

価値創造の源泉

人的資本経営への取り組み

経営戦略を達成するための人事戦略

ファンケルグループは、「VISION2030」において、経営戦略として7つのチャレンジを実行しています。その一つに「人材育成と人材活用」を設定し、「人材育成」「人材活用」「組織風土の醸成」という3つの視点で取り組んでいます。

VUCA*の時代、変化に即応できる強い企業体質を創り上げるため、人材育成方針に「複数の得意分野の習得」や「ジョブローテーション制度」を取り入れ、従業員が新しい価値を生み出せる体制にしています。

事業を通じ価値創造を実行するのは従業員です。イキイキと働ける環境のもとで「ダイバーシティ&インクルージョン」を加速させ、能力発揮を促す人事戦略を実行していきます。また、ファンケルらしいベンチャー精神をもって「不」の解消にチャレンジし続ける風土づくりを推進していきます。

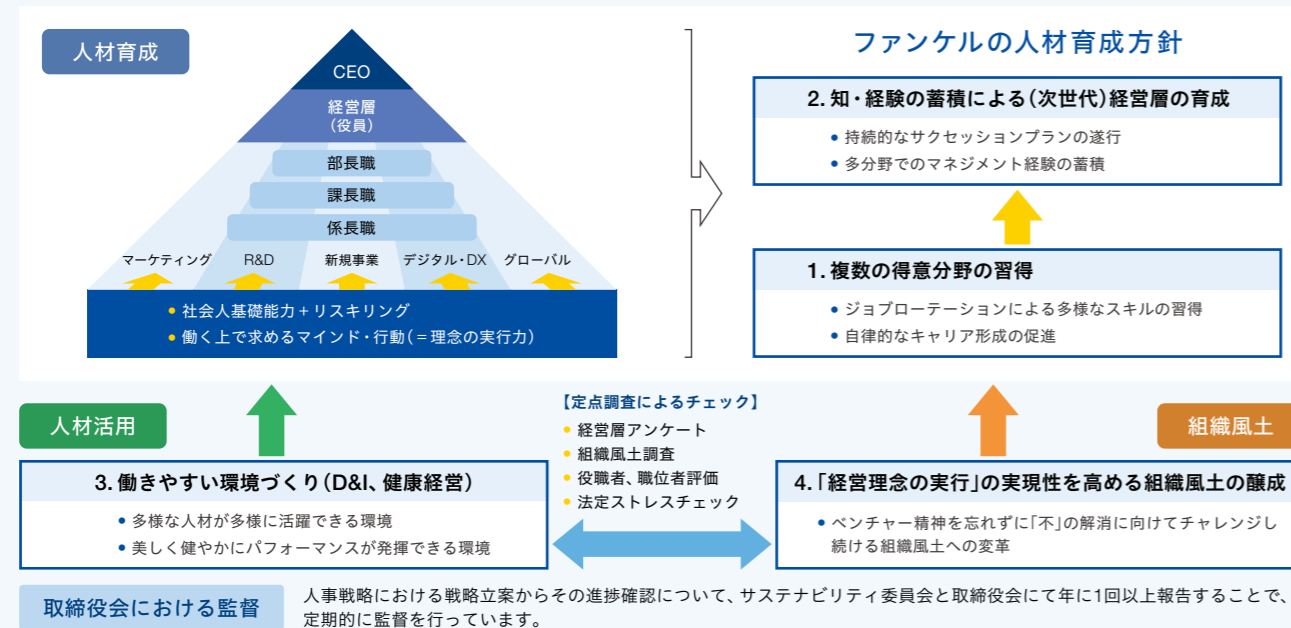


取締役 常務執行役員 管理本部長 炭田 康史

プロフィール

2005年5月ファンケル入社。化粧品基礎研究から製品開発を含む関連業務に携わる。2008年執行役員総合研究所長兼化粧品研究所長。2013年より取締役執行役員総合研究所長。2020年6月取締役常務執行役員総合研究所長。2022年10月より取締役常務執行役員管理本部長兼健康支援室長に就任。

人事戦略図



3つの視点

視点	内容	ありたい姿
1 経営理念である「不」の解消の実行力アップ	人材育成	様々な得意分野を持ったメンバーが様々な部門に在ること、各所で新しい価値が生み出される状態
2 全従業員が活躍できる環境づくり	人材活用	個々の従業員が主体性を持ち、多様な個性・能力を発揮できる環境づくり
3 経営理念の実行力を高める組織風土の醸成	組織風土	ベンチャー精神を忘れずに、「不」の解消に向けてチャレンジし続ける組織風土への変革

● **人材育成方針の策定**: 複数の得意分野の習得 + ジョブローテーション制度
 → 知識や経験の蓄積により次世代経営層の育成へつなげる
 ● **特に強化すべき機能の選定**: 経営、マーケティング、R&D、新規事業、デジタル・DX、グローバル
 ● **D&I**: 若手の登用、女性・ベテラン・シニア層、グローバル人材の活躍推進、障がい者雇用の促進
 ● **健康経営**: アブセンティーズム・プレゼンティーズムの低減、ワークエンゲージメントの向上
 ● **意識改革**: マルチステークホルダー(お客様、投資家・株主様、お取引先様、地域・社会、従業員)に対しての「行動指針」の改定
 ● **実行力の向上**: みんなで未来を語る会(代表取締役社長執行役員CEOと従業員の対話)、部門横断型 アイデアコンテスト(新規事業創出)の実施

人材育成に向けた取り組み事例

次世代経営層の育成

次世代経営層育成のための体系的なプログラムを構築しています。

部長・次長クラスを対象とした「ファンケル経営スクール」は、外部講師を招き、経営に必要な知識と視点を養う目的で、経営戦略の策定、組織変革、企業会計、マーケティング・消費者行動論などについて学び、経営リテラシーを習得します。2022年度は、参加者42名がチームにわかれ、自ら設定したテーマに関する経営提言を行いました。

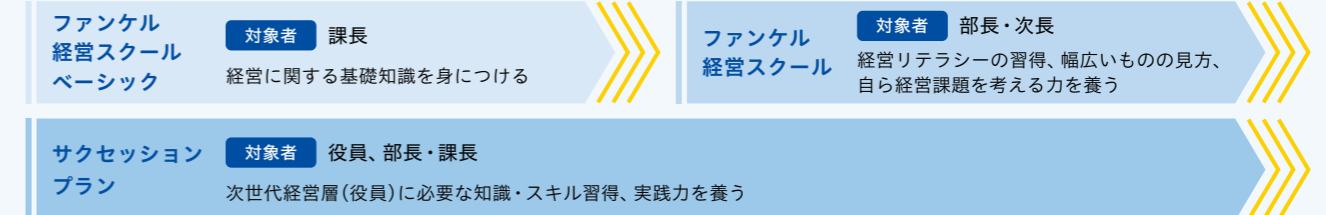
今年度より新たに開講した「ファンケル経営スクール ベーシック」は「ファンケル経営スクール」の前段階のプログラムとして、リーダーシップ・組織マネジメント、経営戦略・イノベーション、マーケティング、会計



等、経営の基礎知識全般を半年間学ぶもの。すでに58名の課長層が参加しています。

さらに、サクセッションプランにおける育成もスタートします。次世代経営層の候補者育成においては、実務経験に加え、役員に必要な知識(マルチステークホルダー視点、IR、財務経理、法務、人事労務など)や異文化理解・英語習得のプログラムも行います。

次世代経営層育成のカリキュラム



人材活用に向けた取り組み事例

ファンケルらしいD&Iの加速

「人間大好き企業」のファンケルグループは、「みんな違ってあたりまえ」というダイバーシティ推進スローガンのもと、様々な価値観や考え方を持つ多様な人材が、個性や能力を発揮し、新しい価値を生み出し続けることを目標に掲げています。

組織の多様性を高め、年齢や性別、障がいの有無、性的指向・性自認、国籍、人種、宗教、価値観や考え方、働き方等、お互いに尊重し認め合い、一人ひとりがイキイキと輝ける環境のもと、能力を存分に発揮し活躍できる企業になることを目指し、そのための環境や仕組みづくりを行ってきました。

無意識の偏見に気づくため、「アンコンシャスバイアス研修」や、自分らしく働くための「女性リーダーシッププログラム」などの、様々な施策を進めています。

私たちはこれからもファンケルで働く多様な人材が、変革と価値創造を推進し、多様な個性・能力を発揮できる組織風土づくりを進め、長期ビジョンの実現を追求します。



執行役員 サステナビリティ推進室長 山本 真帆

プロフィール

ファンケル入社後、通信販売を中心とした広告宣伝制作、営業戦略、販売企画、CRM、ECサイト運営などを担当。同業務を担う部門の部長を経て、2020年3月よりSDGs推進室長(2022年10月に改称し、現在はサステナビリティ推進室長)。2022年6月より執行役員となり、現在に至る。

価値創造の源泉

研究開発

総合研究所をファンケルの未来を創る発信基地にする

2022年10月、総合研究所の所長就任時に、自身が実現したいこととして、「総合研究所をファンケルの未来を創る発信基地にする」という目標を掲げました。その実現に向けて、現在、2つのテーマに取り組んでいます。一つ目が中長期の研究戦略の立案・実行。二つ目が研究人材の育成と強化です。

① 中長期の研究戦略の立案・実行

2020年からのコロナ禍によって、私たちの生活は大きな影響を受けました。そのような様々な環境の変化やテクノロジーの進化によって、人や社会が変わってゆく先の読めない不安定な時代だからこそ、10年、20年後の未来に向けて、私たちが叶えたい未来・ありたい姿を明確にし、その実現に向けた様々なチャレンジをしていくことが大切だと考えています。今後、世の中はどのように変化していくのか？未来のお客様の生活は？そこから発生するお客様の「不」は何か？を考え、ファンケルが取り組むべきテーマを明確にし、美と健康の領域における「既存事業の成長・強化」そして「新たな事業の創出」につながる研究戦略の立案・推進をしていきたいと考えています。

② 研究人材の育成と強化

ファンケルが継続的に世の中の「不」を解消し、成長



上席執行役員 総合研究所長 若山 和正

プロフィール

2005年入社。化粧品事業部で商品開発および海外現地生産を担当。2013年から海外事業の基盤構築、2015年から健康食品事業を担当し、事業・商品戦略を推進。2022年10月より総合研究所長に就任。

し続けていくためには、それらを実現する「人(人財)」の育成が重要です。研究メンバー一人ひとりに期待する役割を明確にし、日々の仕事を通して自身の成長実感や、社会への貢献実感を得ることのできる「働く幸せを感じることでできる組織」にしていきたいと考えています。自身の夢や目標の実現と、会社の成長が連動し、それがお客様の喜びにつながる。そんな組織になることが、「研究所がファンケルの未来を創る発信基地になる」ということに必ずつながっていくと考えています。

新たな「不」を解消するソリューション研究を推進

化粧品、栄養補助食品、発芽米および青汁の既存事業の成長・強化のため、基盤技術研究ならびに製品開発研究活動を通じて、「安心・安全」を軸とした安全性・機能性研究を推進し、科学的根拠に基づいた製品開発を行っています。

また、キリンホールディングス株式会社R&D部門をはじめ、国内外の研究機関との共同研究や産官学連携事業への参画などの幅広い活動は常に進化を続け、社会課題や新たな事業創出につながる研究所を目指して活動を進めています。

2022年度の実績

製品開発数	特許出願数	国内：71件、外国：2件	研究員・有資格者数 ※2023年4月現在		
ファンケル化粧品	46品	学会発表数	39件	研究員	193人
サプリメント	10品	論文発表数	17件	博士号	21人
アテニア化粧品	31品	共同研究先	25件	薬剤師	10人
発芽米・青汁・その他食品製品	6品	研究開発費	3,408百万円	管理栄養士・栄養士	8人

研究トピックス

化粧品

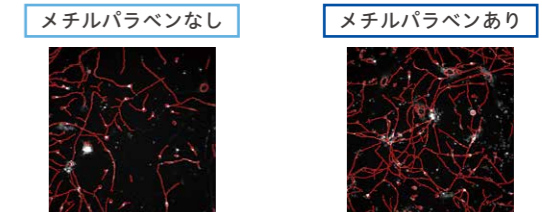
・iPS細胞技術でヒト感覚神経に対する新発見

肌に負担となるものを与えない「無添加」から始まったファンケルならではの視点で、増加していく様々な「肌ストレス」により引き起こされる肌老化メカニズムの研究を行っています。

近年、男女ともに敏感肌を訴える方は年々増え続けており、その多くは肌がピリピリ、チクチクした刺激やかゆみを感じやすい感覚異常の状態になっています。ファンケルでは、本来きれいになるための化粧品が、その中に含まれる防腐剤の一つ、パラベンにより肌を老化させてしまうということを実証してきましたが、さらに、この刺激やかゆみなどの不快こそが、日常生活のQOLを下げるのと同時に、肌の老化につながっていると考え、防腐剤の感覚神経に与える影響を研究しました。

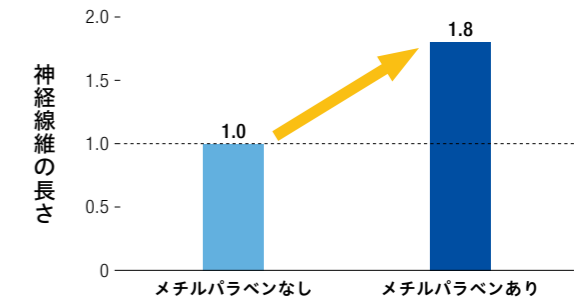
身体から取り出して培養することが難しい感覚神経を、iPS細胞培養技術により、化粧品成分に応答する感覚神経細胞を開発することに成功し、防腐

剤や大気汚染物質が、神経を刺激して正常な状態から過敏な状態に変化させる可能性を明らかにしました。なお、この研究結果は、「国際化粧品技術者会学術大会」で研究成果として発表しました。



防腐剤の一つパラベンにより感覚神経が伸長

パラベンによる感覚神経の伸長



サプリメント

・進化する体内効率技術

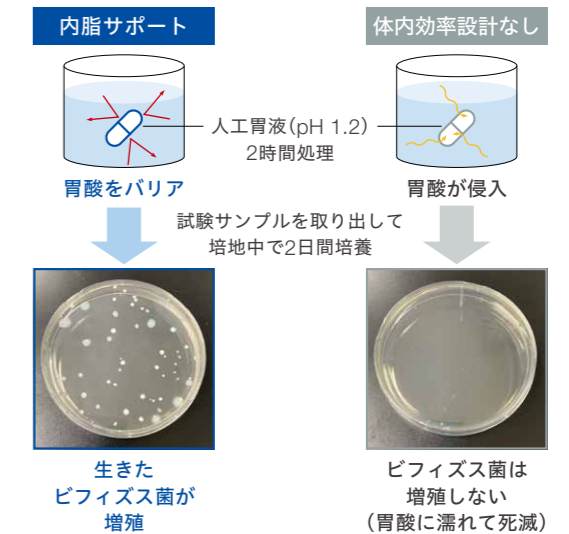
ファンケルでは1994年の健康食品事業開始時から、常にエビデンスに基づいて技術を検証し、お客様に実感していただける製品を創り上げることをモットーとした研究開発を進めています。

有効成分が体内で効率よく機能を発揮するための「体内効率」は、機能成分の性質や働きを見極め、その力が体内で最大限に発揮されるように工夫する当社の独自技術です。機能性の高い成分を探索したり、成分を体内で吸収されやすくするなど研究においても数々の工夫を行っています。

「内脂サポート」で開発し採用されているバリア&リリース製法は、ビフィズス菌を胃酸から守りながら、ブラックジンジャーエキスの放出を行う、身体に必要な場所で成分を吸収されやすくする技術です。早く溶かしたい成分と胃酸から守りたい成分を一つの製品に配合し、それぞれの成分の働きに合わせた製品設計を行っています。

常に、身体に有用な成分を混ぜて固めているだけ

実験結果



「内脂サポート」は体内効率設計で生きてビフィズス菌を胃酸から守る

ではなく、飲みやすさも考慮した小さな粒の中で、様々な成分の特徴に対応できる技術により機能性を高めることを追求しています。

価値創造の源泉

サプライチェーン(製造・物流・販売)

化粧品・健康食品ともに、GMP基準に則した管理体制のもとで、製品づくりを行っています。国内6カ所にある生産拠点は、安心・安全な製品をお客様へお届けすることを使命に、ファンケル独自の厳しい基準を持って「正直品質。」を追求しています。また、通信販売のほか、直営店舗販売、卸販売と多様なチャネルで製品を販売。チャネルの持つ強みをITを活用して融合し、お客様との絆づくりを進化させ、お客様の体験価値の最大化を図っています。

製造

生産拠点に関わる基準

株式会社ファンケル美健	基準		設備 クリーンルーム	
	拠点および主な生産品	GMP※1基準		FSSC 22000※2
千葉工場	化粧品、サプリメント	●	—	●
滋賀工場	化粧品	●	—	●
横浜工場	サプリメント	●	—	●
群馬工場	化粧品	●	—	●
長野工場	発芽米、サプリメント	—	●	●
三島工場	サプリメント	●	●	●

※1 GMP 米国FDA(食品医薬品局)が設けた、化粧品、医薬品、食品などの製造管理および品質管理を遵守するための製造規範
 ※2 FSSC22000 国際的な食品安全規格基準

【化粧品工場】省人化、高効率化に向けて

1997年の発売以来、国内外で3秒に1本売れる「マイルドクレンジング オイル」は、将来を見据え、効率的に大量生産が可能な専用工場を、2020年3月に千葉県流山市に設立しました。3工場体制からの集約とともに、省人化・高効率化を実現し、前体制の約1.3倍となる年間1,200万本の生産を可能としました。

一方、多品種・小ロット生産を得意とする群馬工場のバルク製造工程では、7基の真空乳化装置をメインに75L~2,000Lの仕込み量に対応。充填工程では14基の充填機を備え、内容量0.5mL~1,000mLで低粘度から高粘度まで対応しています。さらにつめかえ用のスパウトパウチ充填機は、プラスチックの削減にも貢献し、多様なニーズに「正直品質。」で応える生産環境を整えています。



「マイルドクレンジング オイル」の新工場

【サプリメント工場】グローバル需要に対応

2021年4月に稼働した三島工場は、「大人のカロリミット®」などの錠剤を成形する打錠機8基、「内脂サポート」などのハードカプセル充填機を2基、自動選別機は最新鋭設備6基を保有し、すべての粒の割れや欠けを高速で検査します。複数のサプリメントをワンパックにした「年代別サプリメント」では、機械メーカーと共同開発した高速分包機の4基目を2023年6月に稼働させ、中国をはじめとするグローバル需要にえています。なお、2021年4月より開始したキリングループの製造受託は継続しており、協業によるシナジーが発揮されています。

一方、横浜工場では、オーダーメイドサプリメント「パーソナルワン」を生産。これに対応する全自動錠剤分包機は、複数種類の錠剤を素早く一包化し、お客様に安心・安全な製品をお届けしています。



三島工場



「パーソナルワン」の全自動錠剤分包機

物流

●2拠点化による在庫配分。

リードタイムと輸送費の削減

ファンケルグループの物流センターは、千葉県柏市の関東物流センターと大阪府門真市の関西物流センターの2拠点を構え、各工場で製造された製品は即日両物流センターへ納品されます。物流センターは、年始の2日間と決算棚卸日を除き、年間362日稼働してお客様に新鮮つくりたての製品をいち早くお届けしています。

関東物流センターでは、ファンケルすべての製品を配置して全国のお客様へお届けしています。また、関西物流センターは、ファンケルの主力製品約300品目を配置。西日本方面のお客様へお届けするほか、アテニアの全製品を全国のお客様へお届けしています。両物流センターともに、製造年月日、賞味期限なども管理しながら



ファンケル関西物流センター

ら適切に在庫を配置することで、お客様により早く正確にお届けし、配送時の距離を最適化することでCO₂排出量の削減にも貢献しています。

お客様の「ほしいときに」「ほしいところへ」「高い品質で」お届けすることを目標に掲げ、さらなる品質と生産性の向上を図っています。



ファンケル関東物流センター

販売

●お客様体験価値の向上。IT基幹システム「FIT3」

ファンケルでは、通信販売のほか直営店舗販売、卸販売を中心にマルチチャネルで製品をお客様にお届けし、各チャネルの持つ強みをIT活用によって融合することでお客様との絆づくりを促進しています。

OMOの取り組みを推進し、個々のお客様に最適なアプローチを実現するIT基幹システム「FIT※3(フィット)」は、2022年にリリースされました。「お客様のことを深く理解するためのデータベース」といった考え



ライブショッピング

で構築され、お客様を理解し、有益な情報を返すデータの好循環が行われています。

通販と店舗の情報が一つに統合された「FANCLメンバーズアプリ」をお客様とのコミュニケーションプラットフォームとして展開することで、通信販売でのお買い物の利便性を保ちつつ、店舗での対面、オン

ラインカウンセリングの予約も可能になり、シーンに応じたご利用が一つのアプリでできるようになりました。また、お客様と強い絆を紡いでいく、ライブショッピングやオンラインイベントも配信し、全体の取り組みを通じ通信販売と店舗の相互利用を促しています。

現在は企画を充実させながら、ブランド価値の共感を重視した高いクオリティを目指し、それぞれのチャネル特性とITを駆使しながら、お客様との絆を深めるOMO戦略に取り組んでいます。

※ FANCL Information Technology

ライブショッピングの視聴者数と売上の推移

