

長期経営構想「ファンケル・ビジョン 2035(FV2035)」を策定

株式会社ファンケルは、2035年に向けた成長戦略として、長期経営構想「ファンケル・ビジョン 2035(FV2035)」を策定し、2026年より始動します。10年後、そしてその先もお客様から最も信頼され、選ばれ続けるブランドとなることを目指します。

【FV2035 策定の背景】

キリングループによる TOB 完了から1年が経過し、当社は安定した業績のもと、キリンヘルスサイエンス事業の中核企業としての存在感を着実に高めています。グループの一員としての新たなステージに立つ中で、ファンケルが果たすべき役割は、これまで以上に大きくなっています。

一方で、ファンケルグループを取り巻く環境は大きく変化しています。情報が高度化し、生活者の価値観が多様化する現代において、選択の基準は製品の機能や価格だけではなく、企業やブランドへの信頼や共感へと広がっています。こうした時代において、持続的に選ばれ続けるためには、製品力の向上に加え、ブランドとしての存在意義をより明確にし、その価値を高めていくことが不可欠です。

当社はこれまで、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」のもと、無添加化粧品や健康食品など、新たな市場と価値を創造してきました。その根底にあるのは、目の前のお客様の声に真摯に向き合い、本質的な解決策を提示する姿勢です。10年後も、そしてその先も選ばれ続ける企業であるために、強い正義感を持って新しい価値を創造するというDNAを、改めて未来志向で進化させていきます。その決意のもと、10年という時間軸で企業のあるべき姿を描いた長期経営構想「ファンケル・ビジョン 2035(FV2035)」を策定しました。

【2035年に目指す姿(Vision)】

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

【理念体系の整理】

この Vision を実現するために、当社は「何のために存在する企業なのか」、そして「その実現のために一人ひとりがどう行動するか」を整理し、ファンケルグループ全従業員の共通指針となる理念体系を再構築しました。

まず、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」を、ファンケルグループの Purpose(存在意義)として明確に位置付けました。これは、事業活動の根幹であり、これからの時代においても変わることのない原点です。さらに、創業の精神に立ち戻り実行することをより強く意識するため、「『不』の解消」の本来の意味を示すサブコピーとして、「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。」を新たに加えました。

また、従来の経営理念である「もっと何かできるはず」は、私たちの挑戦を支え続けてきた行動の羅針盤であり、守り続ける Values(価値観)として今後も大切にしていきます。

Purpose を軸に、Values を行動の基盤とし、この Vision の実現に向けて全社一丸となって取り組んでいきます。

創業理念 (Purpose)

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。

2035年に 目指す姿 (Vision)

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

価値観 (Values)

「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。

行動指針 *キリングループ共通

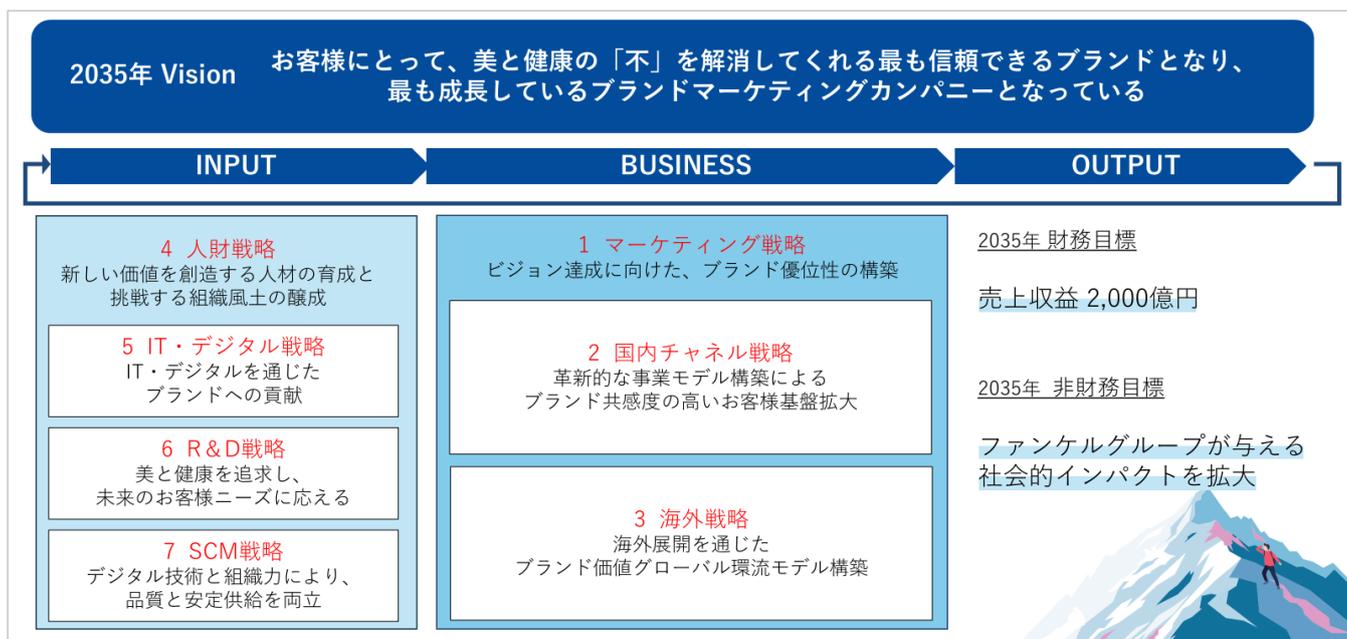
志を高く持つ / Go to “ゲンバ” / まず動き、失敗も学びに変える
枠を超える / 違いを力に変える / 勝ちにこだわる

ファンケルグループ 理念体系図

【FV2035 全体構造】

2035 年に目指す姿(Vision)を実現するために、経営基盤の強化を加速させます。4 つの基盤機能(人財、IT・デジタル、R&D、SCM)を強化し、これらを土台に、ブランド優位性を構築するためのマーケティング戦略を実行。その実行力を高める国内チャネル戦略および海外戦略を推進していきます。これら一連の取り組みを体系化したものが、「ファンケルグループ 7 つの基本戦略」です。本戦略のもと、経済価値と社会価値の創出を両立させながら、持続的な成長を目指します。

<ファンケルグループ 7 つの基本戦略>



ファンケル・ビジョン 2035(FV2035) 価値創造モデル

1. マーケティング戦略：ビジョン達成に向けた、ブランド優位性の構築
2. 国内チャネル戦略：革新的な事業モデル構築によるブランド共感度の高いお客様基盤拡大
3. 海外戦略：海外展開を通じたブランド価値グローバル環流モデル構築
4. 人財戦略：新しい価値を創造する人材の育成と挑戦する組織風土の醸成
5. IT・デジタル戦略：IT・デジタルを通じたブランドへの貢献
6. R&D 戦略：美と健康を追求し、未来のお客様ニーズに応える
7. SCM 戦略：デジタル技術と組織力により、品質と安定供給を両立

<財務目標>

売上収益 2,000 億円（参考:2025 年度 1,126 億円）

<非財務目標>

ファンケルグループが与える社会的インパクトを拡大

FV2035 において、社会と価値を共創し持続的に成長するための指針として「CSV パーパス」を策定しました。「健やかな暮らし」「誰もが輝く社会」「豊かな地球環境」という 3 つの重点取り組みテーマと、各テーマにおける目標を設定し、達成に向けて取り組んでいきます。

詳細はサステナビリティページをご覧ください。

・URL：<https://www.fancl.jp/sustainable/index.html>

本件に関する報道関係者の皆様からのお問合せ先

株式会社ファンケル 広報部 TEL:045-226-1230 / <https://www.fancl.jp/>