無添加の進化が叶えた美しさ

無添加アクティブ
コンディショニング。

株主のみなさまへ

株式会社ファンケル

第36期中間報告書

2015年4月1日～2015年9月30日

決算のご報告

当中間期（2015年4月～2015年9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。

当第2四半期連結累計期間の売上高は、新中期経営計画（2016年3月期～2018年3月期）の方針のもと、戦略的な広告投資を行ったことなどにより、化粧品関連事業、栄養補助食品関連事業が大幅な増収となり、全体では43,192百万円（前年同期比18.2%増）となりました。営業利益は、増収効果により売上総利益が増加したものの、前年同期に対しマーケティング費用を大幅に増加させた結果、116百万円（前年同期比61.2%減）となりました。経常利益は221百万円（前年同期比47.3%減）、四半期純利益は127百万円（前年同期比77.7%減）となりました。

事業概況

ファンケル化粧品は、ホワイトニングラインのリニューアル、「マイルドクレンジングオイル」などのプロモーション効果、新製品「エイジングケア 洗顔クリーム」の発売などにより好調に推移し、売上は増加しました。

アテニア化粧品は、主力製品のリニューアル効果や、既存のお客さま向けのキャンペーンなどにより堅調に推移し、売上は増加しました。なお、第1四半期連結会計期間から米国子会社FANCL INTERNATIONAL, INC.およびboscia, LLCを連結対象としております。

以上の結果、化粧品関連事業の売上高は25,990百万円（前年同期比17.8%増）となりました。

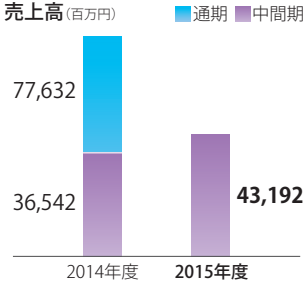
栄養補助食品関連事業は、ダイエットサプリメント「大人のカロリミット®」や、2015年6月19日に発売した手元のピント調節機能を助けるサプリメント「えんきん」（機能性表示食品）のプロモーション効果などにより好調に推移し、売上高は13,769百万円（前年同期比23.3%増）となりました。

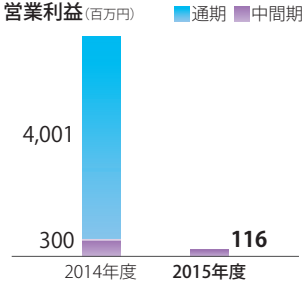
発芽米はテレビCMを中心とした積極的な販売施策に取り組み、青汁は冷凍青汁のプロモーションを展開したことなどにより、その他関連事業の売上高は3,432百万円（前年同期比3.4%増）となりました。

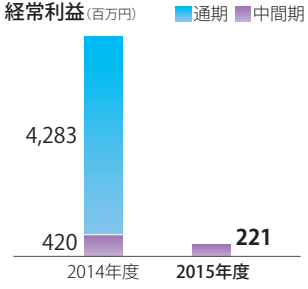
当社グループの財務状況に関する詳細な情報につきましては、当社ホームページ「株主・投資家向け情報」をご覧ください。

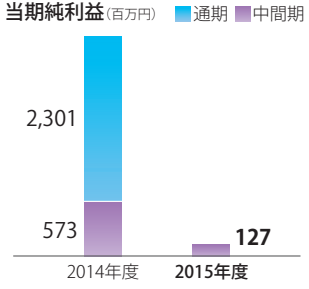
http://www.fancl.jp/ir/

連結損益計算書



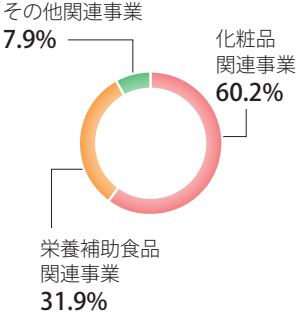






売上高構成比

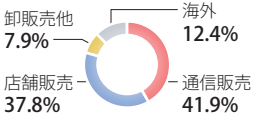
連結売上高　43,192百万円
（前年同期比18.2%増）

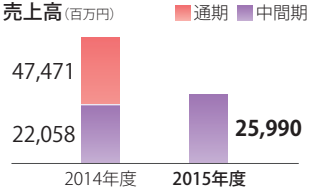


化粧品関連事業

売上高　25,990百万円
（前年同期比17.8%増）

販売チャネル別売上高構成比

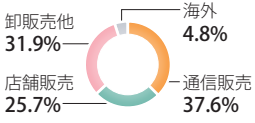


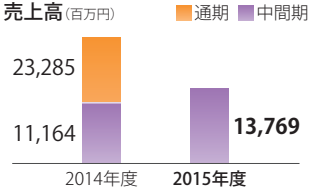


栄養補助食品関連事業

売上高　13,769百万円
（前年同期比23.3%増）

販売チャネル別売上高構成比

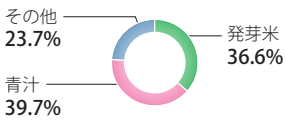


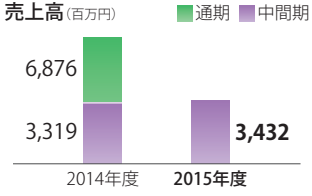


その他関連事業

売上高　3,432百万円
（前年同期比3.4%増）

セグメント別売上高構成比





下期戦略

当中間期の成果

当社グループは、新中期経営計画（2016年3月期～2018年3月期）を策定し、積極的な広告投資を伴う成長戦略の実現に向けて取り組んでおります。

当中間期は、積極的な広告投資により、ファンケル化粧品は、スター製品「マイルドクレンジングオイル」「洗顔パウダー」による新しいお客さまが増え、卸販売チャネルにおける一店舗当たりの売上が向上いたしました。サプリメント事業は「大人のカロリミット®」に加え、「えんきん」が当初計画を大幅に上回る新しいお客さまを獲得し、売上が伸長いたしました。また、3年後の直営350店舗体制に向けて、ローコストの出店モデルの構築など着実に成長できる基盤が整ってまいりました。

しかし、発芽米・青汁は十分な広告効果が得られず、課題もあり、今後確実に遂行してまいります。

ファンケル化粧品事業戦略

製品戦略 ファンケルの無添加化粧品は、「キレイになるための化粧品が、キレイをさまたげるものであってはいけない」という思想をもとに、無添加の品質を保つ使い切りの小容量サイズの密封容器に医薬品レベルの環境で製品を製造し、製造年月日を印字してお客さまにお届けしております。今一度、安心・安全にお使いいただける無添加化粧品の特長を訴求してまいります。

2015年4月より全国のローソンで先行発売した肌のゴワつき、くすみが気になる方のためのクリーム状洗顔料「エイジングケア洗顔クリーム」を8月より通信販売、直営店舗において販売を開始いたしました。スター製品「洗顔パウダー」に続く新たな剤型として強化し、洗顔市場でのシェア拡大を図ってまいります。

2015年9月より、肌にストレスとなる添加物を与えず受けてしまったストレスを徹底的に除去し、肌が本来持っているキレイになる力を高めるスキンケアシリーズ「無添加アクティブコンディショニング」を新発売いたしました。この「無添加アクティブコンディショニング」を戦略製品と位置付け、ファンケルの「無添加」に共感いただけるお客さまの拡大につなげてまいります。

広告戦略 「洗顔系カテゴリー」は、テレビCMと連動したプロモーションを展開し、卸販売チャネルを中心に各チャネルの売上拡大を図り、「スキンケアカテゴリー」は、テレビCMで幅広い層へ訴求する広告手法ではなく、無添加化粧品と親和性の高い女性を対象に、ウェブや雑誌を活用し、継続的に長く深く「無添加」の価値を訴求することで、ロイヤルティの高いお客さまを獲得してまいります。

アテニア事業戦略

アテニアは、創業理念である「高品質、低価格、ハイセンス」に原点回帰し、事業基盤の再構築に向けて取り組んでおります。アテニアの価値を具現化した製品を発売していくと共に、ウェブを活用し、評判、話題性を喚起して、ブランドへの理解・共感を高めながら、ロイヤルティの高いお客さまの獲得を推進してまいります。

ファンケルヘルスサイエンス事業戦略

製品戦略 ファンケルのサプリメントは、成分の配合量の多さではなく、体内に吸収されにくく、留まりにくい成分を効率よく持続的に効果を発揮することを追求した「体内効率設計」を第一に考え、他社との差別化を図ってまいります。

2015年4月より開始された食品の持つ働きを分かりやすく表示できる機能性表示食品制度に対応し、2015年6月に新発売した中高年の目の健康に役立つ日本初の機能性表示食品「えんきん」は、大幅に売上が伸長しており、サプリメント市場の核となる新しい中高年層のお客さまを獲得できております。今後は、ダイエットサプリメント「カロリミット®」を超えるスター製品に育成してまいります。また、下期も機能性表示食品制度を徹底的に活用し、腰痛対策「腰ラックス」、睡眠対策「快眠サポート」、腸対策「快腸サポート」、ストレス対策「GABA」の4製品を2015年冬以降に機能性表示食品として発売し、スター製品に育成してまいります。

そして、2015年9月には、自分の性別や年代に最適な栄養素や成分を1回分の個包装にした「年代別サプリメントシリーズ」を新発売しました。「何を飲めばいいのかわからない」「種類が多く自分で選べない」というサプリメントの基本的な「不満」を解消するサプリメントとして、新しいお客さまの獲得に努めてまいります。

広告戦略 高い支持をいただいている「えんきん」「カロリミット®」などの重点強化製品は、適切なタイミングでテレビCMを行い、マーケティング効果を最大化させ、お客さま数および売上の拡大に努めてまいります。

販売戦略 当社は国内最大規模の品揃えを擁する数少ない総合サプリメントメーカーであり、通信販売、直営店舗販売のチャネルを持つ強みを活かし、広告戦略で獲得した新しいお客さま一人ひとりのお悩みに対し、医師や管理栄養士などの専門家が監修した他製品の購入をお勧めするクロスセルを推進してまいります。

店舗戦略

3年後の直営350店舗体制に向けて、化粧品と健康食品の売り場を明確に分け、既存の什器を徹底活用し、従来の3分の1の費用で改装することができる新業態店舗「ローコスト・ハイブリッドショップ」の展開を推進するとともに、効率的な店舗運営を実現するため、多忙な時間帯に短時間勤務の店舗スタッフを活用するなど、高収益な店舗モデルの開発を実現してまいります。

イオンモール甲府昭和店

研究開発体制の強化

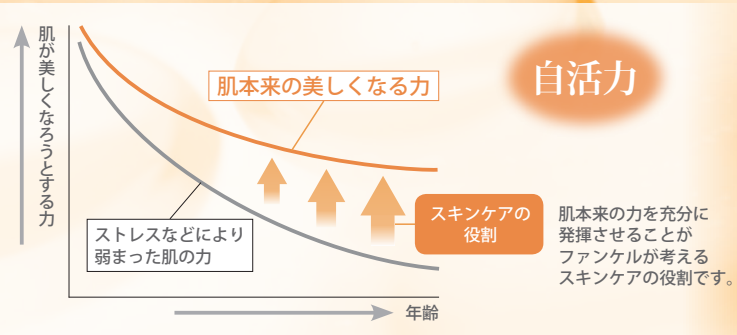
当社は、1999年に総合研究所を設立し、研究開発に注力しており、国内外の大学の研究機関や医療機関との共同研究なども積極的に行ってまいりました。さらに研究開発力を強化するため、2016年5月に「イノベーション研究所」と位置付けた第二研究所を開設し、新たなスター製品や次世代を担う新事業の創出に注力してまいります。

肌が本来持つキレイになる力を高めるスキンケア

新発売

「無添加アクティブコンディショニング」

肌ストレスを与えないだけでなく、ストレスを取り去り、「角層を育み人が本来持っているキレイを引き出す力＝自活力」を高める新たな無添加スキンケアシリーズが誕生しました。シリーズ全品に共通配合した独自成分「アクティブセラミド」が、細胞の産生時に「セラミドのもと」「栄養のもと」を吸収し、自ら美しい角層を作り続けキレイを引き出す力（＝「自活力」）を与えます。角層のダメージ状態に応じて、「EX」と「ベーシック」の2 つのタイプを展開。さらに新たなカウンセリング「角層美肌チェック」を導入し、お一人おひとりの肌悩みに最適なスキンケアやサプリメントなどをご提案いたします。



アクティブコンディショニング
ベーシック

アクティブコンディショニング
EX

肌のゴワつき、
くすみが気になる方に

新発売

「エイジングケア 洗顔クリーム」

ローソン店舗にて先行発売し好評いただいていた洗顔クリームが、全国の直営店舗、通信販売でもお買い求めいただけるようになりました。肌のゴワつき、くすみが気になる方をターゲットに開発したクリーム状洗顔料で、すぐに泡立つのが特徴です。くすみケア成分である「プルーン酵素エキス」や「セイヨウナシエキス」を配合し、くすみの元となる古い角層や毛穴の汚れを取り除き、やわらかですべすべの肌に導きます。発売以来、ロングセラー製品である「洗顔パウダー」に加え、お客さまのニーズや使用シーンに合わせて、お好みの洗顔アイテムをお選びいただけます。くすみをケアしたいときは、「エイジングケア 洗顔クリーム」、うるおい不足が気になるときは「洗顔パウダー」と、お肌の状態で使い分けもお勧めです。

洗顔料でのくすみ落としをテレビCMでも訴求

機能が分かって、選びやすい 機能性表示食品3品がラインナップ

リニューアル 新発売

これまで販売していた「ルテイン＆ブルーベリー えんきん」「糖転移ヘスペリジン＆キトサン 健脂習慣」「ペプチド＆そば若葉 おだやか習慣」の3品が機能性表示食品※「えんきん」「健脂サポート」「計圧サポート」としてリニューアル新登場。サプリメントのパイオニアとしての研究開発体制、医療機関との連携、長年のエビデンス取得など、当社の優位性を活かして、今後も、さらなる機能性表示食品を広く展開していく予定です。

※科学的根拠に基づき、機能性をわかりやすく表示している食品のこと。機能性の科学的根拠や安全性、品質に関するデータは、ホームページでも公開されています。

シンプルな新発想！ 性別と年代別のベーシックサプリ 「年代別サプリメントシリーズ」

新発売

サプリメントは摂りたいけれど、何を選べばよいのかわからないというお悩みを解消する新発想のサプリメントです。男性と女性、さらに年代別で、必要な栄養素と健康に関するお悩みは異なります。本品では、性別と年代別に必要な栄養素と成分を1回分の個包装にして、簡単に選べる「年代別サプリメントシリーズ」を展開。性別は男女2タイプ、年代は「20代」「30代」「40代」「50代以降」の4タイプ計8種類のラインナップで、ライフステージに合ったサプリメントがお選びいただけます。

「元気生活」を一冊に統合しリニューアル

これまで健康食品の冊子は「元気生活」「健康食品キャンペーン&カタログ」の2冊をお届けしていましたが、一冊にまとめ、誌名も「元気生活motto（もっと）」に改め、リニューアルいたしました。お客さまのお買い物がもっと便利に、もっと情報が得やすくなるよう、誌面もパワーアップし、今まで以上にお楽しみいただける内容になっています。

「元気生活 motto（もっと）」
お客さまの今、そして未来の健康を、いままで以上に強く支える私たちの意志と思いを誌名に込めました。

ファンケルオンラインをリニューアル

ファンケルオンラインはデザインの見直しを行い、リニューアルいたしました。お客さまによく使われている機能や商品情報にすぐにたどり着けるようにナビゲーションメニューやデザインを見直し、サイト幅を拡張したワイドデザインにより、より便利に、お買い物しやすくなりました。ファンケルの理念をお伝えするコンテンツや、コラムも充実しました。新しくなったファンケルオンラインに、どうぞご期待ください。

パソコン用
ファンケルオンライン

表示幅が
広がりました

商品が探し
やすく
なりました

スマートフォン用
ファンケルオンライン

株主優待制度による「東日本大震災 被災地への寄付」

東日本大震災より4年を迎え、引き続き、当社の株主優待制度において、555名の株主さまに被災地への寄付をお申し込みいただきました。集まった寄付金（1,066,500円）は、日本赤十字社を通じて被災地復興支援に役立てられます。多くの皆さまよりあたたかいご厚意を賜り、心より感謝申し上げます。

会社情報（2015年9月30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	1981年8月
資本金	10,795百万円
従業員数	702名（臨時従業員は除く）
主な取引銀行	三菱東京UFJ銀行 みずほ銀行 三井住友銀行

役員

代表取締役 会長執行役員	池森 賢二	取締役	重松 典宏
代表取締役 社長執行役員	宮島 和美	取締役	柳澤 昭弘
代表取締役 副社長執行役員	田多井 毅	取締役	須釜 憲一
取締役 専務執行役員	山岡 美奈子	取締役	猪俣 元
取締役 専務執行役員	島田 和幸	取締役	池田 憲人
取締役 執行役員	鶴﨑 亨	常勤監査役	髙橋 誠一郎
取締役 執行役員	炭田 康史	常勤監査役	飯田 順二
取締役 執行役員	保坂 嘉久	監査役	小関 勝紀
取締役 執行役員	山口 友近	監査役	髙野 利雄

（注）1. 取締役の池田憲人氏は、社外取締役であります。
2. 監査役の小関勝紀および髙野利雄の両氏は、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）ファンケル化粧品	横浜市中区	500百万円	2014年 4月	100.0%	化粧品等の企画・販売
（株）ファンケルヘルスサイエンス	横浜市中区	500百万円	2014年 4月	100.0%	栄養補助食品等の企画・販売
（株）アテニア	横浜市栄区	150百万円	1989年 2月	100.0%	化粧品・栄養補助食品等の企画・販売
（株）ファンケル発芽玄米	長野県東御市	95百万円	1999年 8月	100.0%	発芽米の製造・販売
FANCL ASIA (PTE) LTD	シンガポール	875百万円	2000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	2002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	2008年 7月	（100.0%）	化粧品・医薬部外品の販売
FANCL INTERNATIONAL, INC.	アメリカ	4百万ドル	1997年 7月	（100.0%）	化粧品・栄養補助食品の販売
boscia, LLC	アメリカ	3百万ドル	2008年 1月	（100.0%）	化粧品・栄養補助食品の販売

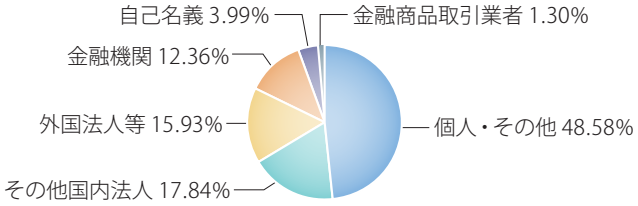
（注）当社の出資比率の（ ）は、間接所有による出資比率であります。

株式情報（2015年9月30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	79,320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。