

決 算 報 告 書

第 21 期

自 2019年 4月 1日
至 2020年 3月31日

抗菌美装株式会社

長野県飯田市中村6-3

貸借対照表

2020年 3月31日現在

(税込)
(単位：円)

資 産 の 部		負 債 の 部	
科 目	金 額	科 目	金 額
【流動資産】		【流動負債】	
(現金・預金)		買掛金	6,693,416
現金	100,000	未払金(ネット・イト)	5,136,026
小口現金	134,543	預り金(源泉所得税)	△267
普通預金 ジャパンネット銀行	1,648,162	預り金(温泉の素.com株)	5,827,682
普通預金 みなみ信州農協	138,318	預り金(住民税)	78,100
普通預金 飯田信金 伊賀良	968,469	未払法人税等	1,170,400
普通預金 八十二銀行	944,997	未払消費税	1,466,300
普通預金 八十二銀行(ネット)	139,359	流動負債 計	20,371,657
普通預金 長野県信用組合	2,382,827	【固定負債】	
普通預金 アルプス中央信用金庫	411,993	長期借入金(鈴木詠里子)	12,095,157
普通預金 長野銀行	380,651	長期借入金(鈴木健太郎)	5,400,000
普通預金 郵便局	682,861	長期借入金(八十二銀行)	400,000
定期積金 八十二銀行	666,052	長期借入金(長野県信用組合)	5,116,000
定期積金 長野県信用組合	100,000	長期借入金(日本政策金融公庫)	5,296,000
現金・預金 計	8,698,232	固定負債 計	28,307,157
(売上債権)		負債の部合計	48,678,814
受取手形	509,258	資 本 の 部	
売掛金	15,560,564	【資本金】	
売上債権 計	16,069,822	資本金	10,000,000
(棚卸資産)		資本金 計	10,000,000
商 品	1,247,691	【剰余金(欠損金)】	
棚卸資産 計	1,247,691	当期末処分利益	4,213,499
(その他流動資産)		(うち当期利益)	4,980,330
その他流動資産 計	0	剰余金 計	4,213,499
流動資産合計	26,015,745	資本の部合計	14,213,499
【固定資産】			
(有形固定資産)			
建 物	7,003,862		
建物付属設備	493,946		
機械及び装置	3,770,000		
車両運搬具	9,563,136		
工具器具備品	1,064,990		
土 地	10,033,178		
リサイクル預託金	58,860		
有形固定資産 計	31,987,972		
(投資等)			
保険積立金	4,888,596		
投資等 計	4,888,596		
固定資産合計	36,876,568		
資産の部合計	62,892,313	負債・資本の部合計	62,892,313

有形固定資産の減価償却累計

0 受取手形割引高

0

手形裏書譲渡高

0 保証債務

0

損 益 計 算 書

自 2019年 4月 1日
至 2020年 3月31日

(税込)
(単位：円)

《経常損益の部》

[営業損益の部]

【売上高】

抗菌・美装売上	39,716,093
南信州.com売上	1,276,912
ネット売上	39,672,003
売上戻り高	△702,454

売上高 計

79,962,554

【売上原価】

期首商品棚卸高	1,197,495
期首商品・製品棚卸高	1,197,495
抗菌・美装仕入	16,735,395
南信州.com仕入	63,156
ネット仕入	15,663,262
当期商品仕入高	32,461,813
合 計	33,659,308

期末商品棚卸高

△1,247,691

期末商品・製品棚卸高

△1,247,691

売上原価 計

32,411,617

売上総利益

47,550,937

【販売費一般管理費】

販売費・一般管理費計	55,046,106
------------	------------

営業利益

△7,495,169

[営業外損益の部]

【営業外収益】

受取 利息	72
受取配当金	30
受取 家賃	13,523,808
雑 収 入	342,852
営業外収益 計	13,866,762

【営業外費用】

支払 利息	220,863
営業外費用 計	220,863

経常利益

6,150,730

《特別損益の部》

【特別利益】

特別利益 計	0
--------	---

【特別損失】

特別損失 計	0
--------	---

税引前当期利益(損失)

6,150,730

法人税及び住民税

1,170,400

当期 利益 (損失)

4,980,330

前期繰越利益(損失)

△766,831

当期未処分利益

4,213,499

損益計算書

自 2019年 4月 1日
至 2020年 3月31日

(税込)
(単位：円)

1株当たりの利益(損失)

0.00

販売費及び一般管理費内訳書

自 2019年 4月 1日

至 2020年 3月31日

(税込)

(単位：円)

給料 手当	14,561,626
役員 報酬	3,000,000
雑 給	324,697
法定福利費	2,415,000
福利厚生費	1,415,387
通 信 費	1,140,996
荷造 運賃	253,611
水道光熱費	2,708,036
旅費交通費	821,357
広告宣伝費	597,492
接待交際費	699,250
事務用消耗品費	767,159
備品消耗品費	5,032,479
研究開発費	6,141
新聞図書費	79,100
研修費	95,805
修 繕 費	2,279,501
地代 家賃	3,282,728
車両燃料費	1,084,694
車両費	2,148,864
保 險 料	2,664,627
倒産防止共済金	600,000
租税 公課	932,209
諸 会 費	190,630
リース 料	109,429
顧問料	295,915
減価償却費	6,891,513
管理諸費	320,982
雑 費	326,878
販売費・一般管理費計	55,046,106

令和 2 年 5 月末日
2020 年 5 月末日

各従業員
お取引先の皆様へ

令和 2 年 3 月期（第 21 期）決算のご報告

抗菌美装株式会社
代表取締役 鈴木詠里子

平素は、格別のご高配を賜り厚く御礼申し上げます。
別紙の通り、第 21 期の決算がまとまりましたのでご報告申し上げます。

<はじめに・・・当期の主な動き>

■決算報告の書式変更

本年度のご報告より、前年度との比較がわかりやすくなるように、

① 比較貸借対照表、②比較損益計算書、③比較販売費および一般管理費、にて報告する。
従って、対前年との増減や比率については、上記をご覧くださいますようお願いいたします。

■新型コロナウイルス特需

2020 年 2 月から新型コロナウイルスによる経済活動の縮小があった。

世の中でアルコール消毒剤が不足する中で、アルコール代替用の消毒剤として、塩素消毒剤を商品化したところヒットし特需となった。2 月 3 月の売上げ増加で+522 万円である。

■ビルメンテナンス会社からネット通販会社へ

南信州地域を主体にビルメンテナンスを行っているが、近隣に建物が増えるわけでもなく売上増加は見込めない。したがって、近年はネット販売に力を注いできた。

コロナ特需もあり、単純に売上げを比較すると、ビルメンテナンスの売上げを、ネットの売上げが上回ることになった。今後もネット通販が伸びると予想している。

■軽自動車、普通車、小型貨物の車両取得

上記車両 3 台の入れ替えを行った。合計 711 万円+付帯費用の投資である。

■塩素用自動充填包装機を取得。

家庭用プールや少量の塩素需要に応えるため塩素充填機の取得を行った。この機械により、コロナ特需の一部を担うことができた。

■ 損益計算書

【抗菌売上】数年おきに温泉源泉配管の薬品洗浄工事を行っているが、恵那市と飯田市の仕事が入った。来年度は見込めない。決して伸びているわけではない。

【ネット販売部門】 3967 万円

塩素.jp 3069 万円 (+882 万円) (うちコロナ特需+522 万円)

温泉の素.com 886 万円 (+329 万円)

入浴剤.net 35 万円 (+ 12 万円)

3月にホームセンター向けに家庭用プールを販売している会社と取引を始めた。

塩素.jp で 343 万円の売上げが含まれている。

【地域貢献事業売上】

地域情報サイト「南信州.com」として 13 期目である。

正直に申し上げ厳しい。大きな成長の見込みはない。継続あるのみ。

【売上げ総利益】

グット伸びた。コロナ特需のおかげである。

【営業損失】

毎年のものであるが、家賃収入が 1300 万円ある会社である。家賃収入を営業外損益に計上する関係で、営業損失は出る。昨年度より減少したのはコロナ特需のおかげである。

【総論】

メンテナンス関連の売上げは安定している。

ネット通販部門が順調に伸びている。昨年始めた入浴剤.net も手応えを感じ始めた。

SEO を行って売上げを伸ばしていきたい。

利益が出たのはコロナ特需のおかげである。

■貸借対照表

<資産の部>

【流動資産】

飯田信用金庫	968,469 円	
八十二銀行	944,997 円	
同上	139,359 円	
郵便局	682,861 円	
ジャパンネット	1,648,162 円	
アルプス中央信金	411,993 円	
みなみ信州農協	138,318 円	
長野銀行	380,651 円	
長野県信用組合	2,382,827 円	
八十二銀行定期	666,052 円	リレー積立
長野県信用組合	100,000 円	定期積金
現金	100,000 円	
小口現金	134,513 円	
合計	8,698,232 円	

である。

受取手形は通常取引（昨年同様 2 月の岐阜県恵那市のホテル浴槽循環器洗浄業務 509,258 円分）。

売掛金は、3 月に行った飯田市の源泉配管洗浄 142 万円、コロナ特需 411 万円、家庭用プール販売店の塩素剤（ホームセンター向け）343 万円、その他 578 万円、ネット 80 万円である。

この報告書作成時点では、受取手形、売掛金、立替金とも全額入金している。不良債権はない。

【固定資産】

機械装置が 377 万円増加しているが、自動充填閉塞機（390 万円）を取得したからである。コロナ特需によりこの自動充填閉塞機の元は取った感じである。減価償却は目一杯償却している。

車両運搬具が 265 万円増加しているが、軽乗用車 182 万円、普通車 170 万円（新古車）とハイエース 359 万円の取得によるものである。

<負債の部>

【流動負債】

<買掛金の増加について>

2月3日とコロナ特需やプール関連消毒剤の注文をいただいた。原材料の仕入れのため買掛けが増えた。

未払金の増加について

582万円全額が、温泉の素.com に対してのものである。コロナ特需による消毒剤の製造やホームセンター向け家庭用プール消毒剤らを製造委託した分が通常よりも増えた。一時的なものである。

ネットポイント未払金は、インターネット販売した際に、お客様にポイント付加している残高を3月末日の総計で計上している。したがって、次回購入時にポイントを使った場合に値引きするものなので、負債であって、実質負債ではないと考えている。

【固定負債】 2830万円 (-195万円)

内訳：長期借入金 2830万円 (-195万円)

八十二銀行 40 (-60)

長野県信用組合 511 (-244)

日本政策金融公庫 529 (-256)

鈴木詠里子 1209 (+367)

鈴木健太郎 540 (± 0)

金融機関からの負債は予定通り返済している。(年560万円)金融機関からの借入残高合計が1081万円となった。あと2年で返済が終わる予定である。

<純資産の部>

【資本金】 1000万円

増減なし。

【剰余金】 421万円 (+498万円)

※反省点として。コロナ特需でドタバタしていて、うっかりミスであるが、中小企業倒産防止共済の前払い(240万円分)による節税をするのを忘れてしまった。

【貸借対照表の総論】

金融機関からの返済は予定通り順調に行っており、約2年で返済が完了するペースである。

○資産の部では、

1. 保険積立金(生保1/2損金分)を解約すると488万円の返戻に加えて370万円程度の含み益が生まれること。

○負債の部では、

2. ネットポイントが513万円計上されていること(負債であって負債でない)

3. 長期借入金のうち社長や鈴木健太郎からの借入が1749万計上されていて早期に返済する必要が無いこと。(剰余金に近い性質であること)

4. 倒産防止共済280万円分(貸借対照表には掲載されない)を任意解約すると220万円近く返戻されること。

以上のことから、とても安定している。と考えている。

■【来期 第 21 期の重点施策】

【売上面】

メンテナンス部門は横ばいである。

ネット通販のなかでも、温泉の素.com、入浴剤.net の売上げを伸ばす。入浴剤.net に関しては、SEOに取り組んでいく。

その他サイトも順調に売り上げている。

本紙作成時点（5月末）で、4月5月とコロナ特需により売上げが増加している。
ネット通販のうち塩素.jp の売上げは倍増する。

コロナ特需がどこまで続くか分からないが、塩素用の自動充填包装機やスリッターなど取得していく予定である。

営業面では、10月2週目のギフトショー（東京）、同じく10月4週目の観光ホテル外食産業展（札幌）、2月のホテルレストランショー（東京）への出展を予定している。

【財務面】

特に財務面での取り組みは無い。返済あるのみ。

今期中には、金融機関 1081 万円の負債を返済可能である。

返済するかどうかは、景気や今後の取引全体を考えて判断する。

21 期の減価償却費（期首時点）は、860 万円である。

【総括】

次亜塩素酸水や次亜塩素酸水の素などの商品化や定着化ネット部門を伸ばすのみ。
展示会での PR などをすすめていく。