

FANCL

ファンケルレポート2015



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: 045-226-1518 FAX: 045-226-1203
E-mail: csr_promote@fancl.co.jp



このレポートは、植物油インキを使用して印刷しています。

創業理念

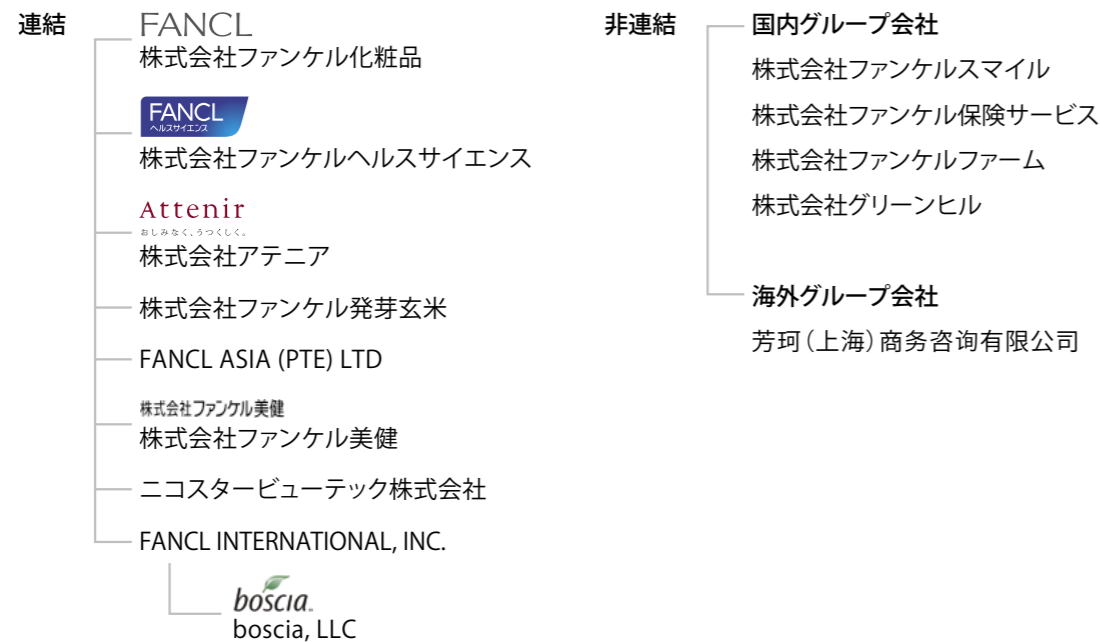
正義感を持って 世の中の「不」を解消しよう

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。

ファンケルグループの体制



ファンケルならではの「資産」を育て、活かす

利益や健全なバランスシートなど、財務諸表上に表れる「見える資産」のほかにも、ファンケルには様々な「見えない資産」が存在します。例えば、理念に基づいて行動する従業員や、企業文化などです。こうした「見える資産」「見えない資産」を育てていくことが、ファンケルの価値創造です。

本レポートでは、ファンケルの主要な資産を7つ掲げ、そのポイントをご紹介します。

ファンケルは、これらの価値創造を通じて、社会に寄り添う持続的成長企業となることを目指します。

<p>財務資本 スピード経営で 新中期経営計画を遂行します >> 詳細は2-5P</p>	<p>販売・サービス 多様な販売チャネルを持ち 専門のスタッフが対応します >> 詳細は14-16P</p>
<p>人材 多様な人材の 価値観を活かします >> 詳細は6-7P</p>	<p>社会・環境 従業員参加型の社会・環境活動を 継続しています >> 詳細は17-18P</p>
<p>研究・企画 科学的根拠に基づき「不」を解消する 画期的な製品を開発します >> 詳細は8-11P</p>	<p>コーポレート・ガバナンス 経営の重要課題として コーポレート・ガバナンスの充実を図ります >> 詳細は19-21P</p>
<p>製造・物流 徹底した品質管理で 安心・安全を守ります >> 詳細は12-13P</p>	

編集方針

【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

【対象事業】 化粧品事業および栄養補助食品事業ほか

【対象期間】 2014年度(2014年4月1日～2015年3月31日)

※一部、2014年3月31日以前、2015年4月1日以降の情報を含めています

【参考にしたガイドライン】 ■ ISO26000 ■ 環境省「環境報告ガイドライン」 ■ 国連グローバル・コンパクト ほか



ファンケルは、国連が提唱する「国連グローバル・コンパクト」を支持し、2013年4月に、正式に署名いたしました。

CSRに関する詳しい情報は、Webでも公開しています。

www.fancl.jp/csr

お客様を想う心を大切に

代表取締役 会長執行役員
グループCEO
池森 賢二

スピード経営を

実現します

代表取締役 社長執行役員
COO
宮島 和美

「健康サポート企業」として、国民医療費の削減に挑む

ファンケルグループは、2013年1月、創業者池森賢二の経営復帰を機に、「これまでの10倍のスピード」を目標に、改革を断行してきました。2014年4月、ファンケルグループは、持株会社制へと大きく体制を移行し、1980年の創業以来、『正義感を持って世の中の「不(不安、不便、不満)」を解消しよう』という創業理念に基づき、化粧品と健康食品の専門家集団として、チャレンジを重ねています。

例えば(株)ファンケルヘルスサイエンスは、約40兆円に達する日本の国民医療費を削減するために、「健康サポート企業」として「健康寿命」を延ばす挑戦をしています。そのひとつが2015年4月より開始された機能性表示食品制度の活用です。自社の総合研究所の研究成果を活かし、科学的根拠に基づいた機能性表示を積極的に訴求しています。

2014年度は、女性の活躍、社会貢献、環境活動で高い評価

ファンケルグループでは、女性や高齢者、外国籍の従業員や障がいを持つ従業員など、様々な人材を積極登用し、お客様に寄り添った製品やサービスの提供を行っています。

例えば(株)ファンケル化粧品は、女性管理職比率が47.6%に上り、女性従業員が中心となって無添加化粧品の製品開発、宣伝・販売促進を担い、着実に業績を伸ばしています。女性の活躍は高く評価され、東京証券取引所の「2014年度 企業行動表彰」に輝きました。

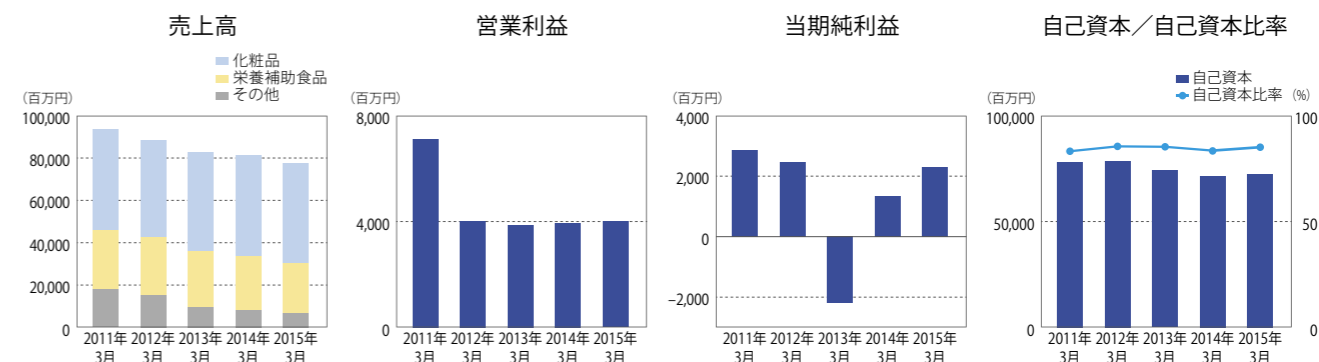
加えて、28年間続いている障がい者支援の社会活動に対し、「第12回 企業フィランソロピー大賞」、会社と家庭が一体となったCO₂排出量の削減活動に対し、「低炭素杯2015」にて表彰を受けました。社会活動と環境保全活動は経営の根幹として、これからも積極的に取り組んでまいります。

2014年度の業績と未来への飛躍

2014年度は、消費増税に伴う駆け込み需要の反動などにより、売上高は前期比4.3%減の77,632百万円となりました。そのような状況の中(株)ファンケル化粧品は、「マイルドクレンジングオイル」、「洗顔パウダー」のドラッグストアでの卸販売を開始したことや、メイク製品、最高峰エイジング美容液のリニューアルなどにより前期を上回る実績を残しました。また栄養補助食品関連事業も、新発売したダイエットサプリメント「大人のカロリミット」などが好調に推移し、第2四半期以降、回復に転じています。

営業利益は、化粧品関連事業の好調により売上総利益率が改善したほか、固定費の削減などに努めた結果、前期比1.5%増の4,001百万円となりました。

これまでの2年間の経営改革によって基盤強化が進み成長の兆しが見え始めています。2015年度をスタートとする「新中期経営計画」を策定し、大胆な成長戦略を実行することで大きく飛躍させていきます。そして、創業理念をこれまで以上に大切に、社会とともに歩む企業として力強く前進します。



基本方針 | 広告投資を最大活用し、5年間で売上倍増を目指します

	2014年度実績	2017年度目標	2019年度目標
売上高	776億円	1,250億円	1,500億円以上
営業利益	40億円	100億円	200億円
ROE(自己資本利益率)	3%	8%以上	10%以上

配当	配当性向を連結純利益の40%以上と定め、配当を実施
自己株式の取得	設備投資などの資金需要や株価の推移などを勘案し、資本効率の向上も目的として機動的に実施
自己株式の消却	発行済株式総数の概ね10%を超える自己株式は消却

通常の広告費とは別に、3年間で化粧品に累計約50億円、健康食品に累計約150億円の追加的な広告投資を実施します。さらに、広告効果を最大化するため、流通の取扱い店舗数の拡大と直営店舗350店舗体制(2015年3月時点:164店舗)を構築し、いつでも、どこでもファンケル製品が買えるよう、売場を拡大します。また、スター製品から他製品へのクロスセルを強化し、フルラインナップの強みを活かします。

2015年度は先行的な広告投資により、一旦、利益水準が低下しますが、2年目以降は徐々に投資回収期に入り、3年目の2017年度には営業利益100億円を目指します。

成長戦略を実行することにより、売上、利益を成長させ、資本効率の改善を図ります。また株主還元方針に則り株主様への還元を積極的に行ってまいります。

ヘルス事業戦略(栄養補助食品、発芽米、青汁、予防医療)



(株)ファンケルヘルスサイエンス

ビジョン お客様の健康を一生サポートする日本一の健康サポート企業として、確固たる地位を確立。お客様のグッドエイジング(一生、心身ともに健康で生きること)を実現。

基本戦略

- ✓中高齢層の開拓
- ✓広告投資によるスター製品の育成
- ✓他社に先駆けた予防医療事業の展開

当社のお客様層は、健康食品の利用が最も多い50代以上が少なく、成長の余地があります。そこで、中高年齢層をコアターゲットに当社の高い技術力によって実現した「体内効率設計」により、体内への効率を第一に考えた独自性の高い製品開発を推進するとともに、2015年4月から安倍内閣の成長戦略の一環としてスタートした、新たな機能性表示食品制度を最大活用し、科学的根拠を持った製品展開で他社との差別化を図ります。

これまで広告投資が十分にできず、売上伸び悩みの原因となっていました。そこで、新中期経営計画では重点強化製品に対しこれまでの2倍以上の規模の広告投資を実施し、スター製品を育成します。

さらに、他社に先駆けて予防医療事業に取り組みます。医師の監修に基づき、遺伝子情報、健康診断結果などから健康カウンセラーが最適なサプリメントや食事、運動メニューを提案する事業を本格展開します。



大人のカロリミット。ウコン革命 発芽米



ビオエッセンス PSG。

ビューティ事業戦略



(株)ファンケル化粧品

ビジョン 無添加により世界中の人たちに素肌美を。

ミッション 今も未来も美しく。無添加でストレスのない健やかなイキイキとした美しい肌づくり、ライフスタイルをサポート。

基本戦略

- ✓洗顔系カテゴリ強化による売上拡大
- ✓「無添加」の理念に共感するスキンケアユーザーの拡大
- ✓新領域への進出(マチュア市場/パーソナル美容液)

人が本来持っている「自ら美しくなる力」を引き出す「無添加アンチストレスサイエンス」で、世界中の人たちの素肌美を実現してまいります。

ご好評頂いている「マイルドクレンジングオイル」、「洗顔パウダー」に加え、お客様ニーズの高い新たな剤型のアイテムを拡充し、洗顔系カテゴリの購入者拡大を図ります。

また、スキンケアを刷新し、「無添加」思想に共感していただけるユーザーの拡大を図ります。

さらに、成長の著しいマチュア市場向けの製品や、独自技術「角層バイオマーカ解析」を活用した、現在の肌悩みと未来の肌ダメージリスクを同時にケアできる「パーソナル美容液」の展開など、高い美容意識を持つ方をターゲットに、一人ひとりの理想の美肌を叶えるサポートをしてまいります。



パーソナル美容液、スキンソリューション

(株)アテニア

新しいコミュニケーションモデルを構築

「高品質・低価格・ハイセンス」という創業の原点に回帰し、2014年11月以降、最高品質の夜用美容クリーム「インナーエフェクター」を手始めに主力製品を相次ぎリニューアル発売しました。

今後は大型キャンペーンの実施や主力製品の継続的なリニューアルにより売上の回復を図るとともに、Webを効果的に活用しながら、(株)アテニアの価値に共感してもらえるよう、新たなコミュニケーションモデルを構築し、お客様基盤を拡充します。



おしみなく、うつくしく。



インナーエフェクター

海外戦略

米国発「ボウシャ」を第3ブランドへ

米国の自然派化粧品「ボウシャ」を展開するFANCL INTERNATIONAL, INC.を2015年度から連結化します。ボウシャは化粧品専門店セフォラの世界9カ国、941店舗で販売しており、ナチュラルスキンケアラインのカテゴリで売上トップを誇るなど人気を博しています。今後はアジア、欧州への拡大、ニューヨークやロサンゼルスへの単独出店、日本への逆輸入などで第3ブランドとして確立します。



ボウシャ製品



豊富な知識を活かすシニア従業員
左から、(株)ファンケルグループサポートセンター 品質保証部 業事統括グループ 西島 靖
(株)ファンケル 社長室 CSR推進事務局 清家 南子



海外からのお客様をご案内をする外国籍の従業員
左から、ファンケル 銀座スクエア 1F インターナショナルショップ 店長 馬 玉妹
ファンケル 銀座スクエア 1F インターナショナルショップ 余 芳



社内郵便を担当する特例子会社の従業員
左から、(株)ファンケルスマイル 田崎 孝一
(株)ファンケルスマイル 高橋 美貴



各組織で活躍する女性管理職
左から、(株)ファンケル化粧品 通販営業本部 肌着・雑貨事業グループ 課長 本多 光地子
(株)ファンケル ネットチャネル合同チーム ネット営業部 ネット制作グループ 課長 重盛 美香
(株)ファンケルグループサポートセンター 人事部 採用グループ 課長 吉田 忍
(株)ファンケルヘルスサイエンス 直販営業本部 直販営業部 部長 山本 真帆

従業員の活躍



TOPIC 「2014年度 企業行動表彰」受賞

東京証券取引所の2014年度の表彰テーマである「女性の活躍の推進に向けた積極的な取り組み」に対して、女性役員やその予備軍といえる女性管理職の登用・育成に取り組んでいることが、ほかの上場会社の企業行動に影響を与えていると評価されました。



左は(株)ファンケル 取締役 専務執行役員 山岡 万佑子

女性従業員

女性管理職比率

33%

(前年度)33%

女性従業員比率は64%、また女性管理職比率は33%です。(株)ファンケル化粧品専属の取締役2名は女性が務め、女性の美をサポートする「美の専門家集団」としても、女性ならではの視点を活かしています。

子育てのための
時短勤務利用率

94.2%

(前年度)90.5%



厚生労働省認定、子育て支援「くるみんマーク」を取得

障がいを持つ従業員

障がい者雇用率(特例子会社含む)
(法定雇用率は2.0%)

2.5%

(前年度)2.5%

(株)ファンケルスマイルは、障がいを持つ方の社会人としての自立を支援したいという想いから設立された、特例子会社です。ダイレクトメールの発送や、化粧品サンプルの結束作業など、様々な作業を行っています。



化粧品サンプルの結束作業

高齢者、外国籍の従業員

60歳以上の勤務者

30名

(前年度)31名

高齢の従業員は、これまで培った専門知識を活かしています。また、外国籍のスタッフは、ファンケル銀座スクエアなど各拠点に勤務し、力を発揮しています。

外国籍採用者数(パートを含む)

36名

(前年度)10名

「ファンケルらしさ」を育てる「ファンケル大学」の教育

2014年度 開講回数

364回

(前年度)312回

受講人数 延べ

4,357名

(前年度)4,431名

※ファンケルグループの合計

ファンケル大学では、理念を体現できる人材、次世代のファンケルを担う人材、専門性のある人材の輩出に力を入れています。多様な人材の個性を伸ばすため、美容、健康、電話応対それぞれの専門家を育成するための研修を、店舗スタッフおよび電話窓口スタッフに実施しています。

また、2014年11月よりグループの役員・全正社員を対象に創業理念を学び、自身の考えや行動を見直す研修を実施しています。



『物事は単純に考えよう』
(PHP研究所)

創業者の著書はわかりやすい言葉で理念が語られています。本レポートで従業員が紹介している「しおり」は著書にある言葉です。

「相手の態度は自分の心を映す鏡」

ワークライフバランスのための取り組み

平均月間時間外労働
(一人あたり)

7.23時間

(前年度)7.43時間

毎週月・水・金曜日を「ノー残業デー」とし、新たな知識や教養を学ぶ「自己革新セミナー」を開催するなど、効果的な利用を支援しています。

従業員への「健康増進プログラム」

「ファンケル健康増進プログラム」とは、定期健康診断結果や生活習慣に基づくパーソナルな健康維持・生活習慣改善プログラムです。改善効果と、科学的根拠の獲得、従業員の健康増進を目指しています。今後、企業・団体への提案を視野に入れ、社内での運用テストを2015年1月に開始しました。



朝礼ではファンケルストレッチを実施



社員食堂では栄養バランスのとれた食事を提供

注) ※マーク以外の数値は、(株)ファンケル、(株)ファンケル化粧品、(株)ファンケルヘルスサイエンスの合計(2015年3月31日時点)の数値です。

注) ※マーク以外の数値は、(株)ファンケル、(株)ファンケル化粧品、(株)ファンケルヘルスサイエンスの合計(2015年3月31日時点)の数値です。

研究・企画



科学的根拠に基づき「不」を解消する画期的な製品を開発

ファンケルの企業理念『不の解消』は、研究開発の姿勢にもあらわれています。不安・不便・不満など人々の様々な「不」を、科学的根拠に裏付けられた技術で解消することが総合研究所のミッションです。時代を画す製品の開発はもとより、無添加研究をコア技術とする多角的なアンチストレスケア、予防医療も視野に入れたエイジングケアなど、いずれも科学的な根拠をもって「不」を解消する新機軸の製品を開発しています。新設予定の第二研究所では「基礎研究」に軸足を置き、新たな時代と市場を切り拓くために、技術イノベーションを進めています。



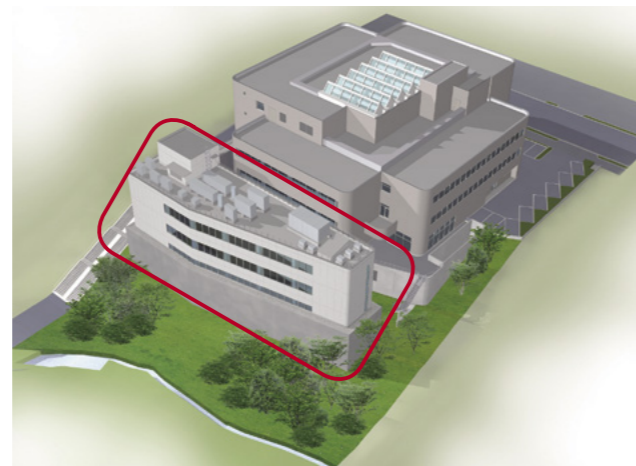
ファンケル総合研究所 所長
炭田 康史



私の好きな創業者の言葉
「時代を変える側に立つ」

技術イノベーションで時代を切り拓く、総合研究所

1999年3月の設立以来、ファンケルの研究開発機能の中枢を担い続けてきた総合研究所は、美と健康の両領域で新素材探索や有効性評価などの基礎研究やその成果を応用し実用化の可能性を追求する応用研究、そして製品開発に至る開発研究までを一貫して行う、文字通り「技術のファンケルの頭脳&心臓部」です。



第二研究所完成後のファンケル総合研究所のイメージ(赤枠内の建物が第二研究所)
地上2階、地下2階建て、延べ床面積約1,764平方メートル

基礎研究を強化、第二研究所開設

2016年5月には、現研究所の隣接地に脳科学研究、遺伝子組み換え、製剤研究などの設備を擁する「第二研究所」を竣工します。基礎研究、コア技術を集約・深耕・融合することにより、新しい価値創造を目指します。

科学的根拠に基づいた製品開発 — ヘルス事業の取り組み

(株)ファンケルヘルスサイエンス



体内への効率を第一に考えた製品開発「体内効率設計」

(株)ファンケルヘルスサイエンスは、お客様一人ひとりの生涯にわたる健康づくりを科学的にサポートし、お客様の「グッドエイジング(一生、心身ともに健康で生きること)」の実現を目指しています。サプリメントの質は成分の配合量では計れません。適量がしっかり吸収されること、体内に長く留めること、成分本来の力がきちんと発揮できる配合バランスであることに着目し、体内への効率を第一に考えています。

「体内効率設計」を採用した製品のパッケージに使用するピクトマーク



吸収されにくい成分を
しっかり“届ける”



留まりにくい成分を
じっくり“留める”



成分の配合バランスで
さらに力を“高める”



ハイグレードビタミン



還元型コエンザイムQ10

研究成果を活かし、機能性表示食品制度を最大活用

2015年4月より「機能性表示食品制度」がスタートしました。消費者庁に機能の科学的根拠を提出し、機能性を表示した商品の販売が可能になりました。高いレベルの科学的根拠と安全性が求められますが、これまで、総合研究所で臨床試験を行ってきた(株)ファンケルヘルスサイエンスだからこそ、制度を最大限に活かすことができます。

その代表的な商品が独自の処方設計を施している「えんきん」です。最終製品での臨床試験を経て有効性の実証ができています。その結果、「手元のピン調整機能を助けるとともに、目の使用による肩・首筋への負担を和らげます」と具体的に表示することが可能になりました。お客様自身が従来よりもご自分にあった商品を選びやすく、よりお求めやすくなります。



旧パッケージ



新パッケージ

新制度に対応し、機能性や安全性を表示したえんきん
(赤枠内が新たな表示部分)

2014年度の主な成果

製品開発数	ファンケル化粧品	80品
	アテニア化粧品	40品
	サプリメント	13品
	青汁関連製品	3品
	発芽米関連製品	5品
学会発表・論文発表	食品	7品
		59件
特許・意匠	出願	47件
	登録	45件

2014年度の主な社外発表

発表月	社外発表	内容	関連製品・技術
6月	第14回 日本抗加齢医学会総会	腰痛に対するサプリメント摂取の効果について	コシラックス。
7月	第11回 国際脂脂肪酸・脂質学会議2014	日本人肥満男性における米由来アシル化ステロール配糖体画分による高LDLコレステロールの改善	発芽米パワーPSG
9月	第10回 加齢皮膚医学研究会	角層中DJ-1と紫外線障害との関連性について	角層バイオマーカー カウンセリング
10月	第28回国際化粧品技術者会大会2014	pH、温度感受性ポリマーを用いたデュアル応答性リポソームの開発 PTMC誘導体を利用した耐水性と洗い流しやすさを両立する粉体の開発とメイク製品への応用	スキンケア製品への応用 メイク製品への応用
2015年3月	日本農芸化学会2015年度大会	NPC1L1依存性なコレステロール取り込み阻害するクロサルノコシカケ由来新規天然物fomiroid Aの同定	ダイエット製品への応用 (トビックス賞受賞)
	日本薬学会第135年会	アリシン生成量を高めた腸溶性コーティングにんにく錠の開発 水溶性コーティング層中に減量を配合したダイエット用錠剤の製剤設計	酵素にんにく卵黄 大人のカロリミット。

2014年度の社外講演

発表時期	講義
5月	日本大学(生物資源科学部)産業特別演習
6月	福岡大学(経済学部)産業技術論C
8.11.12月	東京工科大学(応用生物学部)健康食品開発論
12月	技術情報協会セミナー

資格者

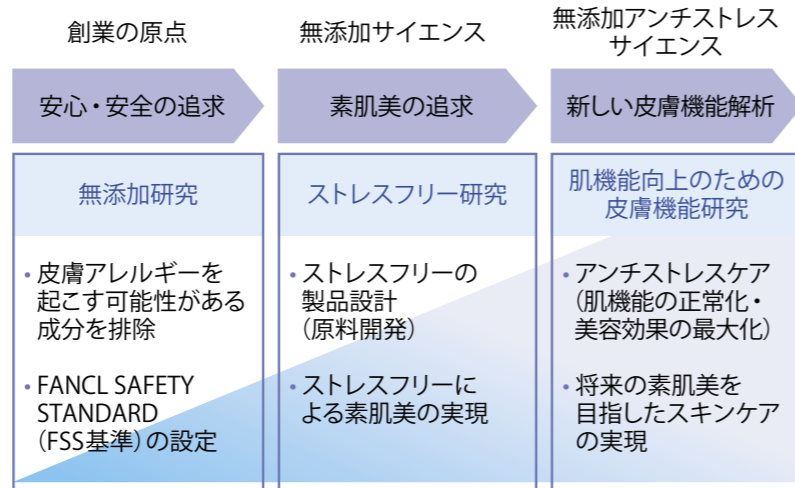
博士号	8名
薬剤師	8名
管理栄養士・栄養士	7名
獣医師	1名
弁理士	1名
臨床検査技師	1名

科学的根拠に基づいた製品開発 — ビューティ事業の取り組み

(株)ファンケル化粧品

進化し続ける「無添加アンチストレス サイエンス」

(株)ファンケル化粧品は無添加の研究を長年続け、「無添加」は安心・安全というだけではなく、化粧品の美容成分の効果を発揮させて、肌本来の力を高めることを実証してきました。最新の研究で、紫外線などによって受けてしまう肌のストレスを取り除き、肌本来の力を高める「無添加アンチストレスケア」こそ、素肌美を叶える効果的なエイジングケアであるという考えに至り、無添加の研究は、進化を続けています。

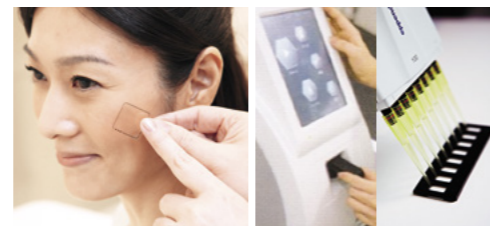


独自技術「角層バイオマーカー」と「パーソナル美容液 — スキンソリューション —」

肌状態を、正確に評価するカウンセリング手法の確立も重要なテーマです。私たちは肌の「角層」に着目し、その中から、皮膚の老化指標となるタンパク質を見出す技術、「角層バイオマーカー技術」を世界に先駆け、独自で開発しました。

角層にあるタンパク質をテープで採取し分析することで、一人ひとりによって異なるシミやシワの原因や、今後起こりうるリスクを明らかにすることができ、科学的根拠をもって、お客様の肌悩みに合わせた、有効なお手入れを提案できるようになりました。

パーソナル美容液「スキンソリューション」は、店舗での肌測定や角層バイオマーカー解析で明らかになった結果から、現在の肌悩みだけでなく未来のリスクにつながる肌ダメージの根本解決にアプローチできる画期的な商品です。お客様一人ひとりを大切にしているファンケルだからこそできた、パーソナルな美容液です。



「角層バイオマーカー測定」で角層細胞を採取する様子



パーソナル美容液、スキンソリューション

科学的根拠に基づき、開発された悩み別アンチストレススキンケア

乾燥敏感肌用シリーズ 無添加FDRライン

敏感肌を研究し続けてきたファンケルが、敏感肌の角層免疫力の低下とかゆみ神経の伸長に着目し、皮膚科専門医と共同開発したのが乾燥敏感肌用シリーズの無添加FDRです。外部からの刺激に敏感でバリア機能が低下しがちな乾燥敏感肌を、かゆみのない、健やかな肌に整えます。



無添加FDRライン

FANCL

無添加ホワイトニングライン

紫外線や防腐剤などのストレスによってメラニンが発生する前の「シミのはじまり」をブロックする、新発想の美白ラインです。アクティブビタミンCの働きとメラニンの居座り化を防ぐ力で、肌本来の美白力を引き出し、シミ・くすみを防ぎます。



無添加ホワイトニングライン

Attenir

おしみにくく、うつくしく。

(株)アテニア

24時間の生体リズムに着目、新美容理論「時計美容」

(株)アテニアは、質の良い眠りに導くものを探索する中で「時計遺伝子」に出会いました。人は「時計遺伝子」により、朝、太陽の光を浴びると体内時計がリセットされ、睡眠ホルモンが約15時間後に分泌されるスイッチが押されます。さらに日中、交感神経優位の生活を送ると睡眠の質が向上します。徹底的なお客様調査・研究の結果、24時間の体と肌の変化に合わせて適切なスキンケアをすることで睡眠中の肌再生力を最大限に引き上げる、独自の美容理論「時計美容」にたどり着きました。

「時計美容」に基づいたスキンケアライン

時計美容スキンケアライン「ドレスリフト」「プリマモイスト」

「時計美容」をもとに誕生したのが、スキンケアライン「ドレスリフト」「プリマモイスト」です。過酷な肌環境だけでなく、仕事・家事・子育てなど多くのストレスにさらされたり、睡眠の質が極めて低くなるなど生活リズムの乱れによって、美肌を手に入れにくくなっている現代女性たちに、よりイキイキと若々しい美しさを手に入れていただきたい、との想いを込めたスキンケアラインです。



時計美容のベーシックスキンケア

安心・安全を守り、地球にもやさしい商品紹介



CO₂削減量
年間約
7.7トン

サプリメント
アルミ袋の薄肉化

サプリメントのアルミ袋のポリエチレン層の厚みを薄くすることで、アルミ袋の薄肉化を図りました。年間4.3トン軽量化し、CO₂を7.7トン削減しました。



CO₂削減量
年間約
21.8トン

マイルドクレンジングオイル
容器の軽量化

マイルドクレンジングオイルの容器の原料を約10%カットすることで、密封性や耐久性はそのままに、年間約9トンの樹脂量削減、約21.8トンのCO₂削減を実現しました。



使用後の容器の
減容化率
83%

アテニアのエコパック

ローションのエコパックは使用後の容器の減容(容積の減少)化率を83%にすることに成功しました。専用ホルダーを使用し、詰め替え時は中身にふれないので、衛生面でも安心です。

製造・物流



無添加を守るため、チャレンジを続けていく

私は千葉工場が無添加化粧品の製造工程を設計する仕事をしています。無添加化粧品は防腐剤や添加物を配合していないため細菌などの影響を受けやすく、すべての工程において菌が入らないよう、無添加を守る方法を突き詰めて考えています。

ひとつの工程を決めるまでいろいろな方法で試作を重ねますが、成功の裏には何度もの失敗があり、あきらめずに挑戦を続けることでようやく最善策を見つけることができます。

「ファンケルの製品は安心で安全」というお客様の信頼にお応えするために、私たちは、技術力で品質向上と製品の安定供給を目指してまいります。



(株)ファンケル美健 統括本部
千葉工場技術グループ
川島 彬之



私の好きな創業者の言葉
「挑戦は失敗にまさる」

徹底した品質管理で安心・安全を守る

原料へのこだわり

お客様が選べないものだからこそ、厳しい基準で原料を選定しています。化粧品は、肌トラブルにつながる成分を徹底的に排除し、安全性と機能が確認された原料のみを厳選。栄養補助食品については、残留農薬や有害ミネラルなど多数あるチェック項目をクリアした原料のみを使用しています。また、自社でアレルギー物質*の検査も行っています。

* 特定原材料7品目(小麦・そば・卵・乳・落花生・えび・かに)

やさしさの基準はお客様のために

敏感肌の方はもちろん、すべてのお客様に負担なくご使用いただけるようにファンケルの安心・安全・やさしさの基準「化粧品の安全性評価基準FSS (FANCL SAFETY STANDARD)」を定めています。ファンケルの化粧品は、この基準に則って設計され、肌ストレスの要因を排除し、健やかな肌へ導きます。

無添加化粧品には
つくりたての証・製造
年月日を印字

FANCL独自の
安心・安全基準
化粧品のFSS

安心・安全を実現する生産マネジメント

ファンケルグループは5つの工場を有し、ISO・GMPの基準に則した管理体制のもとで製品を生産しています。

例えば、製品一つひとつについて、いつ、どの原料を使用し、どこで製造したかがわかるように製造履歴を管理する、トレサビリティ体制なども整備しています。

生産拠点に関わる基準

会社名	工場	基準	ISO取得		GMP※1基準		設備	省エネ法※2 対象会社
			9001		化粧品	健康食品		
(株)ファンケル美健	千葉工場		○		○		○	○
	滋賀工場		○		○		○	
	横浜工場		○			○	○	
	群馬工場		○		○		○	
(株)ファンケル発芽玄米	長野工場		○			○	○	

※1 GMP
米国FDA(食品医薬品局)が設けた化粧品、医薬品、食品などの製造管理および品質管理を遵守するための製造規範

※2 省エネ法(エネルギーの使用の合理化等に関する法律)
年間原油換算で1,500kl以上のエネルギーを使用している企業に、省エネに関する実績と中期計画を経済産業省に提出することを義務付けている法律

“無添加”化粧品ができるまで

生産工程

①調製

検査をクリアした原料を正確に量り、製造装置(真空乳化装置など)で加熱攪拌することでバルク*が作られます。
※容器に詰める前の化粧水や乳液など



真空乳化装置

②充填

バルクは液送システムやタンクでクリーンルーム充填室へ送られ、特殊な密閉容器に詰め、充填品となります。



基礎化粧品液体充填機

③包装

充填品は、包装エリアにて自動包装机や人の手により化粧箱に詰められます。箱にはファンケルのこだわり「製造年月日」が印字されます。



高速包装机

人による充填品の箱詰め

プロ集団による検査

すべての製品に対し、個々に設定した検査項目に応じて多様な機器と熟練者の目により検査を実施。厳しい自社基準をクリアしたのだからこそ自信を持ってお届けしています。



製品の成分分析

2014年度 工場見学者数

2,800名

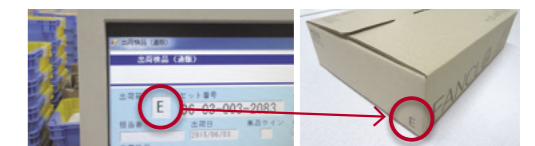
(前年度)2,202名

千葉工場と滋賀工場では、無添加化粧品を作る様子をご案内しています。

環境にやさしい物流センター

工場から製品を搬送するための段ボール202トンを100%リサイクルし、環境にやさしい物流を実現しています。また、商品出荷時の過剰包装を抑制するために、ご注文いただいた商品の容積をもとに、コンピューターが最適なサイズの出荷箱を選び出すシステムを導入しています。

出荷箱の過剰包装を抑制する計量システム

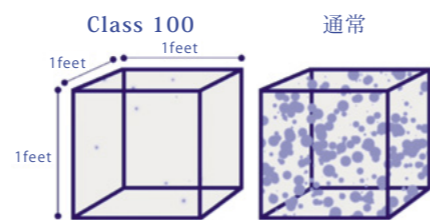


出荷作業場のパソコン画面に出荷箱の最適なサイズが表示されます

全工場にクリーンルーム※3を完備。さらに無添加化粧品の充填は医薬品製造レベルの高い清浄度を持つクリーンブースClass 100※4で行っています。

※3 クリーンルームとは空気中の塵埃を大幅に低減し、温湿度の調整された空気のきれいな空間

※4 Class 100とは1辺が1feet(30.48cm)の立方体内に、0.5µm(50,000分の1mm)以上の塵や埃が最大100個以下である状態



販売・サービス



サプリメントと薬の飲み合わせ情報をスピーディにお知らせ

現在、SDI(サプリメントと薬の相互作用)に登録するための情報を収集し、精査する部署で働いています。食べ物に食べ合わせがあるように、サプリメントと薬の飲み合わせもあるのではないかとこの着想からスタートし、現在約100アイテムのファンケルサプリメントと約3万種類の薬の飲み合わせをデータベース化しています。サプリメント相談室を利用されたお客様の喜びの声を聞くと、こうしたサービスをご提供してよかったと実感します。お客様に単に製品を販売するだけでなく、安心・安全をお届けすることで信頼していただけるよう、日々努めています。



(株)ファンケルヘルスサイエンス 直販営業本部
営業サポート部 SDI学術情報グループ
前山 美樹



私の好きな創業者の言葉
「優しさと信頼を売る」

お客様一人ひとりに合わせた美と健康をご提案

お客様の生活スタイルに合わせた多様な販売チャネルを展開しています。

<p>通信販売</p> <ul style="list-style-type: none"> ■情報誌 ■インターネット ■電話窓口 <p>ヘルス事業の情報誌「元気生活」 (美容相談室、サプリメント相談室、お問合せ窓口)</p>	<p>店舗販売</p> <p>スペシャリストが美と健康をご提案</p>	<p>卸販売</p> <p>コンビニエンスストア、総合スーパー、ドラッグストアで展開</p>
--	--	---

研究開発力を活かした健康カウンセリング

お客様に安心してサプリメントをお摂りいただくため、適切な摂り方やファンケルのサプリメントと薬の飲み合わせなどのご相談にスピーディにお応えできる相談窓口をご用意しています。お悩みを伺いながら、お客様一人ひとりに合わせた最適なサプリメントをお勧めするだけでなく、食事や運動などのアドバイスも行っています。2014年11月より、予防医療の視点から遺伝子検査キットの取り扱いを開始しました。提携医療機関と連携し、遺伝子解析の第一人者である医師の監修に基づき、将来起こりうる病気のリスクを分析します。その上で、食事、運動、さらには生活習慣サプリメントなどをご提案しています。



専門医師が監修する最先端の遺伝子検査

健康カウンセラーが応援

ファンケルにはファンケル大学および、提携医療機関の教育カリキュラムを修了した健康カウンセラーが178名在籍しています。健康カウンセラーは、薬剤師、管理栄養士、健康運動指導士といった資格者などを中心に構成されています。専門教育を受けた健康カウンセラーがお客様一人ひとりのお悩みにお応えし、生涯にわたる健康をサポートします。

資格保有者の内訳

	電話窓口	店舗販売
薬剤師	4名	1名
管理栄養士	9名	51名
栄養士	3名	69名
登録販売士	2名	15名
健康運動指導士	2名	0名
健康カウンセラー(社内資格)	26名	152名

※数字は2015年3月31日時点

お客様との信頼関係を育む

TOPIC 「サポートポータル／問合せ窓口格付け」で三つ星を獲得

日本のサポートサービスの格付けを行うHDI-Japan主催の「サポートポータル／問合せ窓口格付け」2015年度【健康食品通販業界】において「ファンケルオンライン」と「ファンケルお問合せ窓口」が最高位の三つ星を獲得しました。

(株)ファンケル カスタマーサービスセンター カスタマーサービス部 お問合せグループ 廣石 亮一

お客様との対話を大切にする

「想方向コミュニケーション」は、再販売のご希望をいただいた方へ実現した際にお知らせの手紙を送付する取り組みです。一方通行のご意見伺いで終わることなくコミュニケーションを大切にし、お客様との信頼関係を育みます。店舗や電話窓口を通じていただいたお客様の声は全社で共有し、グループ全体で商品開発やサービスレベルの向上に役立てています。

想方向コミュニケーションのお手紙送付に対するお声

先日ファンケルさんからお手紙が届いた。以前から私がカタログの並びを50音順にしてほしいと要望していたのが、この度50音順に表記したとのこと。「提案していただいてありがとうございます」という内容だった。さすがファンケルさんだと感心した。

ファンケルショップ ルミネ北千住店

スキンケアベースを購入しようとしたら、通販では販売終了でした。ルミネ北千住店に伺ってみたところ、近隣店舗だけでなく、全国の店舗にも問い合わせてください、本当に親切にしてくださいました。おかげさまで商品を手に入れることができました。たった1本のスキンケアベースのためにありがとうございました。嬉しかったです。

電話窓口(美容相談室)

メイクのポイントなど、いろいろアドバイスいただいたおかげで、悩みだった顔と首の色の違いが解消され、気持ちも明るくなりました。中学2年生と小学1年生の娘たちに「ママきれいだね」と言われるようにがんばりたいと思います。

目のご不自由な方、ご高齢の方にやさしいサービス タッチマークシール

タッチマークシールとは、目のご不自由な方やご高齢の方に化粧品の容器を識別していただくため、指でさわって違いがわかる凹凸を施したファンケル独自のシールのことです。特例子会社(株)ファンケルスマイルの視覚障がいを持つ従業員3名が改良しました。



タッチマークシール

サービス向上のために 「もっと何かできるはず」



お客様発信

お客様の声を活かす改善、改良の取り組み

お客様の声はファンケルが成長していくための原点であり、重要な要素として様々な取り組みを行っています。電話、メール、店舗でお配りしているご意見ハガキなどからお寄せいただくお客様の声を全社で共有するため、お声をデータベース化したシステムを使って、スピーディに改善策を検討しています。

2014年度
お客様の声

約**366,000**件

(前年度)約310,000件

情報誌「エスポワール」を 読みやすく

「カタログページの商品が探しにくい」というご意見からエスポワールに色別のインデックスを付け商品を探しやすくしました。



ブルーベリージャムの シールをはがしやすく

「ブルーベリージャムのシールをはがしにくい」というご意見からシールをはがしやすく改良しました。



ホワイトニング乳液を 使いやすく

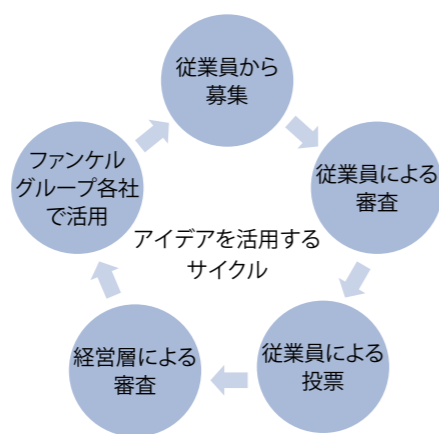
「ホワイトニング乳液が出にくい」というご意見から、容器をボトル式から使いやすいポンプ式へ改良しました。



従業員発信

新しい商品やサービス・事業アイデアを全従業員から募集

「もっと何かできるはず」の経営理念のもと、美容や健康分野に限らず、全従業員からアイデアを募集する「こんなものあったらいいな」投書という制度があります。この制度で世の中の「不」を解消する新商品や新サービス、新規事業のアイデアを全従業員から募集し、2014年度は約11,000件のアイデアが検討されました。



事務局を設置し、アイデアのとりまとめをしています

社会活動

活動方針 | 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



TOPIC

第12回企業フィランソロピー大賞の 「ソーシャル・インクルージョン賞」を受賞

公益社団法人日本フィランソロピー協会主催「第12回企業フィランソロピー大賞」において、企業フィランソロピー賞《ソーシャル・インクルージョン賞》を受賞しました。社会活動は、1987年に横浜市栄区にある重度・重複障がい者施設「社会福祉法人 訪問の家」との交流がきっかけです。以来、美と健康の事業を活かして、福祉施設や特別支援学校などで「ファンケルセミナー」を実施しています。また、特例子会社(株)ファンケルスマイルの設立やステークホルダーとともに寄附活動など、障がい者の暮らしを考え、交流や支援の機会を提供していることが評価されました。



企業フィランソロピー大賞の表彰式



福祉施設でのファンケルセミナー

東日本大震災への継続した支援活動

2011年5月より、事業に結びつけた支援活動「美と健康のSave the 東北プロジェクト」を継続的に実施しています。従業員が直接被災地を訪問し、ハンドマッサージやネイルサービス・青汁提供などを行っています。参加した従業員からは、「現地の皆さんから元気をたくさんもらった」などの感想がありました。

実施回数
2011年以來

延べ**142**回



被災地(福島県いわき市)での活動

地域で行う、スポーツを通じた社会活動

健康を応援する企業として、スポーツを通じた社会活動も実施しています。2001年よりPGAシニアゴルフツアー「ファンケル クラシック」を主催。地元ボランティアと従業員が運営にあたり大会を盛り上げました。また、2010年より、全国で、小中学生向けの野球教室「ファンケル キッズベースボール チャレンジ」を開催しています。

2014年度
ファンケル クラシック
ギャラリー数

21,286名

(前年度)23,008名

2014年度の
野球教室参加者数

1,494名

(前年度)2,137名



山形県米沢市でのファンケルキッズベースボールチャレンジ

ステークホルダーとともに行う寄附活動

2014年度の寄附金額

項目	寄附金額
お客様のポイント寄付	2,594,006円
株主様の寄付(株主優待)	1,383,000円
従業員による寄附活動 「もっと何かできるはず基金」	8,800,000円 (ファンケルのマッチングも含む)

売上の1%を寄付

チョコレートの売上の1%に、ファンケル従業員からの基金を合わせ、ガーナのカカオ生産地で子どもを支援している特定非営利活動法人ACE(エース)に寄付しました。



ショコラ プー・ラ・ポータ(限定販売品)

活動方針 企業活動のあらゆる面において、「自然のめぐみ」に感謝し、環境・生物多様性の保全に貢献することを目指します



TOPIC 「低炭素杯2015」で「オルタナ 最優秀ストーリー賞」を受賞

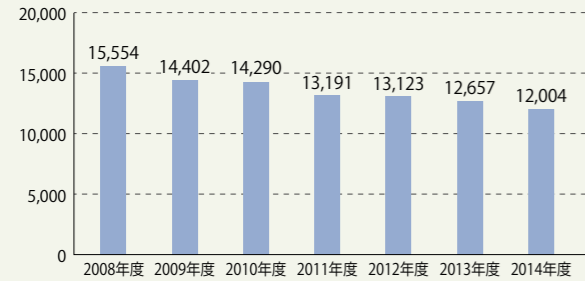


全国から優れた環境活動に取り組む団体・企業を表彰する「低炭素杯2015」において、当社は応募総数1,730団体から選ばれたファイナリスト39団体(企業・学校・NPOなど)に選出され、最終プレゼンテーションを経て、「オルタナ 最優秀ストーリー賞」を受賞しました。「会社と家庭でエコプログラム」をテーマにしたユニークな取り組みを紹介し、受賞となりました。



表彰式の様子

ファンケルグループのCO2排出量 (トン)



※数値は2014年度のCO2排出係数で算出

店舗制服のリユースとリサイクル

店舗スタッフの制服は、入社時に貸与し、退職時に返却されます。返却されたものは、制服のいたみ具合などにより、リユース(再利用)できるものと、できないものに分けられます。リユースできるものは、修繕・クリーニングの上、新しいスタッフに貸与されます。

リユースできないものや、旧デザインの制服は、ポリエステル繊維にリサイクルされます。



リサイクル繊維で作られた店舗ユニフォーム

Reduce CO2排出量削減

再資源化 Recycle

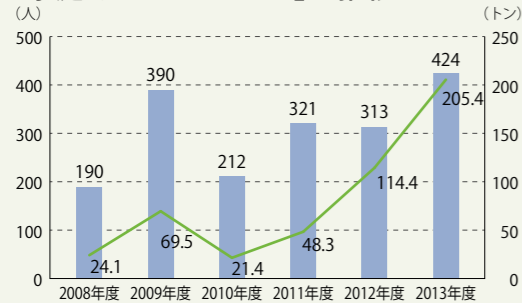
生物多様性 (自然環境の保全)

Reuse 再利用

家庭でエコプログラム

従業員が、家庭で取り組むCO2排出量削減活動「家庭でエコプログラム」では、電気・ガス・水道の使用料金合計が、世帯別全国平均よりも下回った従業員家族に対し、ギフト券が支給されます。家族と楽しみながら、環境活動に取り組んでいます。

「家庭でエコプログラム」の推移



■ CO2排出量削減に成功した従業員数
— CO2排出削減量

※2014年度の数値は集計中

野球用具の再利用

報知新聞社主催の野球教室「ファンケル キッズベースボール チャレンジ」(当社が特別協賛)にて、使用しなくなった野球用具を回収し、用具不足に悩む国や地域へ寄贈しています。

2014年度の用具の回収数

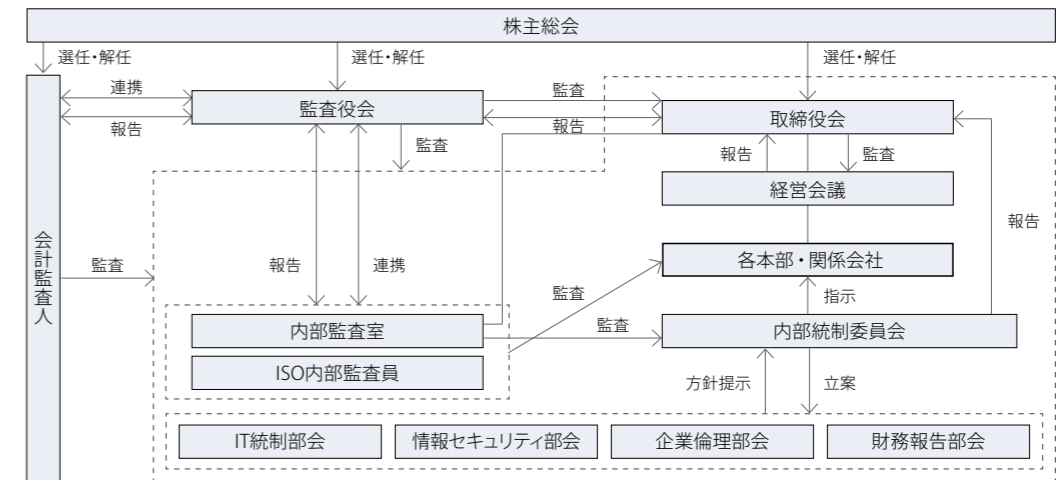
6,878点 (前年度) 5,183点



回収した野球用具

基本方針 ・コーポレート・ガバナンスにしっかりと取り組むことで経営の効率性、透明性を高めます
・グループ内の内部統制の整備・構築は、経営理念をすべての拠り所とします

コーポレート・ガバナンス体制



取締役会と経営会議

取締役会は、取締役14名(うち社外取締役1名)で構成されています。取締役会は重要な業務執行その他法定事項についての決定のほか、各グループ会社から業務執行状況についての報告を受け、監督を行っています。

経営会議は、取締役会の決議事項などについての事前審議や、取締役会から委譲された権限の範囲内で経営の重要事項を審議しています。メンバーは取締役、監査役および執行役員からなります。

監査役会設置会社

ファンケルは監査役会設置会社制度を採用しており、社外取締役1名および社外監査役2名を社外役員として選任しています。また監査体制をより一層強化・充実させるため、監査役会と内部監査室との連携を図っています。

取締役の任期

経営環境の変化に対し、最適な経営体制を機動的に構築することを目的に、ファンケルでは2005年6月より取締役の任期を2年から1年に変更しています。

社外取締役および社外監査役

ファンケルでは、多角的な視点からの意見・提言を経営に取り入れ、業務執行に対する監督機能の強化を図るために、社外取締役・社外監査役を起用しています。起用に当たっては、独立性が十分に確保されている方を選任することを方針としています。

執行役員制度

ファンケルでは、1999年6月より執行役員制度を導入しています。この狙いは、経営の監督機能と業務執行の分離を図ることにあります。さらに2004年6月からは、社長、専務、常務などの役付取締役を廃止し、その役位名称を執行役員に付しています。

社外監査役からのメッセージ

監査役としての責務を「現場主義」で全うしたい

私は監査役として19年以上、ファンケルの経営を監督してきました。ファンケルは2014年4月より持株会社制に移行しましたが、持株会社の取締役会は、創業者である池森会長によるリーダーシップのもと、十分な機能を果たしていると考えています。池森会長は創業以来、世の中の変遷や社会のニーズの変化に対応しながら、「不」の解消のために力を尽くされてきました。近年は、社会の変化が加速する中で、迅速な意思決定を行うことを目標に掲げ、取り組まれています。

ファンケルの取締役会の特徴のひとつに、各取締役の出席率の高さがあります。毎回ほぼ100%の出席率の中で適時的確な意見表明を行っています。持株会社制への移行は、ひとつには各グループ企業における迅速な意思決定の実現を狙ったものですが、持株会社の取締役会は、その狙い通りに運営されていると思います。

監査役としての私の職務について申し上げます。私は監査役として、取締役会が健全に運営されるよう、付議される各議案に関しては遅くとも会議の前日までに議事内容についての適法性・適性性・妥当性について検討・確認を行うことを徹底しています。またファンケルでは、私のような社外監査役でもその機能が十分に発揮できるよう、様々な工夫が施されています。例えば社内監査役と綿密なコミュニケーションを図ることで、社内外を問わずに必要な資料を監査役が請求し、その提供を受けることができます。

監査を進める上で、各現場をよく知ることも大切だと思っています。社内の経営方針説明会、アナリスト・投資家向け決算説明会、新製品発表会、在庫実地棚卸の立ち会いなどにも可能な限り出席し、「現場主義」で監査役としての責務を全うしたいと考えています。



小関 勝紀
社外監査役

1984年 (株)ファンケル美研
(現(株)ファンケル) 監査役
1986年 東京地方税理士会登録
1989年 小関勝紀税理士事務所設立
(現任)
1996年 当社監査役(現任)

ファンケルグループの概要

会社概要 (2015年4月1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 宮島 和美
設立年月日	1981年8月18日
資本金	10,795百万円
従業員数	664名 ※契約社員・パートは除く (連結1,236名)
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 三井住友銀行 みずほ銀行

役員 (2015年4月1日現在)

代表取締役 会長執行役員 グループCEO.....	池森 賢二	執行役員.....	石神 幸宏
代表取締役 社長執行役員 COO.....	宮島 和美	執行役員.....	山口 宏二
代表取締役 副社長執行役員.....	田多井 毅	執行役員.....	松ヶ谷 明子
取締役 専務執行役員.....	山岡 万佑子	執行役員.....	松熊 祥子
取締役 常務執行役員.....	島田 和幸	執行役員.....	松本 浩一
取締役 執行役員.....	鶴崎 亨	監査役(常勤).....	高橋 誠一郎
取締役 執行役員.....	炭田 康史	監査役(常勤).....	飯田 順二
取締役 執行役員.....	重松 典宏	社外監査役(非常勤).....	小関 勝紀
取締役 執行役員.....	保坂 嘉久	社外監査役(非常勤).....	高野 利雄
取締役 執行役員.....	山口 友近		
取締役.....	柳澤 昭弘		
取締役.....	須釜 憲一		
取締役.....	猪俣 元		
社外取締役.....	池田 憲人		

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	2000年 3月	シンガポールにFANCL ASIA (PTE) LTDを設立
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	8月	「ファンケル青汁」をコンビニエンスストア スリーエフ 全店で販売開始
1989年 2月	株式会社アテナを設立	9月	コンビニエンスストア ローソン全店で「洗顔パウダー」 の販売開始
1994年 2月	栄養補助食品の通信販売を開始	2002年 10月	株式会社ファンケル美健を設立
1995年 3月	直営店舗展開を開始	2003年 4月	ファンケル 銀座スクエアをオープン
1996年 10月	香港に海外店舗の1号店を出店	2008年 1月	米国にboscia, LLCを設立
1997年 7月	米国にFANCL INTERNATIONAL, INC.を設立	2013年 10月	ニコスタービューテック株式会社を設立
8月	インターネットサイトでの商品注文受付を開始	2014年 4月	持株会社制へ移行 株式会社ファンケル化粧品、 株式会社ファンケルヘルスサイエンスを設立
1998年 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を設立		
7月	コンビニエンスストア セブン-イレブンで健康食品の 販売開始		
8月	株式会社ファンケル発芽玄米を設立		
12月	東京証券取引所市場第一部上場		

開かれた株主総会

土曜日に開催し、 役員・従業員が株主様と直接対話

当社は株主総会を株主様と直接対話できる最大の機会と考え、「開かれた総会」を目指し、集中日を避け、株主様が出席しやすい土曜日に開催しています。

第34期定時株主総会は、2014年6月21日(土)に横浜アリーナにて開催し、3,956名の株主様にご出席いただきました。

恒例となっている総会後の懇親会では、化粧品、健康食品の製品・サービスの展示や美容・健康に関するセミナーの実施などを通して、役員・従業員は株主様とコミュニケーションを図りました。ファンケルではこれからも、株主様との対話を積み重ねてまいります。



421名の従業員が運営に参加

第三者意見ダイジェスト

組織と雇用される側とが、お互いに依存することなく自立的な関係でいることは「良い会社」の必須要件です。そのような組織で働く従業員には、仕事や組織にプライドを持って働いている人が多く、それが質の高いサービス・商品の提供につながります。

ファンケルでは、「これまでの10倍のスピード」を目標に改革を進めていますが、これには、多様な人材が持つ豊富なアイデアと能力を活かし、環境の変化に対応していくことが大事です。多様な人材が活躍できる組織となるには、まずは従業員が組織の方向性を理解し、共感し、使命を持つこと、そして、自身の意見を臆さずに言える環境が整備されていることが必要です。ファンケルはそれらを備えた企業であるからこそ、スピード感を持った改革が進められるのだと感じています。



藤井 佐和子
株式会社キャリアエール 代表取締役
ダイバーシティコンサルタント

数多くの企業に対し、人材育成支援や、ダイバーシティ講演・研修、コンサルティングを行う。そのほか、大学の非常勤講師、個人のカウンセリング、執筆など幅広く活動。

www.fancl.jp/csr/review