

FANCL

ファンケルグループ
ファンケルレポート2010

もっと何かできるはず



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、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、事業活動の中でかかわっていく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。今後もデータと事例を中心に、より一層、正確な情報を積極的に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	01
社長メッセージ	02
FEATURE 1	
商品・サービスを通じて「美」と「健康」を提供しています。	04
FEATURE 2	
研究開発、生産、販売の一貫体制を実践しています。	08
ファンケルグループのマネジメント体制	12
個性豊かな各社が一体となって、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。	13
TOPICS	
地域社会への取り組み	14
 社会のために、ファンケルができること	15
 お客さまのために、ファンケルができること	18
 株主さまのために、ファンケルができること	22
 お取引先さまのために、ファンケルができること	24
 従業員のために、ファンケルができること	26
 地球環境のために、ファンケルができること	30
第三者意見	35
ファンケルグループの歩み	36
会社概要／役員／財務ハイライト(連結)	37

- 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
- 対象期間**：2009年度(2009年4月1日～2010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。



なりまつ よしふみ
成松 義文

1950年6月30日、岐阜県生まれ。1974年、横浜市立大学商学部卒業後、蛇の目ミシン工業株式会社入社。1993年、株式会社ファンケル入社。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、2008年6月より現職。

時代とともに変化する「不」の解消に取り組み、
常に社会から信頼され、期待される存在へ。

「不」の解消が、ファンケルの事業活動の原点

ファンケルの事業は、“世の中の不安や不便などの「不」を解消したい”という想いに根ざしています。化粧品、サプリメント、発芽米、青汁といった現在の事業は、日々の「不」を見極め続けるファンケルの歩みそのものです。「お客さまに喜んでいただくこと」を常に考え、現状を否定し、「もっと何かできるはず」という想いを事業活動に反映させる風土が、根付いているからこそ実現できると考えています。

着実に取り組みを進めた2009年度と今後の課題

2009年度は創業30周年を迎え、ファンケルの「グローバル化元年」として、新たなステージへの飛躍に向けた年となりました。同時に、年間を通じて「高収益体質の確立」に向け、グループ一丸となって経費の管理とより効率的な使用を実践し、大幅な増益となりました。また、発芽米事業は、工場の一元化による原価低減を図り、いいもの王国通販事業はリピート商材の強化などを実践し、両事業とも黒字化への目処をつけることができました。さらに、エステティックサロンを展開する株式会社ノイエスをグループ会社化し、無添加エステを導入するなど、ファンケルの企業価値向上に向けた取り組みも着実に進めました。今後は、「事業成長の基盤づくり」と「収益力強化の継続」を基本方針とし、

1. 『グローバル・プレミアム・ブランド』へ向けた推進（無添加の価値を全世界に展開）
2. パーソナルサービスの本格展開（オンリーユーサプリメントの開発と仕組みづくり）
3. チャンネルの融合による国内販売の強化（カタログ通販・インターネット通販・直営店舗）
4. さらなる経費の効率化と戦略事業への再投資
5. ファンケルECOプランの推進（オフィス、工場、従業員の家庭での環境活動を推進）

の5つを重要テーマに掲げ、取り組みを推進してまいります。

地域・社会に根ざす企業を目指して

ファンケルは、病気に対する「不」の解消として、2009年6月に株式会社ファンケル健康院を設立し、一人ひとりのお客さまへ、予防医療の観点から病気にならない元気な生活への提案を、健康状態の分析と運動・食のカウンセリングを通して行っています。また、地球環境の「不」の解消として、簡易包装、詰め替え用商品の提供、職場での室内温度調整の徹底など環境に配慮した事業活動を推進し、結果、各事業所のCO₂排出量は、継続して削減を実現しています。2010年度も当社主力工場に屋上ソーラーパネルを設置するなど、従業員の家庭でのCO₂削減「ECOチャレンジ（CO₂削減で褒賞金を授与）」とともに、環境への取り組みは、引き続き行ってまいります。

今後もファンケルは、「安心・安全・やさしさ」をコンセプトに、「ファンケルだからできる」CSR活動を積極的にを行い、CS（お客さま満足）やES（従業員満足）を高めて、持続可能な経営を目指してまいります。

代表取締役 社長執行役員

成松義文

商品・サービスを通じて 「美」と「健康」を提供しています。

ファンケルグループは、化粧品事業、栄養補助食品事業、青汁・発芽米事業などの「美」と「健康」にかかわる分野で事業を展開しています。



化粧品の「不」を解消し、
誰もが安心して美しさを手に入れられる毎日を。
ファンケルグループは、
お客さま本位の姿勢で「美」を提供します。

BEAUTY

● ファンケル化粧品 ●

「安心・安全・やさしさ」はもちろん、
肌本来のチカラを引き出す「無添加」を進化させ続けます。

ファンケルは1980年の創業以来、敏感肌の女性や化粧品トラブルに悩む女性のために、安心・安全・やさしさを追求した「無添加」にこだわり続けています。そして、数々の研究により明らかになった「無添加」の効果を、もっと広げていきたいと考えています。ファンケルは無添加化粧品のリーディングカンパニーとして、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を実現させています。防腐剤、殺菌剤、石油系界面活性剤、香料、鉱物油などの不使用をはじめ、肌にストレスとなるものを一切使用せず、肌本来のチカラを引き出すことで素肌美をもたらす商品づくりを行っています。



● アテニア化粧品 ●

お客様の声を原点に、つづけられる贅沢をお届けします。

「毎日使う化粧品だから、確かな効果と肌へのやさしさをリーズナブルな価格で提供したい」をコンセプトに、アテニア化粧品は1989年に誕生しました。「効果の高い化粧品は価格も高い」という、これまでの化粧品業界の常識をくつがえし、お客さま一人ひとりの声を可能な限り商品・サービスに反映させています。アテニア化粧品では最新技術を駆使して研究開発を行うとともに、環境に配慮した容器への工夫も重ねています。商品ラインナップは、スキンケア、メイクなどの化粧品にとどまらず、健康食品やファッション雑貨へも展開しています。



● エスティオ ●

「無添加」のエステを、確かな技術で提供します。

エステティックサロン・エスティオは、エステティックサロンへの不安や不満、不便を解消し、お客さまにとって信頼できるサロンづくりをコンセプトに、全国で34店舗を展開しています。20代前半から70歳前後までの幅広い年齢層のお客さまにご愛顧いただいております。フェイシャル、リラクゼーション、アロママッサージなど、さまざまな施術を提供しています。新たに始めた「ファンケル無添加“素肌美”コース」は、すべてファンケルの無添加化粧品を使ったオールハンドトリートメントにより、「素肌へのやさしさ」と「美しさ」を提供します。



HEALTH



ますます多様化する健康ニーズに、
ファンケルならではの高い品質と機能を。
ファンケルグループは、
さまざまなラインナップで「健康」を提供します。

● 栄養補助食品 ●

より美しく、健やかな毎日を、高品質・低価格で提供します。

健康食品がまだ高価だった1994年、ファンケルは高品質・低価格という画期的なサプリメントを販売し、「手軽に安心して摂れるサプリメント」を広く普及させ、健康食品を身近なものにしました。ファンケルのサプリメントは「ツイントース®*1」や「HTC®コラーゲン*2」などのオリジナル商品の開発をはじめ、ビタミン、ミネラルなどの基本の栄養サプリメント、ハーブサプリメントなど、多彩なラインナップを揃えています。さらに、化粧品とサプリメントとの相乗効果により美肌を引き出す「内外美容」の提案や、医師による処方医家向けサプリメントなども取り扱っています。



*1 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 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 ●

100%国内産ケールを使い、美味しさと健康を広げます。

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、ファンケルの青汁は生まれました。毎日続けられる青汁を実現するために、ミネラルバランスを整えた土壌で農作物を育てる「中嶋農法*」を採用し、原料となるケールはすべて国内の契約農家によって栽培されています。さらに、栽培者と畑をすべて登録し、品質を厳しく管理しています。また、ファンケル独自の製法により、飲みやすく栄養価の高い青汁を提供しています。



*中嶋農法とは精密な土壌分析を行い、その結果にもとづいて必要な栄養のみを補うことで、栄養成分のバランスがとれた土壌をつくります。土壌の管理は、収穫時期まで徹底して行います。

確かな栄養価で、ごはんから健康な毎日を応援します。

毎日食べる主食から日本の健康を支えたいというファンケルの想いが、玄米や白米より栄養が豊富で、白米と混ぜて手軽に炊飯器で炊ける栄養価が高い理想のお米、発芽米をつくりました。毎日安心してお召し上がりいただけるように、衛生管理の徹底したクリーンな国内自社工場が発芽米を製造しています。ファンケル独自の製法を開発し、栄養価と美味しさにかかわる特許も取得しています。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。



● いいもの王国 ●

日本一シニアにやさしい会社を目指します。

いいもの王国は、新聞・テレビ・インターネットなどのマス媒体や、カタログなどの自社媒体を通じた総合通信販売を行っています。私たちはお客さまの健康で楽しく快適な毎日を願うとともに、特に人生の先輩であるシニアの皆さまに尊敬と敬意を持ち、商品を媒介としたシニアへのサービス業を目指します。



● ファンケル健康院 ●

健康であり続けるために、オンリーユアのアドバイスを提供します。

現在の医療にできることは、病気ではない状態にしてくれるところまで。必ずしも健康な状態にしてくれる訳ではありません。ファンケルが健康食品事業で蓄積したノウハウに最先端医療の考えを組み込み、健康であり続けるために通う施設として、ファンケル健康院は生まれました。遺伝子、血液検査、各種年齢検査などから、現在の身体の状態と将来の疾病リスクを把握し、専門のカウンセラーが生活習慣改善のアドバイスと、一人ひとりのためにつくられたオンリーユアサプリメントを提供します。



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は、研究開発から生産、販売までをすべて自社で行っており、
安心・安全・やさしさへのこだわりを一貫させることができます。



ファンケルグループの研究開発

世の中の「不」を解消する、
価値ある商品はここから生まれます。

総合研究所

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、新商材の探索研究から、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。



(株)品質安全研究センター

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、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。

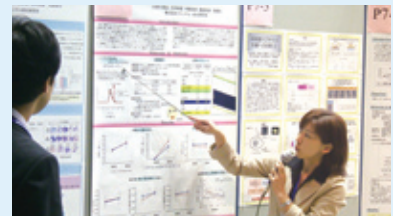
2009年度の主な研究成果

	内容	社外発表	関連商品
2009年 4月	皮膚への刺激ブロック成分を新開発	第108回日本皮膚科学会総会にて発表	FDR
	睡眠前の「HTCコラーゲン」摂取が肌の潤いUPに効果があることを確認	第108回日本皮膚科学会総会にて発表	HTCコラーゲン
5月	発芽玄米の「腹持ち」の良さを証明	第63回日本栄養・食糧学会大会にて発表	発芽米
7月	ケール青汁の摂取が骨代謝へ与える影響を検証	第27回日本骨代謝学会にて発表	青汁
10月	「発芽玄米の肥満抑制効果を実証」動脈硬化を予防する酵素の活性にも新成分「PSG」が関与	第30回日本肥満学会にて発表	発芽米
	「セリン」の摂取が睡眠の質を改善「セリン」の連続摂取が主観的睡眠感に与える影響」	第6回アジア睡眠学会大会にて発表	すやりん
11月	青汁のアルコール代謝への有効性を検証	日本臨床栄養学会誌（論文投稿）	青汁
2010年 2月	「オリーブ葉エキス+ビタミンC」のメラニン生成抑制と優れた美容効果を確認	第73回日本皮膚科学会東京支部学術大会にて発表	ホワイトエッセンス
	オレウロペイン新配合でさらに透明感をサポートし、「肌色メラニン」を増やすという独自発想を強化した「ホワイトアドバンス」をリニューアル新発売	—	ホワイトアドバンス
3月	「パーフェクトスリム」シリーズが目的に合わせて選べる、粒タイプとドリンクタイプを開発、新登場	—	パーフェクトスリム

Close up!

社外講演活動

ファンケル総合研究所の学術研究室が中心となり、薬剤師、薬学生や管理栄養士を対象とした講義や、大学寄附講座などを通じて、化粧品やサプリメントの理解を深めていただく機会を設けています。2009年度の和洋女子大学講座では全15回、90名の学生の方が受講しました。講座は基本的に無料ですが、一部有料の講座ではいただいた受講料を「訪問の家（P.15参照）」に寄付させていただきました。



主な講演活動

- 北里大学大学院薬学研究科 健康食品における研究開発・法規制・薬学の役割に関する講義
- 神戸薬科大学 健康食品指導薬剤師フォローアップセミナー
- 和洋女子大学 女性と美容に関する講義
- 金城学院大学薬学部 ファンケル提携サプリメントプログラム 病態と栄養に関する講義 など



ファンケルグループの製造・品質

独自の厳しい製造・品質管理体制で、商品づくりに取り組んでいます。

信頼の国際規格を認証取得

原料レベルから生産・出荷に至るまで、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。



ISO14001(環境管理)



ISO9001(品質管理)

(株)ファンケル美健

(株)ファンケル美健は、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



滋賀工場

なか、無添加・新鮮つ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初めて「健康補助食品GMP*」の認証を取得しました。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。また、すべての工場で国際規格ISO9001とISO14001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。

* Good Manufacturing Practice: 適正製造規範

(株)ファンケル発芽玄米

(株)ファンケル発芽玄米は長野県に拠点を置き、発芽米の製造を行っています。国際規格ISO9001とISO14001の認証を取得しています。

ニコスタービューテック(株)

ニコスタービューテック(株)は2008年9月に設立し、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。国際規格ISO9001の認証を取得しており、無菌充填を可能にする医薬品レベルの高い製造技術と品質管理基準を設けています。

Close up!

GMPに適した生産体制

化粧品は「化粧品-GMP-GMPガイドライン(ISO22716:2007)」に則り、千葉工場、滋賀工場で製造しています。また健康食品は「健康補助食品GMP」の認証を取得した横浜工場で製造しています。

各工場とも品質の安定性を保つために、毎日ソフト面およびハード面のブラッシュアップを徹底し、生産活動を行っています。また定期的な自己点検を実施し、品質の確保および向上に努めています。





ファンケルグループの販売・コミュニケーション

多様な販売チャネルで、世界中のお客さまに笑顔をお届けします。

通信販売

- カタログ(ESPOIR^{エスポワール}／元気生活) •

[ESPOIR]

化粧品情報、キャンペーンのお知らせ、料理、コラム、お肌のお手入れ方法など、女性のライフスタイルを応援する記事が満載です。

[元気生活]

健康食品情報、キャンペーンのお知らせ、健康に過ごすための食生活やエクササイズなど、すこやかで快適な暮らしを応援するコミュニケーション誌です。



- インターネット(ショッピングサイト／メールマガジン) •

お客さまにとって「見やすい」「使いやすい」「買いやすい」サイトづくりを常に心がけています。また、インターネット限定のキャンペーンなども実施しています。

 <http://www.fancl.co.jp/>



店舗販売

- 国内 •

2006年、通信販売を主体とする企業として初めて、全都道府県に直営店を出店しました。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、立地や顧客層に合わせて進化を続けています。



ファンケルファミリーららぽーと横浜店
家族みんなで楽しめる店舗

ファンケル直営店舗・181店(2010年3月31日現在)

ファンケル銀座スクエア

2003年4月、「美と健康のトータルスペース」～世界に向けての情報発信基地～として、銀座5丁目中央通りにオープンしました。地下1階、地上10階のスペースには、直営のショップやエステティックサロン、無料カウンセリングフロアその他、オーガニックレストラン、クリニック、ギャラリーも併設しています。ファンケルの提案する製品・企業理念など、すべてを感じていただけるビルです。



コンビニエンスストア／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、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。

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。また、他社に先駆けて、サプリメントと薬の飲み合わせに関するご相談も承っております。

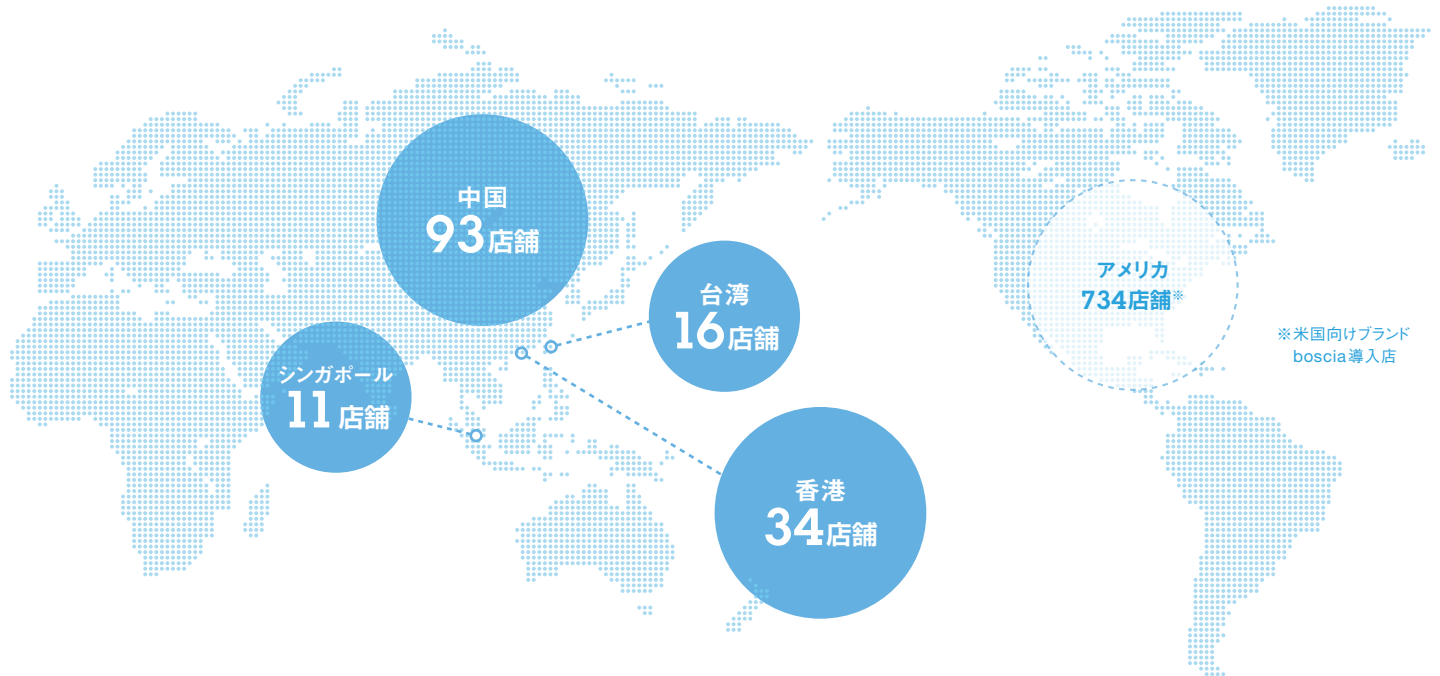
[ファンケルラボ]

お肌や体をさまざまな角度から測定し、美容と健康の専門スタッフによるパーソナルなアドバイスを無料で受けられます。ファンケルの先進の研究力を結集したラボなら、あなたの探しているキレイと元気がきっと見つかります。



世界に広がるファンケルブランド (2010年3月31日現在)

1996年に始まった海外展開は、現在アジア4地域に加えアメリカまで発展。
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、世界中にファンケルの「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
金鐘廊店 (香港)



ファンケルショップ
新東方広場専門店 (中国・北京)



boscia
(アメリカ)

Close up!

アジアで飛躍するファンケルブランド

中国市場で脚光を浴びる「無添加」

ファンケルは日本と中国とのブランドバリューを統一し、中国市場でも受け入れられた「無添加」の影響力をさらに高めていく考えです。2004年に販売を開始してからは、沿岸都市部の女性を中心に、無添加化粧品を使うことが一つのステータスとなるほど、着実にお客さまを増やしており、ファンケル化粧品の「無添加」の価値や、日本製品に対する信頼感が、経済の急成長とともに、本物を志向するお客さまに絶大な支持を得ています。

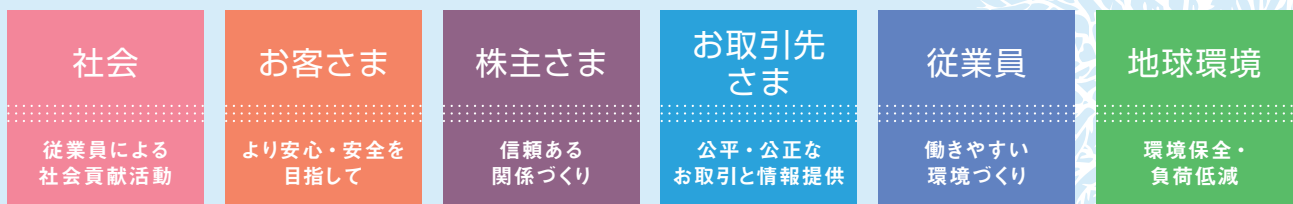
当社商品に対する中国メディアの関心も高く、2009年11月には有名美容雑誌や新聞の美容情報担当などのメディア関係者一行が、ファンケル本社を訪問しました。



ファンケルショップ 新世界商場地 (中国・北京)

個性豊かな各社が一体となって、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に、グループ一体となってCSR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。



グループ会社 (2010年3月31日現在)

Sales & Production

- 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)
発芽米の製造を行っています。
- 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・販売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。
- 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。

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。
- 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。
- 台湾芳珂股份有限公司(非連結子会社)
台湾において化粧品・栄養補助食品の販売をしています。

Service

- 株式会社ノイエス(連結子会社)
無添加エステをはじめとした施術メニューにより素肌美を提供するエステティックサロンです。
- 株式会社ファンケルスタッフ(非連結子会社)
人と人とのふれあいを円滑にサポートしています。
- 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)
食品分析や化粧品分析を行っています。
- 株式会社ファンケル健康院(非連結子会社)
健康であり続けるためのカウンセリングと栄養補助食品の販売を行っています。

- Fantastic Natural Cosmetics Limited (持分法適用関連会社)
香港・マカオにおいて化粧品・栄養補助食品の販売をしています。
- Fantastic Natural Cosmetics (China) Limited (持分法適用関連会社)
中国大陸において化粧品・栄養補助食品の販売をしています。

これまでも、これからも、地域とともに

ヨコハマの地で創業30周年。そして開港150年を迎えたヨコハマ。

感謝の気持ちを込めて、従業員が積極的に地域とのかかわりを深めました。

「開国博Y150」 での清掃活動

就業時間内にボランティアを派遣し
会場内の清掃活動を行いました。

193名

ファンケルは、横浜港の開港150周年記念イベント「開国博Y150」にオフィシャルスポンサーとして協賛しました。153日間の開催期間中は、地元横浜への感謝の気持ちを込めて、就業時間内にボランティアを派遣し、のべ193名が清掃活動に参加しました。このボランティアは、開催期間中に半日の清掃活動を5回、合計2日半参加できるもので、主に「ベイサイドエリア」を中心に清掃活動に従事し、環境美化に努めました。

そのほかにも、「ヨコハマ・ワールド・ウォーク」での青汁サービス、「FANCLフィットネスヨコハマ」への特別協賛など、財団法人横浜市体育協会が主催するイベントへの協力も行いました。



各種セミナー を開催

従業員が講師として
参加させていただきました。

126名

ファンケルでは、高校卒業前の養護学校の学生、地域の高齢者施設やケアプラザのご利用者・子育て中のお母さま方や福祉施設などの職員の方々へ、メイクや身だしなみ・健康セミナー・ビジネスマナー講座など、ご要望に応じて無料でセミナーを開催しています。

2009年度は、計35回のセミナーを実施。のべ126名の従業員が、各種セミナーの講師として活躍し、約800名の参加者の方々から好評をいただきました。



<http://www.fancl.co.jp/csr-so>





社会のために、ファンケルができること

地域とともに歩む企業として、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、まごころを持って行動します。
- 継続し、育み、その経緯を皆さまにご報告します。

社会福祉法人「訪問の家」との交流

障がいのある方とのふれあいは、20年以上続いています。

横浜市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。

食事会を通じた交流

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います。特に、毎年開催している食事会は、貴重な懇親の機会として皆さまに大変楽しみにしていただいています。2009年12月に開催した食事会は、50名をお迎えして行われました。当日は46名の従業員が参加し、クリスマス気分を味わっていただくためにさまざまな趣向をこらし、通所者やご家族、「訪問の家」スタッフの方々にお喜びいただきました。



|| そのほかの支援

- チャリティイベント「ふれあいまつり」を企画し、収益金を寄付
- 「訪問の家」主催のバザー支援
- 「訪問の家」の手づくりパン、竹炭などの販売支援
- 書き損じハガキ、当選年賀ハガキ、水引きの寄付
- 職員向けのマナー研修 など



従業員が行う社会貢献活動

すべての従業員が参加できる社会貢献活動を推進しています。

もっと何かできるはず基金

従業員749名参加
660万円寄付

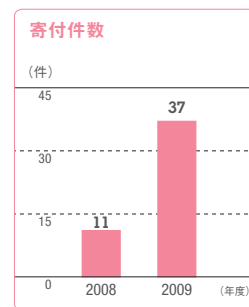
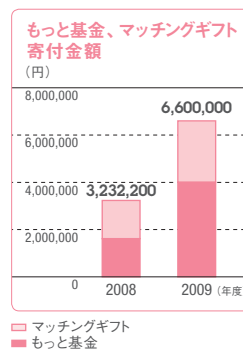
2007年6月に、勤務形態や地域に関係なく、すべての従業員が働きながらでも参加しやすい社会貢献活動として、「もっと何かできるはず基金」を設立しました。基金への参加は、1口100円からとし、申し込みをした従業員の給料から天引きを行います。

寄付先は、参加者に申請してもらい、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要請された案件は、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っています。2009年度は、749名



の従業員が基金の会員として参加し、37件に合計660万円（マッチングギフト含む）を寄付しました。

Web 具体的な寄付先は、
<http://www.fancl.co.jp/csr-so>をご覧ください。



ファンケルクラシック基金

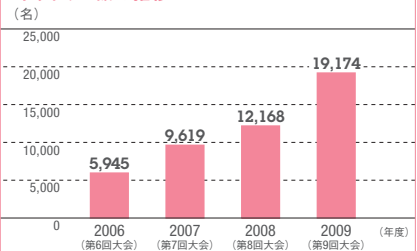
19,174名来場
208万円寄付

「シニアの元気が、日本の元気」をテーマに、ファンケルは2001年よりPGAシニアゴルフトーナメント「ファンケルクラシック」を主催しています。2009年8月の第9回大会では、過去最高の19,174名のギャラリーが来場し、大会期間中215名の従業員が運営に当たりました。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開催しました。これらの収益金全額と、会場内での商品販売など売上の一部を合わせた208万7,672円を「ファンケルクラシック基金」として、国連WFP協会、裾野市、社会福祉法人「訪問の家 (P.15参照)」に寄付しました。

また同大会では、2006年の第6回大会より国内のスポーツイベントとしては初の「グリーン電力*」を導入しています。今大会は29,000kWh相当の電力を風力、水力、バイオマスでまかない、12,325tのCO₂排出量を削減しました。

* 風力、太陽光、バイオマスなどの自然エネルギーから生まれた電力の総称。

ギャラリー数の推移



ファンケル飯島ビルの活性化

横浜市栄区にある飯島ビルでは、近隣の方々に喜ばれ、気軽に足を運んでいただける場所となるための取り組みを強化しています。毎週、地元産の野菜販売や、「訪問の家 (P.15参照)」の手づくりパンや竹炭などを販売。また、月1回の美容・健康セミナーほか、さまざまな催しを実施しています。



野菜の生産・販売 椿さんご夫婦

お客さまと行う社会貢献活動

お客さまのご協力をいただきながら、社会との多彩なつながりを増やしています。

お客さまポイントの寄付

1,264名参加
225万円寄付

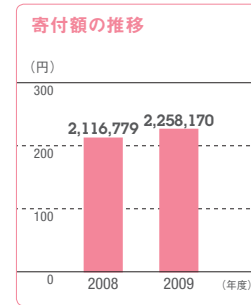
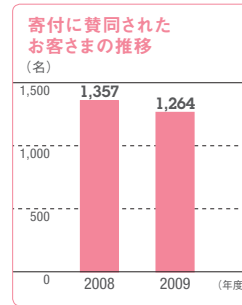
2008年6月から、お客さまのご意志によりお手持ちのファンケルポイントサービスのポイント寄付をすることができる仕組みを

スタートさせています。

2009年度は、1,264名のお客さまにご協力いただき、「公益社団法人 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、お客



さまのポイント225万8,170円(1ポイントを1円として換算)と従業員の寄付100万円を合わせて寄付しました。



ファンケル銀座スクエア「Wish a beauty Xmas」

ファンケル銀座スクエアでは、2009年11月から12月にかけて、一般財団法人メイク・ア・ウィッシュ オブ ジャパン(難病と闘う子どもたちの「夢」をかなえるために、1980年に米国で発足した非営利ボランティア団体)とのコラボレーションによるチャリティ企画を実施しました。期間中は2階のF'sギャラリーで、同団体がこれまでかなえてきた多くの子どもたちの「ウィッシュ(かなえたい夢)」を飾ったツリーや、かなえた夢のパネルを展示しました。また、チャリティイベントとして、グッズ販売やコンサートを開催し、その収益を「もっと何かできるはず基金(P.16参照)」と合わせて同団体へ寄付しました。



寄付先からの感謝状

ここにも注目!

1. 「ピンクリボン運動」への取り組み

「ピンクリボン運動」とは、乳がんの早期発見、早期診断、早期治療の大切さを多くの方に理解・行動していただくための啓発運動です。(株)アテナアでは2004年より、NPO法人J.POSHへの支援を通じて、「ピンクリボン運動」の推進をサポートしています。2006年から毎年、乳がんの患者さんご家族をサポート



する場である「ピンクリボン キッズ・ファミリープログラム」に参加しています。2009年も仙台会場にてハンドケア講習会などを実施しました。



<http://www.j-posh.com>

2. 地域への取り組み

ファンケル銀座スクエアでは、銀座通連会会の加盟企業とともに、銀座地区の舗道の清掃に2003年より毎年参加しています。(株)ファンケル美健 横浜工場では、事業所周辺の清掃活動を推進しています。また千葉工場では、毎月実施される流山工業団地協同組合のクリーンデーに参加し、団地周辺の清掃作業を実施しています。なお、工場見学も積極的に受け入れ、地域との交流を通じてファンケルの商品づくりに対するこだわりをご紹介します。



横浜工場の清掃作業



お客さまのために、ファンケルができること

常にお客さまの声に耳を傾け、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「お客さま」

世界の人々がよろこびと満足のある豊かな生活文化を実現できるように、お客さま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。

「使い続けていただける」商品の提供

絶えざる品質向上と高品質の維持に努め、お客さま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持って取り組み、お客さま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、常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。

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。

品質保証に関する基本方針と行動施策は、社長を議長とし、全社関係部門の代表者により構成される「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、審議・決定され、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」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」において、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

改善事例：商品印字ミスについて

製造途中の活字調整にて賞味期限の印字ミスが発生し、出荷後の商品4件をすべて回収しました。再発防止策として、活字調整後の確認をダブルチェック手順に改善しました。

化粧品の安全性評価基準

化粧品 FSS (FANCL SAFETY STANDARD)

ファンケルは、防腐剤などの添加物はもとより、肌にストレスを与える成分は一切使わないという姿勢を徹底しています。さらに原料レベル・製品レベルでの安全性試験を実施する厳しい独自基準「FSS」を設定しています。

これは、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。

やさしさの基準



FSSとは、敏感肌の方にも負担なくご使用いただけるようにファンケルが設定した「安心・安全・やさしさの基準」です。



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

健康食品の安心のための取り組み

健康食品 FSQ (FANCL Standard of Quality)

お客様に、安心してサプリメントを摂り続けていただけるよう、「安全」と「信頼」をお約束するファンケル健康食品の安心品質「FSQ」を設定しています。業界で初めて原料の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安心のための一貫体制を整え、あらゆる工程に厳しく目を光らせた、機能や価格だけではない「信頼」と「満足」の証です。

健康食品の安心品質



FANCL Standard of Quality



<http://www.fancl.co.jp/kodawari/healthy/index.html>

お客様の目委員会 / 社員の目委員会

現場の声を直接取り入れることで、より良い商品・サービスの提供に努めています。

「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様により構成され、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・お客様センターの電話対応や、店舗での接客対応を中心に評価・ご意見をいただいています。8期目となった2009年度は、307名の委員の方にご協力いただきました。

また、2009年度から新たに「社員の目委員会」活動を開始

しました。新商品やサービスの企画内容を、現場に近い社員がお客様視点で徹底的にチェックすることにより、より良い商品とサービスが提供できるよう努めています。



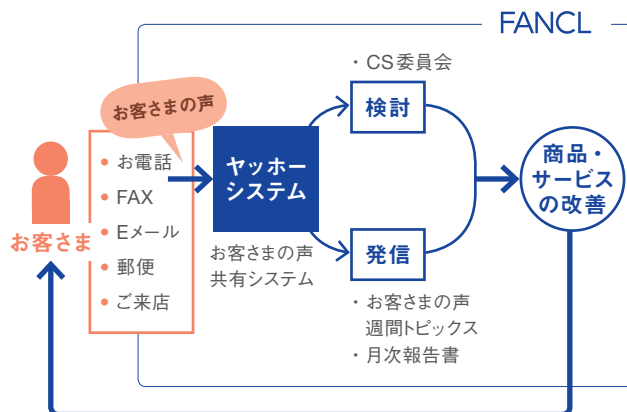
お客様の目委員会「ご意見の会」

ヤッホーシステムによるお客様の声の一元管理

「声の見える化」により、お客様の声に徹底的にこだわります。

お客様の声
36万件

「ヤッホーシステム」とは、各窓口や店舗から寄せられるお客様一人ひとりの声を社内でも共有し、スピーディーに商品・サービスに反映するための仕組みです。各チャネルを通じて寄せられたお客様の声は、社内イントラネットを通じて翌日には全従業員が閲覧可能となります。共有化されたお客様の声は、社長主催で行われるCS委員会で検討されます。ご意見・ご要望からお叱り、お褒めの言葉まで、お寄せいただく声は多岐にわたり、2009年度は360,364件のお客様の声をいただきました。



商品パッケージのこだわり

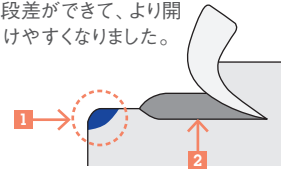
誰にでも開けやすく、使いやすいパッケージを採用しています。

ファンケルでは、毎日心地良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パッケージを採用しています。

お客さま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簡単に開封できる」「使いやすい」など、独自の工夫を行っています。



- 1 封を開けた後も、切り口の角が丸くなるよう安全に配慮しました。
- 2 段差ができて、より開けやすくなりました。



一部商品は異なる場合がございます。

わかりやすさと使いやすさの徹底追求

ファンケルを使用したことがないお客さまが、初めて商品を注文し、商品を受け取り、使用するまでに、何を考え、どう行動するかを観察する「ユニバーサルデザイン調査」を実施しています。お客さまの不満や不便などのマイナスポイントを徹底的に洗い出し、よりお客さまの思考と行動に合わせた「わかりやすさ」と「使いやすさ」を追求した商品・説明書づくりを行いました。

一般的なアンケート調査などではわからない細かい点、たとえば「フレッシュシール」の位置や貼り方などのマイナスポイントまで見つけ、改善に結びつけます。

お客さまにファンケルを好きになっていただくためにも、今後もさまざまな方法でお客さまのわかりやすさや使いやすさを追求していきます。



今までは、パンフレットに同梱されていたフレッシュシールを見つけられないお客さまがいらしたので、箱のフタ部分に接着し、見つけやすくなりました。

ご相談窓口の充実

安心して商品・サービスをご利用いただくための、各種ご相談窓口を設置しています。

相談件数
272,000件

「美容相談室」「サプリメント相談室」では美容と健康に関するさまざまなお悩みやご質問に専門のスタッフが対応しており、

2009年度に美容相談室では82,000件、サプリメント相談室では190,000件のご相談をいただきました。また、一人ひとりのお客さまに合ったアドバイスができるよう、お手紙やお電話などによるアフターフォローも徹底しています。

さらに「サプリメント相談室」では、サプリメントと薬の飲み合わせについてのご相談サービスを行っています。国内で販売

されているすべての医薬品とファンケルのサプリメントとの飲み合わせをお調べし、お客さまへご案内しています。

また、お客さま対応の品質向上を目指して数々のコンクールに参加し、優秀な成績を収めています。

2009年度NTT主催の電話対応コンクールでは、神奈川県代表として美容相談室のオペレーターが全国大会へ出場しました。



サプリメント相談室
西田 悦子

ファンケル30周年記念キャンペーン

プレゼントやイベントなど、さまざまな形で感謝の気持ちをお届けしました。

1. 30周年特別デザインの配送箱でお届け

いつも変わらぬご愛顧への感謝の気持ちと、末永いお客さまとの絆を願い、通信販売ではリボンのデザインで配送箱で商品をお届けしました。



2. オリジナル食器シリーズ「Love to your table」プレゼント

日々の食事を一層楽しくする、オリジナルデザインの食器のプレゼントキャンペーンを実施しました。



情報セキュリティ対策

お客様の大切な情報を守るため、セキュリティを強化しています。

ファンケルの取り組み

会社（情報保護）		お客さま（個人情報保護）	
監視	<ul style="list-style-type: none"> 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 ウェブ閲覧制御の実施と閲覧ログの取得 	インフラ	<ul style="list-style-type: none"> ファイルサーバの統合と通信インフラ整備 外部記憶媒体へのデータ保存の許可制 アクティブディレクトリの構築
認証	<ul style="list-style-type: none"> 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） 	その他	<ul style="list-style-type: none"> 全従業員への個人情報保護教育の実施 パソコン使用規定の策定と講習会の実施
		注文ハガキ ／ FAX 注文書	<ul style="list-style-type: none"> 「お客さま番号」の印字（名前や住所が未記入でも注文が可能）

ファンケル健康院の取り組み

お客さまからお預かりした大切な健康に関する情報をお守りするため、2010年3月に、ISO/IEC 27001:2005 (ISMS国際規格)の認証取得をしました。

登録範囲

健康相談の提供及び栄養補助食品の販売に関する情報セキュリティマネジメント

ISO/IEC 27001:2005とは、情報セキュリティマネジメントシステムの規格です。



店舗カウンセリングフェア

32万人を超えるお客さまにカウンセリングを行いました。

カウンセリング体験 32万人

ファンケルは「無添加の効能・効果をお客さまにもっと感じていただきたい」という想いから、2009年4月から2010年3月まで、全国のファンケルショップでカウンセリングフェアを開催しました。直営店舗ならではの、お客さまとの密なコミュニケーションというメリットを活かし、カウンセリングを日常的なサービスとして定着させていく考えです。四季ごとに計4回行われたフェア期間中に、のべ325,000人のお客さまに当社のカウンセリングを体験していただきました。



3. 30周年記念限定アイテム

『洗顔パウダー』や『マイルドクレンジングオイル』などの代表的な商品を、限定デザインで販売しました。



4. お客さまとファンケルの感動エピソード

お客さまとファンケルとの思い出、うれしかったこと、楽しかったことなど、心あたたまる感動のエピソードの応募総数は『781』作品。大賞を受賞された方に、10万円分のギフト券を贈呈しました。



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。

開かれた株主総会

3,206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」を目指して集中日での開催を避け、株主さまが出席しやすい土・日曜日に開催しています。横浜アリーナで開催された2009年度の株主総会は3,206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430名を超える従業員がお迎えました。

株主総会を通じて、株主さまに当社グループの商品・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思いから、各事業活動の紹介や商品のデモンストレーションを行ったほか、特別販売や洗顔パウダーの泡立て体験など、新たな企画も試みました。

そのほか、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を凝らしました。



株主総会担当者の声

多くの株主さま、お客さまに支えられ歩んできた1年間の区切りになります。全従業員が一丸となり、昨年よりも今年、今年よりも来年と、年を追うごとに、ご来場いただける株主さまが増えることを願いながら作り上げました。

管理本部 総務部 購買グループ 佐々木 久美子(中央)

ファンケルの株主総会は規模も大きく、株主総会と懇親会の運営をしていく上で、総務部のメンバーだけでは、どうしても力が足りません。今回、ブース責任者や各担当者には、沢山のお力添えとご協力をいただき、本当に感謝しております。

管理本部 総務部 購買グループ 菊地 祥子(右)

懇親会準備にあたり、「ファンケルの株主になって良かった」「ファンケルの株主総会に来て良かった」「ファンケルの懇親会は楽しく従業員と交流ができた」と株主さまに思っただけのように、基本理念が隅々まで行き届けば、また、来年もご来場いただけるとの思いで、取り組みました。

管理本部 総務部 総務グループ 前田 喜代子(左)



懇親会 企画ミーティング

株主さまから始まった寄付活動

690名さまにご賛同いただき、120万円を寄付しました。

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一律3,000円相当の株主優待制度を導入しています。

この株主優待制度は3コースの中から選べ、そのひとつとして寄付コースもご用意しています。1口1,500円から寄付が行えるこのコースには、全国690名の株主さまにご賛同いただき、1,209,000円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.15参照)」へ、2009年12月に行われた毎年恒例のファンケルとの交流会の際、日浦美智江理事長(当時)に贈呈しました。社会福祉への寄付活動は2006年に株主さまから始まり、2007年に従業員による「もっと何かできるはず基金(P.16参照)」、

2008年にお客さまからの「寄付ポイント(P.17参照)」へと広がっています。

ファンケルは今後も株主さまのご満足をより高める株主優待を実施していきます。



ここにも注目!

1. ホームページを通じたIR情報の開示

ファンケルでは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、株主・投資家の皆さまに情報開示を行っています。ホームページでは月次売上高情報や、数値の根拠も明示した詳細な決算資料を開示しています。また、ビジュアルを多用して見やすく、使いやすい構成とし、個人投資家の皆さまの関心の高い項目を一度に見ることができる個人投資家さま専用のページを開示しています。

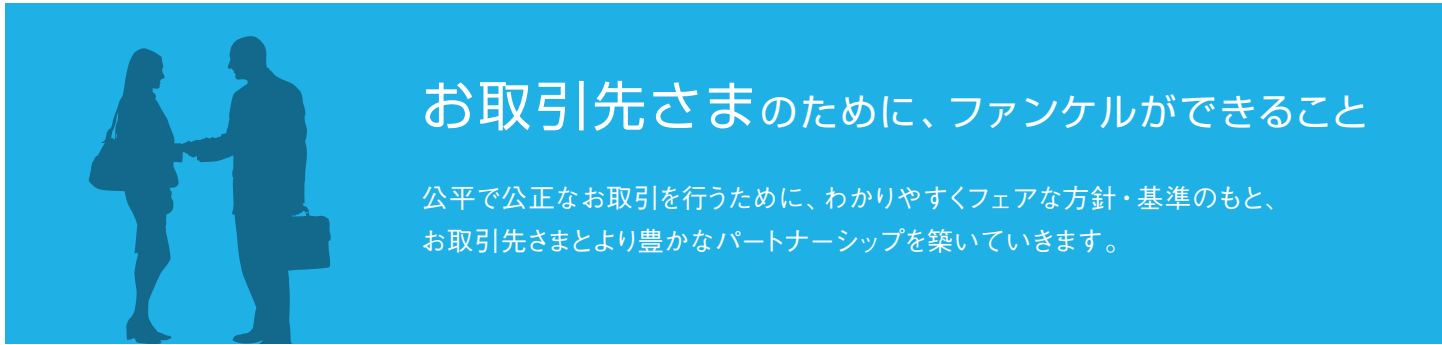


<http://www.fancl.co.jp/corporate/ir/index.html>

2. ニュースレターを通じたコミュニケーション

ファンケルは、マスコミ、メディア関係の皆さまに対して、当社の現状をより深くご理解いただくこと、身近に感じていただけることを目指して、ファンケルをさまざまな視点から掘り下げて紹介するニュースレターを定期的に発行しています。ご覧いただく方に「ファンケルのファンになっていた」ことを目標とし、商品開発者のこだわりを掲載したり、社会貢献活動など多岐にわたって紹介しています。これまでに20号を発行し、ウェブサイトからもご覧いただけます。マスコミ関係の方はもちろん、お取引先さまからも、よりファンケルに対しての理解が深まったと好評です。





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

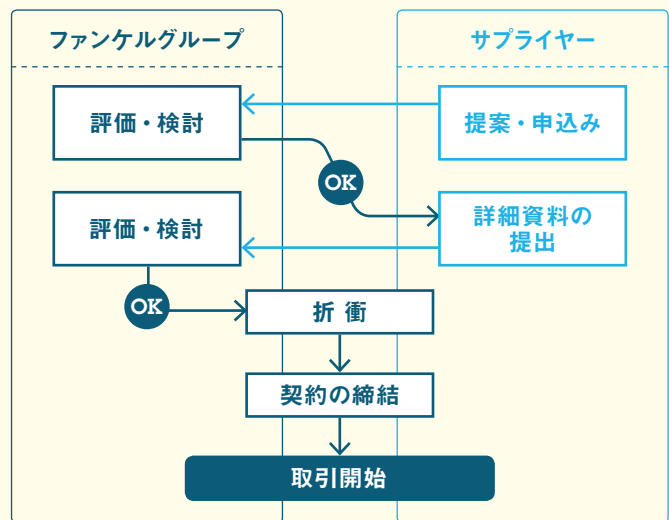
【お取引先さまに求めるポテンシャル】

- 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



購買担当者の声

お取引先さまとの理想的な関係は、お互いを尊重し、切磋琢磨しながら成長し、共存共栄関係を維持することであると考えます。

そのため、取引条件に関する交渉、要求、各種調整の場において、お取引先さまにとってお困りのことがある場合には、私たち、購買担当者へ遠慮なくご相談、お申し付けください。各種取引における専門知識を有したメンバーが、関係部署との社内調整をはじめ、スムーズなお取引の実現に向けて、お取引先さまをサポートさせていただきます。

また、今後は一層の環境負荷低減を目的として、お取引先さまのご協力をいただきながら、積極的なグリーン調達を推進してまいりたいと考えております。



管理本部 総務部 購買グループ
小峰 雄平

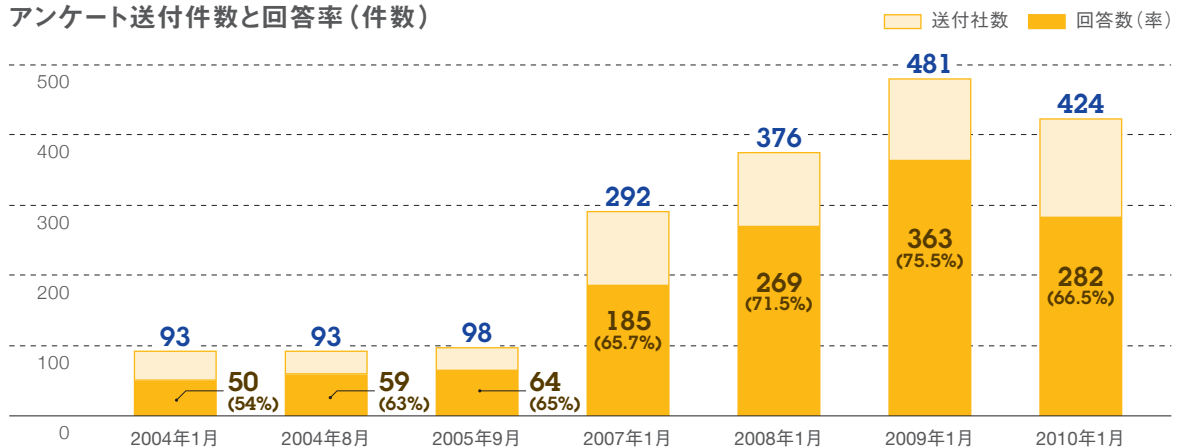
お取引先さまへ取引状況のアンケートを実施

282社からご回答をいただきました。

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として、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および下請法などの法令、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を通じて毎年モニタリングしています。アンケートは2004年に開始しており、7回目となる2010年は424社のお取引先さまにアンケートを送付し、約66%に当たる282社の

お取引先さまから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は、守秘を前提に社長自ら直接報告を受け、改善が必要な問題点などは、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。

アンケート送付件数と回答率（件数）



お取引先さまとの共同開発

携帯型美容ツール『美肌鑑定』を発売しました。

2009年11月、ファンケルは株式会社バンダイさまとの共同開発により、女性が楽しみながら素肌美を目指す携帯型美容ツール『美肌鑑定』を発売しました。

『美肌鑑定』は、肌状態・日常生活・心理状態などの設問に回答した上で、肌の水分量を測定し、肌状態の査定値＝「肌値（はだね）※」を算出します。スキンケアに本格的に取り組み始める20代の女性をターゲットに、無添加化粧品の研究で培った美肌づくりのノウハウを持つ当社と、玩具などを通じ夢や感動を提供する株式会社バンダイさまとの共同で企画・開発しました。

さらに、商品デザインやパッケージの開発には、横浜市にキャンパスがあるフェリス学院大学の学生の皆さまにご協

力いただき、毎日持ち歩きたいデザイン、思わず手に取りたくなるようなパッケージを約半年間かけて制作しました。

※「美肌鑑定」オリジナルの単位。





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

会社は常に「顧客の創造と維持」を行っていかねばなりません。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はなく「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。

多様な人材(ダイバーシティ)の尊重

誰もが働きやすい職場づくりを目指しています。

男性育児休業者

家族との絆を大切にしたい気持ちを応援したくて、2007年から「配偶者出産支援休暇(P.27参照)」を新設。この休暇を足掛かりとして、男性の育児休業取得促進を目指しています。

現在までに配偶者出産支援休暇は35名、育児休業は3名の男性従業員が利用しています。



事業・商品戦略本部 サプリメント事業部
商品企画第二グループ
岡島 大源太

定年後再雇用

ファンケルで定年退職者を再雇用し、ベテランならではの知見の活用、働きがいを提供しています。現在15名のシニアが働いています。



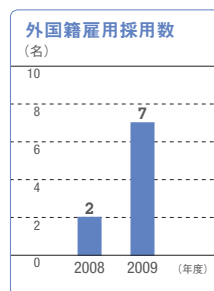
管理本部 総務部
購買グループ
大山 睦夫

外国籍雇用

より良い商品・サービスの提供のために、優秀な人材は国籍を問わず採用しています。現在16名の外国籍従業員が働いています。



海外営業推進部
海外企画グループ
ギョーム リウ

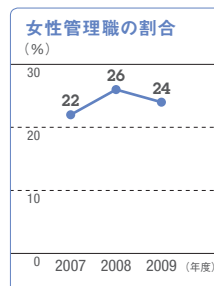


管理職登用

ファンケルでは性別の垣根なく管理職への登用を行っています。現在、女性管理職の占める割合は24%となっています。



総合研究所 健康食品研究所長
梶原 伸子(左)
総合研究所 安全性・品質研究センター長
松熊 祥子(右)



ワークライフバランスの実現

いきいきと働き続けるための職場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、2006年2月には「働く女性プロジェクト」を発足させ、出産後も就業が継続できるように、産休や育休をはじめ、配偶者出産支援休暇や子どもの看護休暇など、さまざまな育児支援制度を整えました。今後は育児のみならず、ワークライフバランスの視点からも多くの課題に積極的に取り組んでいきます。

「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。



ファンケルグループで利用できる育児支援制度と利用状況

産休(産前産後休業) 取得者45人*	・産前6週間、産後8週間。	職場復帰プログラム	・育児休業からの復帰前に、インターネットを通じたオンライン講座などへの参加を支援。費用は会社が全額負担。
育休(育児休業) 取得者48人*	・1歳に達するまでの子どもを養育するための休暇制度。 ・1歳を超えても必要と認められるケースは、最長6ヵ月間の延長が可能。		
配偶者出産支援休暇 取得者12人	・配偶者が出産・育児にかかわれるよう、2007年に新設。 ・配偶者の出産後3ヵ月以内に、最高5日まで取得可能。	よいこ手当	・従業員の子ども1人につき毎月10,000円の手当を支給(19歳の誕生日まで)。
子供の看護休暇 取得者13人	・小学校修了までの子どもが怪我や病気をした際に取得可能。 ・申請により、年間8日まで取得可能。	よいこネット	・2007年に開設した出産・育児に関するファンケルグループ従業員向け情報サイト。産休・育休中の従業員も閲覧可能。
育児短時間勤務 取得者54人	・小学校修了までの子どもの養育のために短時間勤務が可能。 ・勤務時間は9時～16時30分、または9時30分～17時の6時間30分。		

※ 2009年度の産休・育休取得率は100%でした。

ノー残業デー

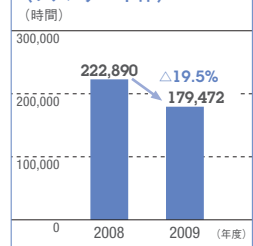
ファンケルでは、毎週水曜日と金曜日を「ノー残業デー」としてしています。定時後の時間は、家族と過ごしたり、資格取得に取り組むなど、従業員それぞれが有意義に使う一方で、定期的に「自己革新セミナー(P.28参照)」を開催するなど、会社としても効果的な利用を支援しています。なお、2009年度の残業時間を前年度と比較した結果、19.5%の減少となり、着実な軽減に結びつきました。



各部署を巡回し、状況を把握しながらノー残業を推進しています。

人事部 松ヶ谷 明子

残業時間の推移 (ファンケル単体)



社会貢献休暇制度の推進

ファンケルでは年次有給休暇とは別に、社会貢献のための特別有給休暇を取得することができます。従業員の社会貢献活動への参加を推進するとともに、新たな経験を業務につなげるためにこの制度を導入しました。

従業員の声

ボランティアの行動範囲を広げ、継続的な活動につなげられる素晴らしい制度に感謝しています。

管理本部 総務部 CSRグループ 月 奈緒美



人材育成

一人ひとりが働きがいを感じ、能力を発揮できる制度を充実させています。

ビジネスの芽見つけようプログラム

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。2009年度はこの制度を、従業員がよりチャレンジしやすい制度とするため、「ビジネスの芽見つけようプログラム」へと発展させました。

2010年春より「ビジネスの芽」プランの募集を開始し、従業員から100件を超えるプランが集まりました。従業員のチャレンジ精神を引き出すだけでなく、会社全体で「ビジネスの芽」を大きく育てる企業風土と仕組みづくりに取り組んでいます。



社内限定サイト「ビジネスの芽見つけようプログラム」

自己革新セミナー

各界の著名人を講師に招き、自己革新セミナーを開催。従業員が参加しやすい「ノー残業デー（P.27参照）」の水曜日や金曜日を中心に、2004年度から、のべ69回のセミナーを開催し、幅広い知識や教養を身につけています。

2009年度は計7回のセミナーを実施

- 食で変わる心と身体
- 起業への理念と創業時の秘話。
業界の常識にとられない出店形態
- 次世代の事業戦略
- ゴルフの魅力・プロとしての心構え
- 世界の飢餓とWFP国連世界食糧計画
- 中国市場のマーケティングと戦略
- 新しい表現様式による朗読ミュージカル

ビジネススクールへの通学支援

ファンケルでは、従業員の早稲田大学ビジネススクールへの通学、およびMBA（経営管理修士）の取得を支援しています。この制度は人材育成に加え、従業員が高度な知識・見解を習得して業務に活かすことにより、お客さまへの貢献を高めることを目的としています。2009年度からスタートして、現在は5名が通常業務と平行して通学しています。学費負担に加えて、定時前の退社を認めるなど、周囲の従業員も協力し会社としてチャレンジ風土の醸成も目指しています。



ダイレクト・マーケティング戦略系モジュール 演習

新入社員研修

ファンケルはお客さま視点を徹底するために、ユニークな新入社員研修を行っています。2010年はテーマを「体感」とし、高齢者疑似体験装置をつけて「不」を体感する研修や障がい者施設の訪問、消防署での普通救命講習（心肺蘇生法やAEDなどの使用実習）、「ヨコハマ・ワールド・ウォーク」など、五感で感じるとともに実践的に動く研修を行いました。これらの集合研修の後は、ご相談窓口や店舗に配属され、お客さまの生のお声を聞き、「お客さま第一主義」のファンケルの従業員としての基盤づくりをします。



ヨコハマ・ワールド・ウォークでの研修

5S活動の励行

業務の効率化のために、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する迅速な対応の実現、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などの推進のために、これらの5S活動に取り組んでいます。

整理

必要なものと不要なものを分け、不要なものを捨てる。

整頓

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。

清掃

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。

清潔

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。

しつけ

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。

ファンケルスマイル

障がいのある方の自立を支援し、10周年を迎えました。

設立 10周年

(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月に設立されました。「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」を理念として、設立3年目で黒字化を達成し、2009年には設立10周年を迎え、10年の永年勤続者も10名になりました。現在は39名が働いており、今後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。



古紙回収・処理業務

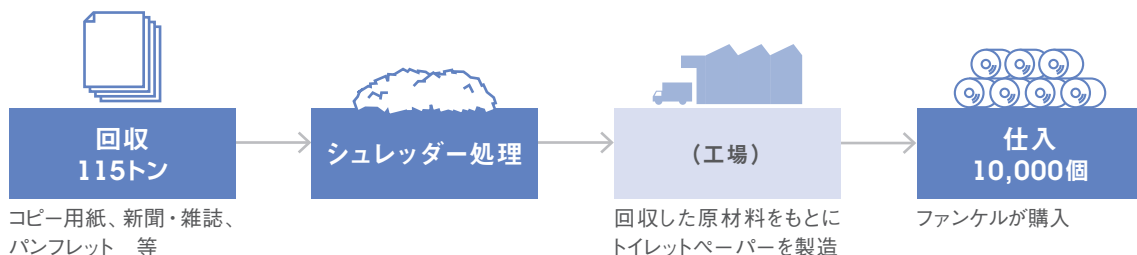
再生処理 115トン

グループ内の重要書類やお客さま情報などに関する廃棄処理業務は、毎日、ファンケルスマイルの従業員がビル内回収を行い、社内の「大型シュレッダー」で処理しています。シュレッダーにかけられた紙は、製紙会社にてトイレtpーパーに再生。それをさらにファンケルで買い取ることで循環型リサイクルを実現しています。2009年度は年間115トンの紙ゴミが再生処理されました。



シュレッダー担当者 村山 友則 北山 雄
花村 圭大 田邊 綾子

古紙回収・処理 トイレtpーパー再生の流れ





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、販売に至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、更に環境保全に対する教育・訓練を受け、意識の向上を図ります。

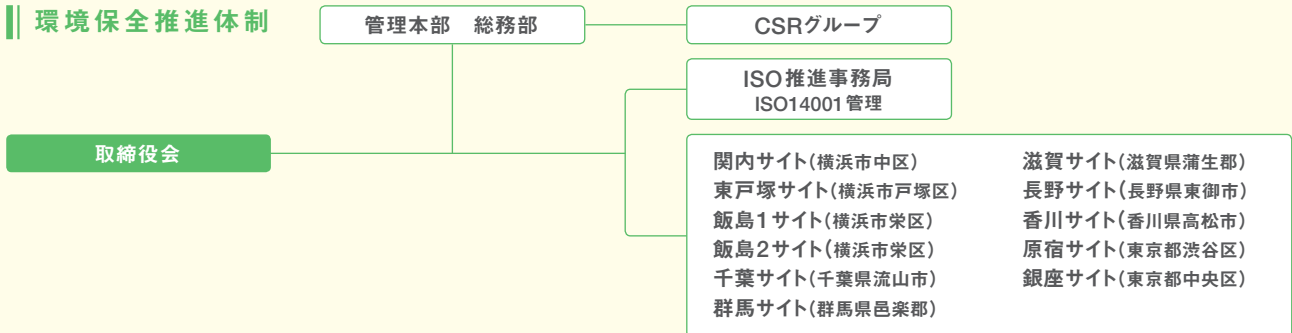
5. 環境マネジメントシステムの維持

- (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



※2010年5月現在

エコプロダクツ2009に出展

日本最大級の環境展示会「エコプロダクツ2009」に初出展しました。

2009年12月、ファンケルは環境にかかわるさまざまな企業・団体が一堂に集う展示会「エコプロダクツ2009」に初出展しました。出展ブースでは、「ファンケルの取り組むゴミ削減とCO₂削減」をテーマに、箱裏能書や『マイルドクレンジングオイル』の新旧容器の比較や「ECOチャレンジ(P.32参照)」の紹介などを行いました。ご来場者さまからはさまざまなお質問やご意見をいただき、あらためて環境への関心の高まりを実感しました。



商品・サービスにおける環境負荷低減

限りある資源を有効に活用した商品づくりを心がけています。

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／55.8% (292商品のうちの163商品で採用)

アテニア／95.9% (123商品のうちの118商品で採用)

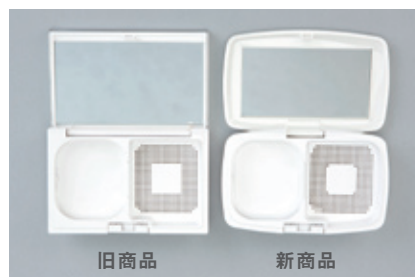
※箱入り商品の場合

- 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。



アテニア
クリア オイルクレンズ
〈エコパック〉+〈専用ボトル〉

レフィルごとボトルにセットするから、注ぎこみ不要で衛生的。使い切るとレフィルはペチャンコになり、ゴミを小さく捨てられます。



ファンケル
ファンデーションケース
旧商品と比較して、プラスチック量を約3/4に減らしたことで、使いやすさを維持しながら軽量化。

その他の取り組み (ファンケル化粧品)

商品名	改善ポイント
限定アイカラー、チークカラー、グロスルージュ	通販用化粧箱を簡易包装にし、チークカラーの包装のために使用する紙の量を通常仕様の約1/2に
限定ブライト&カラフルヴェール09	容器を紙箱にし、使用後に廃棄しやすいよう工夫
限定ビューティリップカラーズ	アフターユースとして、小物入れとして使用できるような容器に工夫
ソーウェイファンデーション〔レフィル(詰め替え用)〕	レフィルが入っている透明ケースを、強度を保ちつつプラスチック使用量を削減 密封包装フィルム・化粧箱の縮小化も合わせて実現
無添加アクネケア オイルコントロールパウダー	レフィルケースを別売りに。ケースを使い捨てせずに継続使用できるように工夫
無添加アクネケア 保湿ジェルAC 無添加アクネケア アクネケアエッセンス	化粧箱に箱裏能書を採用

青汁・発芽米のリサイクル

合計604トン
リサイクル

ファンケルが青汁の製造を委託している関連会社の(株)グリーンヒルでは、地元農家が栽培するケールを青汁に加工しています。2007年度より原料のケールの搾りかすを家畜の餌として再利用し、地元の酪農家に供給する取り組みを行っています。2009年度は、搾りかす421トンの51%に当たる約213トンを飼料、208トンの49%を堆肥として利用しています。

また、(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(くず米)や糠などを、養鶏場の飼料や肥料などにリサイクルしています。2009年度は、精米前の玄米から抽出された選別品を、鶏のエサや肥料などに119トン、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64トン、合計183トン、リサイクルしました。

お取引先さまのご協力で制服のリサイクルが実現

2007年度より直営店舗のスタッフの制服は、再生ポリエステルを素材としています。使用しなくなった制服は、帝人ファイバー株式会社さまの繊維リサイクル工場を経て、環境省から産業廃棄物の「広域認定書」を取得しているオンワード商事

株式会社さまのケミカルリサイクルシステムを活用し元のポリエステル素材に戻し、制服として再利用しています。両社のご協力により循環型社会の実現に貢献しています。

環境に配慮した通信販売カタログの制作

紙使用率
41%削減

通信販売カタログ『ESPOIR』^{エスポワール}『元気生活』については、FSC*森林認証用紙の使用や、インクに大豆インクを使用するなど、環境に配慮したカタログ制作を行っています。

『ESPOIR』は、2009年8月号より、送付用封筒の厚さ・使用色数を見直し、削減。また『元気生活』は、2009年5月号より用紙斤量を見直し、用紙使用率を前年度に比べて41%（月平均）削減しました。

* Forest Stewardship Council: 森林管理協議会



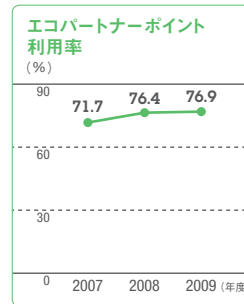
お客さまと行う環境負荷低減

お客さまにご理解いただき、ともにECO活動を進めています。

エコパートナーポイント

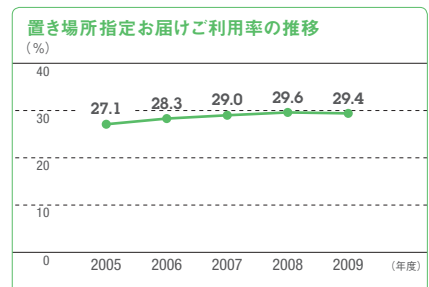
紙バッグ
約500万枚削減

ファンケル各店舗では、2004年度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76.9%、年間で約500万枚の紙バッグを削減しました。



置き場所指定お届け

ご指定の置き場所へ在宅・不在にかかわらず受領印不要で商品をお届けするのが「置き場所指定お届け」です。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、再配達による余分なCO₂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際の配達回数は平均1.7回、CO₂排出量は年間で約2,388トンです。これからも「置き場所指定お届け」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、CO₂排出量をできるかぎり減らしていきます。

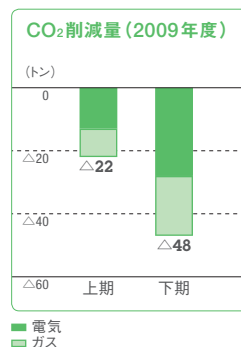


ECOチャレンジで地球環境に貢献

ECOの新常識を目指して、家庭でのCO₂削減活動に褒賞金を支給しています。

CO₂削減
約70トン

ファンケルでは2008年7月から、家庭でのCO₂削減を目指す試みである「ECOチャレンジ」を実施しています。6ヵ月を1クールとし、自宅の電気代・ガス代をもとに定めた使用料金が前年同期間合計を下回れば褒賞金を支給するというルールです。2009年度は2,064人の従業員が参加し、のべ336名がクリア。年間で約70トンのCO₂を削減しました。上位1位から3位の家庭には、それぞれ社長からの表彰が行われました。



オフィス・工場における環境負荷低減

3,600人が、さまざまなECO活動を推進しています。

ファンケルECOプラン

CO₂削減
1,105トン

ファンケルグループは2008年7月から、国内12社の全従業員約3,600人が取り組む環境活動「ファンケルECOプラン」をスタートさせています。このプランにもとづき、オフィス・工場のCO₂排出量削減に向けたさまざまな取り組みが行われています。

また、2008年度より役員報酬に「環境指標」を導入。取締役と執行役員を対象に、それぞれが勤務するオフィスのCO₂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%カットするというものです。今後も、ファンケルグループは全従業員の継続的な取り組みにより、CO₂排出量の削減を目指していきます。

ファンケルグループCO₂排出削減量 2009年度実績

	実績(トン)	前年度比(%)	削減量(トン)
オフィス	1,757	90.4	△186
工場	8,638	90.4	△919
合計	10,396	90.4	△1,105

※データは小数点以下を四捨五入した数字です。
※CO₂換算係数を0.339で計算。

主な取り組み

オフィス

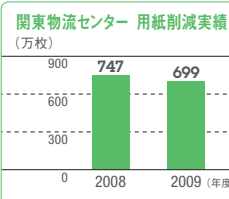
- ・エアコンの設定温度の調整、使用時間の短縮
- ・ペーパーレス会議の導入
- ・ノー残業デーの徹底 等

工場

- ・石油・電気・ガス・灯油などの燃料の削減
- ・原料調達の見直し 等

物流におけるペーパーレス化の推進

ファンケル関東物流センターでは、ペーパーレス化に取り組んでいます。2009年度では699万枚、28トンの用紙削減を達成しました。これにより、113トン分のCO₂排出量を削減しました。



FANCL スマイルフォレスト

ファンケルでは、横浜市の水源地のひとつである道志川(山梨県)の水源地、山梨県南都留郡道志村にある水源かん養林「道志の森」の整備に取り組み、健康な森をつくることを目的として横浜市水道局とともに水源エコプロジェクトを推進しています。整備する森を、笑顔あふれる世界をつくりたいというファンケルの願いを込めて、「FANCL スマイルフォレスト」と名づけました。

また2010年3月には、本プロジェクトをはじめとした当社の支援に対して、林文字横浜市長とファンケル会長の宮島が、今後もお互い協力し合い、横浜市を活性化していくという決意を表明しました。



Y(ヨコハマ) —グリーンパートナー

ファンケルグループは2007年度より、横浜市環境対策「横浜市風力発電事業」に協賛。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、この自然エネルギーでまかなわれています。

横浜市風力発電事業



<http://www.city.yokohama.jp/me/kankyoku/ondan/furyoku/list/>

環境会計

2009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・ニコスタービューテック(株)・(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、2009年4月から2010年3月までの期間です。係数換算データは、エネルギー庁および、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)			
分類	主な取り組みの内容	投資額(百万円)	費用額(百万円)
1. 事業エリア内コスト		20	112
内訳	1-1 公害防止コスト	大気汚染防止 水質汚染防止	21
	1-2 地球環境保全コスト	省エネルギー対策	17
	1-3 資源循環コスト	廃棄処分 リサイクル	75
2. 上・下流コスト	環境対応製品 生産設備投資 環境関連販促活動		33
3. 管理活動コスト	ISO取得・維持 環境広報 事業内緑化		40
4. 研究開発コスト	環境対応研究開発		3
5. 社会活動コスト	事業外環境美化活動		1
6. 環境損傷対応コスト			—
合計		20	190

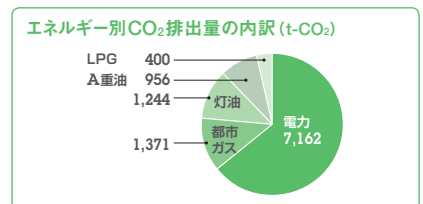
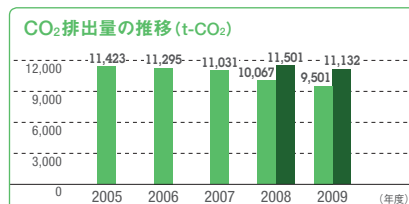
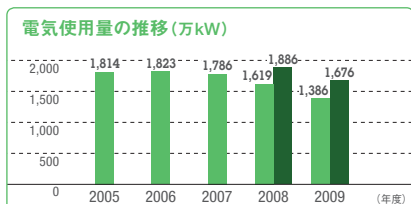
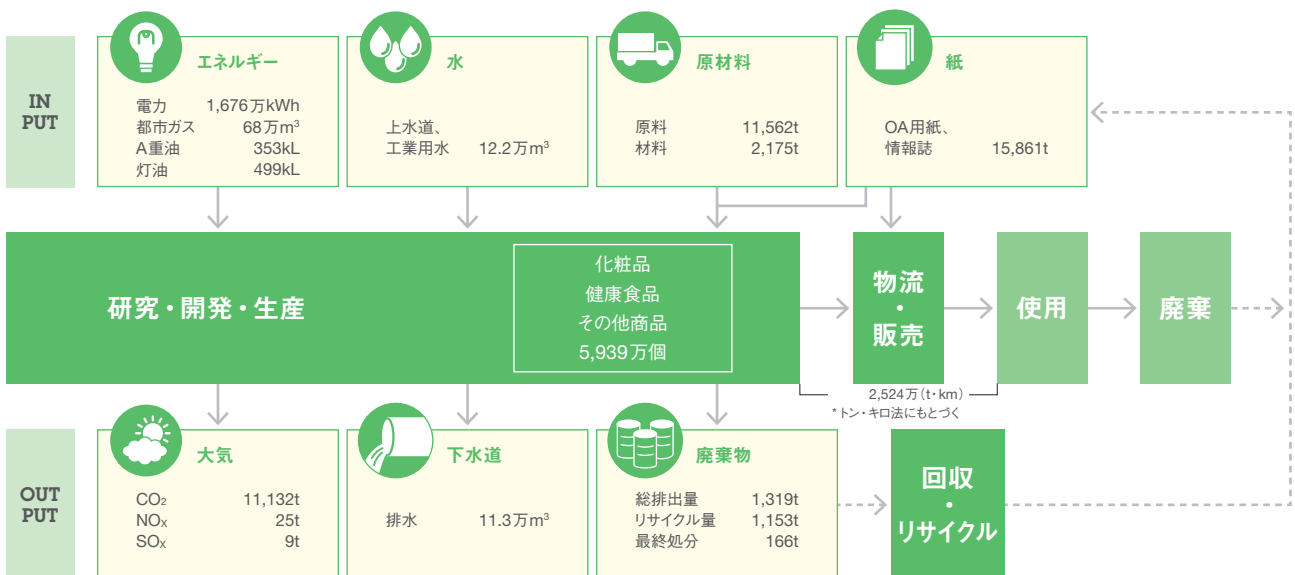
環境保全対策に伴う経済効果(実質的効果)		
効果の内容	金額(百万円)	
収益	主たる事業活動で生じた廃棄物の リサイクルまたは使用済み製品等の リサイクルによる事業収入	2
費用削減	省エネルギーによるエネルギー費の節減額など	171
合計		173

環境保全効果			
環境保全効果の分類	環境パフォーマンス指標(単位)	2009年度	
事業活動に投入する 資源に関する 環境保全効果	総エネルギー投入量(GJ)	236,523	
	種類別 電気(GJ)	167,120	
	ガス(GJ)	30,553	
	プロパンガス(GJ) 1m³=2.0747kg	6,725	
	A重油(GJ)	13,798	
	灯油(GJ)	18,328	
	循環資源投入量(t)	1.1	
	水資源投入量(m³)	121,748	
	事業活動から排出する 環境負荷および 廃棄物に関する 環境保全効果	温室効果ガス排出量(t-CO₂)	11,132
		種類別 電気(t-CO₂)	7,162
ガス(t-CO₂)		1,371	
プロパンガス(t-CO₂)		400	
A重油(t-CO₂)		956	
灯油(t-CO₂)		1,244	
廃棄物等総排出量(t)		1,319	
廃棄物最終処分量(t)		166	
総排水量(m³)		112,514	
水質 BOD(mg/l)		534	
水質 COD(mg/l)		395	
水質 SS(mg/l)		10	
NOx排出量(t)		25	
SOx排出量(t)		9	
事業活動から産出する財・ サービスに関する環境保全効果		使用時のエネルギー使用量(J)	13
		廃棄時の環境負荷物質排出量(t)	128
その他の環境保全効果		製品・資材等の輸送量(t・km) *トン・キロ法にもとづく	25,243,004



<http://www.fancl.co.jp/csr-so>

環境負荷全体像



※ 2008年12月に環境省で発表された「平成19年度の電気事業者別排出係数」を用いています。
 ※ 集計範囲:2008年度より銀座ビル、シャローネ(工場)、ニコスタービューテック(工場)を追加しました。

第三者の目から見た、ファンケルレポート2010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。

地球自体が健康でなければ美しい自然や動植物、そして私たち自身も存在しえません。私たちの普段の生活から事業活動に至るまで、どこに「不」があるのか。また、その解消を目指しているファンケルの姿は各方面の活動へと広がりを見せてきました。

まず、安心・安全へのこだわり、そして「やさしさ」がファンケルレポートの至るところに溢れているのが印象的です。やさしさにたどり着くまでには、多くの厳しい局面を乗り越える必要も時にはあります。厳しい管理のもと原料選定から開発・生産・販売まで、すべての工程を一貫体制にすることで、透明性に深みを増し、安心のためのお客さまの「不」の解消へと取り組んでいる姿が伺えます。

さらに、事業の柱としてシンプルを追求した結果「無添加」に至っていることは、安全や品質などの国際基準や自ら設けた基準により多角的に取り組んでいることから、研究を重ねこだわりぬいた現れだといえましょう。必要なことには徹底的に取り組み、現状を否定することで「もっと何かできるはず」という想いと実現への努力が感じられます。その結果がお客さまに届けたい「美」と「健康」のサービスへとつながっているのでしょう。

過去から現在、そして持続可能な経営を目指すためには、ステークホルダーへの満足度を向上させながら、環境・社会・経済の面でも取り組みのバランスが必要となってきます。

ファンケルができること、私たちにできることという視点が、組織としても従業員一人ひとりにとっても、さらに株主やお客さまにも寄付の受け入れ等、無理なく参加していただける窓口を設けることで、「もっと何かできるはず」という経営理念を具現化しています。

CSR（企業の社会的責任）が、すべての人にとっての社会的責任（SR）へと浸透する架け橋にもなっています。講座の開催や社会貢献活動についても、さまざまな分野にアプローチされ活発でありながら、寄付先や社員を動員した取り組みは一貫性があり、これらの活動には継続性が欠かせないものなので好印象だといえます。

加えて、昨年導入されている環境会計をはじめ、昨年度比での環境にかかわる数値化が随所でなされていることも評価できます。今後求める点としては、環境はもとより障がいのある方の自立支援、シニア雇用、女性管理職の割合なども含め、経年変化を継続的に示し、日本国内外での社会で求められている目標数値と照らし合わせ、ファンケル独自の見方で分析および目標設定や課題を掲げた上で取り組まれると効果的ではないでしょうか。

また、アジアを中心に世界で展開している企業として、製造面のみならず現地で働く人々や使用されるお客さまも多様化しています。その点では、国際的な基準を念頭に、各国での状況や課題等も今後紙面に反映される必要があるかもしれません。

「美しく健やかに」というテーマは人も地球も同じです。本物志向のライフスタイルや価値観を目指す世界中の人々に、本来の「美」につながるファンケルの価値観を示しながら活動することで、ブランド価値の成長へとつながり、世の中の「不」の解消が現在、さらに将来抱える可能性のある環境・社会問題の解消にも一役担うことを期待しております。



山口真奈美
(Manami Yamaguchi)

株式会社FEM 代表取締役

株式会社Control Union Japan 代表取締役

環境・CSR・認証などに関する研究・評価・教育および関連活動を手がける。Control Union（本部オランダ）は50カ国以上で展開する国際的な認証機関であり、オーガニックの農業や繊維、その他森林やフェアトレードなど分野は多岐にわたる。

経済学修士（環境経済学）・学術修士（環境科学）。

環境ビジネス総合研究所理事長。他NPO理事等を兼任。

 <http://www.f-em.jp/>
<http://controlunion.jp/>

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。“高機能・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持つ総合通信販売 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。
	9月	「次世代育成支援対策推進法」認定マーク(愛称:くるみん)を取得。
2009年	7月	エステ事業を展開する株式会社ノイエスを子会社化。
	8月	日本初のトータルヘルスケア施設「ファンケル健康院」を銀座2丁目に開院。

1982



1998



2010



会社概要 (2010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
714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

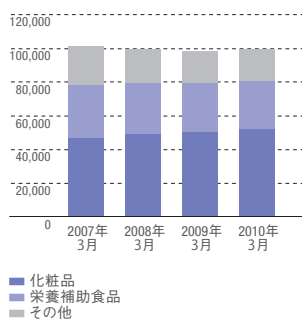
役員 (2010年6月19日現在)

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 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 執行役員 鶴崎 亨
取締役 飯田 順二
取締役 柳澤 昭弘
社外取締役 池田 憲人

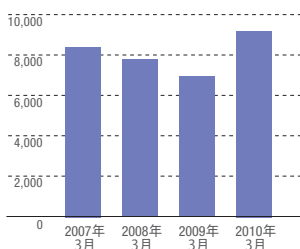
執行役員 炭田 康史
執行役員 重松 典宏
執行役員 保坂 嘉久
執行役員 西 由行
執行役員 矢崎 光子
監査役(常勤) 篠沢 利夫
社外監査役(常勤) 飛島 章
社外監査役(非常勤) 小関 勝紀
社外監査役(非常勤) 前田 正子

財務ハイライト(連結)

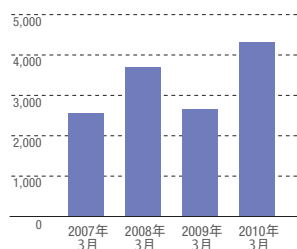
製品別売上高
(百万円)



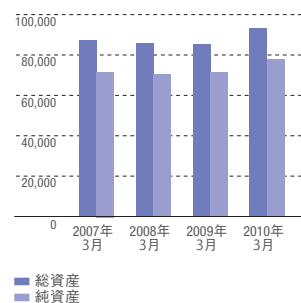
経常利益
(百万円)



当期純利益
(百万円)



総資産および純資産
(百万円)



このレポートに関するお問合せ先

株式会社ファンケル

〒244-0842 神奈川県横浜市栄区飯島町109-1
CSR推進事務局
TEL:045-890-1657 FAX:045-890-1610
csr_promote@fancl.co.jp

