

会社概要

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 700,034百万円
 (2026年2月期末/連結)

取締役

代表取締役 鈴木 誠
 代表取締役 高橋 維一郎
 取締役 中平 貴士
 取締役 辻口 芳輝
 取締役 太田 誠利
 取締役(社外) 鈴木 豊
 取締役(社外) 室久保 貞一
 取締役(社外) 廣田 千晶

監査役

常勤監査役 佐藤 政明
 監査役 島村 裕之
 監査役(社外) 堀之北 重久
 監査役(社外) 高月 禎一

執行役員

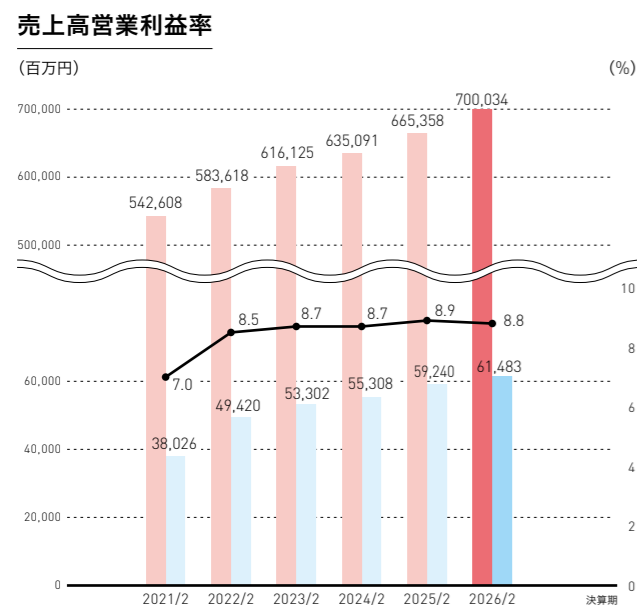
会長執行役員 鈴木 誠
 社長執行役員 高橋 維一郎
 上席執行役員 中平 貴士
 上席執行役員 関 信太郎
 執行役員 辻口 芳輝
 執行役員 太田 誠利
 執行役員 中村 武
 執行役員 齋藤 剛樹
 執行役員 上田 肇
 執行役員 星野 起明
 執行役員 磯山 正雄
 執行役員 高林 勝
 執行役員 佐久間 陽介
 執行役員 石橋 潤司
 執行役員 柳澤 一秀
 執行役員 遠藤 悠記

しまむらグループ 会社案内

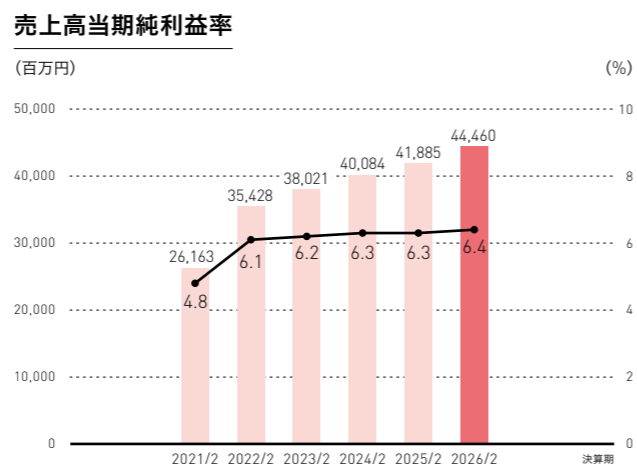
Company profile

財務・業績情報 2026年2月期末現在/連結

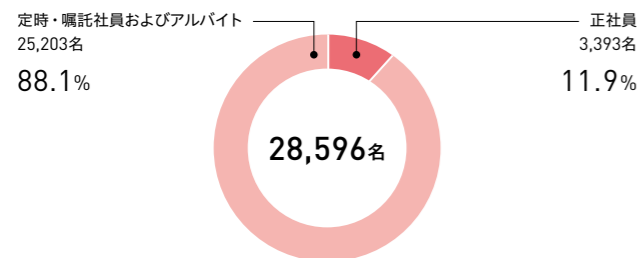
売上高/営業利益高



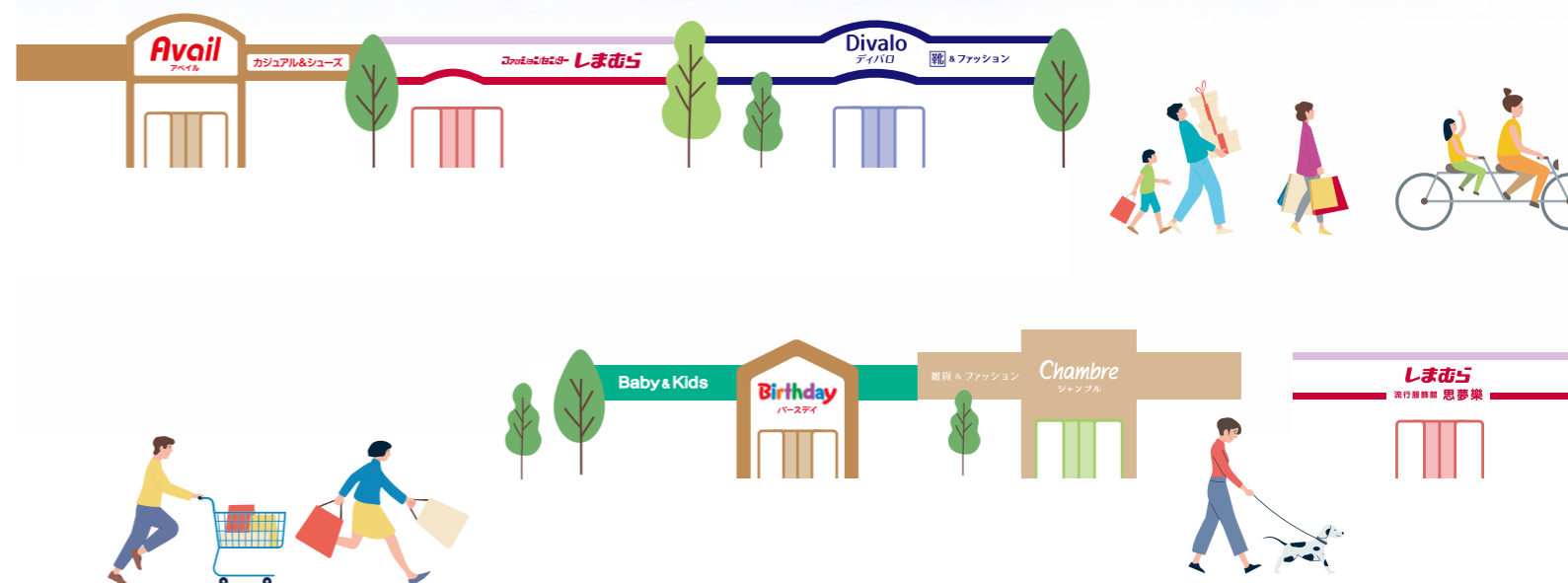
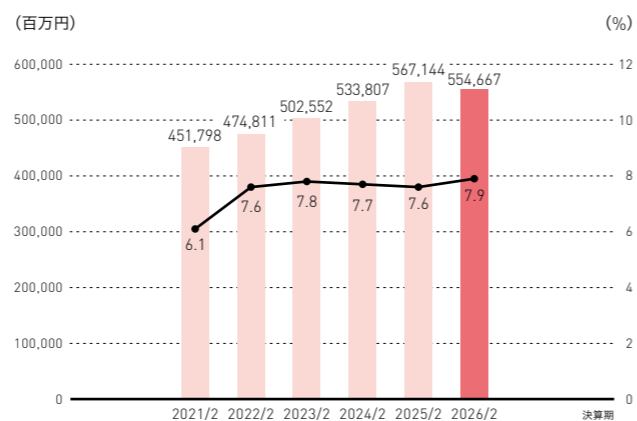
当期純利益高



従業員数構成比



総資産・ROA



詳細はこちら



代表メッセージ



株式会社しまむら
代表取締役
社長執行役員
高橋 維一郎

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、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。

お客様には「日々の暮らしに、ワクワクを」をテーマに「ワクワク」できる品揃えと売場を提供し続けることを目指し、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。

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”」と決めました。社員一人ひとりが自らの創意工夫で様々な課題に挑戦することで、既存店業績の伸長と、積極的な出店により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り組んでおります。

また、当社は「社員」「お客様」「取引先」「株主」「社会」にとって【いい会社】を造ることを長期にわたるミッションと考えています。

今後も、全てのステークホルダーにとっての【いい会社】であることを念頭に、経営理念に基づいた誠実な経営を続けて参ります。

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。

社員に対して



社員一人ひとりが長きにわたる人生において、仕事を通じて自己実現を図ると共に、日々の生活を安定させ、充実した社会生活を送ることができるように、労働条件や職場環境の整備に努めます。

お客様に対して



快適にお買い物を楽しんでいただくための店舗の環境整備と、いつでも欲しいものが見つかり、毎日の暮らしが楽しくワクワクするような高感度・高品質な商品を低価格で提供します。

取引先に対して



相互の信用・信頼に基づく公正なお取引を基本として、共に長期にわたる成長を目指します。また、サプライチェーンの全体に対して、環境への配慮と人間尊重を基本とした持続可能なサプライチェーンを構築します。

株主に対して



長期にわたり当社をご支援いただけるよう、長期的・安定的な株主還元を基本とします。また、投資判断に資する情報を、公平性・正確性・継続性をもって発信し、株主・投資家とのコミュニケーションを充実させます。

社会に対して



衣料品を中心とした地域の社会インフラとして、全国各地に商品を安定供給するため、約2,200店舗のドミナント化された店舗網と、それを支える独自の物流網を構築しています。また、事業継続の体制を整備して、災害や緊急時においても地域の生活支援のために可能な限り店舗の営業を継続します。

経営計画

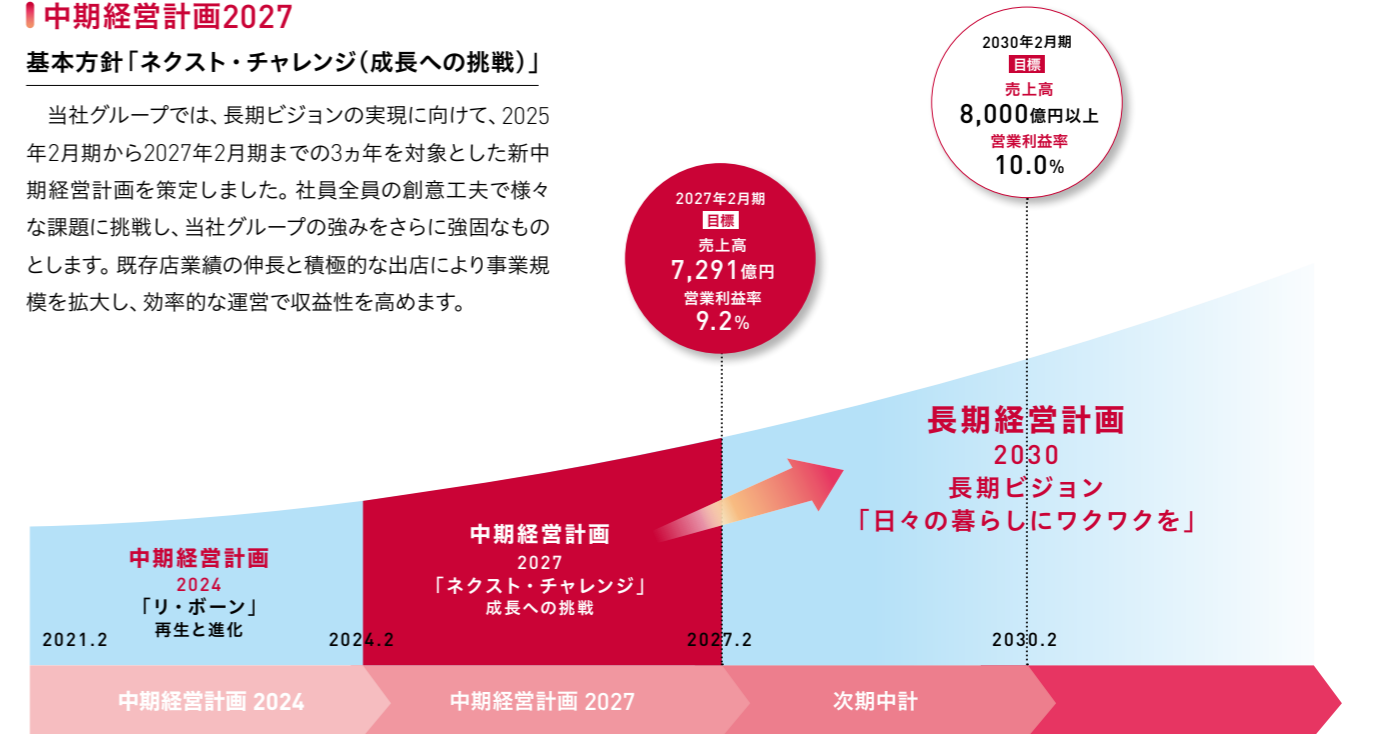
長期経営計画2030

当社グループは、あらゆるステークホルダーに対して【いい会社】であることを基本とし、国内と海外の展開を進めていきます。また、衣料品を安定供給する社会インフラとして、消費生活の安定と向上に貢献します。さらに、ESG課題への取り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、持続可能な社会の実現を目指します。これらの基本方針のもと、長期的かつ持続的な成長を実現するため「長期経営計画2030」を策定しています。

中期経営計画2027

基本方針「ネクスト・チャレンジ(成長への挑戦)」

当社グループでは、長期ビジョンの実現に向けて、2025年2月期から2027年2月期までの3か年を対象とした新中期経営計画を策定しました。社員全員の創意工夫で様々な課題に挑戦し、当社グループの強みをさらに強固なものとし、既存店業績の伸長と積極的な出店により事業規模を拡大し、効率的な運営で収益性を高めます。



ビジネスモデル

コスト削減だけでなく、チェーンストアの持続的な運営を支える

「ローコストオペレーション」

4S

チェーンストア経営の大原則に「標準化(Standardization)」「単純化(Simplification)」「専門化(Specialization)」の頭文字をとった3Sがあります。この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」の実現につながります。当社グループでは、3Sにさらに「仕組化(Systematization)」を加え、4Sとしています。仕組化とは、合理的な発想により組織を組み立てることを意味し、当社グループは、この4Sをもとに成長を続けています。

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作り上げることができ、スピーディなシステム改善も可能となります。自社運営の物流センター、自社開発部員による店舗開発など、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。広告宣伝では、チラシ商品やオンラインストア用商品のささげ作業(商品の撮影・採寸・原稿作成)を、本社内に設置したスタジオで行っています。自社スタジオの活用により、広告宣伝業務の効率化とスピードアップを図っています。

マニュアル

当社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おり、全ての部署でマニュアルを基本に業務を行うことで、標準化と合理性を追求しています。新入社員でも早いスピードで一定レベル以上の業務を遂行できるようにするため、最も優れたベテラン社員のやり方をマニュアルとして標準化しています。このマニュアルに基づく徹底した標準化と合理的な運営が「ローコストオペレーション」の基盤になっています。

ビジネスモデル

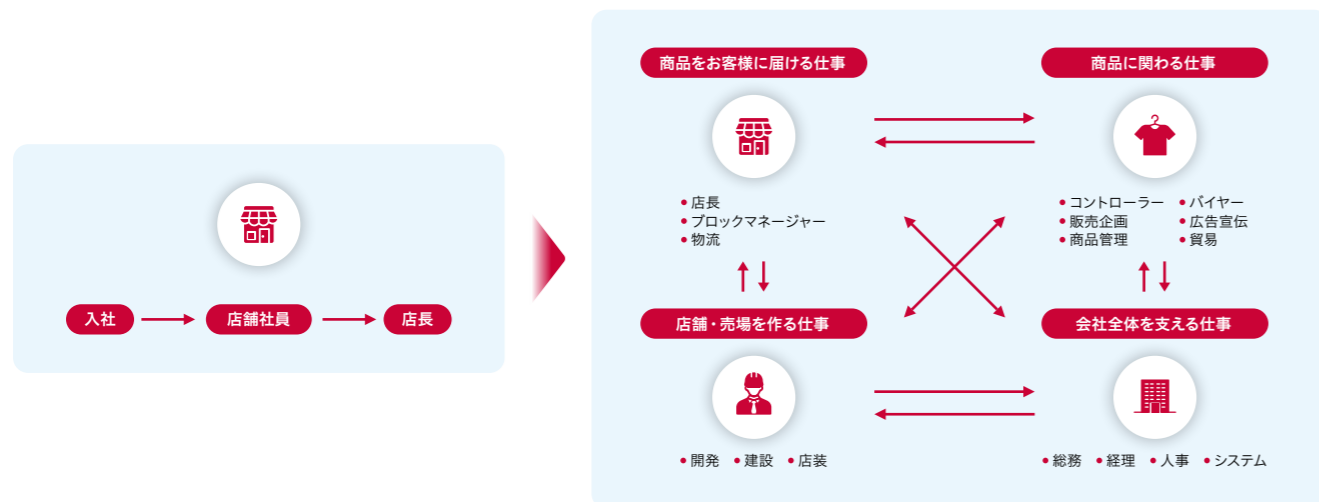


人材育成

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作るとともに、Off-JTなど、人材開発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。

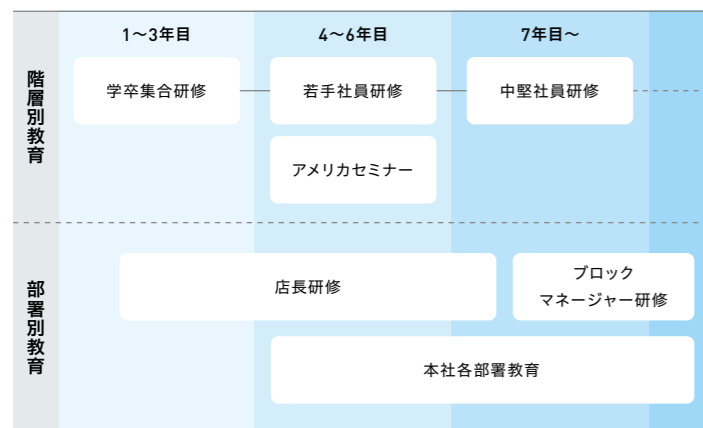
ジョブローテーション制度

当社グループでは、様々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年までは様々な部署に配属され、広い視野と知識、業務スキルを身に付けることができます。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。



教育体系

教育体系は、「階層別教育」「部署別教育」「共通教育」「自己啓発支援」の4つを柱として構築しています。特に正社員は階層別教育を実施し、所属部署や役割に応じた能力を十分に発揮し、自発的に行動できる社員を育成します。



● 集合研修

店舗での実務教育(OJT)、及び人材開発部による教育(Off-JT)により、有能な人材を育成しています。OJTでは店舗業務・店長業務、Off-JTでは当社で働くうえで必要な基礎知識、一般常識、基本的考え方を教育しています。

● 若手・中堅社員研修

問題解決力の習得に必要な8つのスキルを体系的に学びます。社員個人の能力開発につなげると共に、自らの役割を理解し、自ら能力開発ができるように教育を行います。

● アメリカセミナー

アメリカセミナーでは、アメリカの各業態の最新店舗を見学し、チェーンストアの原理・原則(標準化・単純化・差別化)がどう実践され効果を発揮しているかを確認しています。



物流 — 独自の仕組み

独自の物流網の要素に日々改善を加え、店舗業務の合理化とサプライヤーの利便性向上を図っています。

自社運営の商品センター

国内10カ所に自社運営の商品センターを配置し、全国の店舗へ毎日商品を送っています。省力化・高速処理を追求し、荷物の仕分けを全て機械で行っています。機械化・自動化された高速の物流システムと自社運営により、大量の荷物を短時間かつ、荷物1箱当たり手紙1通程度の低コストで配送しています。



共同配送・直接物流

自社共同配送とは、複数企業の荷物を集めて配送する仕組みです。約600社のサプライヤーから各商品センターへ納品された荷物をまとめて店舗へ配送し、トラックの配送効率を高めています。サプライヤーにとっては物流コスト削減につながり、店舗では翌日に検品・店出しが可能になるなど、全体最適を考えたシステムを構築しています。

直接物流とは、従来日本国内で行う商品の仕分けや値札付けなどの流通加工を海外で行い、海外で船積みされたコンテナを当社商品センターに直接納品することです。日本国内の流通経路で発生する様々な工程が削減されるため、物流コストの削減につながっています。

直営オンラインストア

直営オンラインストアは、既存の店舗配送の物流網を利用することで物流コストを抑えるなど、当社グループ独自の「ローコスト EC」として、その運営レベルの向上を図っています。現在、オンラインストアでお買い物したお客様の多くが店舗受取りを選択しており、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にも効果を発揮しています。

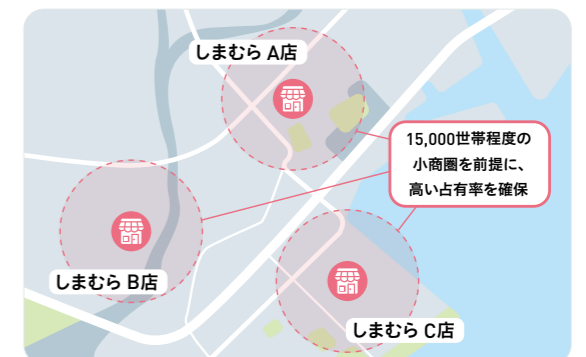


出店 — 独自の仕組み

マニュアルを基に、出店地調査や契約、設計から引渡しまでの工程管理を自社で行っています。

立地開発

しまむら事業はドミナント出店(特定の地域での集中出店)により、高密度の店舗展開を行ってきました。しまむら以外の事業についても、売上や客層に合わせた商圈エリアの基準を設定し、店舗開発を進めています。極めて低い退店率はその優位性を示しており、安定成長の原動力となっています。



ドミナント出店のイメージ

店舗建設

当社グループでは、建物や駐車場、広告塔など全ての建築物において独自の標準仕様を設けています。店舗建設部員は、その仕様に基づいた設計や施工が行われているか、全ての工程をチェックします。仕様の標準化により、当社、設計業者、建築会社の全てが同じ基準を共有できるため、完成度の高い店舗建築が実現しています。



事業概況

当社グループでは、日本国内と台湾において、ソフトグッズを販売する6つの事業を展開しています。

ファッションセンター しまむら



しまむら事業



「きっと見つかる、みんなワクワク。」

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。

ターゲット

20代～60代の女性とその家族

取扱商品

婦人衣料、紳士衣料、子供衣料、肌着・靴下、服飾雑貨、靴、寝具、インテリア、雑貨



カジュアル&シューズ Avail アベイル



アベイル事業



「今を着る。」

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。

ターゲット

10代～40代の女性・男性

取扱商品

レディース衣料、メンズ衣料、シューズ、服飾雑貨、アンダーウェア・靴下、寝具・インテリア、雑貨



ベビー・子供用品 Birthday バースデイ



バースデイ事業



「毎日がバースデイ」

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。バースデイにしかないオリジナル商品を衣料品から雑貨、大物育児用品まで幅広く取り扱い、こだわりをもった商品を「高感度・高品質・高機能」で提供しています。

ターゲット

出産前～小学生の子を持つ親、祖父母

取扱商品

ベビー・子供・マタニティ衣料、肌着・靴下、服飾雑貨、靴、寝具、ベビー用品(哺乳瓶、離乳食、オムツ等)、大型育児用品(ベビーカー、チャイルドシート、ベビーベッド等)、学童用品、玩具



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」

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。

ターゲット

10代～60代の女性

取扱商品

雑貨、インテリア、寝具、婦人衣料、肌着・靴下、服飾雑貨、靴、コスメ、文具、ギフトグッズ



靴 & ファッション Divalo デイバロ



デイバロ事業



「いつもの毎日に、ちょうどいい靴」

外出を快適にする靴とファッショングッズの専門店です。20代～60代の女性をメインターゲットに紳士・子供まで幅広く取り扱うことで、日常生活で履ける「ちょうどいい靴」(長時間履いても疲れにくく、自分に合ったフィット感のある靴)を提供します。

ターゲット

20代～60代の女性とその家族

取扱商品

靴(婦人、紳士、子供)、服飾雑貨



流行服飾館 思夢楽



思夢楽事業



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。

ターゲット

20代～60代の女性とその家族

取扱商品

婦人衣料、紳士衣料、子供衣料、肌着・靴下、服飾雑貨、靴、寝具、インテリア、雑貨



サステナビリティ

当社グループは、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捉え、その課題解決に向けて取り組んでいます。

社会

社会インフラとしての役割

当社グループは、衣料品販売における社会インフラとして全国各地に商品を安定供給するため、約2,200の店舗網と、それを支える独自の物流網を構築しています。これにより、地域住民の利便性向上や地域の雇用創出に貢献しています。また、災害や緊急時においても地域の生活支援のために可能な限り店舗の営業を継続します。

●お買い物支援サービス(しまサガ)

近くに衣料品店がな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入居者の方に、お買い物を楽しんで頂くことを目的とした支援サービスを、2024年度より全国のファッションセンターしまむら(一部店舗除く)で実施しています。ファッションセンターしまむらが自治体の施設や介護施設に出向く「出張販売」と、店舗を1時間早く開店し貸し切りにしてお客様にご来店いただく「お買い物ツアー」を実施しています。



地域振興

企業によるスポーツを通じた地域社会への貢献などを目的に、2003年からしまむら女子陸上競技部の活動を開始し、地元埼玉県を中心に活動を続けています。

国内外様々な大会に出場し、世界を舞台に戦える選手を輩出できるチームを目指しています。

また、地域マラソン大会のゲストランナーとしての参加や陸上教室の開催などの活動も行っています。



サプライチェーンの人権尊重

当社グループは、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、自社工場の保有や商品の製造は行っていませんが、サプライチェーン全体における人権尊重を重要なESG課題と認識しています。そのため、2019年に「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)」を制定し、当社とサプライヤーが協力してサプライチェーンの人権尊重に取り組んでいます。

障がい者雇用

2025年6月現在、973名の障がいのある社員が働いており、法定雇用率2.5%を上回る5.36%の雇用率となっています。

当社は積極的に障がい者雇用を行っており、障がいのある社員の採用や勤務内容等のサポートができる体制を整えています。2021年度より、障がい者採用を担当するブロックマネージャーには「障害者職業生活相談員」取得を推奨しており、2026年2月現在、451名の社員が「障害者職業生活相談員」を取得しています。

また、地域の障がい者支援センターや特別支援学校等の団体との協力・連携の体制づくりも進めています。

ガバナンス

コーポレートガバナンス

当社グループは、様々なステークホルダーに対して公正・公平に対応することが事業の基本だと考えています。ステークホルダーからの信用・信頼をより一層高めるため、また、事業が発展し続けるためにもコーポレートガバナンスの充実が重要だと認識し、取り組んでいます。

リスクマネジメント

当社グループでは、リスクを「目標達成を阻害する要因」と定義しています。これを回避または発生時の損失を最小化するために、経営上の障壁となるリスクを事前に把握し、企業活動への影響度に応じて分類し、優先度を付けて防止策の計画、実行に取り組んでいます。

環境

資源のリサイクル推進

各店舗で発生したリサイクル資源を、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年からは、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」に取り組んでいます。



完全循環型リサイクル例(当社指定色ハンガー)

商品廃棄ゼロ

当社グループは、商品を最後の1枚まで売り切ることを基本としており、余剰在庫の廃棄処分は行っていません(不良品は除く)。余剰在庫を減らすために、担当部署は実績の分析や売上計画に基づいた適正な仕入数量を計算しています。また、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。

サステナブル商品の開発と販売拡大

商品調達における環境負荷を軽減させるため、オーガニックコットン等の「化学物質の適正な管理がされている素材」や、リサイクル繊維等の「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。



| | |
|------|--|
| 1953 | 埼玉県比企郡小川町に(株)島村呉服店を設立。 |
| 1957 | 総合衣料の量販店を志向し、セルフサービスシステムを導入。 |
| 1961 | 2号店として東松山店を開店し、同時に営業の主体をこの東松山店に移管。商品を集中仕入制とし、運営体制を仕入と販売とに分離。 |
| 1972 | (株)島村呉服店より(株)しまむらへと社名を変更。 |
| 1975 | 商品管理を基本に、総合的な社内の電算化を自社開発で開始。物流の合理化を目指し、チャーター契約による専用便の運行を開始。 |
| 1981 | POSシステムによる単品管理を開始。 |
| 1982 | 営業地盤を関東全域へ拡大し、本社を埼玉県さいたま市北區に移設。 |
| 1984 | 埼玉県川口市に物流センターを開設。店舗への夜間定時配送や仕入伝票の廃止により、納品検収業務を大幅に合理化。 |
| 1986 | 店舗を定時社員(店長除く)で運営するM社員制度を導入。 |
| 1987 | バーコード値札を導入し、商品の検収から販売までの全管理をスキャニングで行う管理体系に変更。 |
| 1988 | 東京証券取引所市場第二部に上場。商品センターを埼玉県さいたま市に移転。 |
| 1991 | 東京証券取引所市場第一部の銘柄に指定。 |
| 1997 | 台湾・桃園市に子会社思夢樂股份有限公司を設立。 |
| 1998 | 業務拡大により、埼玉県さいたま市北區に本社ビルを竣工。思夢樂1号店を台湾・平鎮市に開設。 |
| 1999 | 埼玉県桶川市に商品センターを移転し、高速処理と自動化を徹底した総合物流システムが稼働。 |
| 2000 | オープンモール形式の西大宮ファッションモールを建設。 |
| 2002 | 発注と納品の精度向上を目指したWeb-EDIを導入。しまむらが47都道府県への出店を完了。 |
| 2015 | 流通の最適化と直接物流の促進を目的に東松山商品センターを建設。 |
| 2020 | 直営ECサイト「しまむらオンラインストア」オープン。 |
| 2021 | 更なる業容拡大と効率運営を追求し、埼玉県さいたま市大宮區に新本社ビルを竣工。 |
| 2022 | 東京証券取引所の市場区分再編に伴い、プライム市場へ移行。 |
| 2025 | まとめ買い専用直営ECサイト「しまサガ直トク便」オープン。グループのオンラインストアを統合した直営ECサイト「しまむらパーク」オープン。 |



2号店の旧東松山店



バーコード値札の導入



東松山商品センター

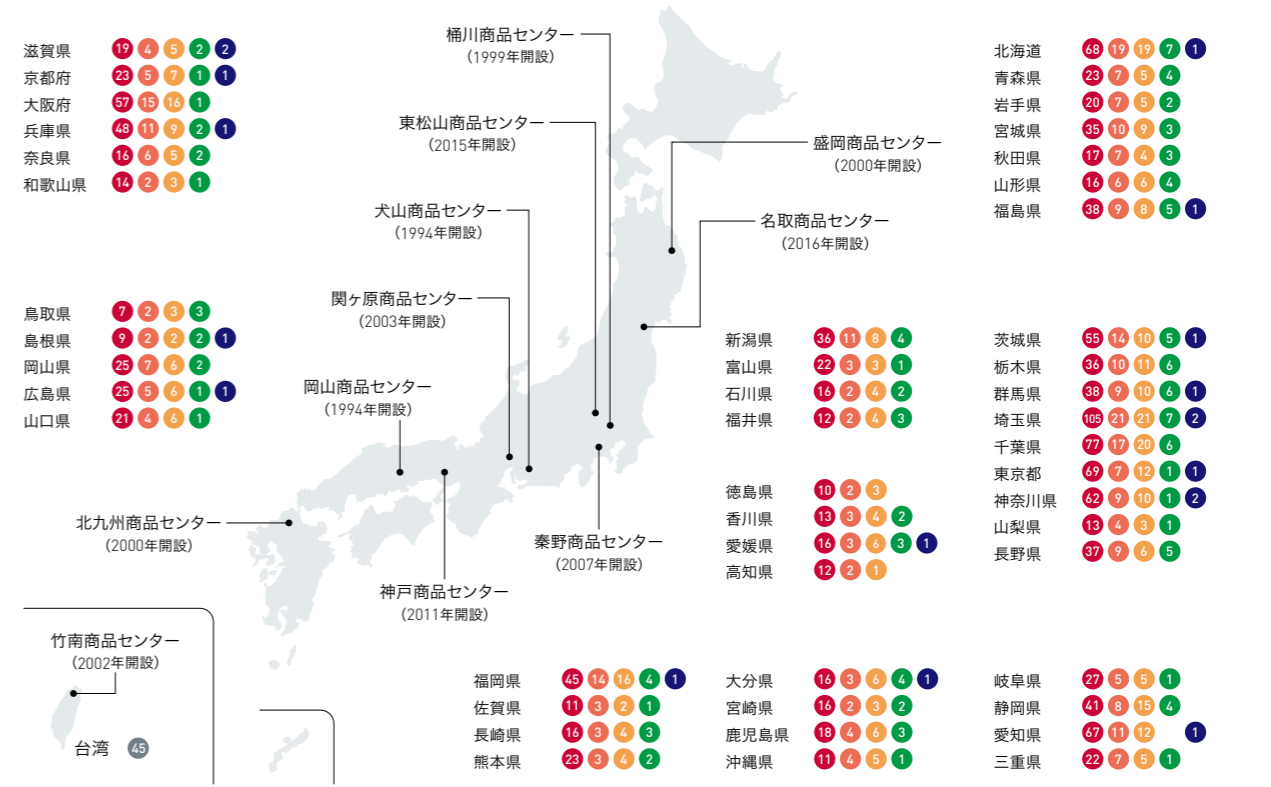


新本社ビル(さいたま新都心)

(2026年2月20日現在)

グループ合計
2,278
店舗

しまむら 1,423 店舗 アベイル 323 店舗 パースデイ 343 店舗 シャンブル 125 店舗 ディバロ 19 店舗 思夢樂 45 店舗



店舗数の推移

