



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。

ファンケルレポート2016

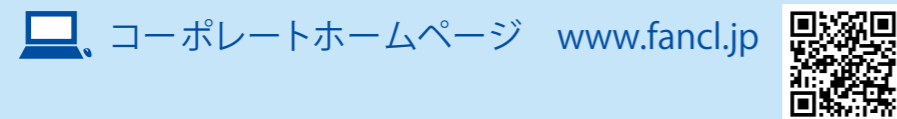
FANCL



ファンケルレポート2016をお読みいただく皆様へ

「ファンケルレポート」は、2015年版より、株主・投資家の皆様向けに業績及び事業戦略を報告する「アニュアルレポート」を統合し、財務情報と非財務情報を包括的にご理解いただける内容としました。

「IRとCSR活動はWebで詳細の報告をしています」



「ファンケルレポート」は、Webの関連情報にスムーズにアクセスできるよう、ページ下部にURL、QRコードを表記しています
※パソコン、スマートフォン共通のアドレスです

編集方針

- 【対象組織】 株式会社ファンケル及びファンケルグループ
- 【対象事業】 化粧品事業及び健康食品事業ほか
- 【対象期間】 2015年度(2015年4月1日～2016年3月31日)
※一部、2015年3月31日以前、2016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



国連グローバル・コンパクトへの参加
ファンケルは2013年4月、国連が提唱する「国連グローバル・コンパクト」に署名しました。グローバル・コンパクトが掲げる「人権」「労働」「環境」「腐敗防止」からなる10原則に則り、社会の持続可能な発展に貢献するとともに、企業価値の向上に努めていきます。



社会的責任投資への組み入れ状況 ※2016年1月4日付
ファンケルは「モーニングスター社会的責任投資株価指数(MS-SRI)」の構成銘柄に選定されました。MS-SRIは、モーニングスター株式会社が国内上場企業の中から社会性に優れた企業と評価する150社を選定し、その株価を指数化した国内初の社会的責任投資株価指数です。

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。

スタンス
メッセージ

FANCL
正直品質。

目次

創業理念／経営理念／スタンスメッセージ……………	1P	4. 多様な人材が力を発揮する職場環境……………	16-17P
トップメッセージ……………	2P	コーポレートガバナンス……………	18-19P
ファンケルグループの歩み……………	3P	社会活動……………	20P
ファンケルグループの紹介……………	4-5P	会社概要／第三者意見……………	21P
中期経営計画の概要、事業戦略……………	6-9P		
ファンケルの価値創造			
1. 新たな価値を生み出す研究開発……………	10-11P	将来の見通しに関する記述についての注意	
2. 安心・安全な製品づくり……………	12-13P	当レポートに記載されている将来の業績見通しは、当グループが現時点で入手可能な情報に基づき、作成したものです。実際の業績は、様々な要因の変化により、これらの見通しとは異なる可能性があります。	
3. お客様視点の追求……………	14-15P		

トップメッセージ



時代の先を読み、
自ら未来をつくる

1970年代後半、多くの女性が化粧品に含まれる防腐剤などの添加物によって深刻な肌トラブルに悩まされ、化粧品公害が大きな社会問題となっていました。

私は、「なぜ、美しくなるための化粧品が女性の肌を傷つけているのか」と憤りを感じて一人で調査を重ねた結果、添加物を一切入れない、「無添加化粧品」という着想を得ました。

試行錯誤の末、1982年に完成させた、世界初の「無添加化粧品」が、ファンケルの原点です。

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』を理念に掲げ、様々な事業にチャレンジしてまいりました。新たなチャレンジは、「約40兆円に達する国民医療費の削減」という社会課題に対して予防医療も視野に入れ「健康寿命」を延ばすという、(株)ファンケルヘルスサイエンスの挑戦です。

また、ファンケルは、製販一貫体制のビジネスモデルを活かして、すべてのプロセスで徹底的にエビデンスにこだわった製品づくりを続けてきました。2016年5月

には、総合研究所の第二研究所を竣工させ、その研究開発力をより一層高めてまいります。

一方、私たちは、地球温暖化、国や宗教紛争による人権侵害、過酷な労働環境、高齢化社会の到来など、様々な社会課題に影響を受けながら、かつてないほどの変化の激しい時代を生きています。

ファンケルは、世界が直面する課題に目を向けた経営を実践するため、2013年4月に「国連グローバル・コンパクト」に署名し、グローバル・コンパクトが掲げる10原則と「ISO26000」「環境報告ガイドライン」を活動基準に、各組織が目標を定めて業務を遂行しています。そしてこれからも、すべてのステークホルダーの皆様、常に正直に、その活動を透明性をもって報告してまいります。

代表取締役 会長執行役員 グループCEO

池森 賢二

ファンケルグループの歩み

- 1980年 4月 池森賢二が化粧品販売を個人創業
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
- 1982年 12月 創業から開発を続けていた「無添加基礎化粧品」
販売開始
- 1989年 2月 株式会社アテナアを設立
- 1994年 2月 健康食品(サプリメント)の通信販売を開始
- 1995年 3月 静岡市青葉通りにファンケルハウス1号店をオープン、
直営店舗展開を開始
- 1996年 10月 香港に海外店舗の1号店を出店
- 1997年 7月 米国にFANCL INTERNATIONAL, INC.を設立
8月 インターネットサイトでの製品注文受付を開始
- 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(特例子会社)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
- 2000年 3月 シンガポールにFANCL ASIA (PTE) LTDを設立
8月 コンビニエンスストア スリーエフ全店で
「ファンケル青汁」の販売開始
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
- 2002年 10月 株式会社ファンケル美健を設立
- 2003年 4月 ファンケル銀座スクエアをオープン
- 2008年 1月 米国にboscia, LLCを設立
7月 ニコスタービューテック株式会社を設立
8月 ファンケル関東物流センター稼働開始
- 2013年 6月 従業員教育部門、ファンケル大学発足
10月 ファンケル銀座スクエアをリニューアルオープン
- 2014年 3月 ビューティ専門店とサプリメント専門店の
両機能を持つハイブリッドショップ1号店、
ファンケル京都ポルタ店オープン
4月 ホールディングス制へ移行
- 2015年 5月 中期経営計画(2015-2017年度)発表



無添加基礎化粧品(1982年)



アテナ化粧品(1989年)



健康食品(サプリメント)(1994年)



発芽玄米広告(1999年)



青汁広告(2000年)



ファンケル銀座スクエアリニューアルオープン(2013年)



ハイブリッドショップ1号店、
ファンケル京都ポルタ店オープン(2014年)

 www.fancl.jp/about/history/



ファンケルグループの紹介

研究開発、製造、販売の一貫体制を実践しています

研究開発

製造

販売

■ ホールディングス

株式会社ファンケル
FANCL

創業以来、世の中の「不」の解消を理念に掲げ、製品・サービスを通じて「美」と「健康」を提供しています。2014年4月に、ホールディングス制へと移行。株式会社ファンケルは、主な販売チャネル(通信販売、店舗販売、卸販売、海外事業)、ファンケル大学(従業員教育部門)、総合研究所とファンケルグループのサポート部門を持ち、事業を推進しています。



本社ビル(横浜市)

■ グループ会社

株式会社ファンケル化粧品
(連結子会社)
FANCL

無添加化粧品及び美容食品、肌着、雑貨の企画開発、販売を行っています。「今も未来も美しく。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とライフスタイルをサポートする」ことをミッションに掲げ、「美」を提供する専門家集団として、お客様一人ひとりに寄り添いながら、お喜いただける製品やサービスを提供してまいります。



(左から)マイルドクレンジングオイル、洗顔パウダー

株式会社ファンケルヘルスサイエンス
(連結子会社)

FANCL
ヘルスサイエンス

サプリメント、青汁、発芽米の企画開発、販売を行っています。日本一の健康サポート企業を目指し、お客様が「一生、心身ともに健康で生きること(グッドエイジング)」を叶えるお手伝いをしております。これからはお客様のご希望やお悩みにしっかりと寄り添い、価値のある健康食品をお届けいたします。



(左から)本搾り青汁 プレミアム、年代別サプリメント、大人のカロリミット

株式会社アテニア
(連結子会社)

Attenir

これまでの化粧品の常識を打ち破る「高品質・低価格・ハイセンス」というコンセプトでスタートした株式会社アテニア。「おしみなく、うつくしく。」をブランドステートメントに掲げ、化粧品・健康食品の他に、ファッションアイテムも提供しています。創業時からの「お客様とともにある」企業姿勢は揺らぐことなく、一流ブランドの品質を1/3価格で提供することに挑戦し続けています。



インナーエフェクター

株式会社ファンケル発芽玄米
(連結子会社)

「毎日食べる主食で日本の健康を支えたい」という想いから1999年に設立。玄米よりも栄養が豊富で、白米に混ぜて手軽に炊ける「発芽米」を製造しています。「発芽米」の研究から発見された「PSG(発芽米ステロール配糖体)」は、生活習慣病への幅広い効果が期待されています。



(左から)発芽米 ふっくら白米仕立て、発芽米、発芽米 金のいぶき

通信販売



インターネット



電話窓口

店舗販売



卸販売



FANCL ASIA (PTE) LTD
(連結子会社)

FANCL INTERNATIONAL, INC.
(連結子会社)

boscia, LLC
(連結子会社)

1996年から香港で海外展開を開始し、1997年に北米の拠点としてファンケルインターナショナル(米国)を、2000年にアジアの拠点としてファンケルアジア(シンガポール)を設立しました。米国ではファンケル製品の販売に加え、北米のお客様をターゲットとしたboscia(ボウシヤ)を立ち上げ販売を行っています。



boscia ブラックシリーズ

株式会社ファンケル美健
(連結子会社)

国内に4つの工場を有し、化粧品、医薬部外品、健康食品を製造しています。すべての工場は「安心・安全」にこだわったクリーンな環境と生産システムを確立しており、特に無添加化粧品は、医薬品レベルの環境で製造しています。また、「環境配慮型」の滋賀工場は、2011年に太陽光発電システムを導入。滋賀工場の使用電力の約16%を太陽光発電でまかっています。



滋賀工場の太陽光パネル

ニコスタービューテック株式会社
(連結子会社)

ファンケルグループの生産技術を活かした、コンサルティング型ODM*企業です。お客様の多様なニーズに合わせた化粧品と医薬部外品の開発、販売及び受託製造を行っています。

*Original Design Manufacturing. 製品の設計から生産までを手掛けること

株式会社ファンケルスマイル
(非連結子会社)

障がいを持つ方の社会での自立を支援したいという想いから設立した特例子会社です。DMの発送や化粧品サンプルの結束作業のほかに、健康食品工場内での生産補助やファンケル本社内での古紙回収業務なども行っています。47名の従業員が様々な職種でその可能性を開花させています。



ファンケルスマイルの従業員

株式会社ファンケル保険サービス
(非連結子会社)

損害保険代理業務及び、生命保険の募集に関する業務を行っています。

株式会社ファンケルファーム
(非連結子会社)

無農薬の農作物を生産・加工・販売しています。

FANCL (Shanghai) Business Consulting Limited
(非連結子会社)

中国における化粧品・健康食品の販売許可申請を行っています。

株式会社グリーンヒル
(持分法非適用関連会社)

青汁の製造を行っています。



1 中期経営計画の概要 (2015～2017年度)

基本方針 戦略的な広告投資を行い、5年間で売上倍増を目指します

戦略的投資による売上拡大の実現

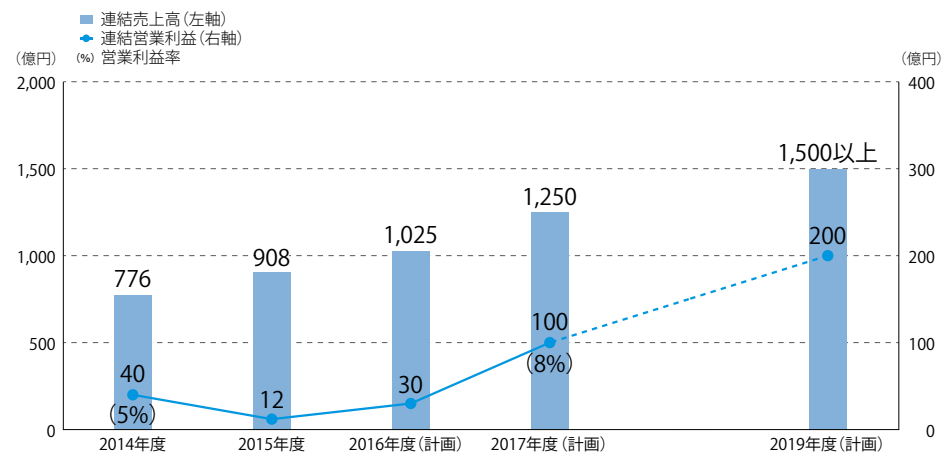
- ビューティ事業及びヘルス事業において、通常の規模を大きく上回る広告投資を実施し、認知度向上と売上拡大を実現します。
- 広告効果を最大化するため店舗網を整備し、直営350店舗体制を目指して積極的な出店を進めるとともに、卸販売チャネルにおける取扱店舗数の拡大を図ります。
- 企業の考え方・スタンスについて一貫した広告を作り、理念を訴求してまいります。
- 広告投資の対象となるスター製品を入口として、親和性の高い他製品の購入を促進します。

経営基盤の強化

- 既存の製造設備の稼働効率を上げ、生産効率の向上・原価率の低減を図ります。
- 2016年5月に新設した第二研究所を活用し、研究開発力の強化と開発スピードの向上を図ります。

2017年度の数値目標

連結売上高 1,250億円 (2014年度比 1.6倍)	連結営業利益 100億円 (2014年度比 2.5倍)	ROE (自己資本利益率) 8%以上 (2014年度 3%)
--	---	--



ROE (自己資本利益率) 3% → 8%以上 → 10%以上

株主還元方針

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

2 2015年度の実績及び 2016年度の計画

2016年度は売上倍増を実現するための勝負の年 広告先行戦略を強力に推進

2015年度は戦略的な広告投資によりV字回復

2015年度は、新中期経営計画(2015～2017年度)の方針のもと、従来の2倍の規模の広告投資を実施したことなどによりお客様数が大幅に増加。売上高は前年比17.0%増の90,850百万円とV字回復を果たしました。

ファンケル化粧品は、35周年キャンペーンによるお客様の活性化や、流通の販路拡大などが寄与し、過去最高の売上を更新。栄養補助食品関連事業も目のサプ

メントでは日本初の機能性表示食品「えんきん」が大ヒットしたことなどにより大幅な増収となりました。

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、先行的な広告投資負担により販売費及び一般管理費が増加し、前年比69.9%減の1,204百万円となりました。

2016年度は広告先行戦略を強力に推進

2016年度は、売上倍増を実現するための勝負の年と位置付け、広告先行戦略を強力に推進してまいります。主に3つのことに取り組んでいく方針です。

①広告投資の効果最大化

広告投資によりスター製品を育成するとともに、ファンケルの企業理念や企業姿勢を徹底的に訴求してまいります。また直営店舗の出店加速や、流通での取扱店舗数を広げることで売場を拡大し、広告効果の最大化を図ります。

②クロスセルの促進

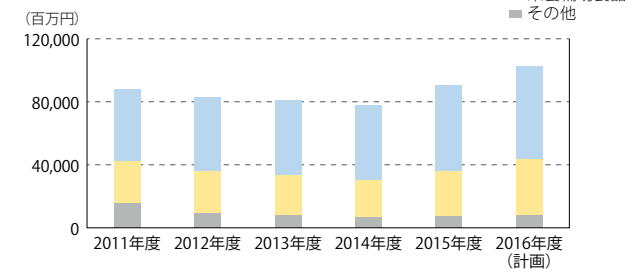
お客様のお悩みを解決する製品を積極的にご提案し、売上拡大を図ります。

③中高年市場の開拓

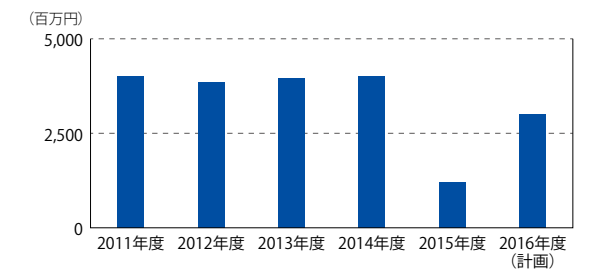
ファンケル化粧品はマチュア向け製品の発売を予定。栄養補助食品は「えんきん」、「年代別サプリメント」などの販売を強化してまいります。

以上の結果、2016年度の売上高は前年比12.8%増の102,500百万円、営業利益は2.5倍の3,000百万円を計画しています。

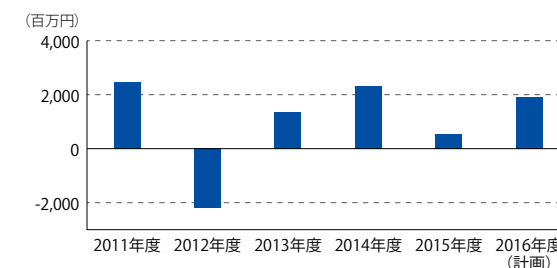
売上高



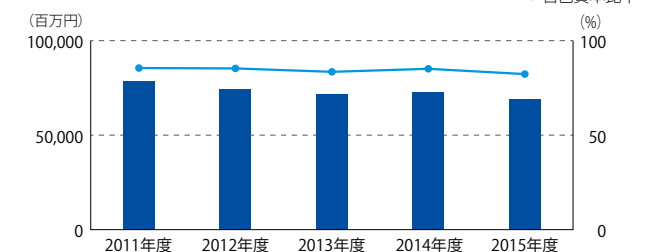
営業利益



当期純利益



自己資本/自己資本比率



(株) ファンケル化粧品

新しい市場にチャレンジ

2015年度は過去最高売上を更新

新製品「エイジングケア 洗顔クリーム」、「無添加アクティブコンディショニング」などの発売や、「マイルドクレンジング オイル」などの主力製品のプロモーション

効果、ドラッグストアへの卸販売の伸長などにより過去最高売上を更新しました。

2016年度は新しい市場を開拓し、さらなる発展を目指す

洗顔系カテゴリでは、2016年4月に「エイジングケア 洗顔クリーム」をリニューアル発売するとともに、ドラッグストアに新たに投入し、取扱製品数の拡大を図ります。ドラッグストアの取扱チェーンの拡大にも取り組み、取扱店舗数を1年間で1,500店増の1万店に広がります。またTV集中プロモーションを継続的に実施し、卸販売チャネルを中心に売上拡大を図ってまいります。

親和性の高い女性をターゲットとし雑誌・Webを使って継続的にアプローチするとともに、周辺層にもリーチを拡大し、さらなるお客様獲得を推進してまいります。

2016年秋には、本格的なマチュア向け化粧品を発売する予定です。60代以降の方をターゲットとする独自成分を配合した高機能な製品を開発。お手入れのしやすさを考え、シンプルステップで、この世代の方々に使いやすい容器・包装にもこだわってまいります。

スキンケアカテゴリでは、「無添加アクティブコンディショニング」の販売を強化します。無添加化粧品と



エイジングケア 洗顔クリーム TVCM



マイルドクレンジングオイル TVCM



(株) アテニア

原点回帰から進化へ

「一流ブランドの品質を、1/3価格で提供することに挑戦し続けます。」というアテニア宣言を発表しました。この理念を体現する製品として、2014年から相次ぎ新製品を発売し、2016年2月にはキーアイテムである「スキんクリア クレンジング オイル」を新発売しました。さらに、Webで話題・評判づくりを行い、アテニアの理念に共感していただけるお客様づくりに取り組んでいます。

2016年度はさらなる革新的な新製品の投入に加え、ネット中心の広告展開を強化し、お客様数を増やして、アテニアの再成長の基盤を確かなものとしてまいります。



スキんクリア クレンジングオイル

(株) ファンケルヘルスサイエンス
(栄養補助食品、発芽米、青汁、予防医療)

「えんきん」に次ぐスター製品を育成

2015年度は機能性表示食品「えんきん」がヒット

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」、機能性表示食品「えんきん」のプロモーション効果や、定期お届けサービスの展開によるお客様数の増加により大幅な増収となりました。

栄養補助食品の通販のお客様数は、前年に比べ30%増加したほか、中高年層の獲得にも成功し、本格的な成長軌道に乗ってきました。

2016年度は過去最高売上の更新を目指す

「えんきん」などの機能性表示食品に加え、新たなスター製品候補である「年代別サプリメント」、「楽のび」を強化します。

「年代別サプリメント」は、2015年9月の発売以来、製品の分かりやすさから売上は好調に推移しています。2016年度はTV集中プロモーションを展開し、卸販売チャネルでの販売を強化します。

「楽のび」は、2016年4月のリニューアルにより機能性アップと飲みやすさの大幅な改善を実現。インフォ

マーシャルなどで製品の良さを訴求し売上拡大を図ります。

予防医療事業は、2016年4月から企業向け健康管理サービス「健康増進プログラム」を4企業・団体へ提供。企業の「健康経営」に対する意識は急速に高まっており、3年後には80団体への展開を計画しています。

これらの取り組みの結果、栄養補助食品関連事業では2005年度以来の過去最高売上更新を目指します。



機能性表示食品 えんきん TVCM



大人のカロリミット TVCM



海外

自然派化粧品「ボウシャ」の成長加速

北米中心に展開している自然派化粧品「ボウシャ」は、化粧品専門店「セフォラ」と強力なタッグを組み、革新的でスピーディな製品開発力を武器に高成長しています。「セフォラ」のナチュラルスキンケアブランドでは売上No.1、スキンケア全体でもトップ10入りを果たしています。市場ニーズを先取りした製品開発を行っており、毎年ヒット製品を送り出しています。

今後は、「FANCL」、「ATTENIR」に次ぐ第3ブランドとして確立してまいります。



boscia 椿シリーズ



ファンケルの 価値創造-1

新たな 価値を生み出す 研究開発



(株)ファンケル 総合研究所
ヘルスサイエンス研究センター
素材研究グループ 矢崎美里

研究開発ビジョン

イノベーションで時代を切り拓く総合研究所

ファンケル総合研究所は「お客様を想うイノベーション」をキーワードに、お客様のために何ができるのかを常に考え、イノベーションの実現を目指しています。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基盤技術研究、そして製品開発に至る応用研究までを一貫し、「お客様の状態を知ること」、「効果・機能を高めること」、「分かりやすく、その効果を伝えること」を重点テーマに設定しています。2016年5月に竣工した第二研究所では、最新設備を導入し脳科学研究、皮膚科学研究、製剤研究など、革新的なテーマで研究を進めてまいります。

ファンケル総合研究所

- 化粧品研究所
- 機能性食品研究所
- 安全性品質研究センター
- 研究推進室
- ビューティサイエンス研究センター
- ヘルスサイエンス研究センター
- イノベーション研究センター

ファンケル総合研究所組織図

研究員 (スタッフ含む)

188名
(2016年3月31日現在)

化粧品関連	89名
サプリメント関連	85名
その他	14名

資格者

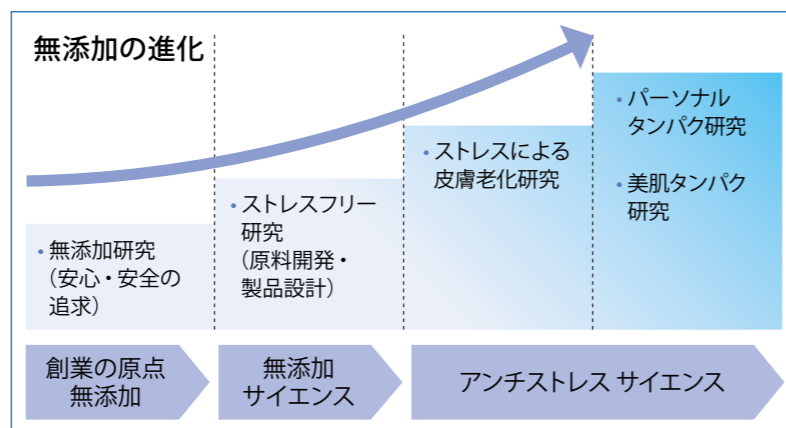
博士号	8名
薬剤師	8名
管理栄養士・栄養士	7名
獣医師	1名
弁理士	1名
臨床検査技師	1名

建物右部分が竣工した「第二研究所」

化粧品の研究開発

進化し続ける「無添加アンチストレス サイエンス」

無添加を生み出した(株)ファンケル化粧品は、安心・安全だけではなく、肌本来の力を高める「アンチストレスケア」こそ、素肌美を叶えると考えています。肌ストレス環境がますます厳しくなり、肌悩みは多様化してきています。このような時代に答えるべく、肌ストレスを取り去るだけではなく、ストレスとエイジングとの関係を肌のタンパクというマイクロレベルで研究し、世界においても最先端の皮膚科学研究に取り組んでいます。



タンパク研究

肌状態を角層から分析する独自技術「角層バイオマーカー」の開発に成功。タンパクを分析することで、一人ひとり異なる肌悩みの原因や、今後起こりうるリスクを明らかにすることができ、現在、未来の肌ダメージの根本解決にアプローチするパーソナル美容液として「スキンソリューション」は誕生しました。

また、タンパクを進める中で、美肌のキーとなるタンパクを発見。これを応用し開発した「無添加アクティブコンディショニング」は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製品です。肌のタンパクをコントロールすることで、肌ストレスさえもコントロールし、今の、そして未来の肌の美しさまでもお約束したいと考えています。



健康食品の研究開発

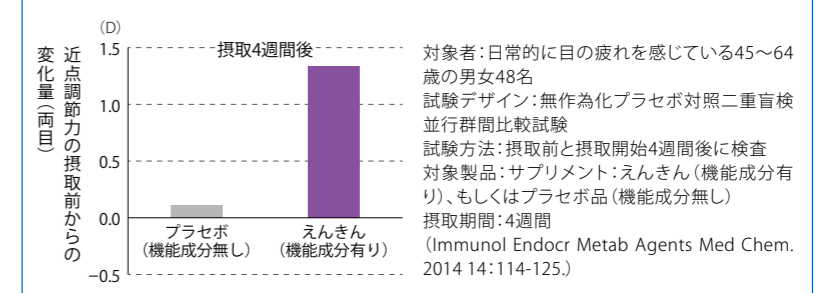
機能性表示食品制度の活用

2015年4月より機能性表示食品制度がスタートしました。(株)ファンケルヘルスサイエンスでは、目のサプリで日本初の機能性表示食品「えんきん」をはじめとし、複数の製品を取り揃えています。他社に先駆けていち早く機能性表示食品を発売できたのは、日頃から研究に対する真摯な取り組みを続けてきたからこそだと考えています。今後も、確かな機能性と安全性を兼ね備えた機能性表示食品のラインナップを充実させてまいります。



(左から)快腸サポート、健脂サポート、えんきん、計圧サポート、快眠サポート、腰ラックス

「えんきん」手元のピント調節力についての臨床試験結果



体内効率

(株)ファンケルヘルスサイエンスのサプリメントは、「体内効率」を第一に考えています。身体に必要な成分でも、体内で吸収できる量には限りがあります。また、必要以上に摂りすぎるとかえって身体に悪い場合もあります。そこで(株)ファンケルヘルスサイエンスでは、身体に最適な量が摂れ、その効果が長く持続し、しかも効率よく吸収できるよう、素材の選定から配合バランス・加工技術に至るまでこだわって設計しています。

こだわりの証
「体内効率」マーク

「届ける」

「留める」

「高める」

ハイグレードビタミン



ファンケルの 価値創造-2

安心・安全な 製品づくり

(株)ファンケル美健 統括本部
千葉工場 製造第一グループ
猪村 直史

※撮影のためマスクをはずしています。

品質管理

安心・安全を実現する生産マネジメント

化粧品・健康食品ともにGMPの基準に則した管理体制のもと、製品づくりをしています。原料の選定から出荷に至るまで、ファンケル独自の厳しい基準を持って検査し、製品一つひとつにおいて、いつ、どの原料を使用し、どの工場で製造したか、製造履歴を管理するトレサビリティ体制も整えています。

生産拠点に関わる基準

会社名	工場	基準		FSSC 22000 ^{※2}	設備 クリーンルーム	省エネ法 ^{※3} 対象会社
		GMP ^{※1} 基準 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			○	○	○

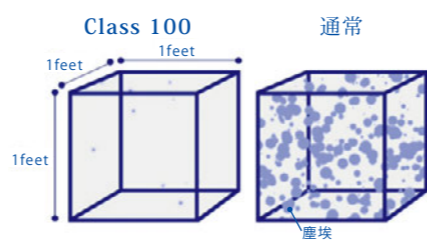
※1 GMP
米国FDA(食品医薬品局)が設けた化粧品、医薬品、食品などの製造管理及び品質管理を遵守するための製造規範

※2 FSSC 22000
国際的な食品安全規格基準

※3 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

全工場にクリーンルーム^{※4}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^{※5}で行っています。

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



国際的な安全基準を持つ長野工場

(株)ファンケル発芽玄米 長野工場は、2015年11月に国際的な食品安全規格基準「FSSC 22000」の認証を取得しました。発芽米を安全に生産する衛生的な工場環境は、製品を供給する多くのお取引先様からも高い評価をいただいております。



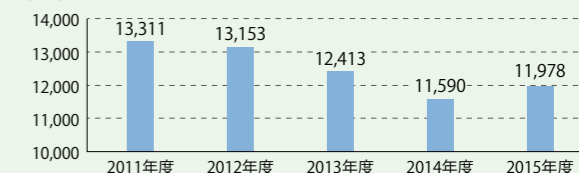
環境活動

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

CO₂排出量削減に向けた取り組み

運用改善・機械更新により、工場やオフィスでの省エネに取り組まれました。例えば、工場で製造や滅菌に使用する蒸気の供給を自動制御するバルブの設置と蒸気を作る「ボイラー」のタイマー運転を開始し、製造を行わない夜間・休日の「ボイラー」の運転を停止しました。ガス使用量の大幅な削減に成功しています。一つの工場で実施したこの改善は他の工場にも展開し、CO₂排出量の削減に大きく貢献しています。

ファンケルグループのCO₂排出量 (トン)



※2015年度の数値は、カーボンオフセットとして約100トンを相殺しています
※数値は2015年度のCO₂排出係数で算出しています



蒸気の供給を自動制御するバルブ

資源循環

(株)ファンケル発芽玄米 長野工場では、発芽米を生産する過程で排出される栄養分を豊富に含んだ生産排水を、果樹や野菜の栽培に利用しています。また、色、大きさなどで選別した結果、製品にできない屑米や糠(2015年度は208トン)を家畜の飼料や堆肥の原料にするなど、様々な形でリサイクルしています。

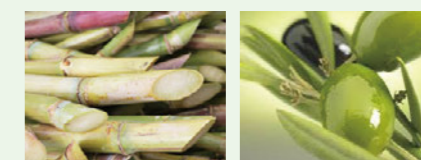


屑米や糠をアスバラガス畑(左)で肥料として、養鶏場(右)で飼料として活用

生物多様性

持続可能な植物性スクワラン

絶滅の危機に直面しているにもかかわらず、多くのサメが捕獲されています。サメが絶滅してしまうと、海洋生物の生態系バランスも壊れてしまいます。原料として流通しているスクワランは、アイザメから採取したものが一般的ですが、(株)ファンケル化粧品の「アクティブコンディショニングEX乳液」など一部のスキンケア製品には、サトウキビやオリーブから採られた、植物性スクワランを採用しています。



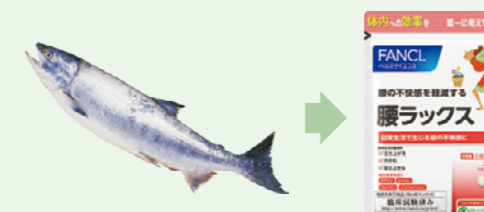
サトウキビ オリーブ



アクティブ
コンディショニング
EX乳液

サケの頭部を有効活用「腰ラックス」

水産加工の製造過程において多量に廃棄されるサケ頭部は、資源の有効活用が望まれていました。(株)ファンケルヘルスサイエンスの「腰ラックス」は、これまで廃棄されてきたサケ頭部の鼻軟骨から抽出された「プロテオグリカン」を原料として使用しています。



サケの鼻軟骨から原料を抽出

腰ラックス



ファンケルの
価値創造-3

お客様視点の
追求



(株)ファンケル ファンケル大学
研修部 ビューティグループ
長洲 由紀

お客様の声を見える化

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ています。「ヤッホーシテム」を使って、お客様の声を見える化し、スピーディに改善策を検討しています。

2015年度お客様の声

約**366,000**件

(前年度 約366,000件)

お客様視点から生まれたサービス

サプリメントと薬の飲み合わせをデータベース化「SDIシステム」

サプリメントと薬には飲み合わせがあります。(株)ファンケルヘルスサイエンスは、取り扱っている健康食品 約100アイテムと医療用医薬品・一般医薬品 約3万種類との飲み合わせを、科学的根拠を基にデータベース化しています。薬を服用しているお客様が安心して必要なサプリメントをお摂りいただけるよう、薬剤師や管理栄養士をはじめとする「サプリメント相談室」の専門スタッフが、お客様のご質問にスピーディにお答えしています。



(株)ファンケルヘルスサイエンス 営業統括本部
営業サポート部 健康相談グループ 土屋 はな代

安心してご利用いただくための「無期限返品・交換サービス」

ずっと使っていた製品でも、急にお肌や体質に合わなくなってしまうことがあります。ファンケルはお客様により安心してご利用いただくために「無期限」で返品・交換を承っています。返品の際は理由をお聞かせいただき、ご意見を製品開発などの参考にしています。

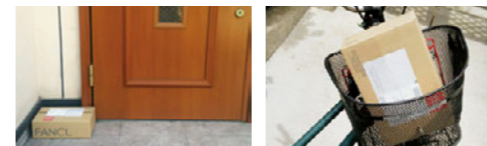


返品・交換シート

環境にもやさしい「置き場所指定お届けサービス」

無添加で新鮮な製品はスムーズにお受け取りいただきたいもの。お仕事で不在がちの方、在宅でも対応が難しい方にもスムーズにお受け取りいただくため、受領印不要の「置き場所指定お届けサービス」を行っています。

また、このサービスは再配達による配送車のCO₂排出量を削減することも実現しています。



「玄関前」に置く

「自転車のカゴ」に入れる

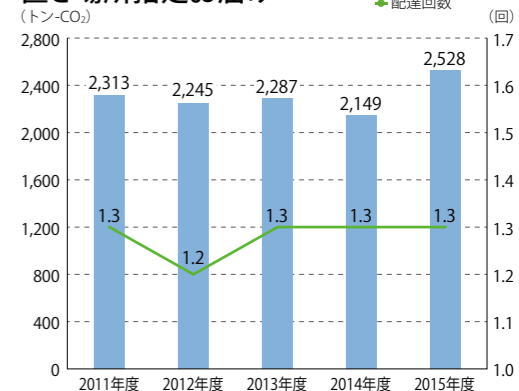
店舗での「エコパートナーポイント」

ファンケル各店舗では、2004年度から製品ご購入の際にお買い物袋が不要なお客様に、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。2015年度の利用率は受注件数に対して約65.5%、年間でお買い物袋を約313万枚削減しました。

目のご不自由な方、ご高齢の方にも使いやすい「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、指で触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です。1998年に開始した、このサービスを、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が「本当にわかりやすい」にこだわって改良しました。

置き場所指定お届け



2015年度
エコパートナー
ポイント利用率 **65.5%**

(前年度 68.1%)



タッチマークシール

お客様視点の従業員教育

個人情報の保護

従業員として守るべきルールを明らかにした「私のコンプライアンス行動基準手帳」を、全従業員に配布し、研修で活用しています。また、毎年コンプライアンスに関する重点課題を抽出し、従業員教育に力を入れています。2015年度は、個人情報の保護管理体制のあり方が注目されたこともあり、大切なお客様情報を守るため、全社をあげて管理手順の再点検を行い、個人情報管理のさらなる強化を図りました。



私のコンプライアンス行動基準手帳

ファンケル大学の教育

ファンケル大学では、理念浸透の徹底、次世代経営層の育成、専門性の高い人材の輩出に力を入れています。特に店舗・電話窓口スタッフの意識向上や接客スキル強化を目的とした研修を実施し、幅広いお客様に柔軟に対応できる人材を育成しています。2015年度からは、電話窓口スタッフに向けてシニア対応研修も実施しています。お客様の特性を理解し、お客様満足の向上につなげています。

2015年度
開講回数 **1,168**回

※店舗・窓口・本社向け研修

2015年度
受講人数 **延べ6,988**名



ファンケルの
価値創造-4

多様な人材が
力を発揮する
職場環境

写真中央：代表取締役 社長執行役員 COO
宮島 和美

写真右：(株)ファンケル 店舗営業本部
店舗販売部 店舗販売第一グループ 課長
藤坂 早織

写真左：(株)ファンケル化粧品 マーケティング本部
商品企画部 商品企画第二グループ 課長
田村 ひとみ



活躍できる職場は、平等と支え合いから生まれる

女性が輝ける職場は、
創業時からの男女平等がベースに

宮島：先日、日本郵便(株)の高橋社長にお会いした際、当社を「女性活躍の会社ですね」とおっしゃられ、女性活躍のイメージが浸透しているんだと再認識しました。田村さんと藤坂さんは、実際に当社で働いていてどう感じていますか。

田村：私の所属は商品企画部ですが、会社自体が女性の多い職場なので働きやすいです。私は2015年秋から課長職を任されていますが、管理職には子育て中の人も多く、子どもの病気で急に休まざるを得ない事態になっても職場全体で自然とサポートし合う体制になっています。制度が充実しているのはもちろん、意識的に周囲がフォローしてくれるので安心して働けます。

藤坂：私も田村さんと同意見です。子どもがいる身で課長職をしていると、同じ境遇の女性社員がそれに気づいて、

互いに刺激し合ったり励みにしていることが多いと感じています。店舗販売部の部長も女性なので、仕事に邁進していればキャリアアップは可能だという女性社員に対する強いメッセージになっているのではないのでしょうか。例えば店舗スタッフから店長、スーパーバイザーへ。またパート社員から契約社員へと、当社にはロールモデルがたくさんあると思います。

宮島：2015年末に内閣府男女共同参画局が実施している平成27年度「女性が輝く先進企業」に選ばれ、内閣府特命担当大臣賞を受賞しました。女性が活躍できる職場だと評価されるのは光栄ですが、意識的にそうしている訳ではありません。創業時から多くの女性が働き、男女平等が根付いているというのが当社の本質です。

田村：おっしゃる通りだと思います。誰にでも平等という企業風土を強く感じますし、女性だけではなく男女お互いに支え合って能力が発揮できる、働きやすい職場だと思います。だからこそ、自然に女性が活躍できるのだと実感しています。

さらに進んで、働き方の
多様化を追求していきたい

宮島：当社では女性の育休や時短勤務の活用が盛んですが、男性の育休取得も今後の課題です。それと同時に介護休職の活用も喫緊の解決すべきテーマです。退職届を見ると、介護を理由に社を去っていく管理職がいます。今、当社の平均年齢は38歳で、手遅れになる前に手を打ちたいと考えています。

藤坂：実際に40代のベテラン店長から、両親の介護で仕事を思うように続けるのが難しいと相談を受けました。介護休職を勧めましたが、なるべく退職せずに済むように適切なアドバイスをしたいと思っています。

田村：先日、私の母が骨折をして、週2～3回ほど家事を手伝いました。大事には至りませんでした。もし親が動けなくなったらと考えるきっかけになりました。



2013年産休取得、1児の母

宮島：特に男性社員はまだ介護休職を申請しづらい雰囲気があるようです。パソコンでできる業務もあるので、在宅勤務や時短勤務の充実を図っていきたく考えています。また海外のようにテレビ会議を一般化するのも、働き方の多様化といった側面で重要かもしれません。

田村：ディスカッションが必要なシーンもあるため、完全な在宅勤務は難しいと思いますが、週に1～2日は在宅勤務が選べるなど、選択肢が広がるとワークライフバランスがより充実すると思います。

働き方が多様化する中で、
人材育成も柔軟性が大切

藤坂：直営店350店舗構想の実現に向けて、子育て中の

女性をパート社員に採用することが増えていますが、パート社員の人たちは子育てに余裕が出て自身もきれいになりたいと願う女性が多く、とてもイキイキしています。



2008年・2010年産休取得、2児の母

宮島：従業員の皆さんに

さらに力を発揮していただくためにも、働き方の多様化に合わせた人材育成が大切です。マイスター職[※]を設けたのも、店舗で親身なOJTを実現するためです。

藤坂：マイスター職は9名いますが、店舗スタッフの憧れの的ですね。本当に頼れる存在であり、必要不可欠な人たちです。

宮島：日本ではよく管理職という言葉を使いますが、人を管理する役職と考えることがそもそも間違っていると思います。本来リーダーは、仕事を止めずに順調に流れるようにするのが役割です。つまり上下関係とは、仕事そのものの自然な流れを示すものだと思います。またリーダーはOJTができる人であり、それによって



チームの育成にもつながるのではないのでしょうか。

田村：当社では確かに意図的な上下関係を感じません。上長も「さん付け」で呼びますし。私もメンバーを部下だという捉え方をしていないですね。

藤坂：私も課長職を拝命したとき、部長から偉そうにするのではなく、人を育てることを意識してほしいとアドバイスされました。これが当社を支える企業風土のひとつなんだと実感した瞬間でした。

[※]マイスター職：パート従業員が店舗スタッフとして必要な知識や技術を身につけられるよう、店舗で現場指導を行う

グループ実績	2015年度	2015年度	2015年度
従業員数 (正社員)	903名 (うち女性598名)	外国籍の 勤務者数	44名
役員数	23名 (うち女性5名)	60歳以上の 勤務者数	29名
女性の 管理職比率	42.9%	障がい者雇用率* (特例子会社含む)	2.6% (法定雇用率は2.0%)

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数です



表彰式の様子
(上段左：(株)ファンケル代表取締役会長 池森賢二)

	2015年度
子育てのための時短勤務利用者数	76名
配偶者出産支援休暇取得者数	11名
こどもの看護休暇取得者数	20名
介護休暇取得者数	17名
平均月間時間外労働時間	(1人あたり) 7.88時間

	2015年度
パート社員から 契約社員登用数	10名
契約社員から 正社員登用数	51名
中途採用	41名



厚生労働省認定、子育て
支援「くるみんマーク」
を取得

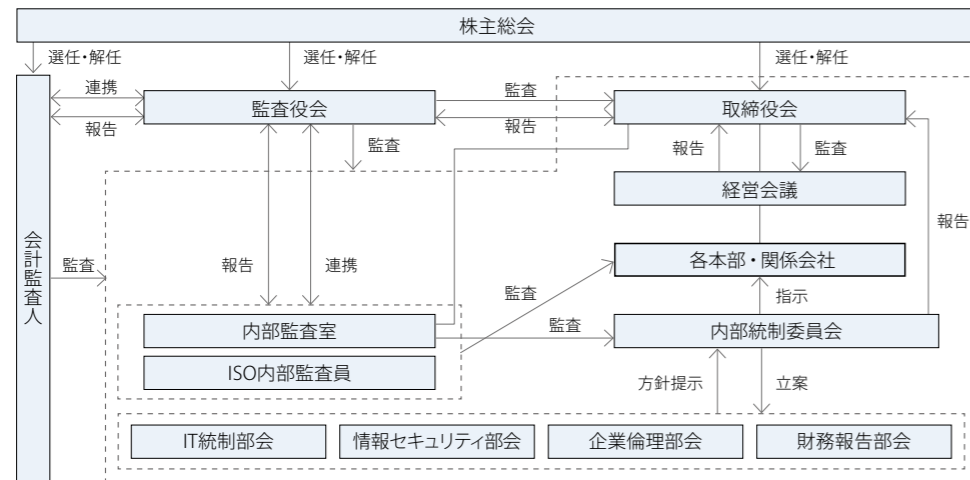


コーポレートガバナンス

基本方針

- ・コーポレートガバナンスに誠実に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



ガバナンス早見表
2016年6月25日現在

機関設計	監査役設置会社
取締役の人数	15名
うち社外取締役	2名
監査役の数	4名
うち社外監査役	2名
独立役員の数	4名
2015年度取締役会開催数	17回
取締役任期	1年
ストックオプション制度	有り
コンプライアンス規定	有り

株主の皆様をはじめとする、すべてのステークホルダーから信頼される企業となるために、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位置付け、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。

経営体制は、2016年6月25日現在、取締役15名(うち社外取締役2名)、監査役4名(うち社外監査役2名)、執行役員9名で、取締役の任期は1年と定めています。

取締役会は、重要な業務執行の決定と執行の監督を行い、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。

また、「監査役会設置会社制度」を採用しています。監査役は、経営の意思決定に対する監査の実効性向上のため、取締役会をはじめ、経営会議などその他の重要な会議に出席し、適宜意見を述べています。また、経営トップとも定期的に意見交換の場を持ち、公正な経営監視体制をとっています。



取締役会の様子

コーポレートガバナンス・コードの対応

持続的な成長と中長期的な企業価値向上のために、2015年6月1日より適用された「コーポレートガバナンス・コード」の趣旨・精神を尊重して、コーポレートガバナンスの充実に努めています。

東京証券取引所への提出が義務付けられている「コーポレートガバナンス報告書」において、「コーポ

レートガバナンス・コード」の各原則を実施しない理由及び各原則に基づく開示を記載、提出するとともに、ガバナンス体制を充実すべく「取締役会の実効性の分析・評価」「取締役・監査役候補者の選任理由の開示」など積極的に取り組んでいます。

株主・投資家の皆様への情報開示

①情報開示によるコミュニケーションを充実

国内外の投資家に対し、公平かつタイムリーな情報開示に努めています。決算短信などの適時開示に加え、詳細な決算補足資料なども開示しています。

さらに、東京証券取引所の適時開示情報閲覧サービス(TDnet)を通じ英文資料の配信もスタートし、外国人投資家への情報開示も一層強化しています。なお、当社IRサイトは、日興アイ・アール株式会社の「2015年度 全上場企業ホームページ充実度ランキング」優良サイトに選定されています。



www.fancl.jp/ir/

②株主・投資家の皆様との対話

(個人投資家)「開かれた株主総会」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。2015年6月20日(土)開催の第35期定時株主総会は、4,319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、役員、従業員が直接株主様とコミュニケーションを図りました。

(機関投資家)四半期ごとの決算説明会、アナリスト・投資家とのスモールミーティング、研究所、店舗などの施設見学会を定期的実施しているほか、個別ミーティングを年間250件以上実施しています。外国人投資家向けには、国内外のカンファレンスに積極的に参加し、IR担当役員が直接経営戦略を説明し、投資家の開拓を行っています。



株主総会の様子

以上の対話を通じ、株主・投資家の皆様のご意見を経営やIR活動に活かしています。

社外取締役からのメッセージ

「人へのやさしさ」を武器にチャレンジを続けてほしい

2009年に私が社外取締役に就任したころのファンケルは、本来あるべき姿を見失いかけていたように思います。2013年に池森氏が経営の現場に復帰しました。このことはファンケルにとって非常に良かったと思っていますが、池森会長には後継の点で忸怩たる思いがあったでしょう。

昨今、様々な会社がコーポレートガバナンスの強化に取り組んでいますが、ファンケルは「池森イズム」を反映した戦略に一丸となって取り組み、やり方が行き過ぎた時に私を含めた他の取締役がそれを諫めることが、今のファンケルに相応しいガバナンスではないかと思っています。

ファンケルは極めて「やさしい」会社です。お客様に対してはもちろんのこと、株主の皆様に対しても、従業員に対しても真のやさしさを持つ会社だと思っています。「やさしさ」を武器にしたファンケルの成長のため、今後も惜しみなく手を差し伸べたいと考えています。



池田 憲人(いけだのりひと)
社外取締役

- 2001年 (株)横浜銀行代表取締役(CFO最高財務責任者)
- 2002年 (株)横浜銀行代表取締役(CPO最高人事責任者)
- 2003年 (株)横浜銀行取締役兼横浜キャピタル(株)代表取締役会長
- 2003年 (株)足利銀行取締役頭取(代表取締役)
- 2009年 当社取締役(現任)
- 2016年 (株)ゆうちょ銀行代表取締役社長(現任)

※全文はWebに掲載しています。
www.fancl.jp/csr/governance/interview.html



社会活動

基本方針 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

「社会福祉法人 訪問の家」との交流

ファンケルの社会活動は、1987年、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」との交流から始まりました。以来、通所者・そのご家族・職員の方との交流を通じて、従業員のホスピタリティを高めています。

2015年度
「訪問の家」とのお食事会
従業員参加数 **59名**



ファンケルのビルでのお食事会

ファンケルセミナー

1988年より、従業員が「特別支援学校」や「老人福祉センター」などの施設に出向き、メイクや身だしなみ、健康のセミナーを無料で行う活動を継続して行っています。

2015年度
実施回数 **137回**
従業員参加数 **222名**



福祉施設でのメイクセミナー

東日本大震災、熊本地震支援活動

社会貢献休暇制度を活用して、従業員がボランティアとして参加し、ハンドマッサージ・青汁提供など事業に関連した活動をしています。東日本大震災では2011年5月から、熊本地震では2016年5月から活動をしています。

東日本大震災 支援活動
2011年5月～2016年3月
実施回数 **169回**
従業員参加数 **887名**



避難者へのハンドマッサージ

もっと何かできるはず基金

従業員が働きながら参加しやすい社会貢献を目的として、2007年6月に設立。毎月1口100円からの給与天引きで、加入している従業員が申請する団体に寄付ができます。

2015年度
寄付先数 **30団体**
従業員参加率 **81.6%**



シンボルマーク

スポーツを通じた社会活動

地域の人々、地域の団体とともに健康事業を活かし、スポーツを通じた社会活動も実施しています。

2015年度の主な活動

スポーツ	名称
シニアのゴルフ	ファンケル クラシック
子供の野球教室	ファンケル キッズ ベースボール2015
市民マラソン	横浜マラソン2016
障がいを持つ方のエアロビック	第17回ファンケルスマイル 全国アダプテッドエアロビック大会



横浜マラソンの従業員ボランティア



エアロビック大会に出場した(株)ファンケルスマイルチーム

会社概要 (2016年3月31日現在)

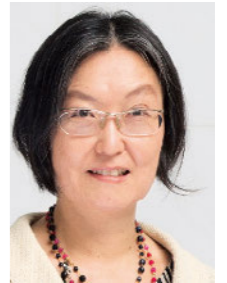
会社名 **株式会社ファンケル**
(FANCL CORPORATION)
所在地 神奈川県横浜市中区山下町89-1
電話番号 045-226-1200(代表)
代表者 代表取締役 社長執行役員 宮島 和美
設立年月日 1981年8月18日
資本金 10,795百万円
従業員数 703名 ※契約社員・パートは除く(連結1,223名)
研究所 総合研究所 (神奈川県横浜市戸塚区)
主な取引銀行 三菱東京UFJ銀行 三井住友銀行 みずほ銀行

役員 (2016年6月25日現在)

代表取締役 会長執行役員 グループCEO..... 池森 賢二
代表取締役 社長執行役員 COO..... 宮島 和美
代表取締役 副社長執行役員..... 田多井 毅
取締役 専務執行役員..... 山岡 万佑子
取締役 専務執行役員..... 島田 和幸
取締役 常務執行役員..... 山口 友近
取締役 執行役員..... 鶴崎 亨
取締役 執行役員..... 炭田 康史
取締役 執行役員..... 保坂 嘉久
取締役 執行役員..... 青砥 弘道
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
社外取締役..... 小関 勝紀
監査役(常勤)..... 高橋 誠一郎
監査役(常勤)..... 飯田 順二
社外監査役(非常勤)..... 高野 利雄
社外監査役(非常勤)..... 関 常芳
執行役員..... 石神 幸宏
執行役員..... 山口 宏二
執行役員..... 松ヶ谷 明子
執行役員..... 松熊 祥子
執行役員..... 松本 浩一
執行役員..... 安西 勝之
執行役員..... 永坂 順二
執行役員..... 稲葉 豊和
執行役員..... 植松 宣行

第三者意見

以前からファンケルは、ユニークなCSRを実践している印象を持っておりましたが、この報告書で池森会長のトップメッセージを拝見して非常に納得しました。「正義感を持って世の中の『不』を解消しよう」の創業理念は、CSRの根本であるステークホルダーの潜在的ニーズを掘り起こし、事業の中で解決していく姿勢そのものです。創業以来、消費者目線で安全な無添加化粧品や予防医療を捉え、普及の観点から安価な健康食品事業などを展開してこられました。業界の常識ではハードルが高い事業にチャレンジして会社を成長させてこられたその実績にも創業理念が表れていると感じます。また2013年に国連グローバル・コンパクトに署名されたことは、国内課題解決を中心に成長を続けてきたファンケルが、地球規模の課題解決への取り組みを本格化させる意思表示と理解しました。そして視点を気候変動や人権侵害など、グローバル課題に広げられたことは、海外を含めて今後の事業拡大には不可欠な「戦略」だと思えます。今、グローバル社会で企業に一番求められているのは、責任あるサプライチェーンの構築です。つまり、原料採取から生産、消費、廃棄あるいはリサイクルにいたるまで、それぞれに関係するステークホルダーの要請に応えることが求められています。ファンケルでは生物多様性の観点から、成分や原材料に植物性スクワランやサケの頭部を利用しています。これらも大切な取り組みですが、世界的な課題とされているのは、熱帯雨林破壊が問題視されているパーム油や水資源の保全、動物実験の禁止、オーガニックやフェアトレード原料への移行です。こうした社会や環境に配慮したエシカル製品は、若い世代を中心に広まりつつあります。ファンケルらしいエシカル製品の開発とともに、「もっと何かできるはず」の経営理念を掲げるファンケルならではの今後の企業戦略に期待しています。



河川 真理子
株式会社大和総研
調査本部 主席研究員

1986年一橋大学大学院修士課程修了、同年大和証券入社。1994年に大和総研に転籍、企業調査を経て2010年大和証券グループ本社CSR室長、広報部CSR担当部長を歴任。2011年7月より大和総研に帰任、2012年4月より調査本部 主席研究員。担当分野はサステナブル投資、CSR、ソーシャルビジネス、エシカル消費。国連グローバル・コンパクト・ジャパンネットワーク理事、NPO法人・社会的責任投資フォーラム共同代表理事。アナリスト協会検定会員、サステナビリティ日本フォーラム評議委員他
著書『ソーシャルファイナンスの教科書』生産性出版、『FSRI 社会的責任投資入門』日本経済新聞社(共著)、『CSR 企業価値をどう高めるか』日本経済新聞社(共著)など。

※全文はWebに掲載しています。
www.fancl.jp/csr/review/

