株主のみなさまへ

第28期報告書

平成19年4月1日～平成20年3月31日

あなたを想うサイエンス。

FANCL

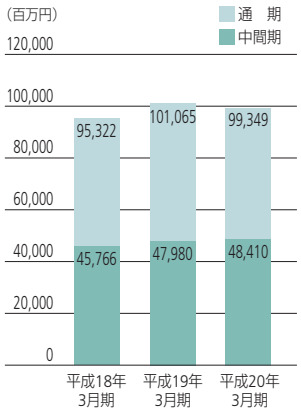
連結財務ハイライト

（単位：百万円）

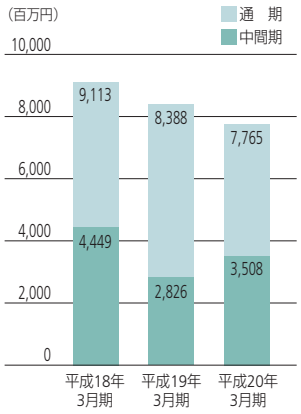
	平成18年3月期	平成19年3月期	平成20年3月期（当連結会計年度）
売上高	95,322	101,065	**99,349**
販売費及び一般管理費	53,507	58,800	**59,520**
営業利益	8,574	8,370	**7,467**
経常利益	9,113	8,388	**7,765**
当期純利益	5,183	2,547	**3,694**
1株当たり当期純利益（円）※	242.56	39.59	**58.42**
総資産	85,147	86,931	**85,685**
純資産	71,405	71,560	**70,268**
1株当たり純資産（円）※	3,317.02	1,116.59	**1,141.56**
1株当たり配当金（円）※	55.00	24.00	**24.00**

※平成18年4月1日付で、平成18年3月31日現在の株主のみなさまに対し1:3の割合で株式分割を実施したため、平成19年3月期以降の1株当たり情報は、分割後の株式数により算定しております。

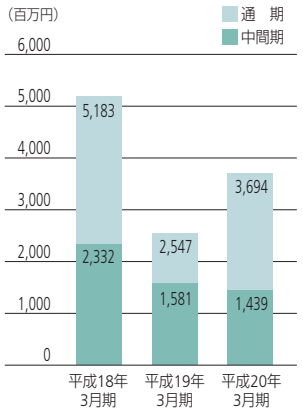
売上高



経常利益



当期純利益



ごあいさつ

株主のみなさまには、日ごろより格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

平成20年6月15日に開催された第28期定時株主総会および取締役会において、宮島和美（みやじまかずよし）が代表取締役 会長執行役員に、成松義文（なりまつよしふみ）が代表取締役 社長執行役員に就任することとなりましたので、お知らせ申し上げます。

今後、宮島は会長執行役員としてファンケルグループをよりグローバルな視点で統括し、成松は平成21年3月期よりスタートした新中期三ヶ年経営計画「新しい価値＝感動品質2010」を強力に推し進めるため、社長執行役員としてファンケル本体の業務を執行いたします。ともに、ファンケルの新たなる成長を目指し、経営体制の一層の強化を図ってまいります。

何卒当グループの経営姿勢をご理解いただき、温かいご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。

宮島 和美（みやじま かずよし）

代表取締役 会長執行役員

成城大卒、株式会社ダイエー入社。常務執行役員などを経て、平成13年1月当社入社。取締役、常務取締役などを経て19年3月より代表取締役 社長執行役員。58歳。神奈川県出身。

成松 義文（なりまつ よしふみ）

代表取締役 社長執行役員

横浜市立大卒、蛇の目ミシン工業株式会社入社。平成5年1月当社入社、取締役常務執行役員などを経て19年4月より取締役 専務執行役員。57歳。岐阜県出身。

代表取締役 社長執行役員 成松義文（なりまつよしふみ）

6月15日付で代表取締役 社長執行役員に就任いたしました成松でございます。当期（平成19年4月～平成20年3月）のファンケルグループの連結決算についてご説明申し上げます。

●当期の連結業績

化粧品業界では、アンチエイジングを訴求する一部基礎化粧品の販売が順調に推移したものの、全般的には横ばい傾向が続きました。一方、健康食品業界は、市場の調整が続き、加えて表示のあり方や安全性に関する行政の監視が厳しくなっており、企業間格差も生じてまいりました。

当連結会計年度は、化粧品関連事業は主力製品のリニューアルなどにより好調に推移しましたが、栄養補助食品関連事業やその他事業が不振で、売上高は99,349百万円（前期比1.7%減）、営業利益は7,467百万円（前期比10.8%減）、経常利益は7,765百万円（前期比7.4%減）、当期純利益は3,694百万円（前期比45.0%増）となりました。

●これまでを振り返って

ファンケルグループは、平成19年3月期にスタートした第二次中期三ヶ年経営計画「FANCL（ファンケル） Change & Challenge Plan（CCプラン）Phase2（フェーズ2）」に基づき、平成21年3月期に過去最高売上・利益を達成すべく、着実な売上拡大と収益性の改善を目指してまいりました。また、長期的な成長を支えるための構造強化・基盤整備に注力し、ERPの導入、定着を実行してまいりました。

その結果、化粧品関連事業は、主力製品のリニューアル効果などにより売上・利益ともに計画通り拡大しました。しかし、栄養補助食品関連事業は急激な市場環境の変化への対応の遅れなどもあって売上・利益ともに計画未達の状況にあり、収益事業への転換を目指していたその他事業は逆に赤字額が拡大する結果となるなど、大きな経営課題を残しました。

●新中期三ヶ年経営計画の策定

このような状況の中、ファンケルグループは、平成21年3月期を初年度とする新中期三ヶ年経営計画「新しい価値＝感動品質2010」（平成21年3月期～平成23年3月期）をスタートいたします。長期的・持続的な利益成長を図っていくためには、お客さま基盤の強化が最重要課題であると認識しております。お客さまの視点に立ち、製品・サービスなどすべての面でお客さまが期待している以上の「新しい価値＝感動品質」を創造しご提供し続け、お客さまとの長期的な信頼関係の構築に注力することが、企業価値の向上に繋がるものと考えております。また、地球規模の課題となっている環境への対応に積極的に取り組んでまいります。

現在、社員一人ひとりがお客さまに感動していただける製品・サービスのご提供を目指し、各自の職務を見直す「感動品質創造活動」を展開しております。「お客さま中心」「高付加価値」「オンリーワン」「ECO（エコ）・環境配慮」をキーワードに、感動品質をお届けすることに価値観を統一し、全役員・従業員一丸となって新中期三ヶ年経営計画の目標達成を目指します。株主のみなさまにおかれましては、今後とも倍旧のご支援を賜りますようお願い申し上げます。

新中期三ヶ年経営計画「新しい価値＝感動品質2010」

数値目標（平成23年3月期）

連結売上高	連結営業利益	連結営業利益率	連結自己資本利益率
1,100億円	110億円	10%	8%

基本戦略

- ブランド価値の向上を図り、お客さまとの強い絆を形成する
- カンパニー制の導入により、製品を軸とした経営への転換を図る
- ファンケルならではの画期的なお客さまサービスの実現
- 収益性向上に向けた構造改革を実施

各事業の戦略

化粧品関連事業
- 機能性を重視した市場競争力のある製品開発の推進
- 主力製品のリニューアルにより、無添加市場でナンバーワン、安心市場でオンリーワンを目指す

栄養補助食品関連事業
- 選択と集中を行い、製品ラインナップを整理、集約
- 女性向けの美容補助食品と中高年を対象とした製品の強化

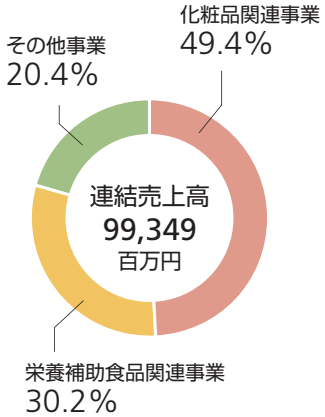
その他事業
- 収益事業への転換を目指す
  - ・発芽米事業：高い機能性の啓発活動を推進し、売上の拡大を図ることで黒字化を目指す
  - ・青汁事業：利益率の高い製品群へシフトすることにより収益性の改善を図る
  - ・いいもの王国通販事業：メタボリックシンドローム対策関連商品を柱に健康応援通信販売会社への転換を目指し、収益性の改善を図る

販売チャネル戦略

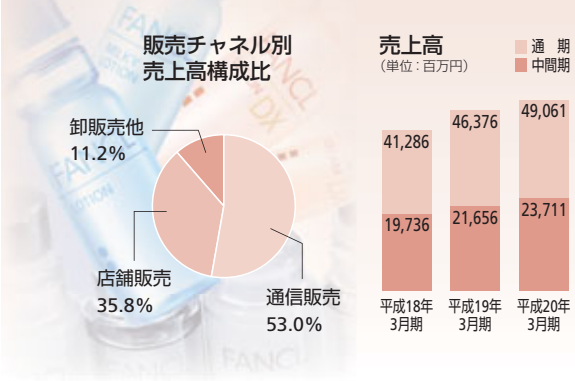
通信販売：情報提供のあり方、お客さまサービス全般の見直しを行い、お客さまロイヤリティの向上を図る
店舗販売：「美」「健康」それぞれに特化した次世代店舗を開発する
海外展開：引き続き中国市場の開拓に注力し、不採算エリアの抜本的な見直しに着手する

当期の事業別の業績をお伝えします。
連結売上高は、99,349百万円（前期比1.7%減）となりました。各事業の売上高は、化粧品関連事業49,061百万円（前期比5.8%増）、栄養補助食品関連事業30,017百万円（前期比5.2%減）、その他事業20,270百万円（前期比12.0%減）となりました。

事業別売上高構成比



化粧品関連事業≫



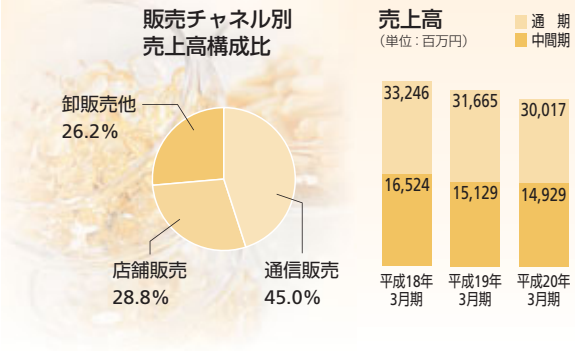
ファンケル化粧品は、基礎化粧品がリニューアル効果により好調に推移したことに加え、「マイルドクレンジングオイル」など定番製品やメーク製品も堅調で、37,813百万円（前期比5.9%増）となりました。

アテニア化粧品は、効果的な販売促進策を行った結果、お客さま数が過去最高となり、10,710百万円（前期比4.2%増）となりました。前期にリニューアルを行った基礎化粧品も堅調に推移しました。

販売チャネル別では、**通信販売**は25,989百万円（前期比1.6%増）、**店舗販売**は既存店が好調で17,582百万円(前期比6.5%増)、**卸販売他チャネル**は海外向けが好調で5,490百万円（前期比27.7%増）となりました。

今後につきましては、ファンケル化粧品はスキンケア製品を引き続き強化します。また「洗顔パウダー」など主力製品のリニューアルを行います。アテニア化粧品は、積極的な広告展開による認知度の向上・お客さま数の拡大を図ってまいります。

栄養補助食品関連事業≫

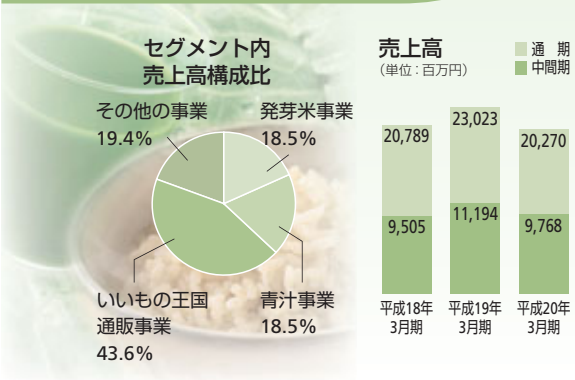


製品面では、マーケティング活動を積極的に行った「HTC®コラーゲン」などビューティサプリメントは好調でしたが、それ以外の製品群が不振で、ハーブ製品や行政指導に従って名称変更を行ったサポートシリーズの売上も低迷しました。

販売チャネル別では、**通信販売**は13,513百万円（前期比8.7%減）、**店舗販売**は8,629百万円（前期比1.4%減）、**卸販売他チャネル**は海外向けは好調だったものの国内向け卸が低迷し7,874百万円（前期比3.0%減）となりました。

今後につきましては、類似した機能・目的をもった製品および行政指導により変更した製品名のわかりにくさの解消を目的として、製品ラインナップの整理と集約を行います。またビューティ・ダイエット製品のさらなる強化、中高年層のお客さまの開拓と育成に注力いたします。

その他事業≫



発芽米事業は、平成19年4月から20%の値下げを行いましたが販売量の拡大にはつながらず、すべての販売チャネルで前期を下回り、売上高は3,744百万円（前期比21.4%減）となりました。

青汁事業は、通信販売は好調に推移しましたが、卸販売が伸びず、売上高は3,761百万円（前期比7.2%減）となりました。

いいもの王国通販事業は、効果的な広告出稿ができず、8,840百万円（前期比11.1%減）となりました。

その他は、雑貨・肌着ともに振るわず、売上高は3,924百万円（前期比8.0%減）となりました。

今後につきましては、発芽米事業は、メタボリックシンドローム対策を訴求し、お客さま数の拡大を図るとともに、中食・外食との取り組みを強化します。青汁事業は、リニューアルを行った粉末タイプを引き続き強化してまいります。いいもの王国通販事業は、健康関連・メタボリックシンドローム対策関連商品を強化し、リピート性の高い商材を扱うことにより、健康応援通販No.1を目指します。

製品紹介

化粧品関連事業≫

リニューアル新発売

新しい処方と成分でやさしさと機能性が、ますますアップ

サンガード12 センシティヴ
（SPF12 PA＋＋）
サンガード30 フェイス&ボディ
（SPF30 PA＋＋＋）

やさしさはそのままに、無添加の日やけ止めがリニューアル。紫外線を徹底ブロックしながらも紫外線ダメージから肌をケアします。スキンケアのような心地よい使用感で、白浮きせずに透明感のある仕上がりを実現します。

容器リニューアル

内容量はかわらずに、使い勝手のよい容器に

アミノ シャンプー
アミノ コンディショナー

使うたびに内袋がつぶれる二層式容器を採用。中身の使い終わりがわかりやすく、安定性がよくなったため置いたままでもブッシュでき、液だれもしません。従来の容器よりコンパクトになりプラスチック使用を約45%削減し、環境に配慮しました。

アテニア

新発売

新発想「プロテイン浄白理論」から生まれた

ホワイトニングクリームEX【医薬部外品】

年齢を重ねた肌特有の「黄み濁り」にアプローチした薬用クリーム状美白美容液です。ビタミンC誘導体を高濃度配合し、乾燥しやすい肌に高機能成分をしっかりキープするクリーム処方を採用。高度な肌研究と技術力が産んだこだわりの逸品です。

新発売

メイクを浮き上がらせるなめらかメルティング処方

クレンジングクリーム ～ジェントルリファイナー～

なめらかでソフトなクリーム状の感触で、クレンジングをしながらマッサージができます。使いやすく設計された容器は、レフィルの詰替えも簡単で、化粧品業界で初めて「日本ユニバーサルデザイン研究機構」の認証を取得しました。

栄養補助食品関連事業≫

新発売

中高年の見る健康を考えた成分を複合的に配合

ルテイン&ブルーベリー えんきん

年齢とともに気になりだすトラブル。ルテイン、アスタキサンチン、黒大豆種皮エキス、ブルーベリー、DHAを配合し、見る健康を幅広く応援します。

新発売

中高年の豊かな明日のために

ミドルナビ

ベルトがきつくなりはじめたミドルエイジの健康をサポートするガルシニア・ウコン・ニームリーフなど注目の成分を複合的に配合しました。

パッケージリニューアル

お酢のパワーを毎日おいしく

健康彩酢（けんこうさいず）

3種類のお酢（黒麹もろみ酢、完熟梅酢、発芽玄米酢）をまろやかな味わいにブレンドした「健康彩酢」が装いも新たに新登場。毎日のサラサラ生活を応援します。

パッケージリニューアル

茶葉の栄養まるごと

まるごと緑茶（上煎・薫り玄米）

緑茶をまるごと粉末にした「まるごと緑茶シリーズ」がさわやかな新パッケージに。茶葉はカテキン、ビタミン、ミネラル、食物繊維など栄養成分が豊富。茶葉をまるごと粉末にしているのでお湯を注ぐだけの手軽さで栄養成分を無駄なく摂取できます。

その他事業≫

健康素材を取り入れた2種類の薬膳仕立ておかゆが仲間入り

リニューアル新発売

発芽米おかゆ
発芽米100%

新発売

発芽米おかゆ
根菜の薬膳仕立て

新発売

発芽米おかゆ
穀物の薬膳仕立て

ご好評をいただいている発芽米100%に加え、薬膳仕立て（根菜・穀物）が新たにラインナップ。根菜の薬膳仕立ては7種の素材、穀物の薬膳仕立ては雑穀・種実など8種の素材を加えた、手間いらずのレトルトタイプのおかゆです。

数量限定発売

発芽米の栄養が手軽に摂れる

発芽米 健康ポップライス（旨（うま）み塩・たまり醤油）

ポップライスは、発芽米の栄養成分が手軽に摂れる軽い口当たりのスナックです。定番の味に加え、「旨み塩」「たまり醤油」味の2種類が限定で登場。今後もヘルシーでおいしいポップライスを提供してまいります。

数量限定発売

雑巾がけ感覚で、床本来の美しさをキープ

ポアデ 植物由来洗浄ワックス
ファンケルオリジナルブランド

手間だったワックスがけを1本で。水で薄めて雑巾がけするだけで、「汚れ落とし」と「ワックスがけ」が同時にできます。原料は安心の100%植物由来成分です。

情報誌「zakku zakka」では、快適な生活をサポートする、こだわりの雑貨を紹介しています。
「ファンケルオンライン」でもお求めいただけます。
http://www.fancl.co.jp/

特集

ファンケルの青汁

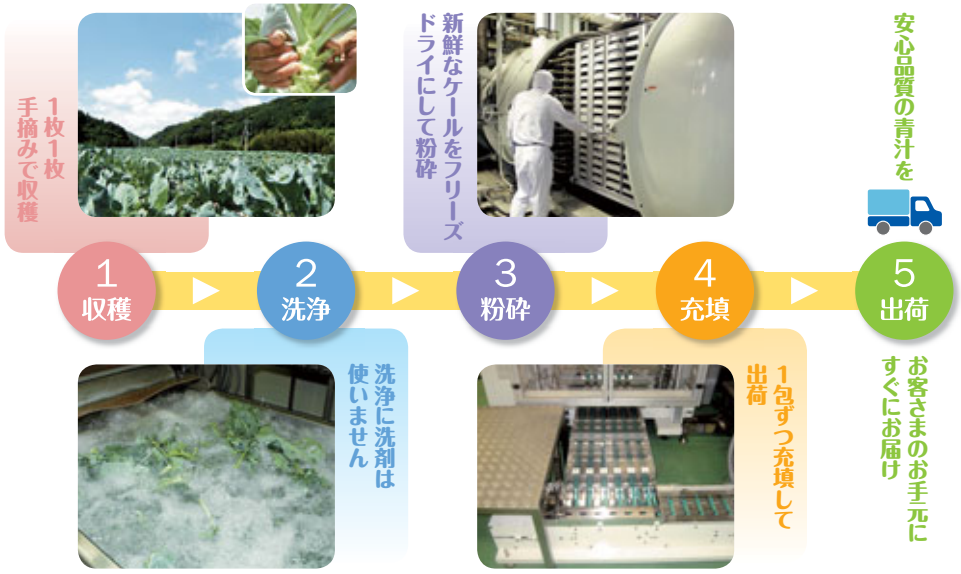
■ やっぱり不味(まずい)い？！ 青汁のイメージ

健康意識の高まりを背景に、現在はさまざまな青汁製品が上市されています。「健康によいけれど青臭い、値段が高い」というのが世間一般の青汁のイメージ。こうしたなか、当社では平成12年より「おいしく・低価格で・毎日気軽に飲める」青汁を販売しています。

■ ファンケルならでは「安心・安全・おいしさ」へのこだわり

当社の青汁は、農家と直接栽培契約を結び、品質・安全にこだわった国産ケールだけを使用しています。土壌のミネラルバランスを管理する「中嶋(なかしま)農法」を採用することで、青臭さ・苦味を抑え飲みやすくすることに成功。さらに栄養バランスも安定し、ミネラル（特にカルシウム）が増えることも証明されています。ミネラルの吸収をアップさせた「ツイントース®」を配合した冷凍タイプのほか、携帯に便利な粉末タイプなどバリエーション豊かな製品展開をしています。

ファンケルの粉末青汁ができるまで



野菜の王様「ケール」って？？

ビタミン・ミネラル・ルテインなどの抗酸化成分を豊富に含み、さらに別名若返りホルモンとも言われるメラトニンが含まれることから、美容・健康面で大変注目されています。キャベツやブロッコリー、カリフラワーはケールを品種改良して作られました。海外では古くからスープなど料理に使用されていますが、日本ではその独特の味のくせのせいか、ケールそのものが野菜として食べられることはなく、青汁用に栽培されています。最近の研究で、ケールに含まれる糖脂質が、花粉への反応を緩和させることがわかりました。

ファンケル青汁ラインナップ

スーパー青汁

冷凍

ケール生葉使用量
1袋当たり約120g

搾りたての新鮮な青汁を急速冷凍

ケールまるごと搾(しぼ)り（粉末）

粉末

ケール生葉使用量
1本当たり約120g

搾りたての青汁の本格的な味わい。青汁の栄養がしっかり摂れる

青汁粉末

粉末

ケール生葉使用量
1本当たり約40g

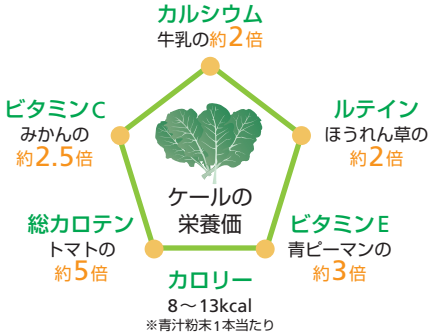
青汁のクセがなく、初めてでも飲みやすい。うれしい続けやすい価格

青汁大豆ミックス（粉末）

粉末

ケール生葉使用量
1本当たり約30g

青汁と大豆の自然な旨みでまろやかなおいしさ。食物繊維とオリゴ糖で毎朝すっきり



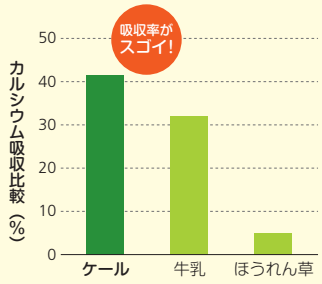
■ あなたは野菜足りていますか？

厚生労働省が推奨する緑黄色野菜の目標摂取量は、1日120g以上。しかし、実際の摂取量は99.4gの緑黄色野菜のみと、不足しているのが現状です。美容と健康に関心の高い幅広い年代の方に、手軽に摂れる青汁をおすすめします。飲まず嫌いの方も是非一度ご賞味ください。

カルシウムの“吸収”にも注目！

ケールはカルシウムの含有量が優れているだけではなく、体への吸収力も抜群。ケールに含まれる植物性カルシウムは、牛乳と比較しても約1.3倍の吸収率を誇ります。さらにケールにはビタミンKやマグネシウムなど、カルシウムの吸収をサポートする栄養素もしっかり含まれています。

参考文献：Heaney RP, Weaver CM, Recker RR, Calcium absorbability from spinach, Am J Clin Nutr 1988;47:707-9, Heaney RP, Weaver CM, Calcium absorption from kale, Am J Clin Nutr 1990;51:656-7



我ら青汁党

ファンケル青汁をご愛飲の方々のご意見や、おいしい飲み方をご紹介します。

VOICE

- 毎日、牛乳に混ぜて飲んでいます。マイルドになって、飲みやすいし、毎朝のスッキリにもいいみたいです。旅行にも持っていけるので、便利です☆
- ずいぶん前から、春は鼻がムズムズして不快なので少しでも役に立ったらと思い今年は朝夕２袋飲んでます。例年よりいいかんじです。

ファンケルオンラインによせられたクチコミより抜粋
ご注意！　お客さまの感想であり、製品の効果・効能を示すものではありません。

私のおすすめ青汁+???

正統派	・牛乳　・豆乳　・乳酸菌飲料　・果汁飲料
健康派	・きな粉　・ゴマ　・ヨーグルト　・フルーツ　・ハチミツ
つわもの?!	・黒酢　・ビール＋トマトジュース　・焼酎
料理に…	・和菓子　・洋菓子　・カレー　・納豆

★ 粉末タイプには「青汁シェーカー」をお使いいただくことをおすすめします。
先に、水や牛乳などを入れてから、青汁粉末を入れてよく振ります。

● グリーンホットケーキ

いつものホットケーキが栄養満点のおやつに！

（材料４人分）　青汁粉末１本、牛乳150ml、ホットケーキミックス200g、卵１個、サラダ油少々、クリームチーズ大さじ8、マーマレードジャム大さじ4

作り方

① 牛乳に「青汁粉末」を溶かし、卵を加えよく混ぜます。ホットケーキミックスを加えなめらかになるまで混ぜます。
② フライパンを弱火で熱し、サラダ油をなじませて①を丸く流し入れ、こんがりと両面を焼きます。
③ お好みでクリームチーズ、マーマレードジャムを添えます。

簡単レシピ

● 青汁マンゴーシェイク

ひんやり、おいしい

（材料１杯分）　スーパー青汁１袋、マンゴー（果肉）50g、バニラアイスクリーム120g

作り方

① マンゴーは1cm角に切ります。
② すべての材料を合わせミキサーにかけます。
③ グラスに注いでできあがり。

次世代のファンケル直営店舗がオープン

ファンケルの直営店舗が生まれ変わります。立地や業態ごとに、全国の直営店舗を「トップスタイル」「プレステージ」「スタンダード」「ファミリー」の4タイプに分類し、順次展開してまいります。こうした分類により、ニーズに合わせたサービスが可能になり、お客さま満足度の向上を図ってまいります。

業態	位置づけ	お客さま層	立地
TOPSTYLE トップスタイル	広告塔・情報発信基地 Webとリアルを融合させた、お客さまとの新しいコミュニケーションの取り組み	コアのお客さま層を中心に20代の比率が高い	都心の集客力の極めて高いエリア
PRESTIGE プレステージ	STANDARDの位置づけにプラスし、さらにカウンセリングの充実を図る。百貨店型店舗に対応	30代後半から40代	百貨店
STANDARD スタンダード	ファンケルの無添加サイエンスを、体験・体感していただくことを重視し、全国の主要部に展開	20代中心の立地から、30代後半から40代くらいまで立地により幅を持たせる	駅ビル・地下街・専門店・路面など
FAMILY ファミリー	STANDARDの位置づけにプラスし、家族や主婦仲間でご来店いただいた際に楽しめる要素を盛り込んだ店舗	20代から40代まで家族・主婦層が中心	郊外型ショッピングセンター

ファンケルショップ 渋谷東急東横店

トップスタイルと位置付けられた同店舗では、ファンケルの広告塔・情報発信基地として、渋谷店専用Webサイト『meet-fancl.net』もオープン。Webとリアル店舗を融合させたお客さまとの新しいコミュニケーションに取り組んでまいります。

コンテンツ
❶meet-fanclメッセージ
❷ブログパーツ
❸サイト上のスタッフ（天使のキャラクターを使用）
❹カウンセリング用クーポン
❺壁紙、スクリーンセーバーのダウンロード機能

東京証券取引所の「個人株主拡大表彰」を受賞

当社は、東京証券取引所の平成19年度（第6回）「個人株主拡大表彰」を受賞しました。東京証券取引所では、ディスクロージャーや個人株主（投資者）層の拡大に優れた実績を上げたと認められる上場会社を毎年1回表彰しています。平成19年度は、審査対象の2,362社の中から、当社を含む6社が選定されました。当社は「株式分割による株主の大幅増加、分割後も従来と変わらない株主優待の実施、個人投資家向けIRサイトの開設など個人株主さまに対しての積極的な取り組み」が評価されました。今後も株主・個人投資家の皆さまのご期待と信頼にお応えできるよう努力してまいります。

配送箱のデザインが一新！

配送箱のデザインが変更になりました。引き続き、環境に配慮した古紙を使用し、無添加のピュアなやさしさをイメージして、ブルーの地色に白い水玉模様のデザインといたしました。通信販売では、製品をお届けする配送箱が最初にお客さまの目に触れます。製品とともに、「今日も未来も、お客さまの健やかで美しく快適な暮らしのパートナーであり続けたい」というファンケルの願いをお届けしてまいります。

株主優待のご報告

当社では平成18年より株主さま参加型の社会貢献活動（ご寄付）を株主優待に導入し、多くの株主さまからご賛同いただいております。昨年度は、1,607名の株主さまより総額4,422,500円ご寄付いただきました。皆さまのあたたかいお気持ちに心より感謝申し上げます。寄付先である社会福祉法人「訪問の家」の日浦美智江理事長よりお礼のメッセージが届いておりますので、ご紹介させていただきます。

「訪問の家」日浦美智江理事長からのメッセージ

ファンケルと「訪問の家」との交流は今から20年前、池森名誉会長が私どもの施設をお訪ねくださったことから始まりました。事業内容は異なっても「人を大切にする」という思いは同じ。恒例となった年1回のお食事会、バザー、クリスマス会など会社をあげての支援に大きな勇気をいただいてきました。そして一昨年から株主の方々が私たちを応援してくださる！ 驚き、感激しました。ファンケルとそのステークホルダーの方々とのお付き合いを誇りに、これからもますます歩を進めてまいります。

株主の皆さまからの寄付金により、福祉車両を購入する予定です。

ファンケルグループの広告宣伝活動

当社は創業以来、世の中の「不」の解消を目指し、安心・安全・やさしさを追求してまいりました。企業のあり方や事業への取り組みなど、より当グループをご理解いただけるよう、お客さまの視点に立ったわかりやすい広告宣伝活動を目指しています。そんなお客さまへの想いがつまったCMは当社ホームページでもご覧いただけます。

ファンケルの企業CM

製品における不の解消をテーマにした「化粧品編」と「発芽米編」の2編をご紹介します。

化粧品編

牛乳パックを見て、化粧品にはどうして製造年月日ってないのかしらと不安を感じる主婦が登場します。

当社は全ての化粧品に製造年月日を表記しています。

発芽米編

久しぶりに帰宅した単身赴任のお父さんと過ごす大切な時間。食卓の何気ない会話にも愛情が伝わってきます。

毎日のご飯で健康への不安を解消してほしい。発芽米はそんな想いから生まれました。

製品CM

ファンケル「HTC®コラーゲン」

思わず口ずさんでしまうような軽快なメロディーにのせて、より効率よく吸収できる「HTC®コラーゲン」を紹介しています。

♪コラコラコラコラーゲン
ラララ、ファンファンファン、ファンケル。
ラララ、吸収それが決め手なの。
ファンケルのHTCコラーゲン。

アテニア「クリア オイルクレンズ」

雑誌アテニアの撮影シーンで、モデルのRINAさんが「クリア オイルクレンズ」を紹介。セリフが雑誌の表紙の見出しになる演出です。

RINAご指名！
アテニアのクリア オイルクレンズ！
大人気のヒミツは
日本発アルガンオイル配合！
もちろん！
ぬれた手でもスル落ち！
ツル落ち！
感動のメイク落ち！
感動のプライス！

連結貸借対照表

（単位：百万円）

科目	前連結会計年度 平成19年3月31日現在	当連結会計年度 平成20年3月31日現在
（資産の部）		
流動資産	49,570	49,003
現金及び預金	14,303	16,551
受取手形及び売掛金	9,983	10,053
有価証券	16,294	13,508
たな卸資産	6,746	6,710
その他の流動資産	2,242	2,178
固定資産	37,360	36,682
有形固定資産	24,963	24,494
建物及び構築物	11,582	11,028
その他の有形固定資産	13,380	13,465
無形固定資産	2,761	3,692
投資その他の資産	9,635	8,496
投資有価証券	830	1,240
長期貸付金	655	447
保証金	2,684	2,680
その他の投資その他の資産	5,464	4,128
資産合計	86,931	85,685
（負債の部）		
流動負債	12,869	12,953
支払手形及び買掛金	3,741	3,599
その他の流動負債	9,127	9,354
固定負債	2,500	2,462
負債合計	15,370	15,416
（純資産の部）		
株主資本	71,399	69,877
資本金	10,795	10,795
資本剰余金	11,852	11,861
利益剰余金	56,451	58,608
自己株式	△7,699	△11,387
評価・換算差額等	50	22
その他有価証券評価差額金	54	27
為替換算調整勘定	△4	△4
新株予約権	111	275
少数株主持分	—	94
純資産合計	71,560	70,268
負債純資産合計	86,931	85,685

連結損益計算書

（単位：百万円）

科目	前連結会計年度 自 平成18年4月 1日 至 平成19年3月31日	当連結会計年度 自 平成19年4月 1日 至 平成20年3月31日
売上高	101,065	99,349
売上原価	33,895	32,362
売上総利益	67,170	66,987
販売費及び一般管理費	58,800	59,520
営業利益	8,370	7,467
営業外収益	621	993
営業外費用	603	695
経常利益	8,388	7,765
特別利益	641	12
特別損失	3,983	586
税金等調整前当期純利益	5,045	7,191
法人税、住民税及び事業税	3,292	3,436
法人税等調整額	△793	64
当期純利益	2,547	3,694

連結キャッシュ・フロー計算書

（単位：百万円）

科目	前連結会計年度 自 平成18年4月 1日 至 平成19年3月31日	当連結会計年度 自 平成19年4月 1日 至 平成20年3月31日
営業活動によるキャッシュ・フロー	6,472	7,379
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,733	△672
財務活動によるキャッシュ・フロー	△2,495	△6,036
現金及び現金同等物に係る換算差額（差損：△）	—	△21
現金及び現金同等物の増減額（減少：△）	2,243	649
現金及び現金同等物の期首残高	21,167	23,411
現金及び現金同等物の期末残高	23,411	24,060

連結株主資本等変動計算書

（単位：百万円）

	株主資本					評価・換算差額等					
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計	その他有価証券評価差額金	為替換算調整勘定	評価・換算差額等合計	新株予約権	少数株主持分	純資産合計
平成19年3月31日残高	10,795	11,852	56,451	△7,699	71,399	54	△4	50	111	—	71,560
連結会計年度中の変動額											
剰余金の配当	—	—	△1,538	—	△1,538	—	—	—	—	—	△1,538
当期純利益	—	—	3,694	—	3,694	—	—	—	—	—	3,694
自己株式の取得	—	—	—	△4,000	△4,000	—	—	—	—	—	△4,000
自己株式の処分	—	9	—	312	321	—	—	—	—	—	321
株主資本以外の項目の連結会計年度中の変動額（純額）	—	—	—	—	—	△27	—	△27	163	94	229
連結会計年度中の変動額合計	—	9	2,156	△3,687	△1,521	△27	—	△27	163	94	△1,291
平成20年3月31日残高	10,795	11,861	58,608	△11,387	69,877	27	△4	22	275	94	70,268

会社情報

（平成20年3月31日現在）

会社概要

会社名	株式会社ファンケル
英文名	FANCL CORPORATION
本店所在地	横浜市中区山下町89-1
電話番号	045-226-I200（代表）
設立	昭和56年8月
資本金	10,795百万円
従業員数	693名 （臨時従業員は除く）
主な取引銀行	三菱東京UFJ銀行 みずほコーポレート銀行 三井住友銀行

役　員（平成20年6月15日現在）

代表取締役 会長執行役員	宮島　和美
代表取締役 社長執行役員	成松　義文
代表取締役 副社長執行役員	田多井　毅
取締役 常務執行役員	池森　行夫
取締役 執行役員	矢島　明
取締役 執行役員	島田　和幸
取締役 執行役員	須釜　憲一
取締役 執行役員	村上　晴紀
取締役 執行役員	山岡　美奈子
取締役	飯田　順二
常勤監査役	篠沢　利夫
常勤監査役	池田　文子
監査役	小関　勝紀
監査役	飛島　章

（注）監査役の池田文子、小関勝紀および飛島章の3氏は、社外監査役であります。

連結子会社一覧

会社名	住所	資本金	設立	議決権の所有割合	事業内容
ニコスター（株）	横浜市栄区	10百万円	昭和59年9月	100%	化粧品の製造・販売
（株）アテニア	横浜市栄区	150百万円	平成元年2月	100%	化粧品・栄養補助食品の販売
（株）ファンケル発芽玄米	長野県東御市	95百万円	平成11年8月	71.6%	発芽米の製造・販売
FANCL ASIA (PTE) LTD	シンガポール	875百万円	平成12年3月	100%	化粧品・栄養補助食品等の販売
（株）いいもの王国	東京都渋谷区	196百万円	昭和37年12月	81.6%	健康器具・家庭用雑貨等の販売
（株）ファンケル美健	横浜市栄区	100百万円	平成14年10月	100%	化粧品・栄養補助食品の製造
（株）シャローネ	香川県高松市	267百万円	昭和55年2月	90.0%	化粧品の製造

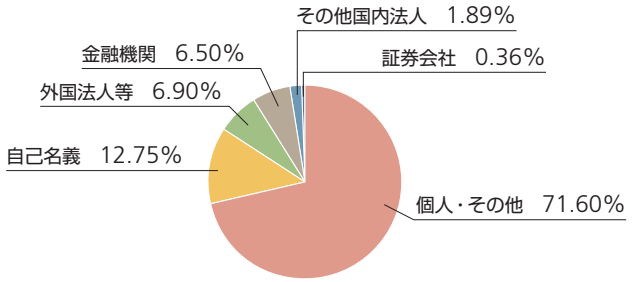
株式情報

（平成20年3月31日現在）

株式の状況

証券コード	4921（東証1部）
発行可能株式総数	233,838,000株
発行済株式の総数	70,176,600株
株主数	83,990名

所有者別株式数の状況



株主メモ

決算期日	3月31日
定時株主総会	6月中
期末配当基準日	3月31日
単元株式数	100株
株主名簿管理人	東京都中央区八重洲一丁目2番1号 みずほ信託銀行株式会社
同事務取扱場所	東京都中央区八重洲一丁目2番1号 みずほ信託銀行株式会社　本店証券代行部 0120-288-324（通話料金無料）
同取次所	みずほ信託銀行株式会社　全国各支店 みずほインベスターズ証券株式会社　本店および全国各支店
公告の方法	電子公告（当社ホームページ　http://www.fancl.co.jp/）

＊当社株式に関する事務手続き用紙（お届出の住所・姓名・印鑑等の変更届、配当金振込指定書、名義書換請求書等）のご請求につきましては、上記株主名簿管理人にてお電話ならびにインターネットにより24時間承っておりますので、ご利用ください。

0120-288-324（通話料金無料）　インターネットアドレス　http://www.mizuho-tb.co.jp/daikou/

株式会社ファンケル
横浜市中区山下町89-1 〒231-8528
Tel. 045-226-1200(代表)
www.fancl.co.jp
当社に関する情報についてはホームページでもご覧いただけます。

FANCL

Waterless Printing Naturally
Vegetable INK for waterless printing
Non Volatile Organic Compounds
FSC ミックス品
FSC認証林及び管理された森林からの製品グループです
www.fsc.org Cert no. SGS-COC-003773
© 1996 Forest Stewardship Council