FANCL

美しい未来へ、無添加と。

新・無添加スキンケアライン
誕生。

株主のみなさまへ

第32期報告書

平成23年4月1日～平成24年3月31日

「無添加だからこそ美しくなれる」という価値を掲げ、グローバル・プレミアム・ブランドへ

代表取締役 社長執行役員
成松 義文

新たな挑戦に向けて

株主のみなさまには、平素より格別のご支援を賜り、厚く御礼申し上げます。

当社は、この度、経営理念である「不」の解消を根底に、化粧品および健康食品の事業ブランドをそれぞれ明確に再定義した長期ビジョンを新たに掲げ、平成25年3月期を初年度とする中期三ヵ年経営計画を策定いたしました。

今後、長期にわたって企業価値を向上させ、株主のみなさまのご期待に応えるため、施策を積極的に実行してまいります。

より支持されるブランドを目指して

創業から30年以上にわたりお客さまより大きなご支持をいただいてまいりましたが、化粧品、健康食品と事業が拡大するにしたがい、当社に対するブランドイメージが多様化してまいりました。改めて、当社だからこそお客さまに提供できる価値は何かを問い直し、平成24年3月に化粧品のブランド再構築を行いました。新たなコーポレートロゴとブランドステートメント**Nothing but Beauty**（日本語訳：「真の美しさを、あなたの肌へ」）を制定し、**「FANCLの無添加だからこそ美しくなれる」**という価値を世界へ発信してまいります。

株主のみなさまへ

第32期報告書

CONTENTS

決算のご報告	2
中期三ヵ年経営計画	4
製品紹介	8
トピックス	11
会社情報	12
株式情報	13

昨年に引き続き、株主優待を通じて東日本大震災 被災地にご寄付いただけます

本年も株主優待制度におきまして、東日本大震災 被災地への寄付をお受けしております。昨年は多くの株主のみなさまにご賛同をいただき、誠にありがとうございました。みなさまからの寄付は、日本赤十字社を通じて被災地の復興支援に活用されています。

本年も多くの株主さまにご協力をいただけますよう、よろしくお願い申し上げます。詳しくは、同封の株主優待カタログをご覧ください。

決算のご報告

第32期（平成23年4月～平成24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。

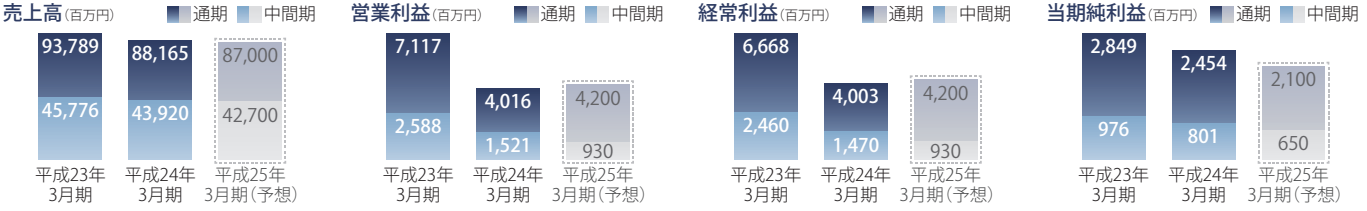
当期の売上高は、東日本大震災の影響による一部キャンペーンの変更や中止、中国政府による食品の輸入規制、いいもの王国通販事業の譲渡などにより、全体では88,165百万円（前期比6.0%減）となりました。

損益面では、減収となったことおよび3月にファンケル化粧品のブランド再構築（以下、「リブランディング」といいます。）を行ったことにより、化粧品関連事業のマーケティング費用が増加し、営業利益は4,016百万円（前期比43.6%減）、経常利益は4,003百万円（前期比40.0%減）となりました。当期純利益は株式会社いいもの不動産（旧：株式会社いいもの王国）の特別清算に伴い法人税等の計上が軽減されたものの、前述の要因により2,454百万円（前期比13.9%減）となりました。

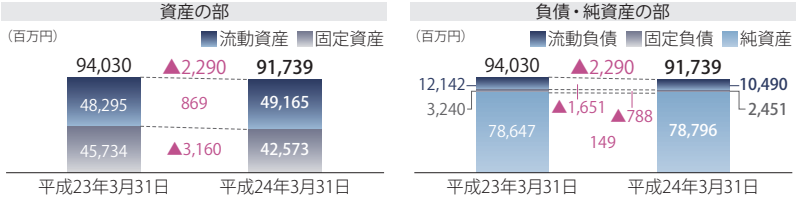
事業概況

ファンケル化粧品は、「マイルドクレンジングオイル」や「洗顔パウダー」など主力製品が堅調だったものの、リブランディング

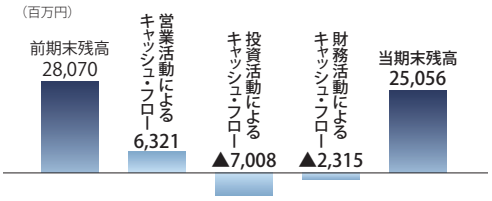
連結損益計算書



連結貸借対照表



連結キャッシュ・フロー



前の買い控えなどにより、売上は減少しました。

アテニア化粧品は、平成23年9月にリニューアル新発売した「クラスAベーシックスキンケア」が堅調に推移したものの、その他の製品が振るいませんでした。以上の結果、化粧品関連事業の売上高は、45,824百万円（前期比3.9%減）となりました。

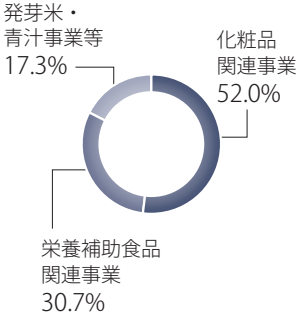
栄養補助食品関連事業は、主力製品のダイエットサプリメント「カロリミット®」が大幅に伸長しましたが、ビューティサプリメント「テンスアップ」などが、中国政府による食品の輸入規制の影響を受けたことにより、売上高は27,036百万円（前期比4.3%減）となりました。

発芽米事業は、卸販売他が増収となったものの、その他のチャネルが振るわず、青汁事業は主力の「ケールまるごと搾（しぼ）り」が前年並みを維持しましたが、その他の製品が振るいませんでした。その他の事業は、雑貨事業の再構築に取り組んでおりますが、売上を伸ばすことができませんでした。以上の結果、発芽米・青汁事業等の売上高は15,303百万円（前期比14.3%減）となりました。

当社の財務状況に関する詳細な情報につきましては、当社ホームページ「企業情報の株主・投資家向け情報」をご覧ください。 http://www.fancl.jp/company/ir/

売上高構成比

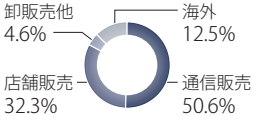
連結売上高 88,165百万円
（前期比6.0%減）



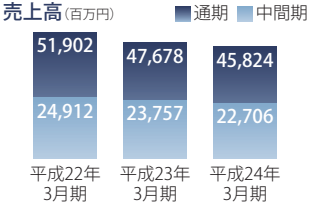
化粧品関連事業

売上高 45,824百万円
（前期比3.9%減）

販売チャネル別売上高構成比



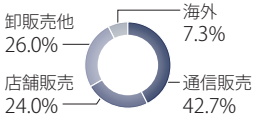
売上高（百万円）



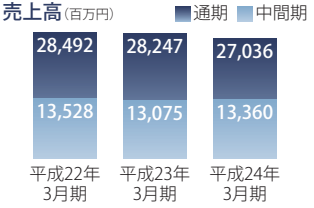
栄養補助食品関連事業

売上高 27,036百万円
（前期比4.3%減）

販売チャネル別売上高構成比



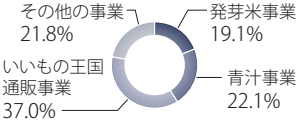
売上高（百万円）



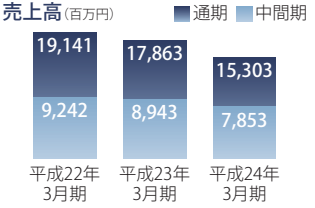
発芽米・青汁事業等

売上高 15,303百万円
（前期比14.3%減）

セグメント別売上高構成比



売上高（百万円）



中期三ヵ年経営計画

当社は、これまで無添加化粧品、栄養補助食品、発芽米、青汁などの事業を展開してまいりましたが、創業から30年以上が経ち、市場環境の急激な変化を背景として事業の独自性が希薄化するなど、売上・利益ともに頭打ちの状態にあります。経営理念である「不」の解消を根底に、化粧品事業と、健康事業、それぞれの事業の長期ビジョンを明確に再定義し、その実現を目指して平成25年3月期を初年度とする中期三ヵ年経営計画を策定いたしました。本計画を長期ビジョン達成に向けた「挑戦の3年」と位置付け、「化粧品事業」「健康事業」「海外事業」「経営基盤強化」の4つのテーマを重点戦略として取り組んでまいります。

今後の事業成長を達成するために、グループが一丸となって施策に取り組み、平成27年3月期には連結売上高1,010億円、連結営業利益80億円、連結営業利益率8%を目指します。

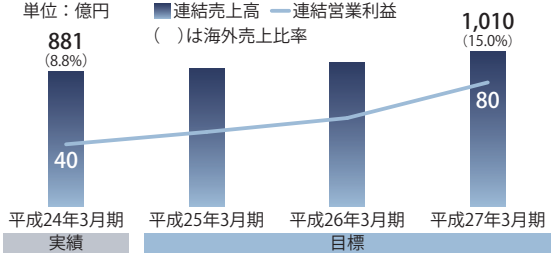
長期ビジョン

化粧品事業	健康事業
「無添加だから美しくなれる」という価値を中核に据え、「グローバル・プレミアム・ブランド」としての地位の確立を目指す	生涯にわたる健康づくりのパートナーとしてお客さま一人ひとりが望む健康のあり方を実現する「Good Aging」

中期三ヵ年経営計画の全体概要

● 数値目標（平成27年3月期）

連結売上高	連結営業利益	連結営業利益率
1,010億円	80億円	8%



海外市場での成長を加速させ、平成27年3月期における海外売上比率15%を目指します。

● 重点的取り組みの基本方針

化粧品事業	健康事業
無添加サイエンスを体現するコンセプト・製品・コミュニケーションを通じたブランド価値向上と事業基盤強化	ファンケルオリジナルの健康理論に基づくパーソナルな製品・サービスの提供により事業を再構築

海外事業

化粧品リブランディングの順次展開
既進出国での成長・未進出国への新規参入にむけたロードマップ策定

経営基盤強化

次期顧客管理システムの完成、店舗開発、原価低減、研究開発、人材育成

化粧品事業

ファンケル化粧品は、これまで日本国内では「肌にやさしい」「安心・安全」という評価が先行し、当社が研究から製造までこだわってきた「無添加」独自の価値をお客さまに伝えきれておりませんでした。平成24年3月にファンケル化粧品のリブランディングを開始し、「無添加だから美しくなれる」という価値を中核に据え、「グローバル・プレミアム・ブランド」としての地位の確立を目指します。

製品戦略

創業以来の無添加研究の技術を結集し、肌ストレスを「純化」する高い機能をもったスキンケアを発売し、「肌にやさしい」だけでなく、「キレイになれる」「効果のある」化粧品へと進化し、より多くのお客さまにご支持いただけるブランドを目指します。

平成24年3月に発売した新・無添加スキンケアラインについては8ページをご覧ください。

販売戦略

カタログによる通信販売、インターネット通信販売、直営店舗販売のいずれのチャネルでもサービスを提供することが可能なパーソナルカウンセリングプログラムにより、カウンセリング機能を強化してまいります。

●パーソナルカウンセリングプログラム

「ファンケル素肌純度チェック」で、
最適なスキンケアラインとお手入れ方法をご提案

ブランドコミュニケーション戦略

コーポレートロゴの一新、広告表現も刷新し、テレビCMや雑誌・新聞・交通広告などの広告活動や新製品サンプリングとカウンセリングイベントの実施など積極的なプロモーション活動を行い、新しいお客さまの獲得に注力してまいります。

新コーポレートロゴ→ FANCL
新ブランドステートメント→ Nothing but Beauty

FANCL総合サイトを新設。事業ごとのコンセプトやこだわり、製品や研究成果の紹介などを通じて事業の世界観と活動内容を発信。

ホームページアドレス
http://www.fancl.jp

イメージキャラクター
DREAMS COME TRUE
吉田美和さん

健康事業

化粧品事業と、発芽米・青汁事業を含む健康関連事業のブランドを明確に分け、平成25年1月にブランドネームを「FANCL Health Science」に変更し、事業を再構築いたします。科学的根拠に基づく確かな効果と健康への高い専門性により、サプリメント市場の主力ユーザーである中高年のお客さまの獲得を目指してまいります。

平成25年1月にブランドネームを変更

新ブランド名：FANCL Health Science

販売戦略

予防医療に特化した最先端のサプリメントや健康サービスを提供する「ファンケル健康院」、医師のアドバイスを提供するサプリメント「ファンケル クリニケード」のノウハウを活かし、カタログによる通信販売・インターネット通信販売・直営店舗の複数チャネルでのパーソナルカウンセリングサービスを提供いたします。

製品戦略

発芽米にわずかしか含まれていないアンチエイジング効果のある当社独自素材「PSG」を配合したサプリメントを平成25年1月に発売し、中高年のお客さま向けの製品として強化してまいります。

従来からの強みであるビューティサプリメント「HTC®コラーゲン」は、平成25年春に機能をアップした新製品の発売に加え、美容成分を贅沢に配合した最高峰の美容ドリンクを発売し、女性のお客さまを獲得してまいります。

そして、スター製品に成長したダイエットサプリメント「カロリミット®」は、平成24年6月に改良新発売しました。今後は、粒や粉末タイプの製品に続く新形状の製品を開発し、引き続き市場を拡大してまいります。

●ビューティサプリメント

●ダイエットサプリメント

海外事業

当社は世界中に向けて、進化した「無添加」の価値を提供し、グローバル・プレミアム・ブランドとしての地位を確立していくために平成25年春以降、海外でも化粧品のリブランディングをスタートし、世界中でFANCLブランドを統一してまいります。

中国・香港

- アジアにおけるプレミアム化粧品ブランドとしての地位の確立

北京 大鍾寺王府井百貨（中国）

台湾・シンガポール

- ハイグレードな百貨店への出店
- インターネット通信販売の本格参入

板橋遠東店（台湾）

コーズウェイポイント店（シンガポール）

米国

- 米国で展開しているboscia（ボーシャ）ブランドの取り扱い店舗の拡大
- bosciaブランドの世界展開

bosciaブランド化粧品

経営基盤強化

システム

当社独自の無添加美容理論・健康理論に基づき、お客さま一人ひとりのカウンセリング履歴などを活用した、きめ細かく専門性の高い情報・サービスなどを一貫して提供するパーソナルなお客さま対応を実現します。

店舗開発

首都圏・地方都市の百貨店を中心とした新規出店や、カウンセリング機能強化のためのリニューアルおよび業態転換を図ります。

原価低減

製品の企画から製造までの製品開発プロセスや原料調達プロセスを見直し、さらなる原価低減を図ります。

研究開発

さらなる無添加の研究を進めて独自技術を確立させるとともに、化粧品のパーソナル化に向けた技術開発を行います。また、健康事業のスター製品の創出、予防医療カウンセリングやパーソナルサプリメントの開発に注力します。

人材育成

海外事業を積極的に展開していくために、グローバルで活躍できる人材を抜擢・育成してまいります。

美しい未来へ、無添加と。

新・無添加スキンケアライン
誕生。

凜と息づく肌が目覚めます。

当社が長年取り組んできた無添加研究により、全ての肌悩みの根本原因は、
化粧品の添加物や紫外線などの「肌ストレス」によって引き起こされる
「肌ダメージ因子」であることが判明。肌悩みのない、より美しい素肌を目指すために、
素肌を『純化』する6つの新スキンケアラインをご用意いたしました。
お客さま一人ひとりの肌の状態、これからなりたい肌に合わせてお選びいただけます。

無 添 加

『純化』

「肌ストレスを与えない」だけでなく、
「肌ダメージそのものを取り除く」という新発想

乾燥・キメの乱れが気になる方に　MOISTURIZING モイスチャライジング
年齢サインが気になる方に　AGING CARE エイジングケア
明るい透明感を求める方に　WHITENING ホワイトニング〈医薬部外品〉
スベスベの肌を求める方に　ACNE CARE アクネケア〈医薬部外品〉
年齢を超える美を求める方に　BC BC
皮脂バランスが整ったなめらかな肌を求める男性に　MEN メン

保水力を限りなく高め、うるおいあふれる肌へ

MOISTURIZING LINE
モイスチャライジングライン

うるおいをたっぷり満たし、みずみずしい
素肌を保ち続ける高保湿ライン

コラーゲンをめぐらせて、ハリと弾力満ちる肌へ

AGING CARE LINE
エイジングケアライン

コラーゲンを奥深くまでめぐらせて、満ちた
りたハリと弾力を叶えるエイジングケアライン

シミ・ソバカスのない、白く澄みわたる肌へ

WHITENING LINE
ホワイトニングライン〈医薬部外品〉

メラニンが生まれる前からケアすることで、
白く澄んだ肌を実感できる美白ライン

角栓・毛穴をケアし、ニキビのないなめらかな肌へ

ACNE CARE LINE
アクネケアライン〈医薬部外品〉

角栓による毛穴のつまりを防ぎ、スベスベの
肌へ導くアクネケアライン

最高峰エイジングケアで、輝き極まる凛とした肌へ

BC LINE
BCライン

年齢を重ねた肌のために、肌本来の美しさを
呼び覚ますエイジングケアライン

皮脂バランスをコントロールして、なめらかな肌へ

MEN LINE
メンライン

男性肌の皮脂バランスを整え、なめらかな
肌に導くスキンケアライン

新発売

極小サイズのヒアルロン酸で内側からうるおいを。

ナノ化 ヒアルロン酸

1gで6Lもの水分を蓄えるといわれ、うるおいに欠かせない成分ヒアルロン酸は、低分子なものほど吸収に優れています。当社は一般的な低分子ヒアルロン酸の1/100の分子量という、極小サイズのヒアルロン酸を他社に先駆けて配合しました。

長寿遺伝子に着目した話題の成分

レスベラトロール

新発売

「レスベラトロール」は、赤ワインなどに含まれるポリフェノールの一種。長寿遺伝子を活性化する働きが認められ、世界から注目を集めています。当社の「レスベラトロール」は、フランス産のブドウから抽出した稀少な成分を含有し、若々しさや健康の維持にアプローチします。

改良新発売

新配合のルテインがふしぶしの違和感にアプローチ！

グルコサミン＆コンドロイチン 楽のび

グルコサミン、コンドロイチン硫酸など軟骨成分に加え、スムーズな動きを支えるルテイン、コラーゲンの生成に役立つビタミンCを配合。年齢とともに失われがちな成分を補給し、なめらかな動きをサポートします。

改良新発売

素肌美を育むビューティ青汁

ビューティ グリーン

体の“めぐり”に着目した柑橘成分「ヘスペリジン」を新配合。ケールに含まれるビタミンやミネラル、HTC®コラーゲンやセラミドが、新成分「ヘスペリジン」の働きによってすみずみまでいきわたります。爽やかな柑橘MIX味で、青汁が苦手な方でも美味しくお摂りいただけます。

体脂肪や血管年齢を気づかう方に朗報。

「PSG（発芽米ステロール配糖体）」

当社は、発芽米にわずかしか含まれていない希少成分「PSG」を発見しました。健康成分「PSG」は、食事の脂肪をためにくくし、燃えやすくする働きがあります。平成25年1月には「PSG配合サプリメント」を発売し、中高年のお客さま向けの中核製品として展開してまいります。

※「PSG」は株式会社ファンケルの登録商標です。

平成23年度「かながわ地球環境賞」を受賞

ファンケルの環境活動を高く評価

黒岩祐治 神奈川県知事（右）より
表彰される宮島会長（左）

当社は、神奈川県とかながわ地球環境保全推進会議が主催する“平成23年度「かながわ地球環境賞」”を受賞しました。これは、地球環境保全に向けた活動に取り組み、その業績が他の模範となる団体などを表彰する賞で、当社を含む5社・団体（節電大賞、奨励賞を除く）が受賞しました。資材調達、研究開発、生産、販売にいたるあらゆる過程において、環境負荷低減に取り組むとともに、従業員による家庭におけるエネルギー利用削減への取り組み「ECOチャレンジ」など当社の活動が高く評価され、今回の受賞となりました。

「横浜市風力発電事業」
への協賛

当社の取り組み

- 工場での「太陽光発電システム」の導入
- 本社内店舗での「横浜市風力発電事業」の協賛による自然エネルギーの活用
- 遮断フィルムやLED照明の導入など直営店舗、オフィス、工場における省エネルギーの推進

ファンケル美健
滋賀工場
太陽光発電システム

東日本大震災　従業員の支援活動について

東日本大震災直後から今日にいたるまで、被災地への支援としてファンケルグループでは、「美」と「健康」の製品と、独自の技術で、被災された方々の心と体を応援する「美と健康のSave the 東北プロジェクト」を続けています。従業員が支援活動に積極的に参加できる「社会貢献休暇制度」を充実させるとともに、被災地の方々のニーズに対し、きめ細かく対応したメニューを、中長期の視点で実施しています。

活動状況（平成24年4月30日現在）

従業員ボランティア延べ参加人数	247名
サービス利用	メイクサービス……435名 ネイルサービス……71名 マッサージ……1,172名 青汁の提供……1,183杯

メイクサービスの様子

ハンドマッサージの様子

会社情報（平成24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	045-226-1200（代表）
設立	昭和56年8月
資本金	10,795百万円
従業員数	721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24年6月16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
取締役 常務執行役員……島田 和幸
取締役 常務執行役員……村上 晴紀
取締役 執行役員……須釜 憲一
取締役 執行役員……山岡 美奈子
取締役 執行役員……鶴崎 亨
取締役……飯田 順二
取締役……柳澤 昭弘
取締役……池田 憲人
常勤監査役……高橋 誠一郎
常勤監査役……飛島 章
監査役……小関 勝紀
監査役……前田 正子

（注）1. 取締役の池田憲人氏は、社外取締役であります。
2. 監査役の飛島章、小関勝紀および前田正子の3氏は、社外監査役であります。

連結子会社一覧

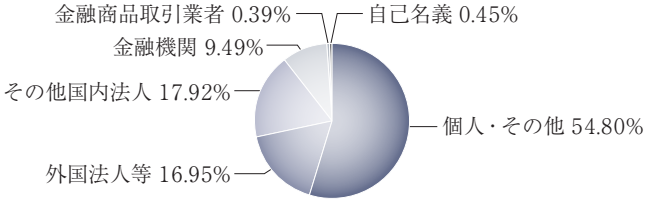
会社名	住所	資本金	設立	当社の出資比率	事業内容
（株）アテニア	横浜市栄区	150百万円	平成 元年 2月	100.0%	化粧品・栄養補助食品等の販売
（株）ファンケル発芽玄米	長野県東御市	95百万円	平成11年 8月	71.6%	発芽米の製造・販売
FANCL ASIA (PTE) LTD	シンガポール	875百万円	平成12年 3月	100.0%	化粧品・栄養補助食品の販売
（株）ファンケル美健	横浜市栄区	100百万円	平成14年10月	100.0%	化粧品・栄養補助食品の製造
ニコスタービューテック（株）	横浜市栄区	10百万円	平成20年 7月	100.0%	化粧品・医薬部外品の製造
（株）ノイエス	東京都渋谷区	60百万円	昭和57年10月	100.0%	エステティックサロンの経営

株式情報（平成24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	65,176,600株
株主数	89,420名

所有者別株式数の状況



株主メモ

事業年度	4月1日～3月31日
定時株主総会	毎年6月
配当金支払 株主確定日	期末：3月31日 中間：9月30日
単元株式数	100株
株主名簿管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社 東京都千代田区丸の内一丁目4番5号
同事務取扱場所	三菱UFJ信託銀行株式会社　証券代行部
郵便物送付先 および 電話照会先	〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号 0120-232-711（フリーダイヤル）

【ご注意】

1. 株主さまの住所変更、買取・買増請求その他各種お手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関（証券会社等）で承ることになっております。株主名簿管理人（三菱UFJ信託銀行株式会社）ではお取扱いできませんので、ご注意ください。
2. 特別口座に記載された株式に関する各種お手続きにつきましては、特別口座の口座管理機関であるみずほ信託銀行株式会社にお問合せください。株主名簿管理人である三菱UFJ信託銀行株式会社ではお手続きできませんのでご注意ください。

特別口座の 口座管理機関	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
郵便物送付先 および 電話照会先	〒168-8507 東京都杉並区和泉二丁目8番4号 みずほ信託銀行株式会社　証券代行部 0120-288-324（フリーダイヤル）

FANCL

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.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。

この報告書は、FSC® 森林認証取得用紙と植物油インキを使用し、環境にやさしい「水なし印刷」で印刷しています。