

無印の逆襲

もう無印はダメなのか？
ユニクロ、ニトリと徹底比較

2023/04/20

世の中にあふれる”無印良品への疑問”

「無印良品」神話の崩壊と二つの選択【小島健輔レポート】

有料会員限定記事 🔒

連載 小島健輔レポート 決算 市況 特集・連載 企業動向 ロット コラム

2022/05/13 公開

2023/03/14 更新



文・ビジネスコンサルタント小島健輔

ファッション業界の御意見番であるコンサルタントの小島健輔氏が、日々のニュースの裏側を解説する。「ユニクロ」のファーストリテイリングと並ぶ日本発のグローバルSPAが、「無印良品」を運営する良品計画である。両社の中間決算を比べると、良品計画の課題が見えてくる。

出典:[WWD](#)

良品計画 堂前社長就任1年目は2度の業績下方修正で合格点か？

[Fashion] #無印良品

Oct 14, 2022. by 三浦彰 | Tokyo, JP

VIEW 534



出典:[セブツ](#)

ユニクロ・ニトリ・3COINSとの比較

服なら無印よりユニクロが良い

小物もニトリのほうが安い

3COINSに負けている...

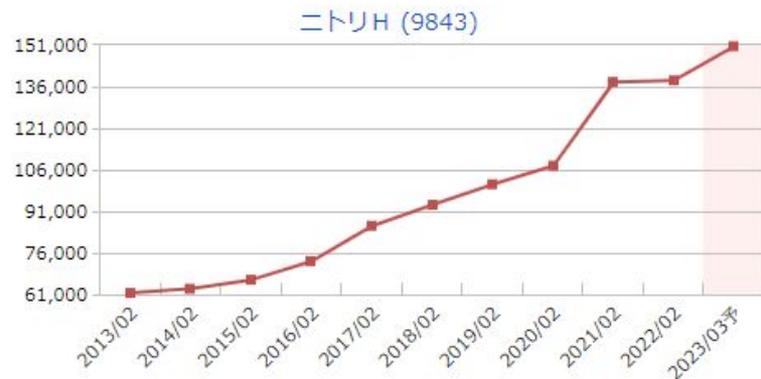
無印って何なのか？

株価は2020年～40%下落

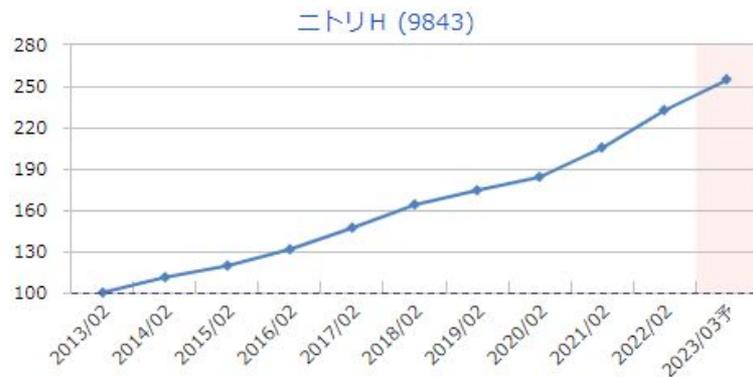
2020年～



営業利益は伸び悩み



しかし、売上高では遜色ない

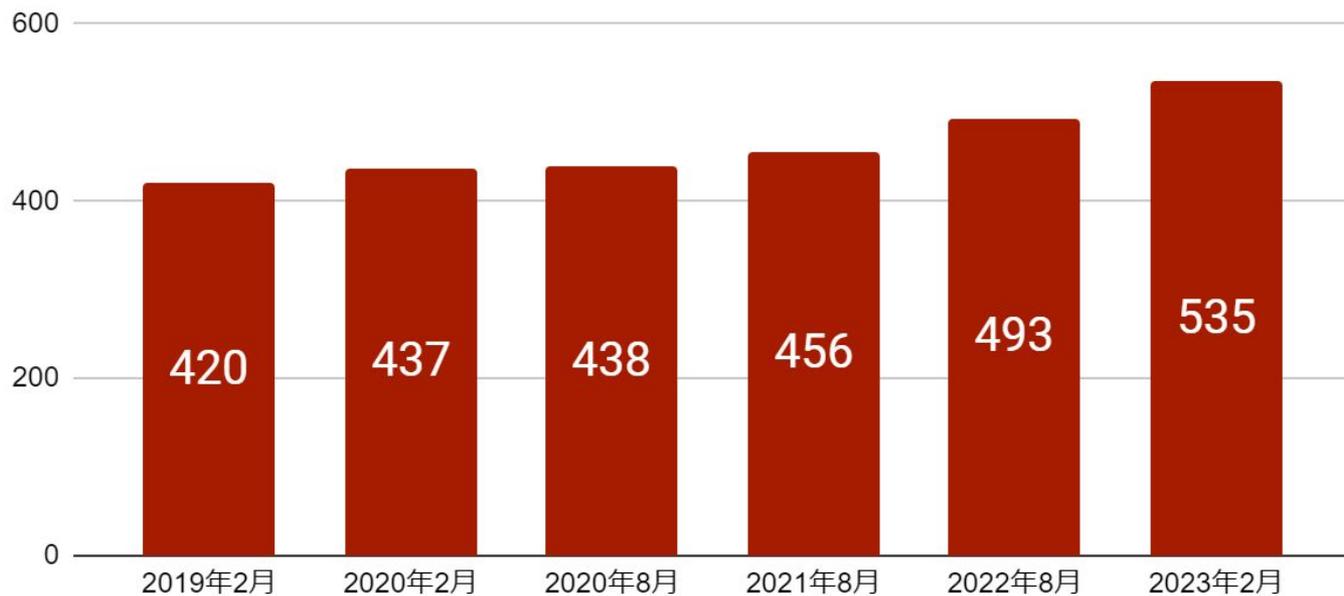


薄利多売？確かに利益率は低下



売上高増加の要因は「店舗数の増加」

国内店舗数推移



スーパー隣接店とは？

新店の約7割がSM隣接型に

日常的に使用する商品を拡充するほか、これまで以上に地域や生活者に身近な存在になるために良品計画が近年注力しているのが、SMに隣接する立地への出店だ。21年11月には、埼玉県を本拠とするSM企業ヤオコー（川野澄人社長）の新たな旗艦店「ヤオコー和光丸山台店」（埼玉県和光市）の2階に「無印良品ヤオコー和光丸山台」（同）を出店するなど、SMの店内や敷地内への出店を加速。こうしたSM隣接型店舗の業績は好調に推移しているとのことだ。



出典：[ダイヤモンド・チェーンストア](#)

無印良品が抱える問題点

問題はいつも成功体験から...

- 「MUJI」ブランドの人気化
- アパレルへ進出し絶好調
- 中国でもハイブランドとして受け入れられる

結果として、ブランドにあぐらをかく状態に

- 野放図な商品群の拡大
- (中途半端な)価格の上昇
- 消費者需要からの乖離



このままではヤバイ、何とかしなくては...

第二創業

堂前社長就任

取り組んでいること(つばめ投資顧問・編)

在庫処分 不良在庫の一掃

商品の見直し 「これがいい」ではなく「これでいい」

仕入れ体制の見直し 生産の上流から考える

物流・広告・店舗運営の高度化 各分野プロフェッショナルを招聘

日常生活を支える スーパー隣接店

高い目標に向けアクセルを踏む

■ 2030年8月期 数値目標

・売上高 3兆円
・営業利益 4,500億円
・ROA/ROE 15%以上/15%以上

・店舗数 2,500店舗
・平均坪数 550坪
・EC比率 30%

日常生活の基本と普遍

無印良品・MUJI事業

世界の各地域で土着化

公益事業と超小売事業

足元は大苦戦

内部環境

- 在庫処分
- 出店コスト
- 人件費増

外部環境

- 原材料高
- 円安
- 中国コロナ



直近～これからの動き

2023年1月 値上げ実施

中国ロックダウン終了

2023年3月 約1年ぶりの「無印良品週間」

→ インナー、春物衣料が紳士・婦人ともに好調に推移

2023年3月月次データ

国内	直営既存店＋ オンラインストア	直営全店＋ オンラインストア
売上高(%)	114.6	132.2
客数(%)	100.8	115.2
客単価(%)	113.7	114.7

国内	直営既存店＋ オンラインストア	直営全店＋ オンラインストア
衣服・雑貨(%)	133.2	152.4
生活雑貨(%)	107.1	121.7
食品(%)	111	136.6

**ぜひ店舗に行って
あなたの目で確かめてください**

素晴らしい銘柄を探そう！

- 本当に素晴らしい銘柄は、**長期間にわたって成長を続ける**
- 見極めるポイントは、**実績、ビジネスモデル、経営者の考え方**
- 理想の投資法は「**素晴らしい企業を見つけ、それを良いタイミングで買い、素晴らしい企業である限り持ち続けること**」

現在、入会金半額キャンペーン実施中！（5/7まで）

つばめ投資顧問 