

FANCL

正直品質。

ファンケルレポート2017



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推進室
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。

ファンケルの価値創造のあゆみ

不安を安心に、不満を満足に、不便を便利に、
ファンケルは世の中の「不」の解消を追求します。

【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。

1980年～

「不」の解消

1980年

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

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

添加物を一切使用しない、世界初の「無添加基礎化粧品」を販売開始



1985年

「有料だからこそ、使っていただくことができる」という発想で、無料が当たり前だったサンプルを「お試しセット」として販売開始



1989年

高品質・低価格・ハイセンスをコンセプトにした「アテニア化粧品」を販売開始



1990年～

1992年

自宅の郵便受けに配達できる「ポストサイズ」の輸送箱を導入



1993年

日本で初めての無添加メイクシリーズ「ベルメール」を販売開始



1994年

健康食品(フード・サプリメント)の通信販売を開始 価格破壊に挑戦



1995年

化粧品の量産化による低コスト化やサービス制度の見直しにより、大々的な製品の値下げを実現

1995年

静岡市に「ファンケルハウス」1号店を出店し、直営店舗展開を開始

1996年

開封後でも無期限で返品・交換を承る「無期限返品・交換サービス」を開始

1996年

女性従業員が子育てをしながら働き続けられるよう「ファンケル保育園」を企業内に開園(2004年に閉園)

1997年

インターネットサイトで注文受付を開始

1997年

指定された置き場所に、在宅・不在にかかわらず、受領印不要で製品を届ける「置き場所指定お届け」サービスを開始



1999年

白米よりも栄養価が高く、簡単に炊くことができる「ファンケル発芽玄米(ウェットタイプ)」を販売開始



2000年～

2000年

通信販売で「ファンケルポイントアップサービス」を開始

2000年

“おいしく”“低価格”で“毎日気軽に購入できる”「ファンケル青汁」をコンビニエンスストアで販売開始



2012年

化粧品事業のブランドを刷新。年齢、肌悩み別のスキンケア6ラインほかを販売開始

2015年

「機能的表示食品」制度を活用し「えんきん」「健脂サポート」「計圧サポート」を販売開始



2015年

独自技術「角層バイオマーカー」を活用した、パーソナル美容液「スキンスリューション」を販売開始



2016年

予防医療事業の一環として企業や団体の従業員の健康管理を行う「ファンケル健康増進プログラム」の展開開始



2016年

60代以降のマチュア世代向け化粧品「ビューティブーク」を販売開始



目次

ファンケルの価値創造のあゆみ	01
トップメッセージ	02
「正直品質。」を通じた価値創造	04
中期経営計画(2015～2017年度)	06
2017年度計画	07
事業戦略	08
研究・企画	10
製造	12
販売	14
環境活動	16
事業を支える人材	18
社会とのつながり	20
ガバナンス	22
Webサイトのご案内	24
会社概要/役員/グループ会社一覧/編集方針	25

将来の見通しに関する記述についての注意

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、さまざま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。



1982年、一週間使い切り5mLボトルからスタート。
これからは「無添加化粧品」の技術は進化し続けます。

トップメッセージ

製販一貫体制のビジネスモデルを活かした製品開発で、
新たな価値創造にチャレンジします。



代表取締役
会長執行役員
ファウンダー
池森 賢二

代表取締役
社長執行役員
CEO
島田 和幸

ファウンダーメッセージ

ファンケルは創業理念である「正義感を持って世の中の『不』を解消しよう」をスローガンに掲げ、その時代の「不」の解決に取り組んでまいりました。

今から30数年前、化粧品公害が大きな社会問題になっていたとき、化粧品を腐敗させないために広く使われていた防腐剤をはじめ、多くの添加物が女性の肌を傷めていたことに着目して、無添加化粧品を世に広め、多くの女性たちを救うことができました。

今から20数年前、日本は先進国でありながら、ファストフードなどが氾濫して、栄養のバランスが崩れ、食生活が乱れていたことから、成人病が多発していたことを知り、当時、高価格で売られていたローヤルゼリーやクロレラ、高麗人参などに着目して、自社で研究・企画、製造、販売まで手掛け、当時の健康食品の価格破壊を実行して、サプリメントのマーケットの基礎を作りました。

ファンケルのスタンスメッセージは「正直品質。」です。化粧品は無添加、安心、安全、新鮮。サプリメントは体内効率設計で、体内での効果の持続時間や効果的な吸収方法まで研究を深めて製品開発を行っています。

ファンケルではより強固な事業体制を敷くため、分社体制を改め、株式会社ファンケル化粧品と株式会社ファンケルヘルスサイエンスを合併して一つの会社にいたしました。

皆様にはより強固なご支援をお願いいたしますとともに、新生ファンケルにどうぞご期待ください。

代表取締役
会長執行役員 ファウンダー

池森 賢二

新社長メッセージ

私の掲げる方針は、

ALL-FANCL, ONE-FANCL

研究～製造～事業～販売が一体となって「稼ぐ力」をアップさせる

- (1) 研究～開発～販売にまたがる、一貫したマーケティング戦略によりファンケルの総合力を発揮する
- (2) 広告手法を見直し、新たな手法にも積極的に取り組むことで広告効果を最大化するとともに、新規のお客様との信頼関係を深める
- (3) 既存販売チャネルの枠組みにとらわれず、新たな販売モデルにチャレンジし、進化させる
- (4) 社会環境の変化や技術革新に挑戦するとともに、将来のための先行的な投資の効果を最大化する
- (5) 健康経営とダイバーシティ(多様な人材の活用)を推進し、ALLファンケルの従業員をイキイキと輝かせる

また、社会問題解決という理念のもと、ESG(環境、社会、ガバナンス)の取り組みも、積極的に推進します。女性が活躍できる環境整備や、障がい者雇用の促進などでは、一定の成果を出し、数々の認定や表彰を受けています。

今後は、健康経営を掲げ、従業員一人ひとりが、より能力を発揮しやすい環境づくりを推進し、時代の変化を捉えた大胆な変革、挑戦を通じて、ステークホルダーの皆様とともに成長するファンケルへと発展させてまいります。

代表取締役
社長執行役員 CEO

島田 和幸

「正直品質。」を通じた価値創造

ファンケルは「正直品質。」を通じ、製販一貫体制とそれを支える経営基盤によって「不」の解消を実現します。

ファンケルの
価値創造

- 中期経営計画の達成
- 株主価値の最大化

世の中の
「不安・不満・不便」

2016年度の
「不」の解消

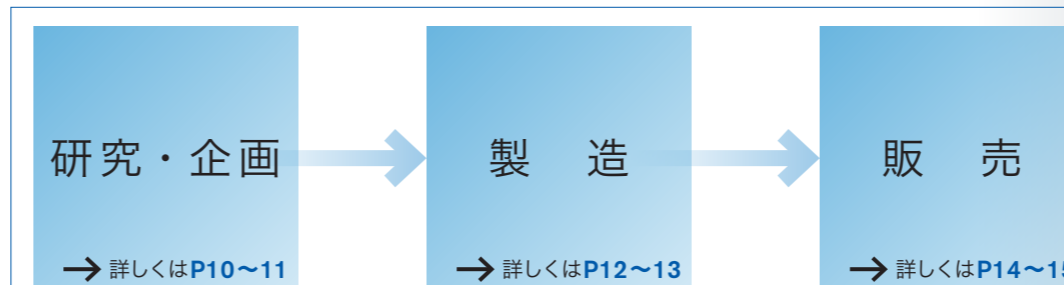
正直品質。

お客様の抱える不安や不満、世の中の「不」を何とか解消したい。
その一心で生まれた「無添加化粧品」から、ファンケルはスタートしました。
「不」の解消。それは、私たちの原点であり、これからも続く挑戦です。
だから、私たちはつねに自らに問いかけます。
その商品は、お客さまに喜んでいただけるか。
安心して使っていただけるか。責任を持ってお届けできるか。
だから私たちは、自ら研究し、検証し、生産します。
そして何より、お客さまの声ひとつひとつに耳を傾け、考えます。
どうすればその想いに応えられるか、を。
時間もかかるし、お金もかかる。
少し不器用かもしれませんが。
でもそれが、ファンケルなのです。

FANCL

- 医療費負担の増加
- 高齢化社会
- ライフスタイルの変化
- 地球温暖化
- 人権問題
- ストレス社会

「正直品質。」を実現する製販一貫体制



「正直品質。」を支える経営基盤

ENVIRONMENT

環境

各事業活動における環境への取り組みに努めています。

→ 詳しくはP16~17

SOCIAL

社会

健康経営、働き方改革を推進します。
積極的な社会活動に取り組んでいます。

→ 詳しくはP18~21

GOVERNANCE

ガバナンス

経営の効率性と透明性を高める体制を整備しています。

→ 詳しくはP22~23



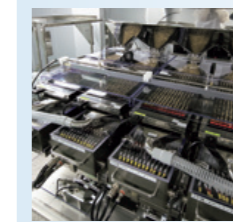
- 国民医療費の削減
 - 健康長寿社会への貢献
- 「機能性表示食品」の発売

→ 詳しくはP10



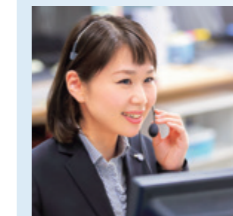
- 快適さ豊かさの提供
- 60代以降のマチュア世代向け化粧品「ビューティブーケ」の発売

→ 詳しくはP11



- 安心・安全な製品の提供
- 千葉工場のサプリメント製造ラインを増設

→ 詳しくはP13



- お客様との信頼強化
- 「消費者志向自主宣言」を発表

→ 詳しくはP14~15



- CO₂排出量削減
- 日本パッケージングコンテスト2016で「化粧品包装部門賞」を受賞

→ 詳しくはP16~17



- 健康経営の推進
- 「健康経営優良法人ホホワイト500」に認定

→ 詳しくはP19

中期経営計画(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

基本戦略	取り組み
1 戦略的な広告投資	<ul style="list-style-type: none"> 従来規模を大きく上回る広告投資 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
2 広告効果を最大化するための卸販売、店舗チャンネルの拡大	<ul style="list-style-type: none"> 卸販売チャンネルの取り扱い店舗数の拡大 好立地に厳選した直営店舗の出店・拡大
3 クロスセルの強化	<ul style="list-style-type: none"> 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
4 経営基盤の強化	<ul style="list-style-type: none"> 既存の製造設備の稼働率を上げ、生産効率の向上・原価率の低減を図る 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る

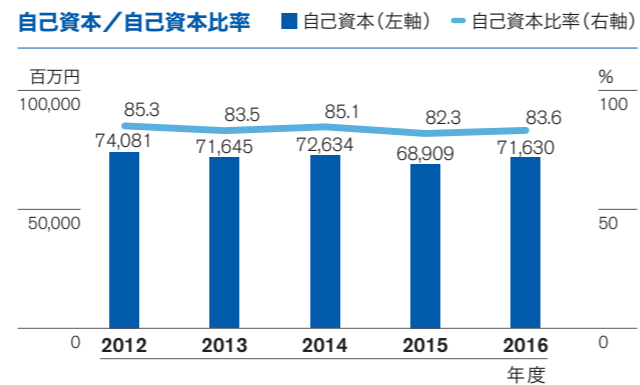
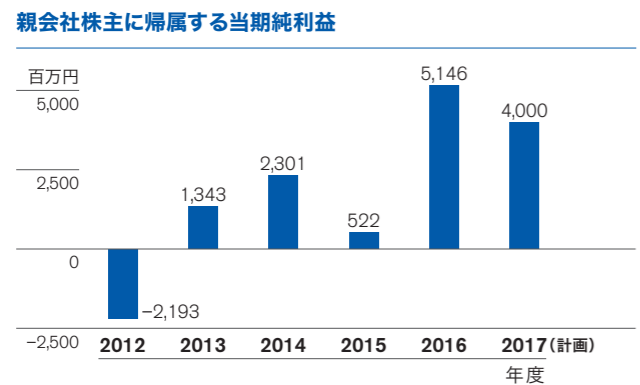
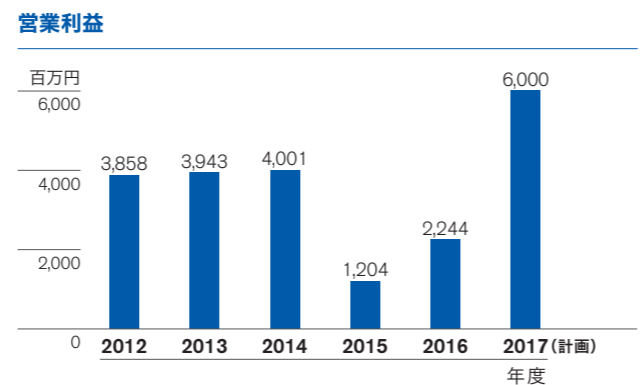
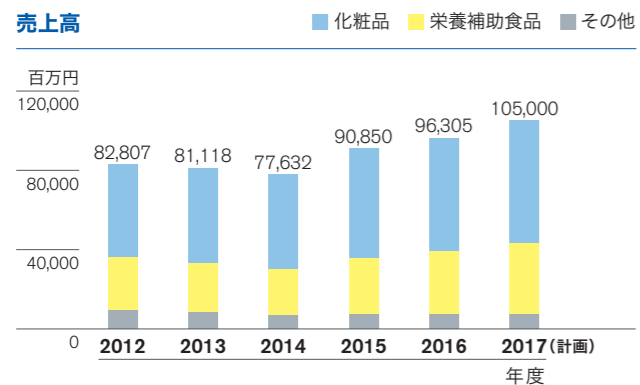
中期経営計画2年目(2016年度)の進捗状況

2016年度は中期経営計画の基本方針のもと、戦略的な広告投資を実施したことなどにより、売上高は前年比6.0%増の96,305百万円、営業利益は同86.3%増の2,244百万円となりました。親会社株主に帰属する当期純利益は特別利益として投資有価証券売却益を計上したことなどにより5,146百万円となり、ROE(自己資本利益率)は7.3%に向上しました。

ファンケル化粧品は、お客様基盤の拡大に加え、ドラッグストア向けの卸販売の伸長、60代以降の

マチュア世代向け新ブランド「ビューティブーク」の発売などにより、2期連続で過去最高売上を更新。栄養補助食品関連事業も機能性表示食品「えんきん」、「カロリーミット」が好調に推移したことなどにより、大幅な増収となりました。

一方、期初計画に対しては、売上高、営業利益ともに未達となりました。広告効果を十分に発揮できなかったことに加え、店舗の集客やクロスセルに課題が残る一年となりました。



2017年度計画

1 広告戦略

TVCMなどのマス広告を減らし、ネットにシフトさせて効率的に売上拡大を図っていきます。また企業ブランディングのために「正直品質。」という企業スタンス広告を展開し、ファンケルの理念や研究、製造へのこだわりを伝えていきます。

2 製品戦略

ファンケル化粧品は、若年層とマチュア世代向けの製品を強化し、これまで獲得できていなかった層にリーチを拡大します。

またこれまでの殻を破り、イノベーションを起こして、新たなマーケットを創造していきます。「無添加」の安心・安全はそのままに、「従来の小容量とは一線を画した」新製品、新ブランドの開発に取り組んでいきます。

栄養補助食品は、スター製品「えんきん」、「カロリーミット」のシリーズ製品の販売を強化します。また将来に向けて、革新的な機能を持つ新製品を開発し、他社が手掛けていない中価格帯市場を創造していきます。

3 販売戦略

2017年4月に持株会社体制を解消し、統一された事業戦略のもとで、「美」と「健康」の事業をさらに強化していきます。

通信販売はお客様のライフスタイルの変化に合わせてネット通販中心のビジネスモデルに変革していきます。またお客様の性別や年齢、お悩み、過去の購入履歴などから最適な製品をシステムで導き出し、きめ細やかなクロスセルを促進します。

店舗販売はカウンセリング主体の店舗に変容させていきます。また、20代から30代の働く女性を対象にした新業態店舗「FANCL beauty & health」を出店し、新たなお客様層の獲得を図ります。

卸販売は、ファンケル化粧品の大手コンビニチェーンへの導入など、新たな販路の開拓に取り組んでいきます。

以上の結果、2017年度の売上高は前年比9.0%増の105,000百万円、営業利益は2.7倍の6,000百万円を計画しています。

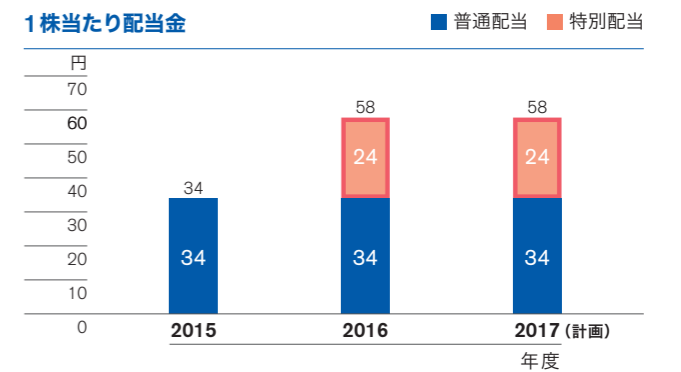
中期経営計画(2015~2017年度)の最終年度(2017年度)の数値目標

	2014年度	2017年度計画	
	実績	中計策定時公表値	2017年公表値 中計スタート前比(2014年度比)
連結売上高	776億円	1,250億円	1,050億円 +274億円
連結営業利益	40億円	100億円	60億円 +20億円
ROE(自己資本利益率)	3%	8%以上	6% +3ポイント

株主還元策：2年間の特別配当を実施

株主の皆様に対する利益還元を経営の重要課題の一つと認識しており、連結配当性向40%以上を基本方針としています。

2016年度は上記の基本方針に加え、投資有価証券売却益を計上したことから、特別配当として年間24円を増配し、普通配当34円と合わせ年間58円の配当としました。なお、2017年度も年間58円(普通配当34円、特別配当24円)の配当を実施する予定です。



株主還元方針

配当	配当性向を連結当期純利益の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

事業戦略

ファンケル化粧品

2016年度は2期連続で過去最高売上を更新

主力製品へのプロモーション効果などにより通信販売のお客数が増加したことに加え、「エイジングケア 洗顔クリーム」、「洗顔パウダー」のリニューアルや、ドラッグストアの取り扱い店舗数の拡大などにより売上も過去最高を更新しました。

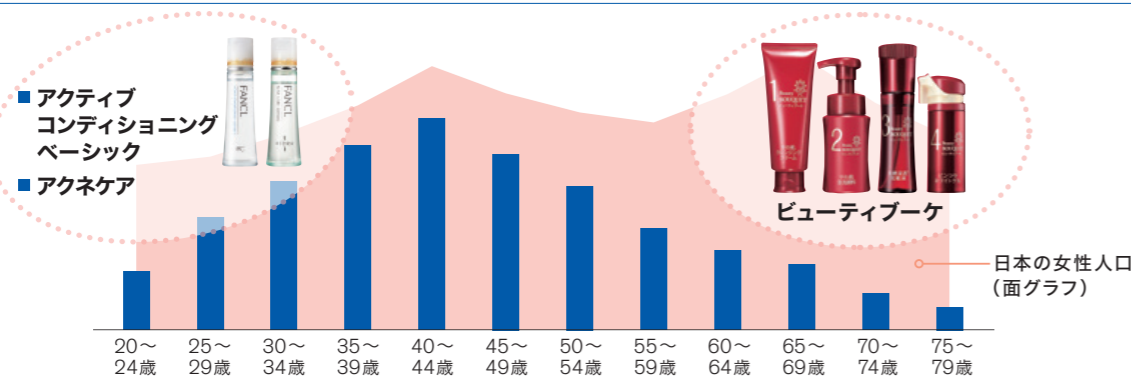
2017年度は若年層とマチュア世代を強化

2017年度はターゲット別のアプローチを一層強化します。現在のメインユーザー層である30代後半から50代には主力のクレンジング、洗顔、基礎スキンケアに加え、すでに発売済みの製品の中から独自性の高い製品を選定し、クロスセルを行っていきます。

さらに、お客様が相対的に少ない若年層とマチュア世代に、本格的にアプローチを行っていきます。若年層向けには「アクティブコンディショニング ベーシック」と「アクネケア」を戦略製品に据えて、マーケティングを強化していく方針です。

また、60代以降のマチュア世代向けには2016年10月に発売した「ビューティブーク」を通信販売、店舗で本格展開する計画です。

お客様の年代構成



アテニア

革新的な製品を続々投入

「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。」という理念のもと、「スキんクリア クレンジング オイル」、「ミッドナイトモイスチャライザー」など革新的な製品を発売しました。さらに、Webを活用した独自のコミュニケーションモデルにより、話題・評判づくりを行い、お客様数は2008年に記録した過去最高水準まで回復しました。

2017年度も独自のコミュニケーションモデルのさらなる進化と、革新的な製品を相次いで投入することで、お客様基盤の強化と売上拡大につなげていきます。



スキンクリア クレンジング オイル ミッドナイトモイスチャライザー デイエマルジョン スキンレッタッチャー

健康食品事業

2016年度のお客数約10年前の過去最高水準に回復

栄養補助食品関連事業の通信販売のお客数は、などにより約10年前の過去最高水準まで回復しました。

2017年度は過去最高売上の更新を目指す

中高年のお客様を対象とした「えんきん」のシリーズ製品として、2017年3月に機能性表示食品「スマホえんきん」を発売しました。「スマホえんきん」はスマホ労働を切り口に45歳未満をターゲットとし、「えんきん」との棲み分けを図っていきます。

5月には日本人の健康の維持・増進に必要な成分を当社独自の考えをもとに選定し、体内効率にこだわった「基本栄養パック」を発売。6月には「大人のカロリミット」を機能性表示食品として発売し、再訴求していきます。

これらの取り組みにより、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。



海外

ファンケルブランド

ファンケル化粧品は中国、香港、台湾、シンガポール、米国で展開しています。2017年度は中国で出店を再加速するとともに、香港を皮切りにアジア各国でネット通販を順次スタートし、売上拡大を図っていきます。また、未進出にも積極的に進出する方針で、2017年度中にマレーシアに進出する計画です。

ボウシャブランド

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」とタッグを組み、年率15~20%の成長を継続しています。市場ニーズを先取りした革新的な製品を開発し、毎年、ヒット製品が続々登場しています。



ブラック シリーズ 椿 シリーズ 酒 シリーズ

研究・企画

技術イノベーションで美と健康における「不」の解消を実現します。

国民医療費の増加に立ち向かう

「高齢化に伴う医療費の増加」という社会問題に対し、健康寿命の伸長を実現することが、ファンケルの使命です。健康長寿社会の実現のためには、医療の発展も重要ですが、疾病者が増えれば医療費が必然的に増えてしまいます。そこで大切になるのが、病気にならない体づくり、「予防」に主眼を置いた健康維持です。

「予防」は、評価の測定などが難しいテーマです。これまで、効果がしっかりと検証された製品でも、機能性を表示することができなかったため、積極的に研究を推進する企業は多くありませんでした。

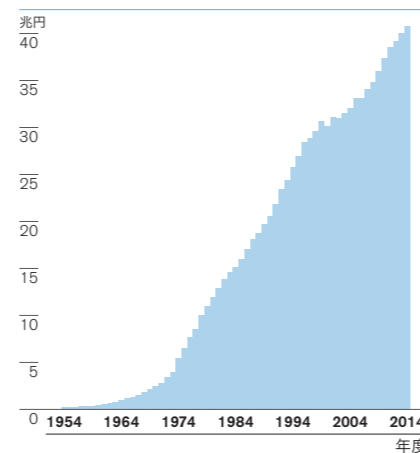
2015年4月、消費者庁による「機能性表示食品」制度の開始により、企業は製品の選択に活用できる情報を提供できるようになり、食品の機能性に関する研究の活発化が期待されています。研究方法などは、まだまだ未開拓な分野であるため、多くの研究者の力がが必要です。より積極的に大学などと共同研究を進め、研究開発力の向上を目指しています。

ファンケルでは引き続き、健康の維持増進に役立つ製品を開発し、健康長寿社会に貢献していきます。

確かな機能性と安全性「機能性表示食品」

健康食品の安全性と機能性について研究を積極的に推進してきたファンケルは、「機能性表示食品」制度がスタートしてから、他社に先駆け、いち早く「機能性表示食品」を発売しました。ファンケル独自の処方での臨床試験を重ね、研究開発を推進し、2017年3月末時点で14製品の消費者庁への届け出を完了しています。

国民医療費の年次推移



「平成26年度 国民医療費の概況」(厚生労働省) (www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/k-iryohi/14/)を加工して作成



機能性表示食品「内脂サポート」

ファンケル独自設計「体内効率」

「体内効率技術」の開発にも取り組んでいます。吸収されにくい成分をしっかりと「届ける」。排出されやすい成分をじっくり「留める」。配合バランスでお互いの力をさらに「高める」。これら3つの「体内効率設計」でサプリメントが最大限に働きを発揮できるよう、研究開発を行っています。

こだわりの証「体内効率」マーク



機能性食品研究所 所長
寺本 祐之



研究力を強化、第二研究所竣工

2016年5月、総合研究所の隣接地に第二研究所を竣工しました。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いきます。

第二研究所



2016年度の主な成果・実績

製品開発数

ファンケル化粧品	48品	アテニア化粧品	26品	サプリメント	17品	青汁関連製品	2品	発芽米関連製品	3品	食品	2品
----------	-----	---------	-----	--------	-----	--------	----	---------	----	----	----

研究員(スタッフ含む) 特許出願 学会発表・論文発表

研究員(スタッフ含む)	193名	特許出願	55件	学会発表・論文発表	57件
-------------	------	------	-----	-----------	-----

有資格者

博士号	19名	薬剤師	10名	管理栄養士・栄養士	8名
-----	-----	-----	-----	-----------	----

ファンケルの研究開発について
www.fancl.jp/laboratory/

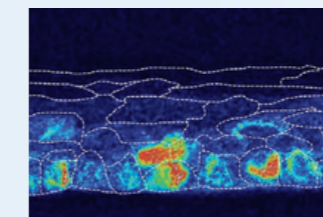
最先端の無添加アンチストレスサイエンス

「皮膚ライブイメージング技術」による皮膚科学研究

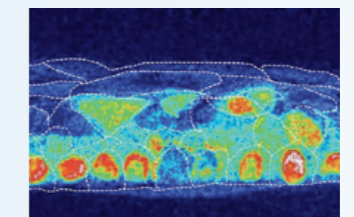
ファンケルでは、添加物が肌に与える影響についての研究を続け、化粧品に配合される微量の防腐剤であっても細胞にストレスを与え、老化を加速する可能性があることを見いだしてきました。また、肌のストレスやリスクに関わるタンパク質の研究と、個々の肌ストレス状態について測定技術の開発を進めてきました。さらに、皮膚内部の分子を視る「皮膚ライブイメージング技術」や「皮膚幹細胞技術」を応用し、皮膚再生・老化メカニズムの解明に取り組み、次なるアンチエイジング化粧品の開発に向けた技術開発を進めています。

活性酸素発生のイメージング

「皮膚ライブイメージング技術」により、皮膚モデルを用いて、皮膚内部の活性酸素の観察に成功。防腐剤によって活性酸素の発生量が多くなり、老化リスクが高まることを見い出しました。



防腐剤なし



防腐剤あり

活性酸素
多い
少ない

新しい市場・ニーズを切り拓く製品開発

化粧品事業では、近年多様化するニーズに合わせて、さらなるお客様獲得を推進するため、2016年秋に手軽で使いやすく、効果実感の高い60代以降のマチュア世代向け化粧品「ビューティブーク」を発売しました。また、アットコスメで殿堂入りした人気の「マイルドクレンジング オイル」をはじめとした洗顔アイテムや、スキンケアアイテムをより多くのお客様がいつでも手にできるように、ドラッグストアやコンビニエンスストアへの取り扱い店舗の拡大を強化しました。引き続き新しい市場を開拓し、多様化したライフスタイルや年代に応える製品開発・サービスを提案していきます。



マイルドクレンジングオイル 洗顔パウダー

製造

安心・安全な製品をお客様へお届けすることを使命に、製造過程において「正直品質。」を追求しています。

生産拠点

品質と安全を守るための国内製造

FSSCマーク
発芽米の製造を担う長野工場は国際的な食品安全規格基準「FSSC 22000」の認証を取得しています。

(株)ファンケル発芽玄米 長野工場
所在地：長野県東御市
稼働開始年月：2002年4月
製造品目：発芽玄米製品

(株)ファンケル美健 群馬工場
所在地：群馬県邑楽郡
稼働開始年月：2008年9月
製造品目：化粧品

ファンケル横浜本社

(株)ファンケル美健 千葉工場
所在地：千葉県流山市
稼働開始年月：1991年6月
製造品目：化粧品・サプリメント

(株)ファンケル美健 滋賀工場
所在地：滋賀県蒲生郡日野町
稼働開始年月：2003年10月
製造品目：化粧品

(株)グリーンヒル (持分法非適用関連会社)
所在地：愛媛県西予市
稼働開始年月：2002年4月
製造品目：青汁

(株)ファンケル美健 横浜工場
所在地：神奈川県横浜市
稼働開始年月：2004年2月
製造品目：サプリメント

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
		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

安心・安全の追求

千葉工場にサプリメント製造ラインを増設

将来を見据え、2016年10月、千葉工場に製造ラインを増設しました。これにより千葉工場は無添加化粧品に加えて、高品質なサプリメントも製造できる新しい複合型工場へと生まれ変わりました。

■医薬品レベルの衛生環境

健康補助食品のGMPを取得している「ファンケル美健 横浜工場」と同様の厳しい管理基準に加え、医薬品(固形製剤)レベルの衛生環境を整えています。また、これからの社会における労働人口の減少や高齢化に備え、自動化(省人化)を考慮した生産機器と生産方式を導入しています。



千葉工場サプリメントの充填機

■先進技術の静脈認証システムを導入

口に入れる食品だからこそ原料検査、粒検査、製品検査と、度重なる品質検査を行い、安全性を追求しています。また、フードディフェンス^{※1}強化のため、生産エリア入口に業界でも先進技術となる静脈認証システムを導入し、作業員の入場管理を徹底しています。



静脈認証システム

※1 フードディフェンスとは

食品への意図的な異物の混入を防止する取り組みです。

無添加化粧品を生み出す、最高水準の製造環境

■目薬や注射液も製造できるレベルの“超”クリーン空間

防腐剤を一切入れない無添加化粧品を製造するため、不純物はもちろん、細菌さえも寄せ付けない「空気」にまで気を配ったクリーンルーム^{※2}を全工場に完備しています。特に充填の工程はClass 100^{※3}という医薬品製造レベルの高い清浄度を保つクリーンブースで行っています。



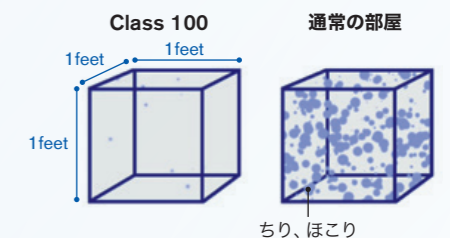
充填を行うクリーンブースは無人空間

※2 クリーンルームとは

空気中のちり、ほこりを大幅に低減し、温湿度の調整された空気のきれいな空間のことです。

※3 Class 100とは

1辺が1feet(30.48cm)の立方体内に、0.5 μ m(2,000分の1mm)以上のほこりが最大100個以下である状態です。



■不純物の侵入を許さないクローズドシステム

調合した化粧液などは、外気から遮断されたクローズドシステムによって、空気に触れることなく充填工程へ運ばれます。また、使用した機器は不純物を一切含まない純水を使用し、オートメーションで洗浄。充填・洗浄の両方の工程において、細菌の混入を防止しています。

販売

お客様にとって必要ないものはお売りしません。

お客様との信頼強化「消費者志向自主宣言」

ファンケルは2016年12月、お客様と企業の信頼強化などを目的に消費者庁が推進する「消費者志向経営」に賛同し「消費者志向自主宣言」を発表しました。

 **ファンケルの消費者志向自主宣言**
www.fancl.jp/about/consumer_oriented_declaration.html

宣言1 経営トップの約束

お客様視点の追求

「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」という経営理念に基づき、経営トップ、役員をはじめ、全従業員がこの理念を体現します。

宣言2 コーポレートガバナンスの確保

社長が議長を務め、お客様の声を検討

信頼される企業となるため、コーポレートガバナンスの充実を経営上の重要な課題と位置付けています。社長が議長を務め、取締役、経営幹部が出席し、お客様からのご意見やご要望について検討する会議体を設けています。

宣言3 企業風土や従業員の意識の醸成

ファンケル大学の研修

「ファンケル大学」は、理念や美容・健康、製品、接客対応を身に付ける研修プログラムを行う社内教育部門です。入社後、すべての従業員が「不」の解消の理念や「正直品質。」の姿勢を徹底的に学びます。また、2017年度からは、スタッフの販売力強化を目指し、購買心理学に基づいた研修を実施します。お客様の心に寄り添い、お客様の美しさと健康に必要なものをおすすめできるスタッフを育成します。

お客様視点を磨く主な研修一覧

研修名	研修内容
創業理念研修	ファンケルの「核」となる創業理念への理解を深め、各職場で体現するきっかけを作ります。
購買心理学研修	お買い物中のお客様の購買心理過程にフォーカスした接客をロールプレイングで学びます。
心情察知力研修	心情察知の重要性を理解し、お客様に思いやりを持った受け止め方や返し方ができるスキルを身に付けます。
要約力研修	言葉の無駄や回りくどさをなくすことの必要性を理解し、わかりやすいご案内方法を学びます。
シニア対応力研修	シニア世代のお客様がお買い物をするときの身体的・心理的な「不」を体感し、その「不」を解消できる対応方法を学びます。

宣言4 営業部門と品質保証、お客様窓口、法務関連部門の連携

お客様の声を活かす仕組み(ヤッホーシステム)

お客様の声をデータベース化している「ヤッホーシステム」は、全従業員が見たいときにすぐに見ることのできる情報として1995年より活用。お喜びの声は従業員の活力となり、ご要望やご意見は原因を探り、具体的な対策や改善をスピーディーに行っています。

2016年度お客様の声

	約 385,000 件
【内訳】 質問	約 232,000 件
要望・意見	約 135,000 件
喜び	約 18,000 件

宣言5 お客様への情報提供の充実、双方向の情報交換

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)

お客様がサプリメントをお取りいただく際の不安を解消するサービスの一つに「SDIシステム」があります。ファンケルで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について、科学的根拠をもとにデータベース化しています。薬剤師や管理栄養士が在籍する「サプリメント相談室」の専門スタッフが、パーソナルな対応で安心をお届けしています。



専門スタッフがご案内

お客様の目委員会の設置

お客様の視点で、電話窓口や店舗の接客を評価いただく「お客様の目委員会」を2002年より設けています。2016年度は、348名のお客様にご協力いただきました。アンケートのほか、テーマを絞った座談会を実施し、お客様の声は、製品開発やサービスレベルの向上に役立てています。

宣言6 消費者、社会の要望を踏まえた改善、開発

20年前からはじめた「置き場所指定お届け」サービス

1997年に「置き場所指定お届け」というファンケル独自のサービスを開始しました。在宅・不在にかかわらず、お客様が指定した場所(自転車のカゴなど)へ受領印不要で製品をお届けし、利便性の高さでご好評をいただいています。現在、配送サービスが社会問題になっていますが、「置き場所指定お届け」サービスは、配達員の負担を軽減し、配送効率を向上させることができます。お客様へのご案内をより一層強化し、社会的責任を果たすとともに、さらなる配送コストの低減に努めます。



ご指定の場所へお届け

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のある従業員が、「本当にわかりやすい」にこだわって改良しました。



タッチマークシール

販売チャネル

通信販売

- ネット通販
- カタログ通販
- 電話窓口
 - ・受注窓口
 - ・お問合せ窓口
 - ・美容相談室
 - ・サプリメント相談室

ネット通販を主力のチャネルとし、お客様の年代に合った情報開発を行い、最適な媒体で情報を提供します。



インターネット



情報誌
エスポワール
(ESPOIR)



情報誌
元気生活
(元気生活)

店舗販売

「美」と「健康」の専門スタッフが総合的なカウンセリングを行い、お客様一人ひとりに合わせて最適なケアをご提案します。



卸販売

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で展開しています。



環境活動

環境方針

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。

環境目標

- 温暖化対策：2030年度CO₂排出量 26%削減(2013年度比)
- 資源対策：2020年度廃棄物量 12%削減(2012年度比)
- 製品対策：「CSR調達」基準の作成
- 国際化学物質管理戦略に沿った化学物質の徹底管理
- 環境啓発活動の推進

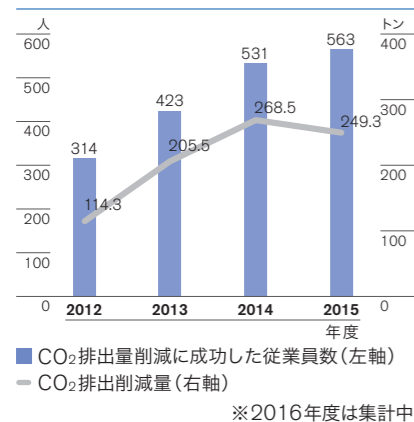
各事業活動における環境への取り組み

ファンケルは、事業活動において環境負荷の低減に取り組みながら、より付加価値の高い製品やサービスの提供を続けていきます。



従業員参加型エコ活動

「家庭でエコプログラム」の推移



従業員による家庭でのCO₂削減活動「家庭でエコプログラム」を2008年より実施しています。

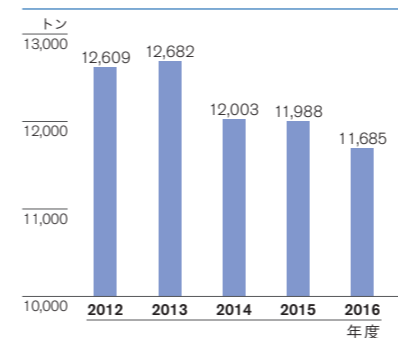
1年を4～9月、10～翌3月に区切り、各期間で家庭で使用した電気・ガス・水道料金の合計が、総務省の家族人数別全国平均金額を下回った場合、家族の人数に応じて、ギフト券を支給します。



家族で入ればガス代の節約になり、家庭での環境教育にもつながっています

環境情報開示の状況

CO₂排出量の推移



ファンケルは環境省の提唱する、「環境情報開示システム」に参加しています。

「環境情報開示システム」は、企業が公表する環境情報を投資家などと共有し、対話を実現できるシステムです。この仕組みを活用し、企業・投資家間の全方位コミュニケーションの実現を目指します。

また、株主や投資家の皆様に最新情報をタイムリーに提供するため、Webサイトを活用した環境活動の情報開示にも注力しています。

ファンケルの環境活動について
www.fancl.jp/csr/env/

事業を支える人材

人材に対する
ファンケルの
考え方

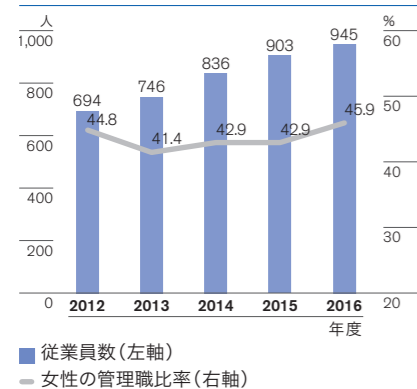
一人ひとりの個性や多様な価値観を尊重し、
「人間大好き企業」として、成長を目指しています。

【人事理念】
社員が夢を持って働ける会社にする。

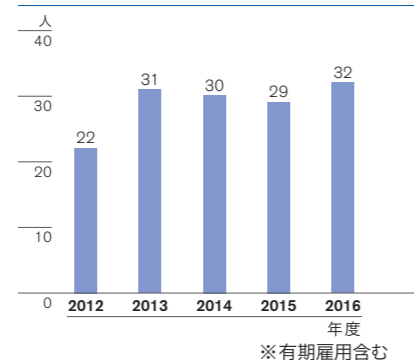
【人事ビジョン】
「世のため人のためにチャレンジする人」
「成長を望む人」
「結果を出す人」が集まる環境をつくる。

ダイバーシティ(多様な人材の活用)

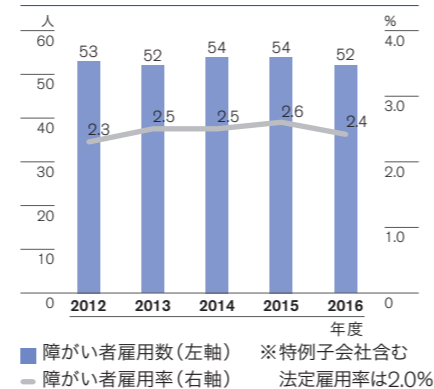
従業員数・女性の管理職比率



60歳以上の従業員数*



障がい者雇用数・雇用率*



男性・女性が支え合い、ともに活躍できる職場づくり

男性の子育ての意識改革「かながわイクボス宣言」への賛同や、すべての女性がイキイキと輝きながら働くことができる在宅勤務やサテライトオフィスの拡充などを推進します。

「アクティブシニア社員制度」の導入

65歳以上が対象の新社員区分「アクティブシニア社員」を2017年4月に新設。働き続けたい人、働いてもらいたい人が長く活躍できるよう再雇用の年齢制限を撤廃しました。シニア世代から若手へのノウハウ伝承も進めます。

特例子会社株式会社ファンケルスマイル

特例子会社(株)ファンケルスマイルを1999年に設立。障がい者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」できるように支援することを念頭に置いた雇用を推進しています。

中途採用者メッセージ

お客様視点を大切にする社風

充実した研修プログラムやOJT(職業教育)を通して、中途入社私でもゼロから業務に必要な知識を学ぶことができました。こうした人材育成を重視する方針こそが、さまざまな人材が強みを活かして活躍するファンケルの基盤になっていると感じました。また、役員会議では、録音したお客様の生の声を聴く機会を設け、役員が真剣に対策を検討しています。まさに「お客様視点」の考え方を経営陣が率先して実践する様子を目の当たりにしました。

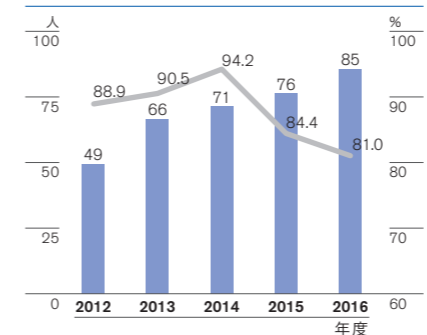
やる気のある人材には、どんどんチャンスを与えてくれる社風ですので、今後は経営計画の策定にも携わり、ファンケルの企業価値の向上に貢献していきたいです。



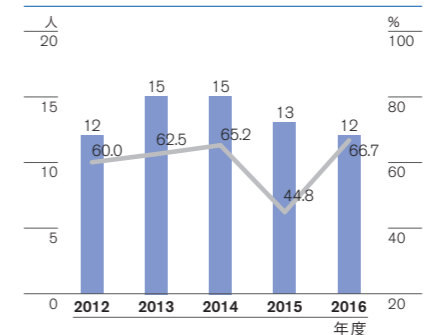
グループサポートセンター
経営企画部 経営企画グループ
永松 雄大

働き方の多様化

子育てのための時短勤務利用者数・利用率



配偶者出産支援休暇利用者数・利用率



働き方の多様化を支援する制度・社内セミナー

■ 裁量労働制

ファンケルの研究技術伝承と成果向上を目的として、研究職に専門業務型裁量労働制を導入しました。

■ ファンケル在宅勤務制度

育児時短勤務者でもキャリアアップを目指せるよう、時間と場所を柔軟にした働き方を導入しました。今後、介護と仕事の両立を支援する展開も予定しています。

■ 子育て支援制度(よいこ手当)

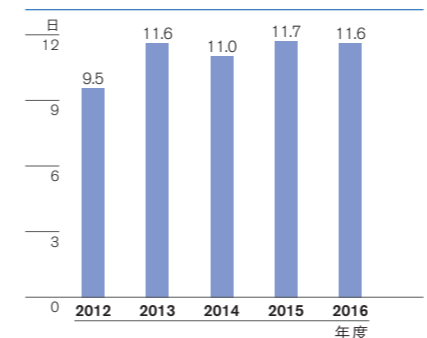
従業員の子ども一人につき、毎月1万円の手当を支給(19歳の誕生日まで)します。

■ 子育てセミナー

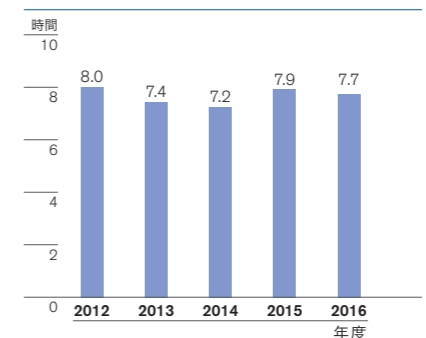
子育てと仕事を両立させ、イキイキと働くことのできる職場づくりを目的にランチタイムに子育てセミナーを開催し、管理職を含む男性社員も多数参加しました。

健康経営

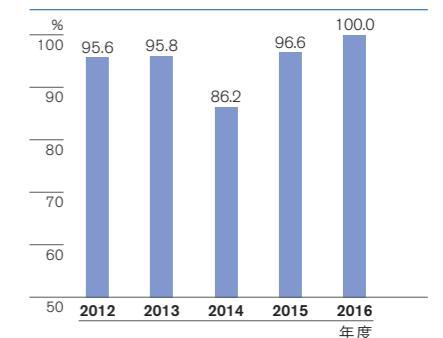
平均有給休暇取得日数



平均月間時間外労働



入社から3年後の新卒者の定着率



経済産業省「健康経営優良法人 2017」に認定

2017年2月、ファンケルは、「健康経営優良法人ホワイト500」の認定を受けました。従業員約250名に対して、健康カウンセラーが健康診断や生活習慣に基づいてアドバイスをする「ファンケル健康増進プログラム」や、栄養バランスを考慮した社員食堂などが評価されました。



朝礼で行うファンケルストレッチ

社会とのつながり

活動方針

地域とのつながり、
障がいのある方々との交流を大切にします。

地域とともに

2016年10月「横浜型地域貢献企業」最上位の認定を受けました。



小学生が地域の方々と一緒に健康体操

はまっ子未来カンパニープロジェクト

ファンケル本社のある横浜市は、2016年8月、子どもの「社会性」や「自立性」の育成を目的とした「はまっ子未来カンパニープロジェクト」を立ち上げました。市内の企業や団体が学校教育に関わり、ファンケルは「体操を作って、地域の人を健康にしたい」という小学生の夢を叶えるため、従業員が半年間にわたり、体操のアドバイスや、青汁を提供するなどの活動を行いました。



横浜市内の清掃活動

美しい港町横浜の清掃活動

横浜市の企業が発起人として立ち上げた清掃活動に、2014年より参加しています。早朝に社屋周辺の清掃活動を行い、休日には、横浜港周辺の清掃活動に、従業員がボランティアとして参加しています。

障がいのある方々とともに

ファンケルは障がいのある方々に向き合う姿勢を大切にし
神奈川県が制定した「ともに生きる社会かながわ憲章」にも賛同しています。



ファンケル社屋でのクリスマスパーティー

「社会福祉法人 訪問の家」との交流

重度・重複障がい者施設「社会福祉法人 訪問の家」と1987年から交流を続けています。施設においてファンケルの新入社員研修や法人主催のバザーへ協力します。そして、「訪問の家」の方々をファンケル社屋にご招待するクリスマスパーティーを開催し、経営トップから従業員まで、おもてなしの心で親交を深めています。

ファンケルスマイル 第18回 全国アダプテッドエアロビック大会

特例子会社(株)ファンケルスマイルでは、従業員の有志が終業後にエアロビックの練習をし、大会に参加するとともに、大会の協賛もしています。

「従業員参加型」が特徴です。

「美しく、健康に」本業と結び付いた活動



ファンケルメイクセミナー

ファンケルセミナー

ファンケルセミナーは、「特別支援学校」や「高齢者施設」などで、メイクや健康のセミナーを無料で行う活動です。講師は、ファンケルグループの従業員が担当。講師の経験が少ない従業員は、事前講習会で技術を学びファンケルの美と健康をお伝えします。

2016年度

実施回数 **152回**(前年137回)

従業員参加数 **180名**(前年222名)



県外避難者の方へのイベントで
ハンドマッサージ

被災地支援活動

東日本大震災の支援として、ハンドマッサージや青汁の提供など、心身の健康を応援する活動を継続しています。現地のニーズを的確に汲み取る非営利団体や自治体が主催するイベントに、一団体として参加し、被災地と避難先で活動しています。また、「洗顔パウダー〈桜〉」(数量限定品)の売上の一部を熊本地震の復興支援として寄付しました。

2011年から

実施回数 **191回**

従業員参加数延べ **937名**

ステークホルダーとともに(寄付活動)

ステークホルダーとともに、活動方針に沿った寄付活動を行っています。

項目	開始年度	2016年度寄付金額	主な寄付先
株主様の寄付	2006年	1,107 千円	日本赤十字社
ファンケルクラシック基金	2007年	4,866 千円	裾野市
従業員による寄付活動 「もっと何かできるはず基金」	2007年	10,300 千円	日本赤十字社 (平成28年熊本地震義援金)
お客様のポイント寄付	2008年	2,256 千円	公益財団法人 みちのく未来基金
	2016年	5,376 千円	日本赤十字社 (平成28年熊本地震義援金)



「もっと何かできるはず基金」
のシンボルマーク

協力者とともに、世界で活動



コスタリカの子どもたちへ用具を寄贈

ファンケル キッズベースボール

ファンケルパートナーの原辰徳氏が講師を務める野球教室「ファンケル キッズベースボール」を2010年から特別協賛しています。野球教室の会場では使わなくなった用具を集め、独立行政法人 国際協力機構(JICA)が各国に派遣する大学生や特定非営利団体の職員に託し、用具不足に悩む国々へ寄贈しています。

2016年度

用具寄贈数 **2,867**点(前年1,837点)

寄贈国 **9**カ国(前年8カ国)

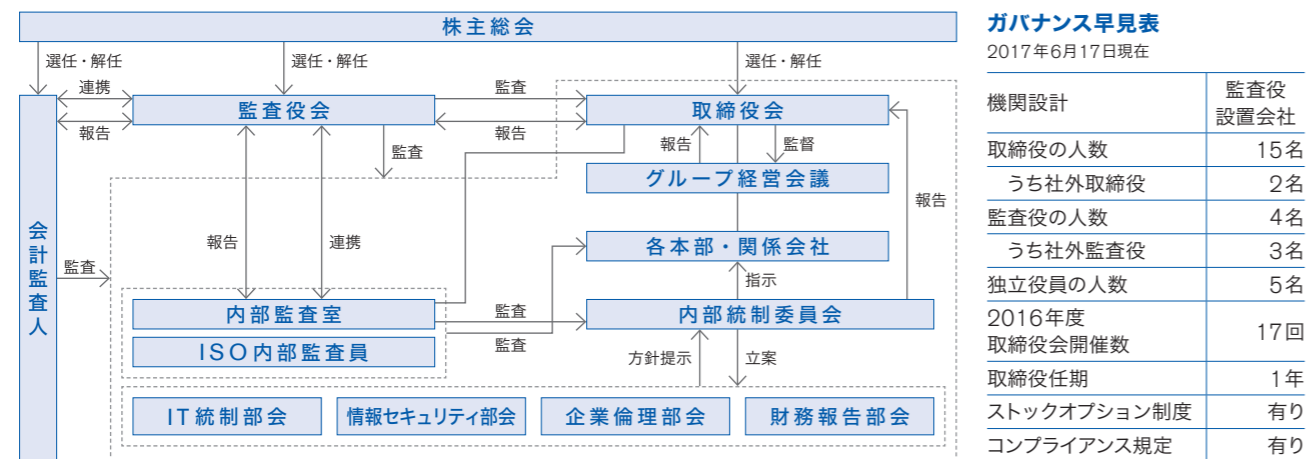
ガバナンス

活動方針

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



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、2017年6月17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3名)、執行役員11名(取締役執行役員を除く)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、グループ経営会議は、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、グループ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、経営トップとも適宜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

ファンケルは、株主総会を株主様との建設的な対話の場と捉えています。株主様とのコミュニケーションツールである招集通知は、2017年からフルカラー化。役員候補者の写真を掲載し、事業報告へ製品画像・グラフを多用するなど、より「読みやすく」「わかりやすく」を推進しています。また招集通知の発送日を早めることで、議決権行使の検討に十分な期間を確保しています。

グラフ化により
読みやすい紙面に

写真を多用し
わかりやすさを向上



招集通知

株主・投資家の皆様への情報開示



株主総会の様子

さまざまなステークホルダーに対し、公平かつタイムリーな情報開示に努めています。また、株主・投資家の皆様との対話を積極的に行い、寄せられたご意見を経営やIR活動に活かしています。

株主総会

「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。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っています。

個人投資家

工場見学会の開催や女性を対象とした投資セミナーへの参加など積極的に個人投資家の皆様と対話を行っています。

機関投資家・アナリスト

四半期ごとに決算説明会を開催しているほか、スモールミーティングや研究所などの施設見学会を実施しています。また外国人投資家向けには海外IRを定期的実施しています。

IR活動においては、直接対話ができるIR個別取材を最重要視し、2016年度は約300件に及び、多くの面談を実施しました。

エンゲージメント(対話)の状況

第36期定時株主総会 (2016年6月25日) 出席者数:	4,619名
決算説明会:	4回
IR個別取材:	約300件
海外IR:	3回

社外取締役からのメッセージ

「変化なくして進歩なし」といわれるように、
既成概念を壊し、新たなことに挑戦してほしい

お客様のニーズが目まぐるしく変化する時代の中で勝ち抜くためには、スピーディーかつ柔軟な経営がますます求められています。その点では、2017年4月1日に新たに就任した島田新社長の持つ経営判断の速さと実行力には大いに期待しています。

社外の目から見たファンケルの特長として感じることは、株主の皆様とのエンゲージメント(対話)を非常に大切にしていることです。その代表例となるのが株主総会です。一人でも多くの株主の皆様にお会いするため、ファンケルは上場当初から土曜日・日曜日の開催を継続しています。株主の皆様への期待を裏切らない、正直で透明性のある経営をしなければならないと毎回強い責務を感じています。

ファンケル従業員に期待することは、もっと挑戦者魂を持ってほしいという点です。現在のファンケル従業員は、チームワークを重んじ、実直に業務に取り組んでいますが、既成概念を壊し、新たなことに挑戦するという創業時から連綿と続くファンケルのDNAが少し弱くなったように感じます。従業員がかつてのような挑戦者魂を発揮し、世の中の「不」を解消する画期的な製品・サービスをどんどん創出できるように、社外取締役として会社全体を鼓舞していきたいと思っています。

社外取締役
こせき かつのり
小関 勝紀

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

2016年 当社取締役(現任)

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

Webサイトのご案内



株主・投資家向け情報

www.fancl.jp/ir/

経営方針	創業者メッセージ、中期経営計画、事業等のリスクなど
IRライブラリー	決算短信、決算説明会資料／動画・音声など
財務・業績データ	過去5年間の売上高、営業利益などの主要数値 (エクセル形式でダウンロードできます)
IRスケジュール	年間IRイベントの基本スケジュール
株主・株式情報	株主優待、アナリストカバレッジなど
コーポレートガバナンス	コーポレートガバナンス方針や報告書、監査体制など
電子公告・決算公告	公告事項
関連情報	CSRの取り組み



CSR・環境・社会貢献

www.fancl.jp/csr/

CSRトピックス	毎月のCSR活動について報告
コーポレートガバナンス	コーポレートガバナンス方針や報告書、監査体制など
人権	人権への取り組みやダイバーシティの推進など
労働慣行	人事関連データ、雇用形態の配慮など
環境	環境方針や環境活動など
公正な事業慣行	調達・購買方針や購買の仕組みなど
消費者課題	研究・生産やお客様対応など
コミュニティ参画	社会活動方針や従業員の寄付活動など
外部からの評価・表彰	表彰や外部評価など
ファンケルレポート	PDF形式でダウンロードできます

ファンケル見学ツアーのご案内

www.fancl.jp/tour/

「正直品質。」を体感していただきたいという想いで、一般・団体のお客様の見学ツアーを実施しています。ファンケルの「こだわり」が詰まった現場を、従業員がご案内します。

見学ツアーのお申込みはファンケルのWebサイトで承ります。

見学ツアー 開催事業所

- 千葉工場
- 滋賀工場
- 長野工場
- 総合研究所
- ファンケルスマイル
- ファンケル銀座スクエア
- 関東物流センター



長野工場



総合研究所



関東物流センター

会社概要 / 役員 / グループ会社一覧 / 編集方針

会社概要

(2017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 CEO 島田 和幸
設立年月日	1981年8月18日
資本金	10,795百万円
従業員数	1,009名 ※契約社員・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 みずほ銀行 三井住友銀行

役員

(2017年6月17日現在)

代表取締役 会長執行役員 ファウンダー	池森 賢二	常勤監査役	高橋 誠一郎
取締役 副会長執行役員	宮島 和美	社外監査役	高野 利雄
代表取締役 社長執行役員 CEO	島田 和幸	社外監査役	関 常芳
取締役 専務執行役員	山口 友近	社外監査役	南川 秀樹
取締役 専務執行役員	山岡 万佑子	執行役員	松ヶ谷 明子
取締役 常務執行役員	鶴崎 亨	執行役員	松本 浩一
取締役 執行役員	炭田 康史	執行役員	稲葉 豊和
取締役 執行役員	保坂 嘉久	執行役員	植松 宣行
取締役 執行役員	石神 幸宏	執行役員	若山 和正
取締役 執行役員	青砥 弘道	執行役員	佐藤 由奈
取締役	柳澤 昭弘	執行役員	永坂 順二
取締役	須釜 憲一	執行役員	安西 勝之
取締役	猪俣 元	執行役員	松熊 祥子
社外取締役	池田 憲人	執行役員	馬見塚 陽子
社外取締役	小関 勝紀	執行役員	山口 宏二

グループ会社一覧

(2017年4月1日現在)

会社の名称	主な事業の内容
株式会社アテナ [連結子会社]	「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。」という理念のもと化粧品とファッションブランドを販売
株式会社ファンケル発芽玄米 [連結子会社]	ファンケル発芽米の製造
FANCL ASIA (PTE) LTD [連結子会社]	アジア・太平洋地域全般の販売統括
株式会社ファンケル美健 [連結子会社]	化粧品・医薬部外品・栄養補助食品の製造
ニコスタービューテック株式会社 [連結子会社]	化粧品・医薬部外品の販売及び受託
FANCL INTERNATIONAL, INC. [連結子会社]	化粧品・栄養補助食品の販売を米国で展開
boscia, LLC [連結子会社]	化粧品・栄養補助食品の販売を米国で展開
株式会社ファンケルスマイル [非連結子会社]	(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作業などを行う
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
株式会社ファンケルファーム [非連結子会社]	農産物の生産、加工、販売
FANCL (Shanghai) Business Consulting Limited [非連結子会社]	中国における化粧品・栄養補助食品の販売許可申請

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 2016年度(2016年4月1日～2017年3月31日)

※一部、2016年3月31日以前、2017年4月1日以降の情報を含まず

参考にしたガイドライン ■ ISO26000
■ GRI ほか

社会的責任投資への組み入れ状況 ※2017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。

