

しまむらグループ

会社案内

Company Profile





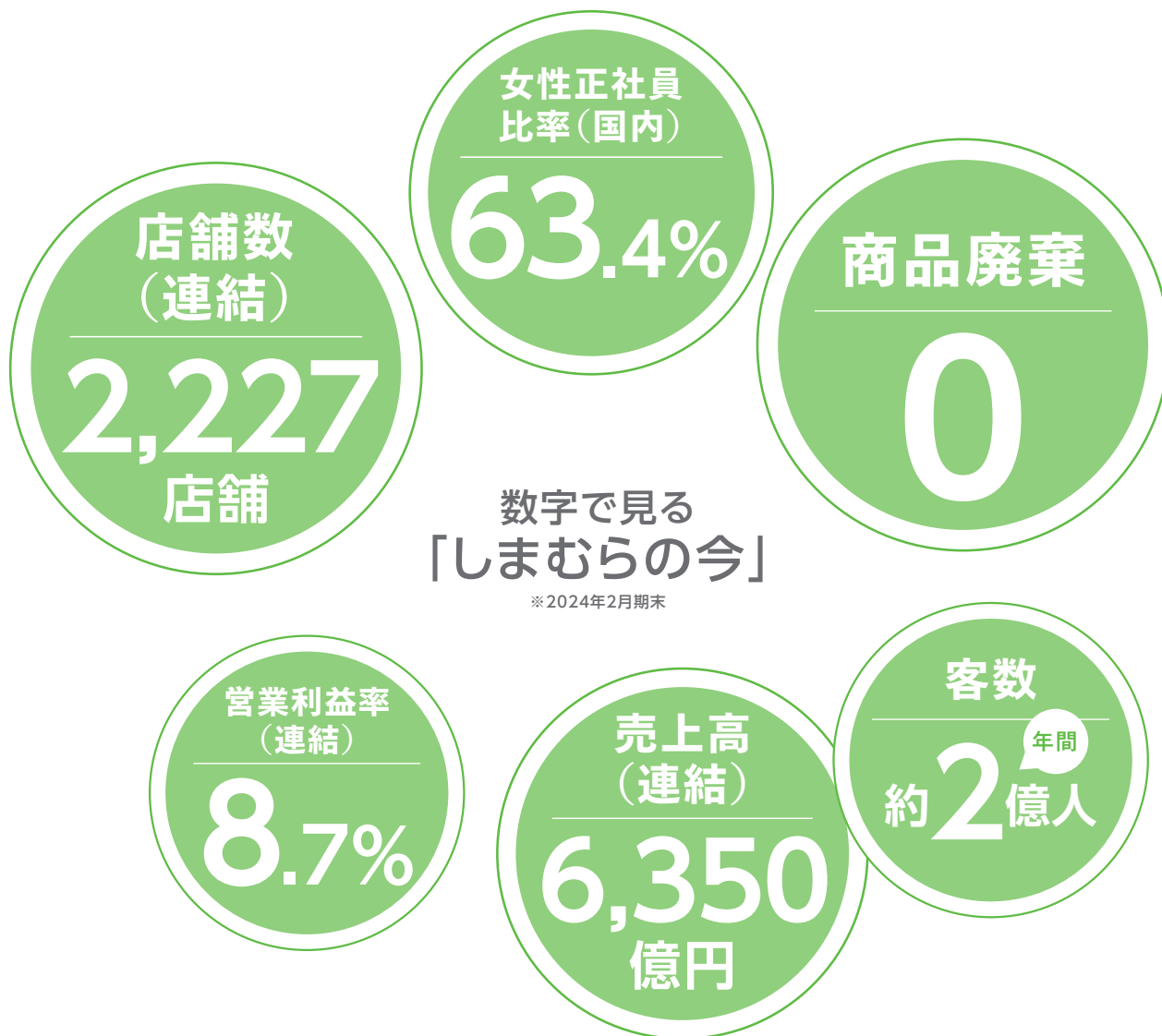
株式会社 **しまむら** 代表取締役社長

鈴木 誠

私たちしまむらグループは、日本全国と台湾で総合衣料品のチェーンストアを展開しています。衣料品販売における社会インフラとしての役割を担うとともに、高感度・高品質・低価格の「しまむら安心価格」の商品を販売することでデイリーファッションのレベルを向上させ、国民の生活文化を向上させることを経営理念としています。

当社は現在、主力のファッションセンターしまむら事業をはじめ、国内外で6事業、約2,200店舗に加えて自社オンラインストアを運営しております。店舗には毎日、多くのお客様にご来店いただき、お買い物を楽しんでいただいております。今後も皆様のご期待に応えられるよう「きっと見つかる、みんなワクワク」を合言葉に、業務に邁進して参ります。

さて当社は、中期経営計画2027の基本方針を「ネクスト・チャレンジ“成長への挑戦”」と定めました。社員一人ひとりが自らの創意工夫でさまざまな課題に挑戦することで、既存店業績の伸長と積極的な出店による事業規模の拡大を推し進め、しまむらグループの強みを更に強固なものとするよう取組んで参ります。



⇒ 経営理念 Philosophy

商業を通じ消費生活と生活文化の向上に
貢献することを基本とする。

常に最先端の商業、流通技術の運用によって

高い生産性と適正な企業業績を維持する。

世界的視野と人間尊重の経営を基本とし、

普遍的な信用、信頼性をもつ

誠実な企業運営を続ける。



⇒ 経営ミッション Mission

しまむらグループは、「社員」「お客様」「取引先」「株主」「社会」
にとって【いい会社】を造ります。

ESG 課題への取組みを通じて、全てのステークホルダーに対して価値を創造することで、
企業の持続的な成長を目指します。



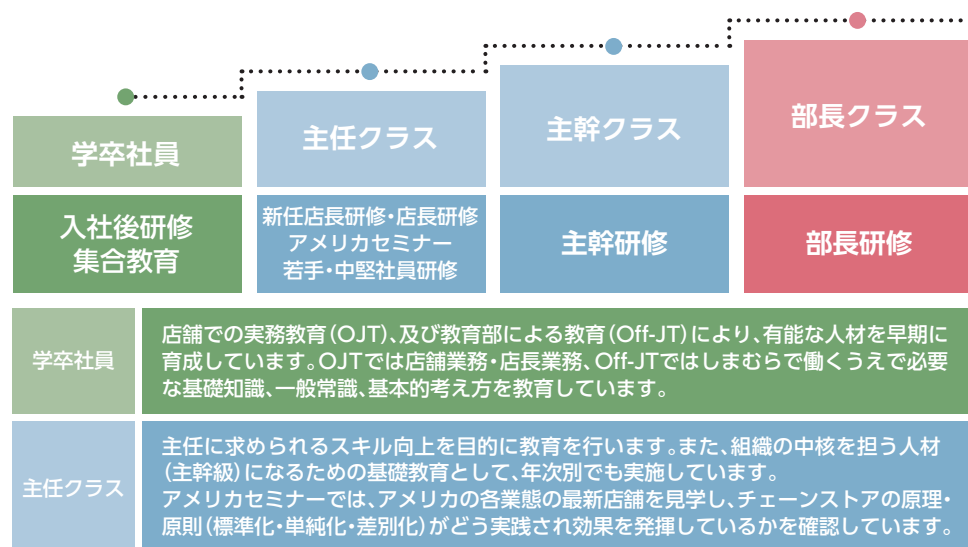
しまむらを支える3つの基盤

1. 人材育成

企業の発展には社員一人ひとりの成長が不可欠です。ジョブローテーションによってOJTを含む多様な経験の機会をつくとともに、Off-JTなど、教育部による体系的な教育システムによって自己実現をサポートしています。

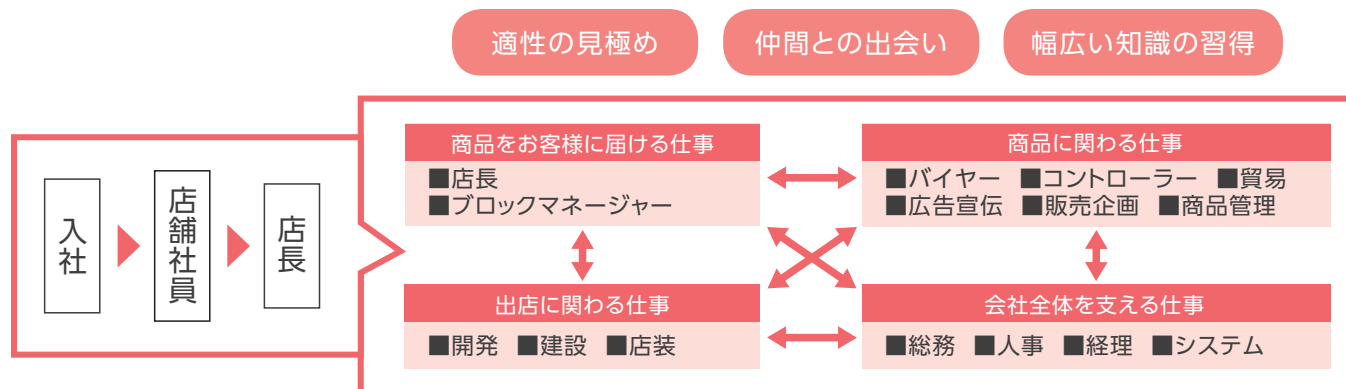
階層別教育

社員一人ひとりの自発的な成長を促すため、独自の教育体系を整備しています。特に正社員には、学卒社員(入社1、2年目)、主任クラス、主幹クラス、部長という大きく4つの階層に分けて階層別教育を実施しています。長期的視点をもってスキルアップを支援しています。



ジョブローテーション

しまむらグループでは、さまざまなポストを経験できる「ジョブローテーション制度」を採用しています。正社員は店舗社員、店長を経験した後、入社10年以下は、さまざまな部署で広い視野と知識・業務スキルを身につけ、成長することができます。その後は適性のある部署に5年以上所属し、スペシャリストを養成します。



その他の教育制度

- ハラスメント研修 ●情報セキュリティ研修
- ESG教育 ●通信教育 ●資格支援制度

より詳しい情報は
リクルートサイトへ



2. ローコストオペレーション

チェーンストアを高いレベルで効率的に運営するためには、ローコストオペレーションを業務全域に浸透させることが基本です。「4S」「自前主義」「マニュアル化」の追求により、コスト削減だけでなく、合理的な仕組みとしての「ローコストオペレーション」を実現しています。

4S

チェーンストア経営の大原則である「標準化(Standardization)」「単純化(Simplification)」「専門化(Specialization)」(3S)により多店舗運営が合理化され、「ローコストオペレーション」の実現につながっています。しまむらグループでは、合理的な発想により組織を組み立てる「仕組化(Systematization)」を加え、『4S』としています。

自前主義

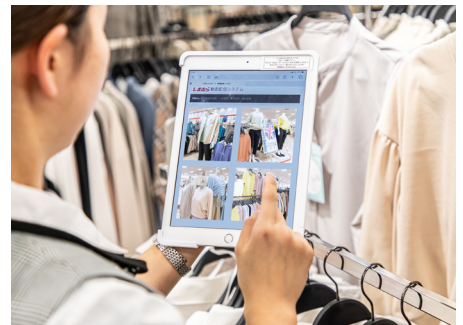
自社開発を基本とすることで、自分たちが必要とする最適な仕組みをつくり上げることができ、また、スピーディな改善も可能となります。物流・システム・店舗開発・広告宣伝など、自前だからこそ得られるノウハウを蓄積し、効率化につなげています。

進化し続けるマニュアル

しまむらグループはマニュアルを全ての業務の根幹と位置付けています。マニュアルを常にブラッシュアップし続けるために「改善提案制度」を設けており、毎年全社員から1万件以上の改善提案が提出されます。それらを検討・実験した結果が、毎月新しいマニュアルに反映されます。

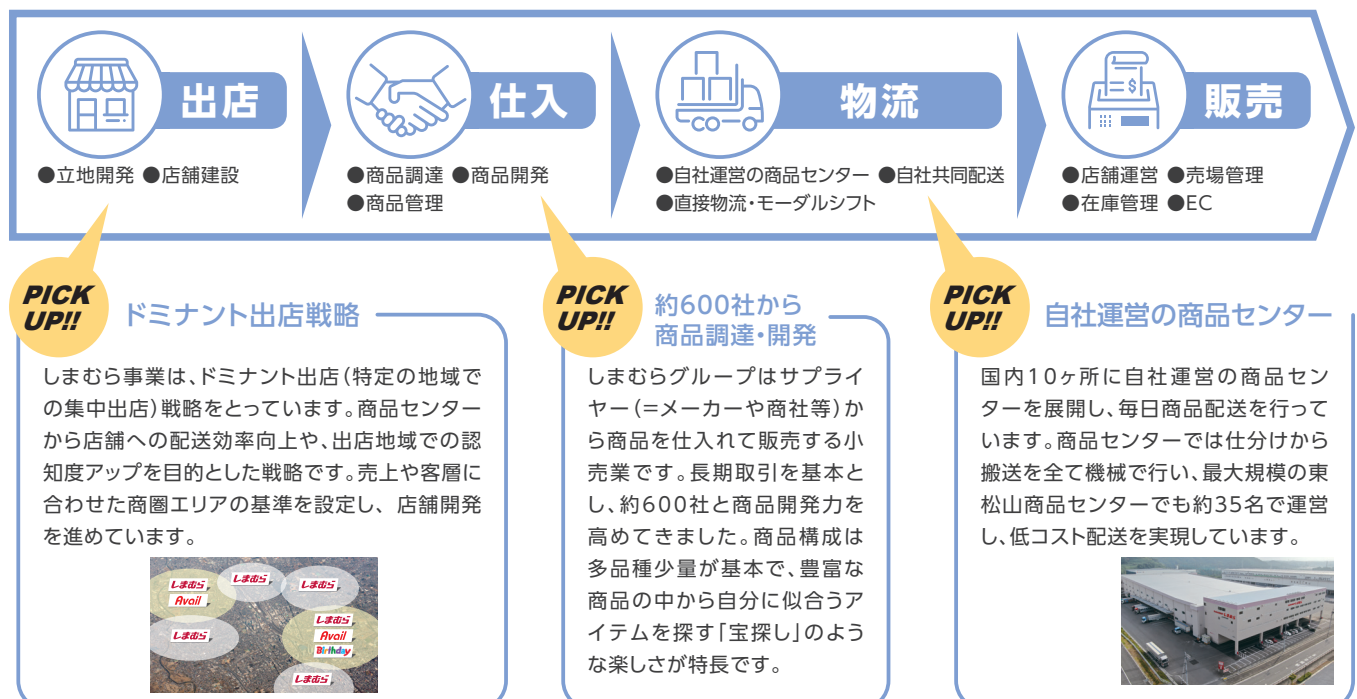


商品撮影は自社スタジオで行っています。



3. 独自の仕組み

出店、仕入、物流、販売の全工程において、「ローコストオペレーション」を実現するための仕組みを構築しています。これにより、高感度・高品質な商品を低価格で提供しながらも、適正な利益を得ることを可能にし、会社として成長を続けています。



サステナビリティ Sustainability

持続可能な社会の実現のため、サプライチェーンの各段階における「環境」「社会」「ガバナンス」の諸問題を経営課題ととらえ、その課題解決に向けて取り組んでいます。

環境

Environment

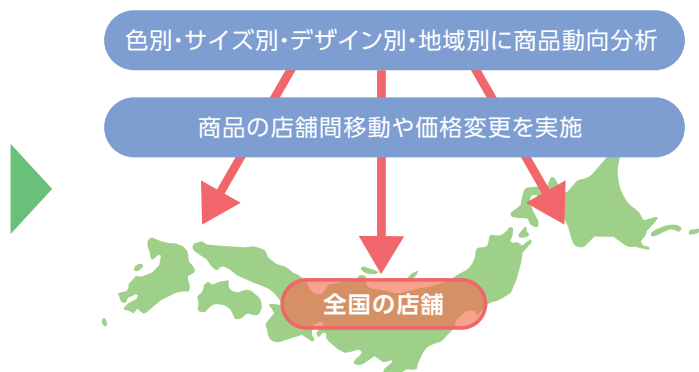
しまむらグループは、廃棄物の削減や商品調達における環境配慮、CO₂排出量の削減など、環境に配慮した事業活動を行います。

商品廃棄ゼロ

しまむらグループは、商品を最後の1枚まで売り切ることを基本とし、余剰在庫の廃棄処分は行っていません。余剰在庫を減らすために、バイヤー（商品部）は過去実績の分析や売上計画に基づいた適正な仕入れ数量を綿密に計算しています。加えて、コントローラー（商品部）は、全店舗の商品動向を分析し、商品の移送（店舗間移動）や適切な値下げを行い、適正な在庫量・内容を保っています。

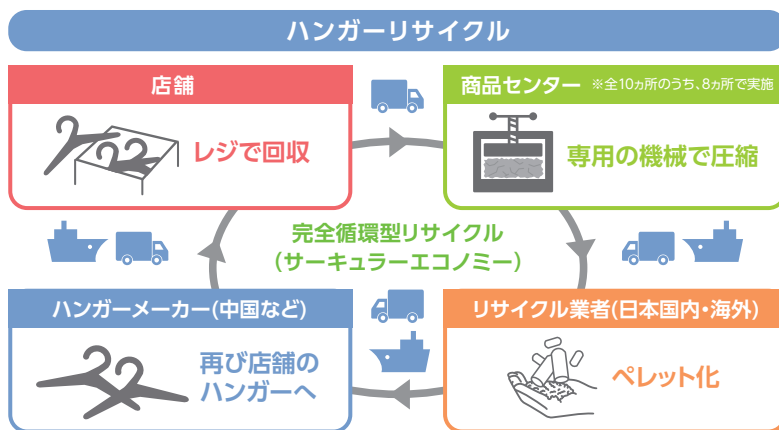


コントローラー



完全循環型リサイクルの推進

各店舗で発生したリサイクル資源（ハンガー、ビニール、買物袋、段ボール、雑古紙）を、自社物流を活用して商品センターへ集約し、リサイクル業者で再資源化する「循環型リサイクル」を実施しています。さらに、2019年より自社で発生したハンガーやビニールを国内外の指定施設で原料化（ペレット化）し、再び自社で使用する「完全循環型リサイクル」に取組み、プラスチックごみを発生させない地球環境に配慮した「サーキュラーエコノミー（循環経済）」を推進しています。



サステナブル商品(副資材)の開発・販売

商品調達時の環境負荷を軽減させるため、「化学物質の適正な管理がされている素材」や「資源の節約になる素材」を使用した商品を「サステナブル商品」と定め、商品開発や販売に取り組んでいます。また、納品資材や商品の副資材は、プラスチック素材から紙素材への変更を進めています。

しまエコとは

「しまエコ」はしまむらのサステナビリティ活動のうち、環境に関する取り組みです。しまむらでは、ごみの削減や資源の再利用、環境に配慮した商品開発など、環境にとってサステナブルな活動を行っています。



その他の取り組み

気候変動への取り組み

温室効果ガス削減のために独自の合理的な取り組みを推し進めています。そのうえで、機関投資家などが適切なESG投資を行えるよう、TCFD提言に賛同し、TCFDの4つの開示項目に沿って、その取り組みを開示しています。

- ガバナンス
- 戦略
- リスク管理
- 指標と目標

社会 Social

「社員」が働きやすく、働きがいのある環境づくりを推進しながら、「お客様」「取引先」「地域」とともに発展・成長し続けることを目指します。

「しまサポ」

近くに衣料品店が無く普段お買い物の機会が少ない方や、外出することが困難な施設の方に、お買い物を楽しんでいただくことを目的とした支援サービス(しまサポ)を実施しています。

- 出張販売 しまむらが施設に出向き、地域の方や施設入居者の方にお買い物を楽しんでもらう支援サービスです。
- お買い物ツアー 施設入居者の方にしまむら店舗にご来店いただき、開店前の時間を貸し切りにしてゆっくりお買い物していただく支援サービスです。



パート社員の店長昇進制度

パート社員の中から有能な人材を店長として登用しており、現在の店長の約7割がこの制度から誕生しています。その上位職に当たるブロックマネージャーや他の職種にも挑戦でき、社員本人の働きやすさと成長を両立した制度です。店長を目指す社員への支援体制も整えています。



女性の管理者がより一層活躍できるよう取り組んでいます。

人権尊重とサプライヤー CoC 遵守

しまむらグループは、販売するほぼ全ての商品をサプライヤーから仕入れており、自社で工場を保有したり、製造を行ったりはしていませんが、当社はサプライチェーン全体における人権尊重を重要なESG課題と認識しております。2019年に制定した「しまむらサプライヤーCoC(コードオブコンダクト：行動指針)」に基づいてサプライヤーが協力してサプライチェーン全体の人権尊重に取り組んでいます。

その他の取り組み

社員に対して	お客様に対して	取引先に対して	人権への取り組み	地域社会への取り組み
・人材育成 ・ダイバーシティ ・ワークライフバランス - 他	・「しまむら安心価格」の提供 ・高品質と安全性の提供 - 他	・公正なお取引 ・品質の維持と向上 - 他	・人権方針の作成 ・人権リスクへの対応 - 他	・社会インフラとしての役割 ・スポーツ、文化、教育振興 - 他

ガバナンス Governance

しまむらグループは、さまざまなステークホルダーに対して公正・公平に対応することを事業の基本的な信用と考えています。そして、その信用・信頼を一層高めることが、事業の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上には必要であり、そのために、ガバナンス体制の強化、株主・投資家との対話の充実、リスクマネジメントの徹底を推し進めます。

取り組み

- コーポレートガバナンス
- 株主・投資家との対話の充実
- コンプライアンス
- 内部統制
- リスクマネジメント

より詳しい情報は
サステナビリティサイトへ





事業内容 / 出店形態

Business Activities / Form of Store Opening

ファッションセンター
しまむら

しまむら事業



最新のトレンドファッションから、家族みんなが日常生活で使用する実用衣料・寝具・インテリアまでを取り扱う総合衣料品店です。「毎日の暮らしが楽しくワクワクする」豊富な品揃えを、良質低価の「しまむら安心価格」で提供しています。

CASUAL & SHOES
Avail
アベイル

アベイル事業



レディース・メンズ衣料とシューズ・服飾雑貨をトータルコーディネートできるヤングカジュアルの専門店です。「今を着る」をコンセプトに、幅広いテイストのファッションを、最新トレンドからベーシックまでリーズナブルに提供しています。

Baby & Kids
Birthday
バースデー

バースデー事業



出産から育児、小学校までのあらゆるシーンに対応した、幅広い商品を提供するベビー・子供用品の専門店です。バースデーにしかないオリジナル商品を衣料品から雑貨、大物育児用品まで取り扱い、「高感度・高品質・高機能」で提供しています。

雑貨 & ファッション
Chambre
シャンブル

シャンブル事業



「日々の暮らしに癒しと幸せをお届けする」をコンセプトとした雑貨と婦人ファッションの専門店です。雑貨・インテリア・衣料品・服飾雑貨などの幅広い品揃えでライフスタイルを提案しています。また、大切な人へ贈りたくなるギフトアイテムも充実しています。

靴 & ファッション
Divalo
ディバロ

ディバロ事業



「足元を含めた着こなし提案の店」をコンセプトとしたファッショングッズの専門店です。アウター・服飾・靴で全身コーディネートできる品揃えを行い、靴は婦人の他、紳士・子供まで幅広く取り扱うことで、家族単位での買い物環境を提供しています。

流行服飾館
思夢楽

思夢楽（台湾）



日本のしまむらと同じコンセプトの総合衣料品店を台湾で展開しています。最新のトレンドファッションから実用衣料・寝具・インテリアまで、家族みんなが日常生活で使用する衣料品をお求めやすい価格で提供しています。

ロケーション

ドミナント出店戦略を基本に、全国に標準化された店舗を展開しています。1990年代よりロードサイドを中心に出店を拡大しました。2000年代からは商業施設内にも進出し、しまむらグループの各事業を複合させたファッションモールも開設しています。店舗形態の割合は、郊外型のフリースタンドینگが約65%、オープンモール型が約15%、ビルイン型が約20%です。



EC（直営オンラインストア）

当社のECは、オンラインストア上の売上向上はもちろん、店舗とECの相互送客による既存店売上の向上も事業の目的としています。専用の物流センターと既存の物流網を利用することでコストを抑えるなど、しまむらグループ独自の「ローコストEC」を実現しています。



株式会社 **しまむら**

SHIMAMURA Co., Ltd.

〒330-9520 埼玉県さいたま市大宮区北袋町 1-602-1

TEL : 048-631-2111 (代表)

より詳しい情報は
企業ウェブサイトへ



ミックス
紙 | 責任ある森林
管理を支えています
FSC® C014687





会社概要

Company Overview

株式会社しまむら

設立 1953年(昭和28年)
事業内容 総合衣料品の販売
本社 埼玉県さいたま市大宮区
北袋町1-602-1
資本金 17,086百万円
決算期 2月20日
売上高 635,091百万円
(2024年2月期末/連結)

取締役

代表取締役
取締役
取締役
取締役
取締役
取締役相談役
取締役(社外)
取締役(社外)
取締役(社外)

鈴木 誠
高橋 維一郎
中平 貴士
辻口 芳輝
上田 肇
藤原 秀次郎
松井 珠江
鈴木 豊
室久保 貞一

監査役

常勤監査役
監査役
監査役(社外)
監査役(社外)

佐藤 政明
島村 裕之
堀之北 重久
高月 禎一

執行役員

社長執行役員
上席執行役員
上席執行役員
執行役員
執行役員
執行役員
執行役員
執行役員
執行役員
執行役員
執行役員
執行役員

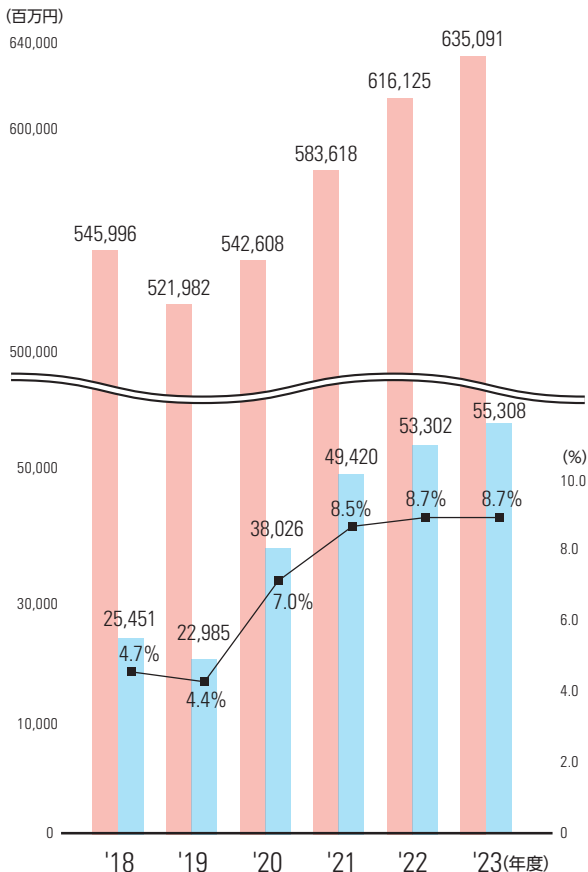
鈴木 誠
昆野 一夫
高橋 維一郎
中平 貴士
辻口 芳輝
上田 肇
関 信太郎
中村 武
齋藤 剛樹
星野 起明
太田 誠利
藤岡 正雄
磯山 正雄

財務・業績情報

2024年2月期末現在/連結

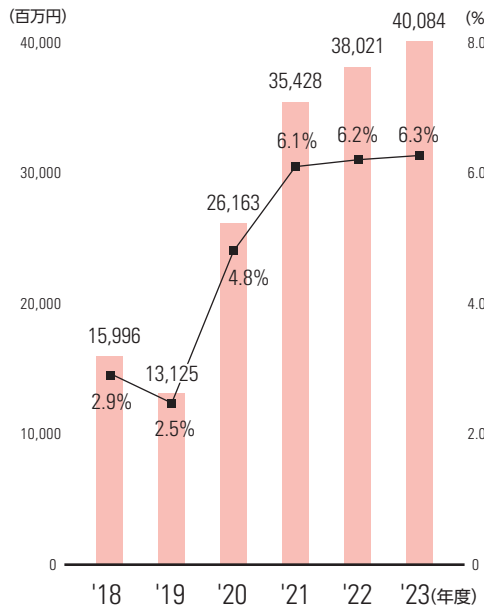
売上高/営業利益高

売上高営業利益率

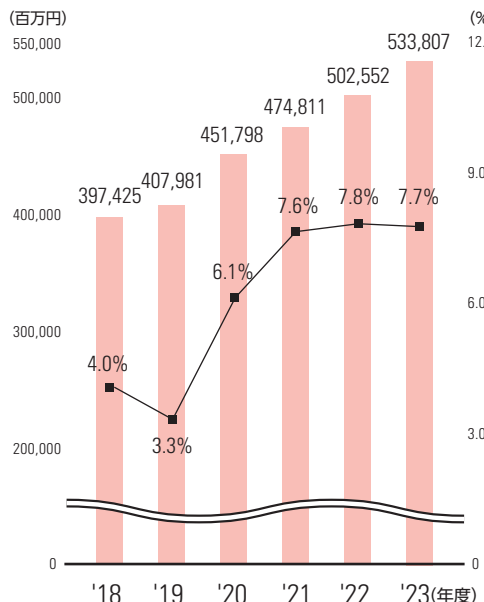


当期純利益高

売上高当期純利益率

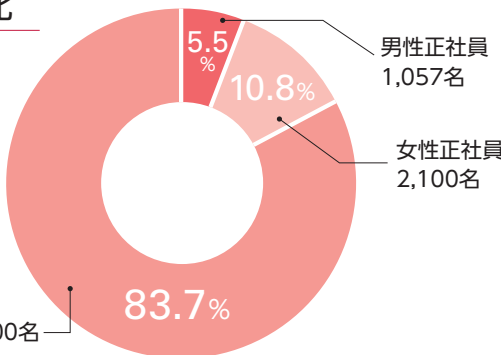


総資産・ROA



社員数構成比

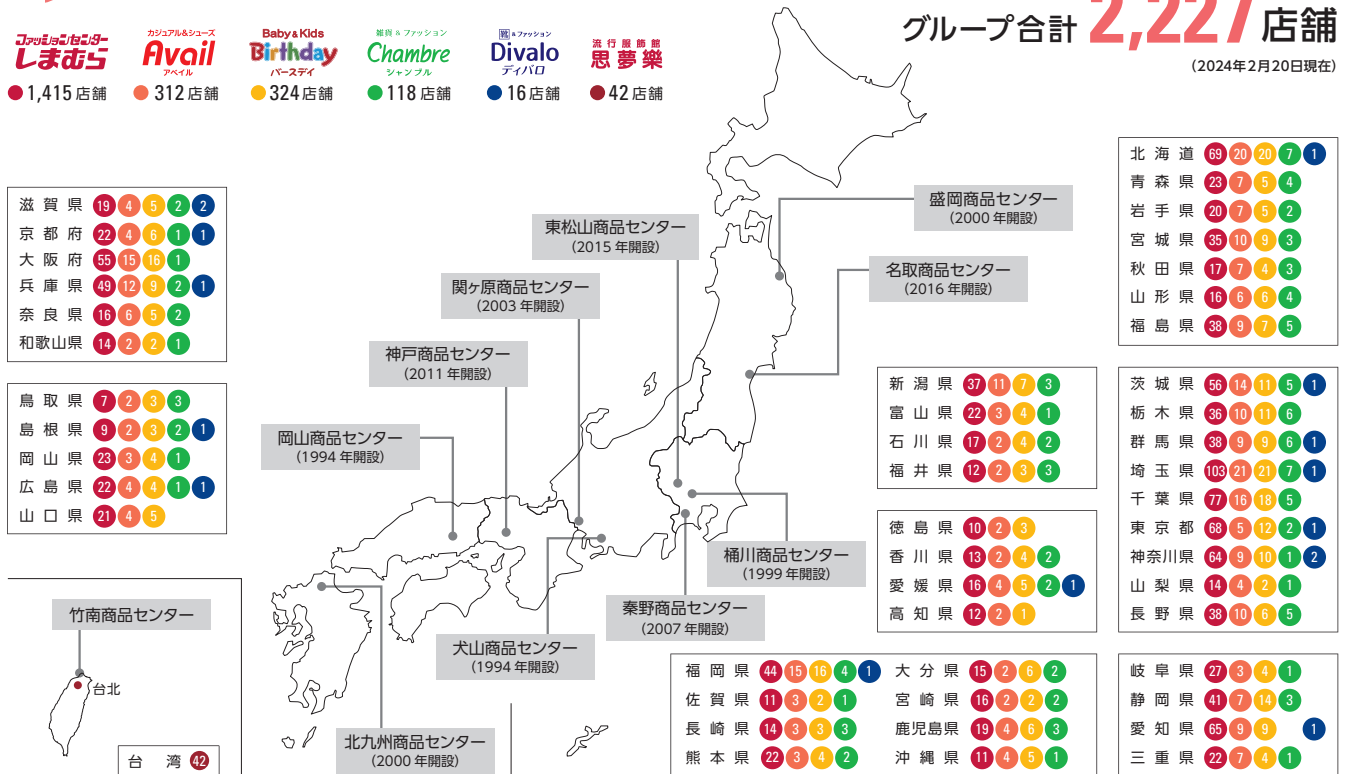
19,357 名



沿革 History

1953	埼玉県小川町に(株)島村呉服店を設立。	1984	川口市に物流センターを開設。仕入伝票を廃止し、納品検収業務を大幅に合理化。	1999	さいたま市から桶川市に商品センターを移転。高速処理と自動化の総合物流システムが稼働。
1957	セルフサービスシステムを導入。	1986	店舗を定時社員で運営するM社員制度導入。	2000	オープンモール形式の複合型店舗を西大宮に建設。
1961	営業の主体を東松山店に移管し、組織を仕入と販売に分離。	1987	バーコードによる商品管理体系に変更。	2002	発注・納品精度の向上を目指したWeb-EDIを導入。しまむら47都道府県への出店を完了。
1972	(株)しまむらへ社名を変更。	1988	川口市からさいたま市に商品センターを移転。東京証券取引所市場第二部に上場。福島県へ出店し、東北地方へ進出。	2016	パースディ47都道府県への出店を完了。
1975	商品管理を基本に自社開発で電算化を開始。チャーター契約による専用便の運行を開始。	1991	東京証券取引所市場第一部の銘柄に指定。岡山県へ出店し、中国・四国地方へ進出。	2017	アベイル47都道府県への出店を完了。
1981	POSシステムによる単品管理を開始。	1997	福岡県へ出店し、九州地方へ進出。	2021	さいたま新都心に新本社ビルを竣工・移設。
1982	営業地盤を関東全域へ拡大。本社を埼玉県さいたま市北区宮原町に移設。	1998	業務拡大に合わせ本社ビルを竣工。	2022	東京証券取引所の市場区分再編に伴い、市場第一部からプライム市場へ移行。

店舗数・商品センター一覧 Number of Stores / Transfer Center



店舗数の推移 Transition Number of Stores

