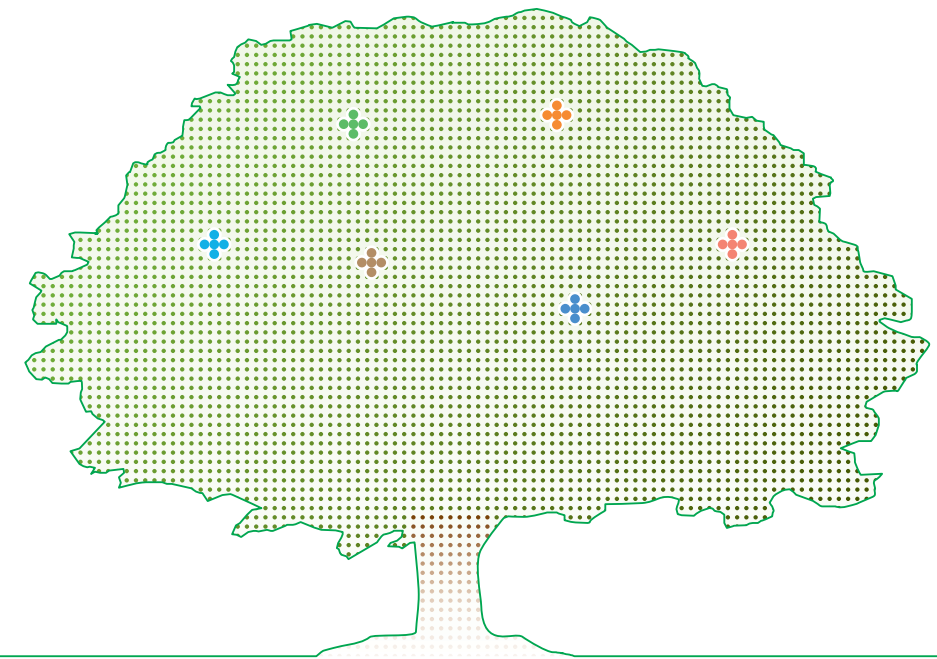


ファンケルグループ  
ファンケルレポート2009



もっと何かできるはず

このレポートに関するお問合せ先

株式会社ファンケル

〒231-8528 神奈川県横浜市中区山下町89-1

CSR推進事務局

TEL:045-226-1340 FAX:045-226-1203

csr\_promote@fancl.co.jp

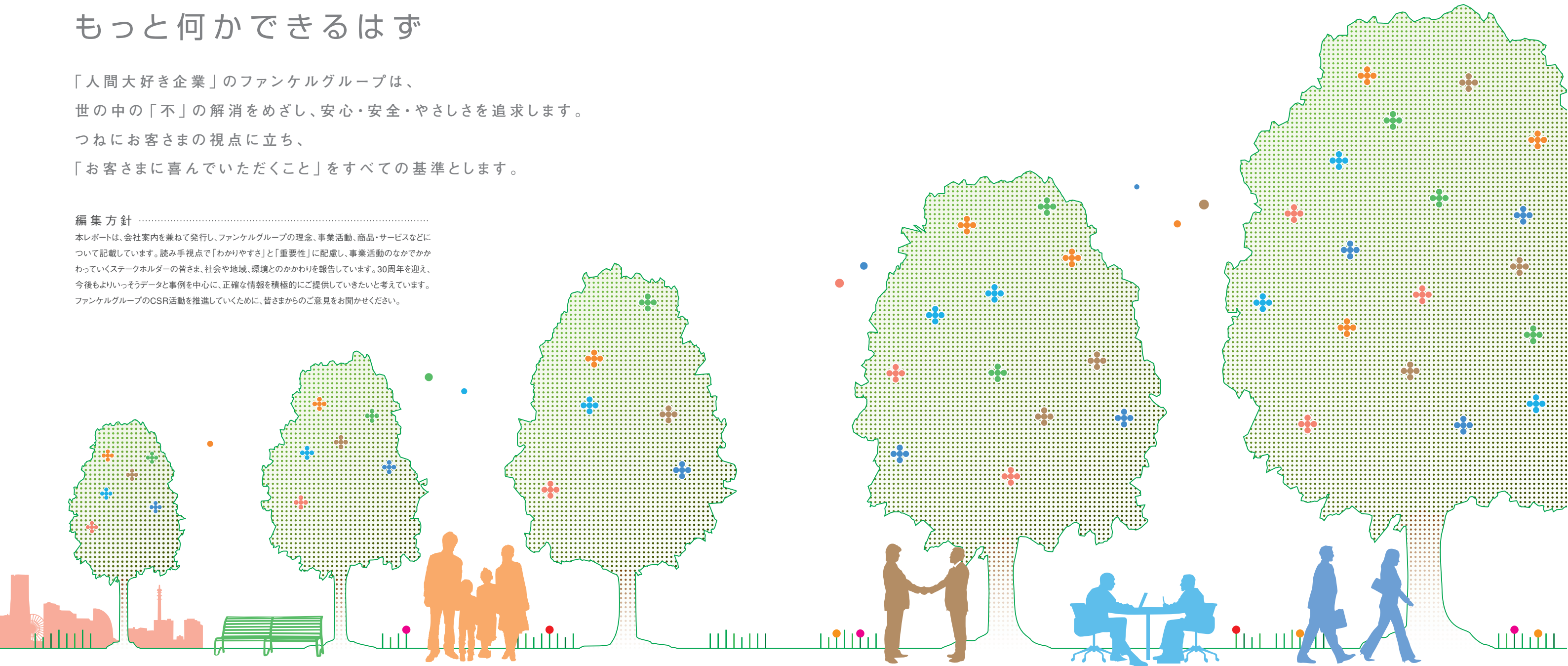


# もっと何かできるはず

「人間大好き企業」のファンケルグループは、  
 世の中の「不」の解消をめざし、安心・安全・やさしさを追求します。  
 つねにお客さまの視点に立ち、  
 「お客さまに喜んでいただくこと」をすべての基準とします。

## 編集方針

本レポートは、会社案内を兼ねて発行し、ファンケルグループの理念、事業活動、商品・サービスなどについて記載しています。読み手視点で「わかりやすさ」と「重要性」に配慮し、事業活動のなかでかわっていきステークホルダーの皆さま、社会や地域、環境とのかかわりを報告しています。30周年を迎え、今後もよりいっそうデータと事例を中心に、正確な情報を積極的にご提供していきたいと考えています。ファンケルグループのCSR活動を推進していくために、皆さまからのご意見をお聞かせください。



## Contents

ファンケルグループ経営理念	1	TOPICS リサイクルへの取り組み	15	安心・安全へのこだわり	27	働きやすい制度づくり	36
社長メッセージ	3	CO2削減プロジェクト	17	より信頼を高めるために	28	能力向上/自立支援	37
HOT NEWS マイルドクレンジングオイルリニューアル	5	ステークホルダー座談会	19	お客さま満足度の向上	29	●社会のために、ファンケルができること。	
事業紹介 化粧品事業	7	●地球環境のために、ファンケルができること。		●株主さまのために、ファンケルができること。		社会活動方針	39
栄養補助食品事業	8	環境方針	21	信頼ある関係づくり	31	従業員による社会貢献活動	40
青汁・発芽米事業	9	オフィス・工場などにおけるECO活動	22	●お取引先さまのために、ファンケルができること。		地域・社会貢献	41
グループ会社	10	商品・サービスにおけるECO活動	23	購買基本方針	33	ファンケルグループのマネジメント体制	43
研究開発/製造・品質	11	お客さまと行うECO活動	24	●従業員のために、ファンケルができること。		第三者意見	45
販売・コミュニケーション/海外展開	13	環境会計/環境負荷全体像	25	人事・労務に対する基本方針	35	会社概要/役員/グループの歩み/財務ハイライト	46
ステークホルダーと共に(2007年度活動ハイライト)	14	●お客さまのために、ファンケルができること。					
		品質方針	26				

■対象期間 / 2008年度(2008年4月1日~2009年3月31日)  
 ※対象期間外の活動内容については、時期を明示して記載しています。  
 ■対象組織 / 株式会社ファンケルおよびファンケルグループ  
 ※環境負荷データの集計は海外のグループ各社などを除くファンケルグループ6社を対象としています。  
 ■対象事業 / 化粧品事業および栄養補助食品事業ほか



## もっとたくさんの笑顔のために、 新たなチャレンジを続け、「無添加」を広めていく。

### 社会の変化に対応しながら、計画を進めていく

2008年度は、ファンケルの企業価値向上を図る新中期三ヶ年経営計画「新しい価値＝感動品質2010」の初年度でした。成果が業績という形で現れるのはまだもう少し先になるかもしれませんが、やるべきことを具体的なテーマとしてあげて、スケジュールにそって実行することはできたと思います。2年目となる今年度は、お客さま視点の徹底や高収益体質の実現など、社会の急激な変化に対応しながら集中的に最優先で取り組むテーマを5つ決めました。

#### 今年度の5つの重要テーマ

- お客さま視点の徹底
- 経費管理の強化
- 新規事業への挑戦
- 赤字事業の黒字化
- 環境への取り組み

### 建前ではない環境活動を行っていく

環境問題にどのように取り組んでいるかは企業評価の大きなポイントになっています。いかに知恵を出して新しい技術を生み出すかが問われています。昨年度は、マイルドクレンジングオイルの容器の厚みを変えることで使用性や利便性を損なうことなく容器重量を30%削減し、それにともないエネルギー消費量を減らしました。今後もそのような実績を世の中に正々堂々とアピールして、評価を受けたいと思っています。また、全従業員が環境問題を建前ではなく本音で取り組んでいくために、家庭も巻き込んで行う「ECOチャレンジ」\*1をはじめました。人によっては、そこまでやらなくてもいいだろうと思われがちですが“そこまでやらなかったら意味がない”という考え方をするのがファンケルです。今年度は、ぜひお客さまと一緒にできるECO活動も行っていきたいと考えています。

### 化粧品と健康食品の両事業で、安心を約束

ファンケルが扱っている化粧品や健康食品は、肌につけるものや口に入れるものであり、品質の保証は何より大切なことです。すでに健康食品では、製造・検査についてなど品質や安全性に関する情報を公開し、薬との飲み合わせについては窓口でお答えできるようにしており、さらに昨年度は、安全と信頼を約束する「FSQ」\*2を制定して、すべてのサプリメントの原材料をホームページで公開しました。化粧品では同様な取り組みを以前から行っており、両事業で安心のための品質基準を公開できたことは大きな実績だと思います。

### 王道を歩み、「無添加」を全世界へ

私たちには安心・安全の「無添加」という非常にオリジナリティの高い事業があり、世界各国の女性から高い評価を受けています。30周年を迎える今年度は、その「無添加」をもっとグローバルなものにしていきたいと考えています。また、それを実現するためにチャレンジ精神をもった人材の育成にも力を入れていきます。そして従業員一人ひとりが、つねに社会から信頼され期待される存在でいられるように、ファンケルのDNAである“正直であれ、王道を歩め”ということと、あらゆる仕事のなかで実践していきます。

代表取締役社長執行役員 **成松義文**

\*1 ECOチャレンジ／従業員が各家庭で取り組むCO<sub>2</sub>削減活動に褒賞金を支給。日本企業初の試み。  
\*2 FSQ／FANCL Standard of Quality。ファンケル健康食品の安心品質。

成松 義文 1950年6月30日、岐阜県生まれ。'74年、横浜市立大学商学部卒業後、蛇の目シン工業株式会社へ入社。'93年、株式会社ファンケルへ入社。取締役専務執行役員管理・研究統括兼内部統制委員会委員長などを経て、'08年6月より現職。

## クレンジングのさらなる「不」を解消するため、マイルドクレンジングオイルがさらに進化。

2009年2月、ファンケルのロング&ベストセラー商品である

「マイルドクレンジングオイル」をリニューアルしました。

5代目となる今回の商品コンセプトは、「感動、するん。なのに肌、うるん。」。

いままでのクレンジングの「不」を次々と解消する、ファンケルの新しいやさしさをご紹介します。

1997.12

「メイクはクレンジングで落としたい」というお客様の声に  
応えて誕生した初代マイルド  
クレンジングオイルは、厳選し  
たオイルと植物由来の原料  
で安心を提供。ポイントメー  
クもしっかり落とすクレンジ  
グ力には定評がありました。

1998.5

ロゴを英文に変更してデザ  
インを一新。シンプルかつ上  
品なフォルムが好評でした。  
落ちにくいメイクを「手早く  
& やさしく落とす」機能は、し  
っかり引き継いでいます。

2002.3

細胞修復機能や炎症を抑え  
る機能を備えたローズヒップ  
オイルを配合。クッション性  
もアップし、荒れた肌や敏感  
肌でもさらにやさしく洗い  
上げます。容量は従来の2  
倍の120mLに。ポンプ式ボ  
トルを新採用。

2004.8

ナノサイズクレンジングに  
よる抜群のクレンジング力。  
ぬれた手でも使える利便性。  
ソフトクッションオイルがも  
たらす肌への究極のやさしさ。  
「こすらないでも、するんと  
落ちる」で大ブレイクし、人  
気を決定づけた商品です。

NEW!  
2009.2



\*写真は実際のサイズとは異なります。

### 進化のきっかけは、チャレンジ精神。

従来のマイルドクレンジングオイルは、発売から4年が過ぎても  
お客様から多くの支持を集める大ヒット商品でした。その  
ため今回のリニューアルは「マイナーチェンジでもいいのでは」と  
いう声が社内で上がっていました。しかし、研究員たちは大幅な  
機能アップに果敢にチャレンジ。“クレンジングのさらなる「不」  
を解消する”という強い想いで、期待と重圧を背負いながら新機  
能開発に向けての奮闘をはじめました。

### これまでの「不」を解消する 新機能を実現。

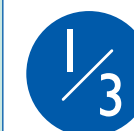
高いクレンジング力のキーになっているのが新開発オイルを配合  
した「パーフェクトブレンドオイル」です。落ちにくいメイクも簡単に  
落とせる処方にするため、商品企画部内で何種類ものマスカラ、  
リップ、ファンデーションを使ったモニターを実施。あらゆるオイル  
配合比で効果や使用感を厳しくチェックする地道な検証を続け、  
最適な組み合わせを発見しました。洗浄力と相反する保湿力の  
面では、クレンジング成分のベストバランスを探すために腕の  
内側を100往復こすって洗い流す過酷なテストを何度も実施し、  
40以上の試作品をつくり、機能と使用感を高レベルで両立しま  
した。ほかにも「究極のクレンジング」にふさわしい新機能が満載。  
いくつものハードルを越えて、進化したパーフェクト&ベストな  
1本が誕生しました。

### 環境にもやさしく進化しました。

ボトル中央の肉厚をできる限り薄くし、容器重量を従来の2/3に  
しました。これにより容器に使うPET樹脂を年間で約45トン節約し、  
CO<sub>2</sub>排出量を年間約109トン削減。  
これは、7,583本の杉の木が1年間に  
吸収するCO<sub>2</sub>量に相当します。



容器重量を  
従来品から  
1/3カット



年間のPET樹脂削減量は45トン  
CO<sub>2</sub>削減量は109トン

PET △45t  
CO<sub>2</sub> △109t



## ■ 化粧品事業

誰もが安心してお使いいただける、  
肌のチカラになる「無添加」をお届けします。

29年前に、敏感肌の女性や化粧品トラブルに悩む女性のために生まれたファンケルの無添加化粧品。以来私たちは、安心・安全・やさしさを追求し、「無添加」のチカラを磨き続けてきました。研究開発、原料選定、製造、出荷などのあらゆる工程に独自の厳しい品質基準を設定。つねにお客さまの声に耳を傾けながら、高品質な商品づくりを行っています。また、スキンケアをはじめ、メイク、ボディケア、ヘアケアなど「無添加」のトータルラインナップも実現させています。これからも、より肌のチカラになる「無添加」をお届けし、化粧品の「不」を解消していきます。

## ■ 栄養補助食品事業

独自の視点で質の高いサプリメントを開発し、  
現代人のあらゆる健康ニーズに応えます。

健康食品がいまよりも高価だった1994年に、ファンケルは高品質・低価格なサプリメントを販売。“手軽に安心して摂れるサプリメント”を広く普及させました。さらに「ツイントース®\*1」や「HTC®コラーゲン\*2」などのオリジナル成分の開発や、化粧品との相乗効果により美肌を引き出す「内外美容」にも取り組み、新しい美と健康の価値を、次々と提供してきました。これからも原料選定からアフターサービスまでのすべてに徹底的にこだわり、オリジナルの価値をもったサプリメントの開発を進めていきます。

\*1 ツイントース/ミネラル(カルシウムなど)の体内吸収を高めるチコリを原料とした植物由来の成分。  
\*2 HTCコラーゲン/肌への吸収性を高めるために、分子をごく小さくカットしたコラーゲン(特許第3802721号を取得)。





## ■ 青汁・発芽米事業

### 野菜不足を解消する、おいしく摂りやすい青汁を広げます。

現代人の野菜・カルシウム不足を解消したいという想いから生まれたファンケルの青汁。良質な土壌で農作物を育てる「中嶋農法」を採用し、栄養と飲みやすさの向上に成功しました。原料となるケールはすべて国内の契約農家で栽培。さらに、栽培者と畑をすべて登録するなど品質を厳しく管理しています。これからも栄養、おいしさ、飲みやすさを追求し、食卓に緑のチカラを広げていきます。

### こだわりの発芽米で、毎日の食生活を元気にします。

白米より栄養が豊富で、玄米より食べやすいファンケルの発芽米。“毎日の健康を支えるおいしい主食”としての品質を守るため、生産からお手元に届くまでのすべての過程で安心・安全を確保し、それを追跡し明らかにする取り組みを実施しています。こだわりいっぱいの発芽米は、学校・病院・レストランなどにも広がり、食育の推進や生活習慣病の予防などにも使われています。

## ■ アテナ化粧品

### お客様の声に耳を傾け、「つづけられる贅沢」を形にします。

本当によい化粧品を、こだわりの価格で。私たちは、「高感度・高品質・低価格」を理念としています。お客様の声を原点に、環境への配慮も忘れず、最先端の研究と技術力を駆使して、安心・満足を実感いただける商品を開発し続け20周年を迎えました。



## ■ いいもの王国

### 健康で楽しく快適な毎日に役立つ商品を開発し、お客様にご提供します。

お客様の健康で楽しく快適な毎日を願い、ご自宅で運動不足を解消できる運動機器やいつまでも若さや美しさを保つ美容シリーズなど、お客様の視点で商品を開発し、ご提供しています。



### グループ会社

#### Sales & Production

ニコスター株式会社 (連結子会社)  
化粧品と医薬部外品の開発および受託製造を行っています。

株式会社アテナ (連結子会社)  
高品質でリーズナブルな化粧品の開発および販売を行っています。

株式会社ファンケル発芽玄米 (連結子会社)  
発芽米の商品開発、長野工場での製造および流通、業務用発芽米の販売を行っています。

株式会社いいもの王国 (連結子会社)  
健康快適応援通販として、運動や食の改善と楽しい生活に貢献する会社です。

株式会社ファンケル美健 (連結子会社)  
横浜、千葉、滋賀の3工場で、化粧品と医薬部外品、栄養補助食品を製造しています。

株式会社シャローネ (連結子会社)  
化粧品と医薬部外品の製造および栄養補助食品の販売を行っています。

ニコスタービューテック株式会社 (連結子会社)  
化粧品と医薬部外品の開発および受託製造を行っています。

#### Service

株式会社ファンケルスタッフ (非連結子会社)  
高齢者雇用の促進もめざしている人材派遣会社です。

株式会社ファンケルホームライフ (非連結子会社)  
建物設計監理・メンテナンス業務を行っています。

株式会社ファンケルスマイル (特例子会社)  
障がい者の雇用を促進し、カタログ類のセットアップなどを行っています。

株式会社ファンケル保険サービス (非連結子会社)  
損害保険代理業務、生命保険の募集に関する業務を行っています。

株式会社品質安全研究センター (非連結子会社)  
ファンケル、アテナの商品の分析を行っています。

#### Sales (Overseas)

FANCL ASIA (PTE) LTD (連結子会社)  
アジア・太平洋地域全般の販売を統括しています。

台湾芳珂股分有限公司 (非連結子会社)  
台湾において化粧品・栄養補助食品を販売しています。

FANCL INTERNATIONAL, INC. (非連結子会社)  
米国において化粧品・栄養補助食品の販売をしています。

FANCL (THAILAND) CO., LTD.  
タイにおいて化粧品・栄養補助食品を販売しています。

2009年3月31日現在

## 研究、開発、生産、販売の一貫体制を 実践しています。

### ファンケルグループの研究開発

#### 長年の知見と先進の設備で、 世の中の「不」を次々と解消します。

美と健康におけるあらゆる「不」の解消に取り組み、ファンケルグループの独創的な研究開発の中核となるのが総合研究所です。従来の常識を覆す発想や最先端の技術的アプローチによる新素材、新材の探索研究から、医科学的観点をも踏まえた基盤研究、商品化に向けた商品開発までを担うさまざまな研究開発を行っています。2008年度は、学会発表を30件、論文発表を6件行いました。



#### 2008年度の主な研究成果 \*関連商品

- 2008年4月 ●化粧品とサプリメントの併用で大人ニキビの減少を確認(細野クリニックと共同研究)  
第107回 日本皮膚科学会総会 \*「クリアチューン」、「クリアコントロールAC」
- 6月 ●肌にやさしい洗浄成分を開発  
日本化粧品技術者会 \*「洗顔パウダー」
- 発芽玄米にメタボ対策に期待の新成分を発見(アメリカ・ジョージア医科大学と共同研究)  
アメリカ糖尿病学会 \*「発芽米」
- 8月 ●大豆の“老化タンパク質蓄積抑制機能”を発見  
第25回 和漢医薬学会学術大会 \*「美時」
- 10月 ●スイートピー花エキスに新機能(紫外線によるDNAダメージ修復) \*「無添加スキンケアシリーズ」
- 皮膚への刺激ブロック成分を開発 \*「無添加FDRシリーズ」  
第25回 化粧品技術に関する国際会議
- 11月 ●肌の保湿に関する新評価法を発見～うるおいを保つ清浄成分の開発に応用～  
第10回 日本・中国合同皮膚科学術会議 \*「洗顔パウダー」、「マイルドクレンジングオイル」
- 2009年1月 ●発芽玄米が体脂肪率、中性脂肪を改善  
第43回 日本成人病学会 \*「発芽米」
- 2月 ●「最新版 医療従事者のためのサプリメント・機能性食品事典」を発売
- 3月 ●オイルクレンジングの優位性の確認～安全性とクレンジング力を両立～  
第9回 アジアにおける化粧品技術に関する国際会議 \*「マイルドクレンジングオイル」



#### (株)品質安全研究センターと連携し、 原料の安全性と有効性の分析・調査機能を徹底しています。

(株)品質安全研究センター(子会社)は、健康食品やその原料中の特定アレルギー物質(卵、牛乳、小麦など)や重金属などの食品の安全にかかわる各種検査や有効成分の分析を行い、研究・生産の品質向上の一翼を担っています。



### ファンケルグループの製造・品質

#### 独自の厳しい管理体制のもと、 「安心・安全・やさしさ」を進化させています。

原料レベルから生産・出荷にいたるまで、独自の厳しい基準で何段階もの検査をクリアし、こだわりぬいた品質の商品だけをお客さまにお届けしています。ファンケルグループでは、それを実現する最高レベルの生産環境と厳格な品質保証体制を整えています。

#### 信頼の国際規格を認証取得



#### (株)ファンケル美健

2002年10月に設立。千葉工場、滋賀工場、横浜工場の3つの拠点で、化粧品、医薬部外品、健康食品の生産を行っています。化粧品・医薬部外品の生産を担う千葉工場、滋賀工場では、「国際規格の化粧品GMP」に準拠した体制と医薬品製造レベルの環境のなか、無添加・新鮮づくりたての進化に努めています。また、健康食品の生産を担う横浜工場では、2005年に健康食品大手メーカーではじめて「健康補助食品GMP(適正製造規範)」の認証を取得。食の安全が問われるこの時代、食品製造における品質管理の徹底に努めています。すべての工場で国際規格ISO9001と14001の認証を取得しており、「品質に厳しく・環境にやさしく」を追求しています。



GMP適合認定証

#### (株)ファンケル発芽玄米

1999年8月に設立。長野工場で、発芽米の製造を行っています。国際規格ISO9001と14001の認証を取得しています。



長野工場

ファンケルの販売・コミュニケーション

お客さまとファンケル商品を、もっとつなげていきます。

通信販売

お届け日時や曜日が指定できる「定期お届けシステム」や無期限で返品・交換を承る「無期限返品保証」など、お客さまの声を形にした独自のサービスをご提供しています。



店舗販売

2006年、通信販売を主体とする企業ではじめて全都道府県に直営店舗を出店。より質の高いサービスをお届けするために、カウンセリングを充実させるなど立地やお客さま層に合わせて進化を続けています。



ファンケル直営店舗 (184店/2009年3月31日現在)

ファンケル 銀座スクエア

地下1階、地上9階の各フロアには、ショップのほか、エステティックサロンやレストラン・ギャラリーなども併設しています。

相談窓口

美容と健康に関するさまざまな悩みやご質問などに専門のスタッフが丁寧に対応しています。さらに、サプリメントと薬の飲み合わせに関するご相談に答える専用の窓口もご用意しています。

コンビニ/スーパー/ドラッグストア

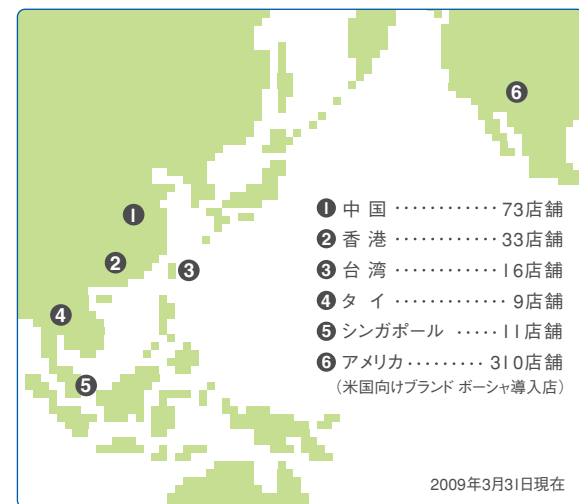
コンビニエンスストア、スーパーマーケット、ドラッグストアなどにもファンケルの商品は並んでいます。また、自社商品以外の原料供給、OEM供給(相手先ブランド)も積極的に進めています。



ファンケルの海外展開

「無添加」を広め、世界中を笑顔にします。

1996年にはじまった海外展開は、現在アジア5地域とアメリカまで発展。現地で数々の美容大賞を受賞するなど、高い評価を獲得しています。これからも積極的に世界中に「無添加」を広めていきます。



ファンケルショップ 正大広場店 (中国・上海)



ファンケルショップ オーシャンセンター店 (香港)



ファンケルショップ JURONG POINT店 (シンガポール)



アジア限定商品

ステークホルダーとの信頼を深める、CSR活動を行っています。

ファンケルグループは、これまで築き上げてきたステークホルダーの皆さまとの結びつきをさらに強くするための活動に取り組んでいます。そしてこれからも、皆さまとの信頼を深めるCSR活動を推進していきます。

ステークホルダーと共に

<b>地球環境</b> 環境保全・負荷低減	<b>お客さま</b> より安心・安全をめざして	<b>株主さま</b> 信頼ある関係づくり	<b>お取引先さま</b> 公平・公正なお取引と情報提供	<b>従業員</b> 働きやすい環境づくり	<b>社会</b> 従業員による社会貢献活動
--------------------------	-----------------------------	--------------------------	---------------------------------	--------------------------	---------------------------



CSR活動を振り返る  
2007年度に、ファンケルができたこと。

CO<sub>2</sub>削減 **296t**

地球環境

原材料の調達、研究開発、生産、販売にいたる過程でCO<sub>2</sub>を削減。141人分の年間CO<sub>2</sub>排出量に相当します。

お客さまの声 **36**万件

お客さま

「ヤッホーシステム」により、商品やサービスに対するお客さまの声を幅広く収集しています。

寄付金 **442**万円

株主さま

株主さま参加型の社会貢献活動を通して、「訪問の家」へ寄付を実施しました。

キャップ回収 **11**万個

社会

世界の子供たちにワクチンを贈るため、ペットボトルのキャップを回収しています。





## リサイクルで、地球環境の「不」を解消していく。

限りある資源を有効に活用することは、地球環境の「不」を解消するためにとっても大切なことです。ファンケルは、さまざまな企業活動において積極的に原料や商品などのリサイクルに取り組んでいます。



### 青汁の原料

ケールの搾りかす231トンを、地元酪農家に飼料として供給しました。

231t

ファンケルが青汁の製造を委託している関連会社の(株)グリーンヒル(愛媛県西予市野村町)では、地元農家のケールを青汁に加工しています。2007年よりケールの搾りかすを家畜の餌にリサイクルし、地元の酪農家に供給する取り組みをはじめました。2008年度は、搾りかす335トンのうちの69%に当たる約231トンを飼料として供給しました。このリサイクル活動により、野村町青年農業者連絡協議会は、2008年10月に愛媛新聞社主催の「第17回愛媛農林水産賞」にて新人賞を受賞しました。



### 発芽米からの選別品

251トンの選別品を、養鶏場の飼料などにリサイクルしました。

251t

(株)ファンケル発芽玄米では、発芽米を生産する過程で出る、形や大きさなどの面で商品としては不適切な選別品を、廃棄せずにリサイクルしています。2008年度は精米前の玄米から抽出された選別品を、さらに食用可能な玄米に選別し、冷凍食品などに64トンリサイクルしました。また、玄米を発芽させる過程で抽出された選別品を、養鶏場の飼料として187トンリサイクルしました。



リサイクルにまわすもの 商品化するもの

### オフィスの紙

99トンの紙ごみを回収し、再生紙の原材料として販売しました。

99t

ファンケルでは、オフィスでのゴミを9種類に細かく分別し捨てています。その中の「コピー用紙」「雑誌」「新聞紙」「チラシ」「パンフレット」「厚紙」は、(株)ファンケルスマイル(P.38参照)によって回収されています。2008年度は約99トンの紙ゴミが回収され、製紙会社に再生紙の原材料として販売されました。また、社内のトイレでは、回収した原料からつくられたトイレトーパーを使用し、循環型リサイクルオフィスを実践しています。



### 社員食堂の廃油

226ℓの廃油を回収、バイオディーゼル燃料としてリサイクルします。

226ℓ

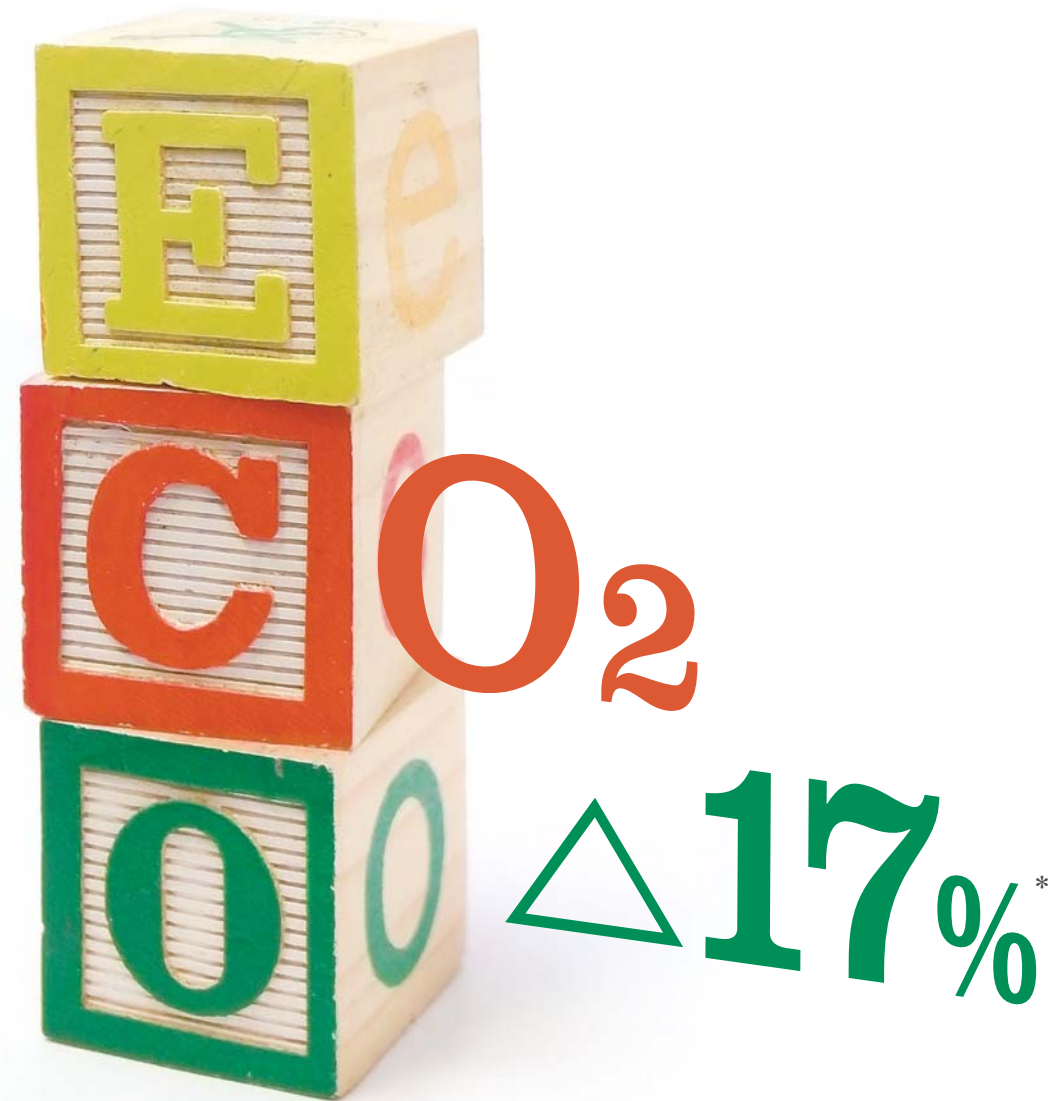
ファンケル飯島ビルと総合研究所では、2008年9月より定期的に社員食堂と従業員の家庭から出る食用廃油を回収し、バイオディーゼル燃料としてリサイクルする取り組みをはじめました。回収した食用廃油の量は半年間で226ℓ。2009年度より、従業員シャトルバスに軽油の代替燃料として使用する予定です。



## もっとECOできるはず。 3,600人のCO<sub>2</sub>削減作戦。

2008年7月から、ファンケルグループ国内12社の全従業員約3,600人で取り組む環境活動「ファンケル ECOプラン」をスタートしました。

ファンケルはこれまでも、工場などの生産部門では屋上緑化やラインの効率化など積極的に環境対策を進めてきましたが、それをさらに強化し「オフィス」「家庭」「工場」「商品・サービス」の4つの分野に分けてCO<sub>2</sub>排出削減に取り組んでいます。



\*2008年オフィスでの実績です。

### ECOプラン

職場の環境計画を徹底的に見直す  
ECO活動をはじめました。

「オフィス」では、2008年4月から2009年3月までのCO<sub>2</sub>排出量を前年同期比で15%減らす目標を設定。エアコンの設定温度の調整や使用時間の短縮、蛍光灯間引き、ノー残業デーの徹底、自動販売機の電気消灯などの省エネルギー対策を実行しました。その結果、目標値を上回る17%、289トンのCO<sub>2</sub>を削減しました。また、「工場」においても、石油・電気・ガス・灯油などの燃料の削減や原料調達の見直しなどにより、目標値である前年比5%減を上回る8%、710トンのCO<sub>2</sub>を削減しました。「商品・サービス」では、環境を「コミュニケーションツール」としてお客さまとの接点強化を図るために、エコ情報の発信、エコキャンペーンの実施を行いました。

(単位:トン)	実績	前年比	削減量
オフィス	1,441	83%	△289
工場	8,626	92%	△710
合計	10,067	91%	△999

\*データは小数点以下を四捨五入した数字です。

#### 役員報酬に「環境指標」を導入

取締役と執行役員が対象で、それぞれが勤務するオフィスのCO<sub>2</sub>排出削減目標が達成できない場合は、次年度の役員報酬の固定部分を5%カットするという仕組みを導入しました。環境対策への意識づけを経営層に徹底させ、全社レベルでの取り組みを推進しました。



天井とスイッチに番号を貼り付け、必要な箇所を消灯

蛍光灯の間引き

### ECO チャレンジ

日本企業で初!  
家庭でのCO<sub>2</sub>削減活動に褒賞金を支給しています。

環境問題に本音で取り組むために、ファンケルグループは従業員が家庭でCO<sub>2</sub>削減をめざす試み「ECOチャレンジ」を2008年7月からスタート。2,064人の従業員が参加しました。窓を開けてエアコンの使用を控える、使わない家電製品のコンセントを抜く、必要な量だけのお湯を沸かすなどのECOアイデアを実践し、2008年6月の電気代とガス代をもとに定めた使用料金の削減目標値(10%または20%)をのべ67名がクリア。目標を達成した従業員には褒賞金を支給しました。

参加従業員数

2,064人

### ECOサイト

環境啓発サイト「もっとECO」をオープンしました。

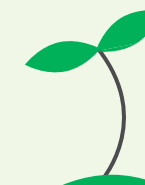
社内イントラネットに、環境への取り組み啓発サイト「もっとECO」を開設しました。従業員の間で環境に対する知識やノウハウを共有することを目的に、ファンケルグループが取り組むCO<sub>2</sub>削減の目標値がわかる「もっとECO」や、環境に関する素朴な疑問にお答えする「なぜECO」、従業員のECOアイデアなどをお知らせしています。



# もっと地球環境のために。 アイデアいっぱい! わが家のECOチャレンジ。

ファンケルグループでは2008年7月から、従業員が各家庭でCO<sub>2</sub>排出削減をめざす「ECOチャレンジ」をスタートしました。このファンケルならではのECO活動にどのように取り組んだか、今後どうしていきたいかなどについて、6名の従業員にそれぞれの体験や想いを語っていただきました。

2009年5月14日実施



**夏も冬もエアコンに頼りません。**  
営業戦略ユニット  
マーケティンググループ  
木藤 和香子

**子供と楽しくECOを続けます。**  
(株)アテナア 販売企画グループ  
新明 恵美



**そろそろエコ家電に買い替えます。**  
健康院推進室 グループマネージャー  
吉田 英希



**いいもの王国には使えるエコグッズがいっぱいです。**  
(株)いいもの王国 営業部 部長  
折田 昌一



**エアコンフィルターを毎週掃除しています。**  
(株)ファンケル美健 統括本部  
品質統括部 品質統括グループ  
神田 靖之

**家電がない生活を楽しんでいます。**  
管理ユニット 総務グループ  
渡邊 陽子



## 家庭でのECOの取り組みを教えてください。

**木藤** 「ECOチャレンジ第1弾」では、電気とガスの両方で目標を達成しました。もともとエアコンをがんがん使う生活をしていましたが、夏は窓を開ける、冬はハロゲンヒーターを使うなどの工夫をしてエアコンを使わずに過ごしました。寒い冬の睡眠時に重宝したのは、いいもの王国の「スペース暖シートII ポカポカ2枚セット」です。シーツの下などに敷くと真冬でも汗をかくぐらいあたたかくて手放せなくなりました。

**新明** 夏場はベランダでハーブや野菜を育てています、植物にあげる水にはエアコンの排水ホースから出た水をペットボトルにためて使っています。また、お風呂のお湯はアルミシートをふたにして保温し追い焚きは絶対しないようにしています。マンションの契約アンペアも40から30に下げました。

**吉田** 私は歯ごたえのあるうどんが大好きだったので、これを機会にそうめんを食べるようにしました(笑)。そうめんならゆでる時間が1、2分ですむので、ガス代の節約になります。しかし、もともと電気もガスもあまり使わないECO生活をしていたので、削減の余地があまりなく工夫のかけなく、「ECOチャレンジ第1弾」は達成することができませんでした。

**折田** エアコンやステレオなどの家電製品はいつも主電源を抜いています。それと料理でもECOを意識していますね。例えば、ゆで卵をつくるときは、まずヤカンに水と卵を入れて沸騰したらすぐに火を止めるようにしています。そのまま20分くらいおくとちょうどよい固さのゆで卵ができます。時間はかかりますが、ガス代の節約効果は大きいですね。

**神田** 毎週エアコンのフィルター掃除をするようにしました。フィルターのほこりを掃除機で吸い取ることで、運転効率がよくなり電気代の節約につながります。しかも、

わが家ではシーリングファン(天井扇)を活用しているので、エアコンをあまり使わなくても快適に過ごせています。  
**渡邊** 以前から、便利な家電に頼りすぎない生活を心がけています。家には炊飯器、電子レンジ、掃除機がありません。ご飯は土鍋で炊いていますが、スイッチひとつで簡単に炊いたご飯よりずっとおいしいですよ。愛着もわくし、ひと粒も残したくないって思います。また、環境に悪影響を与える洗剤を使わずに、クエン酸や重曹で掃除をしています。安全でやさしく、経済的ですね。

## 今後もECO活動を続けますか?

**吉田** もともと無理しない範囲でしかやっていなかったもので、これからも続けていきます。冷蔵庫は20年前のもので使っているの、そろそろ買い替えようと思います。いまのものは環境にやさしくて電気代も安いですからね。

**木藤** もちろん続けます。最近は、節電だけでなく掃除のときにクエン酸や重曹を使うECO生活もはじめました。水だけで汚れを落とせるスポンジも便利です。

**新明** 子供と楽しみながら、遊びながら続けていきたいです。わが家では毎日大量に洗濯物が出るので、特に洗濯回数には気をつけたいですね。あとは、小さなことで

も無駄なことをしないよう心がけたいです。

**折田** キシリトール配合の涼しいシーツなど、自分たちのいいもの王国の商品をもっと家で使うようにします。それと私も契約アンペアを下げたいですね。妻と2人なのでやっていけると思います。

**神田** 駅から近い場所に引っ越しをしたので、そのときから車を手放しました。移動には電車を使っています。ECO活動は、環境のためにも家計のためにも続けていきます。皆さんのアイデアも参考にしたいです。

**渡邊** 私も続けます。いまの生活を変える方が大変ですね。これからは、料理をつくるときに地元の野菜を使う地産地消を取り入れたいと思っています。

## 皆さまのご意見をうけて

家庭の数だけECOアイデアがあるという印象を受けました。ECOチャレンジは、従業員一人ひとりが環境問題をより強く意識するよいきっかけになったと思います。これからもファンケルは、ECO活動に積極的に取り組み、新しい視点、新しい工夫で地球環境の「不」を解消していきます。



# 地球環境のために、ファンケルができること。

ファンケルグループは、資材調達、研究開発、生産、販売にいたる活動のあらゆる過程において、環境保全と環境負荷低減を積極的に進めています。



## 環境方針

### 環境理念

私達は、ファンケルグループの経営理念を受け、企業活動のあらゆる面において、環境保全に貢献する事を目指します。

### 基本方針

- 1.環境及び安全性に配慮した製品・サービス設計  
人にやさしく安全性の高い、リサイクルしやすく、廃棄しても有害物質をださない製品・サービス設計に努めます。
- 2.環境に配慮した企業活動の推進
  - (1)環境保全に適合した物品の購入を促進します。
  - (2)企業活動に必要なエネルギーの使用効率を高め、省エネルギーに努めます。
  - (3)環境に対して悪影響を及ぼす物質の排出抑制、及び汚染の未然防止に努めます。
  - (4)リサイクル率の向上に努め、廃棄物の削減を図ります。

(5)クレームを削減し、必要以上のエネルギーの排出抑制に努めます。

### 3.法規制などの遵守

環境関連の法規制及び、当グループが同意した業界自主基準を遵守します。

### 4.全従業員の教育

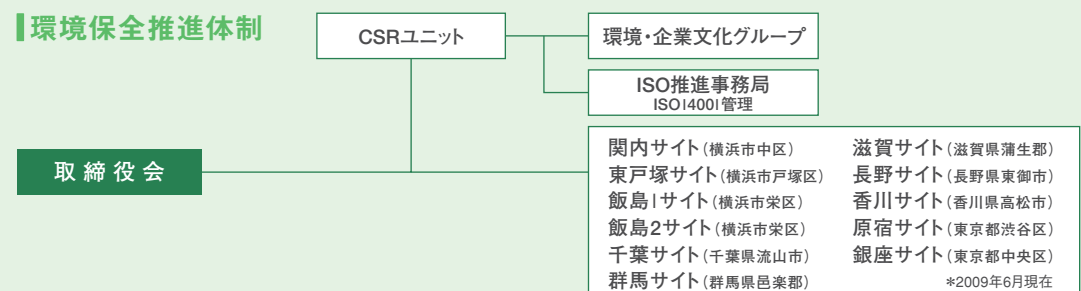
私達は、環境方針を理解し、更に環境保全に対しての教育・訓練を受け、意識の向上を図ります。

### 5.環境マネジメントシステムの維持

- (1)環境マネジメントシステムを維持していく為に、環境目的・目標を立て計画的に活動します。
  - (2)ISO内部監査を実施し、活動内容の自主的見直しを行います。
- 以上、継続的な改善を進めます。

株式会社ファンケル  
代表取締役社長執行役員 成松 義文

### 環境保全推進体制

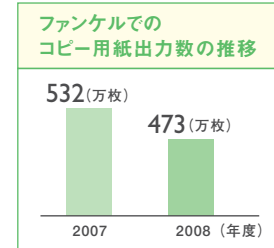


## オフィス・工場における環境負荷低減

会社全体で、積極的にECO活動を行っています。

### ペーパーレス会議を導入

2008年11月からペーパーレス会議を導入しました。紙資料を廃止することで、CO<sub>2</sub>排出量の削減をはじめ、情報伝達スピードの向上、意思決定プロセスの効率化、コスト削減などさまざまな効果がもたらされています。2008年度のコピー用紙出力枚数は前年比88.9%の473万枚。59万枚を削減しました。また、プリンター出力を減らすことで紙ゴミ回収にかかる経費も削減しました。



### 小まめな努力でエネルギー量削減を実行

#### 滋賀工場 (株)ファンケル美健

空調エネルギーを削減するため、夜の8時の自動電源オフから、終業定時(5時)オフに切り替え、削減を実施しています。中央監視装置で、工場全体の空調を徹底管理しています。



#### 長野工場 (株)ファンケル発芽玄米

熱源配管などの放熱による熱損失や放熱による室内の温度上昇を防ぐため、配管類にサーモジャケット(着脱可能な保温材)を装着しています。



#### 総合研究所

研究を行う「実験室」と、デスクワークの「オフィス」に分けて電気使用量の管理を徹底しています。スイッチ近くにステッカーを貼るなど、小まめな電気のオン・オフを推進しました。



## 物流センターにおける環境負荷低減

最新鋭の設備とシステムにより、高いレベルで環境への配慮をしています。

2008年8月に稼働をはじめたファンケルの新しい物流センター。今まで8ヵ所に分散していた物流拠点を1ヵ所に集約しました。業務の効率化とサービスの迅速化、高品質化を実現するとともに、環境負荷低減にも大きく貢献しています。

### 年間約30トン、約747万枚の用紙削減効果

いままで活用してきた出荷作業用のピッキングリストをいっさい使用しない新物流システムと、出荷搬送ラインコンベアの開発導入により、年間約30トン、約747万枚の用紙を削減

しました。この量は、積み重ねると約800メートル、東京タワーの2.5倍もの高さになります。また、物流拠点を1ヵ所に集約したことで、化粧品や健康食品、発芽米など、従来は別便でお届けしていた商品の同梱化による配送効率が向上し、またトラックによる倉庫間の在庫移動が不要となり、CO<sub>2</sub>排出量を年間約130トン削減しました。これは、1万本の杉の木が1年間に吸収するCO<sub>2</sub>量に相当します。



商品・サービスにおける環境負荷低減

環境に配慮した商品づくりやサービスの提供を行っています。

資材削減への取り組み

- 化粧品の容器設計をシンプルにしています。
- 化粧品の箱の内側に能書を印刷する「箱裏能書」を採用し、同封の能書をなくし、紙資源の無駄を少なくしています。

**箱裏能書の割合**  
 ファンケル / 64% (252商品のうち162商品で採用)  
 アテニア / 94% (62商品のうち58商品で採用)  
 \*箱入り商品の場合

- 詰合せ箱などの資材を削減し、コストダウンと生産効率アップを図っています。
- 容器は、できる限り、再生可能な素材であるPET樹脂を使用しています。

環境に配慮した容器<エコパック>



箱裏能書



エコパートナーポイント

ファンケル直営店舗では2004年から、商品ご購入の際にお買い物袋が不要なお客さまに5円分のポイント還元を行う「エコパートナーポイント」を導入しています。利用率は約76%。多くのお客さまにご協力いただいています。



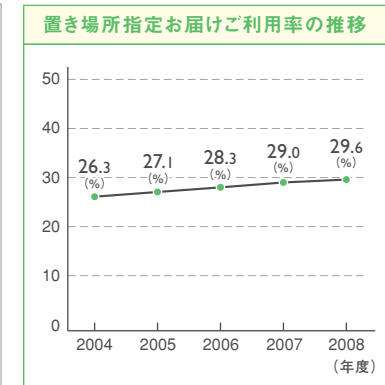
お客さまと行う環境負荷低減活動

お客さまにご理解いただき、エコ活動を共に進めています。

お届けサービス

配達回数を減らすことで、CO<sub>2</sub>排出量を減らしていきます。

ファンケルでは、商品のお届け日や時間、置き場所までお客さまに自由にご指定いただくお届け指定サービスをご用意しています。これは、お客さまに商品を早く確実にお届けすることはもちろん、再配達によるCO<sub>2</sub>の排出を抑える効果もあります。現在、ひとつの荷物をお届けする通常の配達回数は平均1.7回、CO<sub>2</sub>排出量は年間で約2,262トンです。これからも、お届け指定サービスをさらにご利用いただくことで配達回数を1回に近づけ、CO<sub>2</sub>排出量をできるかぎり減らしていきます。



携帯マイ箸プレゼント「エコライフキャンペーン」

7,000円以上お買い上げのお客さまに、携帯マイ箸をプレゼントしました。

アテニアは、1995年より「モイスチャーローション(エコパック)」の発売をはじめ環境に配慮した取り組みを続けています。2009年3月には、森林伐採による環境破壊防止のため、20周年記念企画エコライフキャンペーンを実施。アテニア商品を1回につき7,000円以上(税込)お買い上げで「携帯マイ箸」をプレゼントしました。\*キャンペーン期間:2009年2月17日~3月31日



Beautiful Dream Christmas「わたしも地球もキレイの未来へ」

環境への意識を高めるイベントを開催しました。

“自分のキレイを楽しむだけでなく地球のキレイも考えてみる”をテーマに、ファンケル銀座スクエアでは、クリスマスキャンペーンとして「Beautiful Dream Christmas」フェアを開催しました。ご来店いただいたお客さまに植物をプレゼントする「グリーンBAR」を期間限定でオープン。さらに、ファンケル化粧品の空ボトルでつくったクリスマスツリーを飾るなどして、お客さまの環境への意識を高めるとともに、ファンケルの環境への取り組みをお伝えしました。\*キャンペーン期間:2008年11月13日~12月25日



**Y(ヨコハマ)ーグリーンパートナー** 使用するエネルギーの一部を、自然エネルギーでまかっています。

横浜港の象徴として、港の入り口で多くの船を迎える「大きな風車」。ファンケルグループは2007年より、この横浜市の環境対策「横浜市風力発電事業」に協賛(期間:10年間)しています。ファンケルグループの事業活動で使用するエネルギーの一部は、この横浜の風から生まれた自然エネルギーでまかわれています。

**横浜市風力発電事業**

```

    graph LR
        A[市民 (ハマ債風車)] -- 参加 --> B[横浜市]
        B -- 参加 --> C[ファンケル (Yーグリーン) パートナー]
        B -- 参加 --> D[日本自然エネルギー(株)]
        D -- 参加 --> C
        B -- 住み参加型市場公募 --> A
        C -- グリーン電力証書など --> D
    
```

<http://www.city.yokohama.jp/me/kankyuu/mamoru/furyoku/index.html>

環境会計

2008年度実績集計方法

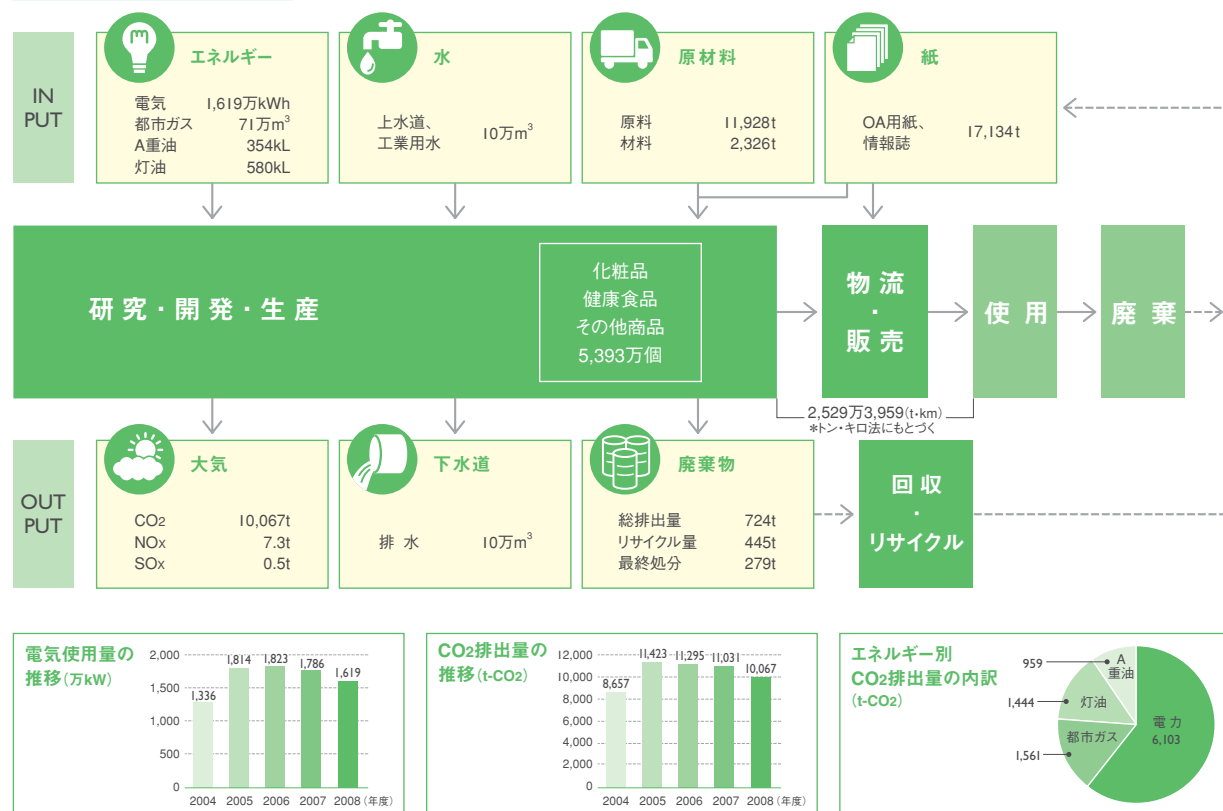
環境省「環境会計ガイドライン2005年度版」に準拠して作成しました。集計範囲は、連結会社6社（（株）ファンケル・ニコスター（株）アテニア（株）ファンケル発芽玄米（株）いいもの王国（株）ファンケル美健）です。集計期間は、事業年度と同様、2008年4月から2009年3月までの期間です。係数換算データは、エネルギー庁及び、環境省より引用しました。

環境保全コスト（事業活動に応じた分類）				環境保全効果			
分類		主な取組の内容	投資額(百万円)	費用額(百万円)	環境保全効果の分類	環境パフォーマンス指標(単位)	2008年度
1.事業エリア内コスト				21	137	総エネルギー投入量(GJ)	228,861
内訳	1-1 公害防止コスト	大気汚染防止 水質汚染防止		15	種類別 電気(GJ)	161,408	
	1-2 地球環境保全コスト	省エネルギー対策	21	33	ガス(GJ)	32,066	
	1-3 資源循環コスト	廃棄処分 リサイクル		89	プロパンガス(GJ) 1m <sup>3</sup> =2.0747kg	259	
2.上・下流コスト				4	74	A重油(GJ)	13,841
3.管理活動コスト					70	灯油(GJ)	21,286
4.研究開発コスト					5	循環資源投入量(t)	1.38
5.社会活動コスト					3	水資源投入量(m <sup>3</sup> )	104,988
6.環境損傷対応コスト					0	温室効果ガス排出量(t-CO <sub>2</sub> )	10,067
合計				25	289	種類別 電気(t-CO <sub>2</sub> )	6,103
						ガス(t-CO <sub>2</sub> )	1,545
						プロパンガス(t-CO <sub>2</sub> )	16
						A重油(t-CO <sub>2</sub> )	959
						灯油(t-CO <sub>2</sub> )	1,444
						廃棄物等総排出量(t)	724
						廃棄物最終処分量(t)	279
						総排水量(m <sup>3</sup> )	95,718
						水質 BOD(mg/l)	660.9
						水質 COD(mg/l)	438.0
						水質 SS(mg/l)	3.0
						NOx排出量(t)	7.3
						SOx排出量(t)	0.5
						使用時のエネルギー使用量(J)	14
						廃棄時の環境負荷物質排出量(t)	60
						製品・資材等の輸送量(t・km) *トン・キロ法にもとづく	25,293,959

環境保全対策に伴う経済効果（実質的効果）		
効果の内容	金額(百万円)	
収益	0.1	主たる事業活動で生じた廃棄物のリサイクル又は使用済み製品等のリサイクルによる事業収入
費用削減	17	省エネルギーによるエネルギー費の節減額など
合計	17	

環境負荷全体像



\* 2007年9月に環境省で発表された「平成18年度の電気事業者別排出係数」を用いています。

お客様の  
ために、  
ファンケルが  
できること。

つねにおお客様の声に耳を傾け、より安心・安全な商品や、満足度の高いサービスを提供していきます。



品質方針

私たちは、ファンケルグループの経営理念を受け、信頼と満足を得られる製品とサービスを提供するため、品質保証体制の継続的改善を実施します。

品質を評価するのは「お客様」

世界の人々がよるこびと満足のある豊かな生活文化を実現できるように、お客様の声を真摯に受け止め、企業活動に反映し、品質向上に努めます。

「使いつづけていただける」商品の提供

絶えざる品質向上と高品質の維持に努め、お客様に満足して使い続けていただける商品を提供いたします。

「安心して使える」商品づくり

安全性はもちろん、環境にやさしい商品の開発に責任をもって取り組み、お客様が安心して使える商品をお届けするとともに、商品の正しい使い方や注意表示などの適切な情報を提供します。

「法規制の遵守」

品質・環境関連の法規制および、当グループが同意した業界自主基準を遵守します。政府や地方自治体の施策や、国際的な取り決めなどに協力します。

品質・環境方針の理解、企業活動と説明責任

私たち従業員は、品質・環境方針を理解し、さらに品質保証体制や環境保全に対する教育・訓練を受け、意識の向上を図ります。従業員が責任を自覚して、つねに公正で透明性のある企業活動を行い、社会に対する説明責任を果たし、信頼向上に努めます。



健康食品・化粧品の安全性評価基準

高いレベルの安心・安全を約束するため、独自の基準を設定しました。

化粧品 FSS (FANCL SAFETY STANDARD)

ファンケルは、防腐剤などを使用しないだけでなく、アレルギー反応を引き起こす可能性のある成分は一切使わないという徹底した「無添加思想」を守り続けるために、独自基準「FSS」を設定しています。より安全性の高い原料を選択するための原料選択基準と、敏感肌のための安全性評価基準を合わせ「安心・安全・やさしさの基準」として標準化したものです。



<http://www.fancl.co.jp/kodawari/beauty/fss.html>

健康食品 健康食品の安心品質 (FSQ)

お客さまにより安心してサプリメントをお使いいただくことを目的に、「安全」と「信頼」を約束するファンケル健康食品の安心品質 (FSQ) を制定しました。業界ではじめてサプリメントの原料原産地を公開するなど、原料選定からアフターサービスまでのすべての工程で安心のための一貫体制を整え、お客さまの不安や悩みの解消に取り組んでいます。



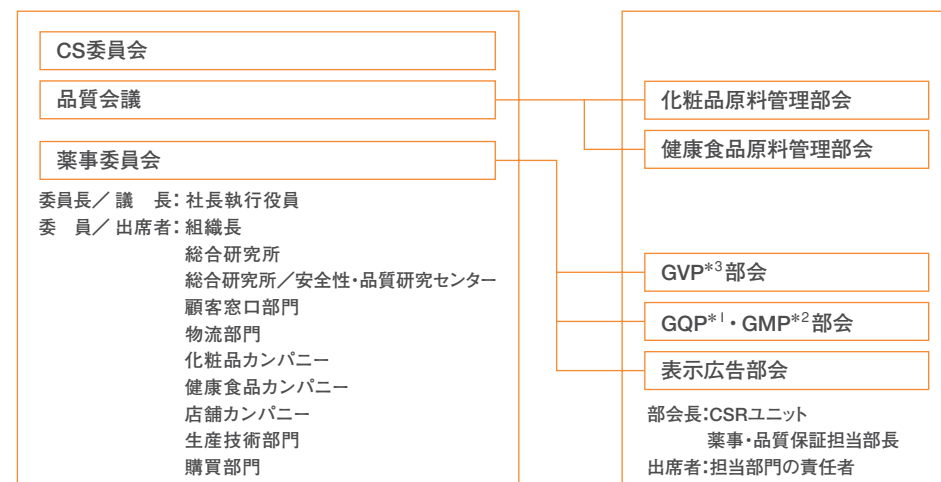
<http://www.fancl.co.jp/corporate/news/data/2008.09.09FSQ.pdf>

品質評価体制

品質保証活動におけるマネジメント体制を確立しています。

社長を議長とし、全社関係部門の代表者から構成される「CS委員会(お客さま視点で、商品・サービスに関する問題を、迅速かつ的確に解決する会議)」と「品質会議(商品の品質全体を検証する会議)」によって、品質保証に関する基本方針と行動施策を審議・決定し全社活動を統括・推進しています。また、

品質会議の傘下に化粧品原料管理部会を設置し、品質・安全性についてのチェックを行っています。一方、社長を委員長とする「薬事委員会」では、法令にもとづいた品質の方針を決定し、傘下のGQP\*1・GMP\*2部会、GVP\*3部会、表示広告部会にて、それぞれの適正化について審議を行い、統括管理しています。



\*1 GQP/製造販売品質管理基準 \*2 GMP/製造管理および品質管理に関する基準 \*3 GVP/製造販売後安全管理基準

お客様の目委員会

387名のお客さまから直接ご意見をいただく場を持っています。

「お客様の目委員会」は、ファンケル商品をご使用いただいているお客さまで構成されています。受注センター・お問合せ窓口・美容相談室・サプリメント相談室・お客様センターといった各窓口や店舗の接客対応の評価や、ファンケルが発行している情報誌「エスポワール」「元気生活」に対するご意見をいただいています。2008年度は7期目を迎えて387名の委員の方にご協力いただきました。



コンタクトセンターの取り組み

数々のコンクールで入賞、応対スキル向上をめざしています。

ファンケルのコンタクトセンターでは、お客さま対応スキルの向上に取り組んでいます。その結果、2008年度は電話対応コンクール横浜大会で7名が入賞し、神奈川大会では2名が入賞。「企業電話対応コンテスト」では、サプリメント相談室が186社中4位の好成績を収め優良賞を受賞しました。また、お問合せ窓口ではお客さまの利便性向上のため、日曜祝日の営業時間を21時まで拡大するなど、体制整備も進めています。



個人情報の保護

お客さまの情報を守るため、指静脈認証装置を184店舗で導入しています。

全国184(2009年3月31日現在)の直営店舗で、使用する端末に情報を利用する個人を確実に特定し不正侵入を不可能にする「指静脈認証装置」を導入しています。従来の指紋認証より認識率の高いシステムを採用しました。また、社内では使用するパソコンの全操作のログ\*1を取得しているため、不正使用抑制や不正行為があった場合のサーベイランス\*2も可能です。



\*1 ログ/パソコンの利用状況やデータ通信の記録を取ること。またその記録のこと。  
\*2 サーベイランス/ 調査監査のこと。

主な情報セキュリティ対策

- 監視** パソコン操作ログの取得と監視  
Winnyなど不正ソフトの利用禁止と稼働監視  
メールデータの取得と監視
- 認証** 事務所パソコンログイン指紋認証  
事務所入室制御ICカード認証  
(一部エリアでは指紋認証による入室制限)  
店舗パソコンログイン指静脈認証  
(銀行ATMと同等の認証システム)
- インフラ** ウェブ閲覧制御の実施と閲覧ログの取得  
ファイルサーバの統合と通信インフラ整備  
外部記録媒体へのデータ保存を許可制に  
アクティブディレクトリの構築
- その他** 全従業員への個人情報保護教育の実施  
パソコン使用規程の策定と講習会の実施

Webサイトの改善

お客様の評価調査をもとに、もっと使いやすいサイトに変更しました。

多くのお客様の評価調査をもとに、ファンケルオンライン(Webサイト)をリニューアルしました。利用者を特定しその人に合ったサービスを提供するパーソナライズ機能や、検索ソリューションを新たに導入。さらに、新規購入フロー画面を、お客様が必要な情報のみを入力するように改良し、不必要な入力項目を表示しないようにしました。また、入力画面でのエラー発生時の注意書きを改善し利便性をさらに高めました。



春肌カウンセリングフェアの実施

約11万人のお客様にカウンセリングを行いました。

ファンケルは“お客様一人ひとりに、本当にお肌に合った商品をご使用いただきたい”という想いから、2009年1月8日から2月19日まで全国のファンケルショップで「春肌カウンセリングフェア」を開催しました。店舗スタッフ一人ひとりがカウンセリングフェアの目的と意義を理解し、知識と技術の向上に努め、ホスピタリティあふれるサービスで接客いたしました。43日間のフェア期間中に約11万人のお客様にカウンセリングを体験していただきました。



美容相談室

応対品質向上をめざして、よりきめ細やかな応対を心がけています。

昨年度、美容相談室では71,183件のご相談をいただきました。お電話をいただいたすべてのお客様にご満足いただけるよう応対品質の向上に取り組み、2008年度は「お客様の目委員会」(P.28参照)から5点満点中4.49点と過去最高の高い評価を得ることができました。よりお客様に合ったアドバイスができるよう、お手紙やお電話などでのアフターフォローも徹底しています。



お客様の気持ちに寄り添い、感動を与えられる応対をしていきたい。

化粧品カンパニー美容相談部  
田中 眞智子

お電話をかけてくださったお客様にまず感謝の気持ちをもって明るい第一声でお迎えすることがとても大切です。そのために、つねに電話の向こうにいらっしゃるお客様に笑顔が伝わる応対を心がけています。お客様が美容相談室にお電話してよかった、とご満足していただくことはもちろん、さらには感動につなげられるように、できる限りお客様に近づいてお気持ちに寄り添い、一步一步信頼関係を築いていきたいと思っています。

容器デザインへのこだわり

誰にでも開けやすく、使いやすい容器を開発しています。

容器開発にもお客様の声を反映。

ファンケルでは、毎日心地よく化粧品や健康食品をお使いいただくために、安心・安全で効果があることはもちろん、使いやすさにもこだわった商品開発を行っています。お客様から容器の使い勝手などに関するたくさんの声をいただき、不安や不満を抽出。その声をもとに開発を行い、「手に負担がかからずもちやすい」「丈夫でこわれにくい」「使い方がすぐわかる」など、お客様の立場に立った独自の工夫を容器に込めています。



容器がさらにやさしく進化しました。

- すべらずもちやすく中身が取り出しやすい容器に。(洗顔パウダー)
- 開封しやすい密封リングキャップ機構の容器に。(アミノヘアエッセンス、メンズケア、クリアチューン、ボタニカルビューアオイル)
- もちやすく開けやすい容器に。(サンガード30)
- 中身が出しやすい容器に。(スキンリニューアルパック)

健康食品のパッケージがよりわかりやすくなりリニューアル

カテゴリー名をよりわかりやすくし、お振りいただく目的や悩み、安心品質の証である「FSQマーク」などを記載しました。また安全面にも配慮し、封を開けたあとでも切り口の角が丸くなるようにしました。



アテニアの  
取り組み

化粧品業界初、ユニバーサルデザインの外部認証を取得しました。

2008年1月に発売したアテニア「クレンジングクリーム〜ジェントルリファイナー〜」が、化粧品業界でははじめて、使いやすさの証である日本ユニバーサルデザイン研究機構の「使いやすい検証済認証マーク」を取得しました。お客様にもっとご満足いただきたいという想いから、容器にできる限りのやさしさを込めました。



ワンタッチでケースにセット。環境にやさしく衛生的な詰め替えレフィルタイプを採用。



キャップは開閉しやすいよう、指がひっかかり、すべらず握りやすいデザイン。



詰め替えがスムーズに行えるよう、ケース底に指が入る穴を設けました。

企業CMへの取り組み

ファンケルの企業CMが、広告コンクールで金賞を受賞しました。

ファンケルの企業CM「つぎの不是なんだろう・化粧品篇」が、社団法人日本アドバイザーズ協会主催の第48回「消費者のためになった広告コンクール」テレビ部門において金賞を受賞しました。このCMでは「食品には製造年月日があるのに、なぜ化粧品にはないのだろう?」というお客様の「不」をテーマに、ファンケルが無添加化粧品に込めた、お客様への想いをお伝えしています。





# 株主さまのために、ファンケルができること。

ファンケルグループの現状とこれからについてより深く知っていただくために、オープンな情報発信と積極的な対話を積み重ねていきます。



## 株主総会と特別展示会

過去最高3,832名の株主さまにご出席いただきました。

ファンケルは1998年の株式店頭公開以来、株主総会を株主さまと直接対話できる最大の機会ととらえ、「開かれた総会」をめざし集中日での開催を避けて、株主さまが出席しやすい土・日曜日に開催しています。株主さまの数が昨年よりもさらに約15,000人増えた2008年度の株主総会には、前年を285人上回る3,832名の株主さまにご出席いただき、ファンケルグループ各社から約400人の従業員が運営に当たりました。

### さまざまな趣向でお迎えする特別展示会を実施

株主さまに商品・サービスをご理解いただき、ファンになっていただきたいとの想いから、ファンケルグループ各事業活動の紹介や商品のデモンストレーションなどを行う特別展示会会場を設けました。また、骨量測定コーナーや肌年齢チェックコーナーなどもご用意し、ファンケルならではの趣向でお迎えしました。



## 株主さまからはじまった寄付活動

1,621名の株主さまにご賛同いただき、463万円を寄付しました。

ファンケルでは、株主さまに商品の魅力やサービスをより知っていただくために、当社株式を100株以上所有されている方へ株主優待制度を導入しています。



また、2007年度に引き続き、株主参加型の社会貢献活動として寄付コースもご用意しました。1口2,500円から寄付が行えるこのコースには、全国1,621名の株主さまにご賛同いただき、2007年度よりも多い過去最高の463万円もの寄付金が集まりました。寄付金は、横浜市栄区にある社会福祉法人「訪問の家」(P.42参照)に、2008年12月2日に行われた毎年恒例のファンケルとの交流会の際に、日浦美智江理事長にお渡ししました。社会福祉への寄付活動は2006年に株主さまからはじまり、2007年に従業員による「もっと何かできるはず基金」(P.40参照)、2008年にお客さまからの「寄付ポイント」(P.42参照)へと広がりました。

## インターネットIRサイト優秀企業賞受賞

投資家さま向けIRサイトが高く評価され優秀企業賞をいただきました。

1998年の株式店頭公開以来、ホームページにIRサイトを開設し投資家の皆さまに情報開示を行ってきましたが、ステークホルダーの皆さまにもっと使いやすく魅力的なサイトへと進化させるために2007年1月、コーポレートサイト全体の見直しに着手しました。広報、総務、IRのメンバーが協力し、2007年8月に新サイトをオープン。リニューアルのポイントは、ビジュアルを多用し、見やすく、使いやすい構造にしたこと。さらに、個人投資家の皆さまの関心の高い項目が一度にみられる個人投資家さま専用のページを新設したことです。このリニューアルポイントが評価され、大和インベスター・リレーションズ(株)が選定する2008年度IRサイト優秀企業賞を受賞しました。



# お取引先さまのために、ファンケルができること。

公平で公正なお取引を行うために、わかりやすくフェアな方針・基準のもと、お取引先さまとより豊かなパートナーシップを築いていきます。



## 購買基本方針

- お客さまに「安心、安全、高品質、低価格」の商品を提供するために、原材料・資材などを調達します。
- 相互信頼、相互補完関係を築き、共存共栄をモットーとします。
- サプライヤーに国籍・取引実績の有無は問いません。
- 取引で得られた機密情報がファンケルグループ外に流出することは一切ありません。
- 地球環境に配慮したお取引先さまの選定を行います。
- 世界的な視野で最適地から適正な価格で調達します。

## お取引先さまへの判断基準

### 【お取引先さまへの基本的な基準】

- ファンケルグループの規格を満たす
- 品質保証体制  品質管理体制
- 技術力

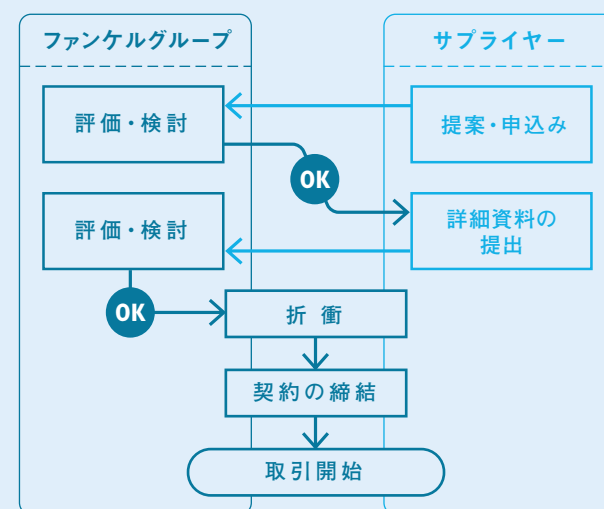
### 【お取引先さまに求めるポテンシャル】

- 提案力  迅速な対応
- 安定供給  適正価格
- 環境への配慮

### 【お取引先さまの企業内容など】

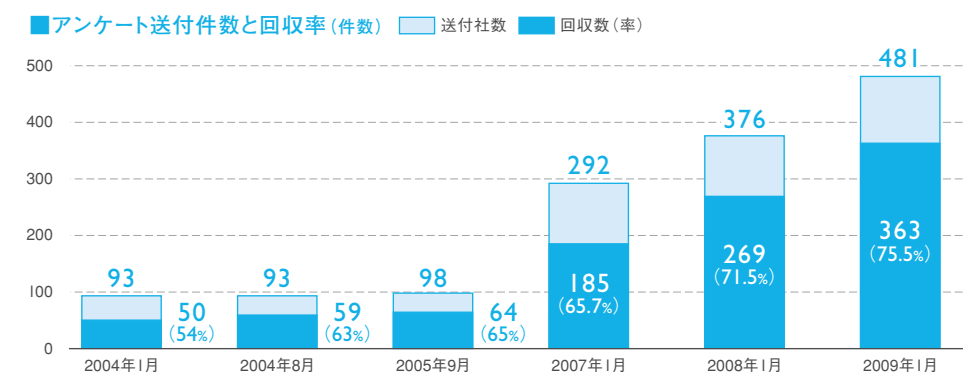
- 経営方針  経営安定
- 経営姿勢  経営実績

## お取引がはじまるまでの流れ



## お取引先さまアンケート

お取引先さまとの共存共栄と、公正で適正なお取引関係の維持を基本理念に、社長直轄の内部監査室がファンケルグループ各社における購買基本方針や下請法などの法令、コンプライアンスの遵守状況などを、お取引先さまへのアンケート調査を通じて毎年モニタリングしています。アンケート調査は2004年から開始し、6回目となる2009年は481社のお取引先さまにアンケートを送付し、約75%の363社のお取引先さまから貴重なご意見やご回答をいただきました。アンケートに寄せられたご意見や問題点は、守秘を前提に、社長自ら直接報告を受け、改善が必要な場合には、内部監査室が調査の上、関係部署への改善是正を実施しています。また、内部監査室の責任者が書面でのアンケートだけでなく、直接お取引先さまを訪問させていただき、日ごろのお取引についてご意見を承る活動も実施しています。



## お取引先さまと新たなビジネスを創出

### 大手食品会社とタイアップし「ファンケル共同開発シリーズ」を発売しました。

食の安心・安全に関する関心がますます高まるなか、お客さまの日々の食卓により安全で機能性の高い食品をお届けするために、パンや納豆、洋菓子などの商品を国内の大手食品メーカー数社とタイアップし「ファンケル共同開発シリーズ」を発売しました。原料にはファンケル独自の素材（HTC®コラーゲンや発芽米、青汁、ツイントース®など）を使用し、安心・安全で機能性の高い商品を実現しています。2008年度は（株）イトーヨーカ堂さまとタイアップし、イトーヨーカドー148店舗で発売しました。



# 従業員のために、 ファンケルができること。

男女の区別なく、すべての従業員が長く快適に働くことができ、活躍できる環境づくりを続けていきます。



## 人事・労務に対する基本方針

個人と組織をつなぐマネジメントを強化することにより、  
個人の成長と会社の成長を結びつけていきます。

### ブランド価値の最大化について

会社はつねに「顧客の創造と維持」を行っていかなければなりません。モノや情報があふれ、技術革新の進んだマーケットでは「顧客の創造と維持」のために、商品やサービスの良さだけでなく「ブランド価値」がなくてはならないものとなってきています。つまり、商品やサービスだけが優れていても、ブランド価値を継続的に高めていかないと、会社は成長していくことができないのです。ファンケルが目指す「会社の成長」とは「ブランド価値の成長」であり、社員一人ひとりのミッション（使命）は「ブランド価値の最大化」なのです。

### ファンケルの目指す成果主義

ファンケルの人事制度が、個人の成長と会社の成長、つまり「成果」を追求する人事制度であるということは、ファンケルは成果主義の思想にもとづいた会社であるということになります。ファンケルでは、顕在化した「成果」のみならず、会社の発展を左右する成果の質や価値を決定づけるプロセスにこそ、ファンケルらしさ・存在意義があると考えます。そこで、ファンケルにおける成果主義とは、単に成果だけでなく「成果と成果を上げていこうとするプロセス（＝発揮行動）を成果であるとし、それらを評価する」と定義します。

## ワークライフバランス

育児支援やノー残業デーなど、働き続けるための制度づくりを推進しています。

### 働く女性支援

従業員の女性比率が8割以上のファンケルでは、従業員が安心して出産・育児に向き合える環境をつくるために、2006年2月に「働く女性プロジェクト」を発足。従業員の多様性に配慮しながら、就業が継続できるように、産休や育休はもちろん、配偶者出産支援休暇や子供の看護休暇、育児短時間勤務などさまざまな育児支援制度を加えました。女性の管理職への登用も積極的に行っており、現在、女

性管理職の占める割合は26%（2009年3月末時点）。育児休業後の管理職への登用はもちろん、育児短時間勤務を取得している女性管理職もいます。

### 「くるみん」マークを取得

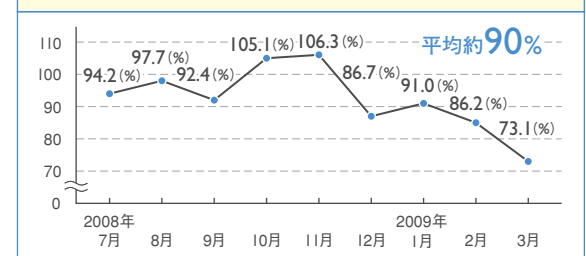
少子化対策の一環として子育て支援などに積極的に取り組んでいると認定された企業の証明に当たる厚生労働省認定の「くるみん」マークを、2008年7月に取得しました。



### ノー残業デー

毎週水曜日と金曜日をノー残業デーとしています。定時後の時間は、家族と過ごしたり資格取得に取り組むなど、従業員それぞれが有意義に使う一方で、定期的に「自己革新セミナー」（P.37参照）を開催するなど効果的な利用を支援しています。2008年度の残業時間を前年と比較した結果、平均89.9%となり着実な軽減に結びつきました。

前年同月と比べた時間外勤務手当の推移



### アテナ「ファミリーDAY」

2008年10月29日に、アテナ従業員の家族を職場に招いて職場見学と懇親会をかねた「ファミリーDAY」を開催しました。当日は16名の従業員の家族がオフィスを訪れ、アテナ全従業員と交流。参加者からは「従業員の皆さんが総出でお迎えしてくださり感激しました」「パーティみたいな雰囲気、子供たちもとても楽しめました」といった声をいただきました。これからも、従業員同士の親近感を高め、アットホームな会社としてのファンケルグループの風土を実感できるこのような企画を広げていきます。



### 新しい休暇制度

2009年1月より「裁判員休暇規程」を施行しています。

「裁判員の参加する刑事裁判に関する法律」の趣旨に則り、裁判員休暇とこれに関連する手続きなどについて定めた「裁判員休暇規程」を2009年1月より施行しています。

人材育成

従業員の能力向上を支援する制度を充実させています。

池森塾

創業者自らが説く、理念研修を行いました。

ファンケルDNAの継承、創業者理念の体質化とチャレンジ精神の醸成を目的に、創業者自らが説く「池森塾」を1992年～1997年新卒定期入社社員の120名を対象に実施しました。

5つのテーマで15グループを形成し、経営意識の醸成と課題解決に向けた行動発揮を促すプログラム「経営改革活動」を行いました。



自己革新セミナー

各界の著名人から、幅広い知識や教養を身につけています。

2008年に実施したセミナーの主な内容(テーマ/講師)

- 日本経済の展望と今後の行方/大学教授
- 即断・即決の経営/元会社社長
- 強い組織づくりとリーダーシップカ/元ラグビー日本代表
- 本当のコンプライアンスとは/大学教授・弁護士
- 乳がんピンクリボン運動を学ぶ/医師

社内起業チャレンジ制度

新しい事業アイデアを会社が支援しています。

2007年5月にスタートした「社内起業チャレンジ制度」は、新しい事業にチャレンジする従業員を社内から募集し事業立ち上げのプロセスを会社が支援するというものです。2008年度は、よりチャレンジしやすい環境をつくるため、年2回の定期募集からいつでも応募できる随時募集に変更しました。

従業員表彰の実施

お客さまと向き合う姿勢を評価し、324名を表彰しました。

ファンケルグループでは、半期ごとに実施する「経営方針発表会」において従業員への表彰を行っています。表彰内容は、永年勤続・優秀社員・業務改善・顧客満足・優秀店舗などがあり、2009年4月の表彰式では、55件で324名の従業員を表彰しました。



多様な社員の満足度向上への取り組み

契約社員・派遣社員が安心して働ける環境づくりを推進しています。

すべての社員が安心して働けるように、人事制度の改定を行い契約社員および派遣社員の社員登用制度を(株)ファンケルにて2008年10月に導入しました。また派遣社員を含む全員に健康診断の受診を実施しています。さらに、グループ企業で培ったキャリアをもつシニアの派遣のグループ以外へも幅広く展開しています。

(株)ファンケルの2008年度(2008年4月～2009年3月)

- 正社員への登用 24名
  - （店舗契約社員より 21名）
  - （契約社員より 1名）
  - （派遣社員より 2名）
- 契約社員への登用 8名

5S推進活動

ファンケルのDNAを強固にするために、5S活動を実施しています。

5Sとは「整理」「整頓」「清掃」「清潔」「しつけ」のことです。ミスのない正確な業務運営、他部門からの要求に対しての迅速な対応の実現、清潔で快適な職場環境の維持、従業員同士が助け合う風土づくりの推進のために5S活動に取り組んでいます。

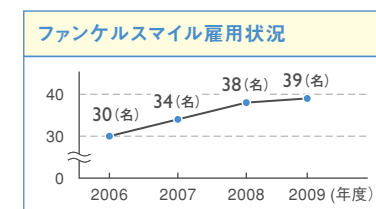
<b>整理</b>	必要なものと不要ものを分け、不要なものを捨てる。	<b>清潔</b>	整理・整頓・清掃を徹底し、汚れ・乱れのないきれいな状態を維持すること。
<b>整頓</b>	必要なものがすぐに取り出せるように、置き場所・置き方を決めて表示を確実に行う。	<b>しつけ</b>	決められたことを決められたとおりに実行できるよう習慣づけること。
<b>清掃</b>	掃除をして、ゴミ・汚れのない状態にすると同時に細部まで点検すること。		



ファンケルスマイル

障がいのある方の自立を支援、39名が活躍しています。

「障がいのある人を社会的弱者として守るのではなく、一人の社会人として自立できるようにする」を理念とし、(株)ファンケルスマイルはファンケルの特例子会社として1999年2月に設立、従業員10名でスタートしました。現在は39名が働いており、責任感とやりがいをもって仕事に取り組んでいます。これからも障がい者雇用のモデルケースとして、障がいのある方の自立を支援していきます。



ほっと!スマイル

神奈川県初の民間企業によるサービスを提供しています。

2007年2月、横浜市磯子区総合庁舎内に(株)ファンケルスマイルが運営する喫茶店「ほっと!スマイル」がオープンしました。知的障がいのある方が働く場として横浜市が設けた「ふれあいショップ」にはじめて民間企業が参入しました。



古紙回収・処理業務

年間99トンの紙ゴミを再生処理しました。

(株)ファンケルスマイルでは、グループ内の重要書類やお客さま情報などを社内で確実に処分するために「大型シュレッダー」を導入しています。シュレッダーで処理した紙ゴミはリサイクルへ回します。毎日従業員によるビル内収集を行い、毎月約8.2トン、年間で約99トンの紙ゴミを処理しています。



# 社会のために、ファンケルができること。

地域と共に歩む企業として、さまざまな出会いを重ねながら持続的なコミュニケーションと社会貢献に取り組んでいきます。



## 社会活動方針

人々が美しく健やかに過ごせる明日のために「もっと何かできるはず」

「人を喜ばせたい」。

この想いからファンケルグループの事業は生まれました。

その想いは社会活動にも息づいています。

人を思いやる心、人とつながる喜び…。

「あなたがうれしいと私もうれしい」という気持ちを大切に、

私たちにできることを、もっともっと、がんばっていきます。

### 対象

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します。

### 行動基準(宣言)

- 美と健康をテーマに私たちの得意を活かして行動します。
- 笑顔で、楽しく、まごころをもって行動します。
- 継続し、育み、その経緯を皆さまにご報告します。



## もっと何かできるはず基金

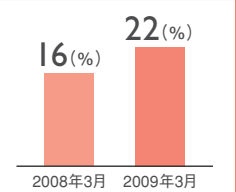
従業員みんなが参加できる社会貢献、373万円を寄付しました。

### 働きながら参加できる社会貢献活動

ファンケルグループはこれまで、「訪問の家」との交流やメークセミナー、ファンケルクラシック、地元市民団体への協賛などさまざまな従業員参加の社会貢献活動を行ってきました。しかし従業員たちからは「参加したくても都合がつかなくてできない」「関心はあるが、何をしたいのかわからない」といった声も多くありました。そこで2007年6月に、勤務形態や地域に関係なく全従業員が働きながらでも参加しやすい社会貢献活動の仕組みとして、「もっと何かできるはず基金」を設立しました。

基金への参加は1口100円からとし、申し込みをした従業員の給料から天引きを行います。寄付先も参加者から申請をもらい、運営委員で審査を行い決定します。会社からのマッチングギフトを委員が要請した案件については同等額の金額を加算し、社会支援を目的とした寄付に役立てています。現在2年の活動を経て754名の従業員が基金の会員として参加をしています。

従業員参加率の推移



### 2008年度の活動状況

会員数 **754**名

寄付件数 **11**件

- 2008年 6月 NPO法人奥山保全トラスト／(社福)日本聴導犬協会
- 2008年 7月 NPO法人アジアケシ転作支援機構／NPO法人WFP国連世界食糧計画 中華人民共和国駐在日大使館
- 2008年 8月 (財)がんの子供を守る会／(社福)まるこ福祉会
- 2008年11月 細菌性髄膜炎から子どもたちを守る会／(社福)まるこ福祉会
- 2008年12月 そうちゃんを救う会
- 2009年 5月 2008年度お客さまポイント寄付(社団法人日本フィランソロピー協会を通じて 重度の障がいのある方を支援する全国10ヵ所の団体へ)

寄付金額 **373**万円  
(ファンケルからの  
マッチングギフト含む)

### 参加者の声

#### 「細菌性髄膜炎から子どもたちを守る会」への寄付を通じて

「もっと何かできるはず基金」では、2008年11月に細菌性髄膜炎を防ぐワクチンの普及をめざし活動続ける「細菌性髄膜炎から子どもたちを守る会」へ寄付を行いました。同会を推薦したのは、2児の母でもある澤井香里(ニコスター(株)営業推進グループ)です。「長男が生後8ヵ月で細菌性髄膜炎にかかり医師からは3分の1の確率で助かるが、同じ確率で死亡、または後遺症が残ると宣告されショックをうけました。幸い息子は快方に向かい、元気に保育園に通えるようになったころ、同会の存在を知り、東京で行われた当事者のつどいに参加しました。そして、参加されているご家族のために何かできないかと思い『もっと何かできるはず基金』に寄付申請を行いました。基金からは20万円の支給が決まり、細菌性髄膜炎とたたかうお子さんやご家族のサポートにつながる冊子を制作することになりました。仕事とは違う面での貢献に結びついた喜びを感じています。」



寄付への感謝状と啓発用のピンバッジ、冊子の進捗報告が届きました。

水のふるさと道志の森基金

地元横浜市の水源の環境保全活動として、200万円を寄付しました。

ファンケルは、「置き場所指定お届け」などにより効率的に配送を行い、排出されるCO<sub>2</sub>量の削減に取り組んでいます。しかし、商品をお届けする回数は減らせても1回はお届けが必要となり、配送時のCO<sub>2</sub>排出量を完全に無くすることはできません。この環境の「不」を解消するために、売上の一部(=配送にかかるCO<sub>2</sub>排出分のオフセット相当額)を環境保全に役立てる活動を実施しました。2008年11月

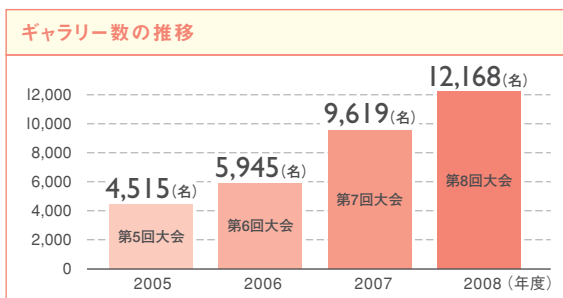
から2009年3月を対象期間とし、横浜市の水源の一つである道志川の流れる山梨県道志村の環境保全を目的とした「水のふるさと道志の森基金」に200万円を寄付しました。横浜市からは同基金のパートナー企業第1号として認定され、感謝状を授与されました。



ファンケルクラシック

シニアの元気を応援、12,168名が来場しました。

「シニアの元気は、日本の元気」をテーマに、2001年に創設されたPGAシニアツアー「ファンケルクラシック」。2008年8月の第8回大会では、過去最多となる12,168名が来場しました。会場では、参加プロたちによるオークションやギャラリーの皆さまからの募金などさまざまなチャリティイベントも実施。これらの収益金全額と会場内での商品販売などの売上の一部を合わせた228万4,458円を「ファンケルクラシック基金」として、WFP国連世界食糧計画に寄付しました。また同大会では、国内のスポーツイベントとしては初の「グリーン電力」を第6回大会から導入しています。今大会は23,000kW相当の電力を風力、水力、バイオマスでまかない、8.1トンのCO<sub>2</sub>を削減しました。



メイクセミナー

405名の地域の皆さまに美容技術を提供しました。

地域の福祉施設やケアプラザなどを利用されている方やふだん子育てに忙しいお母さま方の「美しい」という想いに応えるため、ファンケルではご要望に応じて、高齢者施設や養護学校、幼稚園などに従業員が出向き無料でメイクセミナーを開催しています。みんなで楽しく、きれいになれるセミナーは大好評です。2008年度はのべ86名の従業員が講師として参加し、405名の方々へセミナーを実施しました。



社会福祉法人「訪問の家」との交流

障がいのある方との交流を深めるイベントを新入社員が企画・運営しました。

「訪問の家」との出会い、触れ合い

横浜にある社会福祉法人「訪問の家」は、日本で初めての重度・重複障がい者通所施設として設立され、その活動は全国からも注目されています。ファンケルは「訪問の家」と20年以上にわたる交流を続けており、相互に研修のための講師派遣や講演依頼を行うなど、さまざまなふれあいが生まれています。特に毎年、飯島ビル(横浜市)の食堂で開催している交流会は貴重な懇親の機会として、皆さまに大変楽しみにいただいています。

訪問の家

「重い障がいがあっても青年期を豊かに暮らしてほしい」という想いから、障がいのある方の保護者と日浦美智江理事長により1986年に設立された社会福祉法人です。重度・重複障がい者通所施設「朋(とも)」の開設以来、現在は21の関連施設で活動を展開しています。

チャリティイベントを開催し、122万円を寄付

2008年9月に横浜市栄区本郷台の栄公会堂でチャリティイベント「ふれあいまつり～みんなつながっているよ～」を開催しました。このイベントはファンケルグループの新入社員全員とファンケルスマイル従業員が、「訪問の家」の職員の皆さまと一緒に企画・運営したものです。地域の人たち楽しんでいただきながら「訪問の家」への理解を深めていただく機会となるよう、歌手の中西圭三さんのコンサートやなつかしい遊びのコーナーなどさまざまな趣向を凝らした企画を実施しました。コンサートチケット代や会場での寄付金などの収益金122万9,880円は全額「訪問の家」に寄付しました。



社会との多彩なつながり

あらゆる機会を通じて、寄付などの社会貢献活動を実施しました。

寄付ポイント

2008年6月から、お客さまのご意志によりお手持ちのファンケルポイントサービスのポイントを寄付することができる仕組みをスタートしました。1,357名のお客さまにご協力いただき、「社団法人日本フィランソロピー協会」を通じて全国10ヵ所の重度の障がいのある方々を支援する団体へ211万6,779円(1ポイントを1円として換算)を寄付しました。

〈寄付先〉

社会福祉法人「つどいの家」/特定非営利法人「夢すばる」/社会福祉法人「訪問の家」  
社会福祉法人「インクルふじ」/社会福祉法人「ぶなの家」/社会福祉法人「くすのき会」  
特定非営利法人「寝屋川市民たすけあいの会地域センター」/社会福祉法人「田村やまびこ会」  
社会福祉法人「青いりんごの会」/重度障がい者小規模作業所「なんくる」

学校教育

ファンケルグループでは、学校の授業の一環として、本社・研究所・工場の社会科見学を受け付けています。

- ファンケルスマイル(552名) NPO法人障がい雇用部会など
- 千葉工場(1,802名) 流山市立小学校社会科見学/流山北小学校・流山小学校など
- 滋賀工場(150名) 社団法人多治見法人会・滋賀県製薬技術者会など

寄付講座

● 京都府立医科大学「生体安全医学講座」

女性支援

ピンクリボン運動を支援

その他の  
主な協賛

● Y(ヨコハマ)ーグリーンパートナー  
● ヨコハマ・スポーツ・ワールド

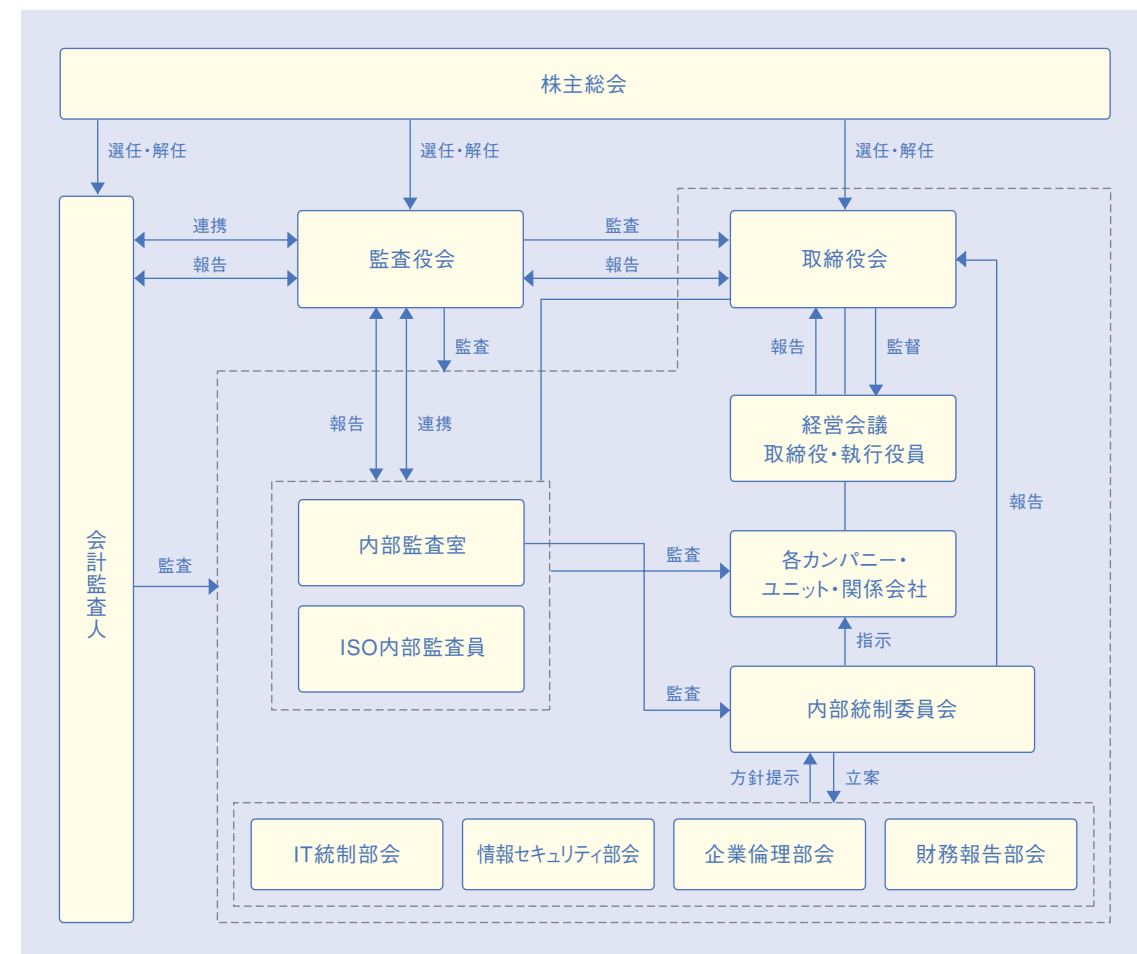
# ファンケルグループのマネジメント体制

2006年施行の「新会社法」は、資本金5億円以上または負債200億円以上の会社を対象に、業務全般にわたりコンプライアンスやリスク管理にかかわる内部統制の整備を求めています。2007年9月に施行された「金融商品取引法(日本版SOX法)」では、全上場企業を対象に、会計・監査制度の充実と「内部統制報告書」の作成などを義務づけています。ファンケルグループでは、コーポレート・ガバナンスやコンプライアンスを徹底するとともに、内部統制システムの整備を行い、2009年3月31日を基準日とした「内部統制報告書」を提出しています。

## コーポレート・ガバナンス

ファンケルグループは、株主さまをはじめとするすべてのステークホルダーからより信頼される企業となるため、コーポレート・ガバナンスの充実を経営上の重要な課題として位置づけ、企業倫理と遵法を徹底するとともに、リスク管理体制を含めた内部統制システムを整備し、経営の効率性、透明性を確保することを基本方針としています。また、内部統制を整備・構築するに当たり、右記の理念を経営の根幹としています。

- ファンケルグループ経営理念 ——
- 「もっと何かできるはず」
  - 「人間大好き企業」のファンケルグループは、世の中の「不」の解消をめざし、安心・安全・やさしさを追求します。
  - つねにお客さまの視点に立ち、「お客さまに喜んでいただくこと」をすべての基準とします。



## コンプライアンス

法令や社内規程を守り、クリーンで責任ある行動をとるために、ファンケルグループでは、コンプライアンス基準を定めています。従業員一人ひとりの言動が企業の社会的評価につながることをつねに意識し、この基準に則り行動することによってCSRを全うしていきたいと考えています。

### 私のコンプライアンス行動基準手帳

### 全従業員に、コンプライアンスを浸透させるために

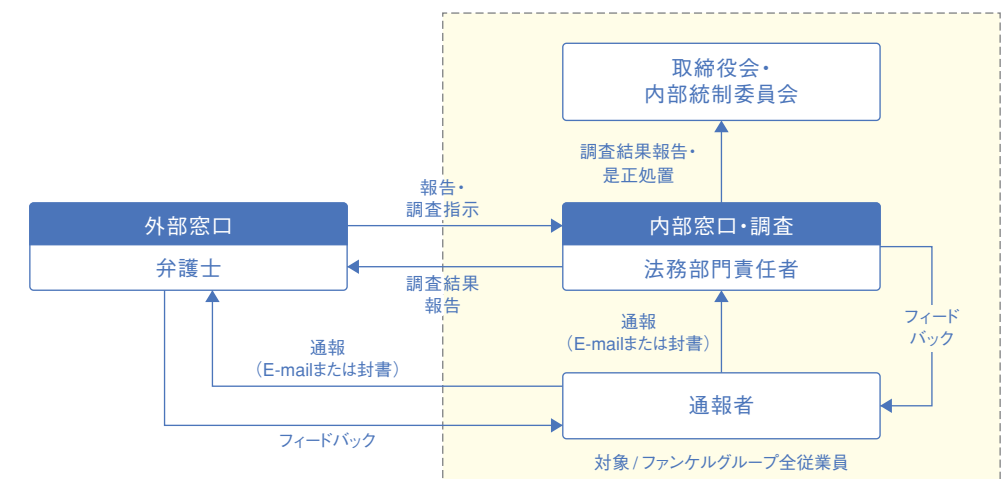
ファンケルグループの一員として守るべきルールを明らかにし共通認識をもって行動するために「私のコンプライアンス行動基準手帳」を全従業員に配付しています。4コマ漫画とやさしい表記で、7分野・37テーマの考え方や行動をわかりやすく説明しています。新入社員・中途入社者の研修のテキストとしても活用されています。



### ヘルプライン

### コンプライアンスのさらなる強化をめざす

組織的・個人的な法令違反やファンケルグループコンプライアンス基準に違反する行為を早期に発見し、是正を図るために「ヘルプライン」を設置しています。内部窓口は法務部門責任者が、外部窓口は専任弁護士が担当し、全従業員からの通報や相談に対応しています。



## 第三者の目から見た、ファンケルレポート2009とは？

このレポートにおける情報の質や内容に対してどのような評価や要望があるのか、第三者の方にご意見をいただきました。このご意見を深く受けとめ、次年度以降のレポート制作へ活かしていきます。

### 「環境」を宣言から行動に

CSR報告書を作成する企業は年々増えており、その分、社会の評価基準も厳しくなっています。ファンケルの特徴は、宣言に対してきちんと行動が伴っていることです。特に環境に対する取り組みは、企業・社員・お客さま・株主と、ステークホルダーが各々の立場でできることを実践し、数字で報告されています。CO<sub>2</sub>や廃棄物の量、参加した人の数、そして寄付された金額などを細かく掲載することで、小さな取り組みの蓄積が社会の変化へと繋がる様子を感じさせます。

ファンケルの環境行動はトップマネジメントも巻き込んでいます。役員報酬と環境目標達成率が関連しているため、経営層への環境意識の浸透が期待されます。努力した人が努力した分、きちんと褒められる土台ができていることが、口約束ではない確実な行動で証明されています。

### 個人と組織の関係

企業が社会的責任を果たすという、とく大きな目標、大きな変化を期待しがちですが、ファンケルでは、社員一人ひとりの方が意識を持って、当たり前のこととして日々実践を積み重ねています。言われてやらされた行動ではなく、自発的にする活動には真心がこもります。相手を楽にさせよう、喜ばせようという思いやりがお客さまには必ず伝わります。

思いやりの心は、数々の寄付事業が展開されていることからわかります。また、ファンケルスマイルを通じて障がい者の方に働く機会を提供するという事業活動にも反映されています。笑顔と安心がある職場にはやる気生まれ、結果的に責任感・倫理観の高い企業人が育ちます。だからこそ、企業という組織になった時も、思いやりの心をもった個人が一丸となって社会貢献ができるのでしょう。

### 目線を社会に合わせる

ファンケルの目線が、つねにお客さまと同じレベルにあることも印象的です。株主総会の休日開催、ユニバーサルデザインへの取り組み、ポイントの寄付システムなど、お客さまの声を真摯に受け止め、業務が形作られています。このような姿勢を保ちつつ、報告書としてまとめる際に意識していただきたいのが、「誰」に「何」を伝えたいのか、ということです。環境問題や社会貢献の度合いは基準をどこにするかによって、数字のもつ意味が変わってきます。絶対量を明記することがはじめての一步だとしたら、今後は前年度比や社内全体での割合、社会の中での位置などを示すことで、企業の取り組みをより明確にできるのではないのでしょうか。目標設定をすることで、社員の意識もより強くなっていきますし、お客さまも巻き込んだ取り組みがはじまりそうな気がします。

創業から30年という歳月を経た今、親から子へとお客さまの世代が少しずつ変化していることでしょうか。企業として、つねに変化する柔軟性をもちつつ、いつまでも変わらない安心をお客さまに感じていただきながら、これからのさらなる社会貢献活動に期待をしております。

國田かおる  
Carbon to Forests代表

暮らしの中で排出される二酸化炭素(CO<sub>2</sub>)を埋め合わせる(オフセット)ための情報を発信。環境プランナーとして持続可能な街づくりに関わる。主な著書に「日本をロハスに変える30の方法」(2006講談社、共著)、「カーボン・オフセット」(2008工業調査会、編著)他。http://ctf.jp



Photos by 織田藍/EOL

## 会社概要 (2009年3月31日現在)

会社名  
株式会社ファンケル (FANCL CORPORATION)  
所在地  
神奈川県横浜市中区山下町89-1  
電話番号  
045-226-1200 (代表)  
代表者  
代表取締役社長執行役員 成松 義文  
設立年月日  
1981年8月18日

資本金  
10,795百万円  
従業員数  
713名 \* パート・委託は除く  
研究所  
総合研究所 (神奈川県横浜市戸塚区)  
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 (2009年6月20日現在)

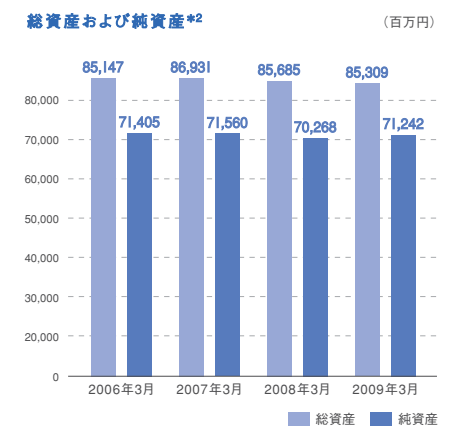
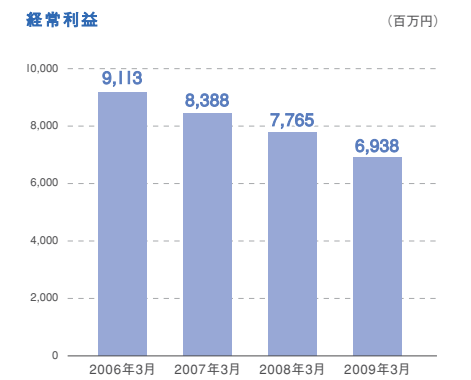
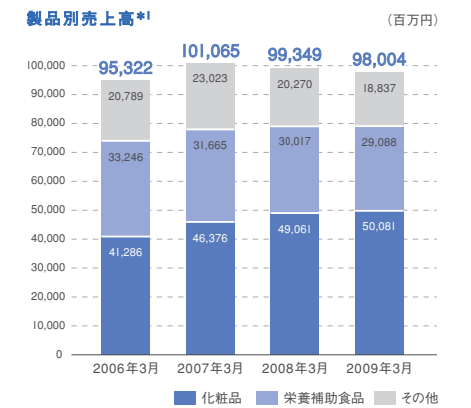
代表取締役会長執行役員…… 宮島 和美  
代表取締役社長執行役員…… 成松 義文  
取締役常務執行役員…… 池森 行夫  
取締役執行役員…… 島田 和幸  
取締役執行役員…… 須釜 憲一  
取締役執行役員…… 村上 晴紀  
取締役執行役員…… 山岡 万佑子  
取締役…… 飯田 順二  
社外取締役…… 池田 憲人

執行役員…… 江上 克彦  
執行役員…… 鶴崎 亨  
執行役員…… 炭田 康史  
監査役(常勤)…… 篠沢 利夫  
社外監査役(常勤)…… 飛鳥 章  
社外監査役(非常勤)…… 小関 勝紀  
社外監査役(非常勤)…… 前田 正子

## ファンケルグループの歩み

- 1980年 4月 ファンケル化粧品を創業。化粧品の通信販売を開始。
- 1981年 8月 ジャパンファインケミカル販売株式会社(現 株式会社ファンケル)を設立。
- 1989年 2月 株式会社アテナを設立。“高性能・高品質・低価格”をコンセプトにしたアテナ化粧品の販売開始。
- 1991年 9月 株式会社ファンケル美研 流山工業団地内に新工場(現 株式会社ファンケル美健 千葉工場)完成。
- 1994年 2月 栄養補助食品の通信販売を開始。
- 1995年 3月 静岡にアンテナショップ(現「ファンケルハウス」静岡青葉通り店)開店、直営店舗展開を開始。
- 1996年 4月 返品・交換の無期限保証制度を開始。
- 1997年 1月 置き場所指定お届けサービスを開始。  
7月 インターネットサイトでの商品注文受付を開始。
- 1998年 5月 無添加基礎化粧品をリニューアル。  
容器をバイアル瓶から環境問題に対応したペン(PEN)樹脂製容器に変更。  
6月 目の不自由な方のために商品識別用触覚式シール「ファンケル・タッチマークシール」を開発、貼付サービス開始。  
11月 日本証券業協会の店頭登録銘柄として株式を公開。
- 1999年 2月 株式会社ファンケルスマイル(特例子会社)を設立。  
8月 株式会社ファンケルドーマー(現 株式会社ファンケル発芽玄米)を設立。発芽玄米事業を開始。
- 12月 東京証券取引所市場第一部上場。
- 2000年 8月 青汁事業を開始。  
11月 ファンケルグループ全体で品質マネジメントの国際規格「ISO9001」を認証取得。
- 2001年 2月 中高年の多くのお客さまをもつ総合通信販売会社株式会社エヌ・ジー・シー(現 株式会社いいもの王国)を子会社化。  
12月 本社機能を横浜市中区山下町に移転。
- 2002年 4月 株式会社ファンケル発芽玄米 長野工場竣工。最大日産で80トンの生産規模を誇る大型工場。  
11月 ファンケルグループ全体で環境マネジメントの国際規格「ISO14001」を認証取得。
- 2003年 4月 銀座5丁目に「ファンケル 銀座スクエア」オープン。  
9月 株式会社ファンケル美健 滋賀工場竣工。
- 2004年 4月 サプリメントと医薬品の飲み合わせに関する「SDIサービス」開始。
- 2005年10月 株式会社ファンケル美健 横浜工場が健康補助食品GMP適合認定証を取得。
- 2008年 7月 ニコスタービューテック株式会社(連結子会社)を設立。  
8月 千葉県柏市に関東物流センターを設置。8カ所の物流拠点を1カ所に集約。

## 財務ハイライト(連結)



\*1 ポイントの会計処理について、2006年3月期までは使用時に売上高から控除する方法を採用していましたが、2007年3月期より、発生時に販売促進費に計上する方法に変更いたしました。  
\*2 2006年度は、資本合計として表記しておりますが、2007年度より会計基準の変更により、純資産と表記しております。