



2022年5月10日

FANCL

2022年3月期 決算参考資料

(注)本資料の予想に関わる部分については、発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は経済情勢等様々な不確定要因によりこれらの予想数値と異なる場合があります。

目次

Page1	◆製品別・チャンネル別売上高
Page2	◆セグメント別損益 ◆販売管理費の主な内訳 ◆設備投資額・減価償却費
Page3	◆店舗数 推移

株式会社ファンケル

【問合せ先】
社長室 IR 部
TEL 045-226-1470

会計処理変更

2022年3月期から「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等が適用されることに伴い、本資料ではより実態に即した比較ができるよう、「2021年3月期」の実績から同基準を適用したと仮定した数値を参考として記載しております。

「収益認識に関する会計基準」適用に伴う主な変更点は以下の通りです。

- ①お客様へのポイント付与額や小売店へのリベート費用
(変更前) 販売促進費 → (変更後) 売上高から減算して処理
- ②店舗販売の消化仕入契約のディベロッパー手数料 (主に百貨店)
(変更前) 販売手数料 → (変更後) 売上高から減算して処理
- ③販促品 (プレゼント品等)
(変更前) 販売促進費 → (変更後) 売上原価に加算して処理

なお、営業利益には影響がありません。

◆「収益認識に関する会計基準」適用に伴う主な変更点

		主な変更点
売上高	①、② (減算)	<p>The diagram shows a red line starting from 'Sales Promotion Expenses' (①) and a blue line starting from 'Sales Commission Fees' (②). Both lines go up to 'Sales Revenue' (売上高) and then left to 'Sales Revenue' (①, ②) and 'Sales Cost' (売上原価) respectively. A second blue line starts from 'Sales Promotion Expenses' (③) and goes down to 'Sales Cost' (売上原価) and then left to 'Sales Cost' (③).</p>
売上原価	③ (加算)	
販管費		
広告宣伝費		
販売促進費	① (減算) ポイント付与・リベート ③ (減算) 販促品 (プレゼント品等)	
業務委託費・手数料	② (減算) 消化仕入契約の販売手数料	
その他		
営業利益		

◆製品別・チャネル別売上高(通期)

(単位：百万円、%)

	2021年3月期 通期 (実績) 従来基準			2021年3月期 通期 (実績) 収益認識基準			2022年3月期 通期 (実績) 収益認識基準			2023年3月期 通期 (計画) 収益認識基準		
	金額	構成比	伸び率	金額	構成比		金額	構成比	伸び率	金額	構成比	伸び率
化粧品	通信販売	32,017	49.1	10.1	30,679	51.8	30,459	51.8	△ 0.7	31,850	51.6	4.6
	店舗販売	18,078	27.8	△ 39.1	13,876	23.4	13,213	22.5	△ 4.8	13,430	21.7	1.6
	卸販売他	7,726	11.9	△ 15.1	7,513	12.7	8,339	14.2	11.0	8,820	14.3	5.8
	海外	7,317	11.2	△ 9.1	7,151	12.1	6,797	11.5	△ 5.0	7,680	12.4	13.0
	合計	65,140	56.7	△ 14.2	59,221	56.3	58,809	56.5	△ 0.7	61,780	55.7	5.1
栄養補助食品	通信販売	17,994	43.7	14.5	16,948	44.8	17,330	45.1	2.3	18,420	43.9	6.3
	店舗販売	8,072	19.6	△ 35.4	6,137	16.2	6,586	17.1	7.3	6,950	16.5	5.5
	卸販売他	11,989	29.1	△ 9.0	11,633	30.7	9,898	25.7	△ 14.9	10,980	26.1	10.9
	海外	3,134	7.6	19.8	3,134	8.3	4,655	12.1	48.5	5,660	13.5	21.6
	合計	41,191	35.8	△ 6.4	37,854	36.0	38,471	37.0	1.6	42,010	37.8	9.2
その他	通信販売	6,801	79.3	33.2	6,443	79.8	5,112	76.2	△ 20.7	5,580	77.4	9.2
	店舗販売	500	5.8	△ 3.7	390	4.8	378	5.6	△ 3.0	430	5.9	13.5
	卸販売他	1,253	14.6	△ 1.8	1,214	15.1	1,207	18.0	△ 0.6	1,180	16.4	△ 2.3
	海外	22	0.3	112.1	22	0.3	12	0.2	△ 44.5	20	0.3	56.8
	合計	8,578	7.5	24.1	8,071	7.7	6,710	6.5	△ 16.9	7,210	6.5	7.4
合計	通信販売	56,813	49.4	13.9	54,071	51.4	52,902	50.9	△ 2.2	55,850	50.3	5.6
	店舗販売	26,650	23.2	△ 37.6	20,404	19.4	20,179	19.4	△ 1.1	20,810	18.8	3.1
	卸販売他	20,970	18.3	△ 11.0	20,361	19.4	19,444	18.7	△ 4.5	20,980	18.9	7.9
	海外	10,475	9.1	△ 1.9	10,309	9.8	11,465	11.0	11.2	13,360	12.0	16.5
	合計	114,909	100.0	△ 9.4	105,146	100.0	103,992	100.0	△ 1.1	111,000	100.0	6.7

	2021年3月期 通期 (実績) 従来基準			2021年3月期 通期 (実績) 収益認識基準			2022年3月期 通期 (実績) 収益認識基準			2023年3月期 通期 (計画) 収益認識基準		
	金額	構成比	伸び率	金額	構成比		金額	構成比	伸び率	金額	構成比	伸び率
発芽米	通信販売	1,132	52.1	11.2	1,064	51.7	992	48.3	△ 6.7	1,150	52.8	15.8
	店舗販売	63	2.9	△ 27.7	48	2.3	42	2.1	△ 11.1	40	1.8	△ 6.4
	卸販売他	976	44.9	5.8	946	46.0	1,020	49.6	7.9	990	45.4	△ 3.0
	海外	0	0.1	△ 67.9	0	0.0	0	0.0	△ 46.5	0	0.0	△ 100.0
	合計	2,172	1.9	6.9	2,059	2.0	2,056	2.0	△ 0.1	2,180	2.0	6.0
青汁	通信販売	1,855	75.4	11.6	1,746	76.9	1,666	78.9	△ 4.6	1,800	79.3	8.0
	店舗販売	310	12.6	△ 22.1	235	10.4	247	11.7	4.9	260	11.4	5.1
	卸販売他	274	11.1	△ 21.7	265	11.7	184	8.8	△ 30.4	190	8.4	2.8
	海外	22	0.9	167.2	22	1.0	12	0.6	△ 44.4	20	0.9	62.3
	合計	2,462	2.1	1.7	2,270	2.2	2,110	2.0	△ 7.0	2,270	2.0	7.5

◆セグメント別損益(通期)

(単位：百万円、%)

	2021年3月期 通期 (実績) 従来基準			2021年3月期 通期(実績) 収益認識基準		2022年3月期 通期 (実績) 収益認識基準			2023年3月期 通期 (計画) 収益認識基準			
	金額	構成比	伸び率	金額	構成比	金額	構成比	伸び率	金額	構成比	伸び率	
化粧品	売上高	65,140	56.7	△ 14.2	59,221	56.3	58,809	56.5	△ 0.7	61,780	55.7	5.1
	売上総利益	48,169	73.9	△ 15.6	41,412	69.9	41,145	70.0	△ 0.6	43,280	70.1	5.2
	販管費	40,215	61.7	△ 11.3	33,458	56.5	33,563	57.1	0.3	35,330	57.2	5.3
	(広告宣伝費)	(6,380)	(9.8)	△ 22.4	(6,379)	(10.8)	(7,090)	(12.1)	11.1	(8,450)	(13.7)	19.2
	営業利益	7,954	12.2	△ 32.4	7,954	13.4	7,581	12.9	△ 4.7	7,950	12.9	4.9
栄養補助食品	売上高	41,191	35.8	△ 6.4	37,854	36.0	38,471	37.0	1.6	42,010	37.8	9.2
	売上総利益	29,085	70.6	△ 4.3	25,300	66.8	24,925	64.8	△ 1.5	27,970	66.6	12.2
	販管費	24,042	58.4	△ 8.6	20,257	53.5	21,022	54.6	3.8	23,590	56.2	12.2
	(広告宣伝費)	(4,901)	(11.9)	△ 25.8	(4,901)	(12.9)	(4,977)	(12.9)	1.6	(6,700)	(15.9)	34.6
	営業利益	5,042	12.2	23.1	5,042	13.3	3,902	10.1	△ 22.6	4,380	10.4	12.2
その他	売上高	8,578	7.5	24.1	8,071	7.7	6,710	6.5	△ 16.9	7,210	6.5	7.4
	売上総利益	3,856	45.0	26.0	3,235	40.1	3,045	45.4	△ 5.9	3,500	48.5	14.9
	販管費	3,631	42.3	22.3	3,011	37.3	3,071	45.8	2.0	3,070	42.6	△ 0.0
	(広告宣伝費)	(568)	(6.6)	△ 0.7	(568)	(7.0)	(509)	(7.6)	△ 10.5	(550)	(7.6)	8.0
	営業利益	224	2.6	146.9	224	2.8	△25	△ 0.4	-	430	6.0	-
調整額	△1,644			△1,644		△1,687			△1,660			
合計	売上高	114,909	100.0	△ 9.4	105,146	100.0	103,992	100.0	△ 1.1	111,000	100.0	6.7
	売上総利益	81,110	70.6	△ 10.4	69,948	66.5	69,116	66.5	△ 1.2	74,750	67.3	8.2
	販管費	69,534	60.5	△ 9.0	58,371	55.5	59,345	57.1	1.7	63,650	57.3	7.3
	(広告宣伝費)	(11,850)	(10.3)	△ 23.1	(11,848)	(11.3)	(12,577)	(12.1)	6.1	(15,700)	(14.1)	24.8
	営業利益	11,576	10.1	△ 18.0	11,576	11.0	9,771	9.4	△ 15.6	11,100	10.0	13.6

◆販売管理費の主な内訳(通期)

(単位：百万円、%)

	2021年3月期 通期 (実績) 従来基準			2021年3月期 通期(実績) 収益認識基準		2022年3月期 通期 (実績) 収益認識基準			2023年3月期 通期 (計画) 収益認識基準		
	金額	構成比	伸び率	金額	構成比	金額	構成比	伸び率	金額	構成比	伸び率
広告宣伝費	11,850	10.3	△ 23.1	11,848	11.3	12,577	12.1	6.1	15,700	14.1	24.8
販売促進費	15,668	13.6	7.7	8,649	8.2	7,645	7.4	△ 11.6	7,430	6.7	△ 2.8
荷造運賃	5,881	5.1	9.4	5,878	5.6	5,448	5.2	△ 7.3	5,670	5.1	4.1
通信費	1,895	1.6	△ 2.0	1,895	1.8	1,688	1.6	△ 10.9	1,560	1.4	△ 7.6
業務委託費・手数料	11,584	10.1	△ 17.4	7,513	7.1	8,297	8.0	10.4	8,550	7.7	3.0
人件費	14,857	12.9	△ 9.1	14,857	14.1	15,171	14.6	2.1	15,750	14.2	3.8
減価償却費	2,160	1.9	4.7	2,160	2.1	2,611	2.5	20.9	2,520	2.3	△ 3.5
その他	5,635	4.9	△ 16.4	5,567	5.3	5,903	5.7	6.0	6,470	5.8	9.6
合計	69,534	60.5	△ 9.0	58,371	55.5	59,345	57.1	1.7	63,650	57.3	7.3

◆設備投資額・減価償却費(通期)

(単位：百万円)

	2021年3月期 通期 (実績)	2022年3月期 通期 (実績)	2023年3月期 通期 (計画)
設備投資額	8,207	5,089	3,000
減価償却費※	3,665	4,563	4,300

※売上原価に含まれる減価償却費と、販売管理費の減価償却費を合算した数値

◆店舗(地域別店舗数)

2022年3月31日現在

	北海道	東北	関東 (東京以外)	東京都	東海・北陸・信越	近畿	中国・四国	九州・沖縄	合計
ファンケルショップ	4	6	24	22	18	18	10	11	113
ファンケル ビューティ&ヘルス	-	-	2	6	1	6	1	2	18
ファンケル ニューミー	-	2	2	1	1	2	4	2	14
ファンケル スポット	-	-	1	-	3	-	-	-	4
ファンケル ビューティサロン	-	-	-	-	-	1	-	-	1
ファンケル ハイブリッドショップ	-	2	13	10	4	7	3	6	45
ファンケル銀座スクエア インターナショナルショップ (1F)	-	-	-	1	-	-	-	-	1
ファンケル銀座スクエア ビューティショップ (3F、5F)	-	-	-	1	-	-	-	-	1
ファンケル銀座スクエア サプリメントショップ (4F、6F)	-	-	-	1	-	-	-	-	1
合計	4	10	42	42	27	34	18	21	198
アテナショップ	1	1	3	9	2	7	1	2	26

◆国内店舗数 推移

	2017年 3月末	2018年 3月末	2019年 3月末	2020年 3月末	2021年 3月末	2022年 3月末	2023年 3月末 (計画)
ファンケルショップ	-	14	59	107	115	113	116
ファンケル ビューティ&ヘルス	2	3	12	16	19	18	13
ファンケル ニューミー	-	-	-	6	15	14	13
ファンケル スポット	-	-	-	1	4	4	-
ファンケル ビューティサロン	-	-	-	1	1	1	1
ファンケル ハイブリッドショップ	168	162	125	76	53	45	38
ファンケル ビューティショップ	1	1	1	1	1	1	1
ファンケル サプリメントショップ (ファンケルヘルスハウス)	3	1	1	1	1	1	1
(旧) ファンケルショップ	10	6	1	-	-	-	-
ファンケルハウス	9	4	1	-	-	-	-
ファンケルハウスJ	6	2	-	-	-	-	-
ファンケル銀座スクエア インターナショナルショップ (1F)	1	1	1	1	1	1	1
その他	1	3	3	2	1	-	-
合計	201	197	204	212	211	198	184
アテナショップ	16	16	17	24	26	26	26