

**SANIX**

**A New Start for  
Our Next 30 Years**

アニュアルレポート 2005

# Annual Report 2005

株式会社 **サニックス**

# Profile

## ■ プロフィール

サニテーション——衛生管理を意味するこの言葉に大いなる可能性を見だし、サニックス創業者の宗政伸一は、1975年に創業しました。それ以来、当社は「汚いところをきれいにする、不潔なところを清潔にする」という企業使命のもと、30年にわたって事業を推進しています。

一般家庭を対象とするホーム・サニテーション(HS)事業は、木造家屋を長持ちさせ、快適な住環境を提供しています。ビル、マンション、レストラン、商業施設、病院などを対象とするエスタブリッシュメント・サニテーション(ES)事業では、水質管理、衛生検査・診断、有害生物の防除、各種施設のメンテナンスなどを手掛けています。1994年に始めた環境資源開発事業では、産業廃棄物の再資源化、無害化を中心に事業を展開しております。限りある資源を守るにより、「循環型社会の構築」に貢献しています。

サニックスは「エコビジネス」のリーディングカンパニーとして、住空間、都市空間の衛生管理にとどまらず、地球環境を見据えた事業を展開し、美しい地球環境を、次世代に手渡すため、自らの変革に力強く取り組んでいます。

## ■ 目次

連結財務ハイライト	1
株主・投資家の皆様へ	2
事業概況	7
ホーム・サニテーション(HS)事業	8
エスタブリッシュメント・サニテーション(ES)事業	10
環境資源開発事業	12
取締役・監査役	14
コーポレート・ガバナンス	15
経営者による財務状況と経営成績に関する説明および分析	16
財務の状況	
最近5年間の業績推移	20
連結財務データ推移	21
連結貸借対照表	24
連結損益計算書	26
連結剰余金計算書	27
連結キャッシュ・フロー計算書	28
サニックス 30年の歩み	29
サニックスのネットワーク	30
会社概要	31

# Contents

この冊子をご覧いただくにあたって

本冊子は、株主・投資家の皆様に当社の経営方針、現状、財務状況等の情報を提供し、当社をより深くご理解いただくことを目的としており、投資勧誘を目的としたものではありません。したがって投資に関する決定は、利用者ご自身のご判断で行われるようお願いいたします。

# Consolidated Financial Highlights

## ■ 連結財務ハイライト

株式会社サニックスおよび連結子会社  
3月31日に終了した1年間

	単位：百万円				
	2001	2002	2003	2004	2005

### 会計年度：

売上高	¥54,530	¥59,260	¥50,357	¥43,987	<b>¥44,083</b>
営業利益（損失）	7,521	7,614	(2,779)	(4,698)	<b>44</b>
当期純利益（純損失）	3,183	4,005	(3,462)	(7,099)	<b>(10,010)</b>

### 会計年度末：

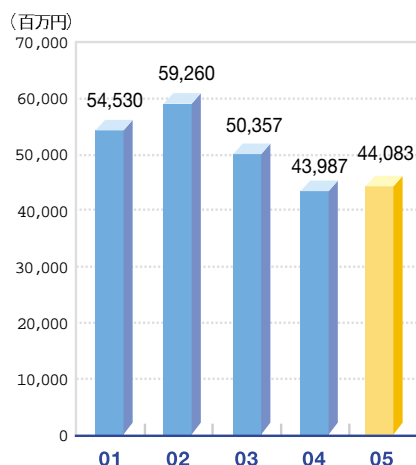
総資産	¥56,090	¥60,407	¥62,032	¥55,245	<b>¥43,664</b>
株主資本	41,728	44,805	38,769	31,377	<b>20,998</b>

単位：円

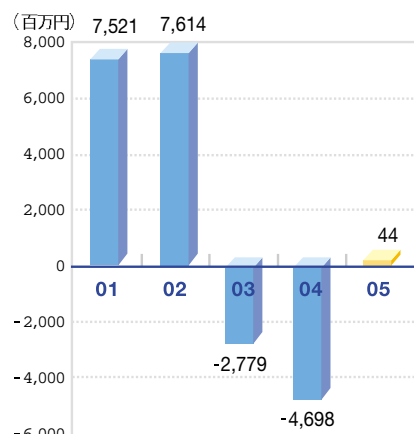
### 1株当たり情報：

当期純利益（純損失）	¥77.84	¥97.88	(¥85.89)	(¥178.77)	<b>(¥252.06)</b>
配当金	20.00	20.00	20.00	10.00	<b>10.00</b>

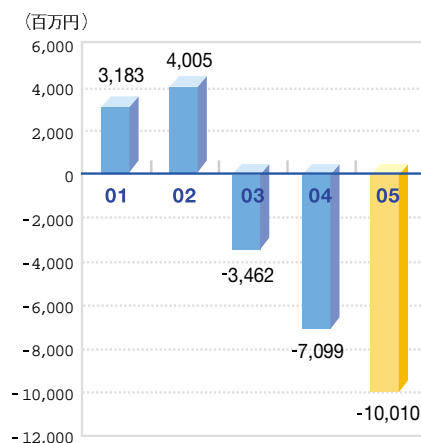
### ■ 連結売上高



### ■ 連結営業利益または損失



### ■ 連結当期純利益または純損失



# To Our Shareholders

株主・投資家の皆様へ



代表取締役社長 宗政 伸一

## 01

### 過去3年の厳しい状況を振り返る

「エコビジネス」の果たす役割がますます強くなるなか、サニックスは3つの事業を積極的に推進しています。ここ数年は苦戦が続きましたが、その要因をしっかりと分析し、今後の成長の糧とする考えです。今まさに、サニックスは新たなステージに立とうとしています。

当社は2002年3月期に、過去最高の売上高と利益を記録しましたが、その後の3年間の業績は、大変厳しいものとなりました。2003年3月期と2004年3月期は営業利益段階での赤字。2005年3月期は営業利益こそ黒字化しましたが、当期利益の赤字は続きました。困難の多い3年間でしたが、これには大きな要因が2つあげられます。1つはホーム・サニテーション（HS）事業における営業体制の改革と外部環境の変化、もう1つは環境資源開発事業の新しい取り組みが、計画通りに進展しなかったことです。

## 02

## HS事業の営業改革と外部環境の変化

2001年3月期、2002年3月期の業績が好調に推移した要因は、HS事業において新商品として開発した「家屋補強システム」が同事業の増収における大きな原動力となったことです。サニックスの営業体制は、新規顧客を開拓する営業職と、既存顧客のフォローに専念する顧客管理職に当時も分かれていましたが、新商品である「家屋補強システム」を世に送り出し、早期に普及させるために、新規顧客のみならず、既存顧客への販売も積極的に推進しました。

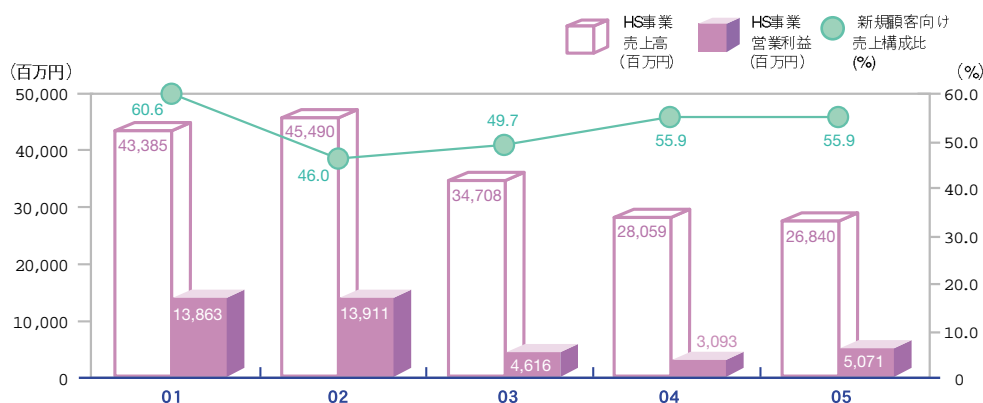
以上の取り組みは相当の成果を残し、既存顧客への「家屋補強システム」の販売は極めて好調なものとなりました。しかしながら、この好調の背景には営業職が既存顧客への販売も強めたことがあり、その一方で新規開拓が疎かになってしまいました。その結果、2001年3月期に60%を超えていた新規顧客向け売上構成比が、2002年3月期と2003年3月期は50%を切るに至りました。当社のHS事業は、本来、地道な訪問営業によって新規顧客を開拓し、顧客管理と併せて業容を拡大してまいりました。しかし当時の問題として、営業職が既存顧客への販売に力を入れ、苦勞の多い新規顧客開拓の優先順位を低くしてしまっていた

のです。このことを契機に、当社としては新規顧客の開拓を怠ればサニックスの将来に間違いなく悪影響をおよぼすと、強い危機感を抱き、営業職の役割を新規開拓に専念させるべく営業改革を断行したのです。

また、時期を同じくして「家屋補強システム」の類似商品も市場に出まわるようになりました。サニックスの主要市場である九州において、同商品の類似商品を掲げた悪質な事業者が複数社摘発されるなど、同商品や業界に対するイメージや信頼感を損なう中、サニックスにおいては差別化できる切り札に欠き、同商品の販売を自粛せざるをえませんでした。そこで、当社は業界のリーディングカンパニーとして、他社との差別化を図るべく、「人が品質」を標榜し、社員教育を再度徹底し、社員のモラルを向上させ、営業ルールを厳格化させました。例えば、高齢者と契約する場合は、親族を保証人にするといった具合です。販売の促進以上にサービスや社員の質の向上を追求したことで、結果的に売上高が収縮したことは否めません。

以上のように、営業の抜本的改革と市場環境の変化が重なり、2003年3月期以降の減収につながったわけです。

■ HS事業の売上高・営業利益・新規顧客向け売上構成比



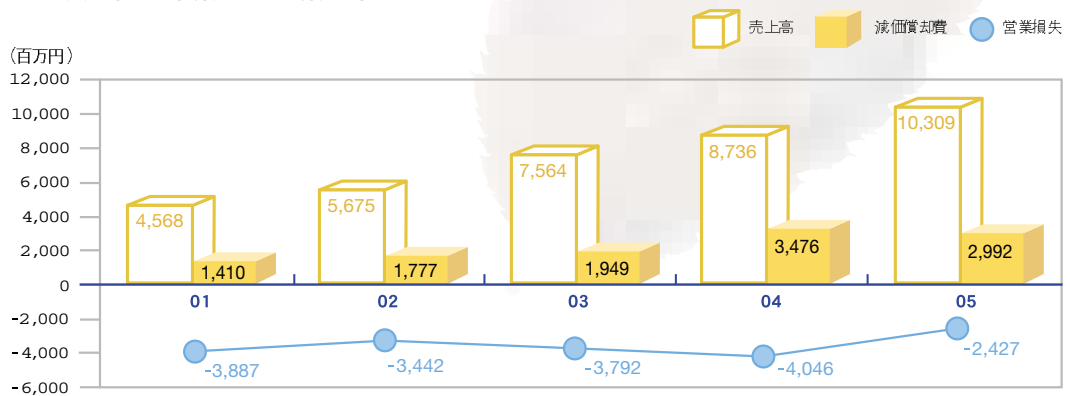
## 03

## さまざまな困難に直面した環境資源開発事業

1994年、産業廃棄物処理を行う北九州工場を立ち上げたのが環境資源開発事業の始まりです。そもそものきっかけは、法人向けの衛生管理を手がけるエスタブリッシュメント・サニテーション（ES）事業において、病院の滅菌殺菌を行う中で、感染性等の医療廃棄物を処理するニーズを強く感じたことです。環境に対する意識の高まりから、環境ビジネスの重要性はますます強まると考えました。その後、産業廃棄物を単に焼却処理するだけでなく、エネルギーとしての再利用を意図して、廃プラスチック燃料化ビジネスに参入し、更には、電力小売自由化を受けて、プラスチックを燃料とした発電・売電ビジネスに乗り出し、グループ内で産業廃棄物の収集、処理、再利用によるエネルギー化まで、一貫して手掛けられる体制を作り上げました。

これらは意義深いビジネスであることは疑いありませんが、先駆者ゆえの困難が多々あり、採算面では厳しい状況が続きました。リサイクルビジネスというまだ未成熟な業界において、当社としては、産業廃棄物を単に廃棄したり焼却するのではなく、完全リサイクルを目指し、発電を行うための最良のシステムを構築するために、想定外のコストと時間を要しました。燃料となる廃プラスチックは順調に増えてきたものの、2003年8月に商業運転を開始したサニックスエナジー苫小牧発電所は、世界的にも例のないプラスチック燃料専焼の発電所であったため、各工程において不具合やトラブルに直面し、不具合のたびに発生する修繕費等の突発的な費用や、減価償却費等の固定費が収益を圧迫し、過去5年間の環境資源開発事業は、多額な営業損失が続きました。

## 環境資源開発事業部門の業績推移



## 04

## 経営方針の転換により合理化が進展

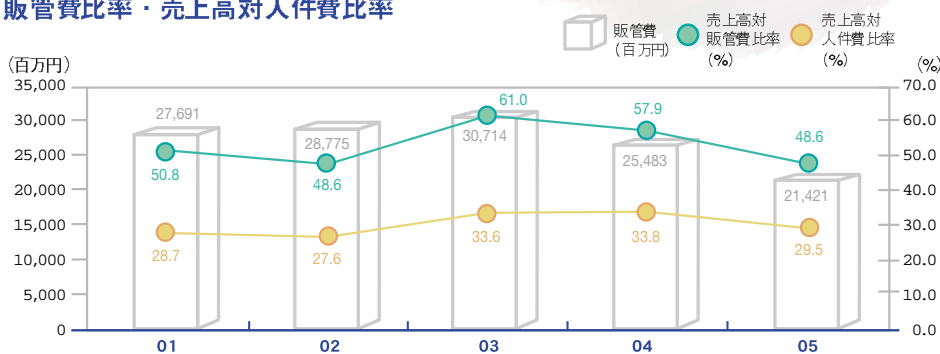
過去3年間、当社は2つのマイナス要因の解消に、全力を尽くしてきました。HS事業については、ES事業とともに徹底的な合理化を図っています。サニックスは創業以来、事業の拡大を経営方針とし、社員の増員、営業所の増設、事業エリアの拡大により、増収増益を目指してきました。しかしながら、2004年3月期後半より、HS事業、ES事業とも、従来の拡大路線から経

営合理化による収益性重視の経営方針へ転換し、特に生産性を高め、コスト削減を徹底することとしました。社員の質的向上と生産性向上を図り、営業所の統廃合を実施する等、合理化を推進してきました。その結果、売上高に占める販売費及び一般管理費の比率、人件費の比率が、ともに大幅に低下しました。

HS事業は、ピーク時で900人程度の営業職を抱えていましたが、現在はこれが600人程度に減少しました。合理化にあたっては、従来以上に社員の能力・成果を重視した給与体系に移行し、一人当たりの

売上高は格段に向上するとともに、効率性と収益性を引上げることに成功し、2005年3月期は営業利益が前期比で大幅に改善しました。

**販売費及び一般管理費・売上高対  
販管費比率・売上高対人件費比率**



**05**

**減損会計の導入**

当社では、財務体質の健全化を図るため、2005年3月期に減損会計を早期適用し、投資回収が困難と判断された金額を減損損失と認識し、特別損失として95億55百万円を計上しました。2005年3月期の当期純利益が、100億円の赤字となった理由の大半は、この減損損失計上によるものです。今回の減損の対象とした資産は、廃プラスチックを燃料とする苫小牧発電所の売電事業によって完結する資源循環型発電事業とし、保守的な再評価を行いました。

発電所の出力は、当初想定していた出力ではなく、操業2年を経過した2005年3月期末における稼働状況と経験をもとに、安定的に出せる出力と操業水準を見直した結果、見込まれる将来キャッシュ・フローが、固定資産の簿価を下回ると判断し減損会計を適用いたしました。これにより、2006年3月期以降の減価償却費負担は、大幅に軽減されることになります。

**減損会計適用資産の減価償却費**

(百万円)

減損適用資産	2005実績	2006見通し	
	減損損失計上額	減損しなかった場合の減価償却費	減損適用後の減価償却費
資源循環型発電事業			
苫小牧発電所	8,732	1,204	2
ひたちなか工場	53	40	40
袖ヶ浦工場	96	43	43
姫路工場	209	37	6
広島工場	337	79	32
苫小牧工場	126	52	34
合計	9,555	1,458	159



2006年3月期の業績は、現時点で、4年ぶりに当期純利益が黒字に転じる見通しを持っています。もっとも大きな要因として、環境資源開発事業の赤字幅が大幅に縮小することが見込まれるためです。

HS事業は業績が回復局面に入ったとはいえ、2006年3月期は売上成長を求めるより、さらなる経営の合理化を推進し、収益体質を強化する方針です。外部環境としては予断を許さない状況であると考えており、昨年11月に消費者保護の強化を目的に特定商取引に関する法律(特商法)が改訂施行され、その規制強化を受けて、今春以降、関東圏を中心に全国各地で悪質リフォーム業者の実態が頻繁に報道され、これまで以上に消費者が邪道な業者を受けつけない環境になるものと考えています。このような状況に対し、当環境衛生業界の確固たる地位を築いてきた当社としては、商品や技術力を更に磨くとともに、社員のモラル向上に努め、悪質業者が市場から一掃される今こそ飛躍

のチャンスと捉え、積極姿勢で営業を行ってまいります。

環境資源開発事業においては、2006年3月期の減価償却費は、前期に比べて減損会計の適用による影響額13億円を含め約17億円減少する見通しです。また、廃プラスチックの受入量が増え、苫小牧発電所の操業度も上昇すると見ており、採算性は大幅に改善する見込みであります。中期的な見通しとしては、苦難の末、発電システムが立ちあがったことや、減損会計の導入により環境資源開発事業の展望が明確になりました。一方で、主力であるHS事業やES事業においては中期的な課題を残していると考えています。ここ数年、両事業ともに採算性を重視し、筋肉質な企業体質の構築に力を入れてきましたが、次なる成長に向け売上高を確実に伸ばすために、生産性や効率性を追求しながらも人員数を増やすという課題を克服することが最重要課題であると考えています。

サニックスは「汚いところをきれいにする、不潔なところを清潔にする」という企業理念にもとづいて、事業を展開しています。昨今、企業の社会的責任(CSR)という考え方に注目が集まっていますが、当社はこの企業理念に沿った事業展開をすることが、最大の社会貢献であると考えています。白蟻防除、家屋補強、産業廃棄物処理等の事業は、実に多くの会社が参入しています。ただし、関東圏での同業者逮捕の例を見るまでもなく、雑多で悪質と言われる事業者も各地に存在します。

当社はそのような業界であるからこそ、正しいやり方で、真摯に事業に取り組もうと考えています。それが、顧客の信頼を得ることにつながるとともに、当社が示す他社との差別化であり、企業の存続に資すると信じるからです。「顧客第一主義」の理念のもと、お客様の多種多様なご要望ご意見を頂戴し、サービスの質的向上を図ることで社会的責任を果たせるものと考えております。

最後になりましたが、顧客や社会への責任とともに、株主の皆様のご期待に応える責任も忘れてはなりません。業績の回復と財務体質の強化に努める局面にあるため、現状は配当を減額しておりますが、株主への利益還元を重視した経営方針には変わりありません。株主資本配当率等にもとづいた配当を、今後も実施していく方針です。引き続き、株主の皆様のご支援とご理解をお願い申し上げます。

2005年7月

宗政 伸一

代表取締役社長  
宗政 伸一