



株式会社 アサンテ

第52期 2024年度 (2025年3月期)

# 第2四半期決算説明会資料

2024年11月7日

東証プライム：6073



# 目次

1. 第52期 2024年度 上半期決算概要	・ ・ ・	02
2. 重点戦略の進捗 及び今後の取り組み方針	・ ・ ・	12
Appendix	・ ・ ・	25

# 第52期 2024年度 上半期決算概要



# 2024年度上半期 損益実績

(億円)	2024年度 2Q累計		対前年		対予想	
	実績	構成比	増減額	増減率	差異額	達成率
売上高	78.4	-	2.2	3.0%	△0.3	99.6%
営業利益	11.5	14.7%	2.8	32.6%	0.5	104.8%
経常利益	10.9	13.9%	1.9	21.1%	0.3	103.2%
中間純利益	7.1	9.1%	1.3	23.1%	0.2	103.0%



# 2024年度 1 Q ・ 2 Q 損益実績

(億円)		2024年度	対前年	
		実績	増減額	増減率
1 Q	売上高	42.7	0.3	0.9%
	営業利益	7.4	0.9	13.9%
	営業利益率	17.4%	2.0pt	-
2 Q	売上高	35.7	1.9	5.7%
	営業利益	4.0	1.9	88.5%
	営業利益率	11.5%	5.0pt	-

## ● 第1四半期

### 売上高

- 主に更新防除売上高の増加により**微増**

### 営業利益

- 白蟻防除売上高のシェア拡大、2023年7月に実施した一部サービスの価格改定の効果等により**増益**

## ● 第2四半期

### 売上高

- 白蟻防除施工、地震対策売上高の増加により**増収**

### 営業利益

- トップラインである売上高の増加により**増益**



# 2024年度 業績予想進捗度

(億円)	2024年度 2Q累計		2024年度 通期予想	
	実績	構成比	予想	進捗率
売上高	78.4	-	142.7	55.0%
営業利益	11.5	14.7%	14.2	81.2%
経常利益	10.9	13.9%	13.7	79.8%
中間純利益	7.1	9.1%	8.4	84.6%



# 2024年度上半期 商品別売上高

(億円)	2024年度 2Q累計		対前年	
	実績	構成比	増減額	増減率
売上高	78.4	-	2.2	3.0%
白蟻防除	36.2	46.2%	1.4	4.1%
湿気対策	16.5	21.1%	△0.1	△1.0%
地震対策	17.1	21.9%	0.7	4.5%
その他	8.5	10.8%	0.2	3.6%

## ● 白蟻防除（増加）

- 新規防除、更新防除ともに増収
- (新規防除) 広告宣伝、提携先経由の申込増加
- (更新防除) 更新防除対象となる既存顧客の増加

## ● 湿気対策（横ばい）

## ● 地震対策（増加）

- 南海トラフ地震臨時情報が発表されて以降、お客様の防災意識が上昇
- ニーズの高まり捉えた販売強化



## 2024年度上半期 人員数・1人当たり売上高

	2024年度 2Q累計	対前年	
		増減	増減率
売上高（億円）	78.4	2.2	3.0%
期中平均人員（名）	987	△38	△3.7%
1人当たり売上高（千円/月）	1,325	86	7.0%
2Q末人員（名）	976	△39	△3.8%

\* 人員数：嘱託及び契約社員を含む総従業員数（派遣出向者を除く）



# 2024年度上半期 売上原価・販管費 内訳

(億円)	2024年度 2Q累計	対前年	
		増減額	増減率
売上高	78.4	2.2	3.0%
売上原価	22.8	△0.0	△0.3%
材料費	9.8	0.0	0.8%
労務費	7.0	0.0	0.5%
その他売上原価	5.9	△0.1	△3.1%
売上総利益	55.6	2.3	4.5%
販管費	44.1	△0.4	△1.0%
人件費	27.4	△0.8	△2.8%
広告宣伝費	3.6	0.3	11.7%
その他販管費	13.0	△0.0	△0.3%
営業利益	11.5	2.8	32.6%

## ● 売上原価

### 材料費

- ・ 前年比横ばい
- ・ 材料費率は12.5%で前年比0.3pt 改善

### 労務費

- ・ 前年比横ばい

## ● 販管費

### 人件費

- ・ 人員減少の影響  
(1人当たり売上高増加に伴い、営業インセンティブは増加)
- ・ 退職給付費用の減少

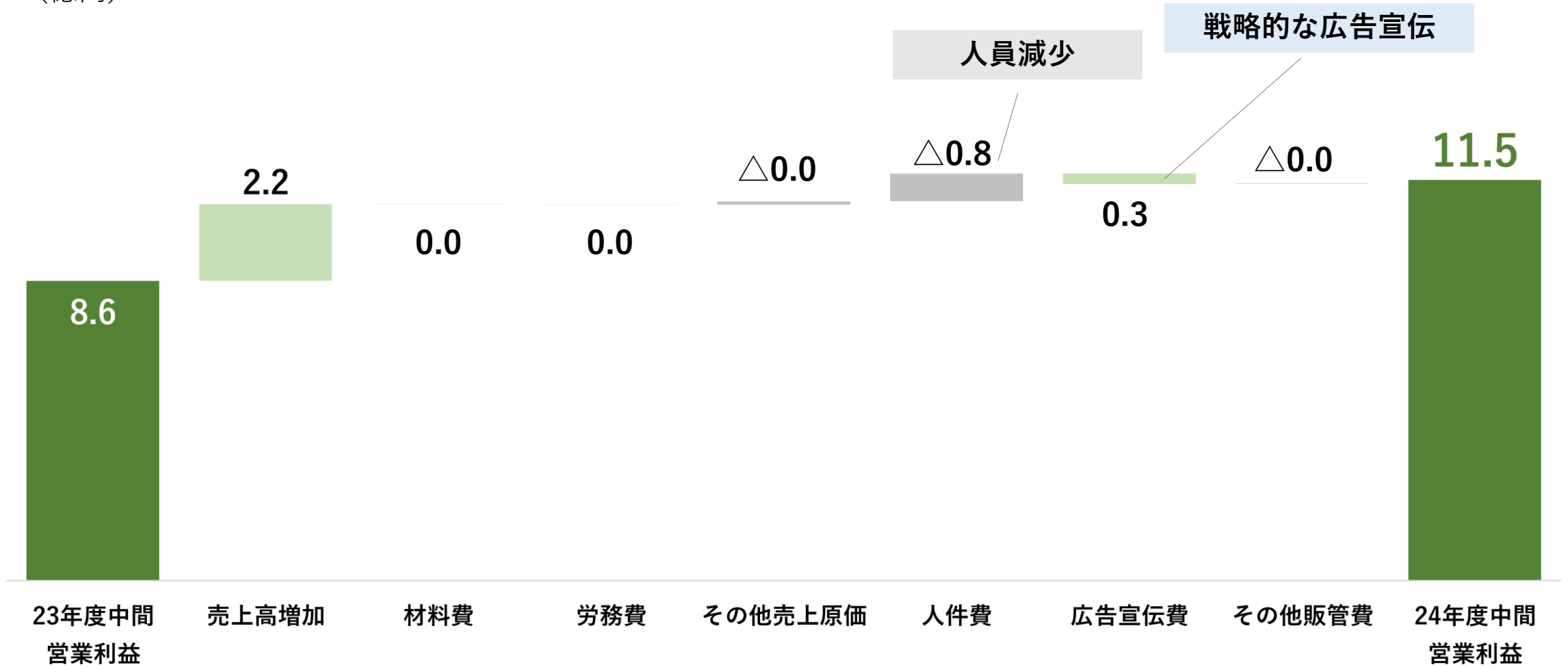
### 広告宣伝費

- ・ 戦略的な広告宣伝により増加
- ・ 広告宣伝費率は4.7%で前年比0.4pt.増加



# 2024年度上半期 営業利益増減分析

(億円)



# 貸借対照表

(億円)	2023年度末	2024年度 2Q末	増減額	増減要因	
流動資産	110.6	117.9	7.2	現金及び預金	7.5
固定資産	50.4	50.5	0.1		
繰延資産	0.1	0.1	△0.0		
資産合計	161.2	168.6	7.3		
流動負債	19.5	22.3	2.7	未払法人税等	2.3
固定負債	24.2	25.1	0.8	長期借入金	0.6
負債合計	43.8	47.4	3.6		
純資産合計	117.4	121.2	3.7	利益剰余金	3.6



# キャッシュ・フロー計算書

(億円)	2023年度 2Q累計	2024年度 2Q累計	主な要因	
営業活動CF	6.2	10.5	税金等調整前中間純利益 法人税等の支払額	10.9 △1.4
投資活動CF	△0.2	△0.3		
フリーキャッシュ・フロー	6.0	10.2		
財務活動CF	△3.2	△2.7	配当金の支払額	△3.4
現金及び現金同等物の 中間期末残高	69.3	94.7		



# 重点戦略の進捗 及び 今後の取り組み方針



# 5つの重点戦略

重点戦略推進のために稼働中の  
社内プロジェクト(PJ)

## ① 営業推進基盤・体制の強化

営業エリアと販売チャネルの拡充、  
M&Aの活用及びグループ間シナジーの強化

Webマーケティング  
強化PJ

PR推進PJ

価値伝達  
合理化PJ

提携先拡大  
PJ

M&A PJ

## ② 生産性の向上

営業効率の向上、施工効率の向上

DX・データ  
活用PJ

## ③ お客様視点に立ったサービスの拡充

高付加価値サービスの設計、アフターサービスの更なる充実

## ④ 人的資本の開発・活用

人材教育体制の充実、職場環境の整備

人材開発PJ

## ⑤ 事業活動を通じた社会課題解決への貢献

事業活動に伴う環境負荷の軽減、住まいの安全と環境保護につながるサービスの拡充



## 広告宣伝高度化の成果が表れはじめ申込獲得数が増加

特にWEB広告の効果により白蟻防除ニーズが潜在化する2Qにおいても効果的に申込を獲得

### 主な取り組み（ここまでの進捗）

- WEB広告の最適化



広告配信、SEOの最適化、SNSの活用拡大

- 広告宣伝の拡大(新聞折込、TVCM、DM等)



需要顕在期(1Q)に加えて、需要潜在期(2Q)にも積極的な広告宣伝を実施

- PR強化



ニュースレターの配信など広告宣伝効果を高めるためのPR強化に着手

今後の取り組み：広告宣伝の高度化、需要潜在期の広告宣伝拡大、PRの強化



## 4月に企業提携推進部署を新設。提携先数が増加


既存提携先との関係強化と新規提携先の開拓が前進

### 主な取り組み（ここまでの進捗）


- 専門部署の設置

 人員の配置、キャリア採用による増員

- 既存提携先との関係強化

 販売促進等による既存提携先の活性化

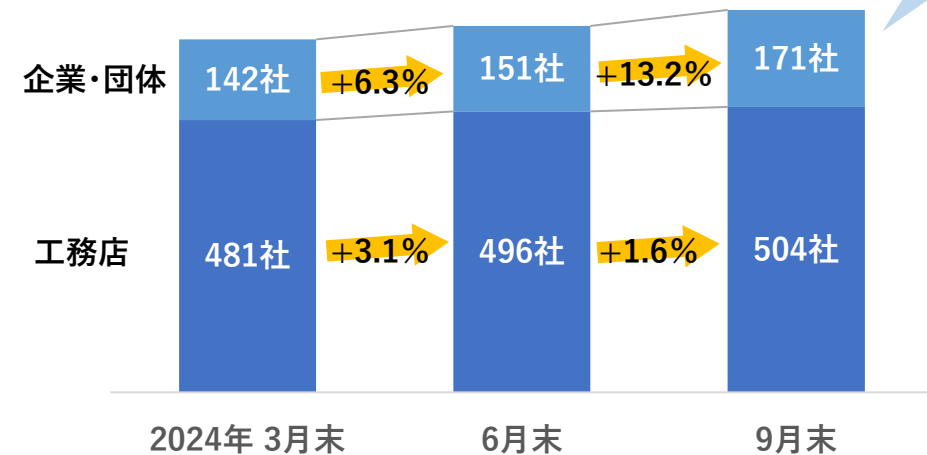
- 新規提携先の開拓

 多様な業種への積極的なアプローチ

### 企業提携先数の推移

専門部署設置後、順調に提携先数が増加

計 675社

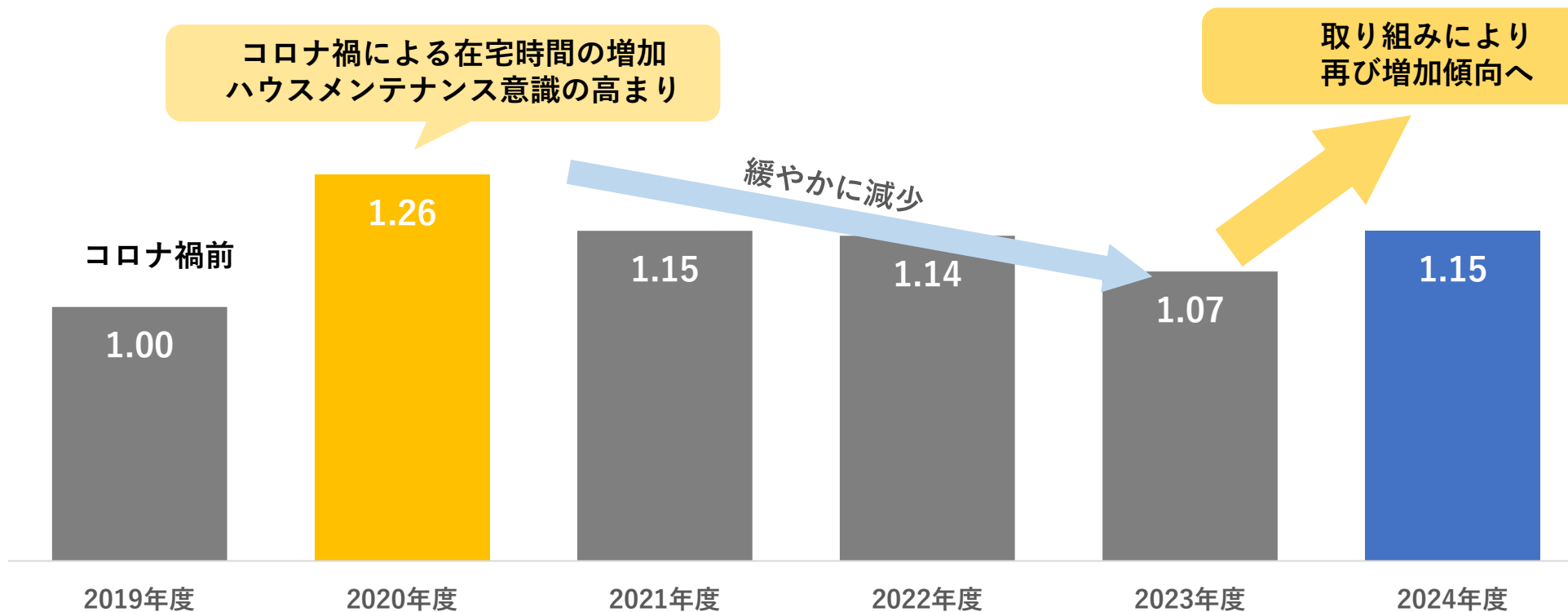


今後の取り組み：推進体制のさらなる強化、既存・新規提携先それぞれへのアプローチ拡大



# 営業推進基盤・体制の強化 – 販売チャネルの拡充

## 総申込調査件数の推移（2Q累計）



- 総申込件数：広告宣伝経由、企業提携先経由を含めて当社にて受け付けたすべての申込からの調査件数
- 2019年度の総申込件数を1とした場合の推移

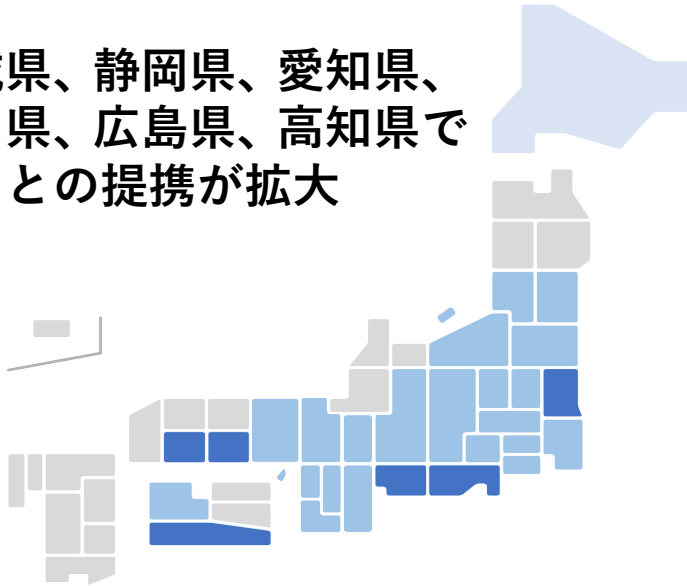


## J A との提携が拡大

既存エリア内で新たな J A との提携を獲得

### 主な取り組み（ここまでの進捗）

- 茨城県、静岡県、愛知県、岡山県、広島県、高知県で J A との提携が拡大



今後の取り組み：既存エリア内の未提携 J A との提携推進と、新規エリア(県)の開拓

## M&Aの取り組みを推進

M&A実現に向けた具体的アクションに取り組み中

### 主な取り組み（ここまでの進捗）

- 候補先へのアプローチ



リストを基にした候補先への能動的なアプローチ

- アプローチルートの拡大



金融機関、仲介会社等との連携強化

今後の取り組み：能動的アプローチの継続、案件の具体化に向けた準備



## タブレット端末の活用を加速

訪問営業の効率向上施策がローンチ

### 主な取り組み（ここまでの進捗）

- 電子地図のテスト導入



訪問営業用の電子地図システムを選定し、一部エリアに導入

- 動画コンテンツの活用拡大



・白蟻防除の必要性、サービス内容の説明動画による提案力の平準化

今後の取り組み：電子地図の全エリアへ展開、データ活用による訪問営業の効率向上

## 営業関連業務の効率化に着手

外部リソースを活用し、抜本的な業務効率化を目指す

### 主な取り組み（ここまでの進捗）

- 営業関連業務の再設計



外部コンサルタントを起用し、

- ・営業管理の効率化
- ・営業関連業務の省力化
- ・コンプライアンス対応強化

など、デジタル活用による効率化ポイントを明確化

今後の取り組み：生産性向上につながるシステム開発の着実な推進



## 害獣・害虫対策提供体制を拡充

個人のお客様向けに対応エリアを拡大中

### 主な取り組み（ここまでの進捗）

- 害虫・害獣対策提供エリア拡大



ニーズの高まる害虫・害獣対策の対応エリアを拡大

- 害虫・害獣対策の広告宣伝を起点とした新規顧客の獲得



害虫・害獣対策の集客強化と、白蟻防除潜在顧客層の形成

今後の取り組み：営業エリア全域での害虫・害獣駆除提供に向けた体制整備

## 多様なニーズへの対応

高付加価値ラインアップの拡充を推進

### 主な取り組み（ここまでの進捗）

- お客様ニーズに沿った白蟻防除施工のラインアップ拡充



1都12県において天然系薬剤の取り扱いを開始

- 新サービスの研究開発



外来種白蟻への対処、レスケミカル工法の研究開発を継続

今後の取り組み：多様な価値提供に向けたラインアップ拡充、研究開発の継続

## 職場環境の最適化を推進

働きがい向上につながる環境を整備

### 主な取り組み（ここまでの進捗）

- 職場環境の整備



定期的な組織改善サーベイを実施し、その結果をもとに職場環境の整備を推進

- 技能検定制度の充実



スキル・モチベーション向上につながる技能検定制度の内容を拡充

今後の取り組み：人事制度の再設計、技能検定制度の拡充など教育機会の充実

## 人員確保の取り組みを強化

入社人数確保と定着促進に向けた施策を実施

### 主な取り組み（ここまでの進捗）

- 就労条件の多様化



就労条件のパターンを増やし、多様な人材が活躍しやすい環境を整備

- マネジメント教育



育成の担い手となる営業所責任者に対する継続的な教育を実施

今後の取り組み：採用の強化、多様な人材が活躍できる環境の整備

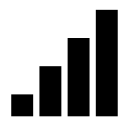


## 家屋の長寿命化・減災を推進

事業を通じて地球環境の保護に貢献

### 主な取り組み（ここまでの進捗）

- 主要3サービスの提供体制の拡充



重点戦略の推進により、家屋の長寿命化と減災に貢献する当社サービスの提供体制を拡充

- CO2排出量の削減



省エネ活動、エコドライブによる電力・ガソリン消費量の抑制

今後の取り組み：主要3サービスの提供拡大、白蟻防除の必要性を啓発するPR活動の強化

## 省エネ商材の取り扱いを拡大

家屋の省エネ化につながるサービスの拡販に注力

### 主な取り組み（ここまでの進捗）

- 断熱関連商品のラインアップ拡充



天井断熱の取り扱いエリアを10県拡大（累計13県）

- 家屋の安全と環境保護につながるサービスの開発



窓断熱、白蟻被害箇所補修剤等の研究開発を継続

今後の取り組み：お客様ニーズ、当社経営理念に沿ったサービスの販売拡大と開発



中長期のROE目標 10%以上を目指す

## ● 収益性の強化

- ・ 売上高の成長に伴う利益の拡大
- ・ 5つの重点戦略の推進による収益性の向上

## ● IR活動の充実

- ・ 機関投資家との積極的な対話
- ・ 個人投資家説明会の開催
- ・ ステークホルダーへの情報開示・発信の充実

## ● 株主還元と資本政策

- ・ 安定的な配当の継続
- ・ 自己株取得等、適正な資本政策の検討

## ◆ 自己株TOBの実施

- 自己株TOBにより、当社主要株主である創業家の資産管理会社が保有する当社普通株式全量（125万株）を取得
- 8月20日適時開示、10月11日決済完了

買付期間 : 2024年8月21日～9月18日

決済日 : 2024年10月11日

買付価格 : 1,532円/株



# 2024年度 損益予想概要、売上原価・販管費の内訳

5/8公表済（修正無し）

(億円)	2024年度 予想	対前年	
		増減額	増減率
売上高	142.7	5.7	4.2%
売上原価	43.1	0.6	1.5%
売上総利益	99.5	5.1	5.4%
販管費	85.3	0.4	0.5%
営業利益	14.2	4.7	50.0%
経常利益	13.7	3.8	39.0%
当期純利益	8.4	2.9	55.2%

## 売上原価の内訳

(億円)	予想	対前年	
		増減額	増減率
材料費	18.6	0.7	3.9%
労務費	13.2	△0.2	△1.7%
その他	11.3	0.1	1.4%

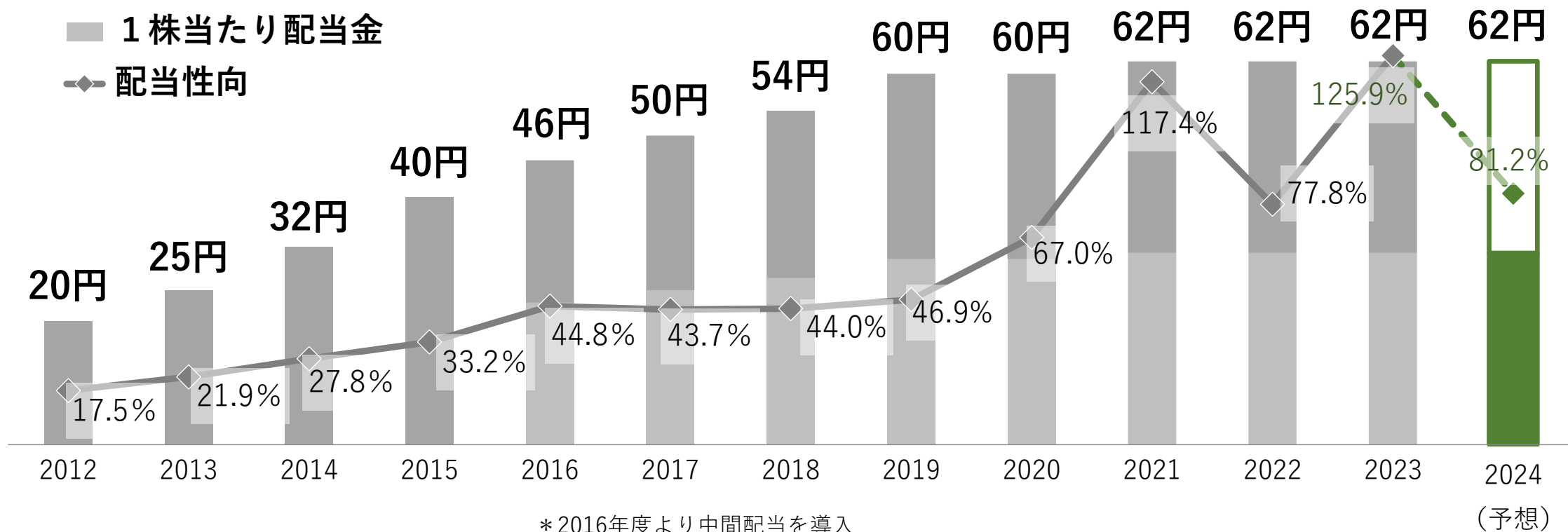
## 販管費の内訳

(億円)	予想	対前年	
		増減額	増減率
人件費	54.6	△0.4	△0.9%
広告宣伝費	4.1	0.0	0.7%
その他	26.5	0.8	3.4%





健全な財務基盤を背景として  
配当の基本方針「安定的な配当の維持」に則り配当を維持



# Appendix

- 会社概要
- 白蟻について
- 業界について
- ビジネスモデル
- 人材教育
- コンプライアンス
- PR活動



## 経営理念

## 人と技術を育て、人と家と森を守る

当社は、白蟻対策・地震対策などでお客様に安全・安心・快適を提供し、既存住宅の長寿命化を推進することによって、環境問題などの社会課題解決にも貢献します

## ビジョン

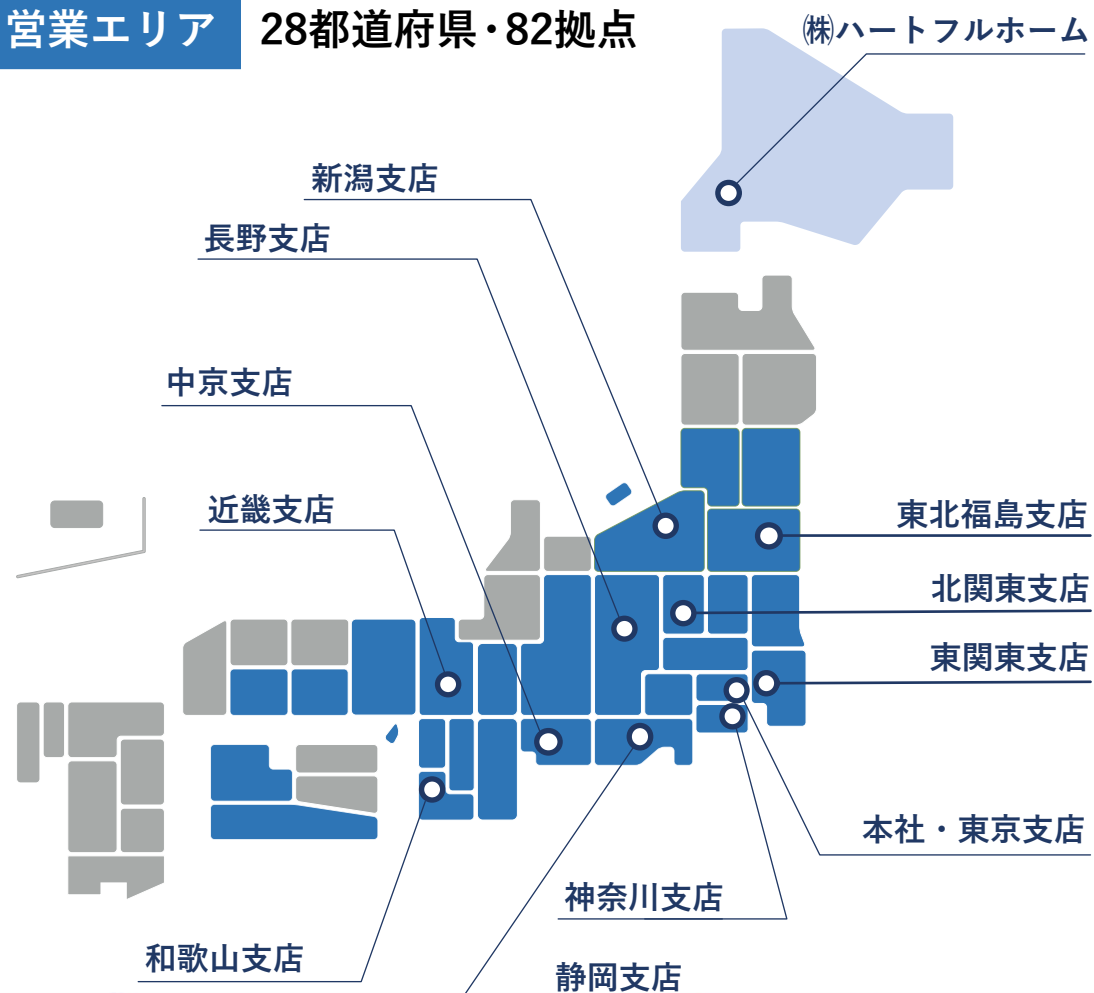
## 木造家屋の長寿命化と 社員のウェルビーイング向上を通じ、 環境を守り、 お客様と社会から最も信頼される企業へ

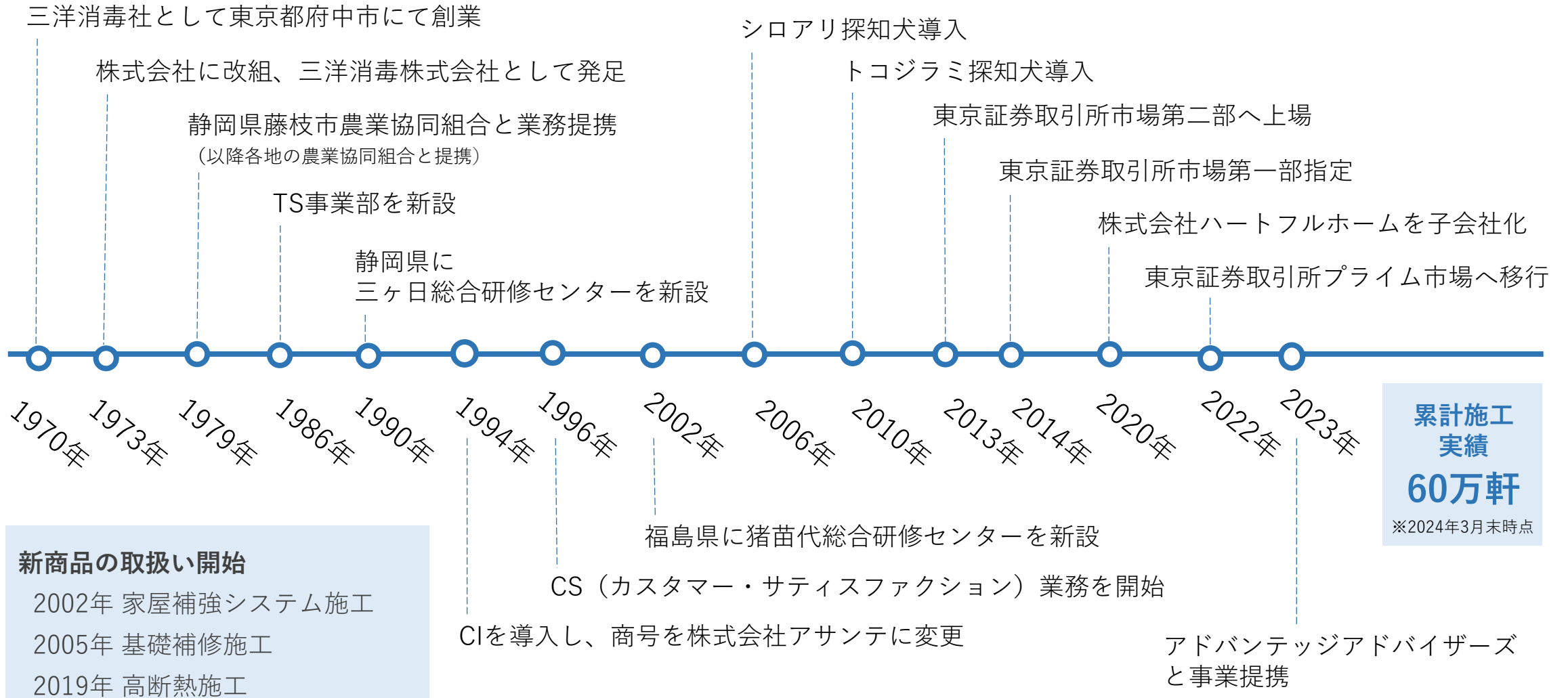
私たちはイキイキと働き、白蟻防除を主軸とした木造家屋の長寿命化と環境保護につながる最高品質のサービスを提供することで、安全・安心・快適な暮らしを全国に届け、社会とともに成長し続けます



社名	株式会社アサンテ
本社	東京都新宿区新宿 1 丁目33番15号
代表者	宮内 征
創業	1970年 5月
設立	1973年 9月
市場	東証プライム（証券コード 6073）
資本金	11億円（2024年 3月期末）
従業員数	998名（連結、2024年 3月末）
グループ会社	株式会社ハートフルホーム （連結子会社：出資比率100%） 株式会社ヒューマン・グリーン・サービス （非連結子会社）

営業エリア 28都道府県・82拠点





新商品の取扱い開始

- 2002年 家屋補強システム施工
- 2005年 基礎補修施工
- 2019年 高断熱施工







## 白蟻防除

白蟻の発生予防と駆除



## 湿気対策

腐朽・カビ・白蟻の発生予防



## 地震対策

基礎コンクリートの補修  
木材接合部の補強

維持管理

断熱材設置、リフォーム・新築等工事、耐震工事

エコ対策

太陽光発電システムの施工

害虫防除

ゴキブリ・ダニ・トコジラミ・ハチ等害虫の予防・駆除

害獣防除

ネズミ・ハト等害獣の予防・駆除

衛生対策

病院施設等の殺菌消毒等

当社グループが取り組む3つのマテリアリティ

**E** 事業を通じた地球環境への貢献

- 木造家屋の長寿命化促進によるCO2削減への貢献
- 事業活動に伴う環境負荷の軽減



事業の意義

白蟻防除、湿気・地震対策の提供を通じて  
**人と家と森を守る**

無駄な森林伐採を抑制し  
**CO2を削減する**

家屋の建て替えにより発生する  
**廃棄物を削減する**

家屋の耐久性の維持・向上により  
**住人の命を守る**

家屋の価値を維持し  
**財産を守る**

**S** 人材育成と働きがいのある職場づくり

- 人材教育体制の充実
- ダイバーシティの推進
- 労働安全衛生の推進
- 労働災害対策



**G** 経営体制の強化

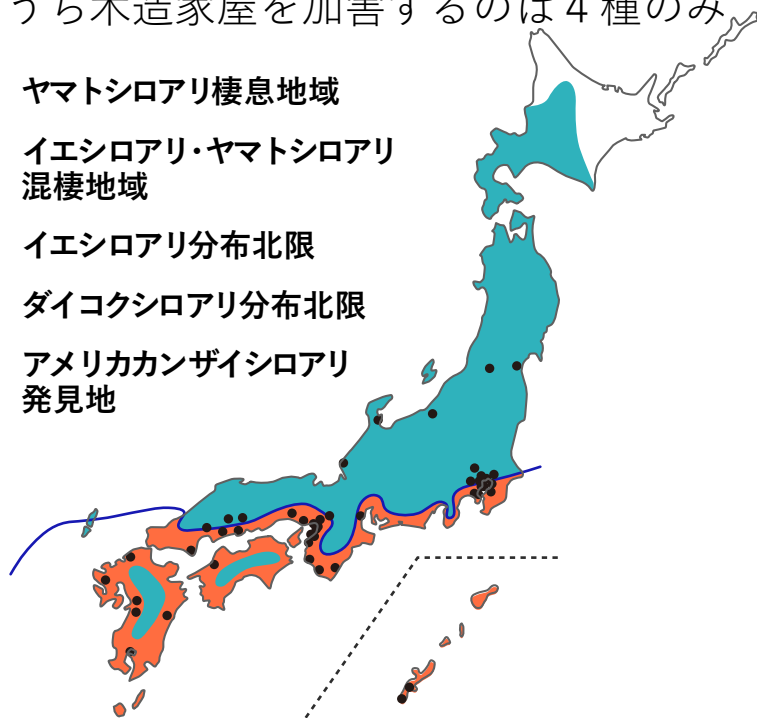
- コーポレート・ガバナンス体制の充実
- コンプライアンス管理体制、教育体制の充実



## 木造家屋を加害する白蟻の分布

- 国内に生息する白蟻は24種
- そのうち木造家屋を加害するのは4種のみ

- ヤマトシロアリ棲息地域
- イエシロアリ・ヤマトシロアリ混棲地域
- イエシロアリ分布北限
- ダイコクシロアリ分布北限
- アメリカカンザイシロアリ発見地



参考文献：(公社)日本しろあり対策協会  
『しろあり及び腐朽防除施工の基礎知識 新版』

## 家屋を加害する代表的な白蟻

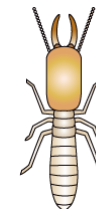
### ヤマトシロアリ

- 北海道の一部を除く日本全国に分布
- 床下に生息し、建物の下部材を主に加害する

職蟻



兵蟻



### イエシロアリ

- 関東以西の海岸線に沿った温暖な地域に分布
- 被害は建物全体に及び、加害速度は速い
- 世界の侵略的外来種ワースト100に選出

職蟻



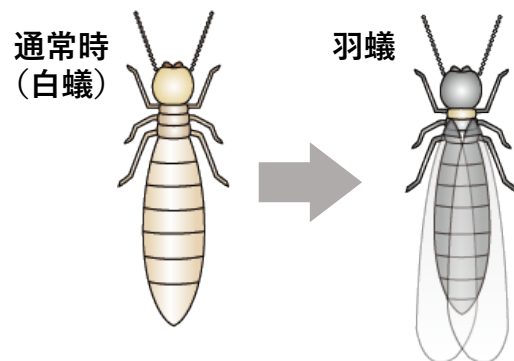
兵蟻





## 群飛

- 白蟻には年に1度、繁殖のために羽をつけて大量に飛び立つ群飛(スウォーム)という習性がある
- 群飛はある程度発達した巣で起こる



### 羽蟻の特徴

- 体全体が黒っぽくなる
- 羽は脆く落ちやすい
- 4枚の羽は同じ大きさ



ヤマトシロアリの羽蟻  
(4月下旬～6月)



イエシロアリの羽蟻  
(6月～7月上旬)

## 売上高への影響

- 群飛では、普段は見えない場所に生息する白蟻が人の目に触れるため、被害に気付く消費者も多い
- 群飛時期には需要が顕在化して申込・問合せが増加し、売上高が増加する。夏以降、需要は潜在化



白蟻・湿気被害による家屋の耐久性低下

- 白蟻・湿気被害が進行すると木材の耐力が低下
- 耐力が低下した柱や土台等は、地震等の大きな力に耐えられないリスクが高まる



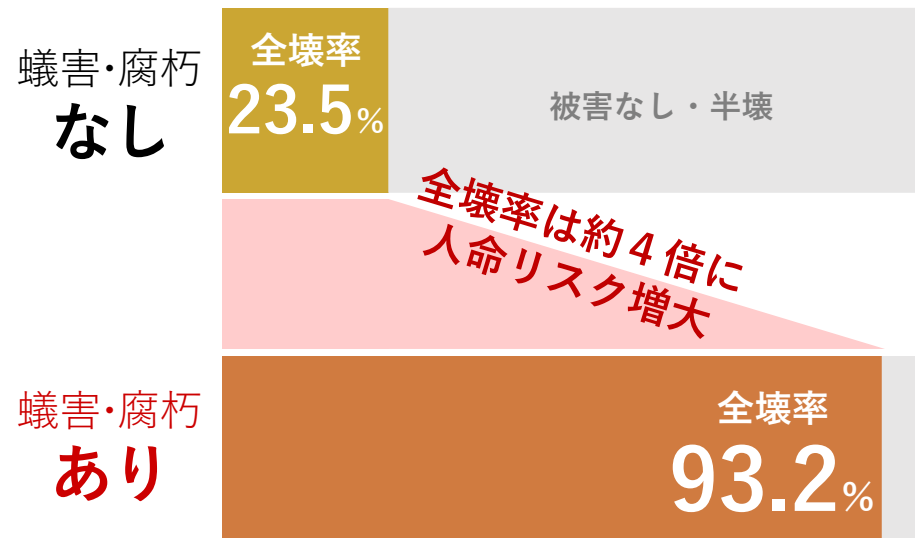
白蟻被害により耐力が低下した束柱(左)、大引き(右)



湿気被害により耐力が低下した接合部(左)、大引き(右)

阪神・淡路大震災における調査結果

- 蟻害・腐朽のあった住宅の全壊率は、蟻害・腐朽がなかった家の約4倍にのぼる



参考文献：木造住宅等震災調査委員会  
『平成7年阪神・淡路大震災木造住宅等震災調査報告書』

機会 住宅メンテナンス・防災意識の高まり

- 在宅時間の増加
- 頻発する地震・豪雨等の災害

機会 既存家屋の流通促進とリフォーム市場の拡大に向けた環境整備

- 住生活基本計画（閣議決定）に基づく既存家屋の長寿命化推進と良質な住宅ストックの形成促進
- 子育てエコホーム事業（国交省）による住宅の省エネ改修等に対する支援（補助金、減税等）

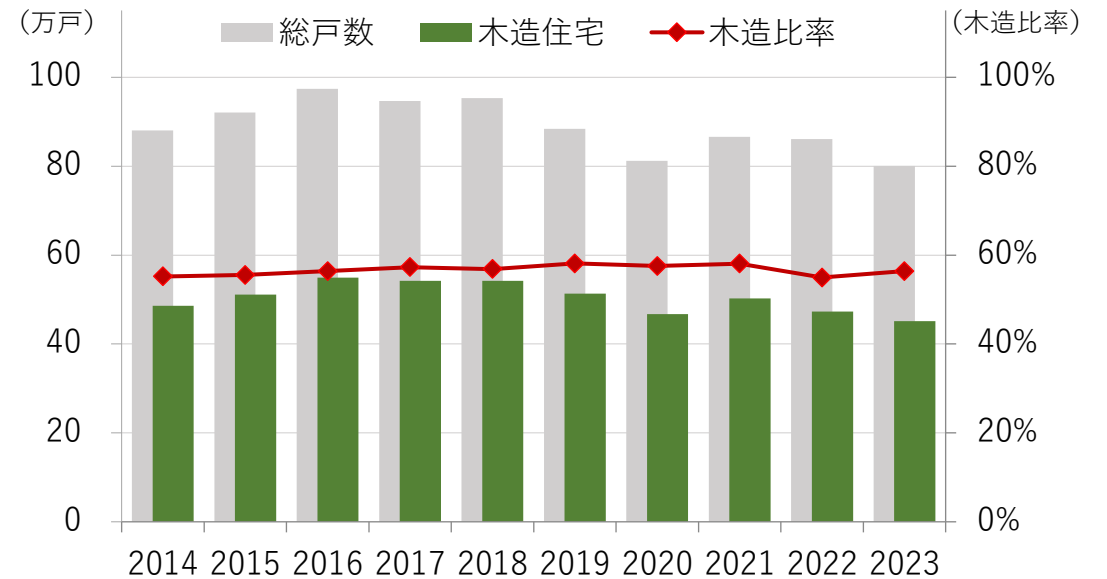
リスク インフレ等による住宅メンテナンスに対する消費マインドの軟化

- インフレ等の影響による当社サービスに対する消費マインド軟化の回復見通しは不透明

機会 莫大な規模の木造家屋ストック数

- 国内 約2,600万戸の木造家屋
- 新設着工戸数に占める木造家屋比率は横ばい
- 根強い木造戸建て志向

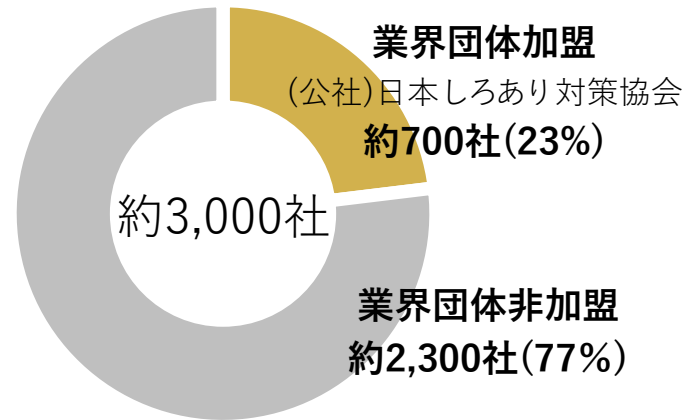
新築着工戸数における木造比率の推移 \*国土交通省資料より





## 白蟻防除業者数

- 業界全体で約3,000社
- 約700社が業界団体に加盟
- 小規模業者の構成比率が高い
- 業者数は極緩やかに減少傾向

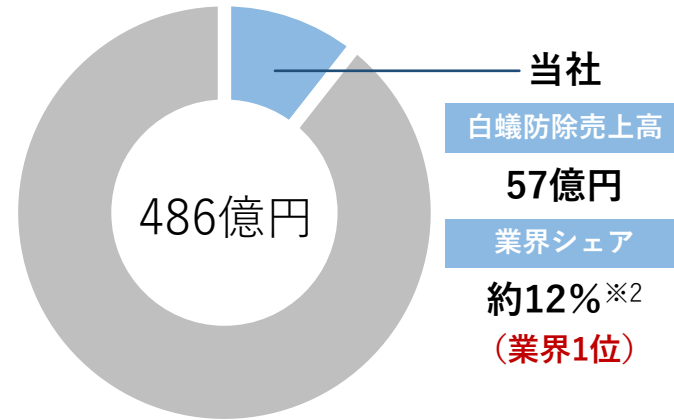


機会

事業承継や人材不足、強まる法規制への対応等に課題を抱える企業

## 白蟻防除売上高

- 業界全体の白蟻防除売上高は486億円(白蟻防除、2020年度見込値)<sup>※1</sup>
- 多くの企業では、住宅メーカー等の下請け業務が主体

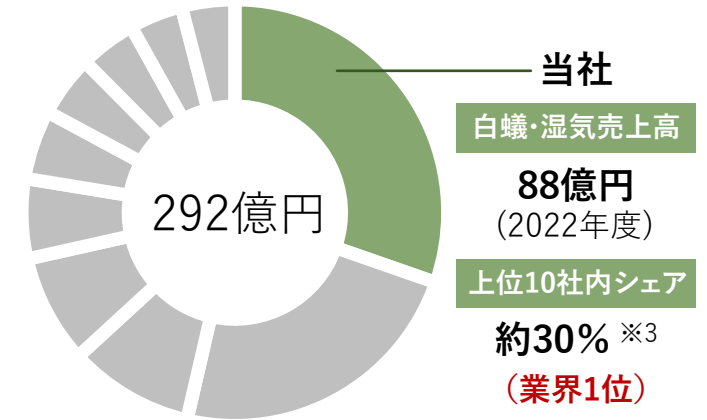


機会

莫大な潜在需要と政策の追い風を背景とした業界全体の成長余地

## 業界上位企業(白蟻防除+湿気対策)

- 業界上位10社売上高は292億円(白蟻防除+湿気対策、2022年度推定値)<sup>※3</sup>
- 5位以下は年商10億円台で、地域限定の営業展開に留まる



機会

競争優位性と資金力を活かした戦略推進によるシェア拡大の余地

※1 出所：(株)矢野経済研究所『2021年版PCO・TCO・燻蒸サービスの市場実態と中期展望』

※2 (株)矢野経済研究所のデータを基に当社にて算出

※3 ※1及び当社が入手した情報を参考に当社にて推計



## 対面営業による潜在需要の掘り起こしと、アフターメンテナンスにおけるお客様ニーズ把握



### CS営業職

5年間(白蟻防除の保証期間)、毎年定期点検でお客様宅を訪問

1年目点検 → 2年目点検 → 3年目点検 → 4年目点検 → 5年目点検 → リポート契約 → 5年間の定期点検 → リポート契約 → 5年間の…

- 定期点検では施工効果を確認のうえ報告書を作成。不具合等がある場合は対策を提案。
- 5年目にはリポート(更新防除)を提案。

## JA(農協)との広域に亘る提携



- JAの知名度・信用力を活用した営業活動
- 地域密着の営業活動
- 代金回収の確実性(不良債権の発生抑制)
- JAの第三者的視点によるコンプライアンスチェック

→ 高い営業効率を実現

## 企業・団体との提携による販売チャネル

生活協同組合	プラットフォーム サービス	会員向けサービス
民間企業 生協・福利厚生団体	官公庁 生協・福利厚生団体	工務店
ホームセンター	建物管理会社	訪問営業会社

- 住宅メンテナンスをサービスラインアップに持つ多様な企業・団体等との提携を推進
- 提携先企業・団体の社員や会員に“高品質な住宅メンテナンスサービス”を提供
- 提携先における販売促進のサポートも充実

→ 多様な販売チャネルから安定的に  
申込を獲得

総合研修センター

三ヶ日総合研修センター（静岡県）

※1990年開設、2015年3月建替え



猪苗代総合研修センター（福島県）

※2002年開設

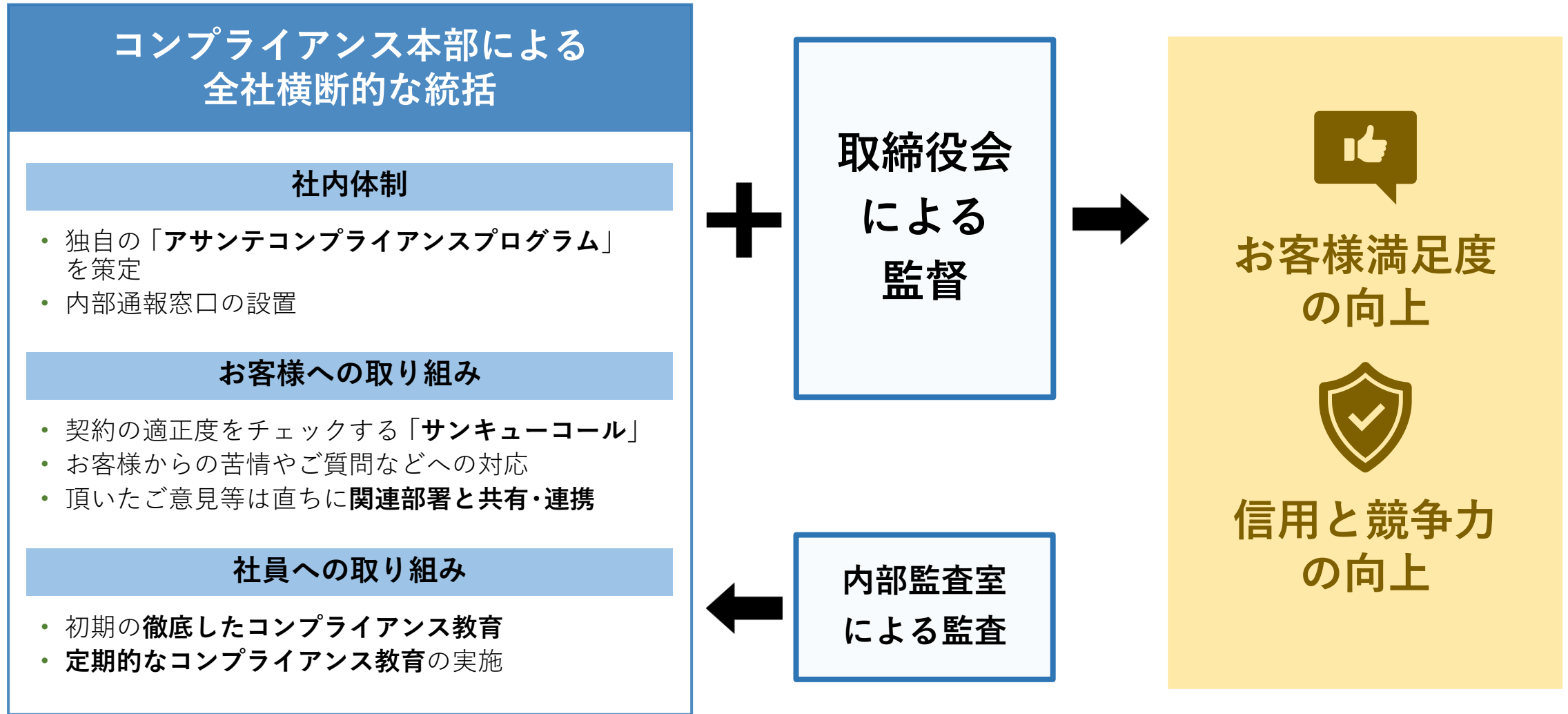


人材育成に関するデータ

	2023年度
研修センター講師職人数（名）	9
年間研修受講者（名）	1,827
研修開催回数（回）	662
入社1年目社員の研修参加日数（日）	17.4
訪問販売員教育指導者資格保有者（名）	59
日本訪問販売協会登録販売員数（名）	239

充実した教育体制による高品質のサービス提供を実現







強み

今後さらに伸ばし、活用していく7つの内部経営資源



充実した営業基盤・  
アフターサービス体制



ダイレクトセリングによる  
お客様との直接的な接点



業界トップ企業としての  
優位性



充実した教育体制による  
高い施工レベル



環境保護と減災に貢献する  
意義のある事業



徹底した  
コンプライアンス体制



健全な財務基盤



## テレビCM

- 毎年1Qに当社営業エリアを中心に放映
- 白蟻対策の必要性をコミカルに伝え、思わず見てしまう演出で「白蟻が出たら、アサンテ」の定着を図る

## 2023年度「親子電話」編



## 2024年度「炭坑節」編



## スポンサーシップ

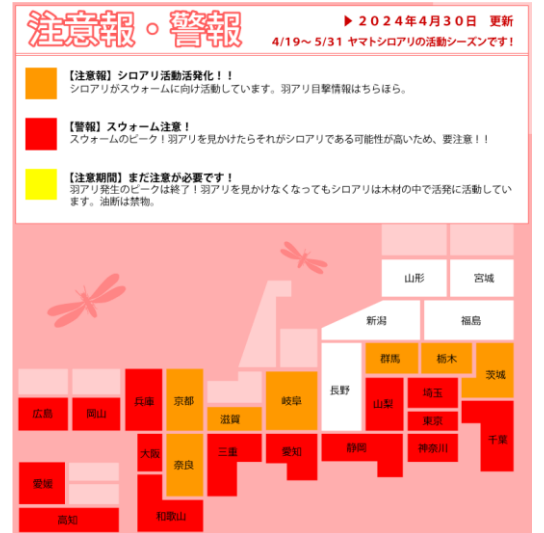
- 川崎フロンターレとスポンサーシップを締結し、ホームスタジアム(川崎市等々力陸上競技場)の害虫駆除を提供



© KAWASAKI FRONTALE CO.,LTD

## シロアリ注意報

- 白蟻の群飛(スウォーム)時期に、当社が蓄積したデータを基に独自の予想と注意報・警報を公開
- 2007年に当社が業界で初めて実施



## くんくんズ

シロアリ探知犬

- 白蟻をニオイで探知できるため非破壊調査が可能
- 一般家屋のほか文化財などの調査でも活躍
- 海外では多くのシロアリ探知犬が活動している

トコジラミ探知犬

- 人間の目視調査では発見率30%未満のトコジラミを、嗅覚により約95%の高確率で探知
- ごく少数のトコジラミでも探知が可能

## 主な活動内容

調査 (白蟻・トコジラミ)イベント参加メディア露出

## ● テレビ

『坂上どうぶつ王国』(2022年5月・フジテレビ)

『サタデーウオッチ9』(2023年9月・NHK)

『出川哲朗のクイズほお〜スクール』(2024年9月・NHK)

## ● WEB

『NEWS WEB』(2023年5月・NHK)

『@DIME』(2024年10月)

# 人と技術を育て、人と家と森を守る

## ご注意事項

本資料につきましては投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。本資料における将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。また、将来における当社の業績が、現在の当社の将来予想と異なる結果になることがある点を認識されたうえで、ご利用ください。

また、業界等に関する記述につきましても、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。本資料は、投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任は負いません。