



株式会社 アサンテ

第52期 2024年度 (2025年3月期)

# 決算説明会資料

2025年5月15日

東証プライム：6073



|          |                    |       |    |
|----------|--------------------|-------|----|
| <b>1</b> | 2024年度 決算サマリー      | ・ ・ ・ | 2  |
| <b>2</b> | 2024年度 決算詳細        | ・ ・ ・ | 8  |
| <b>3</b> | 重点戦略の進捗            | ・ ・ ・ | 19 |
| <b>4</b> | 2025年度 業績予想・中期経営計画 | ・ ・ ・ | 26 |
| <b>5</b> | 資本政策・株主還元          | ・ ・ ・ | 31 |
| Appendix |                    | ・ ・ ・ | 35 |

# 1 2024年度決算サマリー

2 2024年度 決算詳細

3 重点戦略の進捗

4 2025年度 業績予想・中期経営計画

5 資本政策・株主還元



## 売上高・営業利益



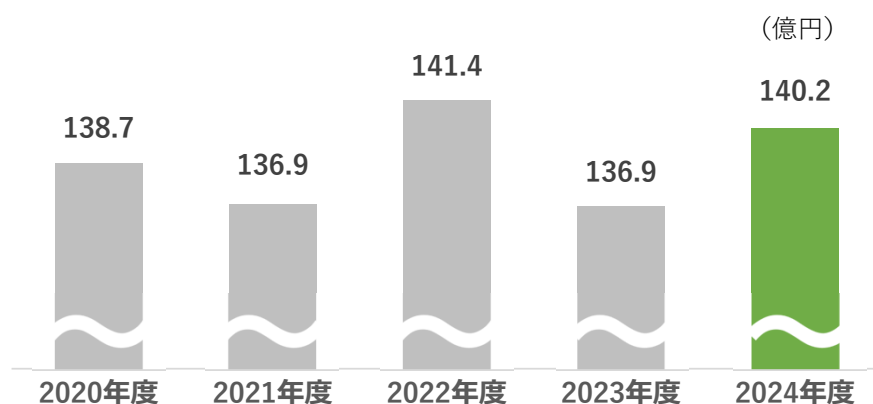
連結  
売上高

140.2億円

前年差異 +3.3億円

前年比 +2.4%

事業戦略の取り組み成果が出はじめ増収



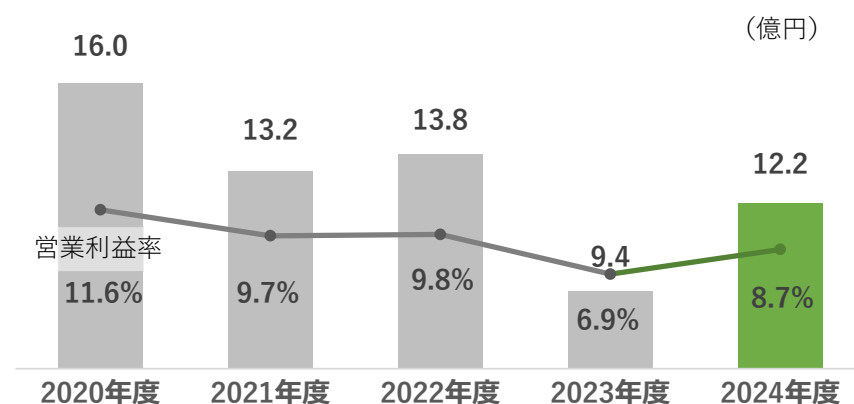
営業利益

12.2億円

前年差異 +2.7億円

前年比 +29.5%

トップライン拡大を主要因として増益





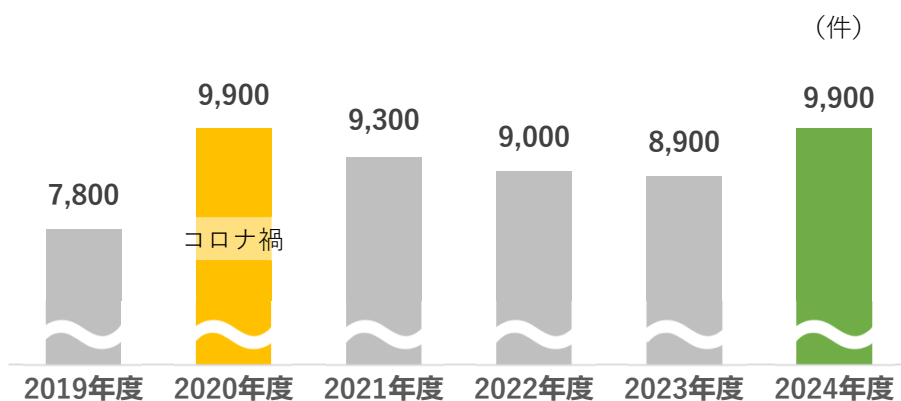
申込  
調査件数

9,900件

前年差異 +1,000件

前年比 +11.2%

販売ルート拡充により申込調査件数が増加



※申込調査件数は、100件未満切り捨て

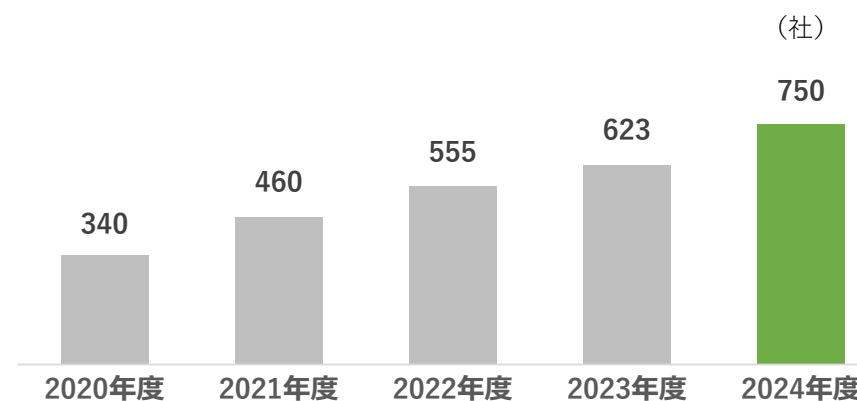
企業  
提携先数

750社

前年差異 +127社

前年比 +20.1%

専門部署を設置し、順調に提携先が増加



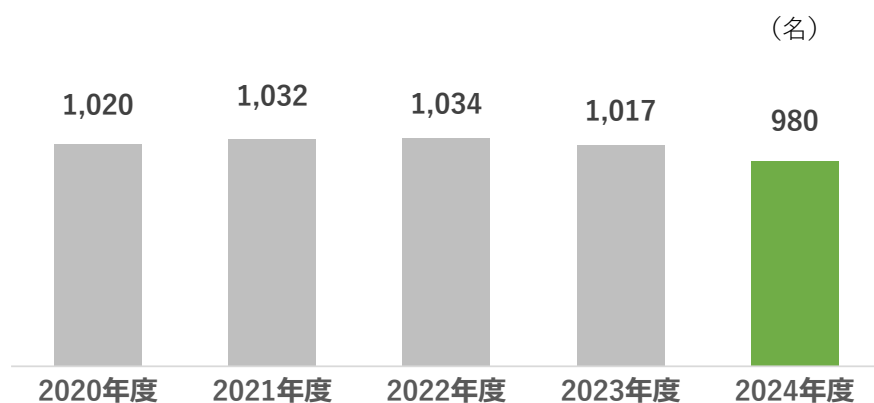
総従業員数  
(期中平均)

980名

前年差異 ▲37名

前年比 ▲3.7%

労働需給逼迫の影響により減員



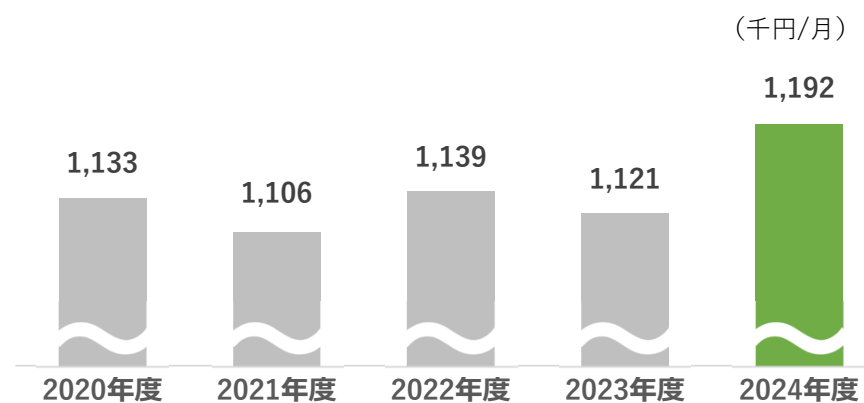
1人当たり  
売上高

1,192千円/月

前年差異 +70千円/月

前年比 +6.3%

申込増加と営業効率化により生産性向上





消費マインド

食料品・生活必需品等の価格高騰による当社サービスに対する消費マインドが低い状態が継続。

主な対策：訪問営業活動の効率向上によるお客様との接点拡大、広告宣伝強化、提携先拡大

警戒感

頻繁に報道されていた強盗事件の影響により、一時的に訪問営業に対する警戒感が高まった。

主な対策：訪問活動の事前周知（ポスティング・掲示物による告知）、広告宣伝強化

人材採用

労働人口の減少によって人材獲得競争が激化しており、採用環境は厳しい状況が慢性化。

主な対策：就労条件の多様化、若手社員のキャリアパス明確化、処遇の改善

事業コスト

物価高騰に伴う燃料費・原材料費等の高止まり、人材確保に向けた処遇改善に伴う費用が増加。

主な対策：中長期的視点で成長投資を行ないつつ短期的に業績への反映が見込める施策への重点的な費用投下（マーケティング、DX等）

## 自己株TOB（株主還元）

2024年 8 月

当社筆頭株主（創業家資産管理会社）が保有する当社普通株式全量125万株を自己株TOBにより取得

適 時 開 示 ： 2024年 8 月20日

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

## Youtubeチャンネル

2025年 1 月

当社YouTube公式チャンネルを「しろあり出没注意！アサンテチャンネル」に大幅リニューアル



## アサンテ スポーツパーク

2025年 3 月

神奈川県立スポーツセンター（神奈川県藤沢市善行）のネーミングライツを取得



## 木の文化継承プロジェクト

2025年 3 月

木の文化継承プロジェクト発足記者発表会を、神田明神（東京都）にて開催



1 2024年度 決算サマリー

## 2 2024年度 決算詳細

3 重点戦略の進捗

4 2025年度 業績予想・中期経営計画

5 資本政策・株主還元





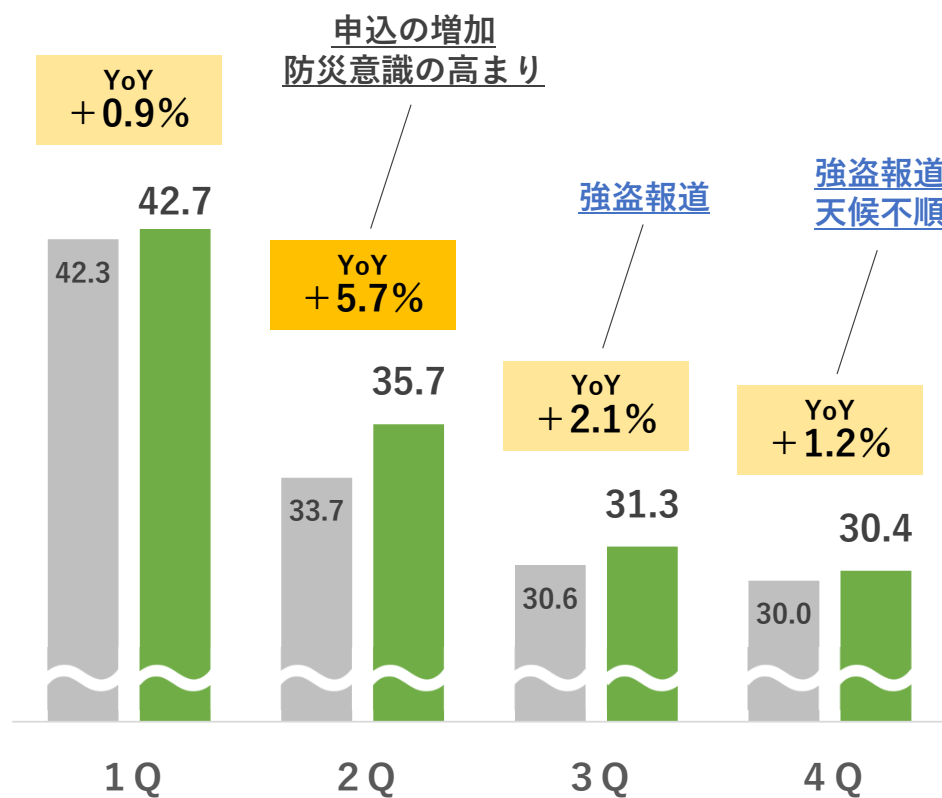
| (億円)  | 2024年度 |      | 対前年 |       | 対予想<br>(2024年 5 月8日公表) |       |
|-------|--------|------|-----|-------|------------------------|-------|
|       | 実績     | 構成比  | 増減額 | 増減率   | 差異額                    | 達成率   |
| 売上高   | 140.2  | -    | 3.3 | 2.4%  | △2.4                   | 98.3% |
| 営業利益  | 12.2   | 8.7% | 2.7 | 29.5% | △1.9                   | 86.4% |
| 経常利益  | 11.6   | 8.3% | 1.7 | 17.9% | △2.0                   | 84.8% |
| 当期純利益 | 6.8    | 4.9% | 1.4 | 27.1% | △1.5                   | 81.9% |

# 損益実績（四半期別 前年度比）



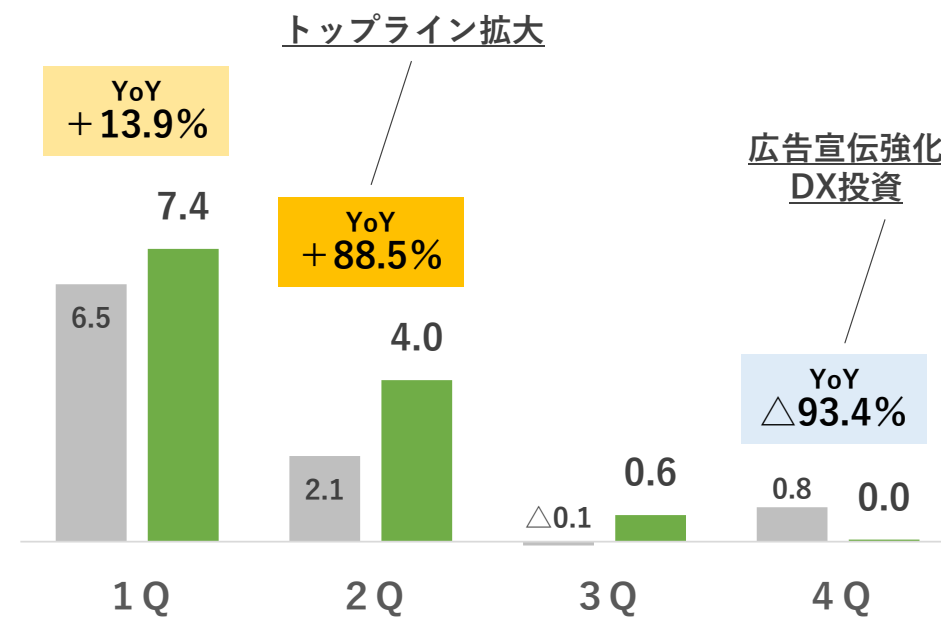
## 連結売上高

（億円）



## 営業利益

（億円）



## 商品別売上高



| (億円) | 2024年度 |       | 対前年  |       |
|------|--------|-------|------|-------|
|      | 実績     | 構成比   | 増減額  | 増減率   |
| 売上高  | 140.2  | -     | 3.3  | 2.4%  |
| 白蟻防除 | 59.5   | 42.4% | 1.7  | 3.1%  |
| 湿気対策 | 28.2   | 20.1% | 0.5  | 2.0%  |
| 地震対策 | 34.9   | 24.9% | △0.3 | △1.1% |
| その他  | 17.5   | 12.5% | 1.3  | 8.3%  |

### ● 白蟻防除

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

### ● 湿気対策

- 白蟻新規防除とのクロスセル
- 既存のお客様への販売強化

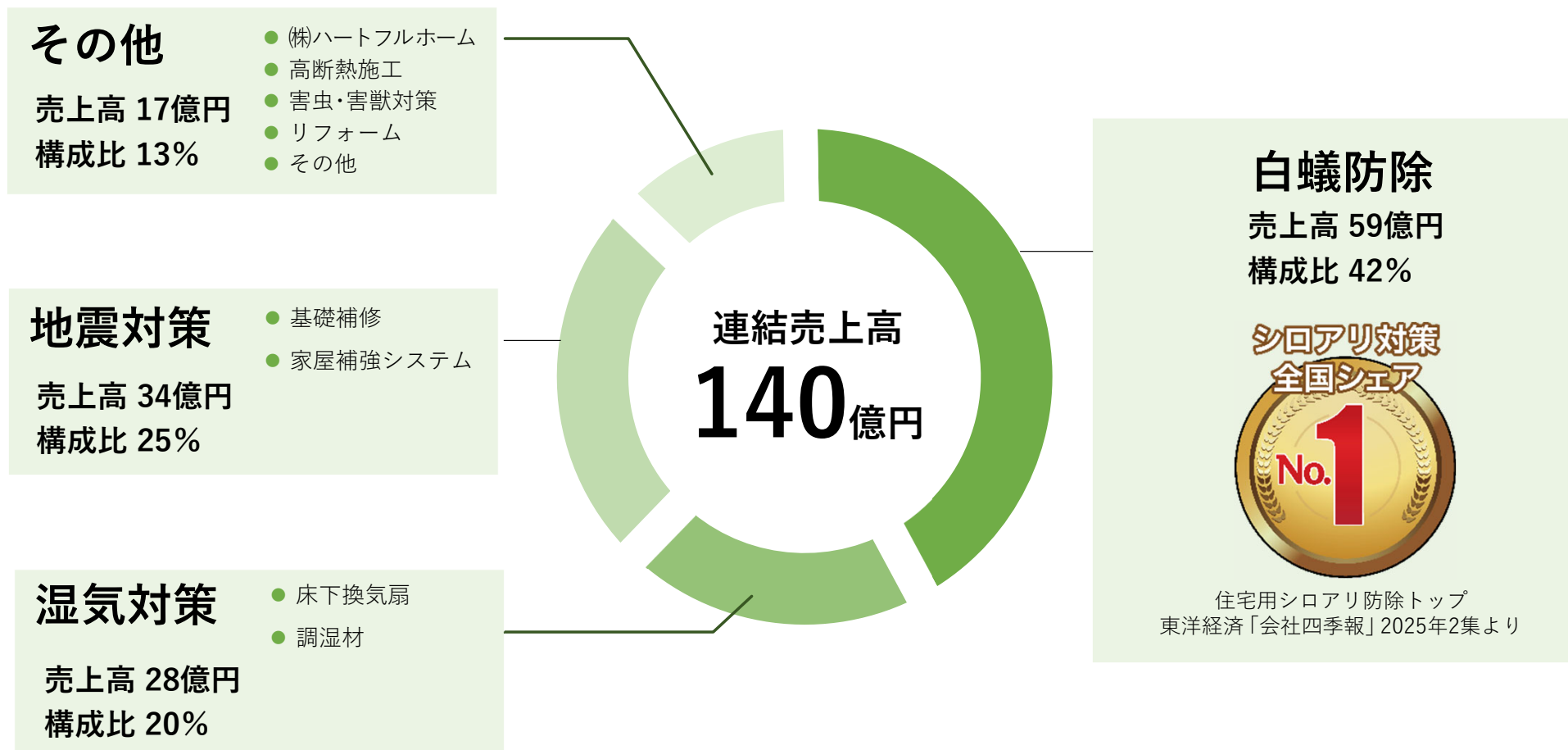
### ● 地震対策

- 南海トラフ地震臨時情報（2024年8月）の発表により、2Qには売上高が増加したが、通期では概ね横ばい

### ● その他

- 個人のお客様向けの害虫・害獣対策サービスの取扱いエリアが拡大
- ハートフルホーム増収

## 商品別売上高



## 人員数・1人当たり売上高

|                | 2024年度 | 対前年 |       |
|----------------|--------|-----|-------|
|                |        | 増減額 | 増減率   |
| 売上高（億円）        | 140.2  | 3.3 | 2.4%  |
| 期中平均人員（名）      | 980    | △37 | △3.7% |
| 1人当たり売上高（千円/月） | 1,192  | 70  | 6.3%  |
| 期末人員（名）        | 983    | △15 | △1.5% |

\* 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）

## 売上原価・販管費 内訳

| (億円)    | 2024年度 | 対前年  |       |
|---------|--------|------|-------|
|         |        | 増減額  | 増減率   |
| 売上高     | 140.2  | 3.3  | 2.4%  |
| 売上原価    | 43.1   | 0.6  | 1.5%  |
| 材料費     | 18.4   | 0.5  | 2.8%  |
| 労務費     | 13.5   | 0.0  | 0.5%  |
| その他売上原価 | 11.2   | 0.0  | 0.7%  |
| 売上総利益   | 97.0   | 2.6  | 2.8%  |
| 販管費     | 84.7   | △0.1 | △0.2% |
| 人件費     | 53.7   | △1.3 | △2.5% |
| 広告宣伝費   | 5.2    | 1.1  | 27.4% |
| その他販管費  | 25.7   | 0.1  | 0.4%  |
| 営業利益    | 12.2   | 2.7  | 29.5% |

### ● 売上原価

#### 材料費

- 売上高増加に伴い材料費が増加  
材料費率は13.1%（前年度比横ばい）

### ● 販管費

#### 人件費

- 退職給付費用の減少
- 1人当たり売上高増加に伴うインセンティブや処遇改善関連費用は増加したが、人員数減少により相殺

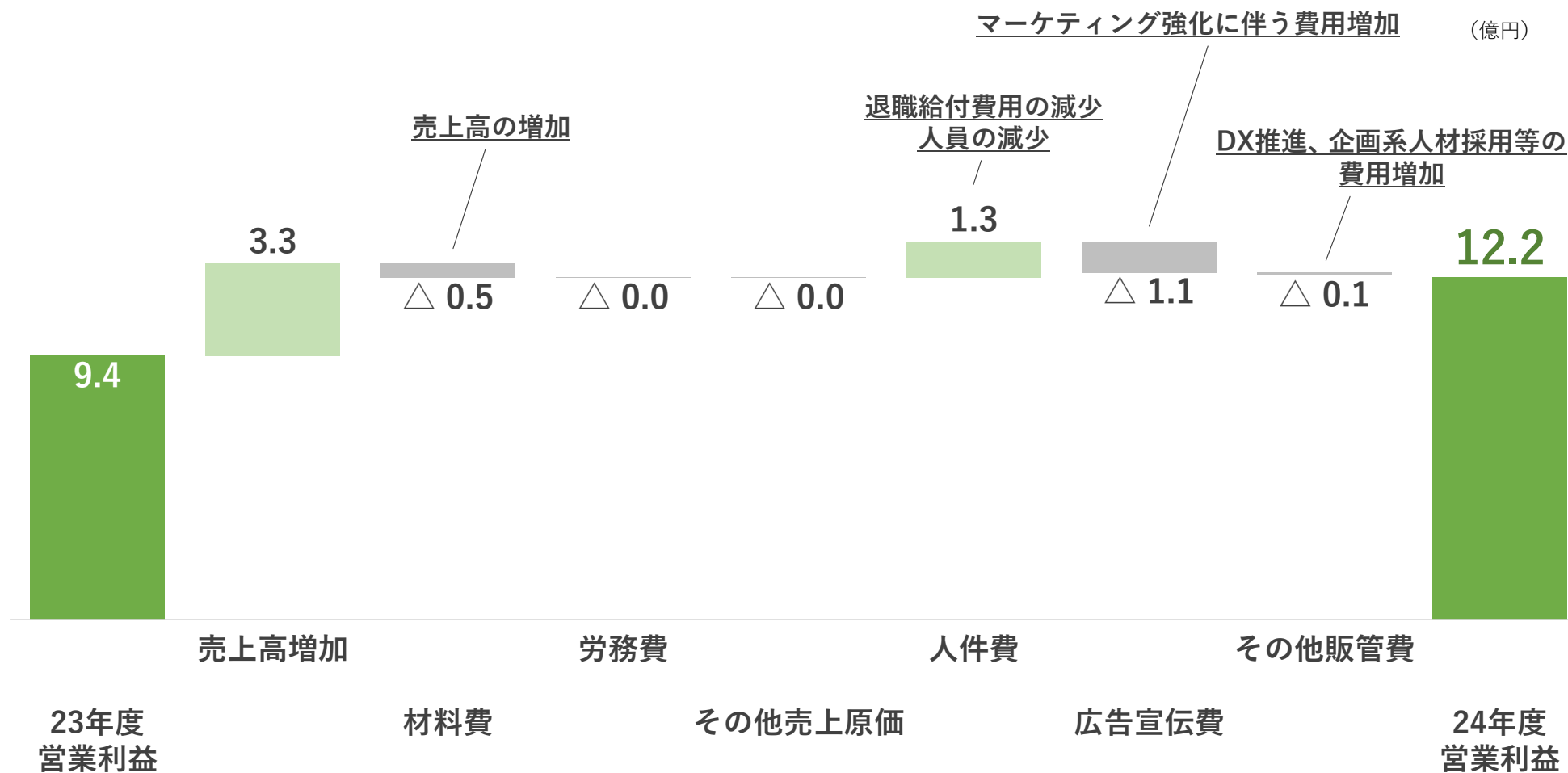
#### 広告宣伝費

- 戦略的な広告宣伝費投下により大幅増加
- 広告宣伝費率は3.7%（前年度比+0.7pt）

#### その他販管費

- DX推進に伴うモバイルデバイス、ライセンス費が増加
- 企画系人材採用費の増加

# 営業利益 増減分析



2024年度 決算詳細

貸借対照表



| (億円)  | 2023年度 | 2024年度 | 増減額   | 増減要因      |       |
|-------|--------|--------|-------|-----------|-------|
| 流動資産  | 110.6  | 93.5   | △17.1 | 現金及び預金    | △16.1 |
| 固定資産  | 50.4   | 49.8   | △0.5  |           |       |
| 繰延資産  | 0.1    | 0.1    | △0.0  |           |       |
| 資産合計  | 161.2  | 143.4  | △17.8 |           |       |
| 流動負債  | 19.5   | 20.6   | 1.0   | 未払法人税等    | 0.7   |
|       |        |        |       | 退職給付に係る負債 | 0.7   |
| 固定負債  | 24.2   | 25.3   | 1.0   |           |       |
| 負債合計  | 43.8   | 46.0   | 2.1   |           |       |
| 純資産合計 | 117.4  | 97.4   | △19.9 | 自己株式の増加   | △18.9 |

CF計算書



| (億円)               | 2023年度 | 2024年度 | 主な要因         |       |
|--------------------|--------|--------|--------------|-------|
| 営業活動CF             | 4.4    | 11.2   | 税金等調整前当期純利益  | 11.3  |
|                    |        |        | 売上債権の減少      | 1.0   |
|                    |        |        | 法人税等の支払額     | △3.5  |
| 投資活動CF             | 3.8    | △0.6   |              |       |
| フリーキャッシュ・フロー       | 8.3    | 10.5   |              |       |
| 財務活動CF             | 12.2   | △26.7  | 自己株式の取得による支出 | △19.6 |
|                    |        |        | 配当金の支払い額     | △6.8  |
| 現金及び現金同等物の<br>期末残高 | 87.1   | 71.0   |              |       |

## 経営指標



|                 | 2022年度   | 2023年度   | 2024年度 | 増減<br>(対前年) |
|-----------------|----------|----------|--------|-------------|
| 自己資本比率          | 81.1%    | 72.7%    | 67.8%  | △4.9pt      |
| 有利子負債依存度        | 2.9%     | 2.2%     | 2.5%   | 0.3%        |
| 営業利益率           | 9.8%     | 6.9%     | 8.7%   | 1.8pt       |
| ROA（総資産経常利益率）   | 9.8%     | 6.4%     | 7.6%   | 1.2pt       |
| ROE（自己資本当期純利益率） | 7.5%     | 4.6%     | 6.4%   | 1.8pt       |
| EPS（円）          | 79.74    | 49.24    | 66.02  | 16.79       |
| BPS（円）          | 1,067.64 | 1,066.24 | 996.76 | △69.47      |
| 配当性向            | 77.8%    | 125.9%   | 93.9   | △32.0pt     |

1 2024年度 決算サマリー

2 2024年度 決算詳細

## 3 重点戦略の進捗

4 2025年度 業績予想・中期経営計画

5 資本政策・株主還元

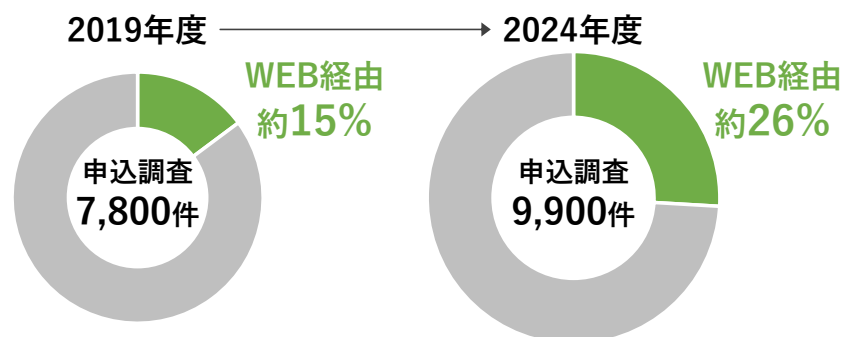


- ① 営業推進基盤・体制の強化
- ② 生産性の向上
- ③ お客様視点に立ったサービスの拡充
- ④ 人的資本の開発・活用
- ⑤ 事業活動を通じた社会課題解決への貢献

## ① 営業推進基盤・体制の強化

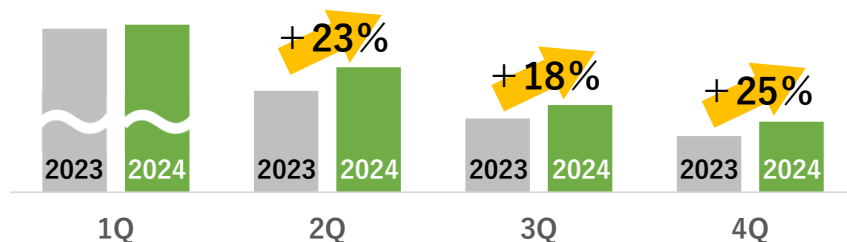
### マーケティング高度化

- WEBサイト最適化、WEB広告の強化により、WEB経由申込調査の件数・シェアが順調に拡大



- 訴求力の向上により、白蟻防除のニーズが潜在化する2Q～4Qにおいても申込調査件数が増加

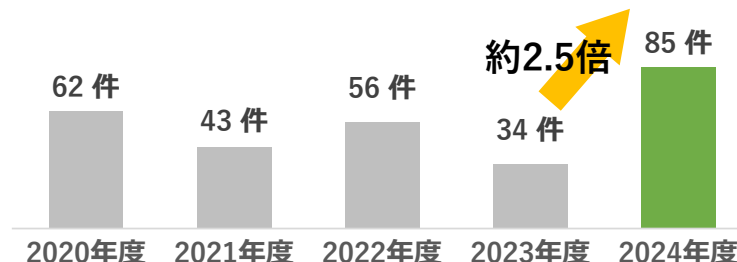
Q別申込調査件数（前年比）



### PR活動の強化

- 当社認知度の向上、白蟻対策の必要性普及のためPR活動を強化
- テレビ、新聞・雑誌、WEBメディアへの露出件数が前年比大幅に増加

メディア露出件数の推移



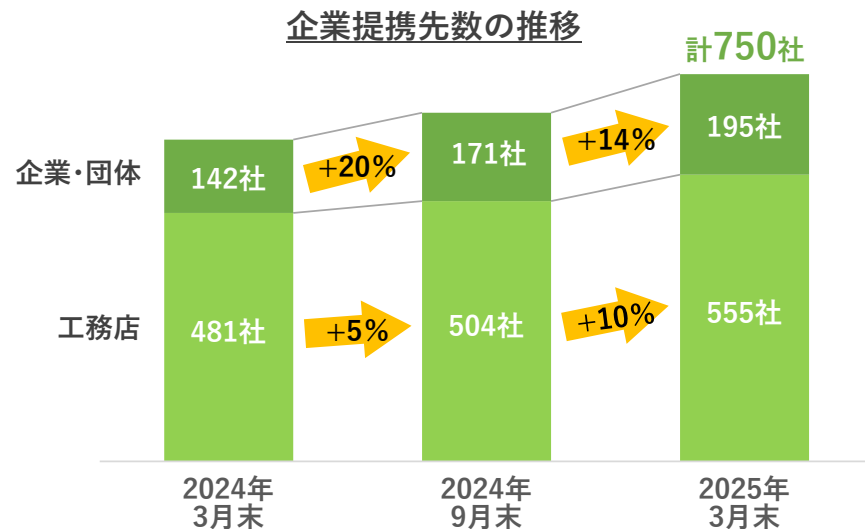
#### 主な取り組み

- メディアキャラバン、プロモート
- ニュースリリース、ニュースレターの配信
- 新たなPR活動の開始（木の文化継承プロジェクト）
- 既存PR資産の活用（シロアリバスターズ、探知犬）
- ネーミングライツ取得（アサテススポーツパーク）

## ① 営業推進基盤・体制の強化

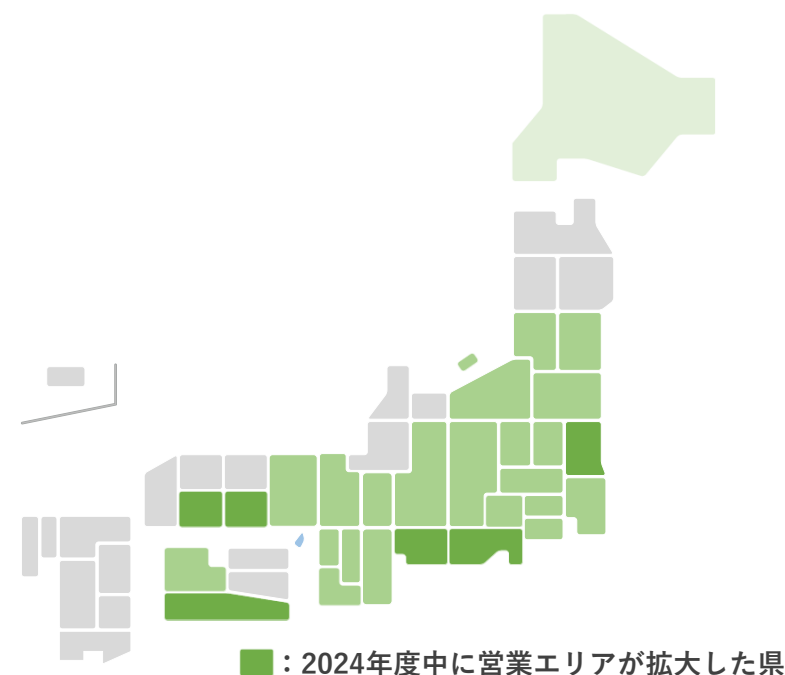
### 企業提携先の拡充

- 2024年4月、企業提携推進の専門部署を設置
- 継続的な人材採用により推進体制を増強した結果、企業、団体、工務店等の提携先数は順調に増加
- 新規開拓と並行して、既存提携先における販売促進等のアップセルにも注力



### 営業エリアの拡大

- 茨城県、静岡県、愛知県、岡山県、広島県、高知県内にて新たなJAと提携し、営業エリアが拡大
- 新たな県への進出に向けてJAと交渉を継続



## ② 生産性の向上、③お客様視点に立ったサービスの拡充

### 訪問営業活動の効率化

- 訪問営業用電子地図システムの開発が完了
- タブレット端末を営業職に配布し、活用を開始



- 訪問営業活動に関する情報管理項目の拡大
- お客様情報の確認、活動報告等の迅速化
- お客様データ活用による訪問営業の効率向上
- 訪問活動の定量化とケーススタディへの活用（人材育成）

### 業務プロセスの見直し

- 外部リソースを活用して営業関連業務の棚卸を実施し、業務プロセスの見直しに着手
- お客様宅における契約書面の作成時間の短縮と精度向上につながるシステム開発が進行中

### 害虫・害獣対策の取扱いエリアの拡大

- 個人のお客様への害虫・害獣対策サービス提供体制を整備し、取扱いエリアを拡大  
(2025年3月末時点で13県にて販売)



ねずみ



アライグマ



ハクビシン



ハチ

- 取扱いエリア拡大に合わせて既存のお客様への提案、販売促進を展開し、害虫・害獣関連の申込受付け件数が増加

害虫・害獣関連 申込受付け件数の推移



## ④ 人的資本の開発・活用

### 従業員満足度向上につながる人事制度の設計

- 人事制度の充実を図り、仕事のやりがい向上につながる施策を展開

#### 主な実施事項

- 営業所責任者手当の増額
- 営業インセンティブの見直し
- 奨学金返還支援制度の導入

- 若手社員のキャリアパス明確化によるキャリアアップ意欲の向上

#### 主な実施事項

- 若手を対象とした新たな役職の新設
- 評価要件の見直し

- 就労条件の多様化を図り、年間休日や1日の労働時間の異なる職種を新設

取り組みの成果が出始め、足元では応募数が増加傾向に

### 営業・施工に携わる社員への教育体制の強化

- 職場環境の向上とOJTの高度化を目的とした管理職への研修を実施

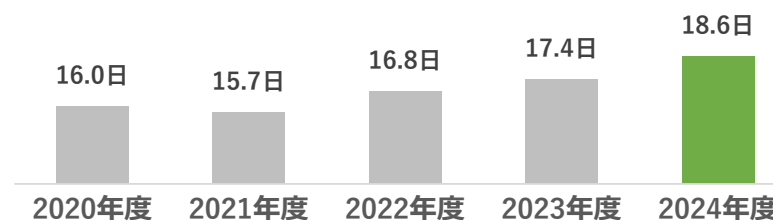
#### 主な管理職向け研修

- 営業所責任者、リーダー層を対象とした継続的なマネジメント研修
- 育成担当者（OJT指導者）研修

- 社内技能検定の拡充によるスキルアップと適正評価による働きがいの向上

- 入社1年目の社員に対する教育の充実による早期戦力化と定着促進

#### 入社1年目社員の研修参加日数（1人当たり）



## ⑤ 事業活動を通じた社会課題解決への貢献

### 省エネ商材の取扱い拡大

- 施工手順の研修を行ない、天井裏断熱材の取扱いエリアを順次拡大  
(2025年3月末時点で13県にて販売)



- 新たな省エネ商材、木造家屋の長寿命化につながるサービスの性能試験を実施

窓断熱



白蟻被害箇所の樹脂補修



### 事業活動に伴うCO2排出量の削減

- 電気自動車（BEV）を都内2拠点に導入し、運用検証を開始



- 省エネ活動とエコドライブの推進により、Scope 1・2は順調に減少

(t-CO2)

|        | 2022年度 | 2023年度 | 2024年度 |
|--------|--------|--------|--------|
| Scope1 | 3,743  | 3,652  | 3,521  |
| Scope2 | 920    | 907    | 808    |

- ・ 当社単体実績
- ・ 詳細は6月提出の有価証券報告書「気候変動への対応」にて開示

1 2024年度 決算サマリー

2 2024年度 決算詳細

3 重点戦略の進捗

## 4 2025年度 業績予想・中期経営計画

5 資本政策・株主還元



## 2025年度 損益概要、売上原価・販管費の内訳

| (億円)  | 2025年度<br>予想 | 対前年 |       |
|-------|--------------|-----|-------|
|       |              | 増減額 | 増減率   |
| 売上高   | 149.0        | 8.7 | 6.2%  |
| 売上原価  | 45.4         | 2.2 | 5.2%  |
| 売上総利益 | 103.5        | 6.5 | 6.7%  |
| 販管費   | 90.3         | 5.5 | 6.6%  |
| 営業利益  | 13.2         | 0.9 | 7.6%  |
| 経常利益  | 13.1         | 1.4 | 12.8% |
| 当期純利益 | 8.2          | 1.3 | 19.2% |

### 売上原価の内訳

| (億円) | 予想   | 対前年 |      |
|------|------|-----|------|
|      |      | 増減額 | 増減率  |
| 材料費  | 19.3 | 0.9 | 5.2% |
| 労務費  | 14.3 | 0.8 | 6.5% |
| その他  | 11.6 | 0.4 | 3.5% |

### 販管費の内訳

| (億円)  | 予想   | 対前年 |       |
|-------|------|-----|-------|
|       |      | 増減額 | 増減率   |
| 人件費   | 56.9 | 3.2 | 6.0%  |
| 広告宣伝費 | 6.0  | 0.8 | 15.9% |
| その他   | 27.3 | 1.5 | 6.0%  |

## 2025年度 人員数・1人当たり売上高

|                | 2025年度<br>予想 | 対前年 |      |
|----------------|--------------|-----|------|
|                |              | 増減  | 増減率  |
| 売上高（億円）        | 149.0        | 8.7 | 6.2% |
| 期中平均人員（名）      | 998          | 19  | 1.9% |
| 1人当たり売上高（千円/月） | 1,243        | 50  | 4.3% |
| 期末人員（名）        | 1,018        | 35  | 3.6% |

\* 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）



<ローリング方式> 中期経営計画（2025-2027年度）

| (億円)   | 2024年度<br>実績 | 2025年度<br>予想 | 2026年度<br>計画 | 計画    | 2027年度       |       |
|--------|--------------|--------------|--------------|-------|--------------|-------|
|        |              |              |              |       | 増減（2024年度対比） |       |
| 売上高    | 140.2        | 149.0        | 155.2        | 160.2 | 19.9         | 14.2% |
| 営業利益   | 12.2         | 13.2         | 16.3         | 18.1  | 5.8          | 47.6% |
| 営業利益率  | 8.7%         | 8.9%         | 10.5%        | 11.3% | 2.6pt        | -     |
| 当期純利益  | 6.8          | 8.2          | 10.3         | 11.6  | 4.7          | 68.6% |
| 当期純利益率 | 4.9%         | 5.5%         | 6.6%         | 7.2%  | 2.3pt        | -     |

## 5つの重点戦略強化



営業推進基盤・体制の強化



生産性の向上



お客様視点に立った  
サービスの拡充



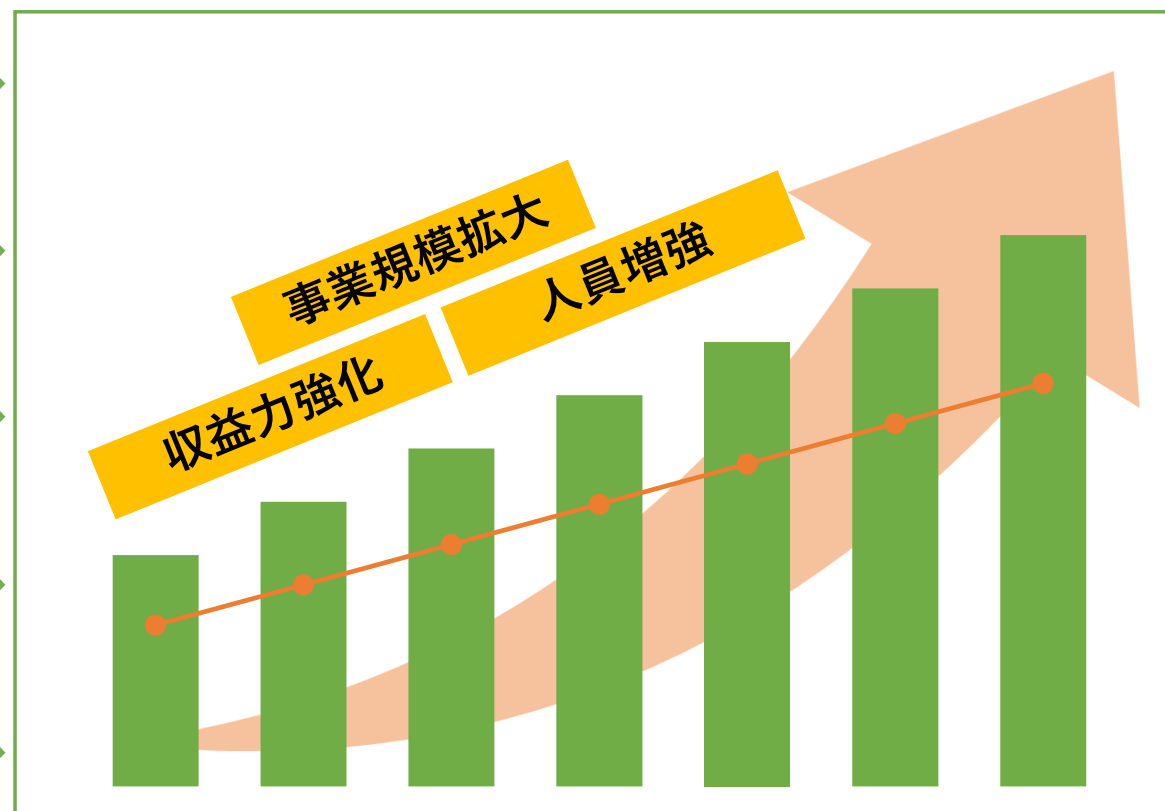
人的資本の開発・活用



事業活動を通じた  
社会課題解決への貢献



## 企業価値の向上



- 1 2024年度 業績サマリー
- 2 2024年度 決算詳細
- 3 重点戦略の進捗
- 4 2025年度業績予想・中期経営計画

## 5 資本政策・株主還元



## 当社グループにおける資本コスト及び資本収益率の現状認識

## 現状認識

- 当社の株主資本コストはCAPMにより 4 ～ 5 % と推計
- 2024年度のROEは6.4%。前年比 2.2ポイント改善
- 企業価値向上に取り組み、より高い水準の資本収益性の確保を目指す

## 各指標の推移

|                      | 2020年度  | 2021年度 | 2022年度 | 2023年度 | 2024年度 |
|----------------------|---------|--------|--------|--------|--------|
| 株主資本コスト<br>(CAPMベース) | 4～5%と推計 |        |        |        |        |
| ROE                  | 9.1%    | 5.0%   | 7.5%   | 4.6%   | 6.4%   |
| PBR(倍)               | 1.7     | 1.4    | 1.5    | 1.6    | 1.6    |

## 企業価値向上への取り組み方針・中長期のROE目標

### 取り組み方針

- 利益規模の拡大と収益性の向上
  - ・ 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
- 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
- 投資家との対話強化
  - ・ 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

### 中長期のROE目標

企業価値向上に取り組み、中長期的にROE10%以上を目指す

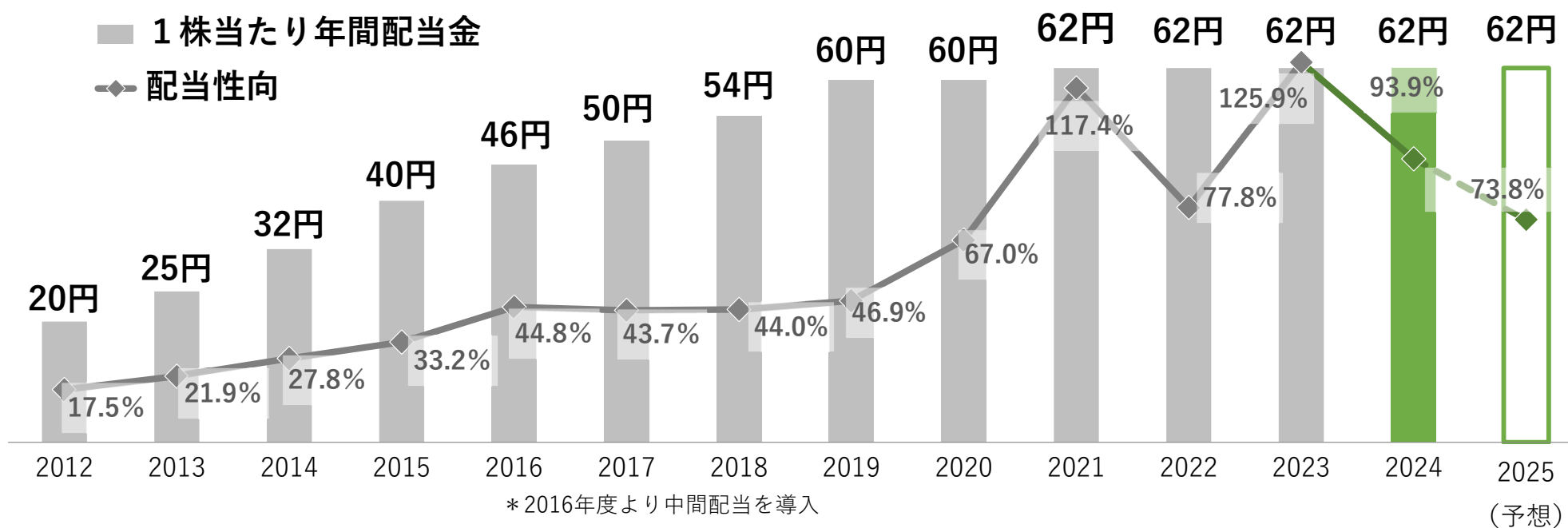
# 配当予想



2025年度配当予想

年間 62円（中間配当 31円、期末配当 31円）

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     | ・・・ 36 |
| ■ サステナビリティ | ・・・ 41 |
| ■ 業界       | ・・・ 42 |
| ■ ビジネスモデル  | ・・・ 45 |
| ■ 人材教育     | ・・・ 48 |
| ■ コンプライアンス | ・・・ 49 |
| ■ 白蟻について   | ・・・ 50 |
| ■ PR活動     | ・・・ 54 |



## 経営理念



### 人と技術を育て、人と家と森を守る

当社は、シロアリ対策・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



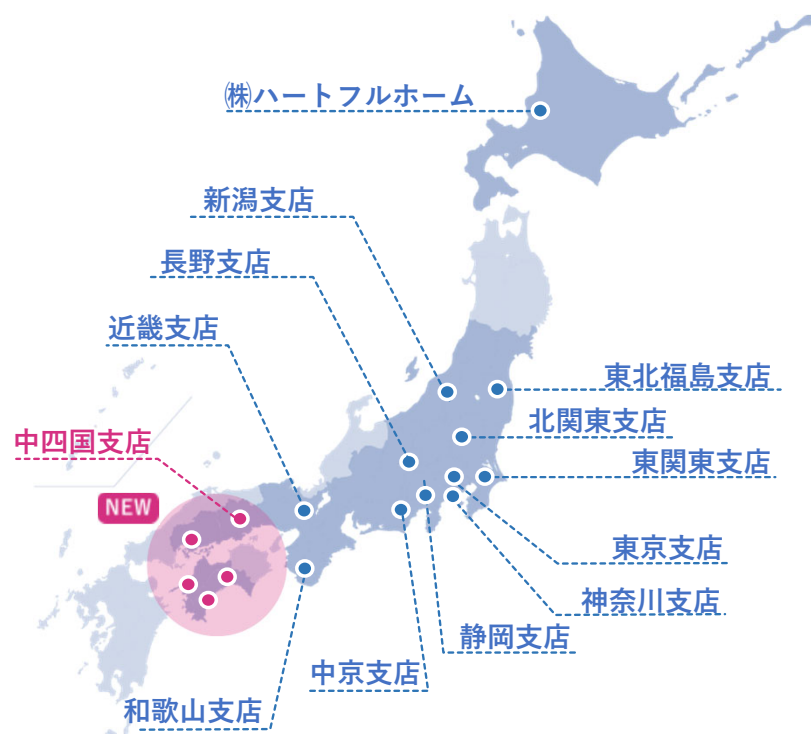
### 木造家屋の長寿命化と社員のウェルビーイング向上を通じ、環境を守り、お客様と社会から最も信頼される企業へ

私たちはイキイキと働き、シロアリ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



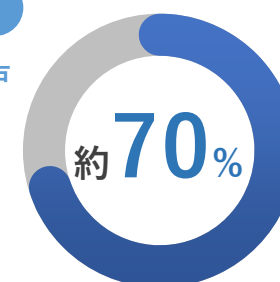
|       |                                                                                                                                                                                                                                                                               |        |                                                                                                                                                                                                             |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 商号    | 株式会社アサンテ                                                                                                                                                                                                                                                                      | 従業員    | 連結：983名（2025年3月末）                                                                                                                                                                                           |
| 株式    | 東京証券取引所プライム市場上場<br>【証券コード：6073】                                                                                                                                                                                                                                               | 売上高    | 連結：140億円（2025年3月期）                                                                                                                                                                                          |
| 本社所在地 | 東京都新宿区新宿1丁目33番15号                                                                                                                                                                                                                                                             | グループ会社 | <ul style="list-style-type: none"><li>株式会社ハートフルホーム<br/>（連結子会社・出資比率100%）</li><li>株式会社ヒューマン・グリーンサービス<br/>（非連結／特例子会社）</li></ul>                                                                                |
| 電話    | 03-3226-5511（大代表）                                                                                                                                                                                                                                                             | 主要取引銀行 | 株式会社三菱UFJ銀行                                                                                                                                                                                                 |
| 創業    | 1970年（昭和45年）                                                                                                                                                                                                                                                                  | 許認可関係  | <ul style="list-style-type: none"><li>一般建設業 国土交通大臣許可（般-2）第16221号<br/>（建築工事業・電気工事業）</li><li>一級建築士事務所 東京都知事登録第39895号</li><li>毒物劇物一般販売業登録 4新保衛薬第392号</li><li>建築物ねずみ昆虫等防除業登録<br/>東京都2ね第223号/愛知県16ね第4号</li></ul> |
| 設立    | 1973年（昭和48年）                                                                                                                                                                                                                                                                  | 加入団体   | <ul style="list-style-type: none"><li>公益社団法人 日本訪問販売協会</li><li>公益社団法人 日本しろあり対策協会</li><li>公益社団法人 日本木材保存協会</li><li>公益社団法人 日本ペストコントロール協会</li><li>公益財団法人 文化財虫菌害研究所</li></ul>                                     |
| 資本金   | 11億円                                                                                                                                                                                                                                                                          |        |                                                                                                                                                                                                             |
| 役員    | <ul style="list-style-type: none"><li>代表取締役社長 宮内 征</li><li>専務取締役 飯柴 正美</li><li>常務取締役 中尾 能之</li><li>取締役 石上 祥光</li><li>取締役 濱里 徹志</li><li>取締役 松尾 俊吾</li><li>社外取締役 名取 俊也</li><li>社外取締役 田中 道昭</li><li>社外取締役 大村 尚子</li><li>常勤監査役 宮地 賢</li><li>監査役 高野 慎一</li><li>監査役 内田 好久</li></ul> |        |                                                                                                                                                                                                             |

## 28都道府県に82拠点を展開



### 1 国内木造戸建て家の約7割をカバー

営業エリア外  
約700万戸



営業エリア内  
約1,900万戸

### 2 西日本に営業エリアを拡大中

「全国展開」を目指し、2021年以降、西日本に  
5 営業所を新設

(南予営業所、四万十営業所、岡山営業所、広島営業所、高知営業所)



1970

三洋消毒社として東京都府中市にて創業



1979

静岡県藤枝市農業協同組合と業務提携（以降各地の農業協同組合と提携）



1990

静岡県に三ヶ日総合研修センターを新設



1996

CS（カスタマー・サティスファクション）業務を開始



2006

シロアリ探知犬導入



2013

東京証券取引所市場第二部へ上場



2020

株式会社ハートフルホームを子会社化



2023

アドバンテッジアドバイザーズと事業提携



1973

株式会社に改組、三洋消毒株式会社として発足



1986

TS事業部を新設



株式会社 アサンテ

1994

CIを導入し、商号を株式会社アサンテに変更



2002

福島県に猪苗代総合研修センターを新設



2010

トコジラミ探知犬導入



2014

東京証券取引所市場第一部指定



2022

東京証券取引所プライム市場へ移行

新商品の取り扱い開始

・ 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

1

白蟻防除



白蟻の発生予防と駆除



2

湿気対策



腐朽・カビ・白蟻の発生予防



3

地震対策



基礎コンクリートの補修  
木材接合部の補強



4

維持管理

断熱材設置、リフォーム・  
新築等工事、耐震工事

5

エコ対策

太陽光発電システムの  
施工

6

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

7

害獣防除

ネズミ・ハト等害獣の  
予防・駆除

8

衛生対策

病院施設等の殺菌消毒等

## 基本方針

「人と技術を育て、人と家と森を守る」という経営理念に基づき、持続可能な社会の実現に向け、事業活動を通じてさまざまな社会課題の解決に取り組み、企業価値の向上に努めていきます。

## 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

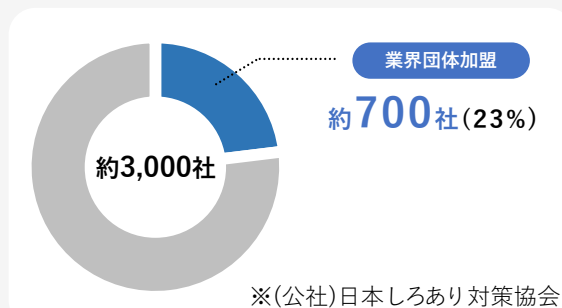
# 白蟻防除業界の動向



## 白蟻防除業界の成長とシェア拡大の余地

### 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

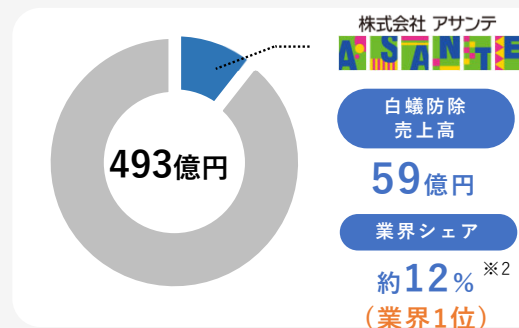


機会

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493億円(白蟻防除、2022年度推計値)※1
- 多くの企業では、住宅メーカー等の下請け業務が主体

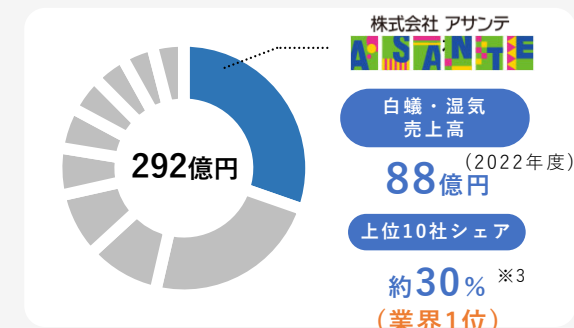


機会

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

### 業界シェア (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)※3
- 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『2024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

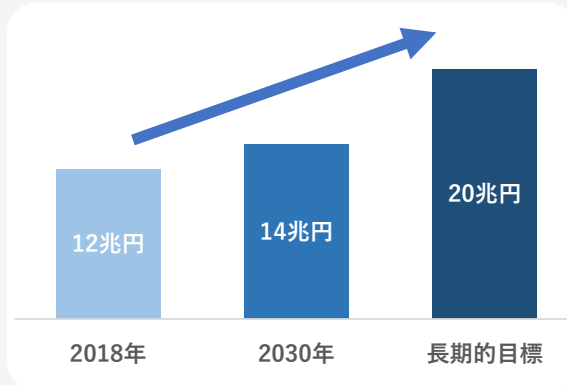
## 住宅政策の後押しと豊富な住宅ストック



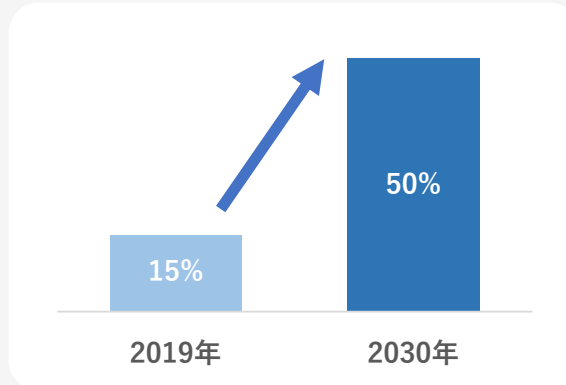
## 住宅政策

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

既存住宅流通及びリフォームの  
市場規模

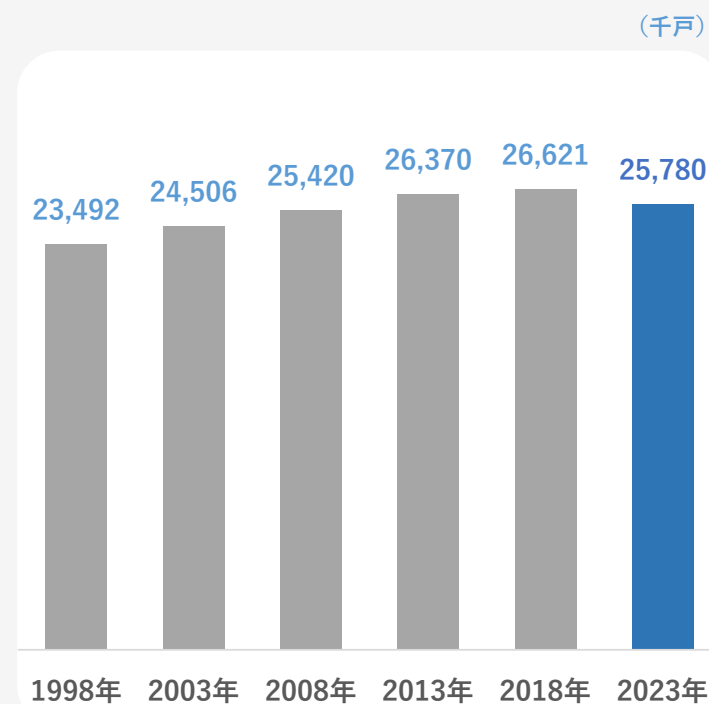


既存住宅流通に占める割合  
(住宅性能に関する情報が明示された住宅)



住生活基本計画における成果指標(抜粋)

## 木造戸建て戸数の推移（全国）



出所：総務省統計局 住宅・土地統計調査

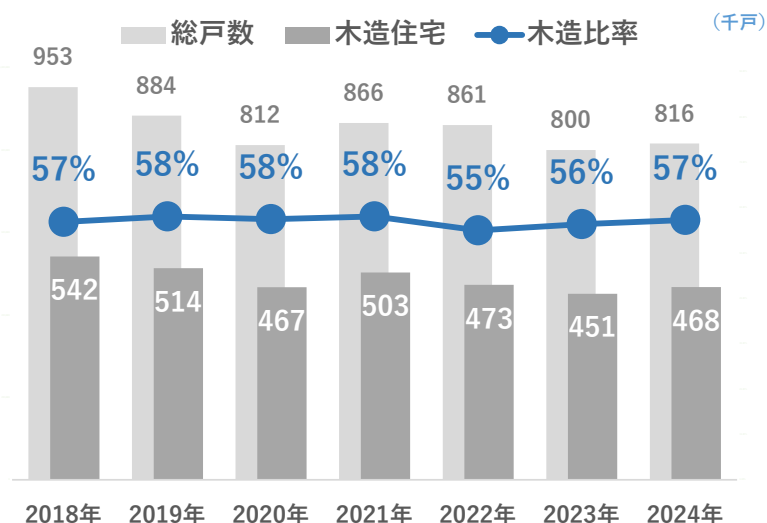
# 新築着工軒数と木造家屋に関する意向



## 安定した新築着工軒数と根強い木造戸建て志向

### 新築着工戸数における木造比率

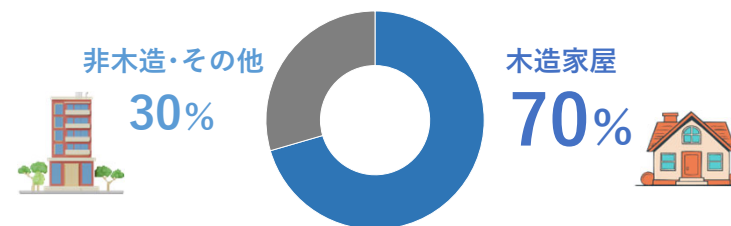
#### 新築着工戸数に占める木造家屋比率は安定



出所：国土交通省資料

### 木造家屋に関する意向

Q 新たに家を建てたり買ったりする場合、どのような住宅を選びたいですか？



出所：森林と生活に関する世論調査（2023年内閣府）

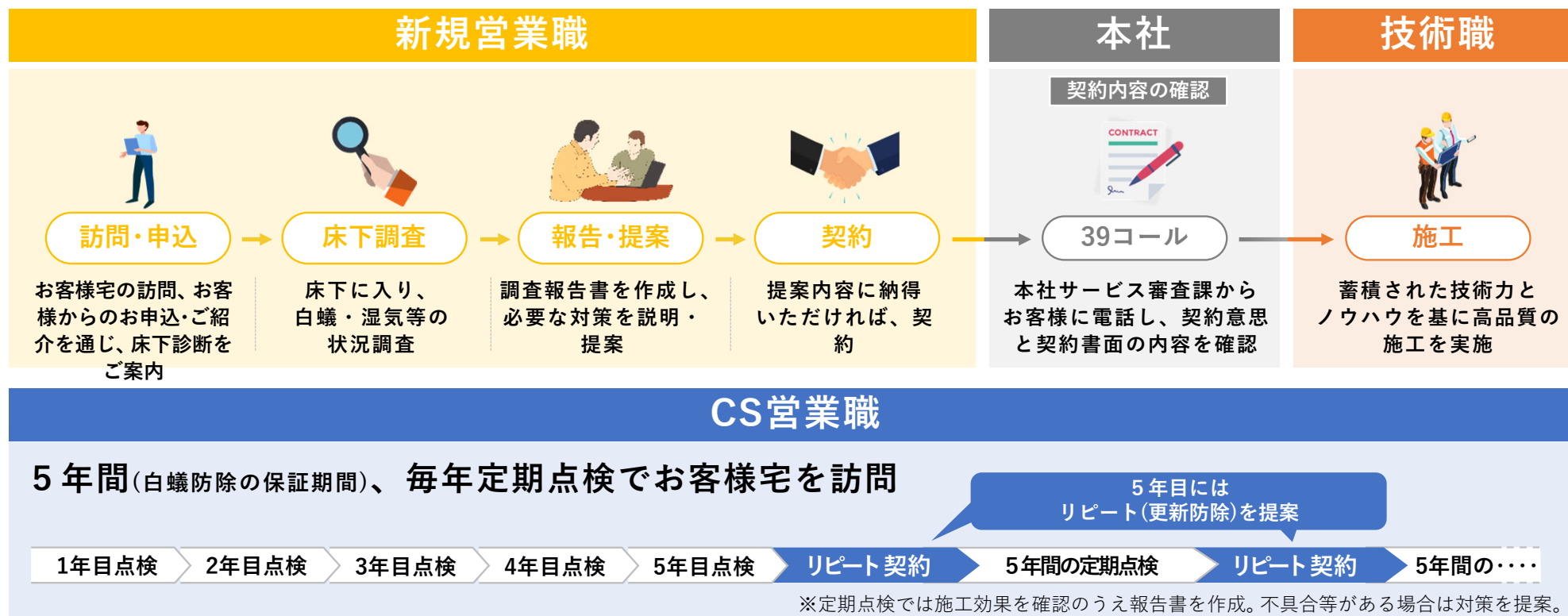
当社ターゲットとなる木造家屋戸数は、

- 1 約2,600万の莫大な既存ストック
- 2 長寿命化とストック形成の住宅政策
- 3 安定的な木造家屋の新規供給

に支えられ、今後も相応の規模を維持

見通し

お客様と強い接点を持ち、ニーズに応える”ダイレクトセリング”  
対面営業での潜在需要の掘り起こしとアフターメンテナンスでのお客様ニーズ把握



## 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<br>サービス | 会員向けサービス |
| 民間企業<br>生協・福利厚生団体 | 官公庁<br>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

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



業界トップ企業としての  
優位性



環境保護と減災に貢献する  
意義のある事業



ダイレクトセリングによる  
お客様との直接的な接点



充実した教育体制による  
高い施工レベル



徹底した  
コンプライアンス体制



健全な財務基盤

## 充実した教育体制による高品質のサービス提供を実現

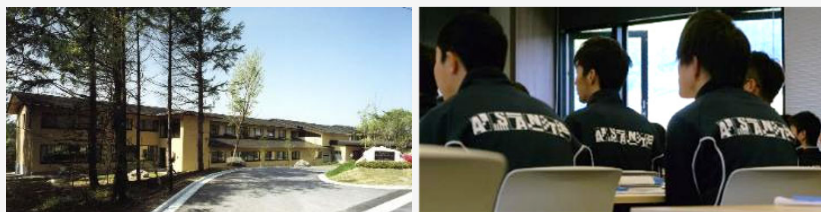
### 総合研修センター

#### ● 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）

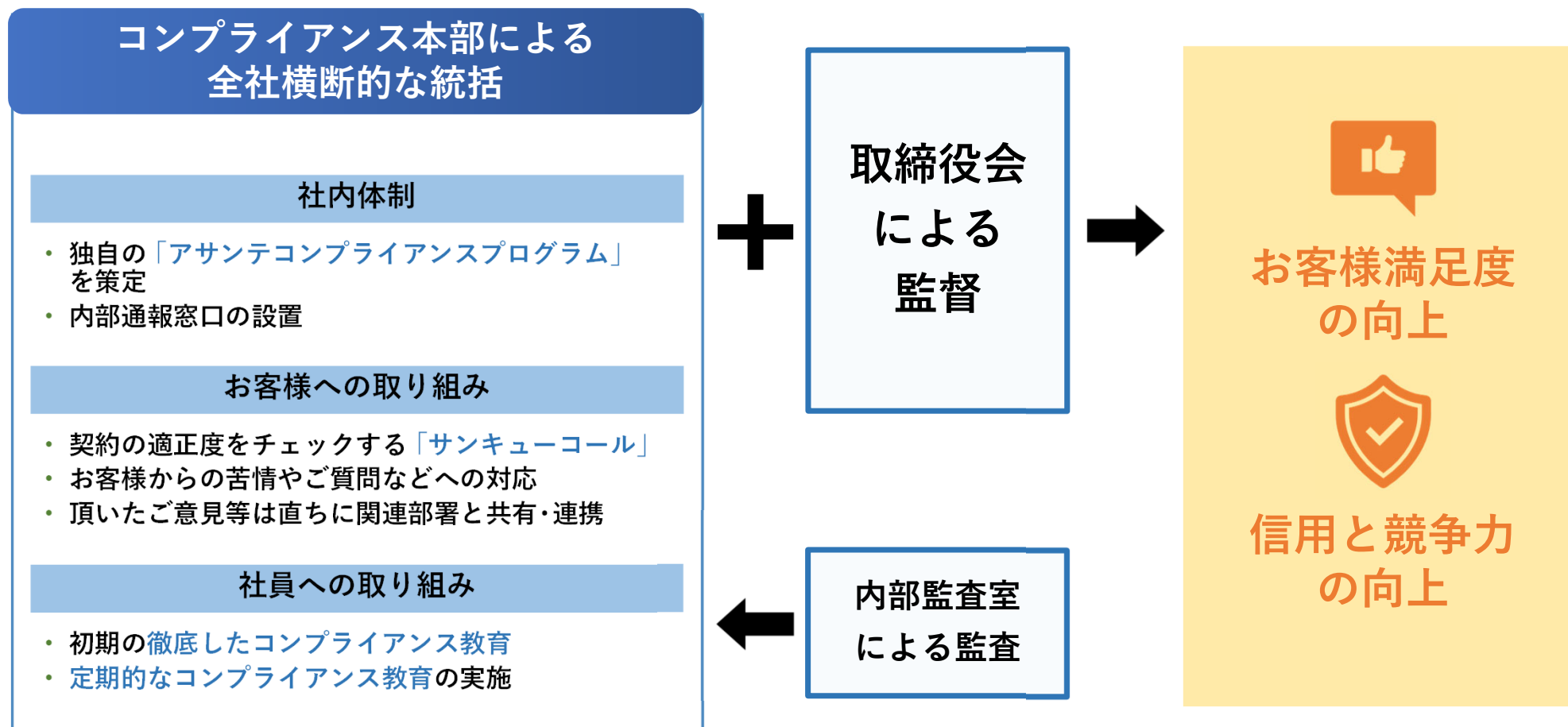


※2002年開設

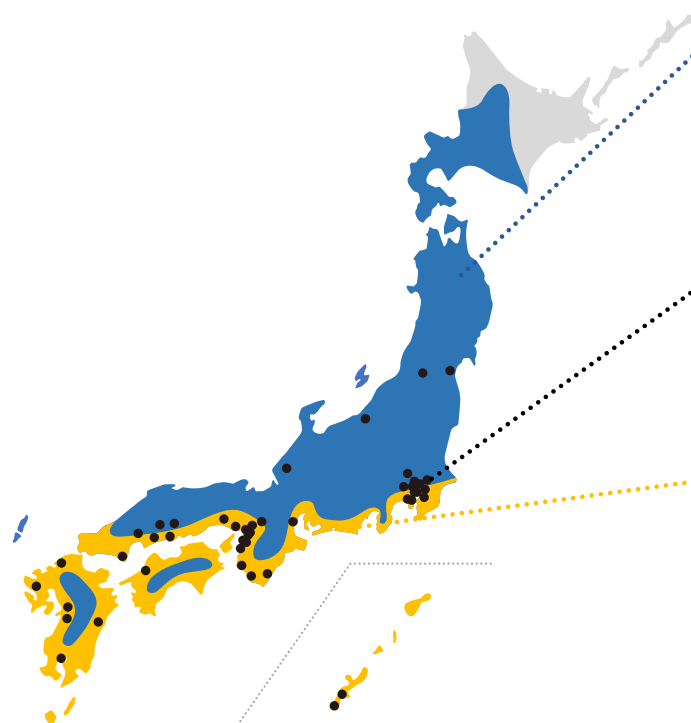
### 人材育成に関するデータ

〈2023年度〉

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



## 白蟻の生息域



ヤマトシロアリ

棲息地域

アメリカカンザイシロアリ

発見地

イエシロアリ・ヤマトシロアリ

混棲地域

出所：(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」より

## 日本の住宅を加害する主な白蟻

### ヤマトシロアリ



職アリ



兵アリ

- 北海道北部を除く日本全土に分布する国内において最も一般的な白蟻
- 湿った木材を加害するので、床下に生息し、風呂場、洗面所、台所などの水回りに被害が集中することが多い
- 加害速度は比較的遅い

### イエシロアリ



職アリ



兵アリ

- 千葉県以西の海岸線に沿った温暖な地域、南西諸島、小笠原諸島に分布
- あまり湿っていない木材も加害するため、建物全体に被害が及ぶ
- 加害速度は速く、被害は激烈
- 国際自然保護連合（IUCN）が「世界の侵略的外来種ワースト100」に指定

### アメリカカンザイシロアリ（外来種）



職アリ



砂粒状の糞

- 港町を中心に宮城県から沖縄本島まで24都府県に分布
- 乾燥した木材を加害するため、被害箇所が点在し、把握しにくい
- 加害している木材から砂粒状の糞を排出する
- 加害速度は比較的遅い
- 米国では家まるごとの燻蒸処理を行なって駆除する

## 白蟻のスウォーム（群飛）



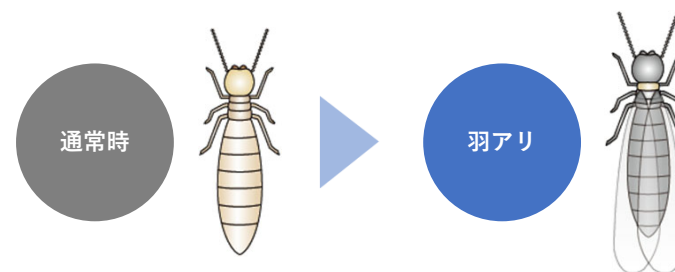
浴槽に浮かぶ羽アリ



### スウォーム（群飛）とは

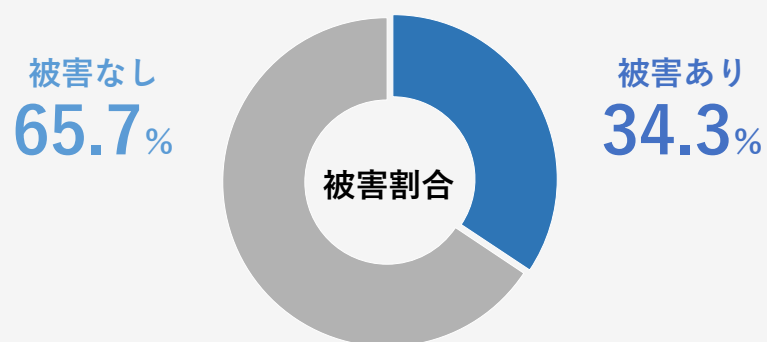
- 4～6月の雨上がりのムシムシとした日に、繁殖のため成熟した巣から一部の白蟻が羽アリになって飛び立つこと。
- 大量の羽アリを見て白蟻被害にあっていることが分かり、お問い合わせいただくケースが多いです。

### 変化の様子



## 白蟻被害実態調査の結果

約3軒に1軒が白蟻の被害に

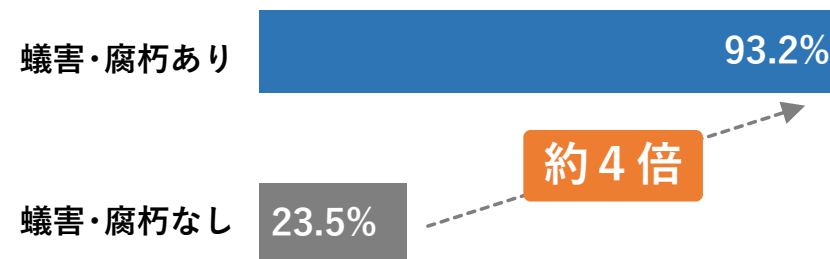


出所：(公社)日本しろあり対策協会平成13年度 シロアリ被害実態調査報告書



## 阪神・淡路大震災における調査結果

- 白蟻被害/腐朽がある家屋の全壊率は**9割以上**
- 被害/腐朽のない家屋の約**4倍**に



出所：(財)日本住宅・木材技術センター報告書

白蟻被害が進行すると土台・柱等の耐力が低下し、倒壊リスクが高まる

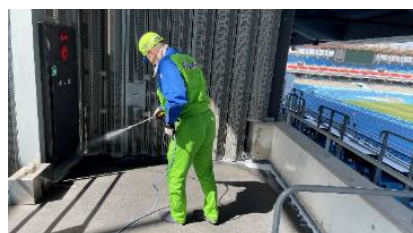
## シロアリ注意報

- ・ 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**



## 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
- ・ 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**

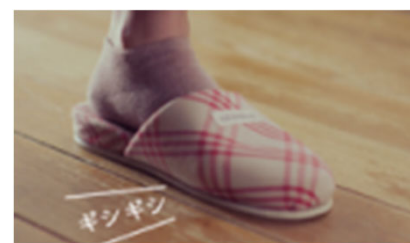


©KAWASAKI FRONTALE

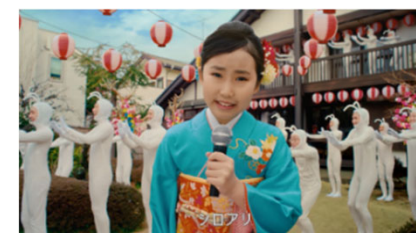
## テレビCM

- ・ 毎年4月～6月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「**シロアリが出たら、アサンテ**」の定着を図る

## 〈2023年度「親子電話」編〉



## 〈「炭坑節」編〉



## 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40  
～60%のトコジラミを、嗅覚  
により**約98%の高確率で探知**
- **ごく少数**のトコジラミでも探  
知が可能

## ● ● ● 探知犬の訓練の様子 ● ● ●



## 主な活動内容

調査  
(シロアリ・トコジラミ)

## イベント参加



## メディア露出

テレビ



『Live Newsイット!』(2024年7月、2025年3月・フジテレビ)  
『グッド! モーニング』(2025年2月・テレビ朝日)

WEB



『@DIME』(2024年10月)  
『Yahoo!ニュース』(2025年1月)

## トコジラミ(別名ナンキンムシ)とは?

- トコジラミは吸血性の昆虫で、体長は成虫で5~8mm、幼虫で1~2mm ほど。
- 日中は寝具・電化製品などの隙間に潜み、夜間に活動します。刺されることで激しいかゆみが生じ(個人差があります)、かゆみによるストレスに悩まされることもあります。
- 日本へは海外旅行者のスーツケースなどに付着して持ち込まれたといわれています。





## 歴史的木造建築を守る

## 四季を楽しむ文化を守る

当社が50年以上にわたり培ってきた技術を活かして、地域の誇りであり、貴重な観光資源にもなっている神社・仏閣や文化財、桜の名所などの保全活動を実施し、世界に誇る木の文化を後世に伝える

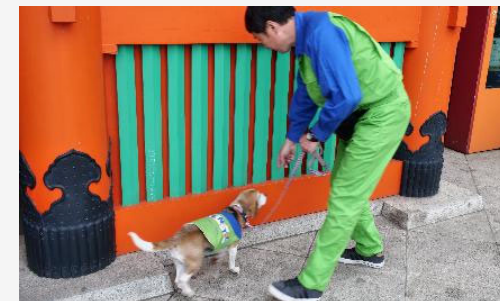
2025年3月12日 プロジェクト発足記者発表会



▲アサンテ代表取締役社長 宮内 征



▲シロアリ探知犬によるデモンストレーション



▲シロアリ探知犬による随神門の調査

## 木の文化継承プロジェクト



- 白蟻防除施工による神社仏閣、木造文化財の保全
- 桜を加害するクビアカツヤカミキリの駆除施工による桜の名所の保全

### 神社仏閣



### 文化財



### 桜の保全



当社がこれまで実施した神社仏閣や木造文化財への白蟻防除施工と、桜の木へのクビアカツヤカミキリの駆除施工の様子

# 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、信頼できるとさ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。