

FANCL

会社案内

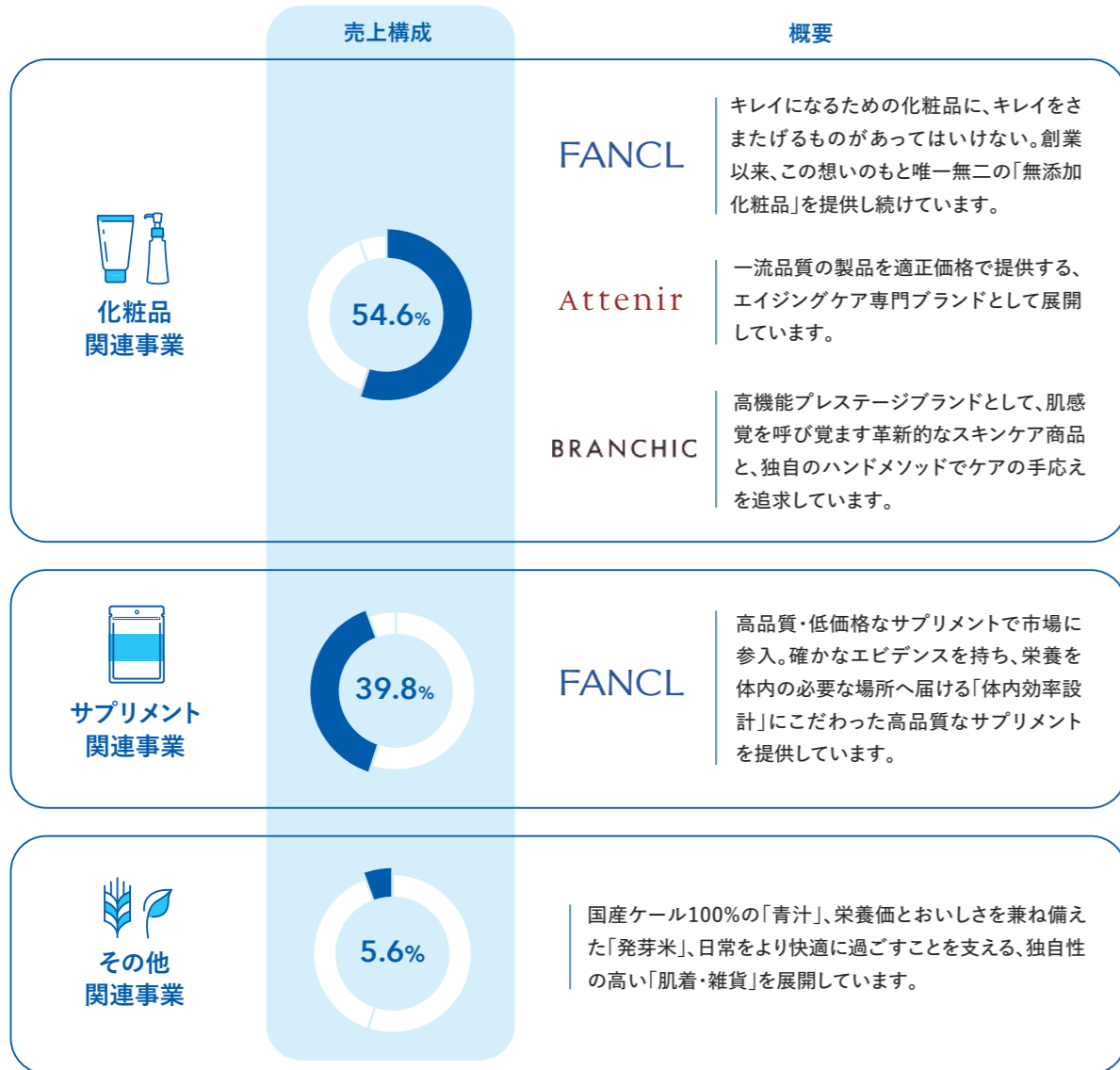
Company information



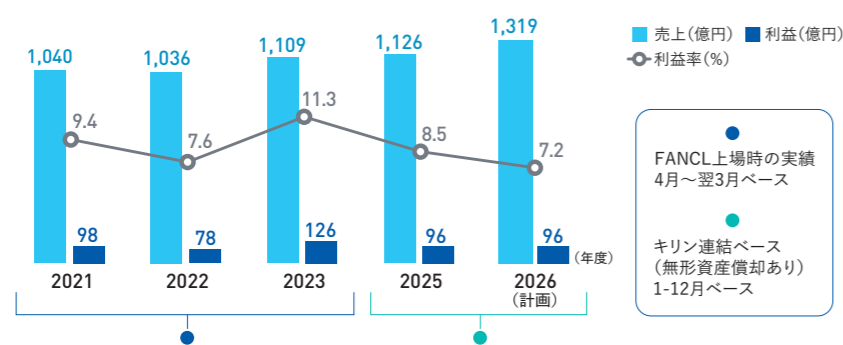
ファンケルグループについて

ファンケルグループは、美と健康の領域を中心に事業を展開し、世の中の「不」の解消に取り組んでいます。

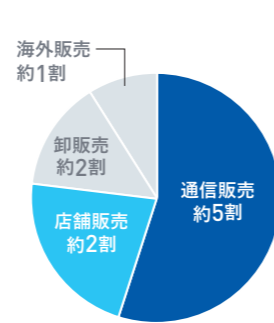
事業概要



実績推移(億円)



販売チャネル【売上】



Philosophy

ファンケルグループの理念

不安、不便、不快など、「不」のつく言葉を世の中からなくしたい。そのファンケル創業時からの想いをもちながら、2035年に目指す姿として、FV2035(ファンケル・ビジョン2035)を掲げました。ビジョン達成に向けて、「もっと何かできるはず」の想いをもって挑戦していきます。

Purpose

存在意義 = 創業理念

正義感を持って
世の中の「不」を解消しよう

新しい市場と価値を創造し、
社会と共振する企業文化を築き、真の豊かさを追求します。

Vision

2035年に目指す姿

お客様にとって、
美と健康の「不」を解消してくれる
最も信頼できるブランドとなり、
最も成長しているブランドマーケティングカンパニーとなっている

Values

価値観

「もっと何かできるはず」

私たちは、「人間大好き企業」ファンケルグループの一員として、世の中の「不」の解消を目指し、安心・安全・やさしさを追求します。常にお客様の視点に立ち、「お客様に喜んでいただくこと」をすべての基準とします。

KIRIN WAY (キリングループ共通の行動指針)

- 志を高く持つ
- Go to "ゲンバ"
- まず動き、失敗も学びに変える
- 枠を越える
- 違いを力に変える
- 勝ちにこだわる

変わり続ける世界で、 「不」の解消に向き合い続ける。

ファンケルのあゆみは、創業以来一貫して『世の中の「不」を解消する』という想いと共にあります。肌トラブルという社会課題に向き合った無添加化粧品の開発を原点に、時代とともに変化する世の中の“不”に応えながら、事業領域を広げてきました。美と健康の両面から人々の暮らしに寄り添い、社会に新たな価値を提供してきたその軌跡をご紹介します。

原点

すべては「不」の解消から

化粧品による肌トラブルが社会問題となっていた1970年代後半。その原因が防腐剤などの添加物にあることに着目し、「肌に本当に必要なものだけを届けたい」という想いから、無添加化粧品の開発に挑んだことが、ファンケルの出発点です。ファンケルのすべての事業は、この原点に根ざしています。

挑戦

世の中の「不」と向き合う

ファンケルの事業は、創業以来一貫して世の中の「不」に向き合うことから生まれてきました。人々の暮らしや社会の変化とともに生まれるさまざまな課題に対し、常識にとられない発想と挑戦を重ねながら、新たな価値を創造し続けています。

発展

価値を広げる

無添加化粧品から始まったファンケルの事業は、やがて健康食品へと広がりました。当時、「健康食品は高額で信頼性に乏しい」というイメージが一般的でしたが、安心・安全な品質と、続けられる価格を重視した商品開発により、新たな市場を切り拓いてきました。

さらに、通信販売の革新や店舗展開、卸販売の拡大、海外事業の推進、アテニアブランドの展開などを通じて、お客様との接点と提供価値を拡張してきました。ファンケルはこれからも、「不の解消」という原点を起点に、人に寄り添いながら、社会に新たな価値を提供し続けていきます。

未来

2035年に目指す姿

お客様にとって、
美と健康の「不」を解消してくれる
最も信頼できるブランドとなり、
最も成長している
ブランドマーケティングカンパニーに

FANCL Timeline

1982

無添加化粧品の誕生

防腐剤を使わない化粧品開発に成功。使い切りサイズという新たな発想により、安全性と品質を両立した製品を実現。

1994

健康食品事業開始

化粧品に加え、内側からの健康づくりを支援する健康食品事業へ参入。美と健康を一貫して支える事業基盤を広げる。

1997

マイルドクレンジング オイル発売

肌への負担を軽減する新しいクレンジングとして誕生。ファンケルを代表するロングセラー商品へと成長。

1999

ファンケルスマイル設立

障がい者の雇用機会の創出を目的に特例子会社を設立。社会参加と自立支援を実現する取り組みを推進。

2015

機能性表示食品の販売を開始

初の機能性表示食品として、当社からは「えんきん」を発売。科学的根拠をもとに、お客様に分かりやすく働きや目的をお伝えできるようになった。

2020

パーソナルワン発売

個々の栄養充足状態に応じたサプリメント提案を実現。データ活用によるパーソナライズ化を推進し、新たな価値提供へ。

1980

1980

創業

化粧品による肌トラブルの原因に着目し、「無添加」という独自の思想を掲げて創業。世の中の“美と健康”に対する不安の解消に向けた挑戦を開始。

1990

1989

アテニア創業

高品質・適正価格をコンセプトとしたアテニア化粧品の誕生。

2000

1997

置き場所指定お届けサービス開始

より快適な通信販売体験の実現を目指し、新たな配送サービスを開始。後の「置き配」の先駆けとなる取り組みとして、業界に新たな価値をもたらす。

2010

2004

サプリメントの飲み合わせ 検索サービス(SDIシステム)開始

健康食品をより安心して活用いただくため、サプリメントと医薬品の飲み合わせを確認できる検索サービスを開始。

2020

2018

中国での健康食品販売 本格展開

海外市場への展開を加速。中国における健康志向の高まりに応え、事業のグローバル化を推進。

2024

麒麟ホールディングス 完全子会社に

CSV(Creating Shared Value)経営を推進するキリングループの一員になり、新たなステージへと踏み出す。

化粧品

「無添加」という発想から始まったファンケルの化粧品事業は、時代とともに進化を続けてきました。現在は、主力のファンケルブランドに加え、アテニア、ブランシックの3ブランドを展開し、それぞれの強みを活かした価値提供を行っています。

中核であるファンケル化粧品がブランドの基盤を支えながら、アテニアは着実に成長を続け、ブランシックは新たな価値創出を担うブランドとして展開しています。こうしたブランドポートフォリオのもと、安全性と機能性の両立を追求したものづくりを進めています。

FANCL

ファンケル化粧品



肌トラブルの原因となる防腐剤などの添加物を一切使用しない「無添加化粧品」。真の素肌美へと導く、最先端の皮膚科学研究に基づく高機能化粧品を提供しています。

素肌を守り・高める「無添加」

防腐剤などの添加物は、肌に蓄積し不調やエイジングの要因になります。ファンケルは創業以来、肌本来の力を守り・高めるための研究を行い、商品ごとに最適な無添加設計を実現しています。



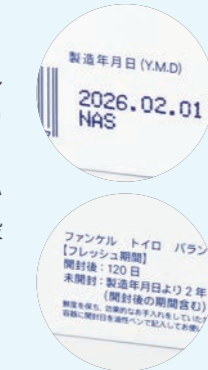
独自の安全性評価基準「FSS」

敏感肌の方はもちろん、すべての方に負担なくご使用いただけるよう、厳しい安全性評価基準を設けています。敏感肌によるパッチテスト・敏感肌2週間連用試験・アレルギーテストを実施し、クリアした商品をお届けしています。



製品の「製造年月日」を明記

お手もとに届いた製品がいつ作られたものかわかるように、製造(包装)年月日を明記しています。また品質の高い状態で使い切ったいただくための「フレッシュ期間」を設定しています。



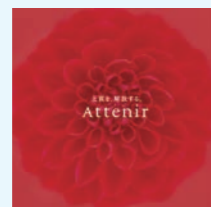
AI技術による細胞レベルの肌解析

角層細胞の形状やタンパク質をAIで解析し、肌状態や将来の肌リスクを細胞レベルで可視化。この技術を活用した「FANCL SKIN PATCH」では、肌状態に寄り添ったカウンセリングサービスをすべての人に無料で提供しています。



Attenir

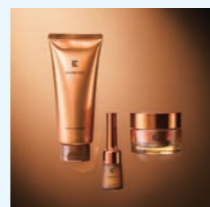
アテニア



アテニアは1989年創業のエイジングケア専門の化粧品ブランド。遺伝子レベルの皮膚科学研究による確かな品質と、製版一貫体制により使い続けられる価格を実現。五感に響く「官能品質」を追求することで、大人女性の肌も心も解き放つような、上質な体験を提供します。

BRANCHIC

ブランシック



2021年に誕生したファンケルグループの高機能プレステージブランド。世界初[※]メルケル細胞に着目し、肌の感覚を呼び覚ます革新的なスキンケア商品と、独自のハンドメソッドでケアの手応えを追求する、エイジングケアブランドです。
[※]世界初、デカペプチド-4によるメルケル細胞活性化に基づくエイジングケア製品 株式会社ファンケル調べ (2021年8月)

サプリメント

サプリメントという新たな健康習慣の提案から始まったファンケルのサプリメント事業は、確かなエビデンスをもとに、時代とともに進化を続けています。成分が効率よく体内で働くための設計や飲みやすさにもこだわり、高い品質と安全性のもと、安心して続けられる健康習慣の提供を目指しています。



栄養素を必要な場所へ届ける「体内効率」設計と品質と安全性へのこだわり

成分の量だけでなく、体内でどのように働くかまで考えた「体内効率設計」に基づいて開発しています。成分ごとの吸収場所や働き方を見極め、吸収性や持続性、最適な組み合わせまでを考慮して設計します。同時に、飲みやすさにも配慮した大きさ、粒数、剤型にする独自の加工技術を施しています。

また、お客様に安心して使い続けていただくため、品質と安全性に徹底してこだわっています。原料の選定から製造、出荷に至るまで独自の基準による厳格な品質管理を実施。有害物質や微生物、残留農薬などの検査に加え、製品ごとの品質確認を徹底しています。



健康食品と薬の飲み合わせ検索サービス「SDIシステム」

医師の監修のもと、約30,000種類の薬とファンケルの健康食品の相互作用情報をデータベース化し、迅速に飲み合わせ情報を提供するサービスを2004年に開始しています。服用中の薬とファンケルの健康食品に含まれる成分の相互作用を検索し、薬の効果や副作用に影響する可能性の有無を確認することができます。



発芽米

玄米にわずかに発芽を促すことで、栄養価とおいしさを引き出した主食です。発芽により玄米の甘みや旨みが増し、やわらかな食感で毎日の食事に取り入れやすくなっています。玄米の栄養を活かしながら、白米と混ぜて炊くこともでき、玄米の豊かな栄養を毎日おいしく味わっていただけます。



青汁

国産ケールを100%使用し、品質と安全性にこだわってつくられています。栄養価の高い野菜の力を、日々の生活の中で手軽に取り入れることができます。飲みやすさにも配慮し、毎日無理なく続けられる健康習慣として、多くのお客様にご利用いただいています。



事業を支える基盤

研究開発

美と健康に関する研究開発を通じて、お客様一人ひとりの多様なニーズに応える価値創出を進めています。

特に、老化・エイジングケア領域を注力分野の一つと位置づけ、肌や身体の状態を科学的に捉える研究を推進。研究成果を製品・サービス開発へつなげています。

また、AIやデジタル技術を活用した研究基盤の整備を進め

ることで、研究開発の高度化とスピード向上を図っています。

さらに、キリングroupとの共同研究や、大学・研究機関・企業との産官学連携を通じて研究領域を拡大。知的財産の獲得・活用にも取り組みながら、競争優位性の高い研究開発を推進し、未来のお客様ニーズに応える新たな価値創出を目指しています。

特許出願数	国内：30件、外国：37件
学会発表数	18件
論文発表数	6件
共同研究先	13件
研究員	202名(派遣スタッフ含む)
博士号	18名
薬剤師	9名
管理栄養士・栄養士	7名

※2025年12月末時点



ファンケル総合研究所

製造・物流

国内6ヵ所の生産拠点では、「安心・安全・やさしさ」を世界のお客様に提供することを目指しています。GMP・FSSC22000の基準に則したマネジメントシステム、業界トップレベルの衛生環境と徹底した衛生管理、ファンケル独自の基準で厳選された原料のみを使用することなど、こだわりのものづくりで「高品質」を追求し続けています。

ファンケルグループでは、千葉県柏市の関東物流センターと大阪府門真市の関西物流センターの2拠点を構え、各工場で製造された製品は即日両物流センターへ納品されます。この分散体制により、災害や突発的なトラブルが発生した場合でも供給を維持できるBCP（事業継続）体制を確保するほか、全国のお客様へ最短の輸送距離で新鮮でつくりたての製品をお届けし、年間を通じて安定した製品供給を実現しています。

生産拠点に関わる基準

拠点および主な生産品	基準	設備		
		GMP ^{※1} 基準	FSSC 22000 ^{※2}	クリーンルーム
千葉工場 化粧品、サプリメント		●	● ^{※3}	●
滋賀工場 化粧品		●	—	●
横浜工場 サプリメント		●	●	—
群馬工場 化粧品		●	—	●
長野工場 発芽米、サプリメント		—	●	●
三島工場 サプリメント		●	●	●

※1 GMP：米国FDA(食品医薬品局)が設けた、化粧品、医薬品、食品などの製造管理および品質管理を遵守するための製造規範

※2 FSSC22000：国際的な食品安全規格基準

※3 サプリメントグループのみ



三島工場



ファンケル関西物流センター

販売チャネル

国内

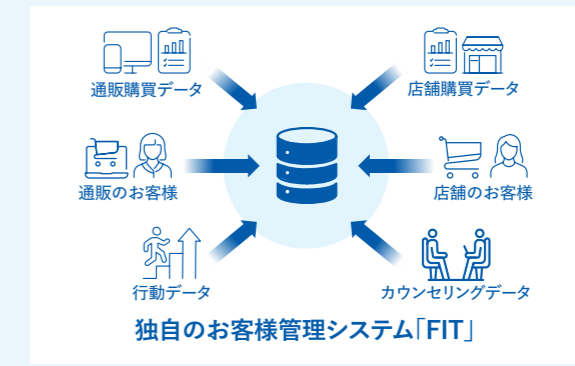
ファンケルは、通信販売、直営店舗、卸販売と、お客様の生活に合わせた多様な販売チャネルを展開しています。創業以来培ってきたお客様基盤に加え、店舗でのカウンセリング、ECでの購買行動、流通チャネルでの接点など、各チャネ

ルで得られる情報を活用し、お客様一人ひとりに寄り添った提案につなげています。単に販売接点を広げるだけでなく、チャネルを横断してお客様を理解し、最適な商品・サービス・情報を届ける、「オムニチャネル」を推進しています。

通信販売

創業以来の主力チャネルであり、ファンケルのお客様理解を支える基盤です。長年にわたり蓄積してきた購買履歴や行動データをもとに、お客様一人ひとりの悩みやライフスタイル、利用状況に応じた提案を行い、単なる販売にとどまらない継続的な関係づくりを実現しています。また、自社直営のオンラインショップを中心に、外部ECモールでも商品を展開し、多様な購買ニーズに対応しています。さらに、通販・店舗など各チャネルを横断してお客様データを活用し、お客様理解を深めながら、最適なタイミングで商品や情報を届けるCRMを展開しています。

顧客管理システム「FIT」[※] 通販・店舗などのお客様データを統合し、一人ひとりに最適な提案を実現する基幹システム。



※ファンケル・インフォメーション・テクノロジーの略。ファンケルが2014年から推進しているIT基盤再構築・DX(デジタルトランスフォーメーション)プロジェクトの名称

直営店舗販売

全国に展開する直営店舗では、専門スタッフによるカウンセリングを通じて、お客様の悩みに寄り添った提案を行っています。ファンケルならではのデジタル技術も活用し、良質なブランド体験を創出しています。

FANCL
約150店舗
Attenir
約30店舗
(2026年5月末時点)

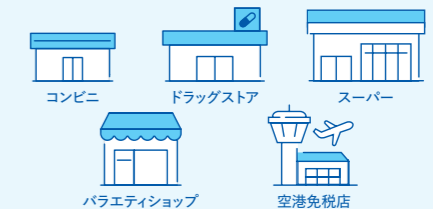
ファンケル銀座スクエア

技術・製品・サービスを結集させた旗艦店。季節に合わせたイベントのほか、サステナブルな取り組みやイベントを多数開催。



卸販売

コンビニエンスストア、ドラッグストア、総合スーパー、バラエティショップ、空港免税店など、多様な業態で商品を販売しています。主要な流通企業と連携し、売場づくりや品ぞろえを工夫しながら、各業態の特性に応じた販売を推進。日常生活の中で商品に触れただけの接点として、幅広いお客様に価値を届けています。



海外

ファンケルグループは、1996年の香港での販売を皮切りに、アジアを中心に広く海外展開を行っています。

現在、ファンケル、アテナアの2つのブランドで海外展開を行い、より多くのお客様の美しく健康で豊かな生活を実現することを目指しています。

2025年は、中国・香港における自社主導の販売体制を確立しました。日本で培ったブランド力・商品力を基盤に、中国・香港をはじめとした東アジアを中心に海外事業を展開。さらに、キリングroupの海外事業基盤を活用し、東南アジアなどへの新規参入を拡大していきます。



お客様の「不」を解消し 信頼されるブランドへ

変わらない原点を大切にしながら、
未来に向けて、お客様と共に成長し続けます。

株式会社ファンケル
代表取締役 社長執行役員

三橋 英記

近年、社会や生活者の価値観は大きく変化していると感じています。情報があふれ、多くの商品やサービスが選択肢として並ぶ中で、ただ機能や価格が優れているだけでは、お客様に選び続けていただくことは難しくなってきました。企業としてどのような価値を提供し、どのような想いでそれを届けているのか。その本質が問われる時代に入っていると考えています。

ファンケルの価値はどこから生まれているのか

ファンケルはこれまで、無添加化粧品や健康食品を通じて、お客様の「不」を解消することに向き合ってきました。肌にとって本当に必要なものだけを届きたいという想いから生まれた無添加

という考え方や、品質・安全性に徹底して向き合う姿勢、そして研究から製造、販売までを一貫して担う体制は、いずれもお客様に安心して製品をご利用いただくために積み重ねてきたものです。

これらは単なる機能や仕組みではなく、「お客様に寄り添いたい」という創業以来の考え方の表れであり、ファンケルの価値の源泉です。美と健康の両面からお客様を支える事業構造や、長年にわたり蓄積してきたお客様理解もまた、その価値を支える重要な基盤となっています。

一方で、これからの時代においては、商品そのものだけでなく、企業としてどのような存在であるか、どのような価値を届けていくのかが、より重要になると感じています。お客様が何を信頼

し、どこに共感するのか。その視点で、ファンケルのあり方をあらためて問い直していく必要があると考えています。

原点に立ち返り、 次の価値を創出する

そうした認識のもと、私たちはあらためて原点に立ち返ることに致しました。創業理念である「正義感を持って世の中の『不』を解消しよう」という言葉の意味を、現代の社会やお客様の価値観に照らして捉え直し、そこから新たな価値を創出していきます。

これからは、これまで培ってきた研究力や品質、お客様理解といった強みを生かしながら、それらを単なる機能価値にとどめるのではなく、一貫した体

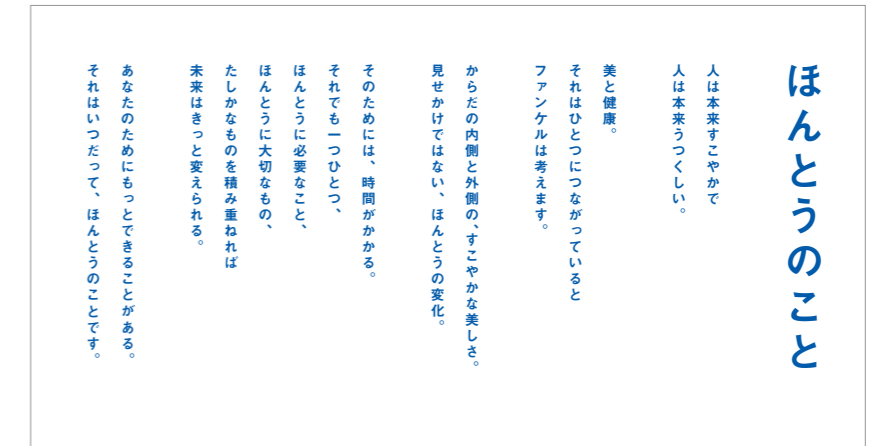
験としてお客様に届けていくことが重要になります。商品やサービスだけでなく、直営店舗やオンラインでのコミュニケーションなど、あらゆる接点において、ファンケルらしい価値を感じていただける状態を作っていきます。

また、これからのマーケティングにおいては、単に商品を届けるのではなく、お客様との関係性を深めていくことがより重要になると考えています。一人ひとりのお客様を理解し、その方にとって本当に必要な商品や情報、体験を届けることで、長期的な信頼関係を築いていきたいと考えています。

こうした考え方を、これからのファンケルの成長につなげていくために策定したのが、「ファンケル・ビジョン2035」です。創業以来大切にしてきた「不の解消」という原点を礎に、お客様との信頼関係をより深めながら、新しい価値を創出し続ける企業を目指しています。

その実現に向けて年間を通じたブランドメッセージとして「ほんとうのこと」を作成しました。情報があふれる時

ブランドメッセージ「ほんとうのこと」



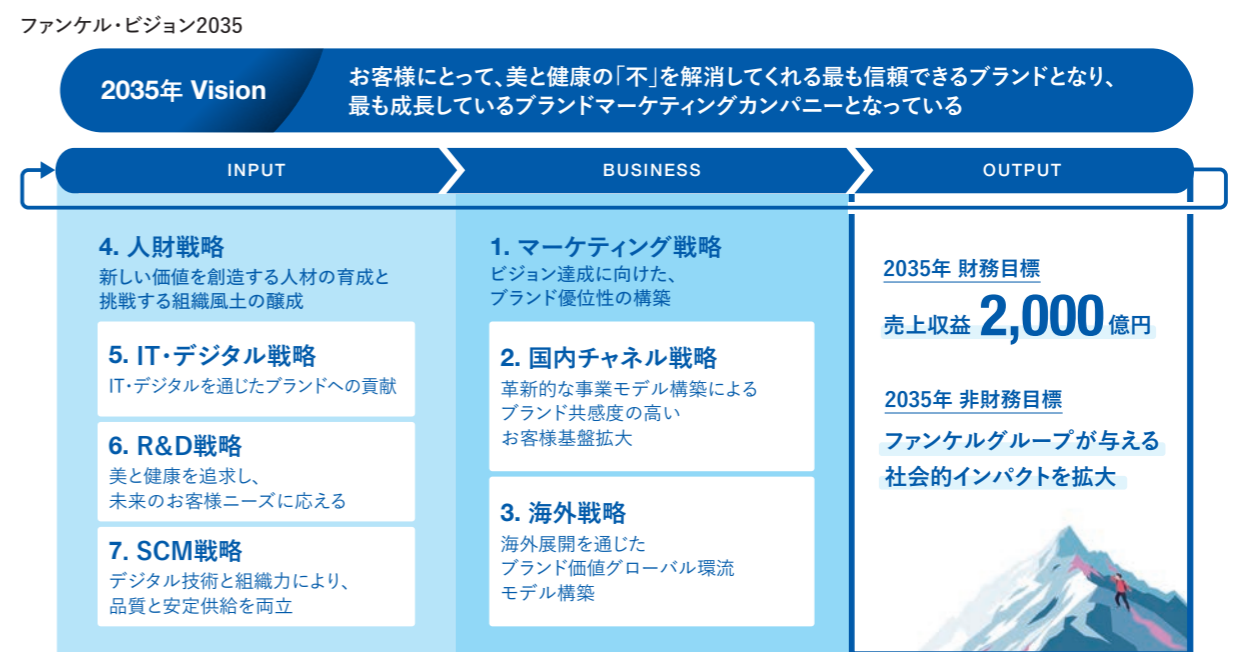
代の中で、お客様にとって本当に必要な価値を見極め、誠実に届けていきたいという想いを込めています。

これからのファンケルの展望

今後は、こうした取り組みを国内にとどめることなく、海外にも広がっていきます。日本で培ってきた品質やブランドへの信頼を基盤に、それぞれの国や地域のお客様の理解を深めながら、ファンケルならではの価値を届けていきます。そして海外で得られた評価や学びを国

内に生かすことで、ブランド全体の価値をさらに高めていきます。

あわせて、商品や研究に加え、人材やデジタル、供給体制といった基盤の強化にも取り組んでいきます。環境の変化に柔軟に対応しながら、新しい価値を生み出し続ける企業であるために、組織としての力を高め、長期的な視点でブランドを磨き続けることで、お客様にとって本当に信頼できる存在であり続けたいと考えています。そして、美と健康という領域で、より多くの「不」を解消していきます。



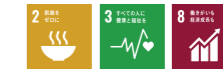
ファンケルグループのサステナビリティ

ファンケルグループは1980年の創業以来、社会課題の解決を事業の起点とし、『正義感を持って世の中の「不」を解消しよう』という理念のもと、不安・不便・不満といった“不”に向き合い続けてきました。この考え方は、美と健康に関わる価値提供の根幹として、現在まで一貫して受け継がれています。2024年、ファンケルグループはCSV (Creating Shared Value) 経営を推進するキリングループの一員となり、新たな成長ステージへと踏み出しました。CSVとは、社会課題の解決と企業の成長を両立させる経営の考え方であり、創業以来、ファンケルが大切にしてきた価値観と一致するものです。ファンケルグループは、これまで培ってきた「不の解消」を起点とした事業をさらに進化させることで、人々の美と健康に関わる新たな価値を創出し、キリングループ全体のCSV推進に貢献していきます。これからも、社会と共に価値を創り出す企業として、持続可能な社会の実現に取り組んでいきます。



ファンケルグループの重要課題と目標

健やかな暮らし



独自性のある製品・サービスを通じ、世界中の人々の健康寿命の延伸と、生活の質(QOL)の向上に貢献していきます。

非財務指標と目標

重要課題(マテリアリティ)	非財務指標	目標年	目標値	2025年実績
<ul style="list-style-type: none"> 加齢とともに生じる健康課題への対処 肌不調の増加への対処 栄養の充足課題への対処 	ファンケルグループの商品・サービスを通じ与えた社会的インパクト	2028年	認知人数 80,857千人 購入人数 21,166千人	認知人数 80,857千人 購入人数 18,509千人
	健やかな暮らしにつながる社会活動の参加者数(2026年からの累計参加数)	2028年	7,300人	3,276人

誰もが輝く社会



違いを認め合い、互いを尊重し合うことで、誰一人欠けることなく、一人ひとりがそれぞれの場所で輝ける社会づくりを目指します。

非財務指標と目標

重要課題(マテリアリティ)	非財務指標	目標年	目標値	2025年実績
<ul style="list-style-type: none"> 誰もが自分らしく輝ける社会づくり 	障がいのある方やがん患者の方に向けた社会活動の参加者数(2026年からの累計参加数)	2028年	137,400人	35,937人

豊かな地球環境



気候変動への対応を最優先に、企業活動のあらゆる面で自然の恵みに感謝し、豊かな地球環境の保全に貢献していきます。

非財務指標と目標

重要課題(マテリアリティ)	非財務指標	目標年	目標値	2025年実績
<ul style="list-style-type: none"> 気候変動の克服 	CO ₂ 排出量削減率 スコープ1+2	2050年	実質ゼロ	66.7%削減(2019年比)
	CO ₂ 排出量削減率 スコープ3	2030年	30%削減(2019年比)	35.4%削減(2019年比)
<ul style="list-style-type: none"> 持続可能な生物資源の利用 	持続可能なパーム油の調達	2028年	100%維持	100% (RSPOマスマバランス88.6%、RSPOブック&クレーム11.4%)
<ul style="list-style-type: none"> 容器包装の持続可能な循環 	プラスチック包材を使用した容器包材の4R [®] 対応	2035年	100%	化粧品:70% 健康食品:86%

※Reduce(容器プラスチック使用量の削減)・Reuse(容器の再利用)・Recycle(容器回収リサイクル)・Renewable(再生素材または植物素材への切り替え)
 ●「CO₂排出量削減率(スコープ1+2、スコープ3)」の対象範囲は連結(一部拠点除く)
 ●「持続可能なパーム油の調達」「プラスチック包材を使用した容器包材における4R[®]対応」は、(株)ファンケル、(株)アテナアの化粧品、健康食品が対象。

美しさと健やかさに 生涯寄り添える存在でありたい という想いの製品とサービス

ファンケルは、創業以来、日本にとどまらず世界中のお客様の美しく健やかな生活を支えるため、さまざまな製品を研究・開発してきました。長年“美と健康”に寄り添ってきた実績や、研究開発力や技術力を生かした、ファンケルらしさのある製品やサービスを通じて「健やかな暮らし」を実現していきます。



健やかな肌に導く無添加スキンケアを 一人ひとりに最適な形で

肌不調の増加への対処

化粧品公害が問題になっていた1980年、“化粧品による肌トラブルに悩む妻を救いたい”という創業者の想いから、ファンケルの無添加化粧品は誕生しました。防腐剤、合成香料、合成色素、石油系界面活性剤、紫外線吸収剤などの肌に負担となる成分は一切入れず、肌の健やかな美しさに必要な成分を厳選して配合しています。昨今、人々の生活が多様化し、情報量や選択肢が増える中、必要なものを選びづらくなっている「不」があります。また、気候変動や社会的ストレスの増加により、さまざまな肌の「不調」が現れやすくなっています。ファンケルは、お客様一人ひとりに最適な形で健やかな肌に導くスキンケアを提供できるよう、最先端の研究を重ね、製品やサービスを提供していきます。



無添加スキンケア

正しいスキンケアの習慣化で未来の健やかな肌を育む ファンケル SDGs講座(キッズスキンケア)

肌不調の増加への対処

「肌の不調に悩む子どもたちをなくしたい」という想いで、小学生向けの「クリアアップシリーズ」を活用した小学生や親子向けのスキンケア講座を2024年12月に開始しました。肌の動きや、子どもの肌の特徴、適切なスキンケアについて実習を交えながら学ぶ講座です。子どもの頃から「正しいスキンケア」を知り、将来の肌トラブルを防ぐきっかけをつくります。また、肌との向き合い方を実際に体験することで、「自分の肌を大切にする習慣」を楽しみながら身につけていただけます。



正しい習慣のきっかけづくりとなる、スキンケア体験

「健やかな暮らし」を支え、内側からのアプローチで 健康寿命の延伸と生活の質(QOL)の向上をサポート

加齢とともに生じる健康課題への対処

健やかな毎日を支える製品を提案

超高齢社会において、いつまでも健康でイキイキと健やかな暮らしを送りたいというニーズが増える中、ファンケルは、加齢とともに生じる健康課題へ対応する製品やサービスを提供し、元気でアクティブな毎日をサポートします。



ウェルエイジ プレミアム

えんきん プレミアム

栄養の充足課題への対処

効率よく摂取できるサプリメントや食品

栄養不足による心や体の不調など、食に起因する健康課題を解決するには、日常的な食生活における栄養バランスの改善が必要です。ファンケルは、栄養課題解決に向けた取り組みとして、食事で補いきれない栄養を効率よく摂取するサポートとしてサプリメントや、発芽米、青汁などの食品を提供しています。



健骨サポート

マルチビタミン&ミネラル Base POWER



ファンケル銀座スクエアで実施した更年期講座

未来に向かう、 健やかな身体づくりのための社会活動

加齢とともに生じる健康課題への対処

ファンケル メノポーズアクション



更年期の多くの女性は、“更年期の悩みを周囲に相談しづらい”という意識を抱えています。そのため、当事者に寄り添うことと、周囲の方の理解を促す活動として2024年から「ファンケル メノポーズアクション」をスタート。神奈川県「未病^{※1}」の取り組みの一環である「ME-BYOスタイルアンバサダー^{※2}」の講座なども開催しています。

加齢とともに生じる健康課題への対処

神奈川県 健康支援プログラム

ファンケル本社がある神奈川県では、「100歳になっても笑顔で、いのち輝く社会」の実現を目指し、「未病^{※1}」を提唱しています。ファンケルは、その考えに共感し、活動に参画。「目の健康セミナー〜アイフレイル対策〜」のプログラムを提供し、自治体でセミナーを開催しています。

※1 健康と病気を二分するのではなく、その間の状態に目を向け、心身の状態をより健康に近づけていくという考え方

※2 神奈川県は、「未病改善」を多くの女性に実践していただくために、個人や企業による「未病スタイル」についての情報発信や、市町村や企業と連携したイベントを実施。ファンケルは、2023年から法人アンバサダーとして活動しています。



神奈川県未病センターでの「目の健康セミナー」

栄養の充足課題への対処

食育講座

子どもや子どもを取り巻く地域の方を対象に将来に向けた健やかな身体づくりへの貢献を目的として、地域交流や食育の場としても活用されている子ども食堂で、発芽米・青汁を活用した「食育講座」を行っています。近年は、共通の想いを持つ自治体や企業と連携した講座も実施しています。



愛媛県庁と共催した食育講座

一人ひとりが それぞれの場所で輝ける 社会づくりのための活動



私たちの社会活動の原点は、創業者が重症心身障がい者の通所施設の支援を行ったことに始まります。すべての人の人権を尊重し、さまざまな価値観や考えを持つ多様な人々が、“違いを認め合い、尊重し合うこと”や、“個性や可能性を發揮して新しい価値を生み出し続けること”を大切にします。誰一人欠けることなく輝ける社会づくりを目指し、活動を続けています。

アピアランスケア

外見の変化による不安に寄り添い、自分らしく過ごせる毎日へ

がんやがん治療による外見の変化があっても、自分らしく日常生活を送れるよう、がん患者の方のQOL向上を支援する取り組みを行っています。本取り組みは、2022年よりキリングループ横断で始動した、がん患者のアピアランスケアに関する課題解決に取り組むプロジェクトの一環です。冊子とWebサイトからなる「Nagomi time」を展開し、がん治療中のスキンケア・メイクの方法、食事、運動など、年齢・性別・治療方法を問わず、アピアランスケア全体を網羅した包括的な情報提供を行っています。



病院でのセミナー・イベントの様子

COLUMN

従業員の寄付活動

従業員一人ひとりの想いを集め、社会に届け続ける

働きながら気軽に参加しやすい社会貢献を目的とし、2007年に従業員による寄付活動「もっと何かできるはず基金」を設立しました。従業員が希望する金額(1口100円〜)を給与天引きで寄付する仕組みで、2025年12月末時点で延べ486団体に1.6億円を超える寄付を実施しています。

寄付先は、ファンケルグループのサステナビリティの3つの重点テーマ「健やかな暮らし」・「誰もが輝く社会」・「豊かな地球環境」と連動した活動を行っており、もっと何かできるはず基金の運営委員会の審議を通過した団体の中から、従業員投票により決定しています。



ファンケルセミナー

すべての方がいつまでも美しく健やかに 過ごせる社会を目指して

特別支援学校の高校生に向けた身だしなみセミナー

特別支援学校の高校生を対象に、卒業後に自信をもって社会人の一歩を踏み出す支援をしたいという想いで実施するセミナーです。自身で「基本の身だしなみ」を整えられることを目指し、洗顔やスキンケアなどの実習や講義を行います。特例子会社ファンケルスマイルの従業員が講師として活躍する機会にもなっています。

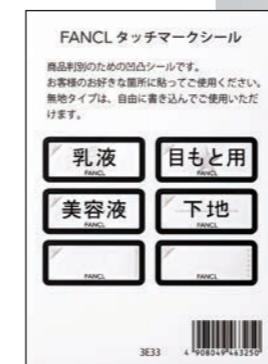


初めてでも安心して取り組めるよう講師が洗顔をサポート

視覚に障がいのある方に向けた スキンケア・メイクのセミナー

「見えなくても、見えにくくても、スキンケアやメイクを楽しんで、お出かけや人に会うことも楽しんでほしい」という想いでスキンケアやメイクをレクチャー。容器の識別をサポートするファンケル独自の「タッチマークシール[※]」も活用。負担少なく体験いただける工夫をしています。

[※]「容器が区別しにくい」などのご不便を感じていらっしゃる方に、触れるだけで商品を識別いただける凹凸シール



タッチマークシール



ファンケルスマイル

障がいの有無を超えて、一人の社会人として働き活躍できる場を広げる

障がいのある方の自立支援を目的として、1999年2月に特例子会社である株式会社ファンケルスマイルを設立しました。社名には、障がいの有無にかかわらず、人と人との心を結び合う原点は「笑顔」であるという想いが込められています。障がいのある方を“社会的弱者”として守るのではなく、一人の“社会人”として自立できるよう支援することを念頭に置き、業務内容は多岐にわたっています。化粧品・サプリメントのサンプルセット作業や容器洗浄業務など、ファンケルグループにとって欠かせない重要な業務を、各拠点で担っています。また、ファンケルスマイルにとどまらず、ファンケルグループ全体で障がい者雇用を推進しており、今後も多様な人財が活躍できる環境づくりに取り組んでまいります。



ファンケルスマイルの従業員



自然の恵みに感謝して。 原料・容器・設備に至るまで 環境に配慮した活動を推進

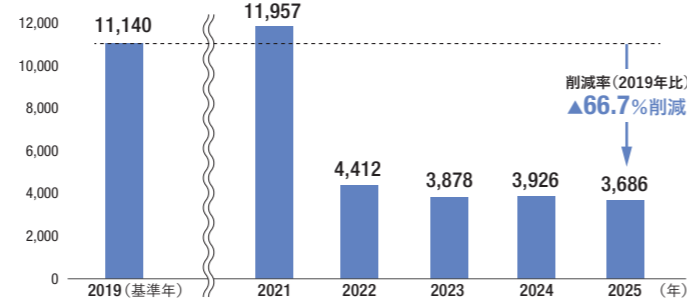
持続可能な社会の実現のために、企業活動のあらゆる面で自然の恵みに感謝し、地球環境の保全に貢献します。気候変動への対応を最優先に、プラスチック使用量の削減では4Rの観点で独自のアプローチもはかり、さらに環境に関する知識や意識を高める教育や啓発活動も行っています。

CO₂排出量の削減の取り組み

CO₂排出量を2050年実質ゼロへ

気候変動対応として2050年までにCO₂排出量(スコープ1+2)実質ゼロを目標に掲げています。グループ全体で省エネを徹底し、国内全12拠点で再生可能エネルギー由来電力を採用。電力使用量の大きな工場や物流センター4拠点で太陽光発電設備を導入しています。その結果として、19年比で66.7%削減しました。

ファンケルグループCO₂排出量(スコープ1+2)



滋賀工場に増設した太陽光発電

4拠点に太陽光発電を導入、 滋賀でカーポート型の設備を増強

太陽光発電を滋賀・群馬・三島の3つの工場と関西物流センターに導入しています。滋賀工場は駐車場を活用し、2025年4月にオンサイトPPA(カーポート型)の太陽光発電設備を増設。発電量は従来比4倍の年約150万kWhを見込んでいます。2025年の4拠点合計発電量は2,038MWh(前年比145%)となり、約858t相当のCO₂排出量の削減につながりました。

配達でもCO₂排出量削減への取り組みを推進

ファンケルの通信販売は、受領印不要でご指定の置き場所に商品をお届けする「置き配」のサービスを宅配会社と共同で開発し、1997年に業界で先駆けて導入しました。2025年2月からは「置き場所」と「日時」を同時に指定できるようになり、再配達削減による配送負担の軽減、CO₂排出量の抑制につながっています。今後も、お客様の利便性向上の視点と社会課題への配慮の両立を目指した配送の在り方を追求します。

現在普及した「置き配」のサービスを90年代より導入



製品の品質とともに大切な環境対応。 「4R」の観点で無添加を守る容器包装を独自開発

容器包装のプラスチック削減 (4R)

Reduce(減らす)
プラスチックの容器本体の軽量化

2004年と比較して… **約40%削減**



Reuse(再び使う)
つめかえ製品を発売

つめかえ製品は容器を捨てることなく、使い続けられることからプラスチックごみの削減につながる



Recycle(リサイクルする)
容器回収リサイクル

プラスチックの資源循環を推進

全国の直営店舗で回収



Renewable(代替素材へ)
環境にやさしい素材へ変更

再生由来プラスチック、植物由来プラスチックを採用



プラスチックの使用量の削減のために、容器包装の薄肉化や軽量化、紙などの他の素材への切り替えを積極的に進めるReduce、無添加の品質を保持する独自の包材でつめかえを実現するReuse、循環型社会への貢献を目指した化粧品容器の回収Recycle、そして再生由来、植物由来への切り替えRenewableといった4Rの観点で製品開発をしています。

お客様と共に循環型社会を目指す「FANCL リサイクルプログラム」は、 環境負荷低減・DE&Iの推進・地域貢献の要素を併せ持つ



「FANCL リサイクルプログラム」とは、ファンケルの使用済みのプラスチック化粧品容器を全国の直営店舗で回収し、新しい資源へと再生し循環型社会を目指す取り組みです。お客様にもご参加いただきながらさまざまな人の手を介して新たなものへと再生させ、地域貢献にもつなげている独自の資源循環プログラムです。

FANCL リサイクルプログラム



COLUMN

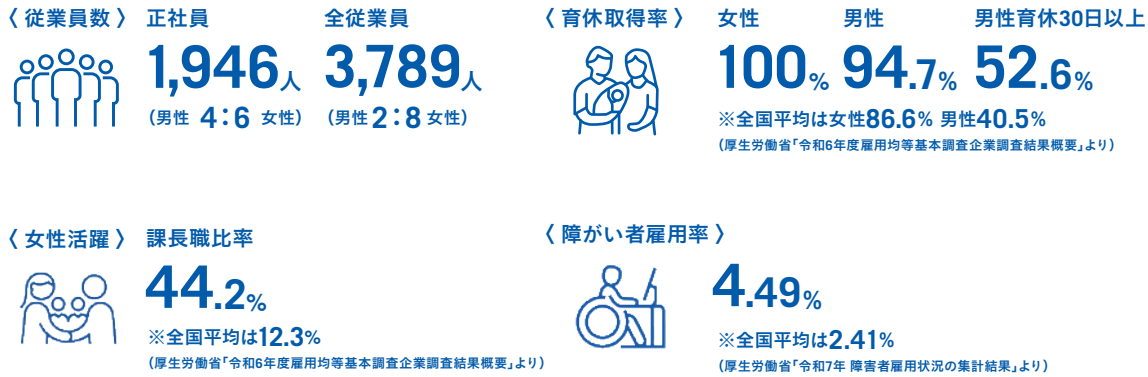
ケールの廃材も発酵技術で生物の飼料に。 愛媛県の「資源循環優良モデル」に認定。

愛媛県西予市の青汁工場ではケール搾汁残さを産業廃棄物として処分していましたが、酪農向け飼料として活用。技術開発に5年の歳月をかけサイレージ化*に成功しました。この飼料を食べた牛の糞は畑の肥料として利用され、その肥料で栽培された栄養豊富なケールは、再び青汁の原料として生まれ変わります。

*しぼりかすにビートパルプや乳酸菌などを配合して攪拌(かくはん)し、発酵させることで、栄養価の高い飼料へと加工すること。



数字で見るファンケルグループ



2025年12月末時点

会社概要

会社名	株式会社ファンケル (FANCL CORPORATION)
所在地	神奈川県横浜市中区山下町89-1
電話番号	045-226-1200(代表)
代表者	代表取締役 社長執行役員 三橋 英記
設立年月日	1981年8月18日
資本金	10,795百万円
事業内容	化粧品・健康食品の研究開発、製造および販売
親会社	キリンホールディングス株式会社

その他の外部評価

- ・女性活躍推進法に基づく優良企業「えるぼし」企業認定
- ・厚生労働省認定「くるみん」認定
- ・がん対策推進企業アクション「令和6年度がん対策推進優良企業」受賞
- ・PRIDE指標2025「ゴールド」認定
- ・「女性の健康経営@アワード」推進賞受賞

この会社案内に関するお問合せ先

株式会社ファンケル
〒231-8528 横浜市中区山下町89-1
広報・サステナビリティ本部
Email:official@fancl.co.jp



コーポレートサイトはこちら ファンケルオンラインはこちら ファンケルの店舗はこちら



2026年07月 初版