし、皆様にご共感・納得していただけるよう取り組んでまいります

②「販売オペレーション力の改革」としては、お客様に快適にお買い物をしていただける店舗環境を目指しております。無駄な店舗作業の削減に努め、生産性を向上させることで、店舗スタッフが余裕を持ってお客様をお迎えできる体制づくりを進めてまいります。

③「海外ビジネスの拡大」では、着実に黒字化できるオペレーション力をこれまで以上に向上させ、拡大してまいります。更なる成長に向けた原動力として、海外事業では連結売上高構成比20%、海外事業経常利益率10%を目指し、本格的な拡大を進めていきます。

④「自由闊達な企業風土づくりと業務標準化」については、企業風土の改革に向け、自由闊達に議論できる企業風土を目指すとともに、「業務標準化」を推し進め、業務が属人化しない体制を構築してまいります。

本年度も、全社一丸となり戦ってまいります所存です。

今後とも一層のご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。

会長就任のごあいさつ



代表取締役会長

松井 忠三

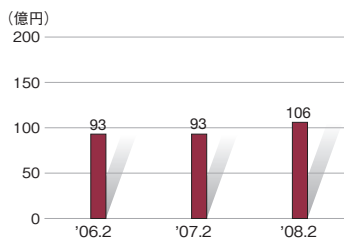
2008年2月1日より代表取締役会長に就任いたしました。今回の社長交代の理由として、業績に一定の目処がついたことが挙げられます。今後更なる企業価値の向上を目指し、営業基盤を刷新していくには、新たな体制が必要と判断いたしました。

これまで7年に渡り改革を行う中で、特に「業績の建て直し」「海外事業の基盤整備」「構造改革と仕組み化」の3項目を推し進めてまいりました。2000年から2001年にかけて、当社は非常に大きな挫折を経験しましたが、この7年で大きな回復を遂げ、増収増益基調がある程度整うまでに成長できたと自負いたしております。

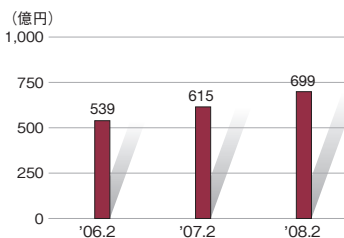
これまでも新社長の金井とは二人三脚で経営を行ってまいりましたが、私は会長として、業務標準化、人材育成の仕組み、など時間のかかる案件に取り組んでまいります。お互いの役割分担を明確にし、今後も更なる成長に貢献してまいります所存です。

株主の皆様におかれましては、今後とも変わらぬご支援を賜りますようお願い申し上げます。

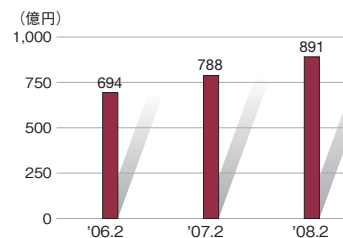
連結当期純利益



連結純資産



連結総資産



2008年度経営方針

商品開発力の革新

商品開発については、引き続き「なるほど無印良品」を合言葉に、開発視点が、明快に伝わるモノづくりに取り組んでまいります。

「なるほど無印良品」は、暮らしの中の小さな発見や、言葉にならない感覚の声に耳を澄ませて、生活者の視点で開発に取り組んだ結果生まれる商品です。現在7,000品目以上の商品すべてについて、「なるほど」といえる商品になるよう開発を進めてまいります。

また、世界の優秀なデザイナーとコラボレートして、新しい無印良品を生み出す「World MUJI」。世界各国の人の手から生まれたもの、生活の中から生まれたもの、素材や伝統の良さなどをご紹介します「Found MUJI」。お客様の声を商品開発に活かす「お客様の声プロジェクト」。これらのプロジェクトからも、たくさんの新商品を生み出してまいります。

なるほど
無印良品



▲落ちワタふきん



▲足なり直角靴下

販売オペレーション力の改革

最大のメディアである店舗での情報発信力を高めるために、①お客様へのコミュニケーションの強化、②店舗業務の削減による人時生産性の向上、に取り組んでまいります。

コミュニケーション強化の視点では、お客様に商品のわけや考え方を感じていただくことを実現するために、売場、VMD（ビジュアル・マーチャンダイジング）、タグの見直しを進めます。

また、人時生産性の向上の視点では、店舗業務を削減し、スタッフの生産性を高めることで、居心地のよい空間の実現に努めてまいります。具体的には、従来の需要予測型自動発注システムを検証した上で、全面見直しを行います。補充型自動発注システムに変更することで、店舗ごとの適正在庫基準の平準化が可能になり、新人でもすぐに分かるような、ストック管理のマニュアル化が実現できます。

海外ビジネスの拡大

2007年度は11店舗の出店、4店舗の閉鎖を行った結果、2008年2月末現在の海外店舗数は、15ヶ国・地域に76店舗となりました。

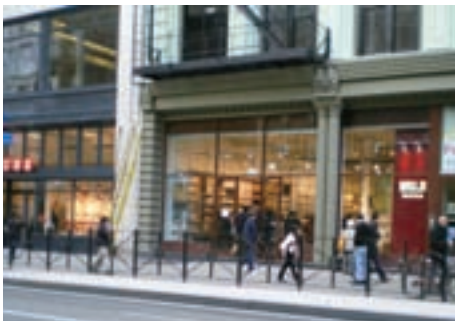
2007年11月には待望の米国・ニューヨーク第1号店がオープンし、好調なスタートをきりました。更なる成長に向け、新しい地域への出店も視野に入れ、海外事業を引き続き拡大してまいります。また、本年はオリンピックを迎え活

気あふれる北京への出店も行います。

今後の事業拡大への課題としまして、商品開発と多店舗出店を見据えたオペレーション構築が鍵になります。「海外MDプロジェクト」を中心に商品・売場環境・オペレーションなど多方面の改善に取り組み、連結売上高構成比20%、海外事業経常利益率10%を目標に、取り組んでまいります。



▲MUJI Marina Square(シンガポール)



▲MUJI SOHO(米国・ニューヨーク)



▲MUJI Fuencarral(スペイン・マドリド)

自由闊達な企業風土づくりと業務標準化

当社では、持続的な成長を続けるために、社員自らが考え、改善・改革を進める企業風土を目指しております。そのために、属人的な業務推進体制を排除し、「業務の標準化」「本部業務基準書の作成」「提案制度の推進」の3つを軸とした取組を行っております。

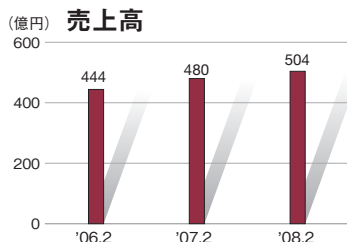
本部は、「業務基準書」、店舗は「MUJIGRAM」と呼ばれるマニュアルを見ることで、新人でも定型業務はこなせるようになってまいりました。その上で、思想とビジョンを共有し、「人を大切に、伸ばす仕組みへの改革」を強化していく構えです。

また、昨年11月よりスタートした「顧客視点シート」と呼ぶ、店舗スタッフからの要望、質問など毎週230件ほどの情報を本部に吸い上げ、フィードバックする仕組みを稼働させています。小売業として、“本部は店舗のサポート部隊”と認識し、店舗と本部のコミュニケーションを密にしております。

商品別営業活動の報告

無印良品の定番商品をお買い求めいただきやすい価格に強化し、展開している「ずっと良い値」のほか、「なるほど無印良品」を合言葉に商品の開発視点が明快に伝わるモノづくりに取り組んでおります。

衣服・ 雑貨



ウェアの素材感、“わけ”のある雑貨が高い支持

当期の衣服・雑貨部門は、主力の婦人ウェア、インナーウェアが牽引し、売上が伸張しました。また、在庫コントロール体制の見直しにより、適正在庫水準が維持され、店頭在庫の効率的な平準化等の仕組み化も図れたことで、差益率の改善も実現できました。

柱としましては、紳士ウェア、婦人ウェア、子供服で同じ素材を使用して開発した、ピマ綿素材のカットソーや、工場で糸をつむぐときにでるわたくずを再利用した「落ちわた」シリーズなど、素材を切り口にした商品が大きく伸張しました。伸び率の高い子供服では、ピマ綿シリーズが新たな定番商品として大きな構成を占めてきています。

素材の切り口のほかに、チェコのおばあちゃんの手編み靴下をお手本にした「足なり直角靴下」、一目で自分の傘を見分けられるように柄の先に穴をあけた「しるしのつけられる傘」、インターネット経由でお母様方の声を参考に開発した「授乳もできるストール」、上下を自由に選んで組み合わせることができる「選べるパジャマ」など、生活者の視点で、“わけ”がはっきり打ち出せた商品が、高い支持を受ける傾向も目立ってきました。

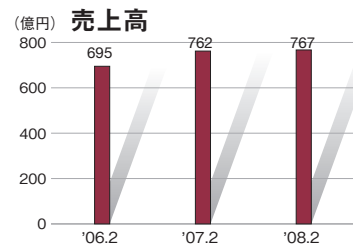
これらの結果、衣服・雑貨部門の売上高は、504億85百万円、前期比105.1%となりました。

PICK UP商品 ▶ 落ちわた入り天竺洗いざらしシャツ



糸をつむぐ過程で取り除かれた「落ちわた」を活かしてつくりました。初めから肌になじむ着慣れた風合いが特長です。「落ちわた」を使うからこそ生まれる微妙な生地や色の表情がお客様に支持され、当初計画の3倍を販売しました。

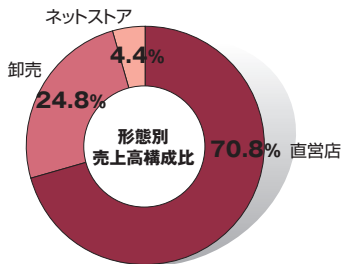
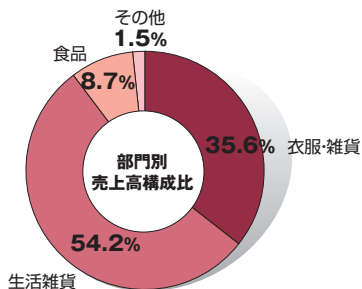
生活 雑貨



小物雑貨を中心に、新商品が好調

当期の生活雑貨部門は、新規商品の動向の良かった小物商品が売上を下支えました。一方で、ベッドや布団などの住空間の大型定番商品の低迷が続きました。若年層の減少による新生活商戦の苦戦、値下げなどの価格プロモーションの削減が大きな要因です。

低迷した住空間の商品群の中でも、従来のヒット商品「体にフィットするソファ」に加えて、「カウチソファ」「クッションで、できたソファ」「こぞぶとん」など、“床の上でくつろぐ生活”をテーマにしたリビング向けの新商品が好調に推移し、新しい成長領域となってまいりました。



好調の小物商品の中では、毛穴ケア商品のデビューに加えインターネットでの口コミの効果も貢献したスキンケア用品、海外デザイナーを活用しお客様の声も取り入れ、大きく商品を刷新したキッチン用品、細かい物を整理できる仕切りやポケットを備えた「ナイロンバッグインバッグ」や「持ち歩ける整理ポーチ」を中心としたトラベル・モバイル用品などが、新商品を軸に高い支持を得ることができました。

これらの結果、生活雑貨部門の売上高は、767億8百万円、前期比100.6%となりました。

「パーティーコミュニケーション」というテーマで、クリスマスやバレンタインでの、手作りの製菓材料や調理キットが当初の計画を大きく上回り、調味・加工の部署の伸びに寄与しました。

「部屋でくつろぐ」をテーマとした小容量のお菓子のグループは、パッケージを変えたことも寄与し、主に、一人暮らしの方向けにヒットし、その後もアイテムを拡大しております。

「健康食 黒」のテーマでは、竹炭を使った「黒パウム」をはじめ黒ゴマや黒酢を使った健康志向のお菓子が高い支持を得ました。

「無駄をはぶく」のテーマにおいては、サンドイッチ工場の製造工程で除かれた“パンの耳”を使用した「パンの耳スナック」や、通常では製造工程で取り除かれるものも捨てずに商品とした「無選別おこげせんべい」や、「無選別 焼きカラフトシジャモ」などの“無選別”シリーズが大きく売上を伸ばしました。

一方で、ビバレッジは季節商材の炭酸飲料や、ホット飲料が振るわず苦戦しました。

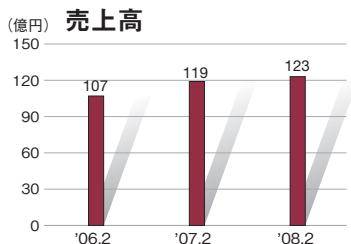
これらの結果、食品部門の売上高は、123億39百万円、前期比103.5%となりました。



PICK UP商品 ▶ 湯たんぽ

軽くて扱いやすいポリエチレンを使用し、お湯を注ぐ時に中身の量が見えやすいよう無着色で仕上げた商品です。原油の高騰による省エネルギーブームもあり、TV・新聞・雑誌など、たくさんご紹介いただきました。当初計画の2.5倍を販売したヒット商品となりました。

食品



テーマ性を強く打ち出した商品が牽引

当期の食品部門は、テーマ性を強く打ち出した商品政策が功を奏し、好調に推移しました。



PICK UP商品 ▶ パンの耳スナック

無印良品誕生当時のコンセプト「わけあって、安い。」に立ち返り、「素材」・「工程」・「包装」の視点で商品の見直しを行った商品です。この商品は「副産物」の活用という視点で商品開発を行いました。

サンドイッチなどの製造工程で除かれた食パンの耳をスナックの原料として使用しています。パンの耳を使うことでより香ばしく、おいしいスナックに仕上げました。発売以来大変ご好評いただいています。



東西の旗艦店「無印良品 有楽町」 「無印良品 難波」がリニューアルオープン

昨年9月、「無印良品 有楽町」「無印良品 難波」がリニューアルオープンいたしました。両店舗とも2001年11月のオープン以来、無印良品の東西の旗艦店として情報を発信し、たくさんのお客様にご愛顧いただいています。この度の改装では、「住空間売場の充実」をテーマに両店舗の展示空間が生まれ変わり、家具などの大型商品が見やすく選びやすい売場となりました。また、オーダー商品やGIFT提案展示を充実させるとともに、「トラベル&モバイル」をテーマに、旅・移動に便利な小物類を揃えた売場「MUJI to GO」も新設し、大好評いただいています。



▲無印良品 有楽町▶



待望の米国1号店 「MUJI SOHO(ムジ・ソーホー)」がオープン

これまで米国では、ニューヨーク近代美術館デザインストアのインショップとしての展開のみでしたが、待望の単独路面店が昨年11月、ニューヨーク市のダウントウンSOHO地区にオープンしました。オープン当初は連日入場制限を行うほどの盛況ぶりで、現地のお客様のご期待の大きさが伺えました。ハウスウェアなど日用品の構成が高く、ニューヨークの生活に溶け込める兆しが見えています。更に、今年はニューヨーク市のタイムズスクエア地区に、米国2号店となる「MUJI Times Square」をオープンします。



▲MUJI SOHO外観

MUJI AWARD 02



当社では、新しい発想でデザイン価値を創造する国際デザインコンペティション「MUJI AWARD」を開催しています。第2回となる今回は、「RE」をテーマに、世界47ヶ国から3,422点もの応募をいただきました。受賞作品は、昨年12月12日～1月13日までの間、有楽町店内の「ATELIER MUJI (アトリエ ムジ)」にて展示を行いました。金賞を受賞した「その次があるバスタオル」は、使い古したら雑巾やバスマットに加工できるアイデアが評価されたもので、金賞受賞商品として初の商品化が決定。4月に発売となりました。

「空想無印」から初の商品化へ 「貼ったまま読める透明付箋紙」発売

「空想無印」とは、無印良品で販売してほしい商品案を自由に投稿でき、商品化を望むお客様からの投票が一定数に達すれば商品化を検討する商品開発コミュニティサイトです。「貼ったまま読める透明付箋紙」の商品化が決定し、1月より発売を開始、大変ご好評をいただいています。透明なため文字の邪魔をせずに貼れる付箋として、借りた本や重要書類にも気にせず書き込みができます。また、地図の上に貼って、道筋や目的地をペンで書き込めるなど様々なシーンで役立ちます。



▲貼ったまま読める透明付箋紙

ポーター賞を受賞

「ポーター賞」は日本企業の競争力を向上させることを目的に2001年に創設された賞です。日本企業の競争優位と劣位の源泉について一橋大学大学院国際企業戦略研究科と共同研究を続けてきた、ハーバード大学ユニバーシティ教授で戦略論の第一人者、マイケル・E・ポーター氏の名を冠して創設されました。



この賞は、日本企業が本来重視すべき点は、業務の効率性だけではなく、企業独自の戦略であるとの考えの下、独自性のある優れた戦略を実行している日本の企業・事業を表彰対象としています。当社独自の価値観に裏付けられたビジネスモデルや収益性、環境変化に対応するイノベーションなどのあり方が、日本企業の戦略性、競争優位のモデルとして特徴的であるとされ、受賞となりました。

初の飲食業態単独店舗 「Café & Meal MUJI 日比谷」がオープン

昨年11月、初の飲食単独店舗となる「Café & Meal MUJI 日比谷」がオープンしました。飲食業態としては、無印良品 有楽町、無印良品 難波をはじめとする国内11店舗において「Café MUJI」「Meal MUJI」を展開しています。これまでは無印良品の物販店舗との併設による展開をしてまいりました。「Café & Meal MUJI 日比谷」は初の単独店舗として、上層階のホテル宿泊客や周辺で働く皆さまに対応できるよう、朝7時から「朝ごはん」メニューをご用意しているほか、ランチ、ティータイム、ディナーの時間帯ごとに、バランスよくヘルシーなメニューを多数お楽しみいただけます。



▲Café & Meal MUJI 日比谷

連結財務諸表

●連結貸借対照表

(単位：百万円)

科目	当期 (2008年2月29日現在)	前期 (2007年2月28日現在)
資産の部		
流動資産	50,229	45,606
固定資産	38,885	33,224
有形固定資産	11,806	11,988
無形固定資産	4,257	4,752
投資その他の資産	22,821	16,484
資産合計	89,115	78,831
負債の部		
流動負債	18,767	16,862
固定負債	411	386
負債合計	19,178	17,249
純資産の部		
株主資本	68,929	60,517
資本金	6,766	6,766
資本剰余金	10,123	10,118
利益剰余金	53,009	44,870
自己株式	△969	△1,237
評価・換算差額等	△1,220	588
その他有価証券評価差額金	△1,535	△324
為替換算調整勘定	314	913
新株予約権	88	46
少数株主持分	2,138	429
純資産合計	69,936	61,582
負債純資産合計	89,115	78,831

●連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

科目	当期 (2007年3月1日から 2008年2月29日まで)	前期 (2006年3月1日から 2007年2月28日まで)
営業活動によるキャッシュ・フロー	14,971	11,448
投資活動によるキャッシュ・フロー	△10,296	△10,513
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,035	△1,861
現金及び現金同等物に係る換算差額	△306	278
現金及び現金同等物の増加額または減少額(△)	3,333	△648
現金及び現金同等物の期首残高	23,414	24,063
現金及び現金同等物の期末残高	26,748	23,414

注) 連結財務諸表の記載金額は百万円未満を切り捨てて表示しております。

●連結損益計算書

(単位：百万円)

科目	当期 (2007年3月1日から 2008年2月29日まで)	前期 (2006年3月1日から 2007年2月28日まで)
売上高	162,060	156,204
売上原価	87,927	87,482
売上総利益	74,133	68,721
営業収入	779	859
営業総利益	74,912	69,580
販売費及び一般管理費	56,332	52,998
営業利益	18,579	16,582
営業外収益	461	398
営業外費用	374	49
経常利益	18,666	16,931
特別利益	407	19
特別損失	896	1,090
税金等調整前当期純利益	18,176	15,861
法人税、住民税及び事業税	7,432	6,708
法人税等調整額	37	△165
少数株主利益	17	4
当期純利益	10,689	9,313

● 連結株主資本等変動計算書 (2007年3月1日から2008年2月29日まで)

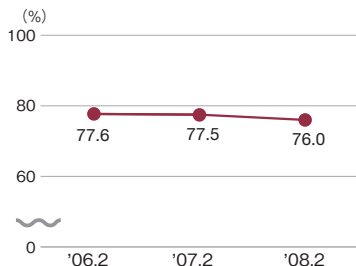
(単位: 百万円)

	株主資本					評価・換算差額等			新株予約権	少数株主持分	純資産合計
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計	その他有価証券 評価差額金	為替換算 調整勘定	評価・換算 差額等合計			
2007年2月28日残高	6,766	10,118	44,870	△1,237	60,517	△324	913	588	46	429	61,582
連結会計年度中の変動額											
剰余金の配当			△2,550		△2,550						△2,550
当期純利益			10,689		10,689						10,689
自己株式の取得				△3	△3						△3
自己株式の処分		4		271	276						276
株主資本以外の項目の 連結会計年度中の変動額(純額)						△1,210	△598	△1,809	42	1,709	△57
連結会計年度中の変動額合計	—	4	8,138	268	8,412	△1,210	△598	△1,809	42	1,709	8,354
2008年2月29日残高	6,766	10,123	53,009	△969	68,929	△1,535	314	△1,220	88	2,138	69,936

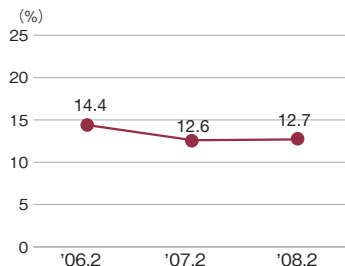
注) 連結財務諸表の記載金額は百万円未満を切り捨てて表示しております。

主要経営指標

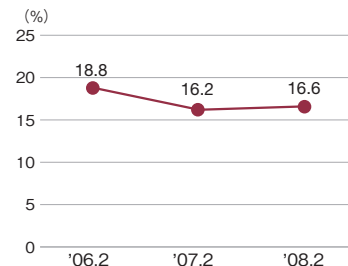
自己資本比率



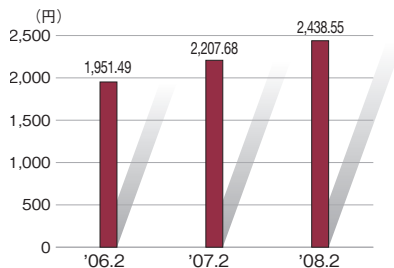
総資産当期純利益率 (ROA)



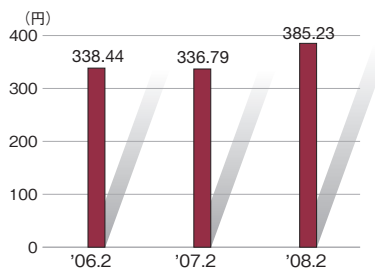
自己資本当期純利益率 (ROE)



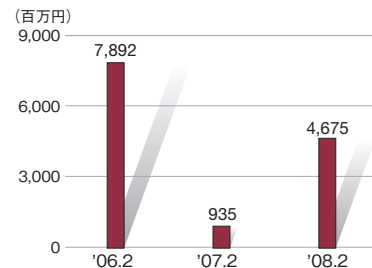
1株当たり純資産



1株当たり当期純利益



フリーキャッシュ・フロー



単体財務諸表

● 単体貸借対照表

(単位：百万円)

科目	当期 (2008年2月29日現在)	前期 (2007年2月28日現在)
資産の部		
流動資産	40,669	38,291
固定資産	40,781	35,265
有形固定資産	9,814	10,353
無形固定資産	3,241	3,301
投資その他の資産	27,725	21,610
資産合計	81,450	73,557
負債の部		
流動負債	15,047	13,736
固定負債	325	335
負債合計	15,373	14,072
純資産の部		
株主資本	67,524	59,764
資本金	6,766	6,766
資本剰余金	10,123	10,118
利益剰余金	51,604	44,117
自己株式	△969	△1,237
評価・換算差額等	△1,535	△324
その他有価証券評価差額金	△1,535	△324
新株予約権	88	46
純資産合計	66,077	59,485
負債純資産合計	81,450	73,557

● 単体損益計算書

(単位：百万円)

科目	当期 (2007年3月1日から 2008年2月29日まで)	前期 (2006年3月1日から 2007年2月28日まで)
売上高	141,644	138,221
売上原価	79,587	79,770
売上総利益	62,057	58,450
営業収入	1,201	1,128
営業総利益	63,258	59,579
販売費及び一般管理費	45,836	43,522
営業利益	17,422	16,057
営業外収益	279	310
営業外費用	117	40
経常利益	17,583	16,327
特別利益	284	11
特別損失	816	925
税引前当期純利益	17,052	15,413
法人税、住民税及び事業税	6,962	6,488
法人税等調整額	52	△158
当期純利益	10,037	9,083

注) 単体財務諸表の記載金額は百万円未満を切り捨てて表示しております。

環境への取り組み

■ ■ ■ 環境にやさしい買い物キャンペーンに参加

無印良品は、毎年10月に内閣府が主導して行う「環境にやさしい買い物キャンペーン」に参加しています。2007年度は、期間中に実施された良品週間(10月5日~15日)において、全店舗で無印良品の代表的なマイバッグを集積し、ご紹介しました。併せて、オーガニックコットンキャミソールなどを「環境にやさしいお買い物」として、提案いたしました。また、ホームページ「環境について今、考えていること。」では、お客様から「自分の印」のついたマイバッグの画像を募集いたしました。布製マイバッグを発売した2006年4月に実施した第1回同様、すばらしい作品を数多くご応募いただきました。作品はホームページにてご紹介しております。

■ ■ ■ 環境視点での「なるほど無印良品」

商品の“わけ”をお伝えする活動である「なるほど無印良品」では、環境視点での「なるほど」として、オーガニックコットンキャミソールなどの婦人インナーシリーズ、落ちわたTシャツ、フェアトレード紅茶ティーバッグなどが登場しました。農業を使わず栽培された綿花は、綿特有の空洞が保たれ、通気性や保温性が通常の綿製品に比べ優れているのが特長です。婦人インナーでは、茶色と白色の綿花を使用することで、無漂白・無着色でありながらカラーバリエーションを実現しました。紳士インナーでは、糸をつくる工程の中で、取り除かれた短い繊維である「落ちわた」を利用した「落ちわた入り天竺洗いざらしシャツ」が、大ヒット商品となりました。本来捨てられる「落ちわた」を素材として利用することで、肌になじむ着慣れた風合いを楽しめます。また、商品価格の一部が生産者に奨励金として直接支払われ、生活向上のために使われるフェアトレード(公正貿易)認証を受けた紅茶が、昨年のコーヒー

に引き続き発売されました。世界的にも関心が高まっているフェアトレード商品ですが、無印良品では1つの素材として捉え、おいしさや必要とされる品質、お求めやすい価格が実現できる範囲内で品揃えを充実していきたいと考えています。

■ ■ ■ 「地震ITSUMO+無印良品」の開催

阪神・淡路大震災の被災者の声をもとに「モシモ」ではなく「イツモ」の視点で災害を考え、誕生した書籍「地震イツモノート」(木楽舎刊)と生活者の視点から普遍的なモノづくりをめざす無印良品がコラボレートした「地震ITSUMO+無印良品」を無印良品有楽町のATELIER MUJI(アトリエ ムジ)にて、2008年1月16日~2月11日に開催いたしました。被災者の方々の体験や記憶を風化させることなく、私たちの日常の暮らしの中に生きる知恵とすることを目指し、そのために必要なモノ、方法、考え方を広く伝えることを目的としたこの企画は、「地震の備えは、イツモ・ドコデモ・スマート・スタイリッシュに…」という新しいカタチの防災を考えるコミュニケーションの場になりました。展覧会場は、書籍「地震イツモノート」の出版元である株式会社木楽舎が企画制作を担当し、構成を行いました。会場では、同書の製作に携わった永田宏和氏(特定非営利活動法人プラス・アーツ)、イラストと装丁デザインを担当した奇藤文平氏がチョイスした無印良品約30アイテムを展示いたしました。また、「地震ITSUMO+無印良品」オリジナルのパフレットを作成し、各商品について、災害時での活用法を紹介しました。



会社概要

(2008年2月29日現在)

会社名	株式会社良品計画 RYOHIN KEIKAKU CO.,LTD.
所在地	〒170-8424 東京都豊島区東池袋四丁目26番3号
電話	03-3989-4403(総務人事・J-SOX担当)
設立	1989年6月(登記上1979年5月) ※額面変更のため合併を行っております。
資本金	67億6,625万円
決算日	2月末日
年商	1,428億円(2008年2月期営業収益)
従業員数	1,064名(パートタイム社員3,283名)
国内店舗数	直営店181店舗、商品供給店147店舗
海外店舗数	イギリス16店舗／フランス7店舗／イタリア3店舗／ドイツ2店舗／アイルランド1店舗／スウェーデン6店舗／ノルウェー6店舗／スペイン3店舗／U.S.A.1店舗／香港6店舗／シンガポール3店舗／韓国6店舗／中国1店舗／台湾11店舗／タイ4店舗 合計76店舗 ※その他、ニューヨーク近代美術館(MoMA)デザインストアへの商品供給
主な事業	「無印良品」を中心とした専門店事業の運営／ 商品企画／開発／製造／卸し及び販売

役員

(2008年5月28日現在)

代表取締役会長 (兼)執行役員	松井忠三	監査役	児島政明
代表取締役社長 (兼)執行役員	金井政明	監査役	平林誠一
専務取締役 (兼)執行役員	古田正信	監査役	服部 勝
常務取締役 (兼)執行役員	浅田直熙	常務執行役員	徳江純一
取締役 (兼)執行役員	加藤隆志	執行役員	大木宏人
取締役 (兼)執行役員	須田敏保	執行役員	鈴木 啓
社外取締役	藤原秀次郎	執行役員	小森 孝
社外取締役	植松富司	執行役員	田丸真治
社外取締役	尾原蓉子	執行役員	松崎 暁
常勤監査役	松井 仁	執行役員	亀谷哲夫

会計監査人

(2008年5月28日現在)

あずさ監査法人
東京都新宿区津久戸町1番2号 あずさセンタービル

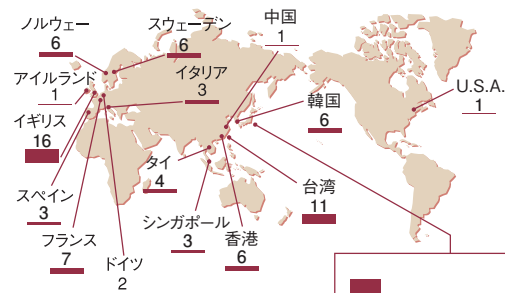
良品計画グループ

(2008年2月29日現在)

- **物流加工**
株式会社
アール・ケイ・トラック
- **MUJI.net企画運営及び住宅販売**
ムジ・ネット株式会社
- **花の小売**
株式会社花良品
- **「IDÉE」の商品の小売**
株式会社イデー
- **欧州地域への商品供給とコントロール**
MUJI EUROPE HOLDINGS LIMITED
- **「無印良品」の商品の小売**
RYOHIN KEIKAKU EUROPE LTD.
イギリス(ロンドン)
RYOHIN KEIKAKU FRANCE S. A. S.
フランス(パリ)
MUJI ITALIA S.p.A.
イタリア(ミラノ)
- MUJI Deutschland GmbH
ドイツ(デュッセルドルフ)
- MUJI U.S.A. Limited
米国(ニューヨーク)
- MUJI (HONG KONG) CO.,LTD.
中国(香港)
- MUJI(SINGAPORE) PRIVATE LTD.
シンガポール
- MUJI Korea Co.,LTD.
韓国(ソウル)
- 無印良品(上海)商業有限公司
中国(上海)
- 無印良品(北京)商業有限公司
中国(北京)
- 台湾無印良品股份有限公司
台湾(台北)
- **商品の開発・調達**
MUJI Global Sourcing Private Limited
シンガポール
- **コンピュータシステム開発・保守**
株式会社
アールケイ・システムズ

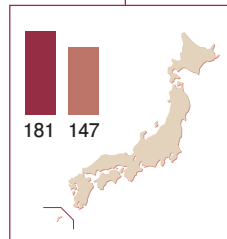
無印良品店舗展開

(2008年2月29日現在)



※海外合計76店舗
※その他、ニューヨーク近代美術館(MoMA)デザインストアへの商品供給

国内店舗数	
直営店舗	181
商品供給店舗	147
合計	328



株式の状況

(2008年2月29日現在)

● 発行可能株式総数	112,312,000 株
● 発行済株式の総数	28,078,000 株
● 株主数	15,843 名

大株主

(2008年2月29日現在)

株主名	持株数(株)	出資比率(%)
日本マスタートラスト信託銀行(株)信託口	4,176,800	14.88
日本トラスティ・サービス信託銀行(株)(信託口)	2,880,700	10.26
三菱商事(株)	1,078,300	3.84
(株)イー・ディー・エス	859,100	3.06
(株)クレディセゾン	631,800	2.25
(株)ファミリーマート	561,600	2.00
資産管理サービス信託銀行(株)(証券投資信託口)	454,200	1.62
資産管理サービス信託銀行(株)(年金特金口)	445,700	1.59
(株)ポイント	409,000	1.46
野村證券(株)	392,754	1.40

株主メモ

事業年度 毎年3月1日から翌年2月末日まで

定時株主総会 毎年5月開催

基準日 定時株主総会 毎年2月末日
期末配当金 毎年2月末日
中間配当金 毎年8月31日
そのほか必要があるときは、
あらかじめ公告して定めた日

株主名簿管理人 大阪市中央区北浜四丁目5番33号
住友信託銀行株式会社

同事務取扱場所 東京都千代田区丸の内一丁目4番4号
住友信託銀行株式会社 証券代行部

(郵便物送付先) 〒183-8701 東京都府中市日鋼町1番10
住友信託銀行株式会社 証券代行部

(電話照会先) (住所変更等用紙のご請求) ☎0120-175-417
(その他のご照会) ☎0120-176-417

(インターネットホームページURL) <http://www.sumitomotrust.co.jp/STA/retail/service/daiko/index.html>

同取次所 住友信託銀行株式会社 本店及び全国各支店

公告方法 電子公告
※やむを得ない事由により、電子公告による公告を
することができない場合は、日本経済新聞に掲載
する方法により行います。

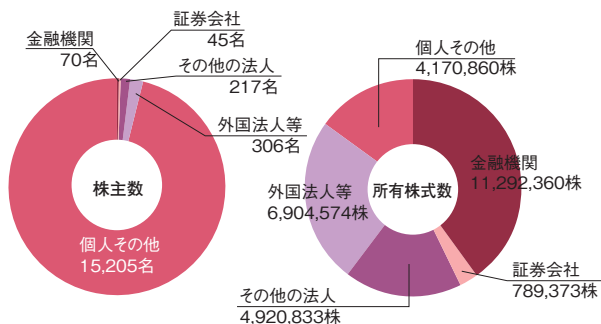
上場証券取引所 東京証券取引所

証券コード 7453

単元株式数 100株

株主分布状況

(2008年2月29日現在)



注)個人その他には、自己株式1名311,780株を含んでおります。

ホームページアドレス

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

表紙の写真について

手は美しい。よく働く手には思わず見とれてしまいます。派手な装飾などしない指先こそきれいだと感じている人は少なくないはずです。素肌や素手がきれいであることをうれしく思う気持ちは、天然素材の安心感や、洗いたてのシーツを心地よく感じる気分と似ていないでしょうか。

日本では、すばらしく清潔な生活空間が手に入ります。また、公共空間はとりわけ清潔です。清楚な空間や隅々まで気を行き届かせる配慮。そこに価値をおく文化が私たちの文化なのです。掃除をする人も、工事をする人も、料理を作る人も、なすべき仕事を完遂するという暗黙の精神をたずさえて働いています。掃いたり拭いたり、そろえたり。時間が来たからといって作業を放り出したりはしません。だから日本から生まれるものや空間は、やさしくてきれいなのです。

140年ほど前に、西洋の文化を受け入れることによって日本の文化は混沌に直面しました。今でもその大きな混乱は続いています。ですから私たちのまわりの環境は、必ずしも理想的な状況とは言えない矛盾に満ちています。そうであればこそ、私たちは繊細で、簡素で、丁寧で、清潔な自分たちの文化の中に確かにある美意識を「資源」として再確認する必要があるのです。

無印良品は2007年の末、ニューヨークに北米一号店を開きました。さしたる宣伝も行なっていませんが、現地では大きな反響を生み、好意を持って迎えられました。無印良品やその製品が世界の人々に注目される理由は、私たちの暮らしの基本、つまり簡素ながら配慮のゆきとどいた日本の美意識が、世界の人々に共感されはじめているからです。世界の人々は今、気づきはじめています。安く生産され、形だけのブランディングで味付けされたものを手にしても幸せにはなれないことを。無印良品は単なる製品の集まりではありません。それらは生活の隅々までじっくり考え抜いた気配りの集合体。本当に大事なことを簡潔にやさしく体現したいと考えています。厳しさが続く世界だからこそ丁寧に、そしてやさしく。

(読売新聞掲載広告より)

