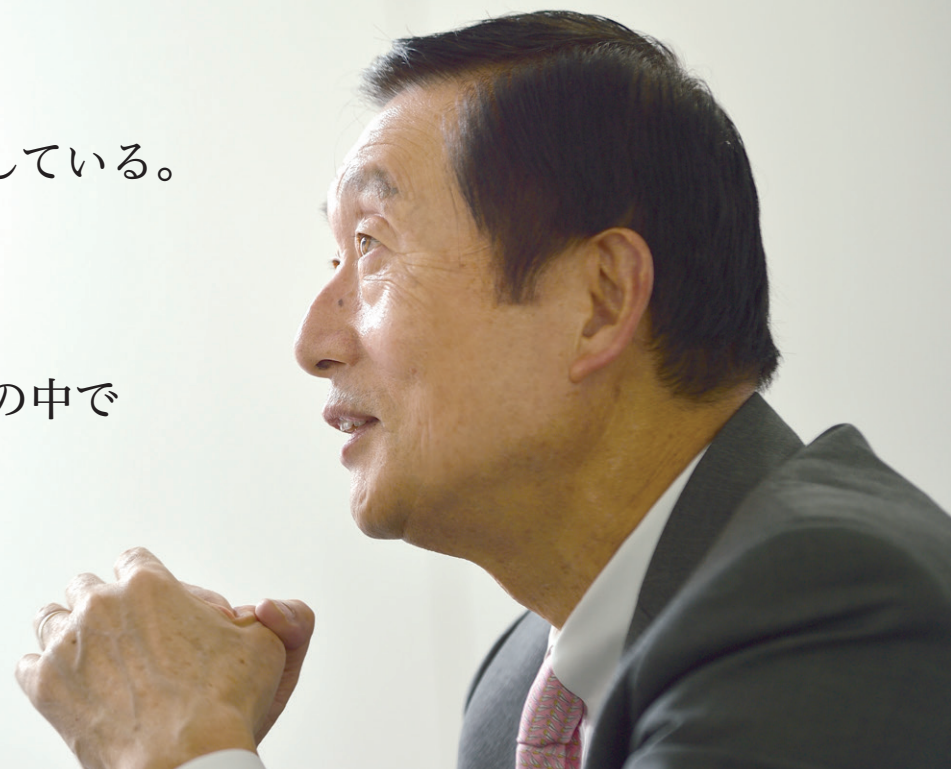


私たちを取り巻く環境はめまぐるしく変化している。
企業が持続的に成長するということは、
変化を恐れず常にチャレンジし続けること。
持続可能な社会もまた、たゆまぬチャレンジの中で
形成されていくものだと思います。

ユニー・ファミリーマートホールディングス株式会社
代表取締役社長

高柳浩二



地域に根ざした経営で、 社会とともに発展していくことを 目指します

現代社会が直面している少子高齢化や労働力不足、人口の都市集中化、環境問題、人権の尊重などの課題、そしてデジタル社会への急速な変化は、当社グループにさまざまなチャレンジをもたらしています。企業としての未来を切り拓き、自らが持続的であり続けるために、これまで以上に、マルチアングルの発想で行動することが、今まさに求められています。

経営統合以来、「Everyday IMPROVE」(日々の改善)の

精神で価値を生み出し続けるために、従業員一人ひとりが自ら考え、互いに尊重し合い、そして最大のシナジーを発揮していくという決意が、私たちの根底にあります。規模の拡大を効率化、質の拡充につなげ、地域のニーズに合わせた、きめ細かい経営を行い、地域の皆様とともに持続的に発展していくことを目指します。

特に人材の確保と、 地域ごとの多様なニーズに応える商品・ サービスの開発に重点を置いています

持続的な経営には、何よりも人材の確保が重要です。労

働力が逼迫する中、女性の雇用継続をはじめ、シニア層や外国人の方々も積極的に受け入れ、誰もが働きやすい職場づくりの整備を進めています。経営統合を繰り返してきた私たちは、まさしく異文化の集合体のため、既存の従業員同士が多様な価値観や違いを互いに受け入れ、本当の意味でダイバーシティの必要性を十分に理解しています。同時に、人の意識はそう簡単には変わるものではなく、具体的なアクションを起こしていくことの難しさも経験しています。そのような中でIMPROVEを実現するには、今やっていることをチャレンジしながら変えていく力が必要です。

さまざまな社会課題を背景に、働き方や物・情報の流れも変わってきている中、消費者のニーズもまた、変わってき

ています。「コト消費」の重要性が増している中、価値観やライフスタイルの変化に敏感な消費者のニーズを取り込み、自己完結の発想にならず、さまざまな意見を取り入れるよう、私たち自身も変わらなければなりません。

女性の社会進出にともなう購買時間帯の変化、環境問題に対する消費者意識を踏まえ、容器包装の環境配慮対応や新技術により消費期限の延長を実現させた「お母さん食堂」、いわゆる惣菜のラインナップを強化しています。また日々の生活に必要な商品・サービスが欲しい時にすぐに手に入る、地域のニーズにあった店舗づくりを進めています。毎日の生活で信頼され、ご利用し続けていただけるブランドであるために、さらに1店舗1店舗の質を強化してまいります。

長期的な視点で、 持続可能な社会の形成に向けた チャレンジを続けていきます

私たちは小売業として、また地域経済の発展の一翼を担う企業グループとして、持続可能な社会の構築の重要性を理解し、グローバル・コンパクトにも賛同しています。今、国際社会は2030年に向けて、SDGsの達成に貢献するための動きを活発化させていますが、当社グループとしても昨年掲げた重要課題を核として、優先順位を上げて取り組んでいきたいと思えます。

中でも地球温暖化対策やプラスチックごみ問題は、国際的な規制強化が進む中、当社としても看過できないテーマです。プラスチックの食品容器やレジ袋などは、慣習を打ち破る知恵を出し合いながら、業界を挙げた取り組みとして対応する必要があると考えています。また、食品ロスの削減も大きな課題です。食品の品質や安全管理の面から厳しい基準が必要なのは当然ですが、一方で、食せる食品がムダに廃棄されてしまっているという指摘もあります。そのため、商品の製造過程でロスを削減することは勿論のこと、おいしさを維持したまま、店頭での販売期限を延長できる容器包装の開発を進めるなど、さらなる努力を積み重ねています。そして品揃えを充実させる中で、残念ながら店頭で販売期限切れとなった場合でも、食品リサイクルにより資源として再循環させる仕組みを推進しております。

また地域に密着した経営を行っていく企業として、社会性をもった生活インフラとしての機能がこれまで以上に求められます。少子高齢化やコンパクトシティ化といった社会の構造変化を受け、地域ごとのニーズの多様化が一層顕著

になれば、全国画一的なビジネスモデルから、地域色を反映した分権型経営への転換が必要です。このことは、SDGsを考えていく際にも同様で、地域ごとの課題解決をしていく上では、安全や安心の拠点として、また人々が集い憩うコミュニケーションの場として、地域社会の活性化に寄与する店舗運営でなければいけないと考えます。

ますます高度化・多様化するニーズに対応し、消費者の期待に応え続けるためにも、グループの強みを活かしながら、業態の垣根を越えた、新たな商品・サービスの開発を積極的に展開するとともに、サプライチェーン全体で、常に安全で安心な商品やサービスを提供し続けなければなりません。災害等のリスク面や、環境面・人権面などにおいてもサプライヤーと協力しながら、商品の安定供給を通じて消費者からの信頼を維持することが重要です。

これらを実現していくためには、さまざまな考え方やカルチャーを持つ人々を積極的に受け入れ、新たな視点で課題に取り組む姿勢や多様な価値観を許容する風土を育てるといった、真のダイバーシティの推進が本当に大切だと思います。一人ひとりの意識を変えていくために、目的を達成するための「価値観」をしっかりと共有しながら、「文化の融合」を目指します。

これからの10年、テクノロジーの進化、人口構造や環境問題の影響で、小売業のビジネスモデルは大きく様変わりすることとなり、さらに30年後には今とは全く違った形になっているかもしれません。自らが持続的に成長するために、そして社会課題の解決を通して持続可能な社会の形成に貢献するために、私たちは歩みを止めることなく、これからもチャレンジし続けてまいります。

