



都道府県で初のブランド転換完了
福島県内の「サンクス」店舗 営業終了のお知らせ
～全国では約 3,500 店がブランド転換完了～

株式会社ファミリーマート(本社：東京都豊島区、代表取締役社長：澤田貴司)は、2016年9月から、「サークルK」「サンクス」から「ファミリーマート」へのブランド転換を進めており、このたび、2018年2月末の集計をもって、福島県内の「サンクス」店舗(※)の営業を終了いたしましたのでお知らせいたします。なお、都道府県で初の事例となります。

(※) 福島県内にサークルK店舗はございません。

■ **世界でも類を見ない大規模なブランド転換が進行中！順次ファミリーマートに生まれ変わっています！**

当社では、2016年9月に1号店のブランド転換を開始し、全社一丸となって取り組みを進め、2018年2月末までに約3,500店が完了しております。

福島県においては、2016年12月に県内ブランド転換店舗1号店を開店いたしました。

ブランド転換をした店舗では、マルチメディア端末「Famiポート」の設置をはじめとしたサービス商材の取扱いや、イートインスペースの導入(※一部店舗を除く)など、ファミリーマートの強みを取り入れることで、店舗の1日あたりの売上および客数が平均で約10%伸長しております。特に、ファミマで人気のサンドイッチや Pasta などの中食商品や、ファミチキや挽きたてコーヒー「FAMIMA CAFÉ」に代表されるファストフーズが伸長しております。

■ **商品統合・物流拠点の統合は既に完了し、商品の品質と、製造効率・配送効率の向上を実現**

店舗のブランド転換とともに、協業パートナーを含めたサプライチェーン全体の構造改革を進めており、商品の統合は2017年2月末、物流拠点の統合は2017年6月末に完了しております。

商品統合においては、ファミリーマートの看板商品である「ファミチキ」や、「FAMIMA CAFÉ」のフラッペシリーズなどをサークルK・サンクスに導入する一方、サークルK・サンクスで大好評を博した「濃厚焼きチーズタルト」や「焼きとり」シリーズをファミリーマートでも販売するなど、それぞれの強みを活かした商品展開に繋がっております。

また、物流拠点の統合においても、より効率的な配送による物流コストの削減が図れ、品質の高い商品のご提供に繋がるとともに、トラック台数の削減にともない、排出CO2を年間で約20%削減するなど、様々な効果を生み出しました。

■ **早期ブランド転換完了を目指し、全社一丸で邁進中！**

当社では、累計約5,000店舗ものブランド転換のいち早い完了を目指して、全社一丸となって取り組んでおります。今後はさらなるスケールメリットを活かし、お客さまへこれまで以上に高品質な商品・サービスをご提供してまいります。

また、店舗オペレーション負荷削減等を実施しており、継続的な加盟店の支援にも努めてまいります。

ファミリーマートは、「あなたと、コンビニ、ファミリーマート」のもと、「Fun & Fresh」をテーマに、小商圏における生活インフラとして、来るたびに楽しい発見があり、新鮮さにあふれた、お客さまの気持ちにいちばん近いコンビニエンスストアを目指してまいります。

以上