



このレポートに関するお問合せ先

株式会社ファンケル

〒231-8528 神奈川県横浜市中区山下町89-1
CSR推進室
TEL: 045-226-1518 FAX: 045-226-1203
E-mail: csr_promote@fancl.co.jp



このレポートは、植物油インキを使用して印刷しています。

FANCL

正直品質。

ファンケルレポート2018

ALL-FANCL,
ONE-FANCL 実行2020



創業者メッセージ

「常識の壁を破る!」というのが
ファンケルの原点です。



1970年代、化粧品公害という言葉が使われるほど、化粧品を使って肌トラブルに悩む女性が激増して大きな社会問題になっていました。

その原因の多くが、化粧品の使い過ぎや、化粧品を腐らせないために使われていた防腐剤をはじめとした保存料であることを知り、それなら化粧品が傷まないうちに使い切れる小さな容器(わずか5mL入り)に入れば、解決できることを発案して、化粧品トラブルで悩んでいた多くの女性を救うことができました。これが世界初の「無添加化粧品」となり、ファンケルが誕生したのです。

超高齢社会に入り、医療費の高騰が国家予算を悩ませています。この一番の解決方法は病人をつくらないことです。このことからファンケルは、1993年より健康食品の研究をはじめました。そして健康食品は、高くてもいいというイメージを払拭するために、日本で初めて「サプリメント」という言葉を使って、お求めやすい価格で販売をはじめました。

ファンケルのサプリメントは「体内効率」という言葉が示すように、体に最適な量を、長い時間にわたって、その効果を持続させることに力点を置いています。このことは他社にはない大きな特長です。

2016年には第二研究所を竣工させ、世界でもトップクラスの研究を続けています。

また、ファンケルは女性の活躍に力を入れており、2015年には「女性が輝く先進企業」に選ばれ、「内閣府特命担当大臣表彰」を受賞しました。

環境活動においては、環境負荷の低減に取り組みながら、より付加価値の高い製品やサービスの提供を続け、2018年2月には「平成29年度省エネ大賞(省エネ事例部門)」で「省エネルギーセンター会長賞」を受賞しました。

今後も引き続き「企業の社会的責任=CSR」について真摯に考え、新たな活動へも前向きに取り組んでいきます。

代表取締役

会長執行役員 ファウンダー

池森 賢二

【創業理念】

正義感を持って
世の中の「不」を
解消しよう

【経営理念】

「もっと何かできるはず」

「人間大好き企業」のファンケルグループは、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。

「不」の解消の軌跡

不安を安心に、不満を満足に、不便を便利に、ファンケルは世の中の「不」の解消を追求します。

1980

1980年

池森賢二が化粧品販売を個人創業。化粧品の通信販売を開始

1981年

ジャパンファインケミカル販売株式会社(現 株式会社ファンケル)を設立

1982年

添加物を一切使用しない、世界初の「無添加化粧品」の販売を開始



1989年

高品質・ハイセンス・リーズナブルプライスをコンセプトにした「アテニア化粧品」の販売を開始



1990

1992年

自宅の郵便受けに配達できる「ポストサイズ」の輸送箱を導入



1994年

健康食品(フード・サプリメント)の通信販売を開始



1995年

「ファンケルハウス」1号店を出店

1997年

インターネットサイトで注文受付を開始

1997年

指定された置き場所に、在宅・不在にかかわらず、受領印不要で製品を届ける「置き場所指定お届け」サービスを開始

1999年

肌着の販売を開始
発芽玄米の販売を開始

2000

2000年

通信販売で「ファンケルポイントアップサービス」を開始

2000年

“おいしく”“低価格”で“毎日気軽に購入できる”「ファンケル青汁」のコンビニエンスストアでの販売を開始



2004年

ファンケルのサプリメントと薬の相互作用を検索してお答えする「SDIシステム」として電話窓口を開設



2010

2015年

「機能的表示食品」制度を活用し「えんきん」「健脂サポート」「計圧サポート」の販売を開始



2016年

60代以上のマチュア世代向け化粧品「ビューティブーク」の販売を開始



2017年

ネスレ日本とファンケルの共同プロジェクト「ネスレウェルネス アンバサダー」専用カプセル製品の販売を開始



目次

ひとめでわかるファンケル	02	「不」の解消に向けたファンケルの挑戦		「企業価値」を支える力	
ファンケルの価値創造	04	Dialogue 01	18	環境への配慮	22
ビジネスモデル(製販一貫体制)	06	新たな価値が加わった「マイルドクレンジング オイル」でさらに市場を切り開く		ファンケルの人材	24
数字で見るファンケル	08	Dialogue 02	20	社会貢献活動	26
長期ビジョンと中期経営計画	10	問題解決に向けたネスレ日本との共同開発		ガバナンス	28
トップメッセージ	12			Webサイトのご案内	32
				会社情報	33

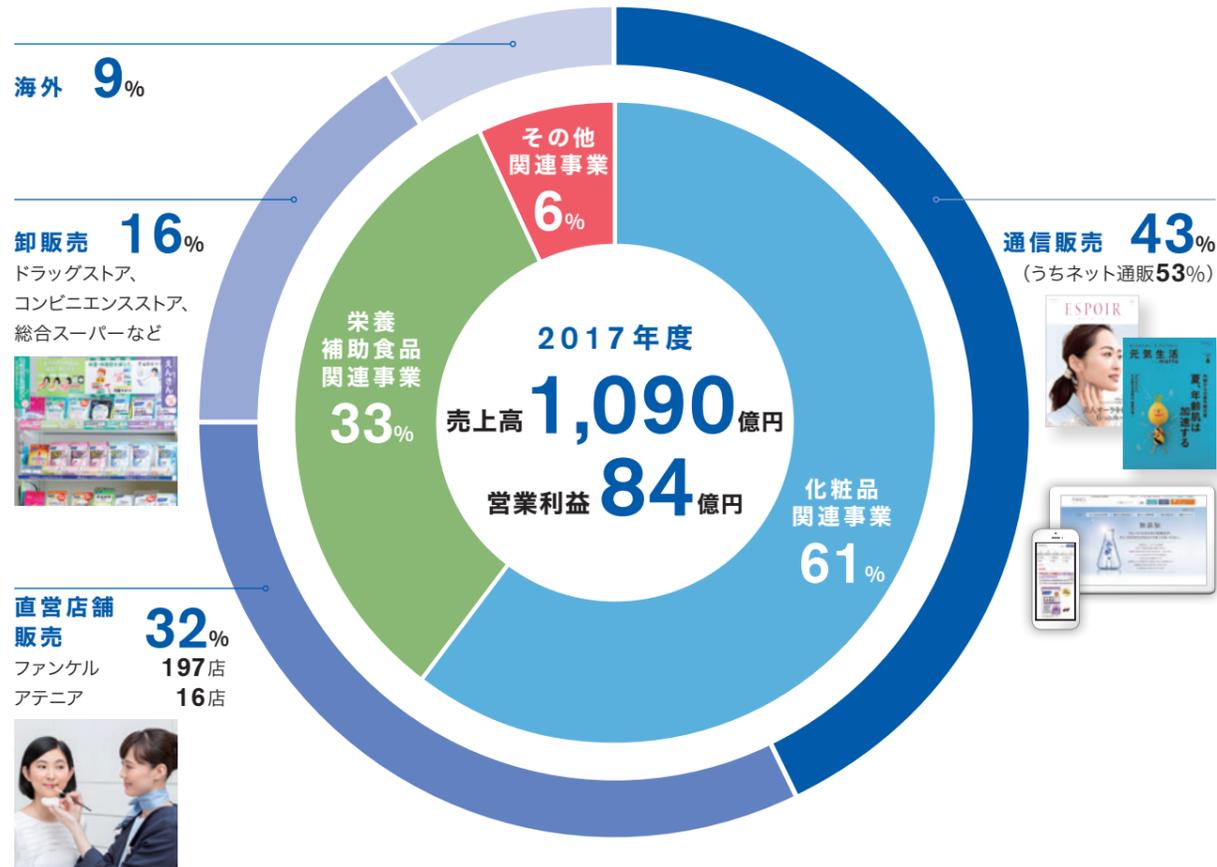
将来の見通しに関する記述についての注意

当レポートに記載されている将来の業績見通しは、当グループが現時点で入手可能な情報に基づき、作成したものです。実際の業績は、さまざまな要因の変化により、これらの見通しとは異なる可能性があります。

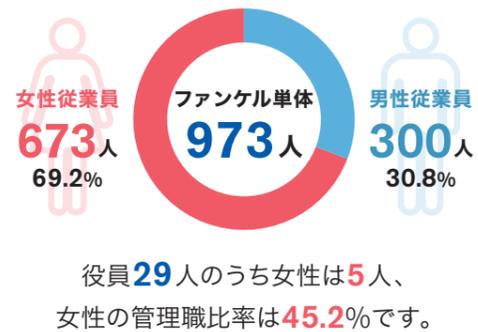
ひとめでわかるファンケル

ファンケルグループの事業は、化粧品関連事業、栄養補助食品関連事業を中心に世の中の「不」の解消に取り組んでいます。
時代のニーズに合わせた販売チャネルを展開し、通信販売、直営店舗販売、卸販売、海外で販売を行っています。

事業別・チャネル別売上高



ダイバーシティ～女性人材の活躍～



グローバル展開～販売国・地域～



美の領域

ファンケル化粧品

肌悩みにアプローチし、肌が美しくなるようとする力を引き出す「無添加化粧品」です。



マイルドクレンジングオイル 洗顔パウダー アクティブコンディショニング EX

boscia (ボウシャ)

ファンケルの無添加化粧品のDNAを活かし、2002年に米国で誕生したボタニカル化粧品ブランド。欧米の女性に高い支持を得ています。(日本未発売)



チャコール(ブラック) シリーズ

アテナイ

お客様に「価格以上に価値のある製品を提供したい」という想いから「高品質、ハイセンス、リーズナブルプライス」をコンセプトに誕生しました。



インナーエフェクター リフトジェネシス

肌着

女性の肌着に対する「不」を解消。「いたくない、かゆくない。あなたらしい美しさへ」を叶えるファンケルオリジナルの肌着です。



健康の領域

サプリメント

生涯にわたる健康づくりのパートナーとして一人ひとりのいきいきとした毎日を実現し、人生100年時代をサポートします。



えんきん 大人のカロリーリミット® ディープチャージコラーゲン

青汁・発芽米

毎日の食事から、健康へ。健康に欠かせない栄養成分がたっぷりと含まれています。



濃縮野菜 国産ケール100% 発芽米

ファンケルの価値創造

ファンケルでは「正義感を持って世の中の『不』を解消しよう」という創業者の想いが「創業理念」として従業員一人ひとりに脈々と受け継がれています。
 私たちは経営理念「もっと何かできるはず」を原点に、ファンケルブランドを磨いてきました。
 これまで培ってきたファンケルならではの価値創造の源泉を最大限活用し、「正直品質。」を実践することで、さらなる持続的成長と企業価値向上を目指します。



ビジネスモデル(製販一貫体制)

ファンケルは自社で研究・企画・製造した製品を、多様なチャネルで販売し、お客様のニーズや声をすばやく社内へ反映できる製販一貫体制を大きな強みとしています。「正直品質。」にこだわった安心・安全な製品づくりを続けています。



総合研究所

技術イノベーションで、美と健康における「不」の解消を実現します。

6つの研究組織で、化粧品やサプリメントの探索研究から基盤研究、製品開発までを担っています。2016年からは、脳科学研究、皮膚科学研究、製剤研究など、革新的なテーマで研究を進め、高い研究力で新しい製品を開発しています。

2017年度の主な実績

製品開発数			
ファンケル化粧品	86品	アテニア化粧品	38品
サプリメント	17品	青汁関連製品	2品
発芽米関連製品	1品		
特許出願数	61件		
学会発表数	47件		
論文発表数	14件		

研究員・有資格者数

研究員	196人
博士号	19人

総合研究所見学ツアー実績

美と健康の領域における基礎研究や基盤技術研究、応用研究や製品研究までを一貫して行う研究所です。こだわりの研究開発の様子をご覧いただけます。



1,473人 総合研究所



株式会社ファンケル美健 千葉工場

安心・安全を実現するため、製造過程における「正直品質。」を追求します。

国内5ヵ所にある生産拠点は安心・安全な製品をお客様へお届けすることを使命に、製造過程において「正直品質。」を追求しています。今後の労働人口減少に向け、ロボット化やAIの活用などを積極的に進めていきます。

生産拠点に関わる基準

株式会社ファンケル美健				
拠点	基準		FSSC 22000 ^{※2}	設備 クリーンルーム
	GMP ^{※1} 基準 化粧品	健康食品		
千葉工場	○	○		○
滋賀工場	○			○
横浜工場		○		○
群馬工場	○			○
長野工場			○	○

※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

工場見学ツアー実績

千葉、滋賀、長野の3工場で、工場見学を実施しています。化粧品工場では、医薬品製造レベルのクリーンな環境で、「安心・安全」な化粧品が作られる現場をご覧いただけます。



(3工場の合計) 6,638人 千葉工場



お客様のライフスタイルに合わせた多様な販売チャネルを展開しています。

美と健康に関わる電話相談や、サプリメントと薬の飲み合わせ情報をスピーディにお知らせする「SDI[※]システム」。店舗でのカウンセリングなど、お客様一人ひとりに合わせたパーソナルな対応で、安心・安全をお届けしています。

2017年度のお客様の声

	396,623件
[内訳] 質問	262,460件
要望・意見	117,471件
喜び	16,692件

2017年度の主な実績

直営店舗数	197店
卸先数	316社
SDI [※] システム相談件数	26,508件

※ SDI Supplement Drug Interaction

ファンケル 銀座スクエア見学ツアー実績

ファンケルの研究開発・技術・サービスを「知る」「学ぶ」「買う」「食べる」「癒す」など、あらゆる角度からさまざまな体験ができるトータルスペースです。よりパーソナルな美と健康体験ができます。



1,971人 銀座スクエア

社会課題への対応

持続可能な開発目標(SDGs)への賛同

国連が新たに提唱している持続可能な開発目標(SDGs)は、環境を守り、経済を進展させ、公正で安定した社会をつくらせていくための世界共通の17の目標です。ファンケルは、SDGsに賛同し、環境配慮や社会貢献活動において、ステークホルダーの皆様とともに、社会課題の解決を目指しています。



「国連グローバル・コンパクト」への署名

ファンケルは、グローバルに展開する企業として、2013年4月に「国連グローバル・コンパクト」に署名しました。グローバル・コンパクトが掲げる10原則とISO26000、GRIを活動基準に、各組織が課題を洗い出し、PDCAサイクルで業務遂行をしています。そして、常に正直に、高い透明性を持って、活動を報告していきます。



数字で見るファンケル

財務ハイライト

<p>売上高</p> <p>1,090 億円 (2017年度)</p> <p>↑ 第1期中期経営計画「広告先行成長戦略」(2015～2017年度)により過去最高を更新</p> <p>963 億円 (2016年度)</p>	<p>営業利益/営業利益率</p> <p>84 億円/8% (2017年度)</p> <p>↑ 前年比 +276.4%/+5.4pt</p> <p>22 億円/2% (2016年度)</p>	<p>ROE(自己資本利益率)</p> <p>8.5% (2017年度)</p> <p>↑ 第1期中期経営計画の目標値8%以上を達成</p> <p>7.3% (2016年度)</p>
<p>自己資本/自己資本比率</p> <p>748 億円/81% (2017年度)</p> <p>創業以来、「無借金経営」を貫き、強固な財務基盤を維持</p>	<p>1株当たり配当金/配当性向</p> <p>58 円/59% (2017年度)</p> <p>2年間にわたる特別配当により株主様に積極的に利益を還元</p>	<p>研究開発費</p> <p>31 億円 (2017年度)</p> <p>研究開発型メーカーとして独自の技術力・価値向上を図る</p>

財務情報について www.fancl.jp/ir/library/finance_report/

人材

<p>女性・従業員比率/管理職比率</p> <p>69.2%/45.2% (2017年度)</p> <p>67.3%/45.9% (2016年度)</p> <p>キャリア形成のための支援や柔軟な働き方に対応した制度を導入</p>	<p>外国籍の従業員数</p> <p>71 人 (2017年度)</p> <p>67 人 (2016年度)</p> <p>海外部門や店舗販売で活躍</p>	<p>人材に関する外部評価</p> <p>NIKKEI Smart Work 審査委員特別賞 日経スマートワーク大賞 2018 審査委員特別賞</p> <p>「えるぼし」企業に認定</p> <p>厚生労働省認定、子育て支援「くるみんマーク」を取得</p>
--	---	---

環境

<p>CO₂排出量(売上高1億円当たり)</p> <p>10.7 トン/億円 (2017年度)</p> <p>12.1トン/億円(2016年度)</p> <p>グループ全体でCO₂排出量削減の取り組みを実施</p>	<p>資源化率</p> <p>82% (2017年度)</p> <p>72.5% (2016年度)</p> <p>従業員のゴミ分別体験で資源化率向上</p>	<p>滋賀工場の太陽光発電量</p> <p>使用電力の16.3% (2017年度) (431,709kWh)</p> <p>19.0% (2016年度) (405,823kWh)</p> <p>環境のモデル工場として滋賀工場は太陽光パネルを活用</p>
<p>環境保全コスト</p> <p>343 百万円 (2017年度)</p> <p>362 百万円 (2016年度)</p> <p>環境負荷低減のための設備投資</p>	<p>紙の使用量</p> <p>11,477 トン (2017年度)</p> <p>11,768 トン (2016年度)</p> <p>グループ全体で紙の使用量削減に努めている</p>	<p>「家庭でエコプログラム」CO₂削減量</p> <p>△298.7 トン (2016年度)</p> <p>△249.3 トン (2015年度)</p> <p>従業員が家庭でのCO₂排出量削減に参画</p>

社会

<p>ファンケルセミナー開催数/従業員参加数</p> <p>154 回/203 人 (2017年度)</p> <p>152 回/180 人 (2016年度)</p> <p>ハンディキャップのある方へ「メイクや身だしなみのセミナー」を実施</p>	<p>「もっと何かできるはず基金」従業員加入率</p> <p>79.5% (2017年度)</p> <p>80.5% (2016年度)</p> <p>2007年に誕生した従業員による寄付活動</p> <p>「もっと何かできるはず基金」のシンボルマーク</p>	<p>見学ツアー参加者数</p> <p>12,439 人 (2017年度)</p> <p>6,024 人 (2016年度)</p> <p>工場や研究所など、お客様の見学ツアーを実施</p>
--	---	--

ファンケル見学ツアーについて www.fancl.jp/tour/

長期ビジョンと中期経営計画

ファンケルグループは、創業以来、美と健康に関わる価値提供に取り組み、2030年には創業50周年を迎えます。2030年の世の中は少子化とともに超高齢化が進み、労働人口が減少するなど、大きく変化することが予想されます。このような環境の中でも、ファンケルグループが新たな価値の創造を続け、持続的な成長を図るため、2030年に目指す姿を「VISION2030」とし、その実現に向けて取り組む最初の3ヵ年計画を第2期中期経営計画「実行2020」～未来をつくる～として策定しました。

「VISION2030」

～世界中を、もっと美しく、ずっと健やかに～

2030年のファンケルグループは、ベンチャーとしてさまざまな事業領域に挑戦し、それぞれの事業が、日本にとどまらず広く世界で、より多くのお客様の美しく健康で豊かな生活を支え、信頼され愛される企業集団となることを目指します。

美領域	多様な価値観に合わせブランドの多角化を図るとともに、化粧品の枠を越え、「美しくあるため」のファッションやライフスタイル提案型の事業展開を目指します。
健康領域	人生100年時代をサポートする、新たな健康事業の展開に取り組み、世の中で最も使用いただけるサプリメントブランドを目指します。
共通	ファンケル、ボウシャ、アテナアがそれぞれ積極的に海外に展開し、世界中のお客様に愛用されるブランドを目指します。

VISION2030ロードマップ



第2期中期経営計画「実行2020」～未来をつくる～

数値目標		
売上高	営業利益	ROE(自己資本利益率)
1,260億円	126億円 (営業利益率10%)	10%
方針		
1 事業戦略		
化粧品	ファンケル化粧品	【国内】 1 ブランドの多角化 2 メイク、ヘアケア、パーソナルコスメなどの育成強化 【海外】 アジアを重点地域と位置付けるとともに、北米市場に再チャレンジ
	アテナア	1 プレステージブランドユーザーの期待に応える製品の発売 2 コレクション(ファッション)の強化
	ボウシャ	北米の強化および欧州・中近東への進出
健康食品		【国内】 1 スター製品の育成および製品の統廃合 2 パーソナルサプリメントの展開 3 ファンケルブランドと他社リソースを活用したBtoBビジネスの強化 【海外】 中国を最重要市場と位置付け、本格進出
2 チャンネル戦略		
通信販売	自社通販(ファンケルオンライン、カタログ通販)と外部通販との棲み分けにより売上と利益の最大化を図る	
直営店舗販売	「体験」を軸としたショールームとしての役割を明確にし、好立地に厳選した出店と「優良」で「同質化しない」店づくりを行う	
卸販売	卸販売専用の製品などを定期的に発売し、1店舗あたりの売上拡大に取り組む	
3 広告戦略		
<ul style="list-style-type: none"> ■ 将来に向けての投資と位置付け、年間150億円台の広告投資を継続 ■ 企業広告「正直品質。」と製品広告の両輪で展開し、ブランド価値向上と売上拡大を図る ■ SNSなどのWebを積極的に活用し、広告効果の最大化を図る 		
4 経営基盤・ESG		
<ul style="list-style-type: none"> ■ 成果につながる研究開発の強化、製造・物流・システムなどのインフラへの投資、経営基盤を支える人材の育成強化 ■ 環境配慮や社会課題への貢献、企業統治の強化により、「正直品質。」に基づくファンケルブランドを磨き上げ、持続可能な経営基盤を確立する 		
5 株主還元		
株主の皆様に対する利益還元を経営の重要課題の一つと捉え、株主還元を強化		
配当	連結配当性向40%程度およびDOE(純資産配当率)5%程度を目途に配当金額を決定	
自己株式の取得	設備投資等の資金需要や株価の推移などを勘案し、資本効率の向上も目的として機動的に実施	
自己株式の消却	発行済株式総数の概ね10%を超える自己株式は消却	

中期経営計画の詳細な情報は下記Webサイトをご覧ください
www.fancl.jp/ir/management/plan/

「広告先行成長戦略」により
業績はV字回復。
「VISION2030」の実現に向け、
第2期中期経営計画「実行2020」を
推進します。



代表取締役 社長執行役員 CEO
島田 和幸

第1期中期経営計画(2015~2017年度)「広告先行成長戦略」の成果

2013年に創業者の池森賢二が経営に復帰し、ファンケルをもう一度再成長できる会社にするために、赤字部門の解消や将来に向けての投資などさまざまな構造改革を実行し、本格的に打って出られる体制が整ったことから、2015年度に満を持して第1期中期経営計画「広告先行成長戦略」をスタートさせました。

第1期中期経営計画では「戦略的な広告投資」、「広告効果を最大化するための卸販売、直営店舗販売チャネルの拡大」、「クロスセルの強化」を方針として打ち出し、大きな成果を上げることができました。

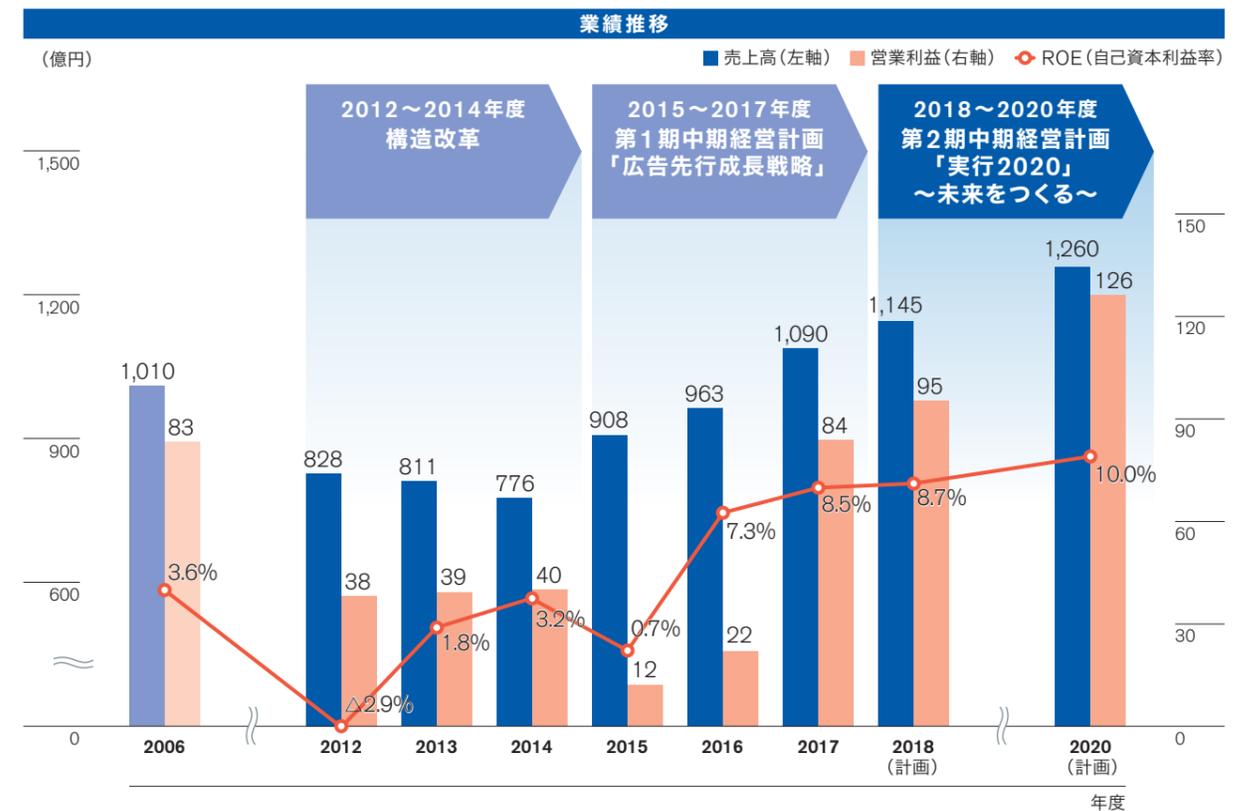
業績はV字回復を果たし、2017年度は11年振りに過去最高売上を更新しました。またROE(自己資本利益率)も当初目標の8%を超える水準まで改善しました。

第2期中期経営計画(2018~2020年度)「実行2020」~未来をつくる~

2018年度を初年度とする第2期中期経営計画は、「成長軌道で収益力向上。そして、海外事業の本格成長に向けた基盤固め」の時期と位置付け、「『実行2020』~未来をつくる~」と銘打ちました。「ALL-FANCL, ONE-FANCL」をスローガンに全社一丸となって取り組みます。

最終年度である2020年度に、売上高1,260億円、営業利益126億円、ROE10%の達成を目指します。

既存事業をしっかり伸ばしながら、将来への種まきとして新規事業にも取り組み、2021年度以降のさらなる成長につなげていきます。



化粧品

ファンケル化粧品はブランドの多角化とグローバル展開を強化

■ ファンケル化粧品

ファンケル化粧品は、国内売上高が450億円に達し、単一ブランドとしての成長余地が狭まってきているため、新たなターゲット層の開拓が重要となります。そのために、ターゲット別にブランドの多角化を図ります。

60代以上のマチュア世代向けのブランド「ビューティブーク」(2016年10月発売)に加え、アラサー世代向け新ブランド「AND MIRAI」(2018年4月発売)、アラフォー世代向け新ブランド(2019年度発売予定)を投入し、新しいお客様層を開拓します。

この3年間は国内だけでなくグローバル展開も強化します。すでに進出している中国や香港、台湾、シンガポールに加え、そのほかのアジア地域に順次進出します。さらに、アメリカでファンケルブランドの拡大に再チャレンジします。

ブランドの多角化		
	代表製品	チャネル
FANCL Prestige 高品質	パーソナルコスメ	国内一部百貨店・(海外)
The FANCL こだわり高品質 「濃縮×無添加」	無添加スキンケア、 無添加メイク、 無添加ヘアケア など	通販・ 直営店舗
Neo FANCL 手軽に大容量 「発酵×無添加」	「マイルドクレンジング オイル」、 「洗顔パウダー」など	通販・ 直営店舗・ 卸
	「ビューティブーク」 (60代～)、 「AND MIRAI」 (30歳前後)、 新ブランド (40歳前後)	卸 (通販・ 直営店舗)

アテニア、ボウシャが事業をけん引するブランドに成長

■ アテニア

アテニアは「一流ブランドの品質を、1/3価格で提供する」という創業の原点に立ち返り完全復活を果たしました。2018年度からは「再成長ステージ」と位置付け、事業拡大に取り組みます。

化粧品はプレステージブランドユーザーの期待に応えられる革新性や独自性のある製品を絶え間なく投入し、お客様の拡大を図ります。また上質なアパレルや雑貨を展開するコレクションを重点カテゴリーに位置付け、強化します。

さらにWebを活用した独自の循環型コミュニケー

ションモデルを進化させ、お客様の共感、ネット上での拡散を一層強力なものとしていきます。

■ boscia (ボウシャ)

北米を中心に展開するボウシャは革新的な製品の投入などにより、2017年度は16期連続で過去最高売上を更新しました。2018年度は「グローバル化元年」と位置付け、北米エリアをさらに強化するとともに、新たに欧州・中近東に進出します。

また現状の卸販売からネット販売の強化や直営でのモデル店舗の出店など、独自の販路開拓にも取り組みます。



スキンケア クレンジング オイル



アテニア ホワイトジェネシス



チャコール(ブラック)シリーズ

健康食品

既存事業の強化に加え、サプリメントのユーザー層を広げるためのBtoBビジネスの展開、個々人のニーズにきめ細かに応える「パーソナルサプリメント」の発売により、事業の成長を図ります。

スター製品の育成とともに、製品の統廃合により収益性の向上を図る

「カロリーミット®」や「えんきん」、「年代別サプリメント」に続き、「内脂サポート」など、次期スター製品の育成強化を図ります。「内脂サポート」は男性の比率が高く、40代以上の中高年、健康意識の高いお客様が多いのが特徴で、有望な製品と考えています。数年かけて「カロリーミット®」、「えんきん」並みの規模に育成します。

今後も中高年の健康の悩みに応える機能性表示食品を軸に、ファンケルの技術力に基づいた製品開発を行います。

併せて製品の統廃合を継続的にを行い、目的に応じた選びやすい製品体系に再編することで収益性の向上も図ります。



カロリーミット® えんきん 年代別サプリメント 内脂サポート

パーソナルサプリメントの発売により、独自のマーケットを創造

2018年度にパーソナルサプリメントを発売し、他社が手掛けていない独自のマーケットを創造します。通販をメインチャネルに、問診と検査結果に基づいて、お

客様お一人おひとりに必要な栄養素をパーソナルに提供するサプリメントを発売します。

ファンケルブランドと他社リソースを活用し、BtoBビジネスを強化

当社のブランドや研究力、技術力と他社のリソースを活かしたBtoBビジネスを強化し、食を通じた新たなサプリメントの摂取機会を創造します。

すでに取り組みをしているネスレ日本株式会社、ガイドードリンク株式会社では、相手先の期待を大きく上回る実績を残しており、次の事業展開にも前向きに取り組んでいます。



ネスレ ウェルネス アンバサダー



大人のカロリーミット® 玉露仕立て緑茶プラス

中国サプリメント事業を将来の成長の柱に

中国を最重要市場と位置付け成長の柱とします。当社は2017年度に中国最大の医薬品企業である中国医薬集団総公司の子会社・中国国際医薬衛生有限公

司と、中国の健康食品事業に関する代理店契約を締結しました。中国市場への本格進出に向け、鋭意準備を進めています。

経営基盤の強化とESGの取り組み

成果につながる研究開発を強化し、製造・物流・システムなどのインフラへ先行投資を行い、成長基盤を築くとともに、経営基盤を支える人材育成にも積極的に取り組みます。

経営基盤の強化

研究	<ul style="list-style-type: none"> ■ 新たなスター製品やグローバルで販売する製品開発を加速 ■ 当社の独自技術を活かしたOEM製品や加工食品の開発 	 <p>千葉工場サプリメント充填機</p>
製造	<ul style="list-style-type: none"> ■ 売上拡大を見据えた国内生産体制を構築 (サプリメントの生産能力の増強/ロボット化・自動化など) 	
ITシステム	<ul style="list-style-type: none"> ■ IT基盤再構築プロジェクト「FIT」をさらに推進 全チャネルのシステム統合(2018年夏) マーケティングデータの充足/AIの活用(2020年) 	 <p>ファンケル大学研修風景</p>
物流	<ul style="list-style-type: none"> ■ 運賃値上げの影響を最小化する物流業務の効率化 ■ 売上拡大を見据えた新たな物流センターの構築準備 	
人材	<ul style="list-style-type: none"> ■ 経営理念を体現する人材の育成 ■ グローバル人材の育成 ■ 直営店舗・窓口スタッフの販売力/専門性強化のための人材育成 	

創業理念「正義感を持って世の中の『不』を解消しよう」に基づいた経営を行い、お客様をはじめ、すべてのステークホルダーの皆様に必要な企業であり続けることを目指し、ファンケルグループ サステナブル宣言「未来を希望に」を策定しました。

環境面では「ECOプラン」に基づき、環境に配慮した製品の拡大などに取り組みます。また、お取引先様とともに地球環境に配慮した調達を行ってまいります。社会ではハンディキャップのある方へのファンケルならではの

の取り組みや、「みんな違ってあたりまえ」のスローガンのもとダイバーシティ経営をさらに推進します。

ガバナンスは、企業統治のさらなる強化と2013年からスタートした創業者池森賢二の後継者を育てる「池森経営塾」において、次世代経営層の継続的な育成に努めます。

これらの取り組みにより、「正直品質。」に基づくファンケルブランドを磨き上げ、持続可能な経営基盤を確立します。

ESGの取り組み

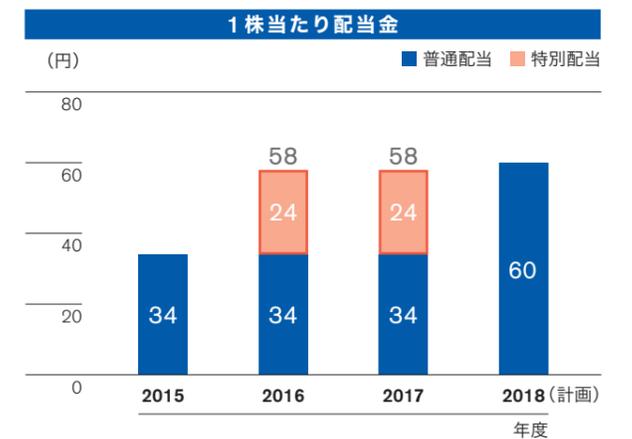
環境	<ul style="list-style-type: none"> ■ ファンケルグループ「ECOプラン」に基づき、環境に配慮した製品の拡大に取り組むとともに、情報発信を強化 ■ 地球環境に配慮した調達 	
社会	<ul style="list-style-type: none"> ■ ハンディキャップのある方の自立の応援 ■ 「ダイバーシティ経営」の推進 ■ 「健康経営」のさらなる推進。活力ある職場環境へ 	
ガバナンス	<ul style="list-style-type: none"> ■ 「池森経営塾」による次世代経営層の育成 ■ 中長期的な業績やキャッシュフロー、資本効率を考慮した株主還元 ■ 株主・投資家の皆様との対話強化 	

株主還元方針の変更により株主様への利益還元を一層強化します

2018年度から配当金額の決定にあたり、新たにDOE(純資産配当率)を基準に取り入れ、業績動向に応じた利益配分かつ安定的な配当を実施します。

配当方針

連結配当性向**40%**程度および
DOE(純資産配当率)**5%**程度を目途に
配当金額を決定



第2期中期経営計画「実行2020」～未来をつくる～の達成に向けて

私が社長になった際に、最も大切にすることが、役員・従業員全員と一緒にやっていくということです。研究、製造、事業、販売が一体となって全体の力を発揮できる体制にしたいという想いから「ALL-FANCL, ONE-FANCL」というスローガンをつくりました。今では社内のさまざまな場面でチームプレーができるようになったと感じます。

私は「この会社」、「製品」、「お客様」が好きで、ずっとファンケルで働きたいと思っている従業員が働き続けられる会社になりたいと強く思っています。そのため

にはいつも元気で稼ぎ続けられる会社でなければなりません。「停滞は後退」ということを常に意識し、将来を見据え、新しいことにチャレンジしなくてはなりません。

ファンケルの持つ信用力、お客様との強い結びつき、高い技術力をもとにファンケルの価値の最大化を図ります。全社一丸となってやり抜き「実行」することで、しっかり成長させていきます。ステークホルダーの皆様のご期待に応えられるよう取り組んでまいりますので、引き続きご支援を賜りますようお願い申し上げます。

“ファンケルの持つ信用力、お客様との強い結びつき、高い技術力をもとにファンケルの価値の最大化を図ります。”

代表取締役
社長執行役員 CEO

島田和幸



新たな価値が加わった 「マイルドクレンジング オイル」でさらに市場を切り開く



2017年11月、ファンケルは20周年を迎えた主力製品である「マイルドクレンジング オイル」(以下、マイクレ)をリニューアルしました。リニューアルに関わった各部門のメンバーが、挑戦した「新機能」の開拓や、新たな価値について語り合いました。

製販一貫体制でスター製品の進化に挑む

寺本 マイクレは、オイルクレンジング分野の売上シェアNo.1を誇るファンケルの大ヒット製品です。それでも現状に満足することなく、新機能を追加し、さらに良い製品を生み出すというミッションのもと、今回のリニューアルを実行しました。

三譯 研究所では、まず原点に立ち返り、お客様の「不満」がどこにあるのかを徹底的に洗い出しました。ファンケルには「ヤッホーシステム」というお客様の声を、従業員が共有できる仕組みがあります。お客様の声に加え、マイクレを使ったことがない方へのアンケート結果も合わせて分析を徹底的に行った結果、多くの方が「毛穴の黒ずみ(角栓)を気にしている」、「オイル

タイプのクレンジングは肌が乾燥する」という結果が得られたため、「毛穴ケアの機能アップ」と「肌の保湿」を目的に新処方にチャレンジすることにしました。

寺本 商品企画でも、三譯さんの試作品が目標としている使用感になっているのかを厳しく評価しつつ、さらに毛穴の黒ずみを気にしている女性従業員にも協力を仰ぎ、何度もサンプル評価を繰り返しました。

川島 工場では、処方が変わったため製造工程の改変を行いました。より効率的な工程になったことで、品質を変えることなく省エネルギー化にも大きく寄与し、結果、労働時間も改善することができました。

マイクレは4秒に1本売れる製品で、ファンケル美健の3工場(千葉、群馬、滋賀)で最も生産量が多い製品です。リニューアルには3工場の連携が不可欠でしたが、各工場関係者の協働で、リニューアルを無事終えることができました。

研究の三譯さんとは、検討段階から連携することで、品質も環境でも納得できる製品を安定的に立ち上げることができました。

お客様に愛され続けるために、 私たちができること

平井 電話窓口では、この新たに加わった機能を、「変わる肌」、「なれる肌」としてお客様にイメージしてもらえよう、研究、企画部門と協力しながら、トークマニュアルを作成しました。発売の直前には寺本さんから、開発秘話や苦労話を直接オペレーターに伝えてもらいました。マニュアルには記載されていない開発者の生の声を共有することで、熱い気持ちを持ってお客様に製品の魅力を伝えることができています。

井上 お客様と直接対面する私たち店舗販売部は、新機能に加え、プロジェクトメンバーの皆さんの製品に込めた思いも含め、リニューアル製品の素晴らしさを実感してもらうことに努めています。

店舗ならではの「体験」を活かし、製品力の高さを実感いただいたり、お客様との会話の中で「リニューアルポイント」をわかりやすくお伝えできるよう、店内で勉強会を開催するなどして、OJT(職業教育)にも取り組みました。

また、開発段階のモニターとしても参加しました。気になった点をアンケートでフィードバックしたところ、完成品ではしっかりと改善されていました。

ALL-FANCL, ONE-FANCLで取り組む

平井 リニューアルしパワーアップしたマイクレは大変好評で、愛用者の方からもお喜びの声をたくさん頂戴しています。まだマイクレを使ったことがないお客様にも、自信を持っておすすめしています。

寺本 店舗や電話窓口から届けられる「お客様の声」は、お客様と会社をつなぐ大切なもので新しいチャレンジにつながっています。これからもチャレンジ精神を忘れず、もっとファンケルファンを増やしていきたいです。そして「不」の解消の実現に向け、ALL-FANCLで全社一丸となって業務に取り組んでいきます。



Dialogue 02



問題解決に向けた ネスレ日本との共同開発



ファンケルとネスレ日本は、栄養や健康の問題解決に共同で取り組むプロジェクトを開始しました。第1弾として「ネスレ ウェルネス アンバサダー」専用カプセル製品を共同開発。この開発に関わった主要メンバー3人による座談会を実施しました。

津田様 ネスレ日本は健康寿命の延伸のためのサービス「ネスレ ウェルネス アンバサダー」を2017年春から開始しましたが、より多くのお客様のニーズに応える製品を開発するために、サプリメントのパイオニ

アであり、高い技術力と幅広い知見を持つファンケル社に共同開発をお願いしました。

今回のプロジェクトは非常にタイトなスケジュールでしたが、ファンケル社の持つ「お客様の目線に立ち問題を解決する」という価値観にはとても共感でき、良好な関係のもと、スムーズに進行することができました。

若山 そうですね。この価値観が同じであったからこそ、お互いの意見を尊重し、メンバーが一つになり、さまざまなハードルを乗り越えていくことができました。また、挑戦することを恐れない姿勢も同じでした。両社とも決して「できない」と口をせず、「どうしたらで



きるか」という視点で意見が交わされ、問題を解決していききました。特に「飲料としてのおいしさ」に関しては、徹底的にこだわりました。

津田様 味については、お互い納得がいくまで膨大な量の試飲をしましたね。高いレベルのお願いをすることもありましたが、ファンケル社はいつも私たちの想像を超えるアウトプットを出してくれました。その源泉になるのが、風通しの良い社風ではないでしょうか。研究部門をはじめとする各部門が連携した一枚岩の「ものづくり」が素晴らしいと感じました。

塚本 ネスレ日本社からは、業務を推進するスピードやお客様をワクワクさせる発想力など学ぶことがとても多く、私個人としても成長を実感しています。

若山 ファンケルは製販一貫体制なので、これまでは自社の製品開発が多かったのですが、これからの時代はお互いの強みを組み合わせ、新たな価値を生み出すことがますます必要になると思います。その意味でこのコラボレーションの実現は、今後ファンケルが成長していくための大きな試金石となりました。

津田様 実際に製品を飲まれたお客様からは「自分にぴったりなものに出合えて嬉しい」、「長年の問題が解決された!」などの喜びの声をいただいています。やはりファンケル社のブランド力と信頼はとても強力です。

塚本 ありがたいお言葉です。ファンケルも今回のチャレンジに関して、お客様や投資家様から、店頭や窓口を通してたくさんの好意的なお声をいただきました。また、なによりも販売数量が当初計画を大きく上回って伸ばしていることがとても嬉しいです。

津田様 今後は製品開発だけでなく、プロモーションの面でも連携を進め、よりお客様が健康で美しくなれるよう両社の強みを活かしていきたいですね。

若山 もちろんです。今回のコラボレーションを通して、次回のアイデアもどんどん生まれています。中長期的な視点でサービスを発展させていきますので、今後ともよろしくお祈りします。



ネスレ
ウェルネス抹茶
レッド

ネスレ
ウェルネス抹茶
カロリーミット®

ネスレ
ウェルネスラテ
“キレイ”な毎日を
サポート

津田 匡保 様

ネスレ日本株式会社
Eコマース本部
ダイレクト&デジタル推進事業部
部長

塚本 佑子

株式会社ファンケル
マーケティング本部
事業企画部
発芽米・青汁事業企画グループ

若山 和正

株式会社ファンケル
取締役 執行役員
マーケティング本部
副本部長

全国のファンケル直営店舗で 試飲会・サンプリングキャンペーンを実施

第1弾、第2弾と共同開発品の発売にあたり、全国のファンケル直営店舗で、試飲会やサンプリングキャンペーンを実施し、たくさんのお客様にお試しいただきました。

ファンケルの試飲会をきっかけに製品を購入される方も多く、早くも第3弾の発売に期待を寄せる声が聞かれました。



ファンケル 銀座スクエアで行われた試飲会

「企業価値」を支える力 — 環境への配慮 —

環境方針

企業活動のあらゆる面において、「自然のめぐみ」に感謝して、環境・生物多様性の保全に貢献することを目指します。

グループ全体で行う温暖化対策で「省エネ大賞」受賞



目標：2030年度のCO₂排出量26%削減(2013年度比)

工場や事務所、直営店舗など、各拠点の設備・機器類のネットワークを構築し、エネルギーの使用状況を一括把握することで、効率的に省エネ対策に取り組んでいます。

グループ全体で行うCO₂削減の取り組みが認められ、2018年2月には「平成29年度省エネ大賞(省エネ事例部門)」で「省エネルギーセンター会長賞」を受賞しました。(主催：一般財団法人 省エネルギーセンター)

受賞テーマ

「統合型省エネプラットフォーム」導入によるグループ全体での省エネ活動。

各事業所の設備・機器類のネットワーク構築を行い、「電気の見える化」を実現し、すべての環境情報の一括管理を実現。特に「ボイラー」と「コンプレッサー対策」、「空調対策」に重点的に取り組んだことで、大幅な省エネとコスト削減に成功しました。



従業員の環境教育

「まじめに、楽しくeco」をテーマに、従業員の環境教育を積極的に行っています。

主な研修

ごみ分別体験

職場内の廃棄物削減のため、全従業員が正しくごみ分別できるように、体験研修を行っています。

家庭でエコプログラム

家庭で使用した電気、ガス、水道の使用料金が目標を達成した場合、ギフト券を支給します。家族と楽しみながら環境活動に取り組んでいます。

新入社員の環境研修

新入社員が山梨県道志村にある「ファンケルスマイルフォレスト」で間伐作業や植樹を行います。



ごみ分別体験の様子



従業員による家庭でのCO₂削減活動「家庭でエコプログラム」



「家庭でエコプログラム」の推移



■ CO₂排出量削減に成功した従業員数(左軸)
 ○ CO₂排出削減量(右軸)
 ※2017年度は集計中



新入社員の環境研修

→ SDGsの対応についてはP07をご参照ください

地球にやさしい、お客様にやさしい製品・サービス



TOPICS FANCL happy eco ～お客様とともに未来をつくる～

2018年6月、「ファンケルecoマーク基準」をクリアした証しとして「ファンケルecoマーク」を制定。今後も環境に配慮した製品の拡充に取り組むと同時に、環境情報の発信を強化し、お客様とともに環境活動を行っていきます。



ファンケルecoマーク

「企業価値」を支える力ーファンケルの人材ー

従業員一人ひとりの個性や多様な価値観を尊重しながら「人間大好き企業」として、ともに成長を目指しています。

人材に対する考え方

人事理念

社員が夢を持って働ける会社にする

人事ビジョン

「世のため人のためにチャレンジする人」、「成長を望む人」、「結果を出す人」が集まる環境をつくる

NIKKEI Smart Work 「日経スマートワーク大賞 2018 審査委員特別賞」を受賞

経営に関する従業員評価

ファンケルグループでは、全従業員を対象に、働き方や経営に関する評価を実施しています。アンケート結果から現在の経営や働く環境に対し、高い満足度があることがわかりました。今後も柔軟な働き方を目指し、積極的に働き方改革を進めていきます。

経営に関する従業員評価（複数回答）



「地域限定正社員」を新設、契約社員とパート社員を「無期労働契約」に切り替え

2018年4月1日以降、ファンケルグループでは、全国の直営店舗で働く契約社員全員を「地域限定正社員」として契約を切り替え、本社部門、工場部門で働く契約社員とパート社員、直営店舗で働くパート社員、計891人を「無期労働契約」に切り替えました。

「長く安心してファンケルグループで活躍していただきたい」との考えから、今後も働き方改革を進め、従業員全員が一生懸命働き続けられる労働環境を整えていきます。

ダイバーシティ経営のさらなる推進

スローガン

「みんな違ってあたりまえ」

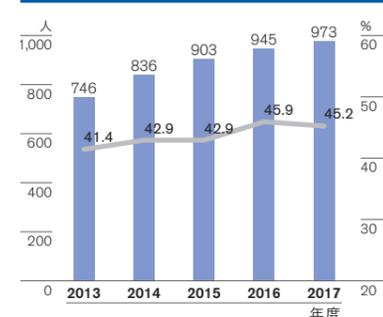
方針

「人間大好き企業」のファンケルグループは、「みんな違ってあたりまえ」というスローガンのもと、様々な価値観や考え方を持つ多様な人材が個性や能力を発揮し、新しい価値を生み出し続けることを目指しています。

厚生労働省認定、子育て支援「くるみんマーク」を取得

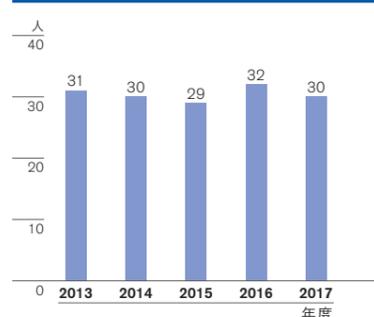
「えるぼし」企業に認定

従業員数・女性の管理職比率



■ 従業員数(左軸)
■ 女性の管理職比率(右軸)

60歳以上の従業員数※



※ 有期雇用含む

障がい者雇用数・雇用率※



■ 障がい者雇用数(左軸) ※ 特例子会社含む
■ 障がい者雇用率(右軸) 法定雇用率は2.2%

→ SDGsの対応についてはP07をご参照ください

働き方の多様化を支援する独自の取り組み

支援策	よいこ手当 ※従業員の子ども1人につき、1万円の手当を毎月支給(18歳まで)	アクティブシニア ※65歳以上でも勤務できる雇用区分
2017年度実績	697人	6人

特例子会社株式会社ファンケルスマイルと障がい者雇用

ファンケルスマイルは障がいのある方の自立支援を目的に1999年2月、特例子会社として設立されました。現在ファンケル美健の工場(3人)や電話窓口(1人)、店舗内の業務(1人)、本社内でのメール便配達業務(4人)など、グループ内の業務でも力を発揮しています。



工場で働くファンケルスマイルの従業員

TOPICS

3月5日に開催された内閣府「輝く女性の活躍を加速する男性リーダーの会」行動宣言賛同者ミーティングに、社長の島田和幸が出席し、取り組み内容を発表しました。

賛同者ミーティングの様子



健康経営の推進

ファンケルグループ「健康経営宣言」

スローガン

「私たちが美しく健康であること それは何よりの証明です」

健康理念

美と健康のファンケルグループは「従業員の健康」がすべての基盤であるという認識のもと、健康食品業界のパイオニアとして、健康第一の風土づくりと健全な経営を推進し、新しい価値の創出と「不」の解消に挑み続けます。



「健康経営優良法人 2018 ~ホワイト500~」に認定

「横浜健康経営認証2018 クラスAAA」に認証

健康経営

「美と健康」に関連する製品やサービスを提供しているファンケルは、従業員が美しく健康で働くための制度などにも力を入れてきました。これからも「健康経営宣言」をスローガンとして、他の目標となるような取り組みと行動を目指していきます。

「健康経営宣言」について
www.fancl.jp/csr/labor/policy

2017年度実績

平均有給休暇取得日数	11.4日(前年度11.6日)
平均月間時間外労働	7.5時間(前年度7.7時間)
定期健康診断受診率	100%(前年度100%)

TOPICS

8月25日、同僚の家族との交流を通じて、お互いを深く理解し、働きやすい職場づくりを目的に、ファミリーデーを開催しました。

12家族・37人(うち18人の子どもたち)が参加



「企業価値」を支える力 — 社会貢献活動 —

基本方針

人々が美しく健やかに過ごせる明日のために「もっと何かできるはず」。地域とのつながり、ハンディキャップを持つ方々との交流を大切にします。

誰もが美しく、健康で過ごせる社会のために



ファンケルセミナー

1988年より事業活動を活かして、身だしなみやメイクを教える「ファンケルセミナー」(無料)を開催しています。講師は従業員が務めています。

セミナーの種類	対象
身だしなみセミナー	特別支援学校に通う方
シニアいきいきメイクセミナー	60歳以上の方
視覚障がい者向けメイクセミナー	視覚障がいのある方

参加した従業員の声

「身だしなみセミナー」に講師として参加し、改めてファンケルの誠実さや、無添加化粧品の強みを認識することができました。また、「どうしたら生徒の皆さんの興味を惹き付けられるか」と考えることは、製品の理解を深め、プレゼンテーション力の強化にもつながったと思います。「ファンケルセミナー」は社会貢献活動という枠にとどまらず、実務にもつながる良い機会でした。



株式会社アテナ 事業戦略部 戦略企画グループ
宮 慎一郎

被災地支援活動

ファンケルグループは、東日本大震災後「美と健康のSave the 東北プロジェクト」をスタートさせ、被災地や本社所在地の神奈川県内の被災者に向けて、従業員ボランティアを派遣しています。

「被災者の心と体を応援」をテーマに、これからも被災地復興を応援します。

2017年度実績

開催数 **154**回(前年度152回)

従業員参加数 **203**人(前年度180人)

2017年度セミナーの外部評価

第11回かながわ子ども・子育て支援大賞
「奨励賞」受賞

第10回神奈川県バリアフリー街づくり賞
「ソフト部門」受賞

神奈川県
「健康支援プログラム」認定



視覚障がい者向けメイクセミナー



復興公営住宅での活動

ステークホルダーとともにを行う寄付活動



ステークホルダーとともに、活動方針に沿った寄付活動を行っています。

項目	開始年度	2017年度寄付金額	主な寄付先
株主様の寄付	2006年度	1,168 千円	日本赤十字社
ファンケルクラシック基金	2007年度	3,036 千円	社会福祉法人 訪問の家
従業員による寄付活動「もっと何かできるはず基金」	2007年度	6,100 千円	公益財団法人 日本フィランソロピー協会
お客様のポイント寄付	2008年度	3,100 千円	公益財団法人 みちのく未来基金

活動の詳細をWebサイトにて報告しています
www.fancl.jp/csr/

→ SDGsの対応についてはP07をご参照ください

誰もが使いやすい製品・サービスの開発

使いやすさにこだわった容器開発
「ビューティブーク」シリーズ

2016年10月に発売した「ビューティブーク」シリーズの容器は、年齢を重ねると現れる、握力や視力の変化に配慮し、見にくさや使いにくさを解消するため「実利用者研究機構」監修のもと、試行錯誤を重ね誕生しました。手に持ったときの落下を防ぐキャップ設計や、軽い力で押しやすいポンプなど、ファンケルの創業理念である「不」を解消するための容器開発が行われています。



ビューティブーク

外部評価

2017日本パッケージングコンテスト
「アクセシブルデザイン包装賞」受賞

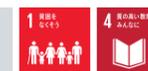


タッチマークシール

視覚に障がいのある従業員と考えた
「タッチマークシール」

「タッチマークシール」とは、視覚に障がいのある方や高齢者に化粧品の容器を識別していただくため、指で触って違いのわかる凹凸を施したファンケル独自のシールです。1998年に開始したこのサービスを、特例子会社ファンケルスマイルの視覚障がいのある従業員が、「本当にわかりやすい」にこだわって2014年に改良しました。

グローバルな社会貢献活動

ファンケル キッズベースボールをペルーで開催
世界の子どもたちの未来を応援

ペルー共和国

ファンケルパートナーの原辰徳氏が講師を務める野球教室を2010年から特別協賛しています。教室では使わなくなった野球用具を集め、用具不足に悩む国へ寄贈する活動も続けています。2017年11月には、南米ペルーで初の海外教室(主催:独立行政法人国際協力機構)を開催し、現地の子どもたちに、野球を通して礼儀や規律も教えることができました。この活動を通じて、子どもたちの未来を応援するとともに、ファンケルのファンづくりによって企業価値向上に努めていきます。



ペルーでの野球教室の様子



ペルーの子どもたちへ用具を寄贈

ファンケル キッズベースボールについて
fkbc.jp/



取締役 副会長執行役員
宮島 和美

2017年度実績

用具寄贈数 **1,393**点(前年度2,867点)

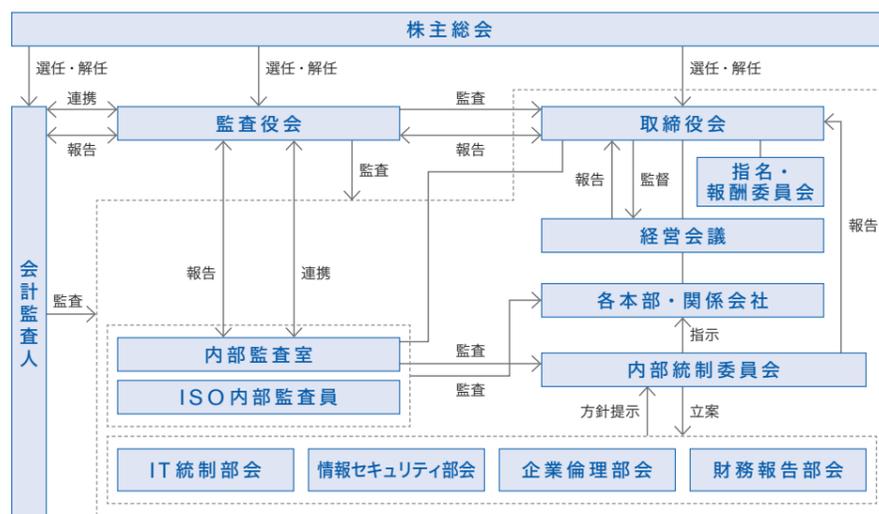
寄贈国 **8**カ国(前年度9カ国)

「企業価値」を支える力ーガバナンスー

基本方針

コーポレートガバナンスに誠実に取り組むことで経営の効率性、透明性を高めます。
グループの内部統制の整備・構築は、経営理念をすべての拠り所とします。

コーポレートガバナンス体制



ガバナンス早見表

2018年6月23日現在

機関設計	監査役会 設置会社
取締役の人数	15名
うち社外取締役	2名
監査役の数	4名
うち社外監査役	3名
独立役員の数	5名
2017年度 取締役会開催数	15回
取締役任期	1年
ストック・オプション制度	有り
コンプライアンス規定	有り

経営体制は、2018年6月23日現在、取締役15名(うち社外取締役2名)、監査役4名(うち社外監査役3名)、執行役員9名(取締役執行役員を除く)で、取締役の任期は1年と定めています。

取締役会は、重要な業務執行の決定と執行の監督を行い、経営会議は、取締役会の決議事項などについての事前審議や、取締役会から委譲された権限の範囲内で、経営の重要事項を審議しています。

また、「監査役会設置会社制度」を採用しています。監査役は、経営の意思決定に対する監査の実効性向上のため、取締役会その他の重要な会議にも出席し、適宜意見を述べています。また経営トップとも適宜意見交換の場を持ち、公正な経営監視体制をとっています。

2018年度からは新たに、社外取締役を構成員に含む任意の「指名・報酬委員会」を設置し、経営の透明性・客観性を高めていきます。



取締役会

独立役員

ファンケルは、多角的な視点からの意見・提言を経営に取り入れ、さらに業務執行に対する監督機能の強化を図るために、社外取締役および社外監査役を起用しています。起用に当たっては、関係会社、大株主、主要な取引先の出身者等ではなく、独立性が十分に確保されている方を選任することを方針としています。なお、ファンケルの社外取締役および社外監査役全員が、東京証券取引所の定める独立役員の要件を満たすため、同取引所に独立役員として届け出ています。

「取締役会の実効性評価」、「社外役員の独立性に関する基準」について(コーポレートガバナンス報告書に記載)
www.fancl.jp/csr/governance/pdf/report.pdf

独立役員	2017年度 主な活動状況	出席状況	
		取締役会	監査役会
社外取締役 池田 憲人	長年の金融機関の経営者として培われた経営の専門家としての経験・見識に基づき、質問、提言等を適宜行うことなどにより、監督機能を果たしている。	15回/15回 (100%)	-
社外取締役 小関 勝紀	税理士としての豊富な経験と専門的見地から、質問、提言等を適宜行うことなどにより、監督機能を果たしている。	15回/15回 (100%)	-
社外監査役 高野 利雄	検事および弁護士としての豊富な経験と専門的見地から、取締役会の意思決定の妥当性・適正性を確保するための発言をする等、その役割を果たしている。また、監査役会において、適宜必要な発言を行っている。	15回/15回 (100%)	11回/11回 (100%)
社外監査役 関 常芳	公認会計士としての豊富な経験と専門的見地から、取締役会の意思決定の妥当性・適正性を確保するための発言をする等、その役割を果たしている。また、監査役会において、適宜必要な発言を行っている。	15回/15回 (100%)	11回/11回 (100%)
社外監査役 南川 秀樹	行政機関等における豊富な経験・見識に基づき、取締役会の意思決定の妥当性・適正性を確保するための発言をする等、その役割を果たしている。また、監査役会において、適宜必要な発言を行っている。	9回/11回 (82%)	8回/8回 (100%)

役員報酬

取締役の報酬は、基本報酬と退任時報酬(株式報酬型ストック・オプション)から構成されています。基本報酬は、月額払いで支給される報酬で、常勤・非常勤、役位など取締役の職務内容、業績等に応じて取締役会から授権された代表取締役社長執行役員がその額を決定しています。退任時報酬は、在任期間を通じて株主価値の向上へのインセンティブを与えることを目的として、執行役員を兼務する取締役に対して支給される株価連動型の報酬としています。監査役の報酬は、基本報酬のみとし、監査役の職務内容と責任に応じて監査役の協議によってその額を決定しています。

なお2018年度からは、第2期中期経営計画の達成に向けたインセンティブを強めるため、前述の取締役報酬に加え、同計画に掲げる連結売上高および連結営業利益の目標値の達成度合いに応じて支給額が変動する業績連動型の報酬を新たに付与することとしました。業績だけでなく株価との連動性を確保した株価連動報酬制度(ファントムストック)とすることで、株主様の視点に立った経営を一層促進します。併せて、任意の「指名・報酬委員会」を新設し、役員候補者の指名および役員報酬の決定に独立社外取締役が主体的に関与し、手続きの公正性、透明性および客観性を確保していきます。

2017年度の役員報酬等

役員区分	報酬等の 総額 (百万円)	報酬等の種類別の 総額(百万円)		対象となる 役員の員数 (名)
		基本報酬	ストック・ オプション	
取締役(社外取締役を除く)	385	283	101	10
監査役(社外監査役を除く)	21	21	-	2
社外役員	37	37	-	5

次世代経営層の育成「池森経営塾」

社内教育部門である「ファンケル大学」では、2013年9月より、創業者池森の意思を受け継ぐ次世代の経営層を育成することを目的とした研修「池森経営塾」を実施しています。研修では、池森自身が講師となり経営者としての着眼点や発想力、判断基準について講義を行うほか、新規事業のアイデアのディスカッションなども行います。従業員投票で選ばれた10名前後の受講生たちは、2年間の研修プログラムを通じて、ファンケルの理念について理解を深めると同時に経営者としての視点を学びます。受講生からはファンケルの取締役、執行役員、子会社の社長も選任されています。「池森経営塾」ではこうした次世代の経営層となり得る人材をこれからも数多く輩出していきます。



池森経営塾

株主・投資家の皆様との対話

ファンケルはディスクロージャーポリシーに則り国内外の投資家に対し、公平かつタイムリーな情報開示に努めています。決算短信などの適時開示に加え、アナリスト・機関投資家向けの決算説明会資料や動画、質疑応答なども開示しています。

またさまざまな対話を通じ、株主・投資家の皆様のご意見を経営やIR活動に活かしています。

株主総会

「開かれた株主総会」を目指し、集中日を避け、株主様が出席しやすい土曜日に開催するとともに、株主様のご家族も同伴者としてご来場いただけます。また、聴覚に障がいのある株主様への配慮から手話通訳士を配置しています。恒例となっている総会後の懇親会では、役員、従業員が直接株主様とコミュニケーションを図っています。



株主総会

個人投資家

ファンケルの安心・安全な製品づくりのこだわりをご紹介する工場見学会の開催や、証券会社を通じた個人投資家セミナー、女性を対象とした投資セミナーへの参加など積極的に個人投資家の皆様と対話を行っています。



施設見学会

機関投資家・アナリスト

経営戦略などについて、機関投資家・アナリストの皆様幅広くご理解いただき適正な評価を得られるよう、四半期ごとに決算説明会を開催しています。また、中期経営計画説明会、社長や事業部門トップによるスモールミーティングなどを開催し、より丁寧な説明を行っているほか、工場、物流センター、総合研究所などの施設見学会を積極的に実施し、当社の研究、技術力、高いサービス・品質を実感いただく機会を設けています。

IR活動においては、直接対話ができるIR個別取材を最重要視し、積極的に取り組んでいます。2017年度は国内外で約330件と、多くの面談を実施しました。外国人投資家向けには国内で開催されるカンファレンスに積極的に参加しているほか、海外IR(米国、香港)を定期的実施し、新たな投資家の開拓を行っています。

第37期定時株主総会
2017年6月17日開催
出席者数 **5,574名**

2017年度実績
IR個別取材 **約330件**

TOPICS

ファンケルのIRサイトは、日興アイ・アール株式会社「2017年度全上場企業ホームページ充実度ランキング」で「優良サイト」を、モーニングスター株式会社「Gomez IRサイト総合ランキング2017」で「銅賞」を受賞。よりわかりやすく情報の充実したサイトを目指し、改善を重ねています。

株主・投資家向け情報
www.fancl.jp/ir/



社外監査役メッセージ



ファンケルの持つ素晴らしい企業風土をこの先も守り続けてほしい

社外監査役 関常芳

私は2016年から社外監査役を務めていますが、社外から見るファンケルの印象は、スタンスメッセージにある「正直品質。」を真摯に実践する企業であることです。公認会計士としても多くの企業経営を見てきましたが、ファンケルの「正直さ」のレベルは、他に類がありません。粉飾決算や不祥事を起こす企業には、利益至上主義が蔓延するなど、企業風土にある種の問題があり、経験上すぐに気づくことが多いです。ファンケルに関しては、「正直さ」すなわち倫理観の高さが、経営陣を含め、従業員一人ひとりにまで浸透しています。

取締役会では、事前に関連資料が提供され経営状況の詳細をレクチャーされ、十分な情報をインプットした状態で臨むことができるため、毎回活発な議論が交わされています。

人材面では、過去何年にもわたって育児休業からの復帰率が100%を達成するなど、女性が働きやすく力を発揮しやすい風土が根付いています。また、創業者の池森会長が自ら講師を務めて次世代経営層の育成を行う仕組みがあるなど、理念を受け継ぐ人材育成への意識も非常に高いと感じます。

2017年度、ファンケルの業績は売上、利益ともに大きく伸長しました。研究・企画、製造、販売部門が一丸となって追求してきた品質や

サービスの高さがお客様から受け入れられ、まさにこれまでの努力が開花した年といえます。しかし、長期ビジョンの最終年となる2030年には、消費者ニーズや世界の仕組みも大きく変化していることでしょう。ファンケルがこの変化に対応し、さらにブランド価値を高めていくには、現状に甘んじることなく、ベンチャー精神を発揮することで、新たな製品やサービスを創出していかなければなりません。ただし、そうした中でも決して変わってはいけないことがあります。それは、はじめにお伝えしたファンケルの最大の魅力である「正直品質。」の風土を守り続けることです。

利益だけを追い求め、「正直さ」が損なわれる企業では、持続的な成長は得られません。私は、ファンケルが「正直品質。」の道から外れることがないように、社外の目を持って、今後もしっかりと監査をしていきたいと考えています。

関常芳

1990年 公認会計士登録
1995年 監査法人トーマツ(現有限責任監査法人トーマツ)入所
1997年 (株)サンセキ常務取締役
2003年 監査法人トーマツ(現有限責任監査法人トーマツ)パートナー
2014年 関常芳公認会計士事務所設立(現任)
2016年 当社監査役(現任)

Webサイトのご案内



株主・投資家向け情報

www.fancl.jp/ir/

経営方針	創業者メッセージ、中期経営計画、事業等のリスクなど
IRライブラリー	決算短信、決算説明会資料/動画・音声など
財務・業績データ	過去5年間の売上高、営業利益などの主要数値(エクセル形式でダウンロードできます)
IRスケジュール	年間IRイベントの基本スケジュール
株主・株式情報	株主優待、アナリストカバレッジなど
コーポレートガバナンス	コーポレートガバナンス方針や報告書、監査体制など
電子公告・決算公告	公告事項
関連情報	CSRの取り組み



CSR・環境・社会貢献

www.fancl.jp/csr/

CSRトピックス	毎月のCSR活動について報告
コーポレートガバナンス	コーポレートガバナンス方針や報告書、監査体制など
人権	人権に関する方針やダイバーシティの推進など
労働慣行	人事関連データ、雇用形態の配慮など
環境	環境方針や環境活動など
公正な事業慣行	調達・購買方針や購買の仕組みなど
消費者課題	研究・生産やお客様対応など
コミュニティ参画	社会活動方針や従業員の寄付活動など
外部からの評価・表彰	外部評価や表彰など
ファンケルレポート	PDF形式でダウンロードできます

TOPICS

ファンケルは、第21回「環境コミュニケーション大賞」において「環境報告書部門 優良賞」を受賞しました。

昨年発行した統合報告書「ファンケルレポート2017」や、企業サイトでの2030年度のCO₂排出量目標の策定、環境に配慮した製品づくりなど、先進的で豊富な取り組み事例を公開している点が評価されました。

今後も、持続可能な社会を目指した積極的な取り組みと、環境情報の開示に努めていきます。



ファンケルレポート2017



「環境コミュニケーション大賞」表彰式の様子



会社情報

会社概要

(2018年3月31日現在)

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 CEO 島田 和幸
設立年月日	1981年8月18日
資本金	10,795百万円
従業員数	973名 ※契約社員・パート・委託は除く
研究所	総合研究所 (神奈川県横浜市戸塚区)
主な取引銀行	三菱UFJ銀行 三井住友銀行 みずほ銀行

役員

(2018年6月23日現在)

代表取締役 会長執行役員 ファウンダー	池森 賢二	常勤監査役	高橋 誠一郎
取締役 副会長執行役員	宮島 和美	社外監査役	高野 利雄
代表取締役 社長執行役員 CEO	島田 和幸	社外監査役	関 常芳
取締役 専務執行役員	山口 友近	社外監査役	南川 秀樹
取締役 常務執行役員	鶴崎 亨	執行役員	青砥 弘道
取締役 執行役員	炭田 康史	執行役員	松ヶ谷 明子
取締役 執行役員	保坂 嘉久	執行役員	松本 浩一
取締役 執行役員	石神 幸宏	執行役員	植松 宣行
取締役 執行役員	若山 和正	執行役員	永坂 順二
取締役 執行役員	明石 由奈	執行役員	安西 勝之
取締役	柳澤 昭弘	執行役員	松熊 祥子
取締役	須釜 憲一	執行役員	馬見塚 陽子
取締役	猪俣 元	執行役員	山口 宏二
社外取締役	池田 憲人		
社外取締役	小関 勝紀		

グループ会社一覧

(2018年4月1日現在)

会社の名称	主な事業の内容
株式会社アテニア [連結子会社]	「一流ブランドの品質を、1/3価格で提供することに挑戦し続けます。」という理念のもと化粧品とファッションブランドを販売
FANCL ASIA (PTE) LTD [連結子会社]	アジア・太平洋地域全般の販売統括
株式会社ファンケル美健 [連結子会社]	化粧品・医薬部外品・栄養補助食品・ファンケル発芽米の製造
ニコスタービューテック株式会社 [連結子会社]	化粧品・医薬部外品の販売および受託
FANCL INTERNATIONAL, INC. [連結子会社]	化粧品・栄養補助食品の販売を米国で展開
boscia, LLC [連結子会社]	化粧品の販売をグローバルに展開
株式会社ファンケルスマイル [非連結子会社]	(特例子会社)障がい者の雇用を促進しカタログ類のセットアップ作業などを行う
株式会社ファンケル保険サービス [非連結子会社]	損害保険代理業務、生命保険の募集に関する業務
株式会社ファンケルファーム [非連結子会社]	農産物の生産、加工、販売
FANCL (Shanghai) Business Consulting Limited [非連結子会社]	中国における化粧品・栄養補助食品の販売許認可申請

編集方針

対象組織 株式会社ファンケルおよびファンケルグループ

対象事業 化粧品事業および健康食品事業ほか

対象期間 2017年度(2017年4月1日~2018年3月31日)

※一部、2017年3月31日以前、2018年4月1日以降の情報を含まず。

参考にしたガイドライン

- ISO26000
- GRI
- 経済産業省 価値協創ガイドライン



社会的責任投資への組み入れ状況 ※2018年1月4日付ファンケルは「モーニングスター社会的責任投資株価指数(MS-SRI)」の構成銘柄に選定されました。MS-SRIは、モーニングスター株式会社が国内上場企業の中から社会性に優れた企業と評価する150社を選定し、その株価を指数化した国内初の社会的責任投資株価指数です。

