



平成 24 年 3 月 29 日

各 位

会 社 名	株 式 会 社 フ ァ ン ケ ル
代表者の役職氏名	代 表 取 締 役 社 長 執 行 役 員 成 松 義 文
連絡者役職氏名	取 締 役 常 務 執 行 役 員 管 理 本 部 長 島 田 和 幸
連絡先の電話番号 (コ ー ド 番 号	045-226-1200 4921 東証第一部)

中期三ヵ年経営計画策定に関するお知らせ

本日開催の当社取締役会において、2012 年度を初年度とする中期三ヵ年経営計画(2012 年 4 月～2015 年 3 月)について下記の通り決議いたしましたのでお知らせいたします。

記

ファンケルグループは、創業以来「“不”のつく事柄を解消する仕組みづくり」を経営の基本方針とし、無添加化粧品、栄養補助食品、発芽米、青汁事業などを通じて業界の常識に挑戦してまいりました。しかしながら、創業から 30 年以上が経ち、市場環境の急速な変化を背景として事業の独自性が希薄化するなど、売上・利益とも頭打ちの状況にあります。

そこで、事業を再び成長軌道に乗せ、グローバル企業へと躍進するため、新たに中期三ヵ年経営計画を策定いたしました。本計画の着実な実行により、その先に見据える長期ビジョンの実現を図ってまいります。

1. 長期ビジョン

経営理念である「不の解消」を根底に、化粧品および健康食品の事業ブランドをそれぞれ明確に再定義し進化させてまいります。

化粧品事業

「無添加だから美しくなれる」という価値を中核に据え、「グローバル・プレミアム・ブランド」としての地位確立を目指します。

健康事業

生涯にわたる健康づくりのパートナーとして、心身ともに良い状態が続く「Good Aging」をかなえるための商品やサービスを提供し、お客様一人ひとりが望む健康のあり方を実現します。

2. 中期三ヵ年経営計画

本計画を長期ビジョン達成に向けた「挑戦の3年」と位置付け、次の4つのテーマを重点戦略として取り組んでまいります。

①化粧品事業

「無添加だから美しくなれる」というファンケル化粧品の価値を正しく伝え、新しいお客様の獲得とブランドロイヤリティの向上、事業基盤の強化を図ります。

<商品戦略>

化粧品の全ての商品を刷新し、無添加技術を結集したパーソナル化粧品の上市を目指します。

<販売戦略>

当社独自の無添加理論により構築された新カウンセリングを、通信販売・直営店舗・インターネットにおいてチャネルシームレスに展開し、お客様に最適な情報を一貫して提供できる新システムの活用により、パーソナルなお客様対応を実現します。

<ブランドコミュニケーション戦略>

積極的な広告投下と広告表現の刷新、および新設した総合サイトからの情報発信により、無添加の新しい世界観を構築します。

②健康事業

健康事業(栄養補助食品事業、青汁事業、発芽米事業)のブランドネームを、2013 年 1 月に「FANCL Health Science」に変更し、事業を再構築いたします。科学的根拠に基づく確かな効果と健康への高い専門性により、サプリメント市場のボリュームゾーンである中高年層を積極的に獲得してまいります。

<商品戦略>

当社の独自素材を配合したサプリメントの開発を推進し、中高年のお客様に向けた商品のラインアップを拡充します。

<販売戦略>

当社独自の健康理論を構築し、お客様一人ひとりのためのパーソナルカウンセリングをマルチチャネルで展開します。

③海外事業

FANCL ブランドをグローバルに統一し、海外における化粧品のリブランディングを 2013 年春以降、順次展開してまいります。

また、既進出国において、インターネットを中心とした通信販売を本格展開し、販売網をマルチチャネル化させると共に、アジアを中心とした未進出国への新規参入を検討してまいります。

④経営基盤強化

<システム>

段階的に開発・稼働させてきた顧客管理システムを2013年秋に完成させ、チャネルシームレスかつパーソナルなサービスの提供と個客アプローチをさらに進化させてまいります。

また海外展開や今後のIT技術の進歩において、柔軟な対応が可能となるシステム基盤を構築いたします。

<店舗開発>

首都圏・地方都市の百貨店を中心とした新規出店や、カウンセリング機能強化のためのリニューアルおよび業態転換を図ります。

<原価低減>

商品の企画から製造までの商品開発プロセスや原料調達プロセスを見直し、原価低減を図ります。

<研究開発>

化粧品事業においては、無添加研究のさらなる進化と効能効果向上のための独自技術を確立させるとともに、化粧品のパーソナル化に向けた技術開発を行ってまいります。

健康事業においては、効果実感を伴う商品および中高年向け商品の開発を推進するとともに、独自の予防医療研究に基づくカウンセリングおよびパーソナルサプリメントの開発に注力いたします。

<人材育成>

グローバルに活躍できる人材育成および国内外の人事交流を推進し、海外事業展開における基盤を強化します。

店舗スタッフとコンタクトセンタースタッフの接客・カウンセリングスキルを強化し、お客様満足度の向上および信頼関係の構築に取り組んでまいります。

3. 数値目標

	連結売上高	連結営業利益	連結営業利益率
2014 年度	1,010 億円	80 億円	8%

※ 海外市場での成長を加速させ、2014 年度における海外売上比率 15%を目指します。

4. 株主還元方針

これまでの方針を継承し、株主の皆様への利益還元を行います。

配 当	配当性向を連結純利益の 40%以上と定め、配当を実施
自己株式の取得	設備投資等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

以上