

## ファンケル ニュースレター

2009.6.8 Vol. 13

ご質問・お問合せ(担当 広報・大塚)  
 TEL 045-226-1230  
 FAX 045-226-1202  
 HP www.fancl.co.jp  
 〒231-8528 横浜市中区山下町 89-1

## 今の特集

## ファンケルの社会貢献活動の歴史

横浜開港 150 周年を記念して 4 月末に開幕した「開国博 Y150」。ファンケルではイベント協賛に加え、従業員がボランティアで参加しています。

今の特集では、社会との共生を目指して取り組んでいる、ファンケルのさまざまな地域・社会貢献活動をご紹介します。



写真:開国博Y150 の会場と清掃ボランティアを行うファンケル従業員

## 特集

## 社会との共生を目指して ファンケルの社会貢献活動の歴史

横浜開港 150 周年を記念して 153 日間にわたり開催される「開国博 Y150」が 4 月末に開幕しました。ファンケルは横浜発祥の企業として、この博覧会に協賛しています。また、企業としてだけでなく、従業員もボランティアでベイスайдエリアの美化活動に取り組むなど、地元・横浜で開かれる一大イベントに積極的に参加しています。

Y150 への参加は、ファンケルがその企業理念から創業以来変わらず取り組んでいる地域・社会貢献活動の一環です。ファンケルの社会貢献活動と、活動に対する考え方の根底にあるものについて、ファンケル CSR ユニット 環境・企業文化グループ マネージャー 上野幹也に話を聞きました。

### ーファンケルの社会貢献活動の概要を教えてください。

ファンケルは社会活動の方針として、経営理念の「もっと何かできるはず」をキーワードに、「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」という具体的な活動の方向性を提示しています。活動の主体には、会社、お客様、そして従業員の 3 者が挙げられると思います。

会社が主体となる地域貢献活動としては、現在横浜で開催されている「開国博 Y150」への協賛や、横浜市の「水のふるさと道志の森基金」への寄付、横浜市の風力発電事業への協賛などが挙げられます。また、ハンディキャップのある方々に関するものには、横浜市にある重度身体障がい者のための通所施設「訪問の家」との交流を通して、重度身障者の方の社会参加を応援するという活動があります。



上野 幹也 うえの・みきや  
 株式会社ファンケル  
 CSR ユニット  
 環境・企業文化グループ  
 マネージャー

お客様にご参加いただく活動としては、「**ポイント寄付制度**」があります。ファンケル商品のお買い上げ額に応じてたまるポイントを、1ポイント1円としてハンディキャップを持つ方々のために寄付していただくものです。また、お客様ではないのですが、株主優待の寄付制度も設けており、株主の方々の善意は「訪問の家」に寄付させていただいています。

従業員が主体となる活動には、「**もっと何かできるはず基金**」があります。1口100円から参加でき、寄付先も、参加者の申請を受けて、従業員で構成する運営委員会が審査・決定する仕組みとなっており、従業員の従業員による基金といえます。また、昨年度より始まった「**ファンケルECOプラン**」では、従業員の家庭で排出されるCO2の削減にもチャレンジしました。家庭の電気やガス料金を一定以上削減した社員には、報奨金も用意しました。

### —Y150では、就業時間内のボランティア参加が認められていますね。

開催期間中、半日のボランティアを5回、合計2日半、就業時間中に行うことができます。地元の大きなイベントであり、会社も協賛していますが、資金提供だけでいいのだろうか、もっと何かできないか、という従業員の考えから生まれた企画です。

就業時間中のボランティアというと、本来業務への影響を心配する考え方もあるかもしれませんが、私はこうした活動は自社のブランドを確立するために必要なコストだと思っています。従業員のどんな行動が評価されるかで、その企業の本質が問われます。ボランティア活動や、ハンディキャップを負う方々との交流、環境保護活動などは、そこに集う人の心を豊かにすると同時に、企業にとって究極のブランディングとなるのです。当たり前のことを当たり前にする風土作りこそが、企業にとって大切なのではないのでしょうか。Y150には165人の従業員がボランティア登録しており、会期中に延べ3712.5時間、清掃活動に参加する予定です。



### —社会貢献活動におけるファンケルならではの視点とは

創業者・池森賢二の言葉に「メセナは遠大なる広告宣伝である」というのがあります。すぐに売り上げにつながらなくても、将来的に企業の理念広告となり、企業イメージを高めることになるという意味ですが、ファンケルの社会貢献活動のあり方を的確に表していると思います。

活動の目的や対象としては、利益を社会に還元するのはもちろんですが、ファンケルとしては特に「困っている人を助ける」ことを念頭に置いています。ファンケルの創業の精神として、「人を喜ばせること」「“不”の解消」「安全・安心」「まねをしない美学」というものがあり、社会的責任を果たす場面でも、他がやっているから、という理由ではなく、こうした考えを軸にファンケル独自の行動をとるべきだからです。体が不自由なために困っている人、体は元気でも戦争や飢餓などの環境で困っている人、そういった方々のために私たちにできることをすること、それに環境保護の活動も、未来の子孫を喜ばせるという意味で、大きな視野の下での不の解消につながるのだと思っています。

特定子会社ファンケルスマイルの従業員や「訪問の家」の方々との交流を通して、ファンケル本社の従業員自身が多くのことを学んでいるのを見て、社会貢献は結局は人づくりに行き着くのだと実感しています。

## ファンケルの社会貢献

### 地域社会への取り組み

◎横浜開港 150 周年事業「開国博 Y150」への協賛

◎「ヨコハマ・ワールド・ウォーク 2009」への協賛

◎社会福祉法人「訪問の家」との交流

横浜市で重度障がい者の通所施設を運営する「訪問の家」と 20 年以上にわたって交流を続けている。

◎メーカーセミナー

主に横浜市のハンディキャップを持つ方々の福祉施設や、子育てママのグループ、老人ホームなどでメーカーセミナーを開催。2008 年度にセミナーに参加した人は約 400 名。

◎ファンケルプラザ&ギャラリー

横浜市栄区の旧日本社一階ロビーにあるプラザ&ギャラリーを地域の皆様の芸術活動の拠点として、絵画展や書道展などに利用していただくなど無料開放。

### 環境保全の取り組み

◎「ファンケルECOプラン」の実施

2008 年度より開始した、オフィス、産業、家庭などで排出されるCO2を従業員全員で削減する取り組み。家庭でのガスや電気の使用料を削減した社員には報奨金も。

◎「水のふるさと道志の森基金」への寄付

◎横浜市の風力発電事業に協賛企業(Y グリーンパートナー)として参加

◎エコキャップ回収

ペットボトルのキャップを回収し、換金して世界の子供たちにポリオワクチンを贈る運動。社内各所に回収ボックスを設置し、約 1 年で 274kg、11 万個のキャップを回収。

### メセナ活動

◎日経ミュージズサロンへの協賛

◎神奈川フィルハーモニー管弦楽団の支援

◎横浜JAZZプロムナードへの協賛

### お客様にご参加いただく取り組み

◎ポイント寄付制度

お買い物でたまったポイントを、値引きではなくハンディキャップを持つ方々のために役立ててほしいというお客様の声から生まれ、2008 年 6 月に開始した制度。今年 3 月までに 211 万円が集まり、企業の社会貢献活動を支援する日本フィランソロピー協会に寄付を実施。

◎置き場所指定制度

### その他の取り組み

◎ファンケルクラシックの開催

◎もっと何かできるはず基金

社会貢献活動に参加したいが、どのように始めたらよいか分からない—そんな従業員でも、勤務地や勤務形態などに関わらず参加しやすいようにと、従業員の発案で 2007 年 5 月に設立。一口 100 円から、給料からの天引きで寄付することができ、参加者の申請により、盲導犬協会、ミャンマーのサイクロン被害、骨膜炎から子供を守る会、などに寄付を実施。



## ファンケルスマイル 10周年

様々なハンディキャップを持つ人たちの就業機会をつくる目的で1999年に設立された特例子会社ファンケルスマイルは、今年10周年を迎えました。設立3年目から黒字経営を続け、活動の範囲を広げながら社員たちの自立した生活を後押ししてきました。

2009年5月末現在、従業員数は50人。業務内容は、ファンケルのお客様へのダイレクトメールの封入や発送、ファンケルグループ社員の名刺印刷や、グループ各事業所から出る廃棄紙のリサイクルなどです。紙のリサイクルでは、社内に設置した湿式シュレッダーで処理した再生紙原料を使ったトイレットペーパーを4月から一部のグループ事業所で採用するなど、リサイクルの環を広げています。

2007年には、横浜市磯子区役所内に市が設置した障がい者就業施設「ふれあいショップ」に民間企業として初めて参加し、喫茶店「ほっと！スマイル」をオープンさせました。軽食や有機栽培コーヒー、ファンケルの青汁などを提供しています。

「社会の“不”を解消する」というファンケルの企業理念から生まれたファンケルスマイルは、ハンディキャップを持つ人たちを「守る」のではなく、社会人として「自立」できるように支援するという立場から、これからも地域と社会に貢献していきたいと考えています。

## 職人列伝 Vol.1

### <青汁事業、念願の黒字化達成！～その影に職人アリ～>

ファンケルの青汁事業にとって、2008年度は特別な年となった。2000年の事業開始以来、初めて黒字化を達成したのだ。この黒字化の裏側には、青汁担当者の努力と工夫、そして熱意があった。

寺本は2000年から青汁事業に携わっている。その寺本は、青汁の主原料であるケールの栽培で長年大きな悩みを抱えていた。ケールは季節によって収穫量や栄養価にバラつきがあり、各農家の経験や知識によって栽培手法も異なっていたため、収穫量や栄養価が不安定で生産予測や品質保持が難しかった。さらには独特のえぐみや苦味があった。そこで寺本は青汁担当メンバーを率いて、お客様へ高品質の青汁を安定供給するため、またよりおいしい青汁を求めて、新しい栽培手法の研究を進めていた。その過程で、「栄養価の高い野菜作り」を提唱し、唯一栄養価を証明できる中嶋農法に出会い、導入を目指す。

『今まで、肥料の量や種類などを農家のカンや経験に頼っていたのを、中嶋農法では、まず畑の土を分析し、その土にあった肥料を選択します。そのため、土壌のバランスが保たれ、味や収穫量にバラつきが出ず、また私たちも全ての畑の状態を把握することができました。より良い青汁を作るためにはこれしかないと思いました。』しかし、慣れ親しんだ農法を変えるのは非常に手間がかかるため、契約農家からは当然反対の声が。『農家の集会に参加して、中嶋農法の素晴らしさを伝えたり、実際に中嶋農法で作った野菜や青汁を試食してもらったりなど、地道な説得活動を続けました。交渉は“青汁にかける想いを伝える”方法しかなかったの、とにかく私の熱意を皆さんにぶつけていきました。(笑)』

#### 寺本祐之 たらもと・さちゆき

健康食品カンパニー

商品企画部

加工食品グループ マネージャー



自身も毎日欠かさず飲む青汁で健康を維持。“二日酔い解消にも青汁はイチバン！”だとか。

中嶋農法を取り入れたことにより、収穫量が安定したことはもちろん、何より栄養価が高くえぐみの少ない青汁を作り上げることができた。カルシウムは従来の農法に比べ15%もアップした。寺本は、搾りたての冷凍青汁に加え、2006年には粉末タイプの青汁のリニューアルも見事に成功。黒字化への大きな一歩だった。今後は、「もっとケールを身近な野菜に感じて欲しい。もっと多くの人の健康に役立ててほしい」と今後の青汁拡販にも意気込みを見せる。