

ユニー・ファミリーマートホールディングス誕生



①上田準二氏（うへだ じゅんじ）
ユニー・ファミリーマートホールディングス(株) 代表取締役社長
②佐古則男氏（さこのりお）
ユニー・ファミリーマートホールディングス(株) 代表取締役副社長
ユニー(株) 代表取締役社長
③中山勇氏（なかやま いさむ）
ユニー・ファミリーマートホールディングス(株) 代表取締役副社長
(株)ファミリーマート 代表取締役会長
④澤田貴司氏（さわだ たかし）
(株)ファミリーマート 代表取締役社長

ファミリーマートとユニーグループ・ホールディングスは9月1日（木）、経営統合にあたり「ユニー・ファミリーマートホールディングス株式会社」を発足した。統合により、ファミリーマートとサークルKサンクス統合後の店舗数は約18,000店舗となる。サークルKサンクス約6,000店舗は、2019年2月までにファミリーマートに転換する計画。

新会社 ユニー・ファミリーマートホールディングス(株)の上田準二社長は、発足に伴う会見で次のようにコメントした。

長年、一緒にやろうと話してきた。今回、経営統合に至り嬉しく思う。今のCVSは従来の商品構成と大分変わってきた。惣菜や生鮮の相互乗り入れや商品開発のシナジーの発揮など、両社にとって強い仕組みになる。

■ CVS は飽和状態ではない

CVSは飽和状態であるといわれるが、従来のCVSの出店立地から考えると飽和状態といえる。しかし、異なるマーケットに出店するとなると、まだ

まだ飽和状態ではない。大型のオフィスビルや大型工場、自衛隊駐屯地などの閉鎖マーケットにも出店する余地はある。あるいは商業施設が撤退する過疎地への出店もできる。

■ ブランド一本化

CVSはある側面からいうとシステム産業と言える。店舗オペレーションや商品供給、物流などがシステム化されている。このような中で、複数のブランドで異なる店舗運営をしているのは統合の意味がない。よって、ファミリーマートブランドに一本化して一体経営を図っていく。

■ セブンイレブンへの対抗

セブンイレブンとの日販の差など色々と課題はあるが、ファミリーマートの質を高めていく必要がある。一方で我々のチェーンビジネスというのは、数（規模）＝質、質＝数（規模）といえる。全国にドミナントを広げていくことで、さらにコトやサービスを提供できる場になる。これは規模の拡大＝質の向上に直接つながっていく。まだまだセブンイレブンとは差があるが、キャッチアップしていきたい。

■ 最適化

今後は、CVSとGMSで、商流改革や物流改革、商品開発力のシナジーをオーバーラップさせながら両社の強みを発揮させていきたい。

人員リストラなどは考えていないが、人材の配置先は考えていく必要がある。

■ GMS

ユニーは東海エリアに根差したGMSである。GMSは苦戦しているが、今後のGMSは地域に密着したGMSである必要がある。今ある基盤を活かすことが当面は大切である。