



2021年5月10日

FANCL

2021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】
経営企画室 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 of Sales' (売上原価) respectively. A grey line starts from 'Sales Commission Fees' (②) and goes up to 'Sales Cost of Sales' (売上原価) and then left to 'Sales Cost of Sales' (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、%)

	2020年3月期 通期 (実績)			2021年3月期 通期 (実績)			2021年3月期 通期(実績) (収益認識基準)		2022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	伸び率	金額	構成比	金額	構成比	伸び率	
化粧品	通信販売	29,081	38.3	7.0	32,017	49.1	10.1	30,679	51.8	31,550	51.6	2.8
	店舗販売	29,666	39.1	2.3	18,078	27.8	△ 39.1	13,876	23.4	14,650	24.0	5.6
	卸販売他	9,096	12.0	20.7	7,726	11.9	△ 15.1	7,513	12.7	7,700	12.6	2.5
	海外	8,047	10.6	2.1	7,317	11.2	△ 9.1	7,151	12.1	7,200	11.8	0.7
	合計	75,891	59.8	6.0	65,140	56.7	△ 14.2	59,221	56.3	61,100	56.1	3.2
栄養補助食品	通信販売	15,710	35.7	7.3	17,994	43.7	14.5	16,948	44.8	17,870	43.9	5.4
	店舗販売	12,501	28.4	△ 11.0	8,072	19.6	△ 35.4	6,137	16.2	6,640	16.3	8.2
	卸販売他	13,176	29.9	3.5	11,989	29.1	△ 9.0	11,633	30.7	11,890	29.2	2.2
	海外	2,617	6.0	4.4	3,134	7.6	19.8	3,134	8.3	4,300	10.6	37.2
	合計	44,006	34.7	0.2	41,191	35.8	△ 6.4	37,854	36.0	40,700	37.3	7.5
その他	通信販売	5,104	73.9	2.5	6,801	79.3	33.2	6,443	79.8	5,630	78.2	△ 12.6
	店舗販売	519	7.5	△ 7.7	500	5.8	△ 3.7	390	4.8	360	5.0	△ 7.8
	卸販売他	1,277	18.5	△ 9.5	1,253	14.6	△ 1.8	1,214	15.1	1,190	16.5	△ 2.0
	海外	10	0.1	△ 52.8	22	0.3	112.1	22	0.3	20	0.3	△ 12.9
	合計	6,911	5.5	△ 0.9	8,578	7.5	24.1	8,071	7.7	7,200	6.6	△ 10.8
合計	通信販売	49,896	39.3	6.6	56,813	49.4	13.9	54,071	51.4	55,050	50.5	1.8
	店舗販売	42,687	33.7	△ 2.1	26,650	23.2	△ 37.6	20,404	19.4	21,650	19.8	6.1
	卸販売他	23,549	18.6	8.6	20,970	18.3	△ 11.0	20,361	19.4	20,780	19.1	2.1
	海外	10,675	8.4	2.6	10,475	9.1	△ 1.9	10,309	9.8	11,520	10.6	11.7
	合計	126,810	100.0	3.5	114,909	100.0	△ 9.4	105,146	100.0	109,000	100.0	3.7

	2020年3月期 通期 (実績)			2021年3月期 通期 (実績)			2021年3月期 通期(実績) (収益認識基準)		2022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	伸び率	金額	構成比	金額	構成比	伸び率	
発芽米	通信販売	1,018	50.1	2.0	1,132	52.1	11.2	1,064	51.7	870	45.8	△ 18.3
	店舗販売	88	4.4	△ 3.5	63	2.9	△ 27.7	48	2.3	40	2.1	△ 16.8
	卸販売他	923	45.4	△ 2.4	976	44.9	5.8	946	46.0	990	52.1	4.6
	海外	2	0.1	9.0	0	0.1	△ 67.9	0	0.0	0	0.0	-
	合計	2,031	1.6	△ 0.3	2,172	1.9	6.9	2,059	2.0	1,900	1.7	△ 7.7
青汁	通信販売	1,663	68.7	△ 1.8	1,855	75.4	11.6	1,746	76.9	1,730	78.6	△ 1.0
	店舗販売	398	16.5	△ 11.4	310	12.6	△ 22.1	235	10.4	250	11.4	6.0
	卸販売他	350	14.5	△ 24.3	274	11.1	△ 21.7	265	11.7	200	9.1	△ 24.7
	海外	8	0.3	△ 50.5	22	0.9	167.2	22	1.0	20	0.9	△ 9.7
	合計	2,420	1.9	△ 7.7	2,462	2.1	1.7	2,270	2.2	2,200	2.0	△ 3.1

◆セグメント別損益(通期)

(単位：百万円、%)

	2020年3月期 通期 (実績)			2021年3月期 通期 (実績)			2021年3月期 通期(実績) (収益認識基準)		2022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	伸び率	金額	構成比	金額	構成比	伸び率	
化粧品	売上高	75,891	59.8	6.0	65,140	56.7	△ 14.2	59,221	56.3	61,100	56.1	3.2
	売上総利益	57,085	75.2	4.8	48,169	73.9	△ 15.6	41,412	69.9	43,310	70.9	4.6
	販管費	45,316	59.7	4.5	40,215	61.7	△ 11.3	33,458	56.5	34,910	57.1	4.3
	(広告宣伝費)	(8,224)	(10.8)	△ 0.1	(6,380)	(9.8)	△ 22.4	(6,379)	(10.8)	(6,900)	(11.3)	8.2
	営業利益	11,768	15.5	6.0	7,954	12.2	△ 32.4	7,954	13.4	8,400	13.7	5.6
栄養補助食品	売上高	44,006	34.7	0.2	41,191	35.8	△ 6.4	37,854	36.0	40,700	37.3	7.5
	売上総利益	30,397	69.1	0.8	29,085	70.6	△ 4.3	25,300	66.8	26,460	65.0	4.6
	販管費	26,301	59.8	△ 1.2	24,042	58.4	△ 8.6	20,257	53.5	21,260	52.2	4.9
	(広告宣伝費)	(6,606)	(15.0)	△ 8.0	(4,901)	(11.9)	△ 25.8	(4,901)	(12.9)	(5,150)	(12.7)	5.1
	営業利益	4,095	9.3	16.4	5,042	12.2	23.1	5,042	13.3	5,200	12.8	3.1
その他	売上高	6,911	5.5	△ 0.9	8,578	7.5	24.1	8,071	7.7	7,200	6.6	△ 10.8
	売上総利益	3,061	44.3	10.4	3,856	45.0	26.0	3,235	40.1	3,120	43.3	△ 3.6
	販管費	2,970	43.0	△ 3.3	3,631	42.3	22.3	3,011	37.3	3,020	41.9	0.3
	(広告宣伝費)	(572)	(8.3)	12.2	(568)	(6.6)	△ 0.7	(568)	(7.0)	(570)	(7.9)	0.2
	営業利益	90	1.3	-	224	2.6	146.9	224	2.8	100	1.4	△ 55.5
調整額	△ 1,829			△ 1,644			△ 1,644		△ 1,700			
合計	売上高	126,810	100.0	3.5	114,909	100.0	△ 9.4	105,146	100.0	109,000	100.0	3.7
	売上総利益	90,543	71.4	3.6	81,110	70.6	△ 10.4	69,948	66.5	72,890	66.9	4.2
	販管費	76,417	60.3	1.9	69,534	60.5	△ 9.0	58,371	55.5	60,890	55.9	4.3
	(広告宣伝費)	(15,402)	(12.1)	△ 3.2	(11,850)	(10.3)	△ 23.1	(11,848)	(11.3)	(12,620)	(11.6)	6.5
	営業利益	14,125	11.1	14.0	11,576	10.1	△ 18.0	11,576	11.0	12,000	11.0	3.7

◆販売管理費の主な内訳(通期)

(単位：百万円、%)

	2020年3月期 通期 (実績)			2021年3月期 通期 (実績)			2021年3月期 通期(実績) (収益認識基準)		2022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	伸び率	金額	構成比	金額	構成比	伸び率
広告宣伝費	15,402	12.1	△ 3.2	11,850	10.3	△ 23.1	11,848	11.3	12,620	11.6	6.5
販売促進費	14,542	11.5	8.3	15,668	13.6	7.7	8,649	8.2	8,070	7.4	△ 6.7
荷造運賃	5,375	4.2	1.3	5,881	5.1	9.4	5,878	5.6	5,620	5.2	△ 4.4
通信費	1,934	1.5	0.7	1,895	1.6	△ 2.0	1,895	1.8	1,870	1.7	△ 1.4
業務委託費・手数料	14,018	11.1	2.1	11,584	10.1	△ 17.4	7,513	7.1	7,700	7.1	2.5
人件費	16,341	12.9	0.7	14,857	12.9	△ 9.1	14,857	14.1	16,330	15.0	9.9
減価償却費	2,062	1.6	10.5	2,160	1.9	4.7	2,160	2.1	2,630	2.4	21.7
その他	6,738	5.3	2.3	5,635	4.9	△ 16.4	5,567	5.3	6,050	5.6	8.7
合計	76,417	60.3	1.9	69,534	60.5	△ 9.0	58,371	55.5	60,890	55.9	4.3

◆設備投資額・減価償却費(通期)

(単位：百万円)

	2020年3月期 通期 (実績)	2021年3月期 通期 (実績)	2022年3月期 通期 (計画)
設備投資額	11,233	8,207	4,490
減価償却費※	3,307	3,665	4,550

※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)

2021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	23	18	18	10	12	115
ファンケル ビューティ&ヘルス	-	-	3	6	1	6	1	2	19
ファンケル ニューミー	-	2	2	1	1	3	4	2	15
ファンケル スポット	-	-	1	-	2	-	1	-	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	-	3	16	11	4	10	3	6	53
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
その他	-	-	1	-	-	-	-	-	1
合計	4	11	47	44	26	38	19	22	211
アテナショップ	1	1	2	10	2	7	1	2	26

◆国内店舗数 推移

	2016年 3月末	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 (計画)
ファンケルショップ	-	-	14	59	107	115	122
ファンケル ビューティ&ヘルス	-	2	3	12	16	19	19
ファンケル ニューミー	-	-	-	-	6	15	16
ファンケル スポット	-	-	-	-	1	4	5
ファンケル ビューティサロン	-	-	-	-	1	1	1
ファンケル ハイブリッドショップ	77	168	162	125	76	53	39
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	3	1	1	1	1	1
(旧) ファンケルショップ	52	10	6	1	-	-	-
ファンケルハウス	31	9	4	1	-	-	-
ファンケルハウスJ	10	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	1	3	3	2	1	1
合計	176	201	197	204	212	211	206
アテナショップ	16	16	16	17	24	26	26