

サステナビリティ方針




ファンケルグループは1980年の創業以来、一貫して社会課題解決型企業として成長してきました。2018年6月には「ファンケルグループ サステナブル宣言～未来を希望に～」を策定し、持続可能な社会の実現に貢献していく意志を表明。重点取り組みテーマを設定し、重点課題と定量目標を掲げ、具体的なアクションにつなげています。

ファンケルグループ「サステナブル宣言」 未来を希望に

ファンケルは「正義感を持って世の中の『不』を解消しよう」という創業理念に基づき、地球環境、社会課題など「未来への不安」に立ち向かい、ステークホルダーとともに「希望」をつくります。現在と未来に生きる人々の笑顔のために、持続可能な社会を目指します。

重点取り組みテーマ

サステナビリティの重点取り組みテーマとして、「環境」「健やかな暮らし」「地域社会と従業員」を設定しています。

| | | |
|--|---|---|
|  環境 |  健やかな暮らし |  地域社会と従業員 |
| 自然と調和した事業活動のために | 健康であなたらしい人生のために | 誰もが輝ける社会をつくるために |
| 企業活動のあらゆる面で、自然の恵みに感謝し、自然環境の保全に貢献するとともに、重要性の高まる気候変動の課題へ対処していきます。 | 独自性のある製品・サービスを通じ、世界中の人々の健康寿命の延伸と生活の質(QOL)の向上のために貢献していきます。 | 「人間大好き」の企業文化を大切に、人々の幸せを応援し、誰もがイキイキと輝ける社会づくりに貢献していきます。 |

重点取り組みテーマ・重点課題(マテリアリティ)設定のプロセス

| | |
|---------------|--|
| STEP 1 | 「SDGs」、「国連グローバル・コンパクト」、国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」、「パリ協定」等の国際規範や国際動向がファンケルグループに与える影響を分析し、さらに、お客様、投資家、お取引先様、地域社会、従業員との対話を通じて、ステークホルダーからの期待や要請等を様々な視点で抽出しました。 |
| STEP 2 | サステナビリティ推進部門が社会的なインパクトとファンケルグループへのインパクトを鑑みて、サステナビリティに関する取り組みの重要度を整理し、重点取り組みテーマ、重点課題、定量目標の草案を作成し、取締役執行役員、執行役員で構成されるグループ経営会議に上申しました。 |
| STEP 3 | グループ経営会議での議論後、取締役が自由に討議する場である「テーマセッション」の時間を設けて議論を深め、最終的に取締役会で決議されました。そして、具体的な戦略・行動計画を立案し、2021年5月に「第3期中期経営計画 前進2023」の中で、サステナビリティ戦略として公表しました。 |

重点課題と目標の進捗状況

| 重点取り組みテーマ | 貢献するSDGs | 重点課題(マテリアリティ) | 定量目標 | 2022年度実績 | 関連ページ |
|--|---|---|---|--|---------|
|  環境 |  | <ul style="list-style-type: none"> 気候変動への対応 CO₂排出量の削減 プラスチック使用量の削減 持続可能な調達 | <ul style="list-style-type: none"> 2050年度までにCO₂排出量実質ゼロ | <ul style="list-style-type: none"> CO₂排出量 4,012t-CO₂ (前年比62.6%削減) | P32 |
| | | | <ul style="list-style-type: none"> 2030年度までにプラスチックを使用した容器包材における4R^{※1}対応100% ※1 Reduce(容器プラスチック使用量の削減)、Reuse(容器の再利用)、Recycle(容器回収リサイクル)、Renewable(再生素材または植物素材への切り替え) | 50.9% | P34-35 |
| | | | <ul style="list-style-type: none"> 2030年度までにファンケル化粧品のプラスチックを使用した容器のうち植物由来・再生由来プラスチックの使用率30% | 40.1% 目標達成 | |
| | | | <ul style="list-style-type: none"> 2025年度までに紙を使用した容器包材における環境配慮紙^{※2}の採用100% ※2 認証紙、非木材紙、再生紙等 | 85.2% | |
|  健やかな暮らし |  | <ul style="list-style-type: none"> 健康寿命延伸への取り組み 基本的な栄養ニーズへの対応 生活の質(QOL)向上への取り組み | <ul style="list-style-type: none"> 2030年度までに日本人が健康のためにサプリメント・健康食品で対処する割合50%(2人に1人) | 31.5% | P36-37 |
| | | | <ul style="list-style-type: none"> 2023年度までに持続可能なパーム油の調達100% | 100% 目標達成 | P33 |
|  地域社会と従業員 |  | <ul style="list-style-type: none"> ダイバーシティ&インクルージョンの推進 地域社会への貢献 美と健康の教育機会の創出 | <ul style="list-style-type: none"> 2023年度までに女性管理職比率50% | 47.1% | P38-39 |
| | | | <ul style="list-style-type: none"> 2023年度までに女性上級管理職^{※3}比率30% ※3 役員を除く次長以上の管理職 | 28.0% | P38-39 |
| | | | <ul style="list-style-type: none"> 2030年度までに障がい者雇用率5% | 4.46% | P38, 40 |

(注)「プラスチックを使用した容器包材における4R対応」「紙を使用した容器包材における環境配慮紙の採用」「持続可能なパーム油の調達」は、(株)ファンケル、(株)アテニアの化粧品、健康食品が対象

ガバナンス体制 サステナビリティ委員会

サステナビリティを経営の中核におき、目標を必達し中長期的な企業価値を向上させるために、2021年10月に「サステナビリティ委員会」を設置しました。

詳細はP42-43(ガバナンス体制)をご覧ください。

3つの重点テーマ ①

環境

自然と調和した事業活動のために

貢献するSDGs

気候変動への取り組み

サステナブルな社会の実現には、気候変動関連の課題解決が最優先と考えます。ファンケルグループは、2050年を見据えた長期的な視点で予測される機会とリスクを考慮し、緩和と適応の両面から気候変動に取り組めます。そして自然の恵みに感謝し、企業活動のあらゆる面において、自然環境の保全に貢献します。これらの方針を具体的なアクションにつなげるため、2020年10月にTCFDの提言への賛同を表明しました。



ファンケルグループの気候変動への取り組み詳細は以下のサイトに掲載しています。
www.fancl.jp/sustainable/environment/tcfd/

●ガバナンス体制 サステナビリティ委員会

サステナビリティを経営の中核におき、中長期的な企業価値を向上させるために、取締役執行役員、執行役員によって構成された「サステナビリティ委員会」を設置しています。「サステナビリティ委員会」では、気候変動をはじめとしたサステナビリティの取り組みについて、目標に対する進捗管理や評価を行い、取締役会が監督およびモニタリング機能を果たしています。

●戦略

ファンケルグループは、2030年を見据えた長期ビジョン「VISION2030」を策定し、その実現に向けて事業を展開しています。2018年6月にはファンケルグループ「サステナブル宣言」を策定し、持続可能な開発目標(SDGs)と足並みをそろえて、持続可能な社会の実現に貢献していく意思を表明しました。

そして、「第3期中期経営計画 前進2023」の中で対処すべき環境の重点課題として、気候変動への取り組みを最優先とした上で、CO₂排出量の削減、プラスチック使用量の削減、持続可能なパーム油の調達について、定量目標を定めてグループ全体で推進しています。

●リスク管理

ファンケルグループでは、事業全般に関わる気候変動関連リスクと機会は、サステナビリティを推進する部門が、気候変動シナリオに基づき、想定されるリスク、機会の定性分析と財務的影響額の算定を進めており、ファンケルグループとして管理すべき内容を「サステナビリティ委員会」に上程しています。特に重要な事項は取締役会へ適宜報告を行い、速やかな対応を行っています。

●指標と目標

IPCC※による第6次評価報告書では、気候変動が従来予測よりも早く進むことが示唆され、喫緊の課題としてさらなる対策の強化が求められるようになりました。ファンケルグループでは2021年度に発表した「第3期中期経営計画 前進2023」の中で、気候変動に関わる目標を、世界的な潮流および国の方針に呼応して大きくストレッチし「2050年度までにCO₂排出量実質ゼロ(対象範囲はスコープ1+2)」とする目標を設定しました。

※ IPCCとは、Intergovernmental Panel on Climate Changeの略語で、世界気象機関(WMO)及び国連環境計画(UNEP)により1988年に設立された政府間組織

CO₂排出量削減の目標と進捗はP32

気候変動におけるリスクと機会

(前提条件)

| | |
|------|--|
| 対象期間 | ～2030年度 |
| 対象範囲 | 国内の販売3チャネル(通信販売、直営店舗販売、卸販売)における、主に化粧品事業・栄養補助食品事業 |
| 算定条件 | IPCC第5次評価報告書RCP2.6(2°Cシナリオ)等に基づき分析 |
| | 項目別に対象期間内の想定される売上高、利益影響額を算定 公共事業等のインフラ強化やテクノロジーの進化等は考慮しない |

| | 世の中の変化 | ファンケルグループのリスクと機会 | 財務的影響額 |
|--------|--------------------------|---|--|
| 移行リスク | 気候変動対応の政策、規制強化 | 炭素税コストの増加 気候変動の緩和を意図したCO ₂ 排出量およびプラスチック使用量に対する政策や規制の強化が行われた場合、省エネルギーや再生可能エネルギー導入、製品のプラスチック使用量削減に係る投資コストが増加します。中でも、炭素税が導入されると、ファンケルグループの負担が増加することが想定されます。 対応策として、国内の3工場(滋賀工場、群馬工場、三島工場)と関西物流センターに太陽光パネルを設置し、2022年4月以降、国内拠点における、再生可能エネルギーの切り替えを進めています。 | 炭素税コスト 約2.5億円 ※2030年度のコストを想定 |
| | 感染症の発生による外出制限、インバウンド需要減少 | 直営店舗・卸販売の売上高減少 水媒介性感染症や病原媒介生物の変化で感染症が拡大することが予測されています。感染症が発生した場合、直営店舗や卸販売では、渡航規制によるインバウンドの売上高減少や、国内においても外出自粛が発生し売上高が減少することが想定されます。 対応策として、通信販売、直営店舗販売、卸販売と多様な販売チャネルを持つファンケルグループのマルチチャネルを最大限活用し、通信販売に誘導することにより、消費者の利便性の向上を図ります。 | 売上高減少額 約15億円 ※COVID-19を参考に算定 |
| 物理的リスク | 異常気象の激甚化、海面上昇 | 生産能力の低下に起因した売上高減少 海面水位上昇による浸水リスクと、集中豪雨の影響による河川の氾濫などの水害リスクによる工場の操業停止が想定されます。ファンケルグループの千葉工場は、千葉県流山市の江戸川沿いに立地し、主力製品の「マイルドクレンジングオイル」専用棟を保有しています。江戸川が氾濫し工場が操業停止(1か月間と想定)となった場合、「マイルドクレンジングオイル」の販売機会の逸失による売上高減少が見込まれます。 対応策として、「オールハザード型」のBCP(事業継続計画)を策定し、仮に災害が起きた場合にも、早期に復旧できるよう備えています。 | 「マイルドクレンジングオイル」の売上高減少額 約10億円 ※工場操業停止1か月間と想定 |
| | 農産物由来原材料の生産量減少や品質低下 | 原料調達コストの増加 気候変動による温暖化や異常気象の影響を受け、農産物由来原材料の生産量減少や品質低下等が起こり、原料調達コストの高騰、代替品への切り替え等の追加コストがかかることが想定されます。中でも、発芽米、青汁等の農作物の収穫量減少、グリセリン等のパーム由来原料が入手困難になった場合に、ファンケルグループの事業において売上原価の増加という大きな影響を及ぼす可能性があります。 対応策として、環境の重点課題に「持続可能な調達」を掲げ、サプライチェーン上のリスクの把握、対処の検討に努めています。 | 青汁、発芽米、パーム由来原料等の売上原価増加額 約2～5億円 |
| 機会 | 感染症の発生による消費者ニーズの変化 | 新たなニーズに応える製品の売上高増加 感染症が発生した場合、消費者の健康や衛生への関心が高まることにより、新たなニーズに応える製品やサービスとして「免疫系商品」「衛生商品」への需要が増えることが期待できます。 通信販売の売上高増加 感染症が発生した場合、外出自粛や店舗休業等で通信販売への需要が高まることと想定されます。ファンケルグループのマルチチャネルを最大限活用し、直営店舗や卸販売から通信販売へ誘導することにより通信販売の売上高増加が期待できます。 | 売上高増加額 約10億円 ※COVID-19を参考に算定 売上高増加額 約25億円 ※COVID-19を参考に算定 |
| | ESG評価による企業価値の向上 | 市場評価が上昇 投資家の投資判断において気候変動対応が重要性を増しており、気候変動への対応を積極的に行うことにより、ESG評価が向上し株価の下支えとなることと期待できます。ファンケルの発行株式会社全体の4割超を国内外の機関投資家が保有しており、気候変動情報を積極的に開示することで、株価の上昇につながる可能性があります。 | 株価評価額 約30億円 ※株価1%上昇と想定 |

環境

具体的な取り組み

• CO₂排出量の削減

気候変動対応・CO₂排出量削減を環境の最優先課題とし、脱炭素社会への貢献を目指します。

定量目標

| 重点課題(マテリアリティ) | 目標 | 進捗(2022年度) |
|------------------------|-----------------------|---|
| CO ₂ 排出量の削減 | 2050年度までに 実質ゼロ | <ul style="list-style-type: none"> CO₂排出量 4,012t-CO₂ (前年比62.6%削減) ※対象範囲はスコープ1+2 |

CO₂排出量削減のマイルストーン

| 削減対象 | 2011年 | 2018年 | 2021年 | 2022年 | 2023年 | 2050年 |
|-------|---------------------|-------|----------------|------------------------------|-----------------------------|--|
| スコープ1 | | | | | (カーボンニュートラルなガス) ・国内4拠点転換 | 2050年度までに CO ₂ 排出量 実質ゼロ |
| スコープ2 | (太陽光パネル導入) ・滋賀工場 | ・群馬工場 | ・関西物流センター・三島工場 | (再生可能エネルギー由来電力) ・国内12拠点転換 | | |
| スコープ3 | | | | | ・2023年度以降削減目標を設定 | |

スコープ1 自社で使用する化石燃料から直接的に排出したCO₂ | スコープ2 電力会社から購入した電力の使用量に
応じた(発電などで間接的に排出した)CO₂ | スコープ3 原料調達や製品配送など自社拠点以外
のサプライチェーンで排出されるCO₂

CO₂排出量(スコープ1+2)削減の取り組み

ファンケルグループは2011年に滋賀工場に太陽光パネルを最初に導入し、2018年には群馬工場、2021年には、6月に関西物流センター、11月には三島工場に太陽光パネルを設置しました。国内合計4拠点の太陽光発電を利用して作業時の使用電力を補助することで、年間およそ480トンのCO₂排出量削減の効果が期待できます。

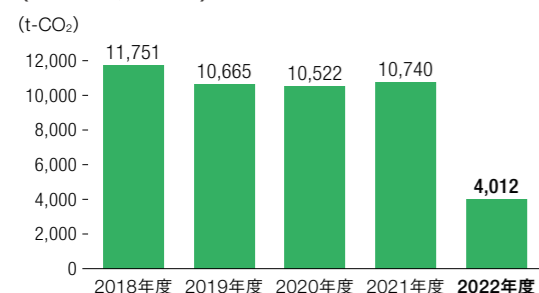


関西物流センターの太陽光パネル
(2021年6月設置)



滋賀工場のLNGタンク(2022年7月よりカーボンニュートラルなLNGを補充開始)

ファンケルグループ CO₂排出量実績 (スコープ1+2)



また、「再生可能エネルギー由来電力」も積極的に活用を始め、2022年4月には、国内12拠点(6つの生産工場、物流センター、本社などのオフィス等)への転換が完了しました。

さらに、2022年6月から11月にかけて、4つの生産工場の都市ガスやLNG(液化天然ガス)、LPG(液化プロパンガス)をカーボンニュートラルなガス※1に切り替えました。2050年度CO₂排出量ゼロに向け、この先もCO₂排出量の削減に取り組み続けていきます。

※1 カーボンニュートラルなガスとは、天然ガスの採掘から燃焼に至るまでに発生する温室効果ガスを、環境保全プロジェクトにより創出されたCO₂クレジットで相殺することでCO₂が発生しないとみなされます

CO₂排出量(スコープ3)削減の取り組み

自社拠点で排出するCO₂以外のサプライチェーン全体のCO₂(スコープ3)排出量削減の取り組みも進めています。中でも、製品や資材を調達する際に排出されるCO₂、お客様や直営店舗などに製品を輸送する際に排出されるCO₂などにも目を向け、いかに削減に結びつけていけるかを、お取引先様などとともに推進していきます。また、2023年度は、次期中期経営計画に向けて、CO₂スコープ3の削減目標の設定と行動計画を策定していく予定です。

「2022年度ファンケルESGデータ集」は以下のサイトに掲載しています。

www.fancl.jp/sustainable/data/esgdata/

• 持続可能な調達

ファンケルグループは、お取引先様と共存共栄の関係を築き、お客様へ「安心・安全・高品質」の製品やサービスを提供しながら、環境、人権、労働問題にも配慮した「持続可能な調達」を目指しています。

定量目標

| 重点課題(マテリアリティ) | 目標 | 進捗 |
|---------------|-----------------------|--|
| 持続可能なパーム油の調達※ | 2023年度までに 100% | 100% 目標達成 (RSPOマスマバランス54%、ブック&クレーム46%) ※2022年1月~12月実績 |

※株式会社ファンケル、株式会社アテニアの化粧品、健康食品が対象

ファンケルグループ持続可能な調達基本方針

ファンケルグループの調達活動における基本的な考え方を「ファンケルグループ持続可能な調達基本方針」として定め、公開しています。また、お取引にあたって遵守いただきたい項目を「お取引先様(サプライヤー様)ガイドライン」にまとめており、ご理解を仰ぐことにより、お取引先様とともに環境、人権、労働問題にも配慮した「持続可能な調達」を目指しています。

「ファンケルグループ持続可能な調達基本方針」、「お取引先様(サプライヤー様)ガイドライン」は以下のサイトに掲載しています。

www.fancl.jp/sustainable/environment/procurement/guideline/

持続可能なパーム油の調達

パーム油は熱帯地域で栽培されるアブラヤシから得られる植物油です。主要な生産地であるマレーシアやインドネシアでは農場開発に伴う熱帯林の大規模な伐採や農場労働者の人権に関する課題が問題視されています。

ファンケルの主力製品である「マイルドクレンジング オイル」等にもパーム油を使用していることから、持続可能なパーム油の調達を目標に掲げ、RSPO※1やJaSPON※2に加盟しメンバーシップで取り組んでいます。

物理的な認証油であるマスマバランス原料の比率を高めていく方針のもと、2021年9月、自社工場(千葉工場、群馬工場、滋賀工場)のRSPOサプライチェーン認証を取得。2022年度はパーム由来原料をRSPOマスマバランス54%、ブック&クレーム46%で100%対応しました。今後も、マスマバランス原料への切り替えを順次進めていきます。

※1 Roundtable on Sustainable Palm Oil (持続可能なパーム油のための円卓会議)

※2 Japan Sustainable Palm Oil Network (持続可能なパーム油ネットワーク)



4-1364-21-100-00

サプライチェーンにおける環境や人権に配慮した調達をお取引先様とともに

2022年10月には、サプライチェーン上のリスクを把握するために「お取引先様(サプライヤー様)ガイドライン」遵守状況のアンケート調査を約450社に実施。主要取引に関わる数十社へ個別ヒアリングを行いました。また、新規お取引先様候補先に対しては、「お取引先様(サプライヤー様)ガイドライン」を事前に通知し、遵守することに予め同意をいただいた上で、取引を開始しています。また、人権デューデリジェンスとして、人権リスク対応の仕組みを整え、お取引先様からの苦情、通報を受け付ける「ヘルプライン」を設置し、お取引先様との公平で公正な取引関係の構築と継続に努めています。



環境

•プラスチック使用量の削減

4R*の観点で、製品やサービスのプラスチック削減に取り組みます。

※Reduce(容器プラスチック使用量の削減)・Reuse(容器の再利用)・Recycle(容器回収リサイクル)・Renewable(再生素材または植物素材への切り替え)

定量目標

| 重点課題(マテリアリティ) | 目標 | 進捗 |
|--|-------------------------|---------------------------|
| プラスチックを使用した容器包材における4R対応※1 | 2030年度までに ➔ 100% | 2022年度: 50.9% |
| ファンケル化粧品のプラスチックを使用した容器のうち植物由来・再生由来プラスチックの使用率 | 2030年度までに ➔ 30% | 2022年度: 40.1% 目標達成 |
| 紙を使用した容器包材における環境配慮紙※2の採用※1 | 2025年度までに ➔ 100% | 2022年度: 85.2% |

※1 株式会社ファンケル、株式会社アテニアの化粧品、健康食品が対象 ※2 認証紙、非木材紙、再生紙等

容器包材プラスチック使用量の削減 基本方針

ファンケルグループは、脱炭素・循環型社会の実現を目指し、お客様とともに容器包装のプラスチック削減に取り組んでいます。従前より、ReduceやReuseを積極的に推進し、削減の効果を出してきました。

また、製品の特長である「無添加」の品質を守るため、密封容器等にプラスチック素材を採用する際には、Renewableの視点を取り入れることで、環境負荷の低

減にできる限り努めています。

2021年度からは、循環型社会へのさらなる貢献を目指し、化粧品容器の回収リサイクルを開始しました。

将来的には、回収した化粧品容器が再び化粧品容器の原料に生まれ変わる「水平リサイクル」の実現に向け、資本業務提携を締結したキリングroupと連携を強化し、取り組んでいきます。

▶ Reduce (容器プラスチック使用量の削減)

プラスチック使用量の削減を最優先とし、容器包装の薄肉化や軽量化、紙などの他の素材への切り替えを積極的に進めています。2022年度にメイクブラシの外箱、2023年度には卸販売チャネルの基礎化粧品の外箱を順次プラスチック素材から森林認証紙に切り替え、プラスチック使用量の削減に取り組んでいます。

また、サプリメントでは2013年からアルミパウチ袋の厚みを11%カットし、削減を実現しています。



卸販売チャネル基礎化粧品外箱 サプリメントのアルミパウチ袋

TOPICS

キリングroupとのシナジーによる新たな包材開発 【国内初ビール製造時の副産物から化粧品包材を開発】

ファンケルでは、固形ファンデーションなどのコンパクトケースを繰り返し使用する製品には、レフィルを販売してつけかえができるようにしています。

このレフィルはプリスター包装※1を採用し、その材質として、従来はプラスチック素材を使用していましたが、2022年度に、キリンのパッケージイノベーション研究所と共同で、「キリン一番搾り生ビール」の製造工程で発生する副産物であるビール仕込粕から抽出したヘミセルロース※2を用いたシートを開発。植物由来のレフィル用プリスター包装の製品化につなげました。

※1 プリスター包装：加熱して柔らかくしたシートを金型に合わせ、変形させる製造方法で生産された包装のこと
※2 ヘミセルロース：植物細胞壁に含まれるセルロースを除く、水に対して不溶性の多糖類の総称



ケースとレフィル



プリスターケース

▶ Reuse (容器の再利用)

ファンケル化粧品は、主力製品である「マイルドクレンジング オイル」をはじめ、洗顔料やエイジングケアライン「ビューティブーク」においてつめかえ用を展開しています。アテニアにおいては、従来より容器の再利用を積極的に推進しており、エコパック専用ホルダーやワンタッチでつめかえができる製品など、数多くのつめかえ用を展開しています。



ファンケルマイルドクレンジングオイル(つめかえ用)



アテニア ブライトインセブション(つめかえ用)

▶ Renewable (再生素材または植物素材への切り替え)

ケミカルリサイクル*の技術により作られた再生由来PETは、石油由来のPETと同等の品質を有するものとされ、プラスチックの資源循環を担う素材として優れていると言われています。2021年11月のリニューアルを機に「マイルドクレンジング オイル」の本体ボトルに100%再生由来PETを採用した後、「エンリッチプラス」、「モイストリファイン」などの主力のスキンケア製品、一部のヘアケア製品まで対象を拡大。2022年度中に対象製品すべての化粧品のPET容器を切り替えました。アテニアにおいては、「スキんクリア クレンジング オイル(エコパック)」容器のポリエチレン製スパウトの部分に、キリンビバレッジのペットボトルキャップ由来の再

生樹脂を採用。また、2023年1月に発売したヘアケア製品「サロンプレミアム シャンプー スカルプ&ボリューム」の容器には、さとうきびを原料とする植物由来プラスチック(バイオマスプラスチック)を採用しました。

※ケミカルリサイクル：使用済みの資源を化学分解によってプラスチック(PET)の原料に変換して再利用すること



マイルドクレンジングオイル



エンリッチプラス



スキんクリア クレンジングオイル(エコパック)

▶ Recycle (容器回収リサイクル)

「FANCL リサイクルプログラム」は、お客様が使用済みの化粧品容器を全国の直営店舗で回収し、特例子会社のファンケルスマイル*で容器の分別・洗浄・乾燥・粉砕を行った後、協力先のリサイクル会社で、マテリアルリサイクルという技術により植木鉢にリサイクルする取り組みです。2021年7月に6店舗でスタートし、直営店舗がある各自治体へ導入の相談を重ねることで2022年度は全国へ拡大しました。植木鉢は、ファンケル本社がある横浜市などに寄贈し、花のイベント「ガーデンネックレス横浜」での活用や市内の小学校での環境教育など、地域の皆様に役立てていただいています。

環境負荷低減・ダイバーシティ & インクルージョン(障がい者の活躍)・地域貢献という3つの要素を持つファンケル独自のリサイクルを積極的に推進し、多くのお客様とともに循環型社会に貢献していきます。

今後は、新たなチャレンジとして、資本業務提携を結んでいるキリングroupと連携し、使用済みの化粧品容器をケミカルリサイクル技術により再び化粧品容器に生まれ変わらせる「水平リサイクル」の実現を目指していきます。

※株式会社ファンケルスマイル：1999年に障がいのある方の自立支援を目的に設立した特例子会社



全国の直営店舗で回収



ファンケルスマイルでの洗浄作業



容器を粉砕した様子

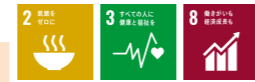


3つの重点テーマ

健やかな暮らし

健康であなたらしい人生のために

貢献するSDGs



健やかな暮らしの実現に向けて

ファンケルグループは、創業以来、美と健康に関わる価値提供に取り組み、お客様の美しく健やかな生活を支えるため、様々な製品を研究・開発してきました。

ファンケルグループ「VISION2030～世界中を、もっと美しく、ずっと健やかにそして世界中で愛される会社に～」を目指し、中核事業である「健康食品事業」をはじめとする各事業においては、独自性のある製品・サービスを通じ、世界中の人々の健康寿命の延伸

と生活の質(QOL)の向上のために貢献していきます。

サプリメントのパイオニアとして、科学的根拠に基づいて成分や有効性データの確認を行い、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」を大切に、素材の選定から加工技術に至るまで数々の工夫を加えています。長年人々の健康に寄り添ってきた実績、積み重ねた研究開発力、技術力を活かし、新たな価値を付加した製品を提案し続けます。

定量目標／重点課題

| 重点課題(マテリアリティ) | 目標 | 進捗 |
|--|--|-------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> 健康寿命延伸への取り組み 基本的な栄養ニーズへの対応 生活の質(QOL)向上への取り組み | 日本人が健康のために サプリメント・健康食品で対処する割合 2030年度までに ➔ 50% | 2022年度 32% |

社会課題と健康ニーズ／対応する商品

| | | | | |
|------------------------|--------------------|--------------------|-----------------------|--------------------------|
| 高齢者増加と健康ニーズ | 栄養対策ニーズ | 女性特有ニーズ | 長く健康に働くニーズ | ウイルスの脅威・免疫ニーズ |
|------------------------|--------------------|--------------------|-----------------------|--------------------------|

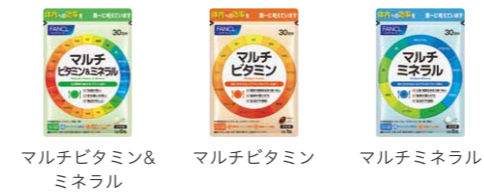
健康食品、化粧品、肌着といったファンケルの事業活動全般において
 ファンケルらしい製品やサービスを通じて、生活者の「健やかな暮らし」を実現

製品を通じた社会課題の解決

●栄養対策ニーズ

栄養不足による心身機能の不調など、食に起因する健康課題を解決するには、日常的な食生活における栄養バランスの改善が必要です。

ファンケルでは、食事で補いきれない栄養を効率よく摂取するサポートとしてサプリメント(栄養補助食品)を提案し栄養課題の解決に貢献します。



●高齢者健康ニーズ

高齢化が進み、一人ひとりの健康に対する意識と行動が問われています。増え続ける医療費の削減に貢献し、いつまでも元気でアクティブな毎日をサポートするため、するっと飲み込めることを重視した粒の大きさや剤形、変わらない機能性で粒数を低減するなど、素材の選定から加工技術に至るまで数々の工夫を加えています。



地域活動を通じた社会課題の解決

●「ファンケル 神奈川SDGs講座～栄養講座～」

神奈川県を中心とする小中高校生を対象に2021年4月から実施。サステナビリティの重点テーマ「健やかな暮らし」に基づき、食品ロス、栄養の偏り、若者の栄養課題等について若い世代とともに考えています。



●発芽米・青汁を通じて 子どもたちや地域の方へ食育活動

20年以上継続してファンケルの「発芽米」を給食として使用している雲母(きらら)保育園と協働し、メニューコンテストを開催。最優秀メニューの売上の一部を「認定NPO法人全国こども食堂支援センター・むすびえ」に寄付を行いました。

また、今年度より神奈川県庁・NPOとの協働で、こども食堂での食育講座を開始。「NPO法人コードモトナリ」「認定NPO法人あっちこっち」とともに栄養の基礎知識や、発芽米・青汁に関するクイズなどを実施。子どもたちや地域の皆さんへ食育や基本栄養の大切さを伝えていきます。



●神奈川県健康支援プログラム

神奈川県は、企業や団体が保有するノウハウや人材を活かして、県民の「未病改善」の取り組みを支援するプログラムを実施し、ファンケルもこのプログラムに協力しています。



健康経営

ファンケルグループの重要な資本は「人」であり、「従業員の健康」が健やかな暮らしを支える経営基盤であるという認識のもと、健康第一の風土づくりと健全な経営を推進しています。代表取締役社長執行役員を健康経営の責任者とし、2017年に健康経営宣言を制定、2018年に健康支援室を設立し、従業員の健康をサポートしています。

健康経営についてはこちら www.fancl.jp/sustainable/society/healthcare/index.html





3つの重点テーマ

地域社会と従業員

誰もが輝ける社会をつくるために

貢献するSDGs



ダイバーシティ&インクルージョンの推進

「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指しています。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、働き方等の多様性を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でチームワークを発揮できるように努め、変革と価値創造を推進していきます。

定量目標/重点課題

女性の活躍推進

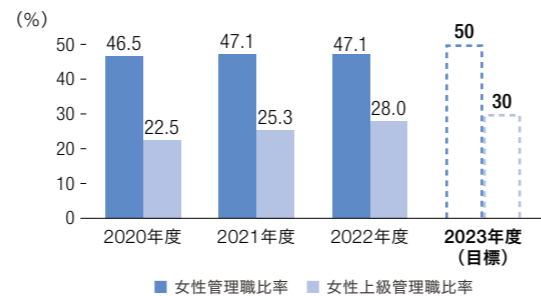
| 目標 | 進捗 |
|---|---------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> 女性管理職比率 2023年度までに ➔ 50% | 2022年度 47.1% |
| <ul style="list-style-type: none"> 女性上級管理職*比率 2023年度までに ➔ 30% | 2022年度 28.0% |

*役員を除く次長以上の管理職

ファンケルは、お客様に美と健康を提供するため、創業以来女性社員が中心となり活躍する風土が根付いています。女性従業員比率は62.2%、女性管理職比率は47.1%(2022年度)です。

さらなる女性活躍推進のため、多様なロールモデルが登場する研修の実施や、ワークライフバランスの推進、性別や年齢等にかかわらず誰もが活躍できる職場環境整備を推進しています。

女性管理職比率/女性上級管理職比率 (%)

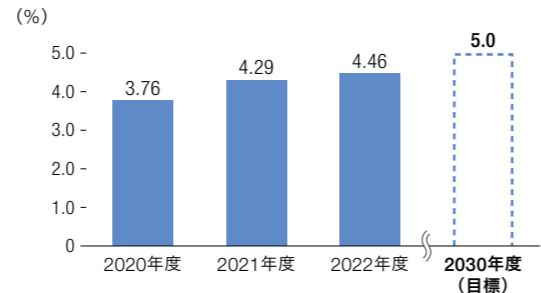


障がい者の活躍推進

| 目標 | 進捗 |
|---|---------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> 障がい者雇用率 2030年度までに ➔ 5% | 2022年度 4.46% |

特例子会社ファンケルスマイルでは、障がいがある方の就労機会を拡大するため、通年採用を行っています。ファンケル本社でも障がいがある方の新卒採用(アソシエイト正社員)を実施。現在、グループ全体で112名(うちファンケルスマイル101名)が活躍しています。また、一人ひとりの能力や可能性を最大限に伸ばすことができるよう、個々の長所に目を向けた様々な支援も行っています。

障がい者雇用率 (%)



女性の活躍推進

ファンケルグループでは、女性だけでなくすべての人にとって働きやすい職場づくりを促進し、一人ひとりの能力が発揮されることが、会社の成長に結びつくと考え、様々な取り組みを実施しています。

女性リーダーシッププログラム

アンコンシャスバイアス研修

さらなる女性活躍推進を目指し開催した「女性リーダーシッププログラム」では、結婚や子どもの有無など、背景の異なる現役女性役員が登場し、エールを送ることで、日々の行動変化を促しています。「アンコンシャスバイアス研修」は、研修を通じて無意識の偏見や思い込みに気付く機会を設けています。



登壇した女性役員

男性の育休取得促進

働きがいと働きやすさを両立させるための環境整備の一環で、男性社員の育児休暇取得促進をしています。

男性育休取得率は2022年度100%※となっており、さらに取得を推進していきます。



育休を取得した従業員

※配偶者出産支援休暇取得者含む

LGBTQ^{※1}理解促進

誰もが働きやすい職場づくり

多様な人材がイキイキと働くことができる職場環境の構築の一環として、2022年4月に従業員の事実婚・同性婚について、原則として法律婚によるものと同等に扱う「パートナーシップ規程」を定めました。また、LGBTQアライ^{※2}を

設立し、当事者の方々を理解し寄り添いたいという想いで様々な取り組みを実施しています。



LGBTQアライ推進メンバー

※1 L=レズビアン、G=ゲイ、B=バイセクシュアル、T=トランスジェンダー、Q=クィア・クエスチョニングの頭文字。
※2 LGBTQアライ: 当事者たちに共感し、寄り添いたいと思う人。ファンケルでは2023年4月現在345名。

女性特有の健康に関する研修

年代等によって異なる女性特有の健康課題について理解を深め、働きやすい環境をつくるため、女性の健康に関するセミナーを実施し、全役員・部長以上・希望する従業員が受講しています。また、乳がん自己触診の啓発などの情報発信も実施しています。

女性活躍へのコミットメント

女性活躍を推進するため、内閣府「輝く女性の活躍を加速する男性リーダーの会」、神奈川県「かながわ女性の活躍応援団」に参画しています。リーダーミーティングでは、女性活躍推進に関する自らの想いや取り組みを、社内外へ主体的に発信しています。



女性活躍に関する署名・認定



2022年
WEPS署名



2016年
「えるぼし」認定(厚生労働省)



2008年
「くるみん」取得(厚生労働省)



2016年
神奈川県子ども・子育て推進事業者

従業員への研修を毎年実施

LGBTQの基礎知識について学ぶオンライン動画学習や、映画観賞会、ワークショップ、当事者講師を招いた研修などを実施し、LGBTQに対する正しい理解促進に取り組んでいます。

LGBTQに関する認定



2022年 PRIDE指標^{※3}「ゴールド」賞

※3 PRIDE指標は、Policy(行動宣言)、Representation(当事者コミュニティ)、Inspiration(啓発活動)、Development(人事制度・プログラム)、Engagement/Empowerment(社会貢献・渉外活動)の5指標について評価項目を設定し、企業の取り組みを評価したものです。

特例子会社ファンケルスマイル

障がいのある方を守るだけでなく、身体障がいと比べ雇用機会が少ない、知的障がいをもつ人を、一人の社会人として「自立」できるように支援することを目指して、1999年2月、特例子会社株式会社ファンケルスマイルを設立。1999年の飯島ビルからスタートし、2019年千葉工場、関東物流センター、2021年2月には関西物流センターへと勤務地を拡大し、雇用を創出してきました。社名の由来は、障がいの有無にかかわらず、人と人の心を結び合うものは「笑顔」だと考えたことからです。



ファンケルグループの化粧品・サプリメント包装作業やダイレクトメールの封入・発送作業等に加え、クッキーの製造や販売、化粧品の容器回収リサイクルにおける洗浄業務を開始するなど新たな活躍の場が拡大しています。

アソシエイト正社員(障がい者新卒採用)

「介護」や「長期療養が必要な身体の病気」「身体障がい」を抱える方が、本人の希望する時間や日数でフレキシブルに勤務できる、正社員の雇用区分を2019年に新設。さらに柔軟な働き方を推進し、ダイバーシティの一層の強化を図っています。



管理本部 人事部
給与厚生グループ

谷沢 茉耶

社員食堂の運営事務等を担当しています。食堂では、近年、様々な社内行事と連携した特別メニュー提供の依頼や、スペースを有効活用した企画の提案を受けることが増えており、食堂の在り方の変化・役割の広がりにより仕事のやりがいを感じられます。



管理本部 法務部
法務グループ

大場 裕太

企業間取引における様々な契約書の保管業務等を担当しています。業務の幅が広がると、その分覚えなければいけないことが増えてきますが、任されることにやりがいを感じています。これからも新たなことにどんどんチャレンジしていきたいと思えます。

障がい者アート・イベント開催

ファンケルの旗艦店「ファンケル銀座スクエア」で2022年8月、障がいのある方のアート展「ノーボーダー・アート・ギャラリー～垣根を越えた新しい時代へ～」を開催。2022年9月には「アール・ブリュット※ふるしき」を販売するなど、障がいのある方の活躍を応援しています。

※アール・ブリュット：フランス語で「(生)の芸術」を意味し、既存の芸術概念や流行にとらわれず自由な発想で表現された絵画や造形を指します。日本では「障がい者アート」とも言われています。



障がいのある方たちとの関わりとファンケルらしさ

ファンケルグループにおける障がいのある方々との関わりについては古い歴史があります。1999年のファンケルスマイルの設立に始まり、2019年にはアソシエイト正社員制度を創設し「一緒に働く環境づくり」で各々の力を発揮するための社内環境を整えてきました。

グループ社員は障がいのある方々をととても身近に感じていますし、分け隔てない意識や日常の様々なところでごく普通に関わりを持っている環境こそが、知らず知らずのうちに形作られています。障がいのある方でも、チャレンジ次第で活躍の場は無限に存在する。それが「ファンケルらしさ」なのです。

株式会社ファンケルスマイル
代表取締役社長

簗島 修



●ファンケル 神奈川SDGs講座

2021年から始まった「ファンケル 神奈川SDGs講座」は、神奈川県内を中心とした地域の子どもたちとともにSDGsについて考える講座です。「単発講座」、「長期講座」、「夏休み講座」があり、ファンケルが取り組む3つの重点テーマ「環境」「健やかな暮らし」「地域社会と従業員」を題材に、ディスカッションや発表を通じて、自分には何ができるのかを考え、行動するきっかけづくりをしています。

長期講座ではSDGs視点から高校生とファンケルが協働で製品開発などに取り組み、2022年度は桐蔭学園高等学校とともにパッケージ開発等を実施しました。

賞の受賞

- 文部科学省 令和四年度「青少年の体験活動推進企業表彰」大企業部門「審査委員会奨励賞」
- 経済産業省第12回「キャリア教育アワード」大企業の部奨励賞
- 第2回「ソトコトSDGsアワード2022」「ゴールド賞」

●ファンケルセミナー

ファンケルは1988年からメイクセミナーをスタートし、様々な活動を開催し、お客様に寄り添ってきました。

現在は、視覚に障がいのある方、特別支援学校、がん患者の方などを対象としたセミナーを無料で開催しています。2022年度は44回実施、参加者は641名となりました。



講師として活躍する
ファンケルスマイル
の従業員



ファンケルセミナー
についてはこちら



桐蔭学園×ファンケルSDGsプロジェクト



2022年度実績

単発講座(小・中・高): 39回実施、6,184人参加

長期講座(高校生): 8回実施、20人参加

夏休み講座(小学生): 1回実施、33人参加

特別講座: 神奈川、福岡各1回実施、216人参加



ファンケル
神奈川SDGs講座に
ついてはこちら



●お客様・株主様・従業員と取り組む寄付活動

社会課題解決のため、様々なステークホルダーの皆様との協働を大切にしています。お客様とともに取り組む寄付活動「お客様のポイント寄付」、「株主優待による寄付」、従業員の寄付活動「もっと何かできるはず基金」を実施しています。

2022年度実績

お客様のポイント寄付: 2,035人、3,365,981円

株主優待による寄付: 569人、1,809,000円

もっと何かできるはず基金: 26件、7,900,000円

※ファンケルからのマッチングギフト制度を含めた金額です



寄付のご報告に
ついてはこちら

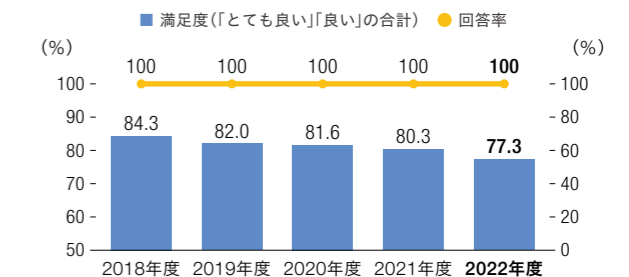
従業員満足度

経営姿勢や仕事のやりがいなど、従業員エンゲージメントを確認するために2014年度より年1回調査を実施しています。

2022年度は長引くコロナ禍の影響で前年を下回りましたが、引き続き高い満足度をキープしています。

2021年からスタートした「みんなで未来を語る会」は、社長と様々な従業員が「地球、ファンケル、自身の未来」をテーマに気軽にディスカッションする場です。従業員が未来に向かって、前向きに取り組めるような空気づくりを社長が率先して取り組んでおり、様々なアイデアや声が上がっています。(2023年3月末時点で約600名が参加)

従業員満足度調査結果



設問内容

- ①給与、②仕事、部署、③ファンケルの将来、④ファンケルでの勤務、⑤職場の人間関係、⑥経営層の経営姿勢
- ※従業員満足度調査結果は、役員報酬における中期インセンティブとして業績連動型株式報酬制度の非財務指標の一つに指定されています。(詳細はP44をご覧ください。)