

【応募用紙】

1 応募者概要

事業所	名称	(ふりがな： かぶしきかいしゃふあんける) 株式会社ファンケル		
	代表者役職・氏名	代表取締役社長執行役員CEO 島田和幸	従業員数	1,009名
	所在地	〒 231-8528 横浜市中区山下町89-1		
	ホームページアドレス	http://www.fancl.jp/index.html		
	事業開始年月	1981年8月18日	環境への取組を開始した年月	1992年11月
	事業内容	化粧品・医薬部外品・栄養補助食品の製造・販売		
	環境への取組について過去に受けた表彰等	かながわ地球環境賞(平成23年度) 地球温暖化防止活動環境大臣表彰:対策活動実践普及部門(平成25年)		
本社	名称	株式会社ファンケル	所在地	横浜市中区山下町89-1
	総従業員数	1,009名	資本金	107,95億円

2 環境に対する企業理念の設定、管理体制

(1) 基本理念・自己宣言等

ファンケルグループ創業理念：正義感を持って世の中の「不」を解消しよう
 ファンケルグループ経営理念：「もっと何かできるはず」
 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事を目指します。

(2) 環境マネジメントシステム関連

	取組等の名称	詳細内容
ア 認証等	ISO14001 を 12 年間運用し、ISO14001 自己認証に移行 優良循環事業所認定 F S S C 22000 認証	2002 年 11 月国際規格 ISO14001 をグループ全体で認証取得 2014 年 11 月返上し、独自の自己認証システムに移行し継続中 2010 年愛媛県資源循環優良モデルで 3 R 事業所に認定(青汁) 発芽玄米の長野工場は、食品安全スキームを認証
イ 組織体制	環境管理推進体制	環境管理責任者：本社グループサポートセンター執行役員を中心に各サイトに責任者、推進担当者を選任し、環境管理を推進。 事務局は、CSR 推進室に設置 (14 名、環境担当：3 名)
ウ チェック機構	内部監査室及び ISO 内部監査員の監査 環境法令順守評価(法務・CSR) 無期限返品保証制度	監査テーマを設定し、各部門の業務遂行状況(環境管理)を監査 改正情報の確認と順守評価結果を管理(月 2 回・改正情報を発信 お客様からの返品理由(包材が)を把握し、商品・サービスの改善につなげる。(事例：出荷箱から封筒出荷に対応)
エ その他の取組	環境教育(教育企画・CSR) 独自の環境マネジメント運用(CSR) グリーン購入、CSR 調達(総務購買) 関連企業への電子マニフェスト導入支援	森林研修(新入社員)、社内啓発セミナー(家庭と社会でエコプログラム)従業員の家まで範囲を拡大し、節電・節水を啓発する取組実施。グリーン購入率：81%(オフィス用品)、人権や環境に配慮した調達。グループ全体の電子マニフェスト導入 100%を達成 廃棄物管理(マニフェスト情報を含め)を一元化。

(3) 取組結果等の公表・広報

取組結果は、ファンケルレポート(毎年 6 月発行)とファンケル CSR・環境・社会貢献のホームページでトピックスを、毎月公表。成果を上げている取組は、ニュースリリースでも広報。
 あわせて、九都県市容器包装ダイエット店頭キャンペーンや社外 HP で公表(例：ウォータープロジェクト、グリーンウェブ 他)
 大学での環境講義(GPNの寄付講座などで、環境取組を紹介 事例：横浜市大、フェリス女学院大学他)

3 環境に配慮した製品や技術開発、サービス等の提供・導入

製品・技術・サービスなどの名称	詳細内容
① 無洗発芽米 (1999年8月～製品)	① 白米で捨てられていた糠や胚芽の栄養素(約500ト/年)をとるため、発芽させ白米と同じ様に炊飯釜で炊けるようにしました。また、それまで取扱が不便だったウェットタイプからドライタイプを業界で初めて開発。発芽米は、とぎ汁が一切出ないため、とぎ汁に起因するヘドロを累計3,043t削減、下水処理で発生するCO2を累計5,304t削減したことになる。
② 濃縮冷凍青汁(2015年9月～製品)	② 濃縮青汁は、冷凍保管に便利な濃縮タイプで従来の1/3のコンパクトサイズ、解凍もレンジで10秒 従来の1/5と短縮した。
③ 無期限返品保証 (1994年サービス)	③ お客様の食品ロス(賞味期限による廃棄)等を把握するため、返品理由を確認し返品交換対応することで、その情報を商品・サービスの改善に役立てるしくみ。
④ 定期お届け「健康・得楽便」(2014年9月～サービス)	④ 割引価格で定期的にお届するサービスで、予約注文数が確定できるため、生産での作りすぎ(流通1/3ルールの販売期限切れ商品)を減らす取組。事前にお届け前に「買いすぎて食べきれないか」を確認し、変更が必要な場合は、対応する。
⑤ ポストサイズ(1992年～サービス)	⑤ 配送箱を郵便受けに投函できるポストサイズ(3cm幅)を開発し、再配達を減らす取組。
⑥ 置き場所指定お届け (1997年1月～サービス)	⑥ 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「置き場所指定お届け」サービス。自宅の洗濯機やガスメーターボックス、自転車のかごなど様々な置き場所を指定できる。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る。昨今社会問題になっている配達員の負担を軽減し、配達効率を向上させることができる。

4 事業活動において環境に配慮している取組、社会貢献活動

※取組や活動を開始した年度も記載してください。

	取組や事業の名称	詳細内容
(1) 省エネ・CO2排出量削減の取組	環境モデル滋賀工場 (2011年～再生可能エネルギーの導入) 千葉工場(節水) アテナ(エコマーク)	滋賀工場は、滋賀県最大規模の太陽光発電システムを導入 2016年発電量:438千kwh(累計:2,567千kwh) ボイラー燃料を重油から天然ガス(LNG)に転換(295t-CO2:2016年) 冷却水を水道水からチラー冷水に変更することで節水を図る 詰替え品がある商品がわかるマークとして独自のマークを開発
(2) 廃棄物削減の取組	発芽米リサイクル 長野工場 (2009年～) 青汁の搾り粕の飼料化 (2010年～) 古紙回収(2009年～) 食堂の廃油回収 (2010年～)	発芽米生産で発生する屑米や糠を家畜の飼料や畑の堆肥の原料に活用(2016年202ト) 生産工程で発生した生産水をファンケル菜園の肥料に活用。 青汁の搾り粕を国内初の飼料化技術導入、家畜のエサとして酪農家に販売(2016年399トの95%にあたる379トを飼料として活用。 酪農家の牛の糞を畑の肥料に活用するリサイクルループを確立。 ワイド用紙を回収し、トイレットペーパーと交換(累計707ト) 食堂で出る使用済みの天ぷら油をバイオ燃料に活用。(累計7.6kl) 群馬工場は、バイオ燃料で発電し、生産に活用。
(3) 生物多様性保全等の取組	生態系を配慮したミネラル農法とリサイクルループの確立 (2007年～)	化学肥料の使いすぎは、栄養素(主に窒素・リン)等による汚染、藻類や一部の細菌の生育を助長し、水質にも悪影響を及ぼし生態系に対する脅威となっている。青汁の原料であるケール栽培は、化学農薬不使用で、天敵や微生物など生態系を活用した害虫対策と土壌分析で足りない成分を補う「ミネラル農法」を採用し、必要以上の肥料を使用しないことで地域の生態系に配慮しています。畑に使用する肥料も、地域循環の酪農家で発生する牛の糞を堆肥として利用することで持続可能性をさらに高めた。 2007年度からは、「青汁」の原料となるケールの搾りかすを日本発の発酵技術で「飼料化」し、家畜のエサとして地元の酪農家に販売している。酪農家で発生した牛の糞をケール畑の堆肥に活用することで地域資源循環モデル事業を確立。

(4) 社会貢献活動	①Y(ヨコハマ)グリーンパートナー (2007年～)	① 横浜市の環境対策「風力発電事業」に協賛。「グリーン電力証書」を飯島ビル他の一部電力として活用。2016年発電量：167千kwh(累計2,287kwh) 横浜市主催の風力発電所体感イベントでブース出展(取組紹介)
	②ファンケルスマイルフォレスト (2008年～)	② 横浜の水源涵養林(山梨県道志村)の一部に「ファンケルスマイルフォレスト」と命名し森林保全を実施。新入社員の森林研修やお客様自然体験ツアーで間伐や植樹体験で活用。森林吸収認証を株主総会イベントで使用する電力をオフセットする。(累計：174t-CO2)
	③ファンケルクラシック基金 (2001年～)	③ シニアのゴルフトーナメント(ファンケルクラシック)でチャリティオークションなどの売上金や募金で集まった金額を地元(静岡県裾野市)、社会福祉法人訪問の家、国連WFPの団体へ全額寄付。特にWFPでは、9年間で累計34万人の子供たちに給食や安全な水を届ける。
	④鎮守の森プロジェクト (2012年～)	④ 東日本大震災の被災地復興を目指し、東北の海岸に防潮林を築くプロジェクトに協賛。

5 成果を上げている取組や先駆的・模範的な取組・事業

取組や事業の名称	詳細内容
お客様と会社で食品ロスを減らす取組 ・無期限返品 ・定期お届け(得楽便) ・置き場所指定お届け	お客様で発生する食品ロスを把握するため、無期限返品のおしきみを使い、賞味期限切れなどの返品理由情報を商品・サービスの改善に活用。生産の作りすぎを減らすため、定期お届け(得楽便)に事前に予約注文を頂き、販売期限切れ(流通1/3ルール)を削減。お客様に商品を発送する前にお届けを確認し、買いすぎて食べきれない場合は、お届け日の変更を行う。さらに、置き場所指定お届けサービスで、在宅、不在にかかわらず、受領印不要で受け取れる。
家庭と会社でエコプログラム	日本初!「家庭」のCO2削減に「褒賞金」、そして「会社」の役員報酬・固定部分に「環境報酬」を導入。役員は、CO2削減計画未達で「報酬の固定給=生活給をカット」! 「家庭」と「会社」のエコプログラムは人々の意識を変え、CO2を削減する。 家庭の省エネ達成は、家族全員の参加が必要で「褒賞金」を家族全員に贈呈する。 (毎年3,000名の従業員とその家族(約10,000人以上)が参加、延べ3,564名の家族が累計△1,279t(9年間)のCO2削減に成功) 会社では、改善コンテストで省エネ取組を表彰、改善事例を水平展開する。 2030年までに△26%削減(2013年比)を目標設定し、運用中 2016年実績は、△8.5%減(2013年比)

6 審査にあたり、最も注目してもらいたい取組、PRポイント

※最も注目してもらいたい/評価してもらいたい取組や、これまでの項目に当てはまらないPRポイントについて具体的に記入してください。

企業は、お客様が購入した商品のうち、買いすぎにより賞味期限超過後の食品ロスや発生理由を把握することは難しい。本当に必要な商品を必要な量だけ販売することはお客様の信頼に繋がります。その信頼を売るためのしきみがファンケルの無期限保証と定期お届けシステムです。
定期購入のお申込みにより、より精度の高い生産計画をすることができ、新鮮作り立ての商品をお客様にお届けすることが可能です。
返品・交換の際には、その理由を伺い、商品・サービスの向上に繋げ、使い切れないとの理由の際には適正な量の購入をアドバイスさせていただくことで信頼を築いています。
また、ファンケルクラシック基金は、カーボンオフセットしたシニアのゴルフトーナメント【ファンケルクラシック】チャリティオークションなどの売上金や募金で集まった金額を、国連WFPの団体他へ全額寄付しています。WFPでは、9年間で累計34万人の子供たちに給食や安全な水を届けることができました。



FANCL

正直品質。



無期限返品・交換システム

売ったら終わりでない

■ファンケルの健康食品は、合成着色料や保存料を含まない商品設計。

合成着色料や保存料を含んでいないため、開封後に変色や異臭など異常が気が付きやすい商品設計になっている。

■消費で発生する食品ロス情報を集める仕組み

開封後でも、商品に満足いただけない場合は、「無期限」「返送料当社負担」で返品・交換する。その際、今後の商品開発とサービス向上のためにご満足いただけない理由を確認する。

■お客様の声を反映する仕組み

商品ごとに返品理由をヤッホーシステムに入力した情報を分析し、週間トピックスや月次報告、関連部署週報で改善や新商品・サービスに活かしている。



FANCL

正直品質。



定期お届けサービスで販売期限切れ削減 お客さまと取り組む小売での食品廃棄削減

■ 定期お届けサービスは、お財布にもやさしい。

定期お届けサービス「健康・得楽便」は、定期的に割引価格でお届けするサービス、予約で注文を受けるため、過剰在庫による食品ロスを防ぎ、ファンケルにもお客様にもお得なサービス。

■ 都合に合わせた期間やお届けサービスが選べる

お届けの期間やお届け方法(置き場所・時間帯)が選べ、特にファンケル独自の「置き場所指定お届け」は、在宅・不在にかかわらず、受領印不要でお届けしますのでお客様にも配送会社(再配達ゼロ)で便利なサービス。

■ 小売で発生した食品ロスもフードバンクに活用

流通1/3ルールで販売期限切れで賞味期限以内の商品は、NPOフードバンクに寄付し、自立支援のツールとして活かしている。

「フードバンク多文化みえ」





玄米での食品損失削減の取組

1. 玄米の胚芽・ヌカを発芽させることで消化しやすくした発芽米の開発

・玄米の「ヌカ」と「胚芽」は固くて食べにくい。「発芽」させることで、柔らかく消化しやすくなり、血管のつまり予防も 食品損出 2016年 年間460トン削減

2. 選別工程で発生した割れたお米や糠も「有効活用」する



発芽米製品



【選別された不良米を活用】 → 最終の廃棄物が大幅減

- ・色、大きさ等で選別された製品にできない屑米や糠(食品損失) (2016年度は202トン)を家畜の飼料や堆肥の原料に活用
- ・選別機を増設*して、選別精度を向上 2トンの改善

3. 発芽工程で研ぎ洗いしているため、炊飯時の研ぎ洗い水はゼロ

- ・発芽米生産過程で排出される栄養分を一杯含んだ生産排水を、果樹や野菜の栽培に利用



*「選別精度」を向上させる取り組みを実施



食べ残しを防ぐ改善(冷めるとまずい)

- ・冷めるとまずい原因: アミロース(粘り弱く、冷めると食感がかわる)
- ・品種: 「低アミロース米」に変更 (冷めてもおいしい)





食品ロスを減らす商品改善の取組

1. サプリメントの賞味期限延長の研究

98製品 1年から1.5年又2年へ延長

15製品 2年から3年へ延長を計画

2. 包材や剤型で延長

包材の仕様を変更(徳用を廃止)

剤型の変更 (安定なカプセル)

3. 予約注文で食品廃棄削減

注文を受けてから生産することで商品廃棄ゼロ

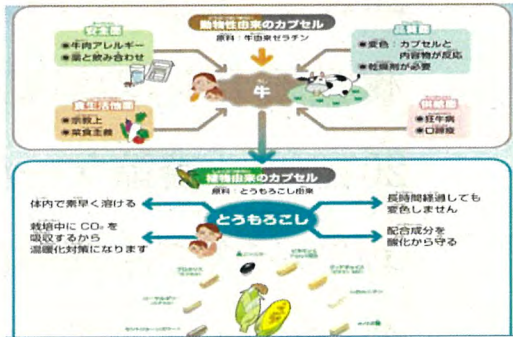
4. 食品で廃棄されていた部位の有効活用

廃棄されていた部位を加工して活用

3ヶ月分1袋→1ヶ月分3袋



徳用袋の廃止



廃棄



加工





- ・2002年 野村町(西予市)と東宇和農業協同組合とファンケル共同出資で青汁工場を設立。農協は、農産物の受け皿確保で農業振興、西予市は、地元の雇用促進、ファンケルは、青汁販売で栄養(野菜不足)改善につなげる。
- ・2007年 工場は、青汁絞り粕を国内初の飼料化技術導入、家畜のエサとして酪農家に販売。2016年度 搾り粕(食品損出)399トンの95%にあたる379トンを飼料として活用。
- ・2010年 酪農家から出る牛の糞を畑の肥料にする循環型のモデルが「愛媛県資源循環優良モデル」の認定を受ける。
- ・2016年 「濃縮ケール青汁」を開発 従来の容器を1/3サイズで冷凍庫に収まりやすくし、解凍時間を従来の1/5、10秒に短縮する。





FANCL

正直品質。



- ・2002年 野村町(西予市)と東宇和農業協同組合とファンケル共同出資で青汁工場を設立。農協は、農産物の受け皿確保で農業振興、西予市は、地元の雇用促進、ファンケルは、青汁販売で栄養(野菜不足)改善につなげる。
- ・2007年 工場は、青汁絞り粕を国内初の飼料化技術導入、家畜のエサとして酪農家に販売。2016年度 搾り粕(食品損出)399トンの95%にあたる379トンを飼料として活用。
- ・2010年 酪農家から出る牛の糞を畑の肥料にする循環型のモデルが「愛媛県資源循環優良モデル」の認定を受ける。
- ・2016年 「濃縮ケール青汁」を開発 従来の容器を1/3サイズで冷凍庫に収まりやすくし、解凍時間を従来の1/5、10秒に短縮する。



ファンケルクラシック基金の寄付活動

FANCL

正直品質。

①国連WFPのレッドカップ・ウォーター・エイドを支援

・ファンケル クラシックでは、シニアのゴルフトーナメントとしてだけでなく、様々なチャリティイベントや募金活動などを通じたチャリティ活動で2008年～2017年の累計9年間で1,300万円を寄付し、空腹で学校に通う34万人以上の子どもたちへ 給食や安全な水を届ける。



地球の飢饉を救え。
WFP
国連世界食糧計画

WaterAid

②プロゴルフ選手やギャラリーを巻き込んだチャリティ活動

・プロ愛用品チャリティオークションやプロ選手との写真コーナーの売上金や、ギャラリーガーデンでの飲食販売の売上げ金の一部、また、「ファンケル商品特別販売コーナー」の売上金の一部、お客様からお預かりした募金を「ファンケルクラシック基金」を通じて国連WFP等に寄付する。



健康食品事業での食育・健康教育の取り組み

①ファンケル学べる健康レストラン* (社員食堂)

- ・健康的でおいしい満足感のある食事と、通えば通うほど健康意識が自然に身に付き、未病改善
- ・8つのこだわりメニュー
「塩分2g以下」、「適正カロリー」、「脂質コントロール」、「野菜量120g以上」、「食物繊維6g以上」、「抗酸化力の高い青汁使用」、「肥満になりにくい発芽米を使用」「栄養バランス」
- ・スマートフォンによる食生活診断や料理教室



ファンケル本社一階の社員食堂
「ファンケル学べる健康レストラン」



②健康相談(薬との飲み合わせ相談)や介護施設等の健康セミナー

- ・お客様向け健康情報誌(元気生活)の提供や健康相談でのお悩み相談、介護施設での健康セミナーを通して、一生涯学べる食育や健康教育を充実させている。



※神奈川県がME-BYO BRANDに認定。(神奈川県が未病の改善などに資する優れた商品やサービスを認定する制度)

置き場所指定お届けで再配達ゼロを目指す

①登録場所にお届けで、お客様が商品を受け取る際の「不便さ」を解消

- ・これは、不在、在宅に関わらず、お客様が指定した場所に商品をお届けする受領印がいない配送サービスです。
- ・事前に「玄関前」「自転車のカゴ」「ガスメーターボックス」など9カ所から選び、指定された場所に配送会社が商品をお届けし、配送完了の旨を記載した用紙をポストへ入れてお知らせする。
- ・一度置き場所を登録すると毎回、同じ場所へお届けとなり、いつでも受け取りができるため、日付や時間帯などの配送指定をする必要がない。

お届け事例

※仮に商品が紛失した場合でも改めて、商品を送付する体制をとっている。



玄関前



自転車のカゴ



ガスメーターボックス

お客様の利便性向上と配送会社の負担を軽減を強化

FANCL

正直品質。

- ・通販荷物の増加やドライバー不足などで社会問題となっている配送会社の労働環境の改善などの目的で、ホームページ上にご利用案内ページを開設。
- ・電話でのご注文受け付け時にはお客様にお知らせする告知を強化。
- ・「置き場所指定お届け」での配送率を30%※から50%に高めることを目標に活動する。 ※2015年4月～2016年3月実績。平均配達回数1.3回

《置き場所として指定が可能な場所》

