

ESG説明会 2026

商品のライフサイクルにおける、気候変動への対応と資源循環の取り組み

2026年9月10日

目次

01 本業＝ESG経営

02 本日のテーマ

03 気候変動への対応と資源循環の取り組み

04 質疑応答

目次

01 本業＝ESG経営

02 本日のテーマ

03 気候変動への対応と資源循環の取り組み

04 質疑応答

本業 = ESG経営

株式会社良品計画
取締役上席執行役員 高橋広隆

サステナビリティ・ESGという言葉より前に生まれた「無印良品」

1980年に、大量生産、大量消費社会へのアンチテーゼとして生まれた「無印良品」

[illegible][illegible]

無印良品が目指す世界

簡素が豪華に引け目を感じることなく、
その簡素の中に秘めた知性なり
感性なりがむしろ誇りに思える世界、
そういった価値体系を拡めることができれば
少ない資源で生活をゆたかにすることができる。

田中一光と無印良品

創業以来変わらない “ものづくりの基本”

3つの視点

1. 素材の選択

2. 工程の点検

3. 包装の簡略化



世界での成長に向けた8つの成長ドライバー 「本業としてのESG」



「本業としてのESG経営」

社会価値と経済価値をともに創出する「ESG経営」を「本業」として実践する

ESG経営は店舗や商品に息づき、良品計画のあらゆる事業の基盤となりつつあります。
無理や我慢をするESG経営ではなく、本業の中で当たり前の実践となることを目指します。



**今後も、創業時の思想を守りながら
本業としてのESGを実現し、
ESG経営のトップランナーに向けた挑戦を続けてまいります。**



無印良品

水や空気のように。



目次

01 本業＝ESG経営

02 本日のテーマ

03 気候変動への対応と資源循環の取り組み

04 質疑応答

本日のテーマ

株式会社良品計画
広報・ESG推進部 部長
阿南 理恵

良品計画の5つの「重要課題」

2026年3月に見直し

1 社会・自然環境に配慮した商品・サービスの提供



商品

2 気候変動への対応と資源循環の推進



地球環境

3 地域への良いインパクトの実現



店舗・地域

4 誠実で倫理的な事業活動の保証



サプライチェーン・
リスク

5 多様な個人が心身ともに豊かになる
公益人本主義の実現



従業員・
ステークホルダー

事業活動

事業基盤

「環境・社会配慮型商品」の開発 創業から発展した “ものづくりの基本”

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、商品のライフサイクル全体で環境への負荷を最小限に抑え、生物多様性や人権への影響、安全性に配慮した商品。

3つのわけ

1. 素材の選択
2. 工程の点検
3. 包装の簡略化



商品のライフサイクル
全体を考慮



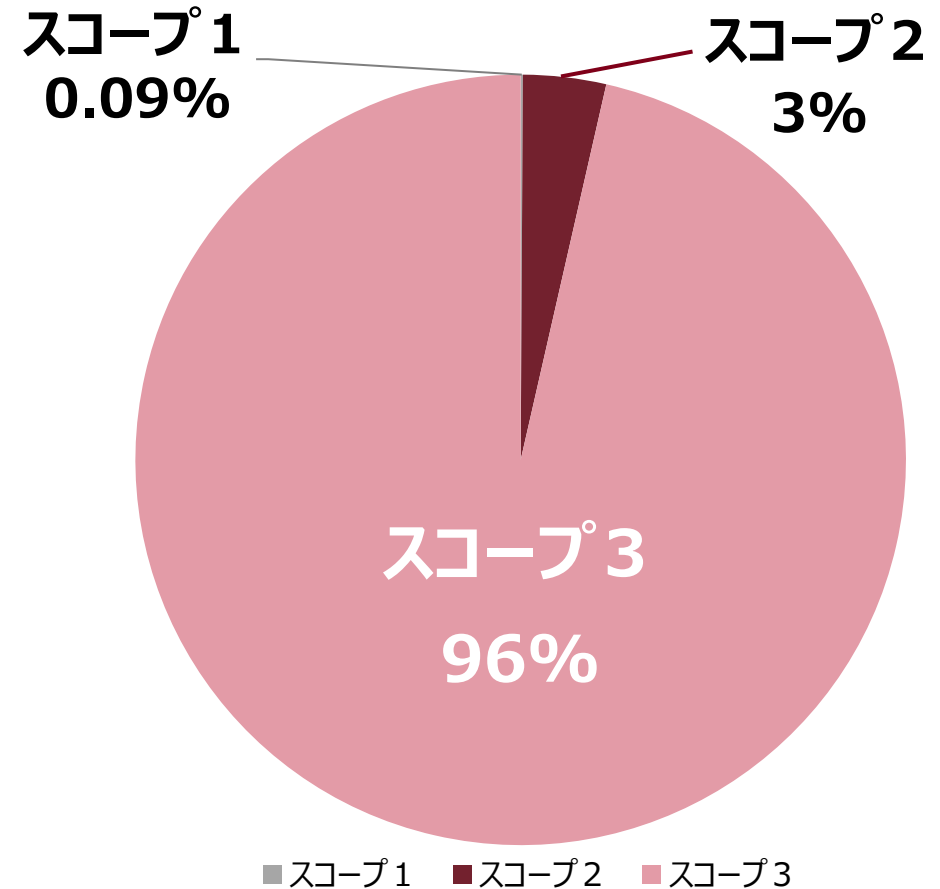
良品計画グループの温室効果ガス（GHG）排出量

当社のGHG排出量の約96%をスコープ3が占めている。

スコープ1 1,905 t-CO₂e
自社が直接排出するGHG

スコープ2 72,074 t-CO₂e
自社が使う電気などに伴うGHG

スコープ3 1,997,947 t-CO₂e
サプライチェーン全体のGHG

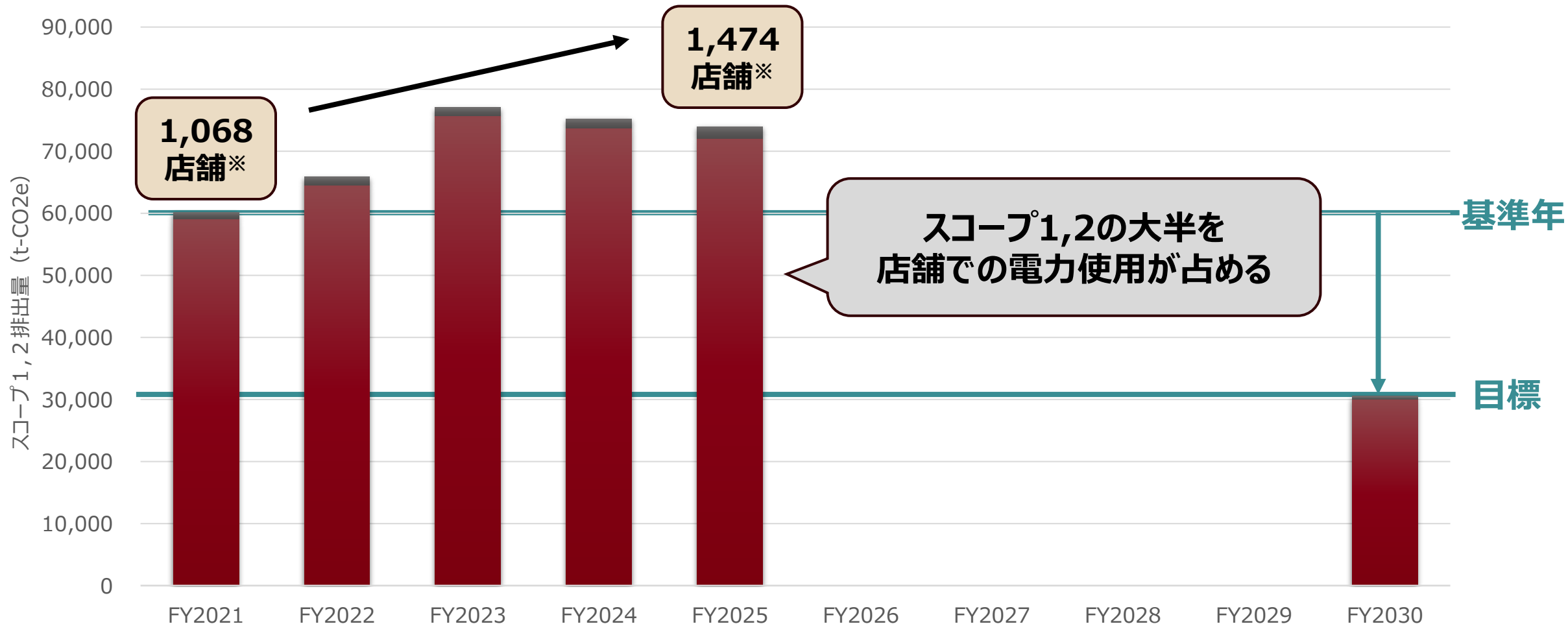


良品計画グループのスコープ1,2,3排出量の構成（2025年8月期）

良品計画グループのスコープ1,2

目標：

2030年8月期までにグループ全体のGHG排出量（スコープ1,2）を2021年8月期比で50%削減



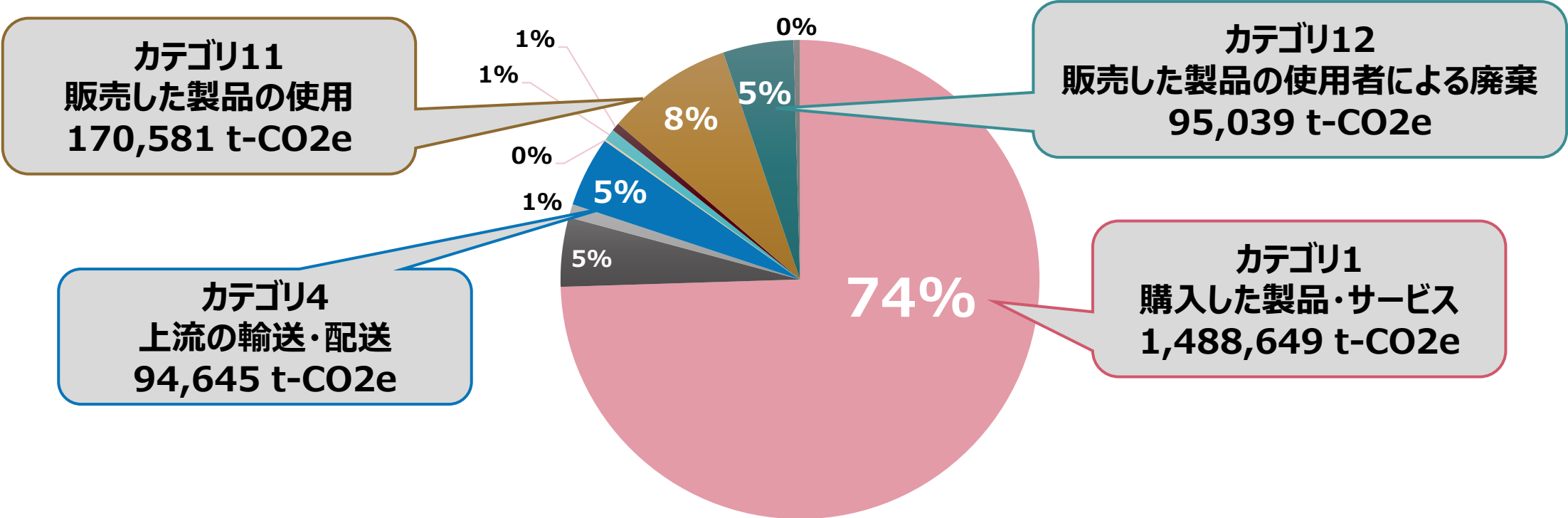
※ライセンスストア、カフェミールおよびイデーを含む

■ スコープ2 ■ スコープ1

良品計画グループのスコープ3

スコープ3の大半をカテゴリ1が占め、続いてカテゴリ11,12,4の排出量が多い。

スコープ3排出量（2025年8月期）

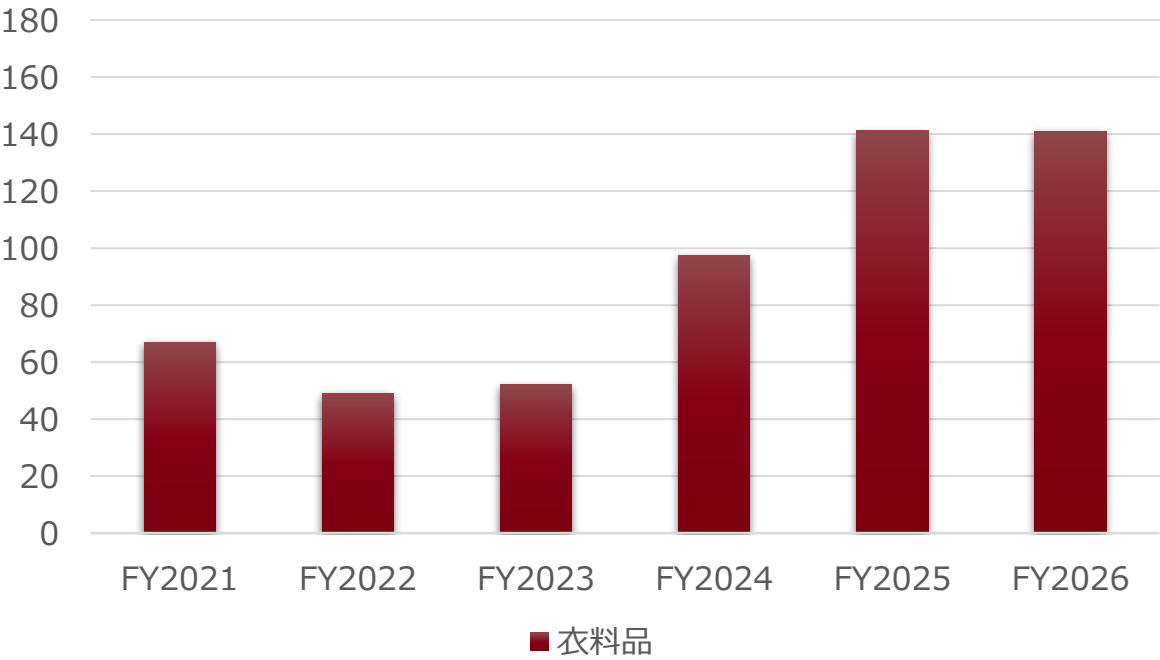


- カテゴリ1
- カテゴリ2
- カテゴリ3
- カテゴリ4
- カテゴリ5
- カテゴリ6
- カテゴリ7
- カテゴリ8
- カテゴリ9
- カテゴリ10
- カテゴリ11
- カテゴリ12
- カテゴリ13
- カテゴリ14
- カテゴリ15

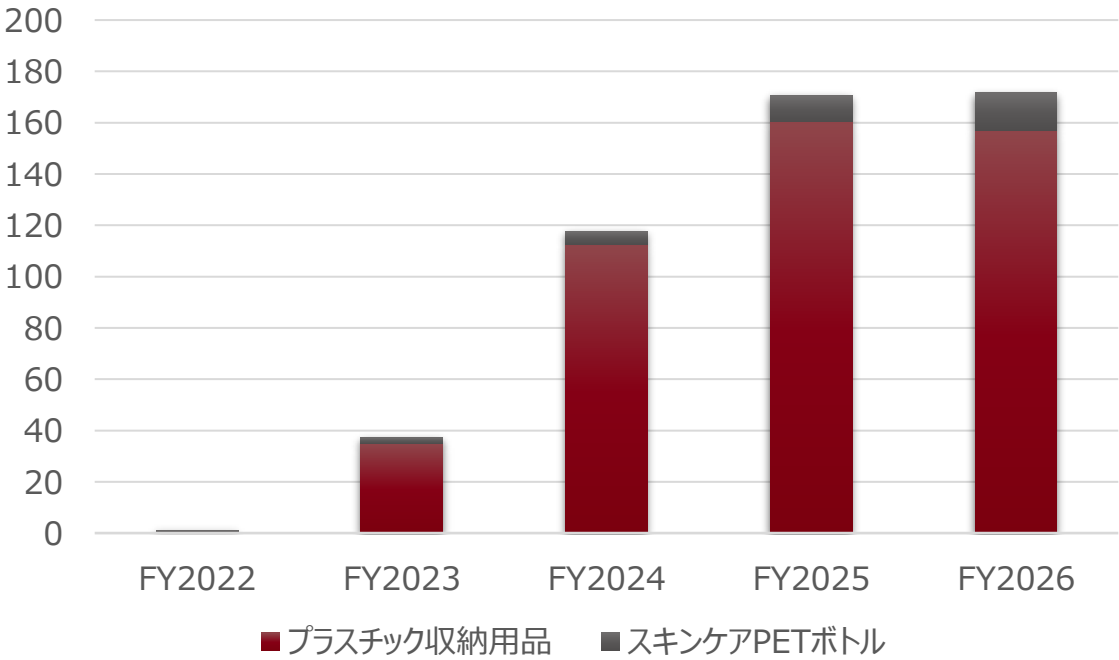
良品計画の資源回収

衣料品を2010年、スキンケアPETボトルを2020年、プラスチック収納用品を2022年から回収。
2024年には、社内に循環推進部を立ち上げ、資源循環の取り組みを事業の柱に育てていく方針。

衣料品の回収量 (t)



プラスチック製品の回収量 (t)



本日のテーマ

「商品のライフサイクルにおける、気候変動への対応と資源循環の取り組み」



テーマ		登壇者
①	ものづくりにおける環境負荷低減	執行役員 生産部管掌 佐藤 剛
②	輸送効率化のための仕組みづくり	上席執行役員 流通推進部・宅配事業部管掌 古田 善一
③	良品計画の発電への挑戦	取締役上席執行役員 ソーシャルグッド事業部管掌 合同会社MUJI ENERGY 職務執行者 社長 横濱 潤
④	資源循環を事業の柱に育てる	執行役員 循環推進部・営業本部管掌 松枝 展弘

目次

01 本業＝ESG経営

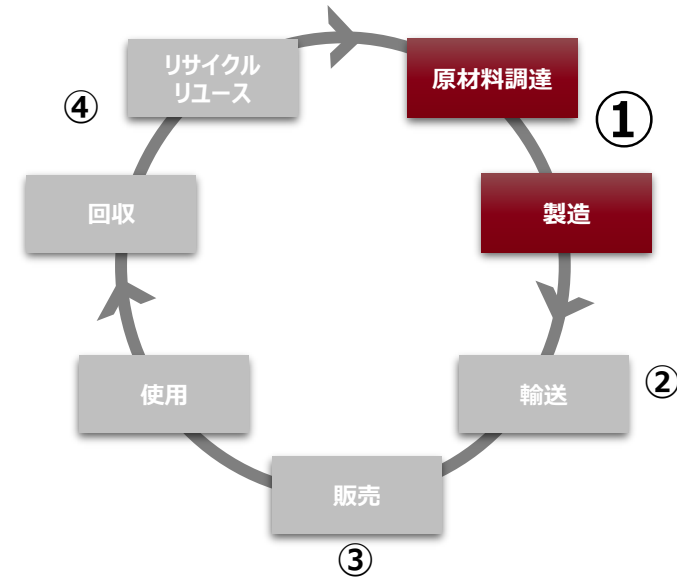
02 本日のテーマ

03 気候変動への対応と資源循環の取り組み

04 質疑応答

ものづくりにおける環境負荷低減

株式会社良品計画
執行役員 生産部管掌
佐藤 剛

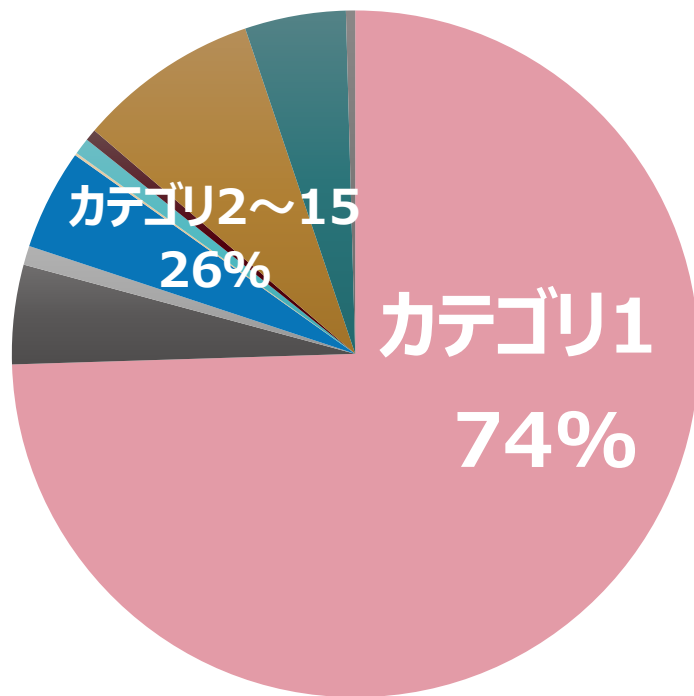


スコープ3 カテゴリ1 の削減目標を策定

サプライチェーンにおけるGHG排出の削減取り組みを本格始動

スコープ3 排出量のうち、ものづくりに関わるカテゴリ1 が全体の約3/4を占め、優先して削減する必要がある。

良品計画グループのスコープ3排出量の構成※¹（2025年8月期）



目標

2040年8月期までに、商品の原料・素材生産および商品製造に関わるGHG排出量（スコープ3 カテゴリ1 ※²）を商品売上高あたり30%削減（2021年8月期比）

【注記】

※1 スコープ3 カテゴリ1 の排出量は、金額ベースで算出していることから、今後の算定精度の向上によって構成比が変わる可能性があります。

※2 目標の対象範囲は、スコープ3 カテゴリ1 のうち、商品の原材料・素材生産および商品の製造に関わるGHG排出量です。

※3 目標は原単位目標で、商品売上高あたりのGHG排出量を対象としています。

カテゴリ 1 削減目標の達成に向けた取り組み

商品売上高あたり
GHG排出量

エネルギー効率化

低炭素燃料
へ切り替え

再生可能エネルギー
へ切り替え

低炭素原料
へ切り替え

目標

30%削減

基準年：FY2021

①生産パートナーとの協働

②商品開発

目標年：FY2040

【①生産パートナーとの協働】

✓ 理解の促進

勉強会・対話を通じたGHG削減目標の共有

✓ 削減策の実行支援

各工場に応じた、省エネ・燃料転換・再エネ導入の共同検討

✓ データ精度の向上

工場単位のスコープ1・2の把握とスコープ3算定への活用

【②商品開発】

✓ 素材・原料の転換

環境配慮型素材・低炭素原料の活用促進

✓ 低炭素設計の実装

商品開発段階からGHG排出量を最小化する設計の追求

✓ 工程におけるムダの排除

調達から生産工程における効率の見直し

環境配慮型素材の活用を促進

テキスタイル製品の主要繊維素材100%環境配慮型素材※1を目指す

環境配慮型素材への転換の歩み



従前からの取り組み

オーガニックコットン等、素材ごとの環境配慮の取り組み

長年にわたり、素材ごとに人権・環境・動物福祉に配慮した調達を推進



2025年12月

指針・ガイドラインの策定・公表

取組を体系化し、「責任ある原材料調達指針」・「各種ガイドライン」を明文化



2026年8月期

環境配慮型素材比率 約90%まで進捗※2

原産国・地域のトレース管理を徹底し、透明性の確保を推進



2030年8月期

主要繊維素材100%環境配慮型素材を目指す

全社目標として設定・継続推進



【注記】

※1 環境配慮型素材とは、当社グループの人権・環境・動物福祉に関する方針に準拠し、評価・認定した原材料を指します。詳細は「良品計画グループ テキスタイル製品の原材料調達ガイドライン」をご参照ください。

※2 株式会社良品計画が2026年8月期に企画した無印良品の衣料品が対象です。

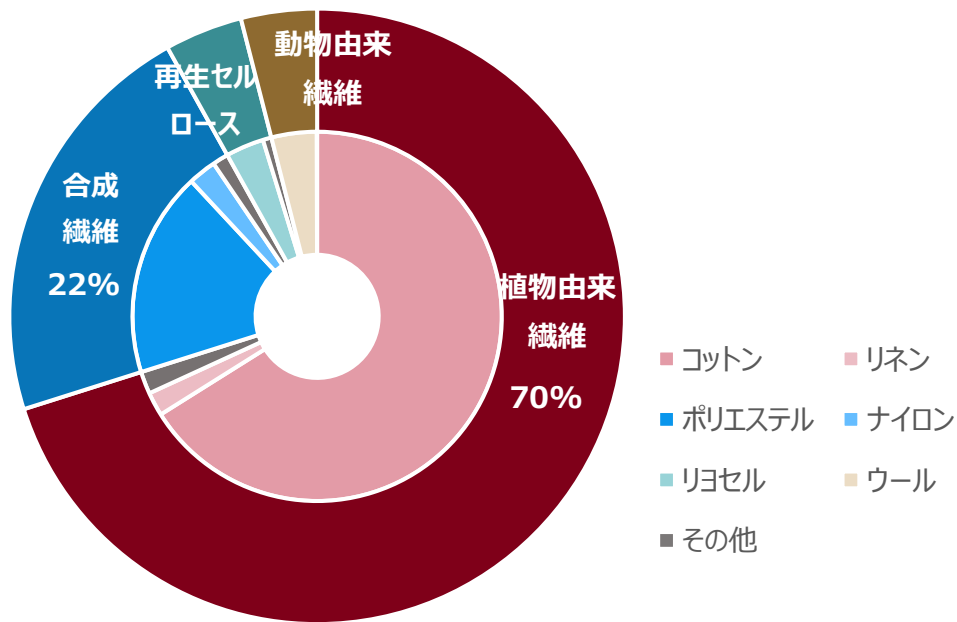
出典：<https://www.ryohin-keikaku.jp/sustainability/environment/material>

素材転換：衣料品

2026年8月期の環境配慮型素材の使用比率は約90%まで進捗

ポリエステル・ナイロンといった合成繊維の再生材活用を重点的に進めていく。

衣料品の繊維素材別 調達割合※2



主要素材の環境配慮型素材への転換比率※2



環境配慮型素材への転換を進めるとともに、素材ごとのGHG削減効果を可視化し、カテゴリ1削減への反映を進めます。

【注記】

※1 環境配慮型素材とは、当社グループの人権・環境・動物福祉に関する方針に準拠し、評価・認定した原材料を指します。詳細は「良品計画グループ テキスタイル製品の原材料調達ガイドライン」をご参照ください。

※2 データの対象範囲は、株式会社良品計画が2026/8期に企画した無印良品の衣料品です。

出典：<https://www.ryohin-keikaku.jp/sustainability/environment/material>

素材転換：生活雑貨 リサイクル素材への切替

再生樹脂を使用している製品数※1

約50製品（2025年5月時点）→ 約100製品（2026年6月時点）

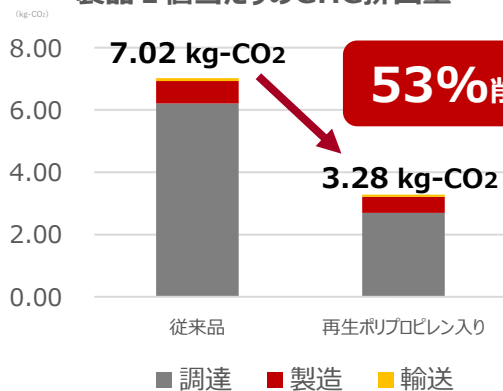
「再生ポリプロピレン入り 頑丈収納ボックス 大 ダークグレー」
従来品に比べカーボンフットプリント（CFP）を 53%削減※2

バージン材
100%使用



従来品

製品 1 個当たりのGHG排出量



再生材
75%使用



再生ポリプロピレン入り
頑丈収納ボックス 大
ダークグレー



【注記】

※1 再生ポリプロピレン、再生ポリエチレン、再生ポリエステルを一部でも使用している商品を対象として集計しています。再生樹脂にはプレコンシューマー材およびポストコンシューマー材由来の原料を含みます。色、サイズ違いの展開、販売チャンネルの違いも別カウントしています。

※2 CFPの算出にあたっては、素材調達から製造、主要倉庫への輸送まで（Cradle-to-gate）のCO2排出量を算定しました。ご家庭での使用時や廃棄時のCO2排出量は含まれません。2022年4月～2023年3月の製造データをもとに、株式会社良品計画により算定した結果です。CO2排出係数はIDEAv.3.5を用いています。

素材転換：生活雑貨

ReMUJIで回収した資源をリサイクル材として使用

店舗で回収したポリプロピレン製品由来のリサイクル材を使用した製品

3製品（2024年12月時点） → 68製品（2025年12月時点）

無印良品ネットストアに適用商品および含有率を掲載し、お客様へ「回収のその後」を提示



<https://www.muji.com/jp/ja/store/cmdty/section/T0010802>

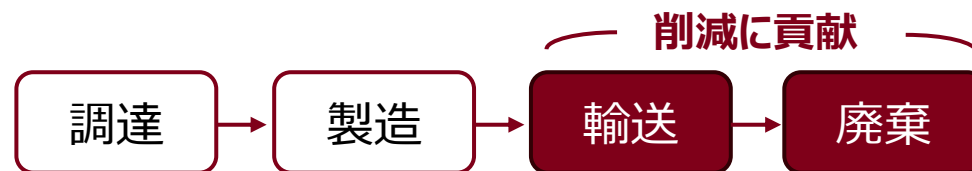


製品のコンパクト化 「希釈洗剤」シリーズの開発

年間の住居用洗剤の使用量を4Lと仮定した場合、

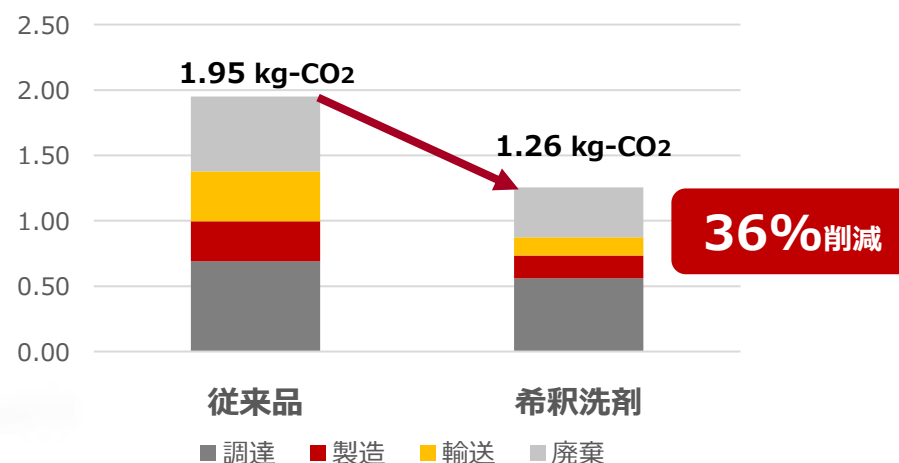
1.95 kg-CO₂ → 1.26 kg-CO₂(36%削減)[※]

従来品



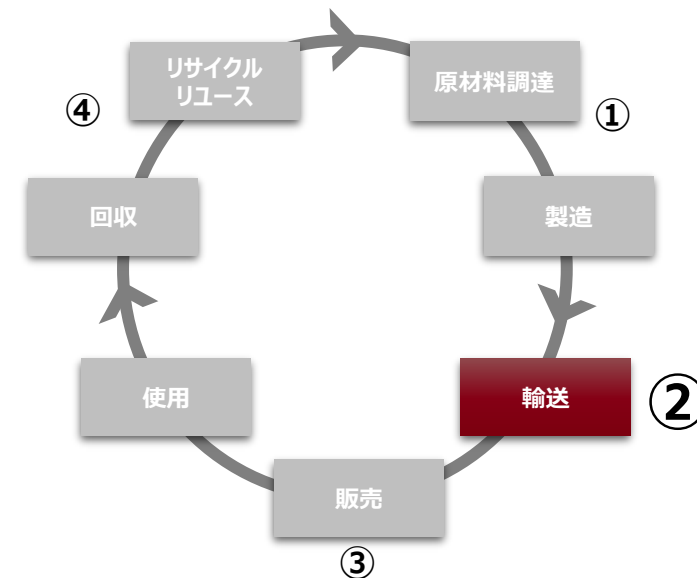
新製品 希釈洗剤

年間のGHG排出量 ※使用量4Lと仮定



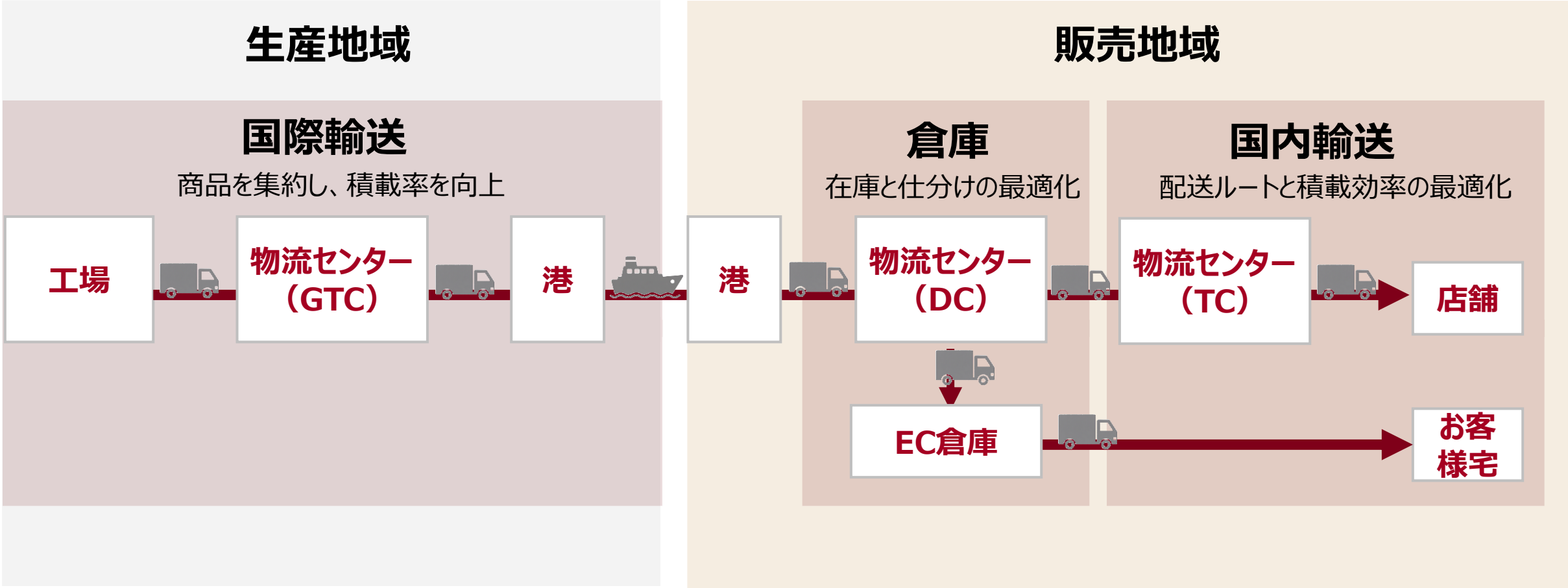
※ 本算定は、初回に無印良品の従来品「お風呂用泡クリーナー」（400ml）を購入し、その後「お風呂用 詰め替え用」（1050ml）を繰り返し使用場合と、初回に「お風呂用 希釈洗剤セット」（希釈後の洗剤容量：400ml）を購入し、その後「お風呂用 希釈洗剤」（希釈後の容量：400ml）を繰り返し使用した場合を比較しました（それぞれ4L分の洗剤を使用した場合）。内容物の洗剤の原料調達・製造、商品の販売、および使用段階におけるCO₂排出量は同等とみなし、算定対象外としました。本算定は、2026年8月時点の製造実績と自社シナリオに基づいて算定し、外部専門家のレビューを受けています。なお対象期間や算定方法の見直しなどにより、将来変更される可能性があります。

輸送効率化のための仕組みづくり



株式会社良品計画
上席執行役員 流通推進部・宅配事業部管掌
古田 善一

物流工程全体の効率化によりGHG排出量を削減



GTC : 複数の工場から出荷された商品を集約し、混載して出荷
DC : 店舗・EC向け商品を保管し、出荷単位に仕分け

TC : 商品を一次保管せず、短時間で店舗別に仕分け
EC倉庫 : EC商品を保管し、注文単位で出荷

① 国際輸送における取組み 国際物流センター（GTC）の活用



GTC : Global Transfer Center

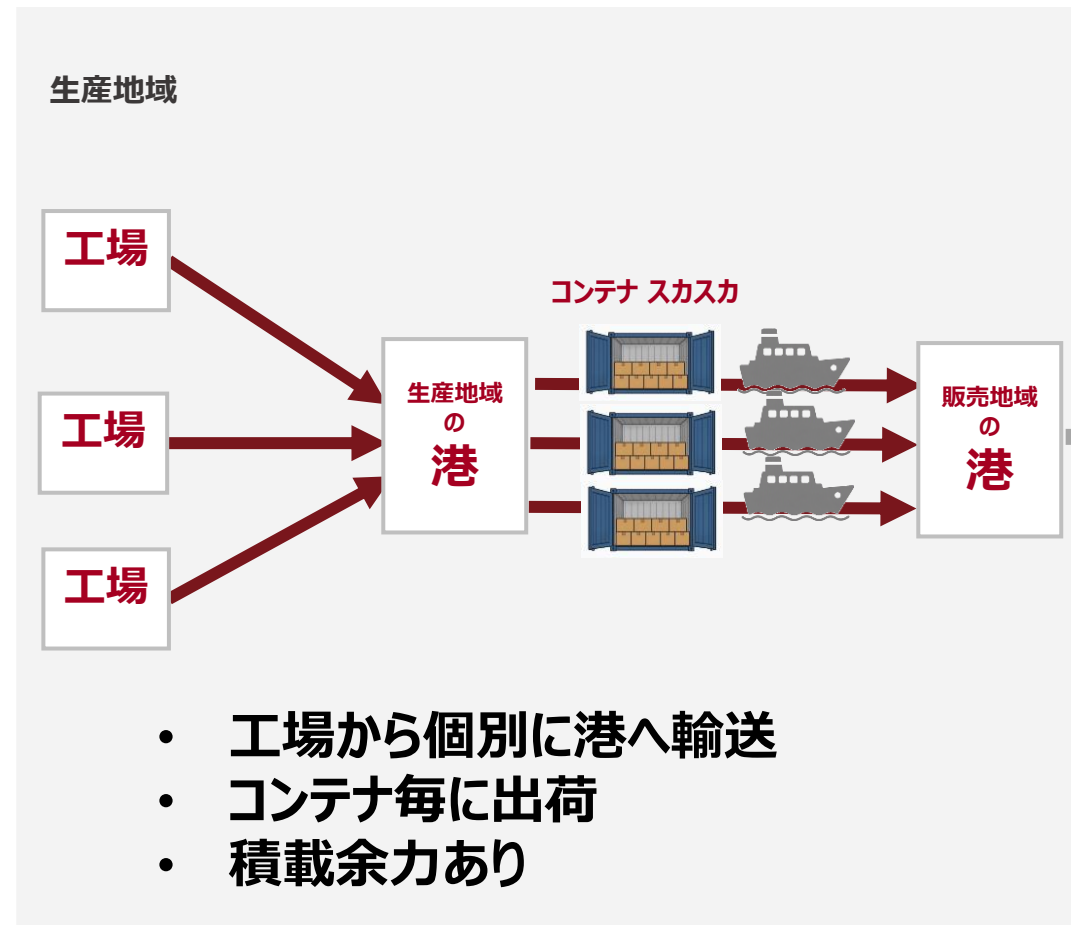
複数の工場から出荷された商品を集約し、混載して出荷するところ



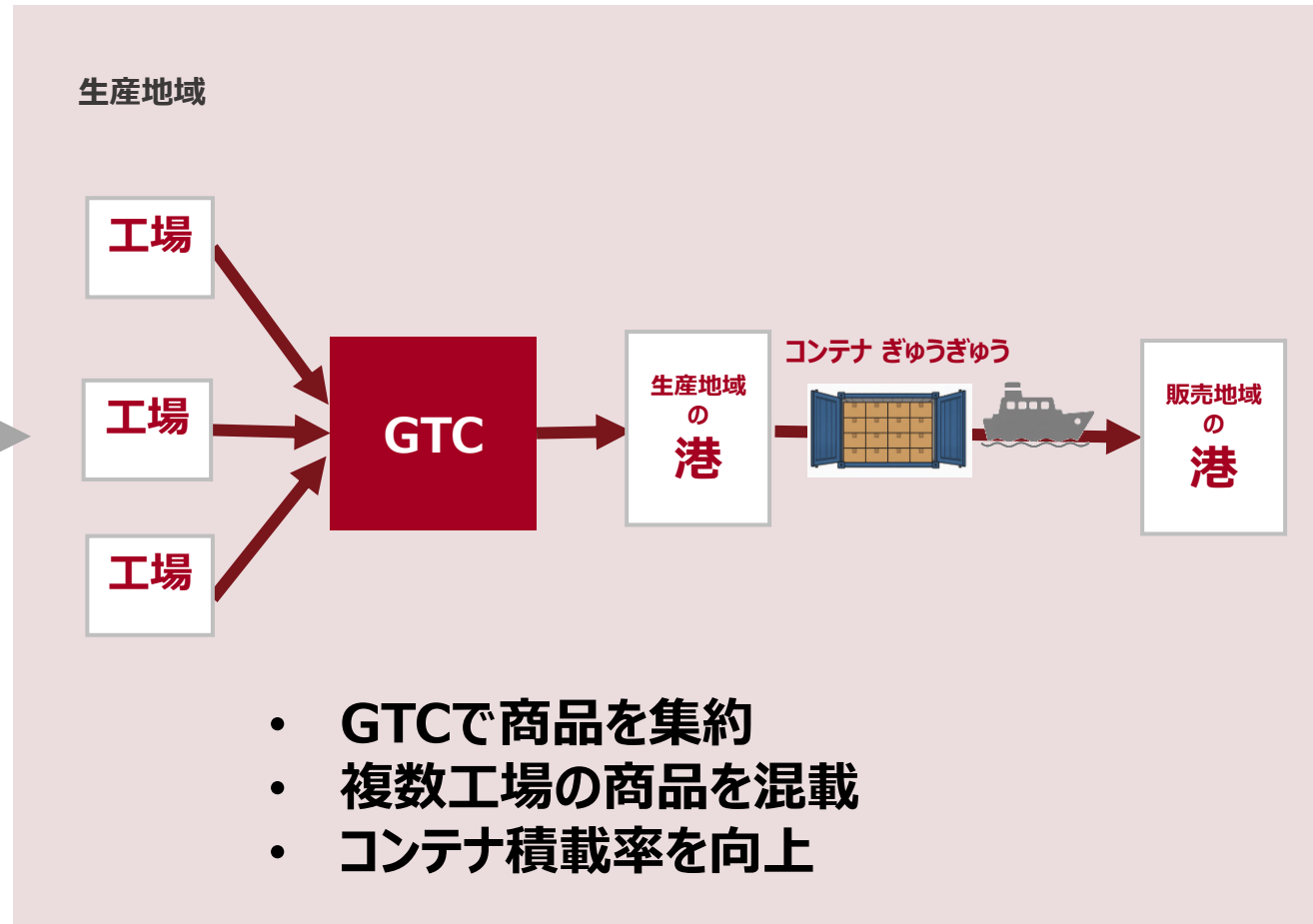
①国際輸送における取組み

GTCで商品を集約・混載し、コンテナ本数を削減

従来



GTC導入後



①国際輸送における取組み

輸送におけるGHG排出量削減の取組み

代替燃料を使用する船会社の積極活用

BioFuelなどの代替燃料を使用する船会社を積極的に活用

航空機使用の抑制

各部門と連携し、計画的な出荷により海上輸送を優先し、航空輸送を抑制

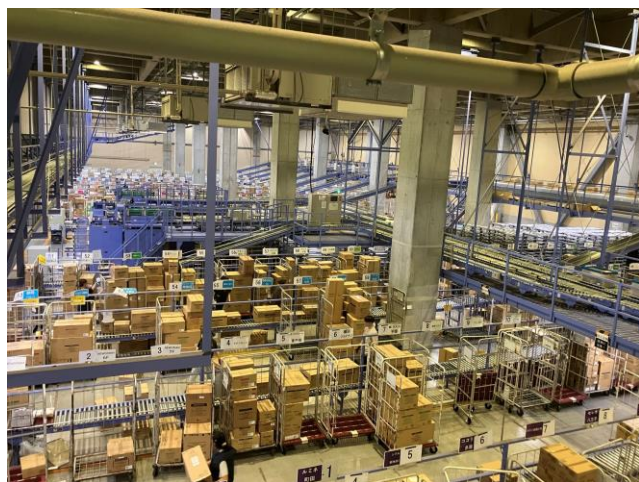


代替燃料使用中のコンテナ船

②国内輸送における取組み DCの集約

DC: Distribution Center

店舗及びEC倉庫向け商品を保管し、ボール単位/
ケース単位で店別に仕分け出荷するところ



鳩山DC



TC: Transfer Center

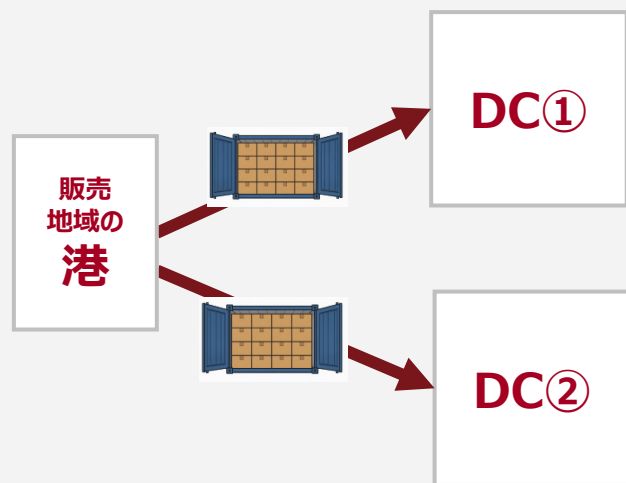
複数のDCから出荷された商品を
ケース単位で店別に仕分けるところ



神奈川TC

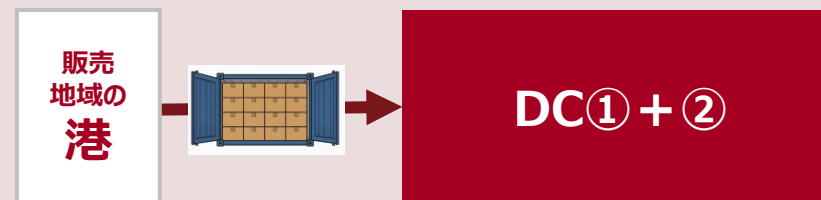
②国内輸送における取組み DCの集約により、コンテナ本数を削減

従来



販売国の港に着荷した
コンテナを分散してDCに配送

DC集約後



DC集約により輸送先を集約し、
コンテナの積載効率を向上

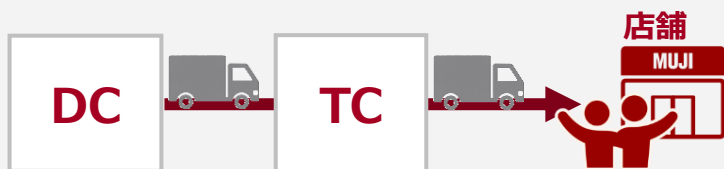
複数の物流改善施策の相乗効果により、
コンテナを年間約550本削減

②国内輸送における取組み

配送拠点の集約により、倉庫間輸送を削減

従来

店舗配送



DCとTCが分かれており、倉庫間輸送が発生

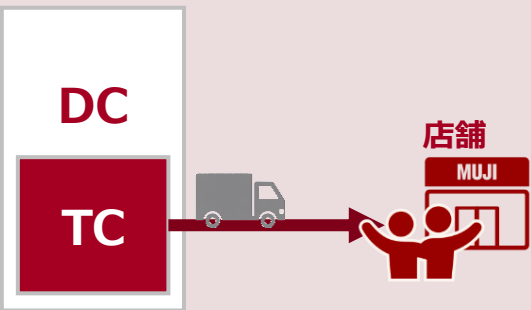
EC販売



DCとEC倉庫が分かれており、倉庫間輸送が発生

拠点集約後

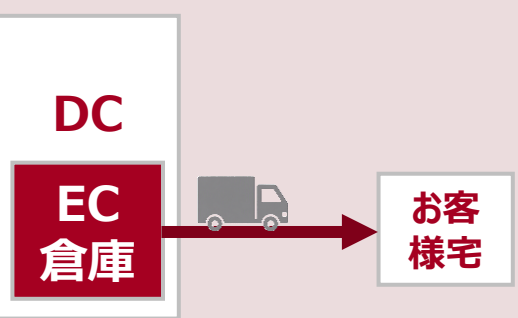
店舗配送



DCとTCの一体化

DCからTCへ輸送する
トラック台数を削減

EC販売



DCとEC倉庫の一体化

DCからEC倉庫へ横持ちする
トラック台数を削減

③国内物流拠点における取組み 太陽光パネルの設置

太陽光パネルを設置した倉庫を積極的に活用
55%の倉庫に太陽光パネルを設置※



鳩山センター



西生活センター

※26年7月末時点

③国内物流拠点における取組み ケース入数の改善と商品小型化により、輸送効率を向上

ケース内入数を増やし、
出荷ケース数を削減

従来:12pcs/箱→改善後20pcs/箱



ハックダウン方式や圧縮梱包により、
商品の容積を削減

従来のマットレス



圧縮型マットレス



③国内物流拠点における取組み 梱包・積載方法の見直しによる物流効率化

オリコン内入数の改善

オリコンの中に入れる商品の数を増やすことにより、DCから出荷する**オリコン数を削減**



アソート同梱の実施

複数商品を同梱（アソート同梱）し、**出荷ケース数を削減**



カゴ車積載数の改善

積載率を向上し、**カゴ車台数を削減**



③国内物流拠点における取組み 輸入カートンの再利用による廃棄物削減

輸入カートンのリユース

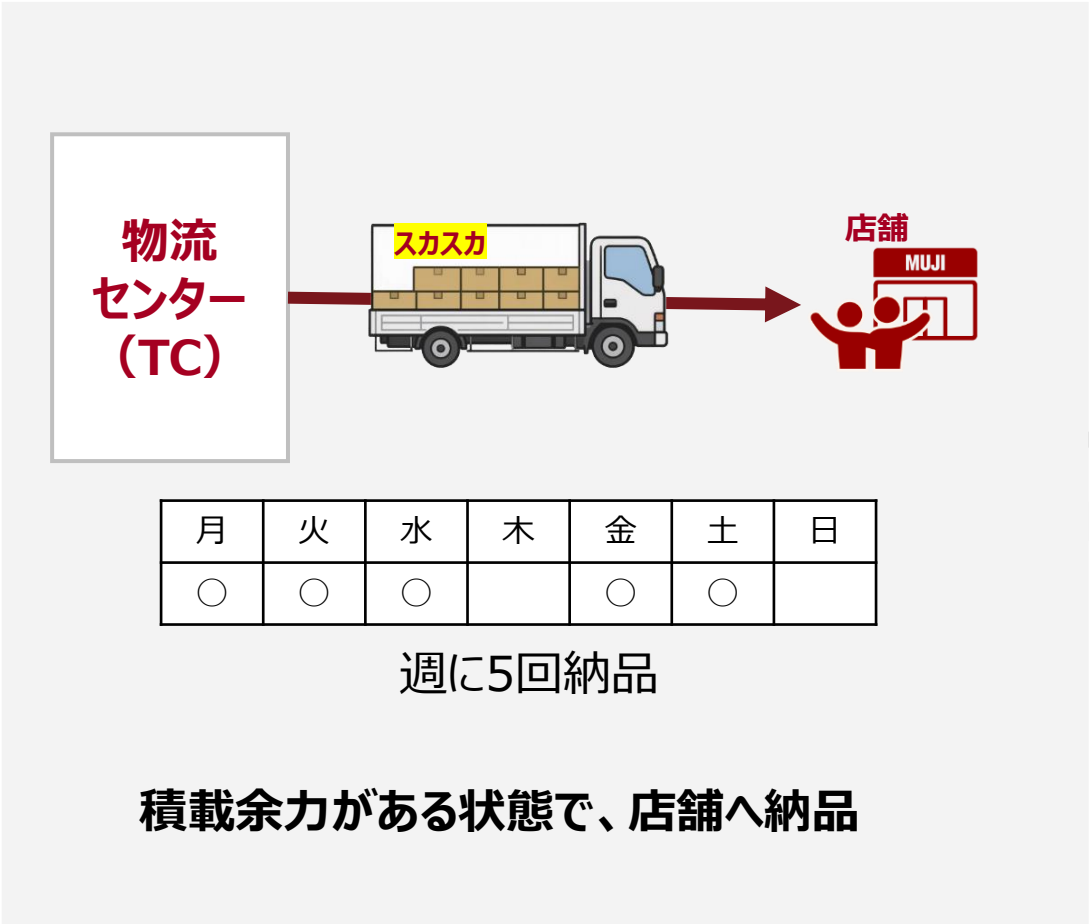
商品の国際輸送に使用された段ボール箱を
国内配送でも再利用し、
廃棄物の削減と新たに購入する梱包材を抑制



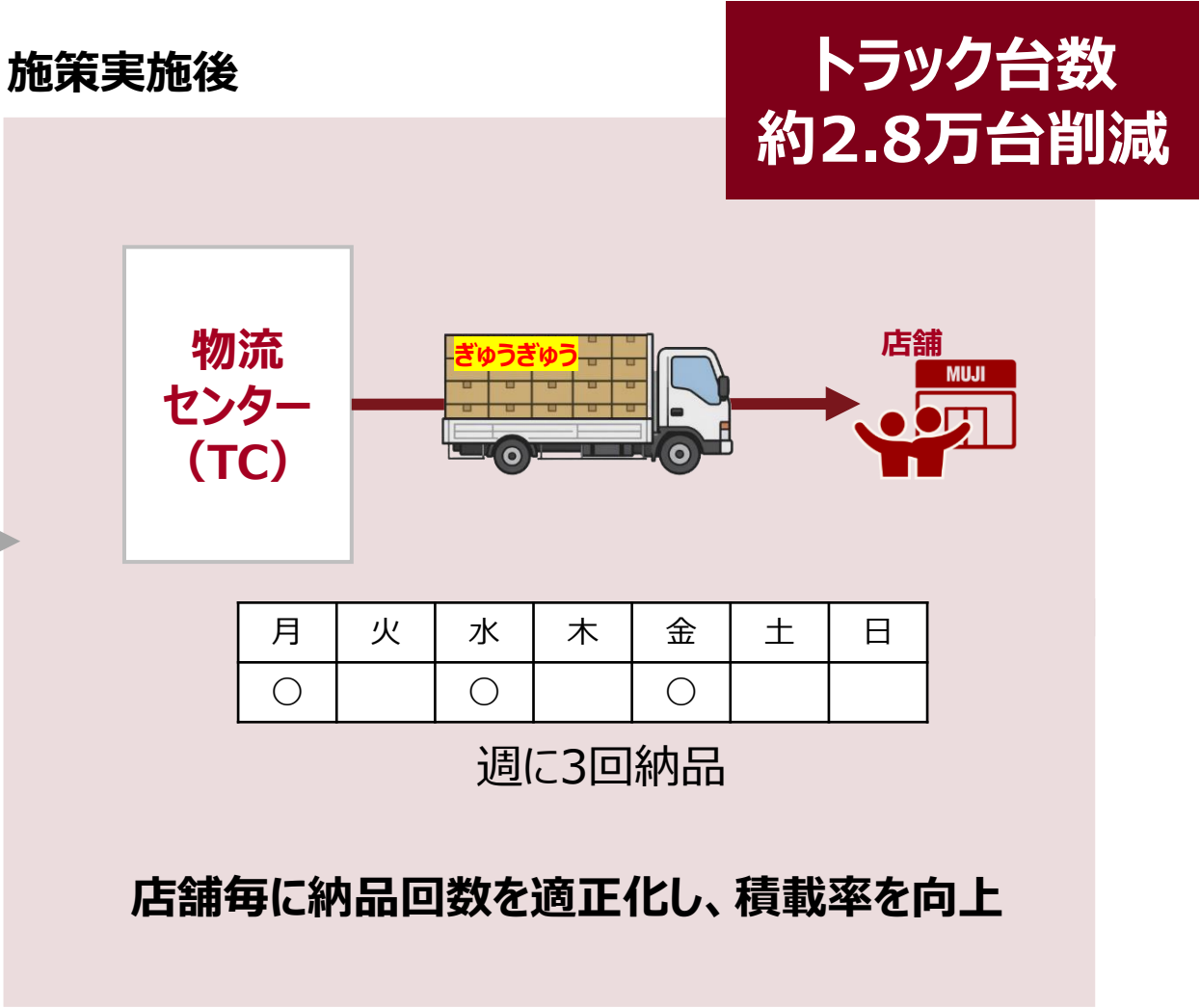
④国内配送における取組み

店舗への納品回数の適正化し、トラック積載率を向上

従来

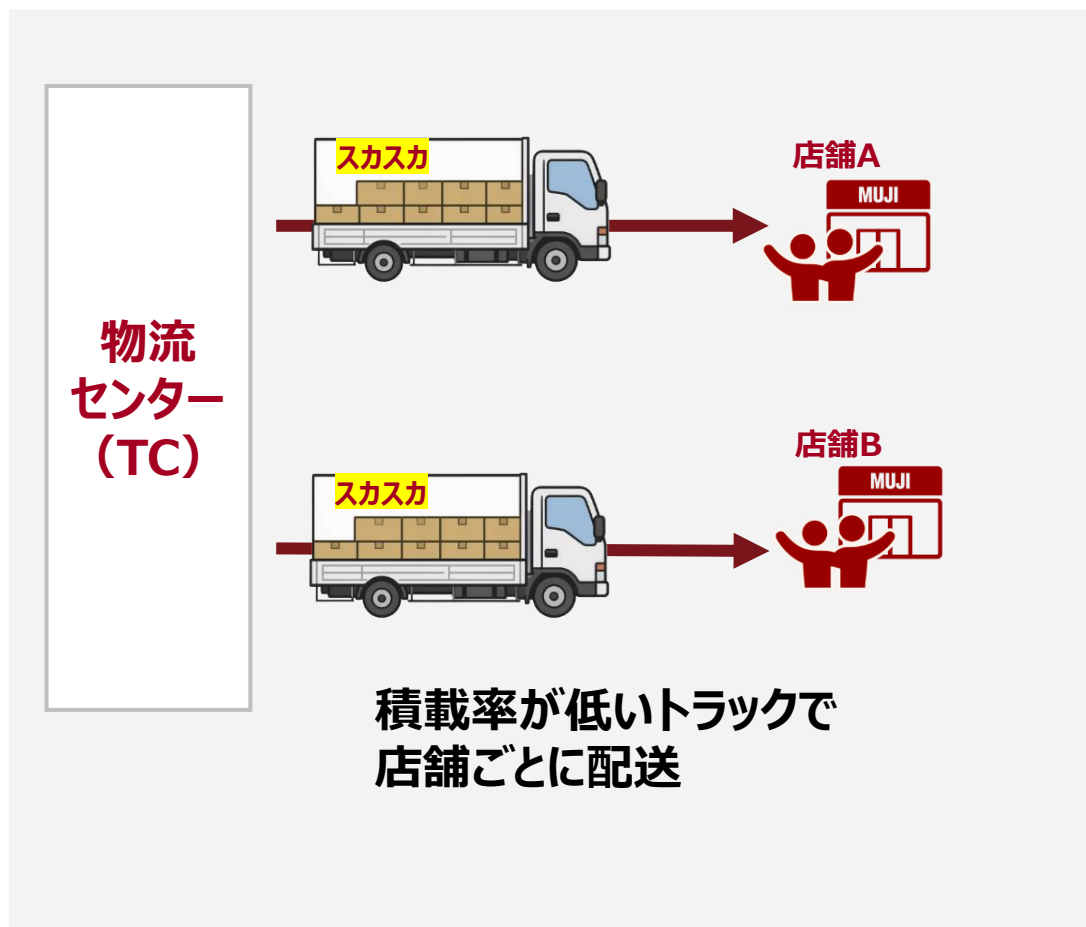


施策実施後

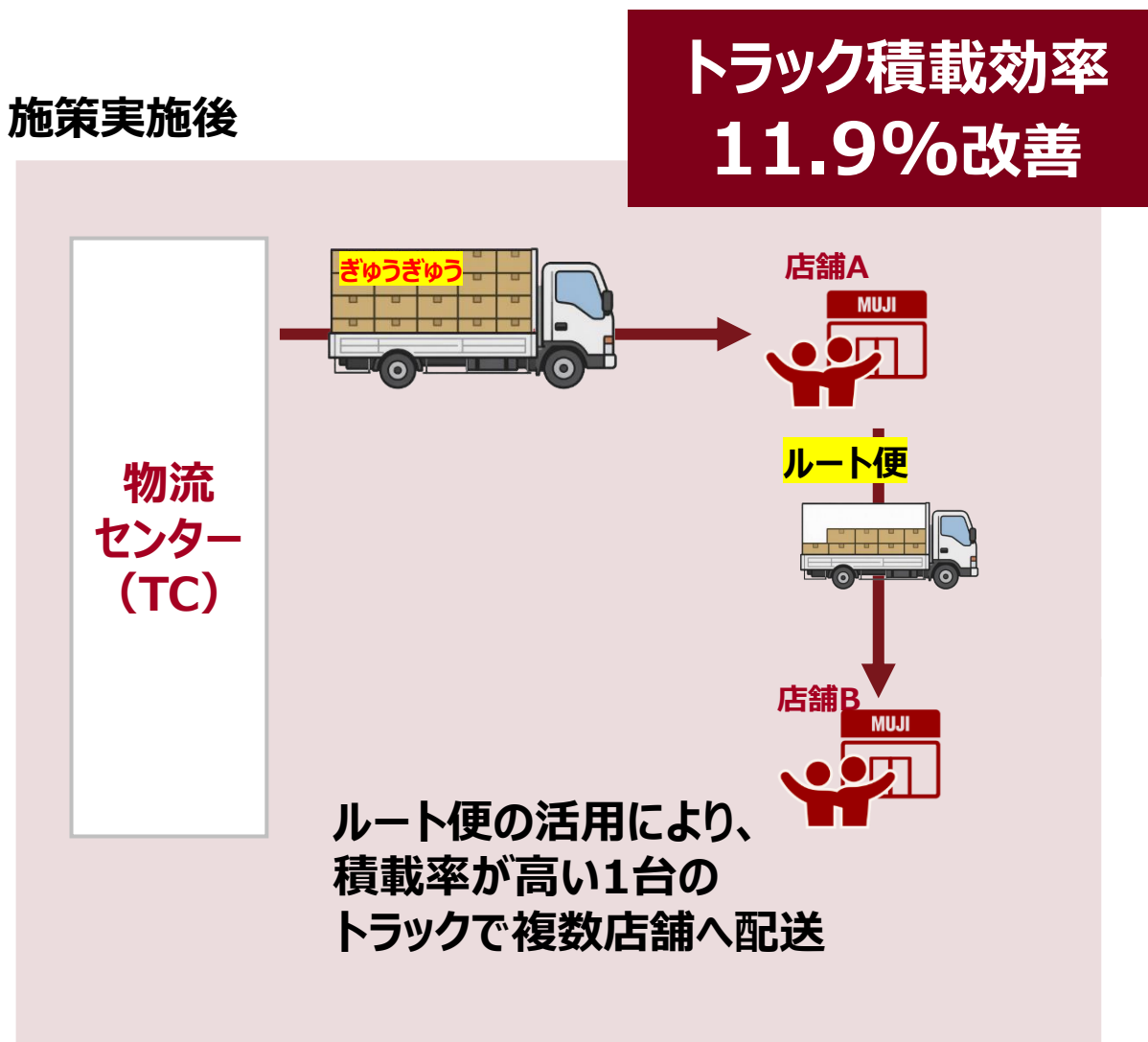


④国内配送における取組み ルート便の活用による配送効率の向上

従来



施策実施後



④国内配送における取組み フェリーの活用

北海道向けトラックの100%、九州向けトラックの約50%をフェリーにて輸送



④国内配送における取組み 遠隔店舗への路線便活用による配送効率化

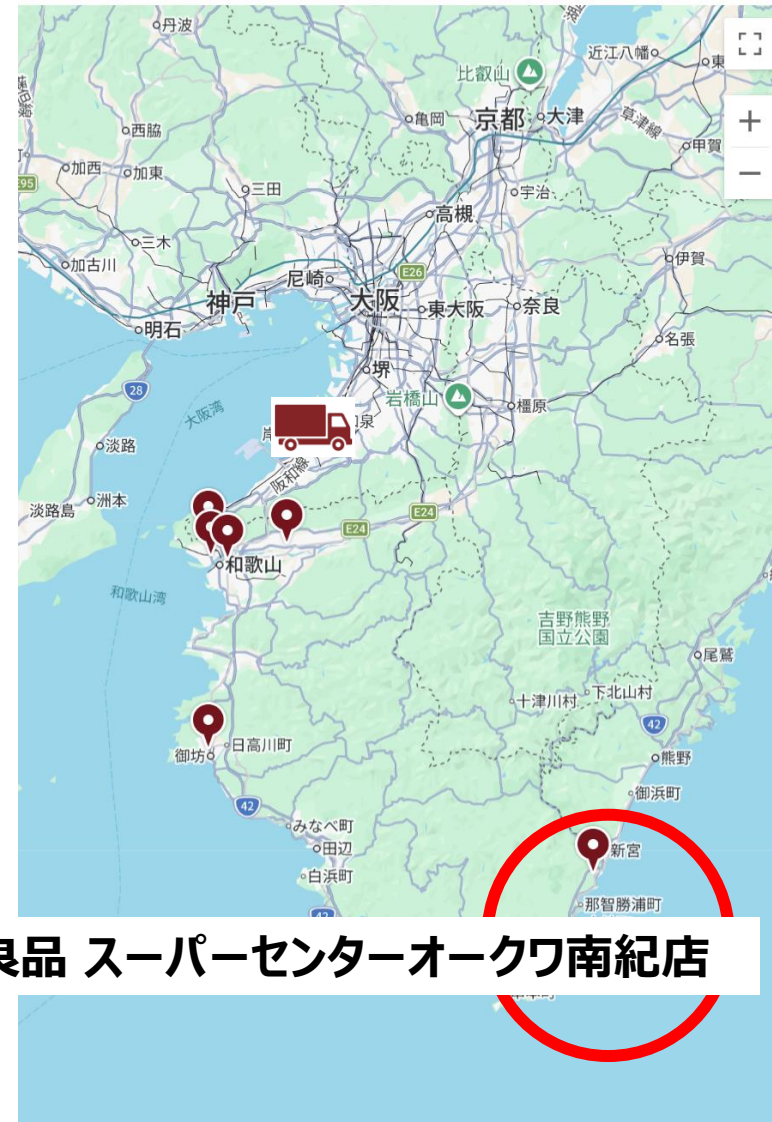
他店舗との積み合わせが難しい遠隔の単独店へは、
他社荷物との混載配送（路線便）を活用

路線便とは

運送事業者が運行する共同配送便であり、
複数荷主の荷物を混載して輸送する仕組み

路線便活用店舗
57店舗

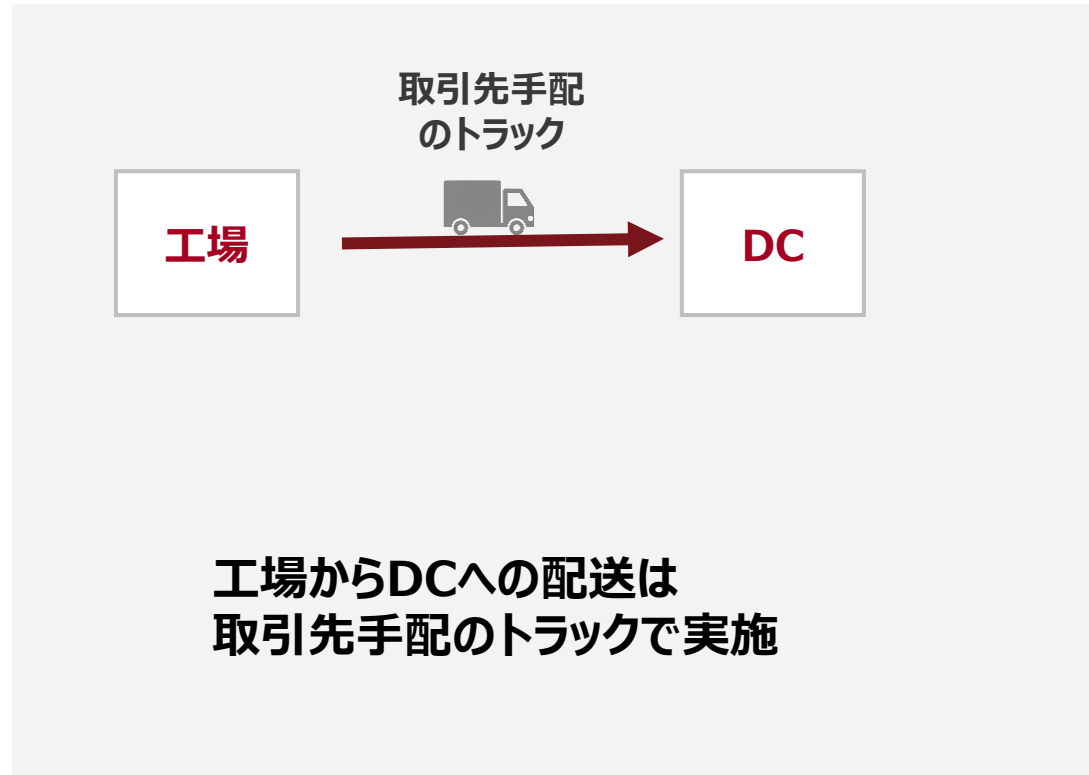
26年8月末時点



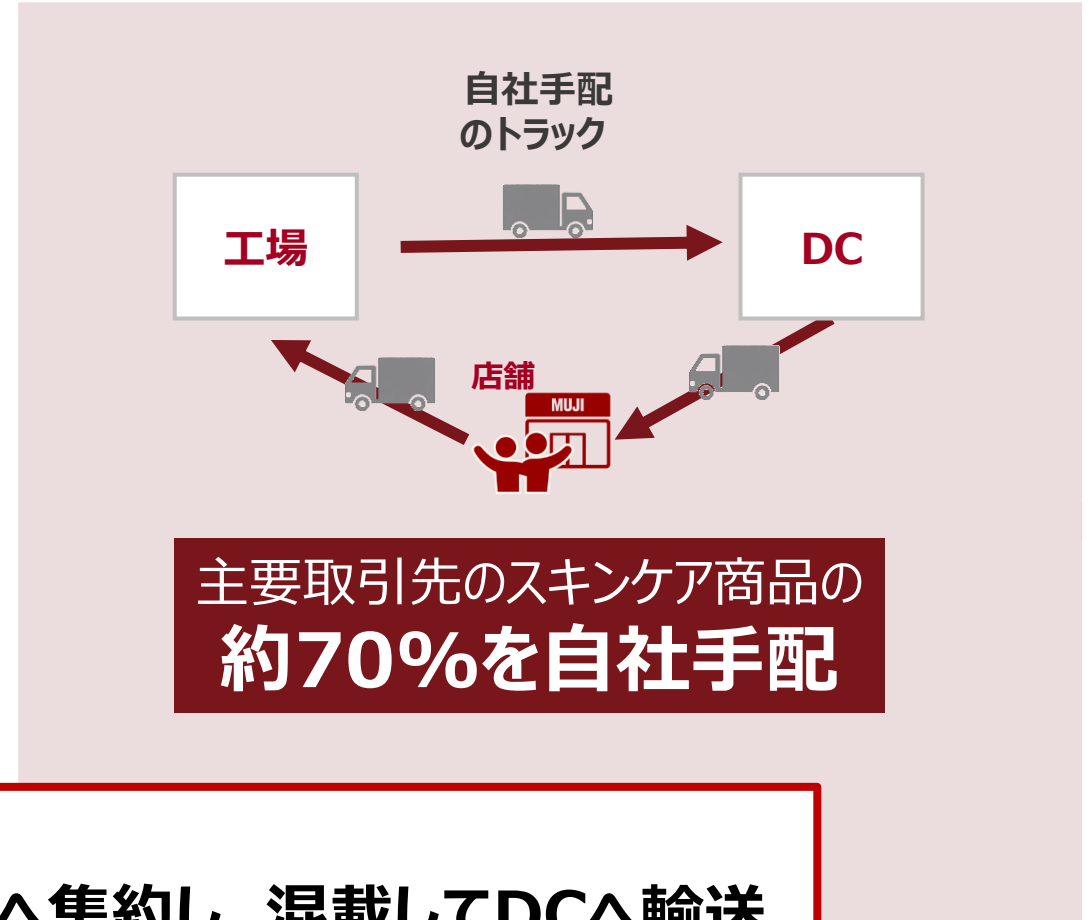
無印良品 スーパーセンターオークワ南紀店

④国内配送における取組み 自社手配の配送網の活用による調達物流の効率化

従来



トラック帰り便の活用後



④国内配送における取組み 店舗受取の推進による配送負荷の削減

店舗受け取りサービス：

ECで購入した商品をお客さまが指定した店舗で受け取ることができるサービス。
店舗まで足を運び受け取っていただくことで、宅配にかかる社会コストを削減



ネットストア購入商品を店舗で受け取って
配送料無料



年間**93.67**t-CO₂
の削減貢献量※1※2

37.4万時間相当の
配送ドライバーの労働時間削減

※1 2025年8月期

※2 H27.8.25 国土交通省調査（宅配の再配達の発生による社会的損失の試算について）を参考に自社で算出

⑤ 海外事業における物流拠点の取組み 物流拠点と倉庫の適正化

中国大陸事業

- 従来1拠点であったDC+EC一体化倉庫を、中国大陸南部にも1拠点新設し、倉庫から店舗或いはお客様宅への配送距離を短縮
- さらに中国大陸事業では、店舗から商品を出荷（Ship from Store）し、配送距離を短縮



欧州事業

- 従来分かれていたEC倉庫2拠点とDC1拠点を、拡張したDC+ECの一体型倉庫に集約し、DC→ECへの横持トラックを削減、在庫集約による倉庫スペースを抑制



今後の取り組み

**サプライチェーン全体の物流効率化を推進することで
物流由来のGHG排出量削減につなげていく**

5つの取り組みの柱

① 配送個数を減らす

**② コンテナの使用本数
を減らす**

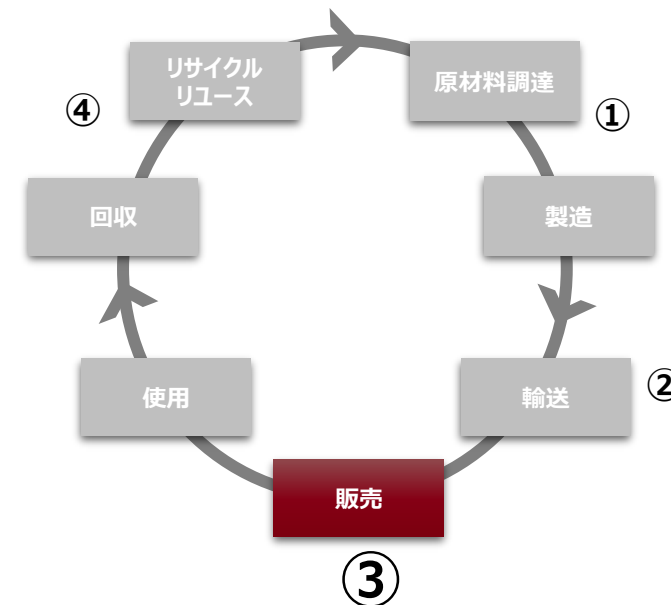
**③ トラックの使用台数
を減らす**

**④ トラックの走行距離
を短縮する**

⑤ ごみを減らす

良品計画の発電への挑戦

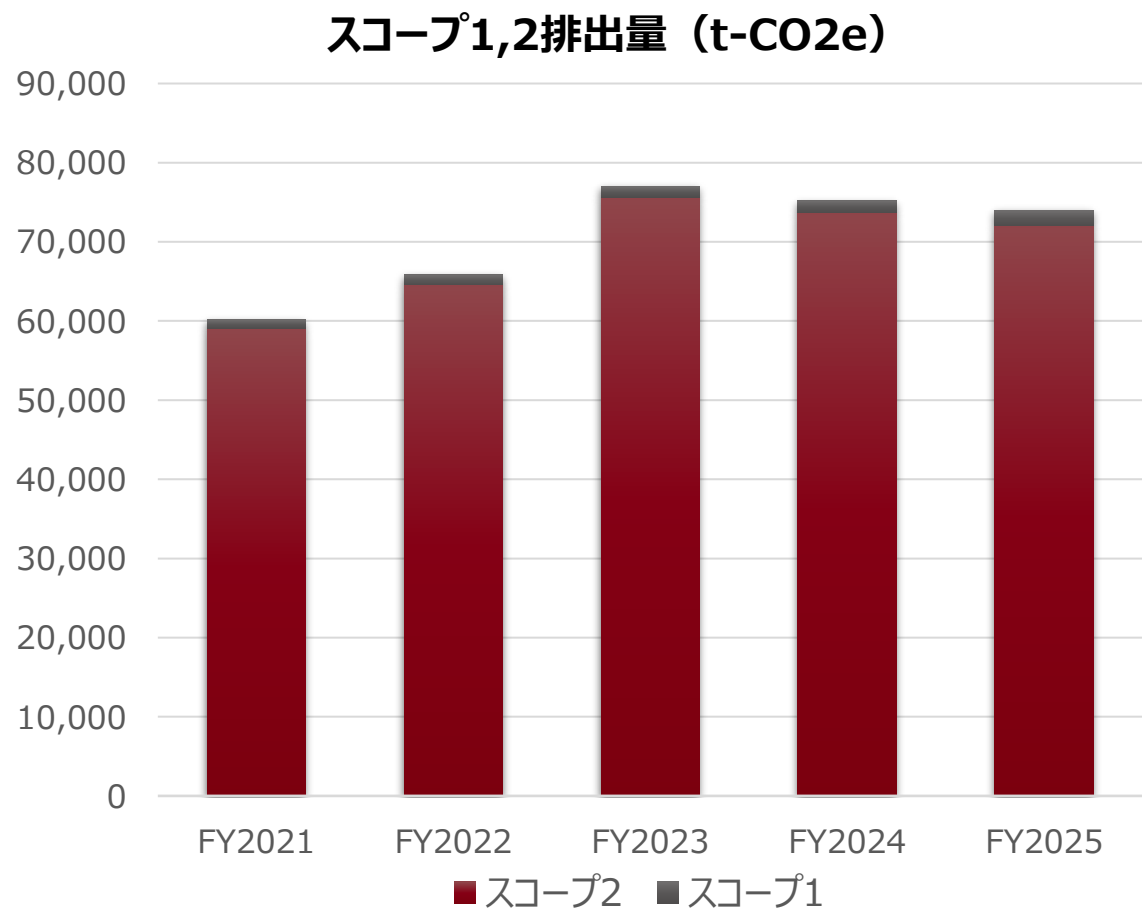
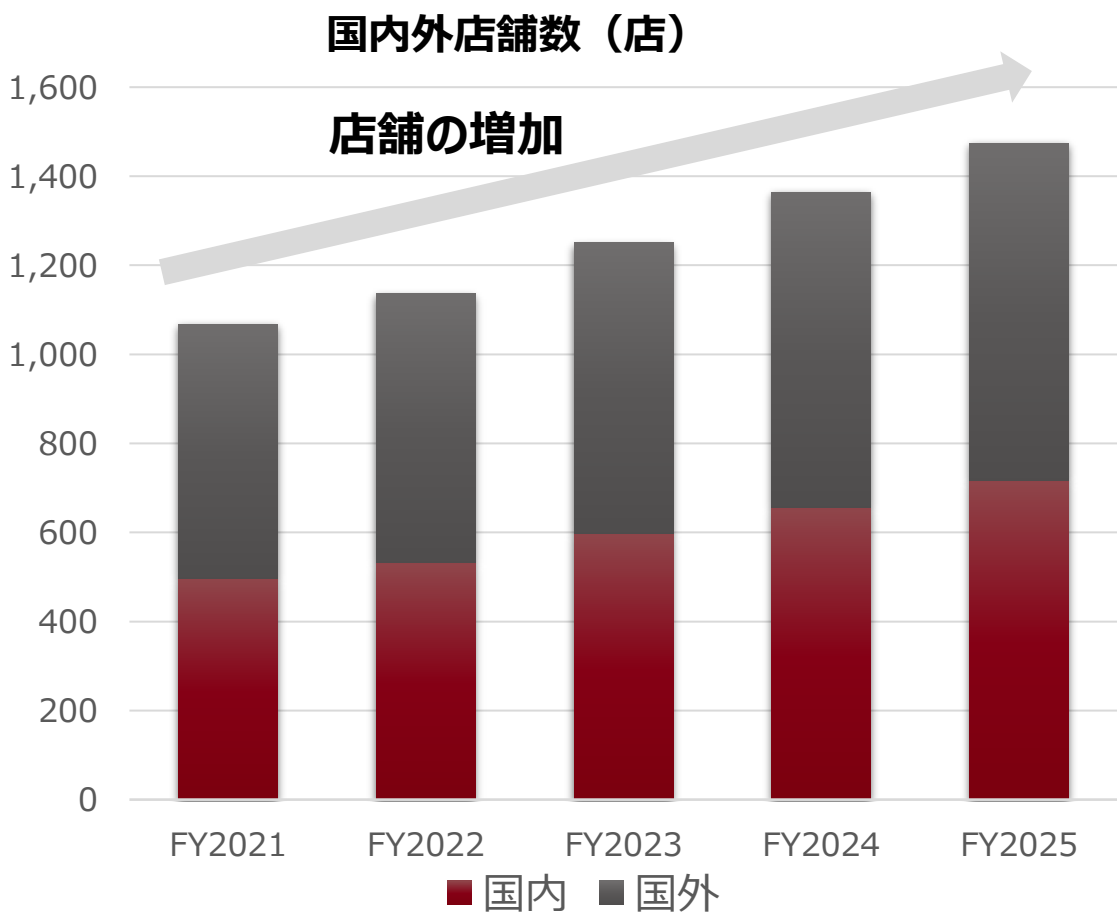
株式会社良品計画
取締役上席執行役員 ソーシャルグッド事業部管掌
合同会社MUJI ENERGY 職務執行者 社長
横濱 潤



良品計画の店舗とGHG排出量の関係性

スコープ1,2排出量の多くを店舗での電力使用が占める

目標は、グループ全体のスコープ1,2を2030年8月期までに2021年8月期比で、50%削減。
しかし、事業拡大に伴い、何も対策を取らなかった場合、2030年は2021年の約2.6倍に増加する見込み。



単独店舗での脱炭素の取り組みについて

屋根置き型太陽光パネル 蓄電池の設置



- 全国35店舗に設置
- 再エネ100%店舗 累計34店舗

※いずれも2025年8月期末時点の数値

ZEB認証の取得 (ゼロエネルギービルディング)



- 「無印良品 唐津」「無印良品 日田」
「無印良品 那珂川」「無印良品 精華台」の計4店舗

店舗におけるGHG排出量削減に向けた課題

単独店舗



「脱炭素の取り組みを進めやすい」

- ・電力契約を再エネメニューに切り替えられる
- ・屋根置き型太陽光パネルが設置できる等



インショップ店舗

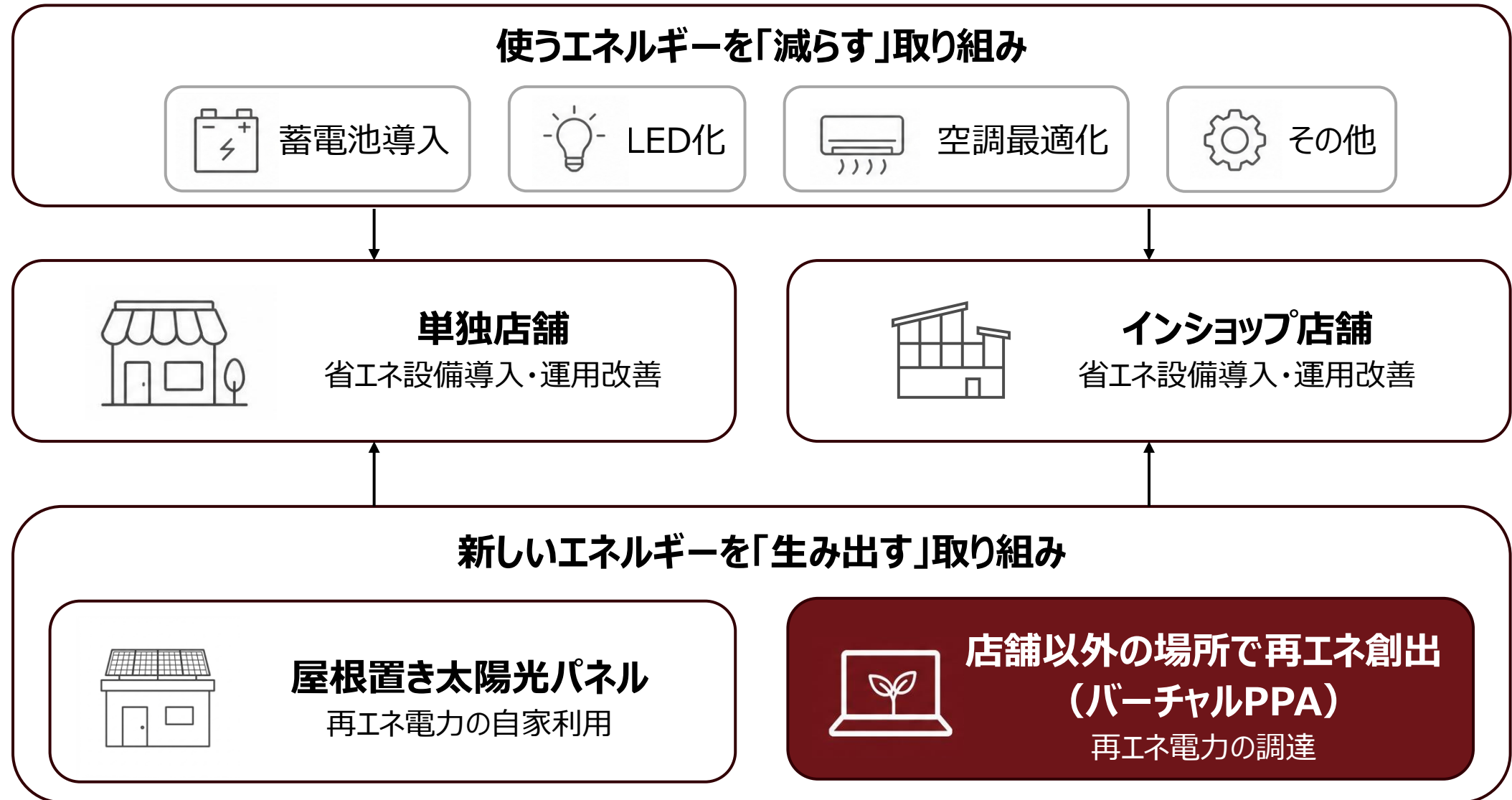


店舗全体の
約80%

「脱炭素の取り組みが進めづらい」

- ・直接電力契約していないため、メニュー切替が困難
- ・太陽光発電設備を設置できない等

自社グループでの発電開始のわけ



再生可能エネルギー発電事業を行う新会社「MUJI ENERGY」の設立

2025年9月1日、株式会社JERAとともに、「MUJI ENERGY」を設立。

News Release

2025 年 9 月 1 日

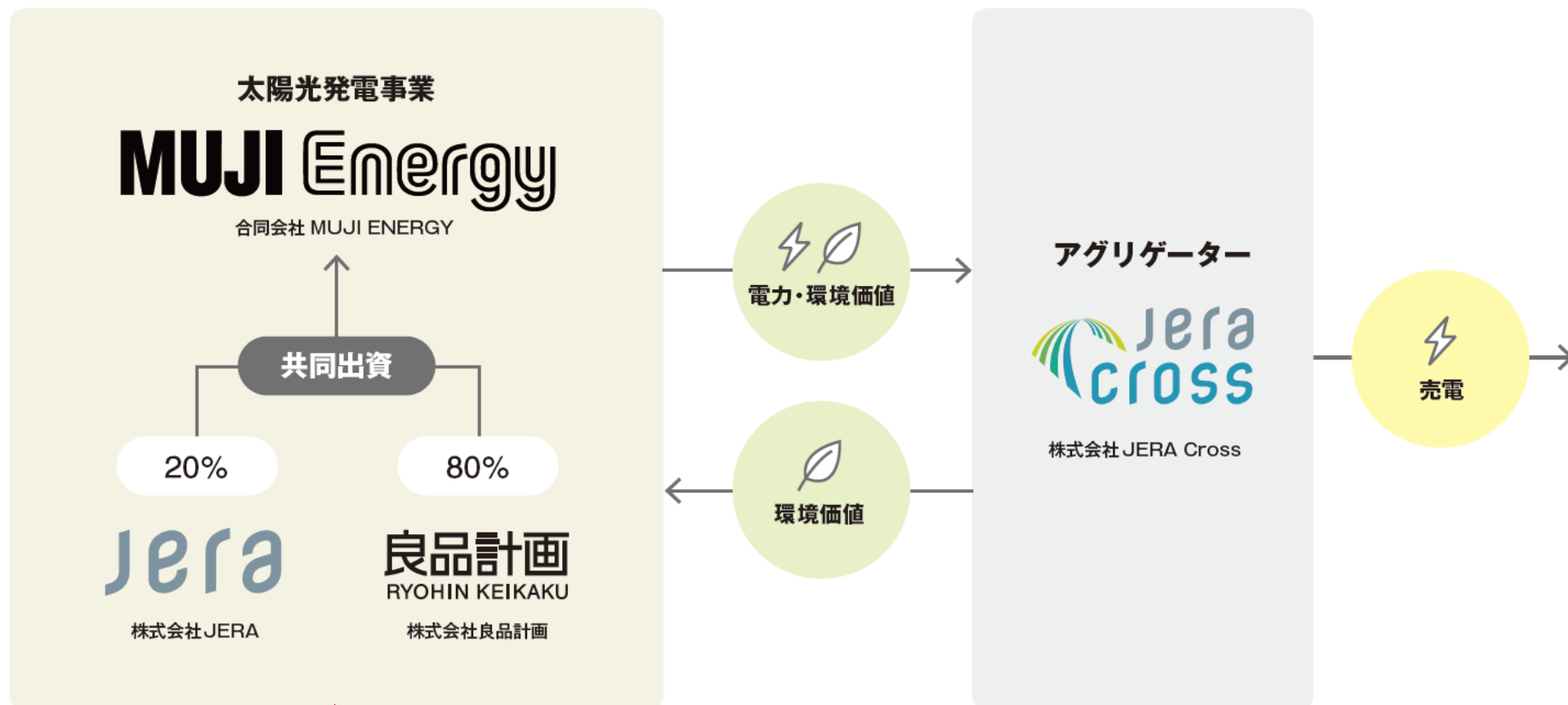
株式会社良品計画
株式会社 JERA

良品計画と JERA が再生可能エネルギー発電事業会社「MUJI ENERGY」を設立

株式会社良品計画（以下「良品計画」、本社：東京都文京区、代表取締役社長：清水 智）と、株式会社 JERA（以下「JERA」、本社：東京都中央区、代表取締役会長 Global CEO：可児 行夫、代表取締役社長 CEO 兼 COO：奥田 久栄）は、共同出資により、太陽光発電の開発などの再生可能エネルギー発電事業を行う特別目的会社である「合同会社 MUJI ENERGY（ムジエナジー）」（以下「MUJI ENERGY」）を本日 9 月 1 日（月）設立しました。

MUJI ENERGYの事業スキーム

再生可能エネルギーの創出と環境価値獲得を自社グループ内で完結。



- 約260か所の地域分散型の太陽光発電所を設置
- 電源規模合計13MW (AC)を目指す

- 年間8,000t-CO₂の削減に貢献
※無印良品店舗（国内）の年間電力使用量の20%に相当

MUJI ENERGYの3つのこだわり

どのような配慮のもと、どのように作られたクリーンエネルギーなのか。

MUJI ENERGY は環境価値の創出プロセス全体に責任を持ち、地域との共生を実現することを目指す。



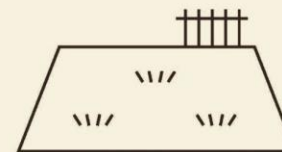
環境負荷の少ない 小規模分散型

森林伐採や大規模造成を行わない、1カ所あたりテニスコート約1面分（約350㎡）の小規模分散型発電設備を中心に設置します。



景観や住環境への配慮

小規模設備により景観への影響を最小化し、周辺の住環境と調和を目指します。反射光や騒音などの問題を避け、地域住民の生活の質を損なわない持続可能な発電事業を展開します。



遊休地の有効活用

新たな土地開発は行わず、耕作放棄地や未利用地など、既存の遊休地を有効活用します。眠っている土地資源に新しい価値を創出し、地域の土地利用効率を向上させます。

現地視察の実施

年間約250か所の発電設備設置予定地の現地確認を実施し、当社が定めた基準をもとに地域環境や景観保全の観点で問題がないか、ひとつひとつ確認。



MUJI ENERGYの太陽光発電所 事例1

Point : 森林伐採をしていない

Point : 切土・盛土をしない

Point : 希少生物の住処ではない



宮城県栗原市

MUJI ENERGYの太陽光発電所 事例2

Point : 耕作放棄地を利用

Point : 主要生活道路から離れている

Point : 反射光の影響がない



宮城県柴田郡

2026年8月期の進捗

全国で154か所運転開始、年間14,000MWhの発電量、5,900t-CO₂のCO₂削減量

2026年9月1日時点

発電所一覧・設備容量

発電設備設置予定地へ現地確認を実施し、当社が定めた基準をもとに地域環境や景観保全の観点で問題がないか、ひとつひとつ確認します。

発電所一覧をみる +

約93店舗分の
年間電力使用量に相当

運転中の発電所 154 箇所

年間想定発電量 14,000 MWh

年間想定CO₂削減量* 5,900 t-CO₂



発電事業の難しさ

①



高コスト構造

②



適地の減少

③



環境価値獲得
コストの変動

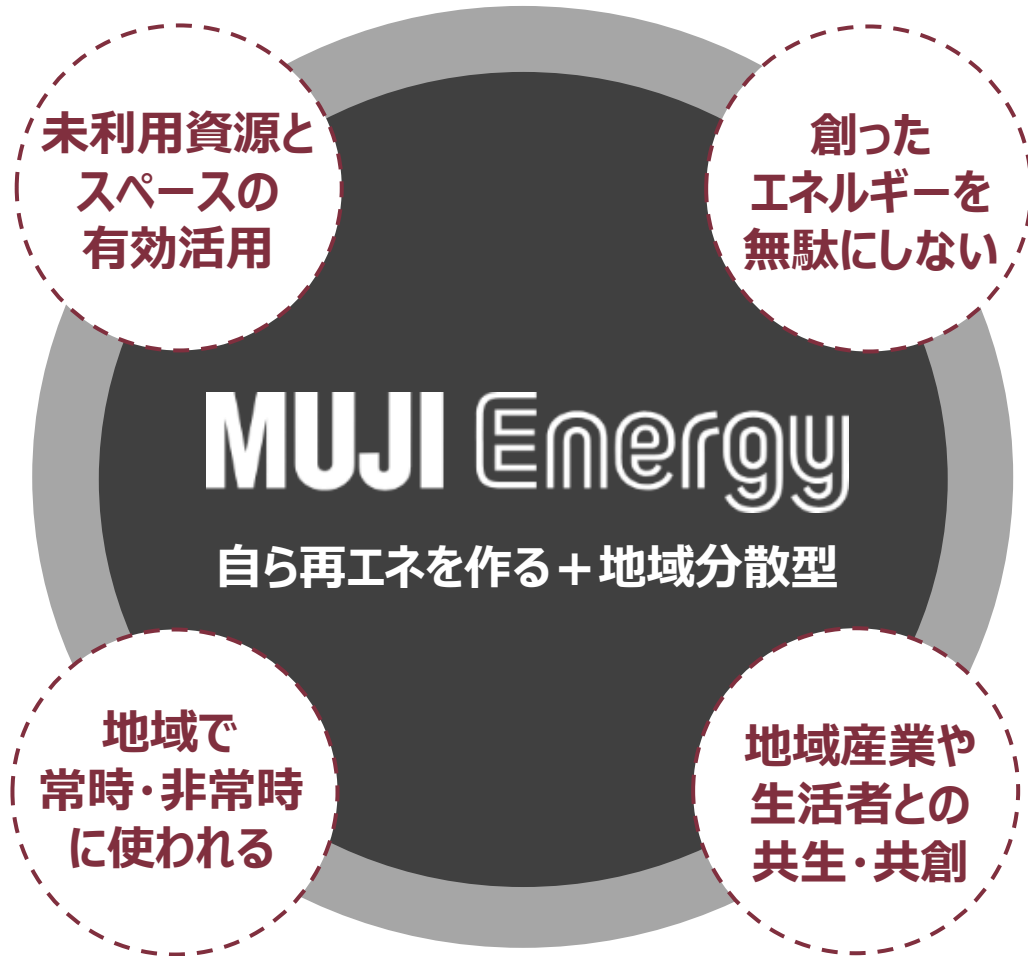
④



適切な情報発信

将来展望

地域に対する社会的インパクトの創出を目指した取り組みを推進



「再エネ×○○」を通じた
地域産業および生活者に対する
社会的インパクトの創出

事例：苔栽培の実証実験①

苔が、太陽光発電を自然と共生する発電へ



1. 防草・管理負荷の低減 草刈り・除草剤を減らす

- 苔が地表を覆い、雑草の繁殖を抑制
- 草刈りや除草剤の使用を減らし、維持管理の手間とコストを低減



3. 生物多様性への配慮 小さな生態系を育む

- 昆虫や微生物のすみかとなり、生き物の生息環境を創出
- 土壌の乾燥や流出を防ぎ、健やかな土壌環境を保全



2. CO₂ 吸収・空気浄化 CO₂を吸収し、空気を浄化

- 光合成によりCO₂を吸収・固定
- 大気中のチリや重金属などを吸着し、空気をきれいに



4. 景観改善 発電所の景観をやわらげる

- 緑のじゅうたんが景観をやさしく整え、圧迫感を軽減
- 地域の自然やまちなみと調和し、心地よい景観づくりに貢献



5. 地域の仕事につながる 地域とともに育て、地域の仕事を生む



維持管理の担い手に
除草作業や見回りなどの
管理業務を地域の人が担当



育成・施工で関わる
苔の育成や資材の準備、
施工などの仕事生まれる



雇用・収入につながる
継続的な仕事生まれ、
地域の雇用や収入に貢献

事例：苔栽培の実証実験②



**施工直後
(現在の実際の写真)**



**1年後の姿
(完成イメージ画像)**

最後に

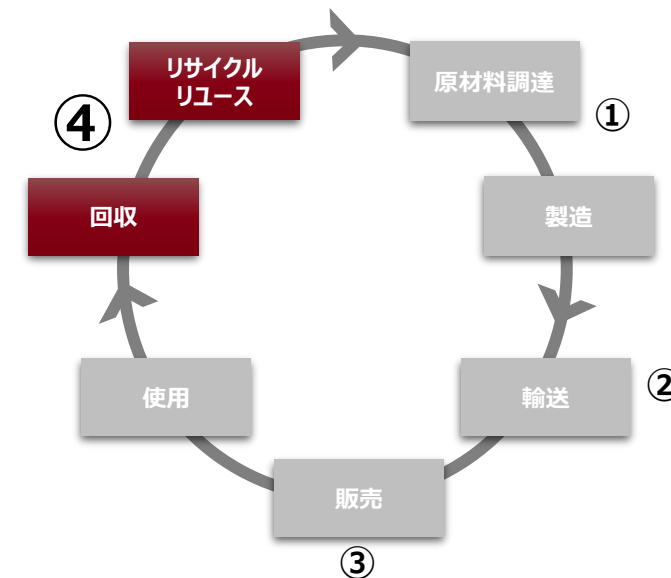
社会に広く普及できる
持続可能な
事業モデルづくりを
目指します

MUJI Energy

良品計画の
脱炭素化

社会全体の
脱炭素化

資源循環を事業の柱に育てる



株式会社良品計画
執行役員 循環推進部・営業本部管掌
松枝 展弘

ReMUJI

2010年 衣料品・繊維商品の回収開始

2015年 衣料品リユース「ReMUJI」を開始



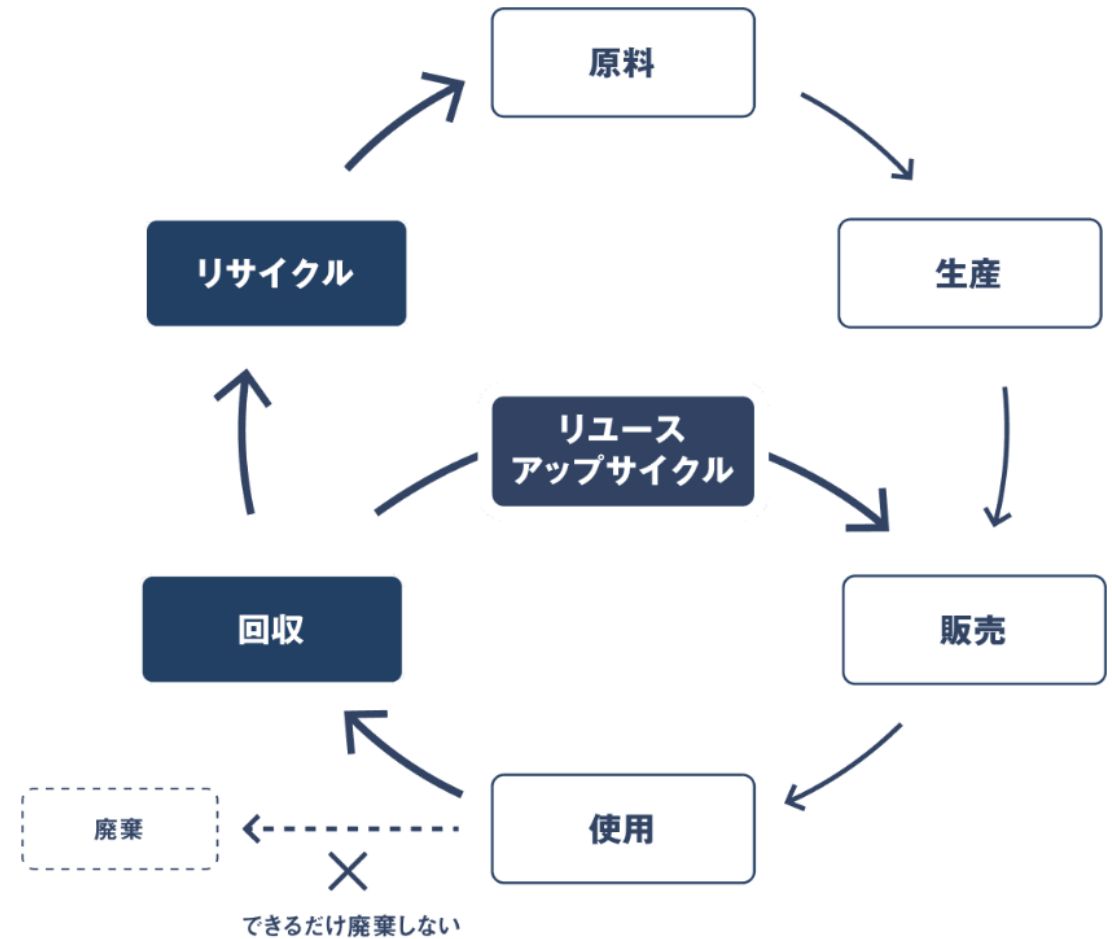
2025年3月に無印良品の資源循環の取り組みを「ReMUJI」と総称



無印良品の資源循環 「ReMUJI」の取り組み

資源をできるだけ長く使えるよう、無印良品はお客さまから不要になった商品を店舗で回収して、「リユース（アップサイクル）」「リサイクル」を行っています。

※ 一部のリサイクル素材を自社製品に使用しています。



ReMUJIのサービス

「まずはリユース、その次にリサイクル」資源をできるだけ長く使える、持続可能な取り組みを目指す



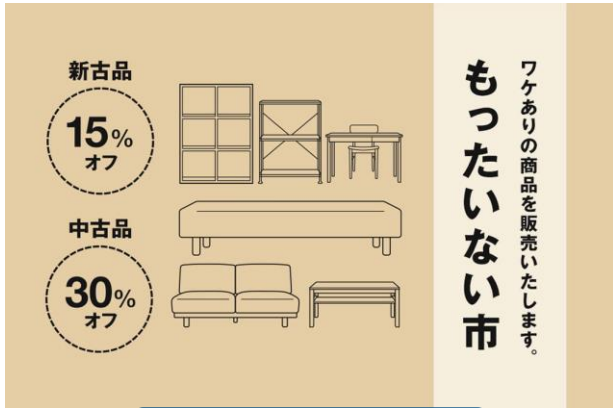
回収



リユース
アップサイクル



リデュース
リユース



リデュース
リユース



リユース
リサイクル



リユース
リサイクル



リサイクル

回収対象一覧



家具



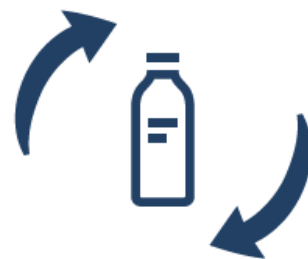
衣料品



食器・生活用品



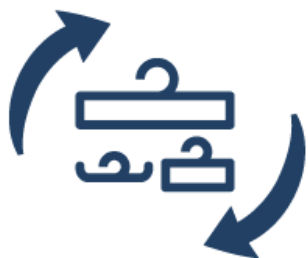
トラベル用品



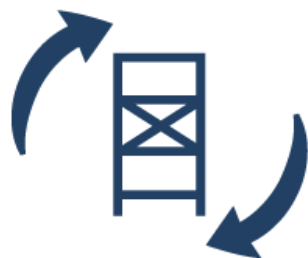
スキンケアPETボトル



プラスチック収納



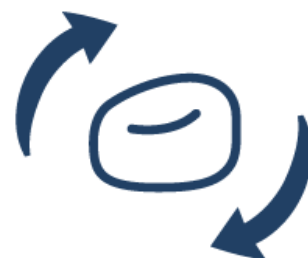
紙ハンガー・フック



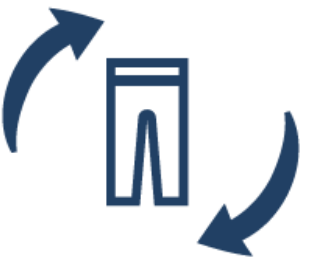
ユニットシェルフ



羽毛ふとん



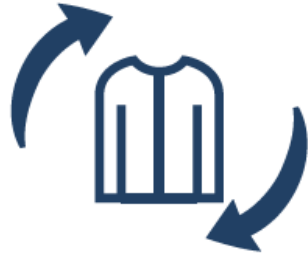
体にフィットするソファ



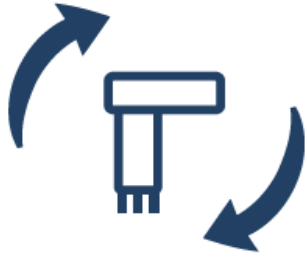
衣料品



本



衣料品 アウター



服飾雑貨



タオル

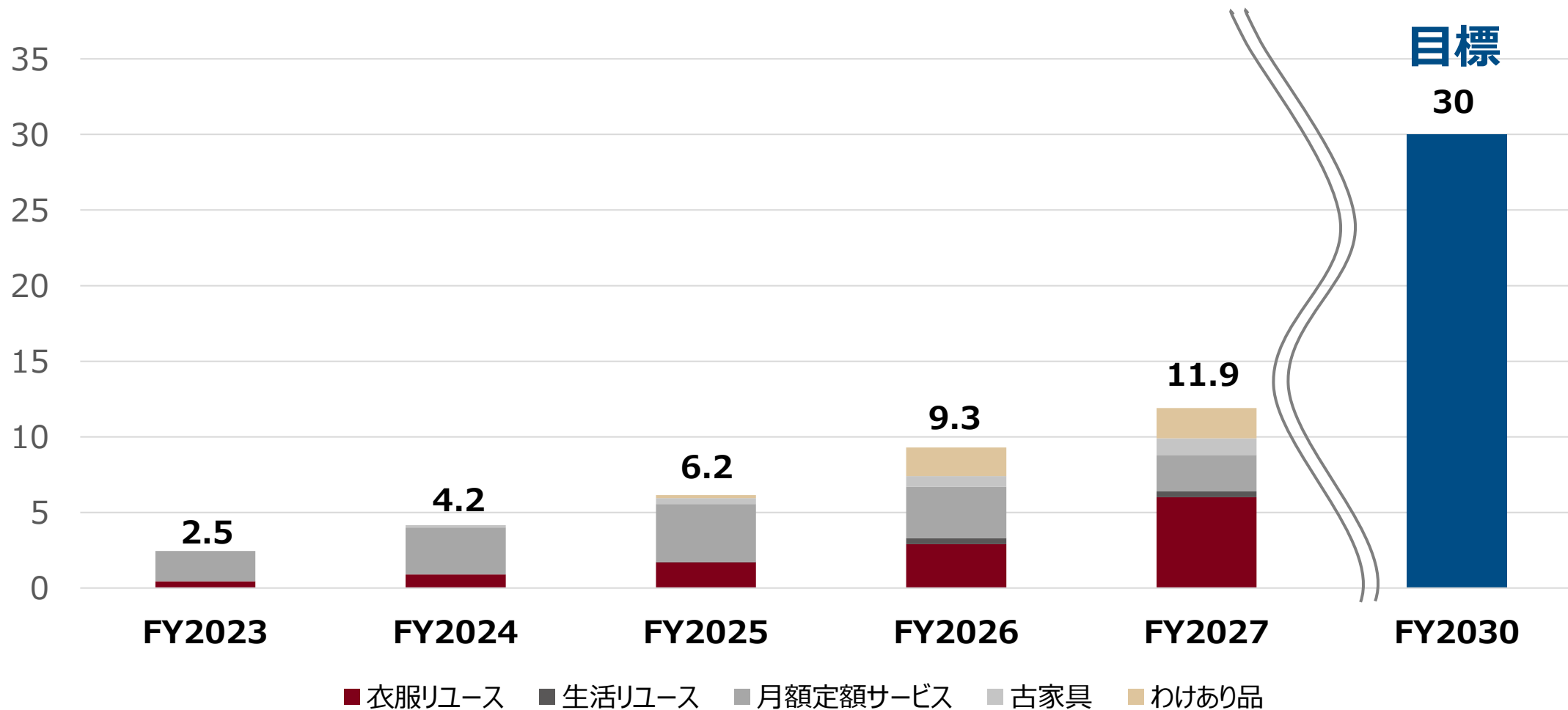
資源循環を推進するための施策

2025年3月「自然・循環・文化」をテーマとした「無印良品 イオンモール榎原」オープン



ReMUJI 売上数値

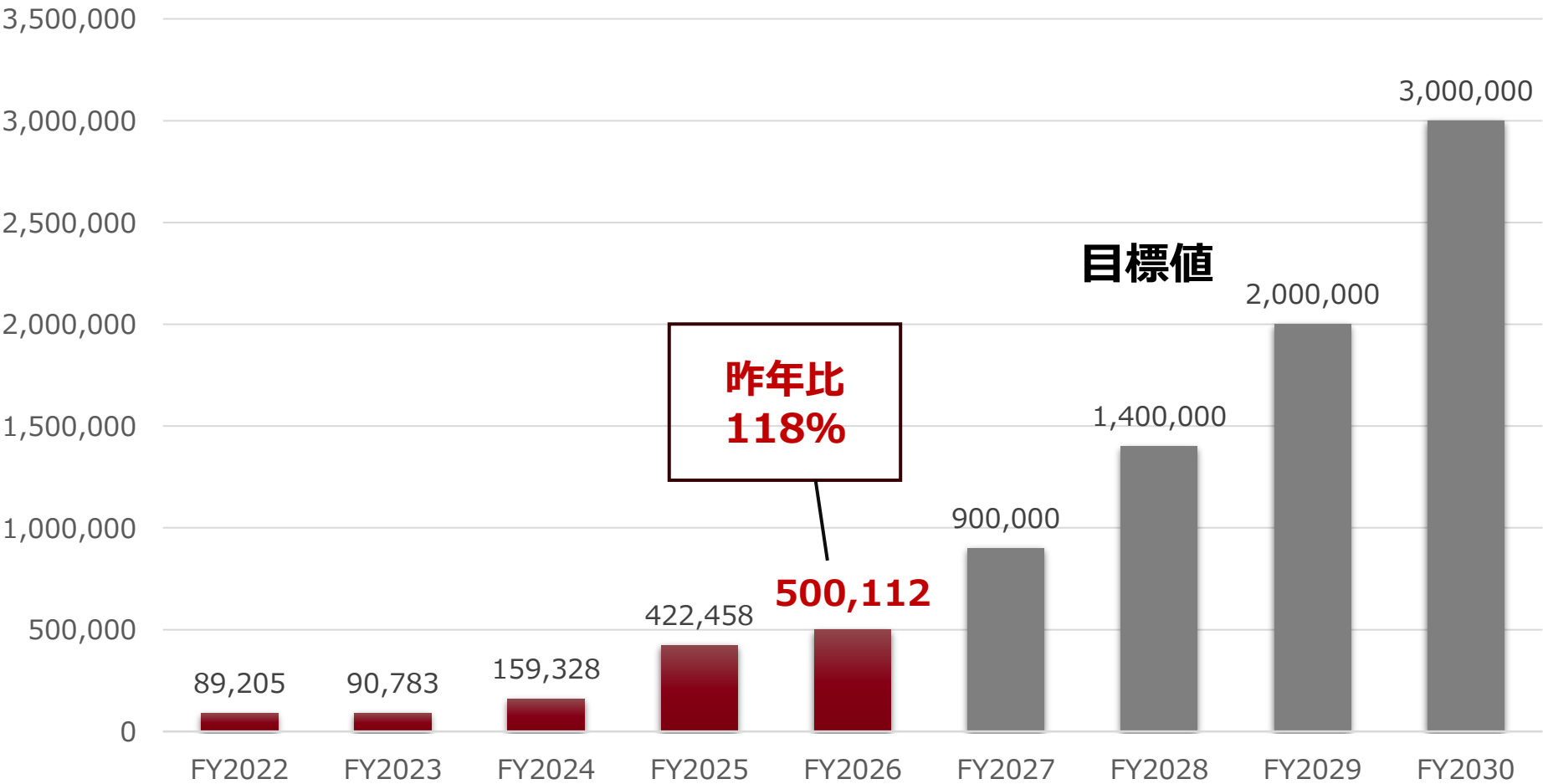
売上（億円）



資源回収への参加者数は年々増加

今年度は回収参加件数は約50万件で、昨比118%を達成。

資源回収参加件数（単位：件）



衣料品とプラスチック製商品の回収量も年々増加

2026年8月期の見込み回収量※

※2025年9月～2026年7月実績+ 26年8月見込み

繊維製品の年間回収量



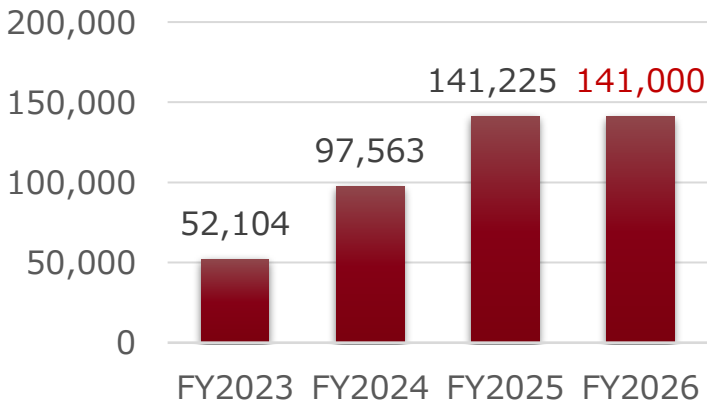
プラスチック収納の
年間回収量



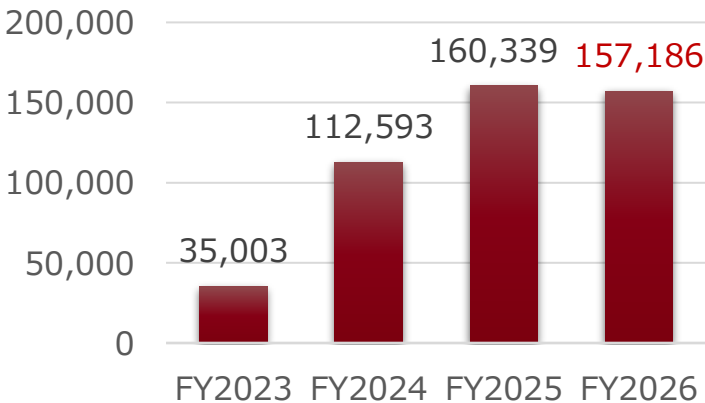
プラスチックボトルの
年間回収量



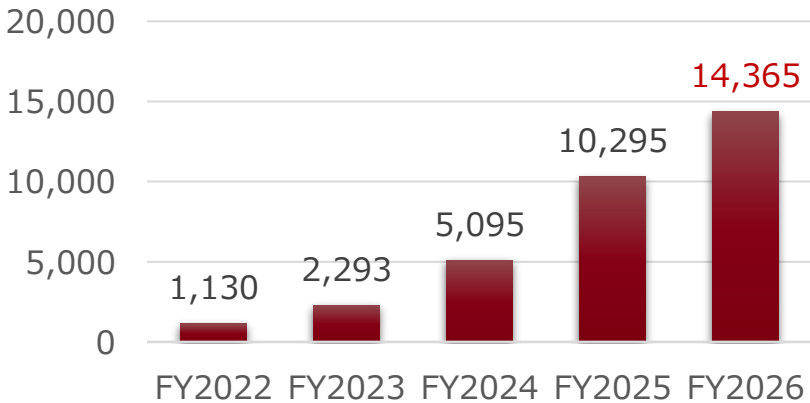
衣料品回収量 (kg)



プラスチック収納用品回収量 (kg)



プラスチックボトル回収量 (kg)



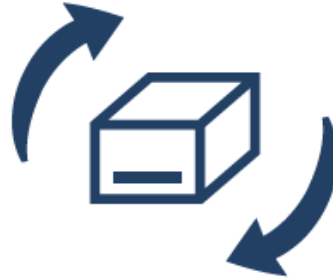
衣料品とプラスチック製商品のリユース・リサイクル状況



衣料品

リユース・アップサイクル
約38%

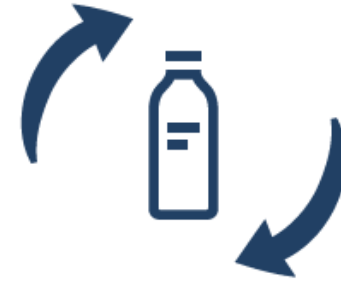
リサイクル
約62%



プラスチック収納

リユース
3,813個（約10t）

リサイクル
65t



スキンケアPETボトル

ボトルtoボトル
準備中

回収から商品化までのしくみ

衣服リユースの事例



センター戻り便



商品化・販売



自社センター仕分け・検品

ReMUJI衣服のCO₂削減貢献量

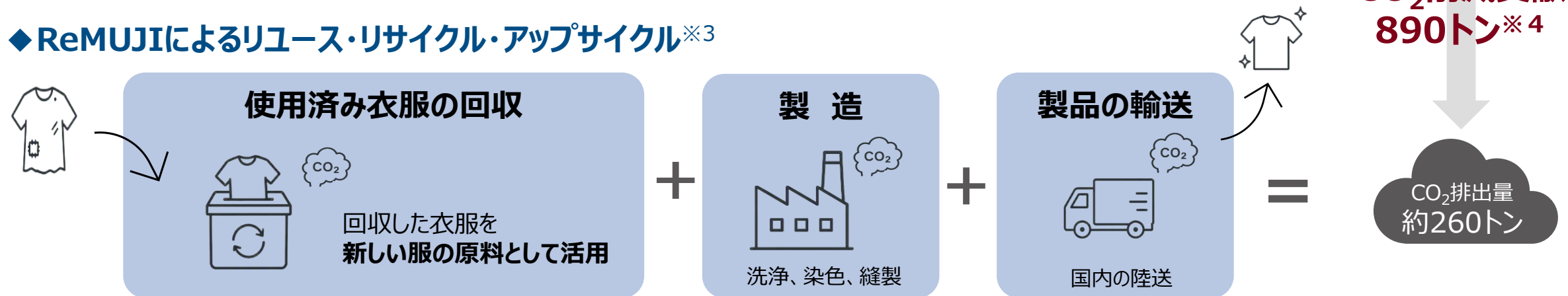
※削減貢献量とは、ある製品・サービスがなかった場合に排出されていたCO₂排出量

衣服のリユース・リサイクル・アップサイクルにより、約890トンのCO₂削減貢献※¹（2025年8月期）

◆リユース・リサイクルなし※²



◆ReMUJIによるリユース・リサイクル・アップサイクル※³



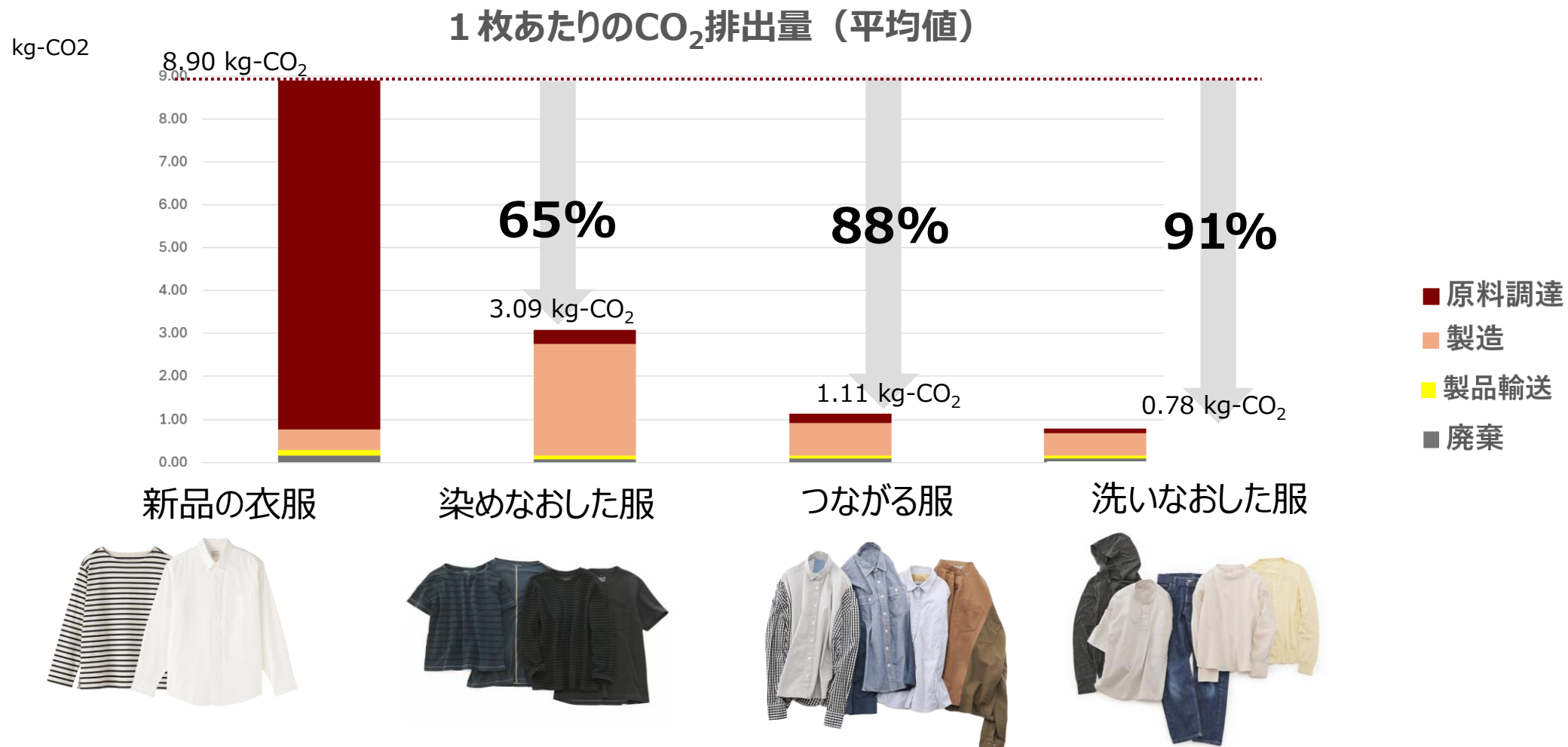
**CO₂削減貢献
890トン※⁴**

※¹ 削減貢献量は、実際のCO₂排出量削減実績や当社のScope1、Scope2、Scope3排出量の削減実績を示すものではなく、ReMUJIの取り組みにより社会において回避・削減されたと考えられるCO₂排出量を示しています。本算定は比較シナリオに基づく推計値であり、「回収品を活用してReMUJI衣服を製造した場合」と「回収品を活用せず廃棄し、新品衣服を製造した場合」のライフサイクルにおけるCO₂排出量の差を算定しています。なお、販売段階および使用段階のCO₂排出量は同等とみなし、算定対象外としています。※² 「リユース・リサイクルなし」の衣服のCO₂排出量は、無印良品の回収衣料品のうち代表的な衣服を選定し、その平均値として算定しています。※³ 「ReMUJI衣服」のCO₂排出量は、2025年9月から2026年2月までのReMUJI衣服（洗いなおした服、染めなおした服、つながる服）の製造実績に基づき算定しています。

※⁴ 本算定結果は、対象期間における製造実績および当社が設定したシナリオに基づくものであり、対象期間や算定方法の見直しなどにより、将来変更される可能性があります。なお、排出係数データベースにはAIST-IDEAを使用しています。また社外専門家によるレビューを受けています。

ReMUJI衣服 1枚あたりのカーボンフットプリント（CFP）

新品の衣服（代表製品の平均CFP）と比較して、ReMUJI衣服のCFPは65～91%低い



※1 削減貢献量は、実際のCO₂排出量削減実績や当社のScope1、Scope2、Scope3排出量の削減実績を示すものではなく、ReMUJIの取り組みにより社会において回避・削減されたと考えられるCO₂排出量を示しています。本算定は比較シナリオに基づく推計値であり、「回収品を活用してReMUJI衣服を製造した場合」と「回収品を活用せず廃棄し、新品衣服を製造した場合」のライフサイクルにおけるCO₂排出量の差を算定しています。なお、販売段階および使用段階のCO₂排出量は同等とみなし、算定対象外としています。※2 「リユース・リサイクルなし」の衣服のCO₂排出量は、無印良品の回収衣料品のうち代表的な衣服を選定し、その平均値として算定しています。※3 「ReMUJI衣服」のCO₂排出量は、2025年9月から2026年2月までのReMUJI衣服（洗いなおした服、染めなおした服、つながる服）の製造実績に基づき算定しています。※4 本算定結果は、対象期間における製造実績および当社が設定したシナリオに基づくものであり、対象期間や算定方法の見直しなどにより、将来変更される可能性があります。なお、排出係数データベースにはAIST-IDEAを使用しています。また社外専門家によるレビューを受けています。

取り組み①

「ReMUJI WEEK」の開催

■ ReMUJI WEEK

- ・2月、6月、9月の年3回実施
- ・回収参加で30Pプレゼント



ReMUJI WEEK

みなさまと共に、資源循環の輪を広げる特別なウィーク。

2026年5月29日 | 金 | ~ 6月29日 | 月 |

予告

循環は回収から。

＼さらに／
オリジナルステッカー
プレゼント

ReMUJI

6月29日 | 月 | まで
各店数量限定

対象の商品を
お持ちいただいたお客さまに **30** ポイント
プレゼント

■ GOOD POINT WEEK

- ・2026年に初めて実施
- ・回収参加で50Pプレゼント



POINT

良 POINT

良 POINT

良 POINT

良 POINT

MUJIアプリ
ご提示で
ポイント5倍[※]

100円で1ポイントが
5ポイントに^{※1}

※1 お買い物付与分

GOOD
POINT
WEEK

4月29日 | 水 | — 5月6日 | 水 |

※5倍は通常ポイント1倍とキャンペーンポイント4倍を合わせたものとなります。
※キャンペーンポイント4倍分は付与タイミングが異なります
※一部5倍対象外の店舗、商品、サービスがございます。

無印良品

取り組み②

「体にフィットするソファ」のリユース、リサイクル（2025年3月）



取り組み③

タオル回収拡大（2026年5月）

リサイクルを目的とした回収を
新たに開始

2026年8月期は1.9tの回収を見込む
(2026年6月～8月回収分)



取り組み④

「つながる服」シリーズから新たに6アイテムを新発売（2026年6月）



つながる服 ビッグTシャツ
7,990円



つながる服 リネンシャツ
4,990円



つながる服 三角バンダナ
3,990円



つながる服 リネンロングシャツ
6,990円



つながる服 リネンセーター
4,990円



つながる服 カーディガン
5,990円

取り組み⑤

「染めなおした服 コーヒー」の新発売（2026年6月）

コーヒーの製造工程で出てしまう、
製品にならないコーヒーの粉末を
染料の一部に活用。



染めなおした服 コーヒー
3,990円

取り組み⑥

「無印良品 富山 Favore」オープン（2026年6月）

北陸最大級の品揃えで、
「ReMUJI」では店舗限定の
「日本の古家具」
「インドの古家具」も取り扱う。



取り組み⑦

「日本の古家具」「インドの古家具」を限定各8店舗で発売（2026年6月,8月）

古民家などから回収された一点ものならではの個性をもった古家具を、暮らしの中で使える状態へ再生して販売。
新たに資源を投入して商品を生産するのではなく、既存の家具を再活用することで、廃棄を減らし資源の循環を促進。

日本の古家具



インドの古家具



「日本の古家具」取り扱い店舗：銀座、Found MUJI 青山、池袋西武、直江津、静岡パルコ、富山Favore、イオンモール橿原、グランフロント大阪
「インドの古家具」取り扱い店舗：銀座、Found MUJI 青山、直江津、静岡パルコ、富山Favore、イオンモール橿原、グランフロント大阪、阪急西宮ガーデンズ

2030年

30億円

300万人



ReMUJI

目次

01 本業＝ESG経営

02 本日のテーマ

03 気候変動への対応と資源循環の取り組み

04 質疑応答

良品計画

RYOHIN KEIKAKU

<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。