# 2022年３月期　決算説明資料

2022年５月13日

**探知犬チーム「くんくんズ」**

株式会社 アサンテ

【東証プライム　証券コード6073】

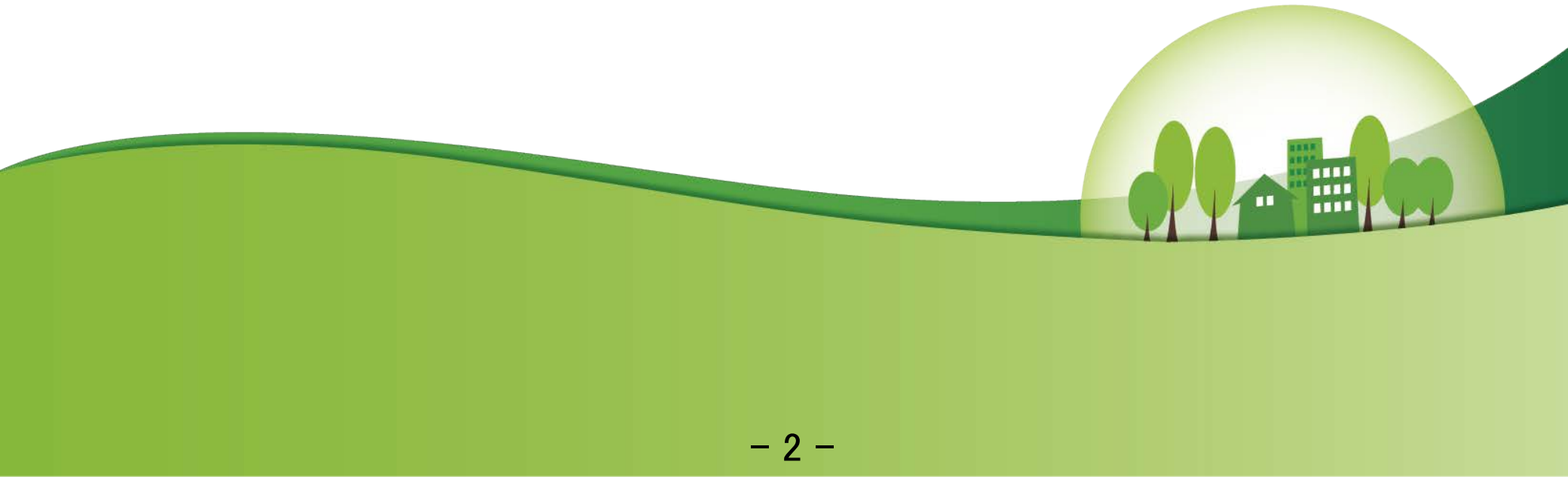
# 目　次


Ⅰ．　22.3期　決算内容　　P.　2

Ⅱ．　23.3期　業績予想　　P. 21

Ⅲ．　中期経営計画　　P. 28

# Ⅰ. 22.3期　決算内容



# 事業環境

新型コロナウイルス感染症の影響により、来訪者に対する消費者の警戒感は依然として高い

経済活動の再開等により個人消費に持ち直しの動きが見られたものの、感染再拡大や資源価格の高騰により、景気の先行きは依然不透明な状況

国策の「既存住宅の長寿命化とメンテナンスを重視する方針」は不変で、莫大な潜在需要規模もそのまま存在する

在宅時間の増加などを背景として、住宅の長寿命化やメンテナンスに対する意識の高まりが見られた

# 新型コロナウイルス（COVID-19）の影響について

## ■ 事業活動

・同感染症の動向を注視しつつ、感染対策に十分な注意を払って事業活動を継続

・２Q期間中の第５波においては、緊急事態宣言の延長が繰り返され、社会における警戒感が高まり、お客様との商談機会が減少する等、当社事業に対する影響は想定を上回った

・ワクチン普及後の４Q期間中における第６波では、急激な感染者数の再拡大とまん延防止等重点措置の適用が、警戒感及び消費マインドに影響しており、同感染症の影響は依然として続いている

## ■ 顧客動向

・感染拡大への警戒感の高まりによる面談機会の減少や、先行き不透明感からの消費マインドの低下が続いている

# 業務計画と主な取り組み

## 1．コンプライアンス強化とお客様満足度の向上

・コンプライアンス重視の営業体制を徹底

## 2．優秀な人材の確保と従業員満足度の向上

・就労環境整備等による退職者の抑制・人材の定着化を推進
・採用部門と教育部門を組織統合し、両面の連携により採用・育成機能を強化

## 3．生産性の向上

・広告宣伝・販促による効率的な需要喚起と顧客獲得
・業務のシステム化による効率向上を継続推進

## 4．エリア展開の促進

・南予営業所開設による四国への進出と同域での提携先拡大

## 5．新型コロナウイルス感染防止の対応

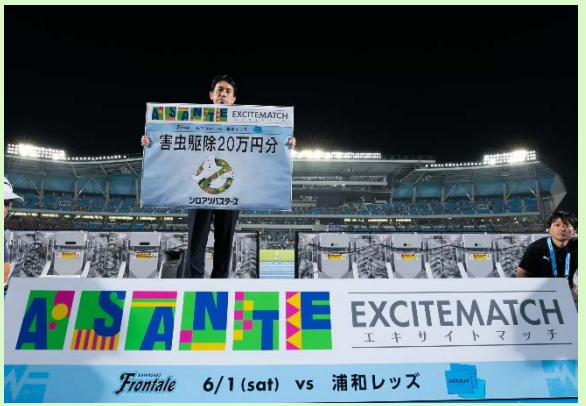
・お客様ならびに従業員の安全確保、感染拡大防止のための対策実施

# 広告宣伝・販促活動

## CM・チラシ・web広告

## スポンサーシップ契約

- 2021明治安田生命J1リーグ所属 川崎フロンターレとスポンサーシップ契約を締結



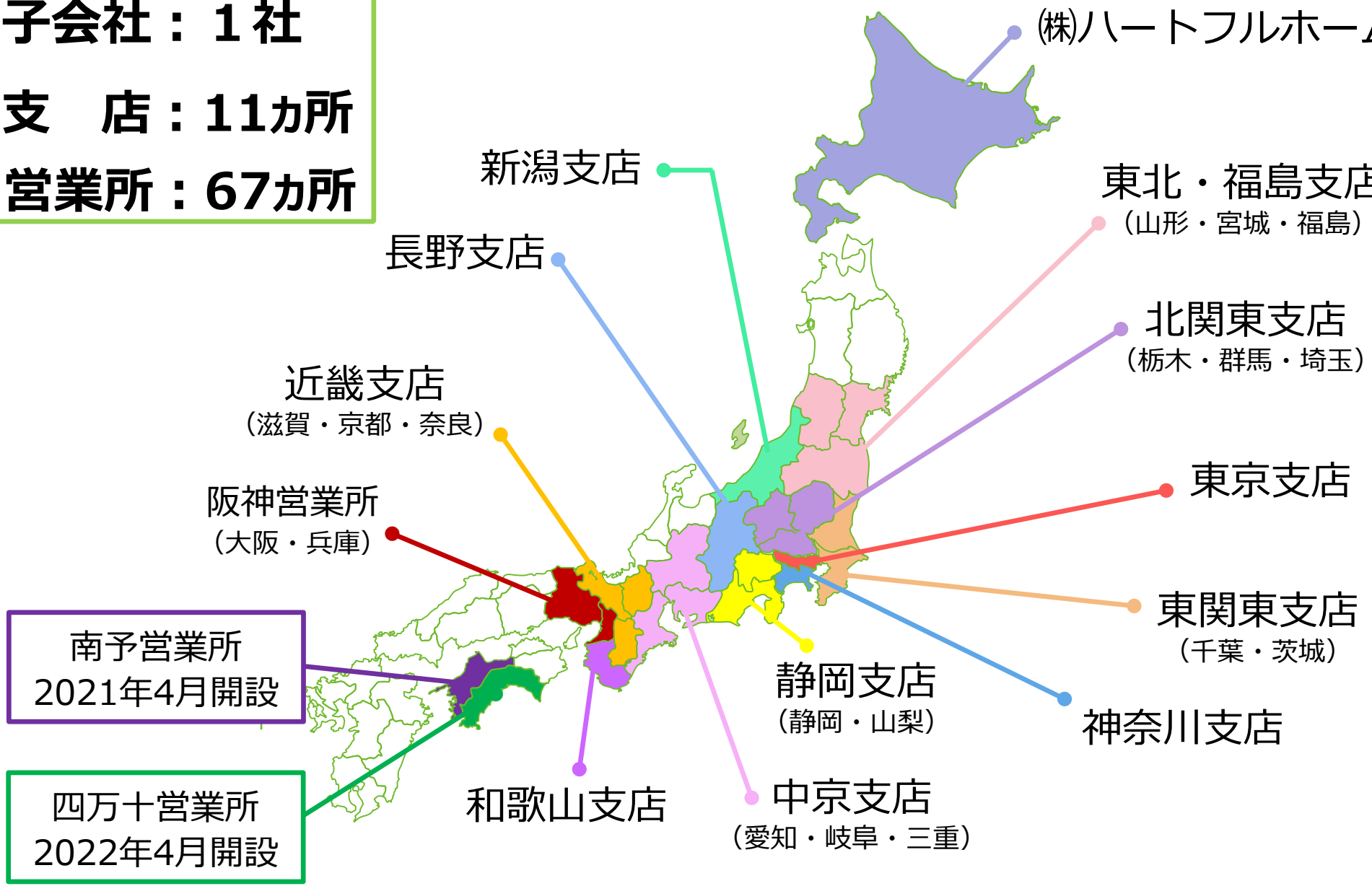
© KAWASAKI FRONTALE CO.,LTD

# 営業エリアの展開

**子会社：１社**

**支　店：11ヵ所**

**営業所：67ヵ所**



# 損益実績（通期　前期比）

| (単位：百万円) | （2Qより連結）21.３期 | （連結）22.３期 | 前期比 | |
|---|---|---|---|---|
| | 実績 | 実績 | 増減 | 増減率 |
| 売上高 | 13,872 | 13,699 | △172 | △1.2% |
| 売上総利益 | 9,709 | 9,416 | △292 | △3.0% |
| 売上総利益率 | 70.0% | 68.7% | △1.3pt | ― |
| 営業利益 | 1,602 | 1,324 | △277 | △17.3% |
| 営業利益率 | 11.6% | 9.7% | △1.9pt | ― |
| 経常利益 | 1,703 | 1,348 | △355 | △20.8% |
| 経常利益率 | 12.3% | 9.8% | △2.4pt | ― |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 1,063 | 579 | △484 | △45.5% |
| 当期純利益率 | 7.7% | 4.2% | △3.4pt | ― |
| ＥＰＳ（円） | 89.52 | 52.82 | △36.71 | △41.0% |

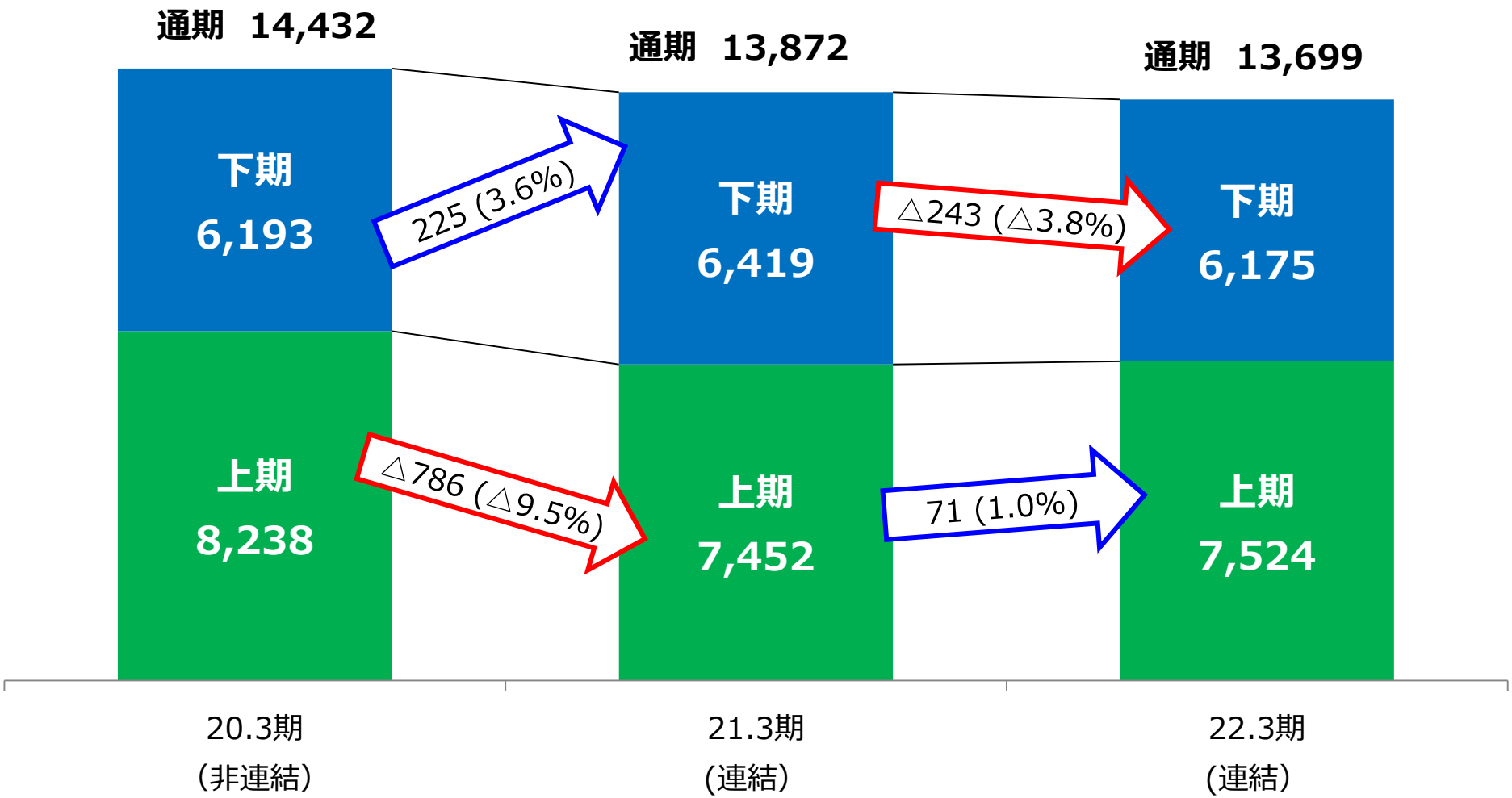
# 損益実績（通期　予想比）

■ 売上高 予想達成率97.2%、営業利益 予想達成率86.5%

| (単位：百万円) | （連結）22.3期 | | | |
|---|---|---|---|---|
| | 予想<br>(21/11/2公表) | 実績 | 予想比 | 達成率 |
| 売上高 | 14,098 | 13,699 | △398 | 97.2% |
| 売上総利益 | 9,735 | 9,416 | △318 | 96.7% |
| 売上総利益率 | 69.1% | 68.7% | △0.3pt | ― |
| 営業利益 | 1,530 | 1,324 | △206 | 86.5% |
| 営業利益率 | 10.9% | 9.7% | △1.2pt | ― |
| 経常利益 | 1,555 | 1,348 | △207 | 86.7% |
| 経常利益率 | 11.0% | 9.8% | △1.2pt | ― |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 973 | 579 | △394 | 59.5% |
| 当期純利益率 | 6.9% | 4.2% | △2.7pt | ― |
| ＥＰＳ（円） | 88.77 | 52.82 | △35.95 | 59.5% |

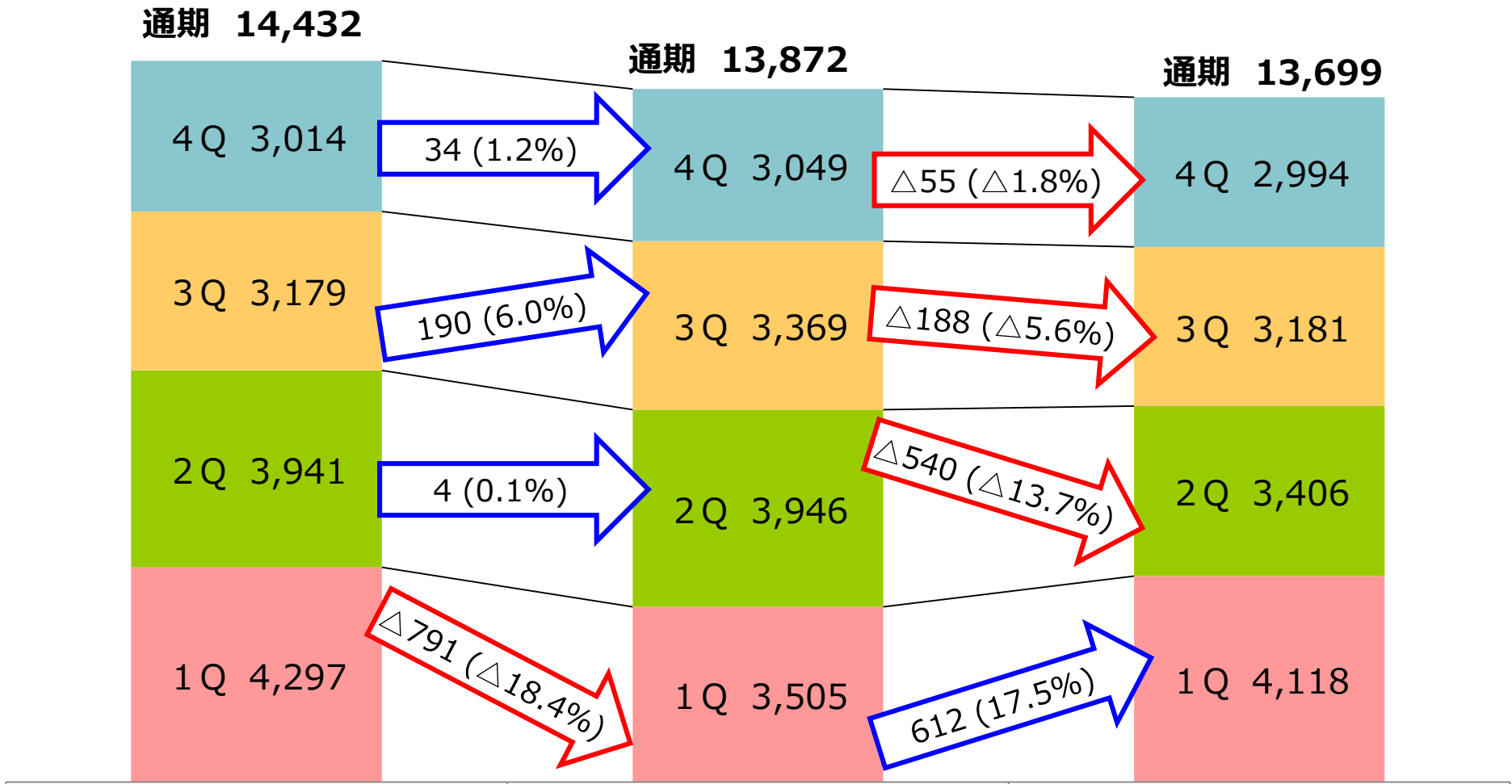
# 売上高推移（半期別）

（単位：百万円）



# 売上高推移（四半期別）

（単位：百万円）



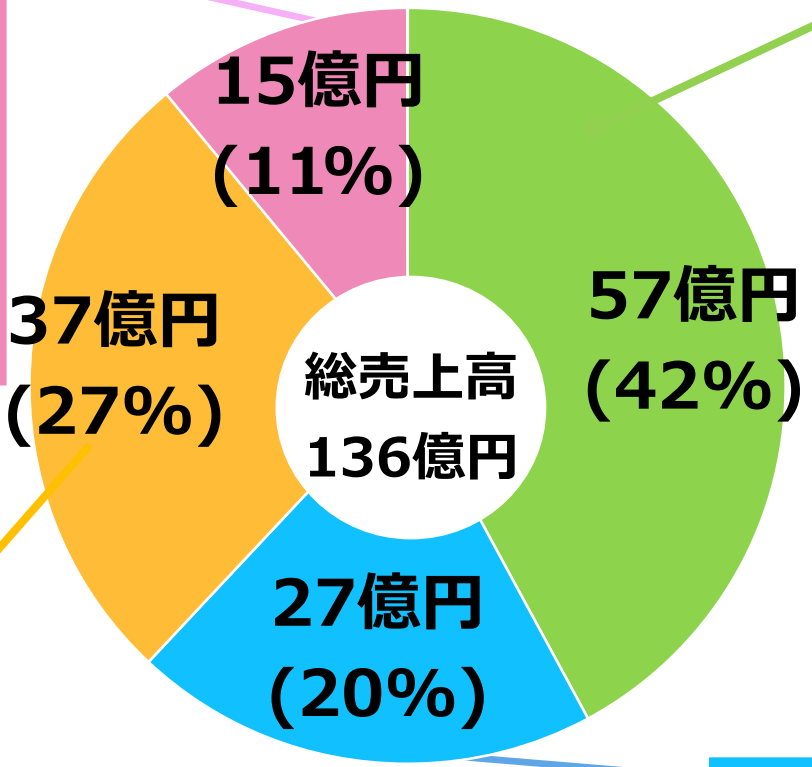



株式会社 アサンテ

# サービス別売上高構成

**その他**

- ハートフルホーム
- 害虫・害獣防除
- リフォーム
- その他




**【白蟻防除】**

**【地震対策】**

基礎補修

家屋補強

**【湿気対策】**

床下等換気扇

調湿材

株式会社 アサンテ

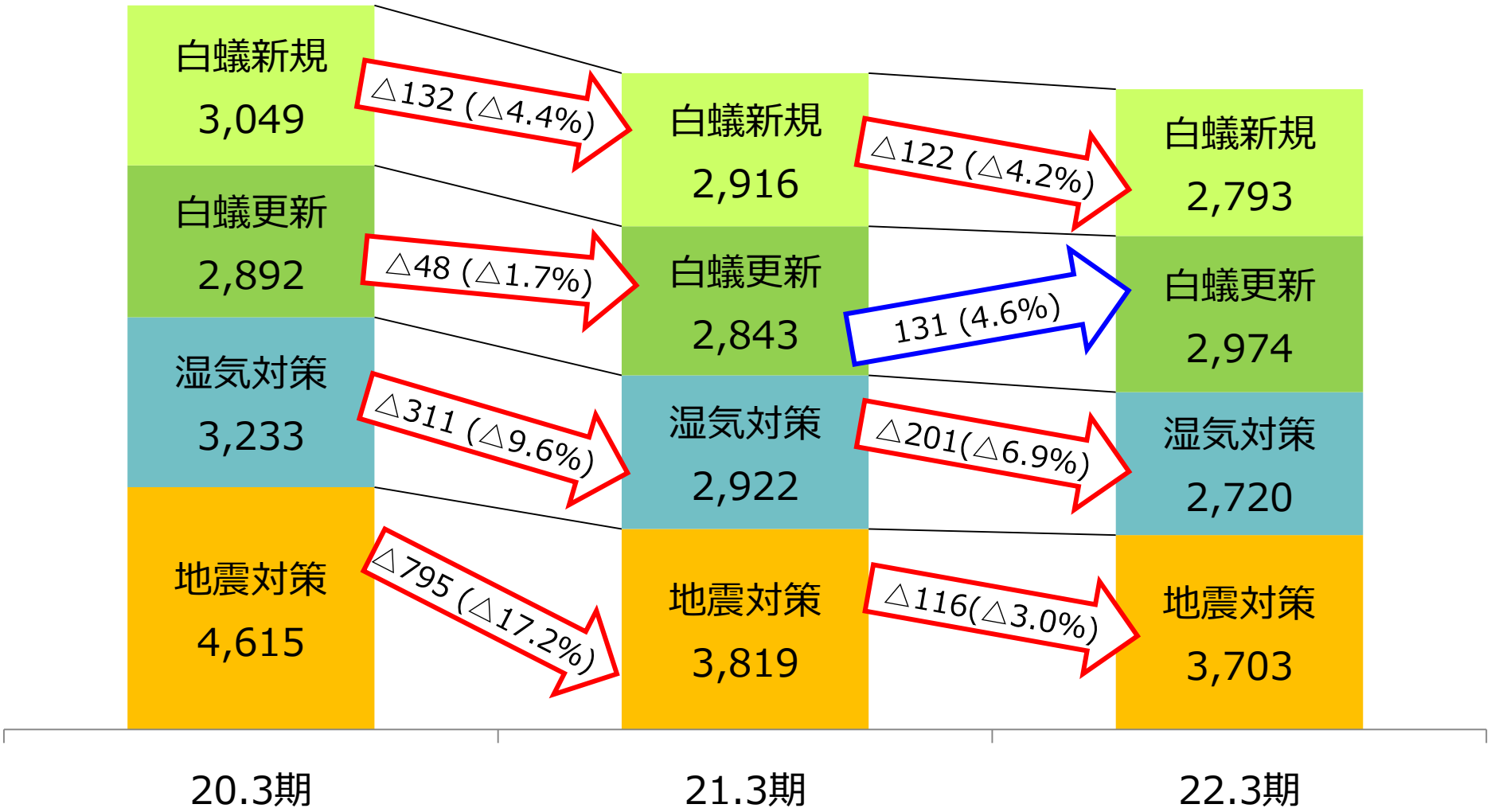
# サービス別売上高実績（通期　前期比）

- 売上高 1.2%減少
- 白蟻防除 0.1%増加（新規防除 4.2%減少、更新防除 4.6%増加）
- 湿気対策 6.9%減少
- 地震対策 3.0%減少

| （単位：百万円） | （２Qより連結）21.３期 | | （連結）22.３期 | | 前期比 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 実績 | 構成比 | 実績 | 構成比 | 増減 | 増減率 |
| 売上高 | 13,872 | – | 13,699 | – | △172 | △1.2% |
| 白蟻防除 | 5,759 | 41.5% | 5,768 | 42.1% | 8 | 0.1% |
| 新規防除 | 2,916 | 21.0% | 2,793 | 20.4% | △122 | △4.2% |
| 更新防除 | 2,843 | 20.5% | 2,974 | 21.7% | 131 | 4.6% |
| 湿気対策 | 2,922 | 21.1% | 2,720 | 19.9% | △201 | △6.9% |
| 地震対策 | 3,819 | 27.5% | 3,703 | 27.0% | △116 | △3.0% |
| その他 | 1,370 | 9.9% | 1,507 | 11.0% | 136 | 10.0% |

# 3サービス別売上高推移（通期）

（単位：百万円）



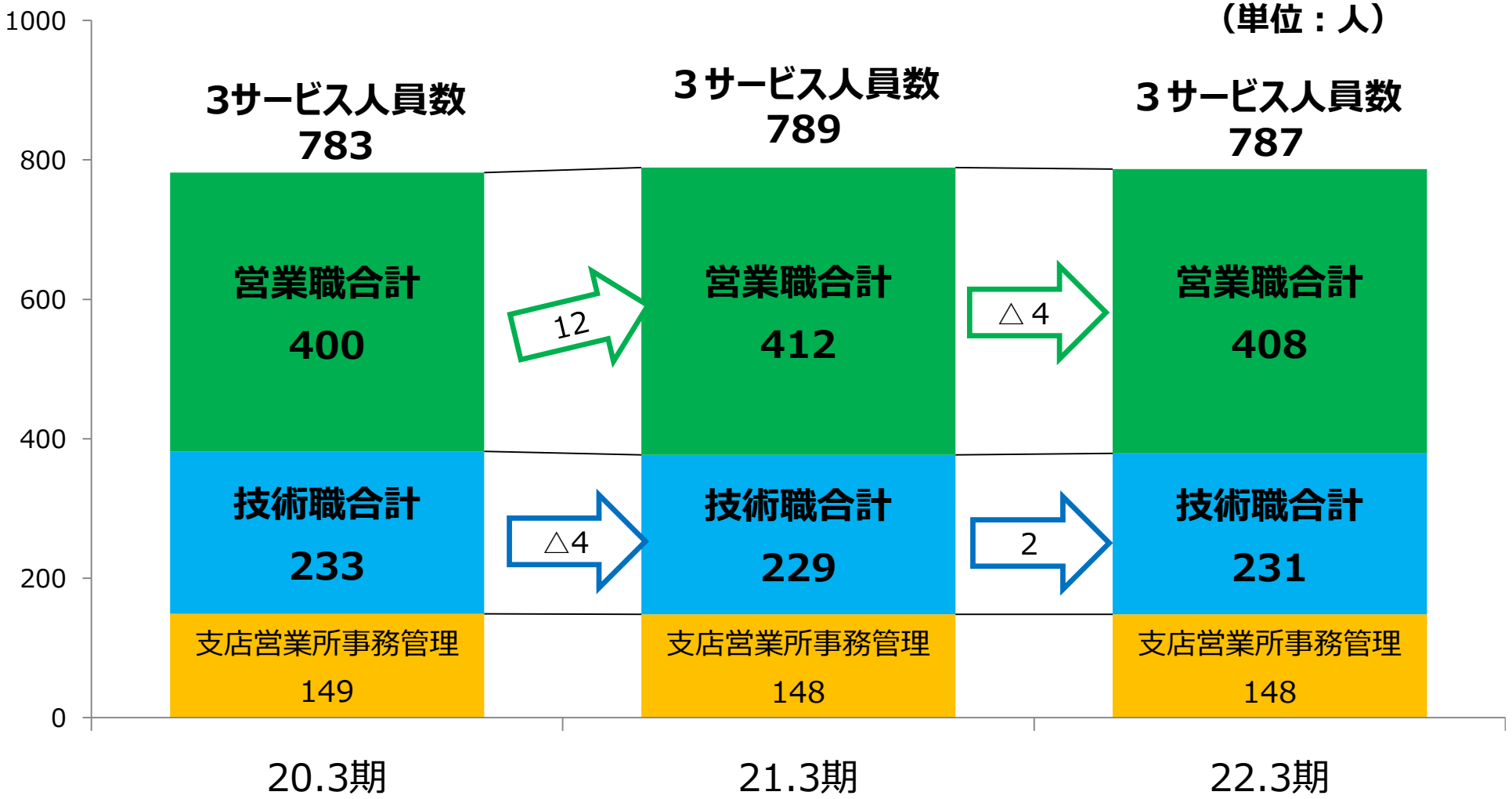
# 人員数・１人当たり売上高実績（通期　前期比）

■ 平均人員数11人増加

| | （2Qより連結）21.３期 | （連結）22.３期 | 前期比 | |
|---|---|---|---|---|
| | 実績 | 実績 | 増減 | 増減率 |
| 売上高（百万円） | 13,872 | 13,699 | △172 | △1.2% |
| うち3サービス | 12,501 | 12,192 | △308 | △2.5% |
| 期中平均人員（人） | 1,020 | 1,032 | 11 | 1.1% |
| うち3サービス | 789 | 787 | △2 | △0.3% |
| １人当たり売上高（千円/月） | 1,133 | 1,106 | △26 | △2.3% |
| うち3サービス | 1,321 | 1,291 | △29 | △2.2% |
| 期末人員（人） | 1,049 | 1,046 | △3 | △0.3% |
| うち3サービス | 808 | 798 | △10 | △1.2% |

- 「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）
- 「３サービス売上高」：白蟻防除、湿気対策、地震対策の合計
- 「３サービス人員数」：３サービスに係る営業職、技術職、並びに支店・営業所の事務・管理職の合計

# 3サービス人員数推移（通期）




- 「３サービス人員数」：白蟻防除、湿気対策、地震対策の３サービスに係る営業職、技術職、並びに支店・営業所の事務・管理職の合計（嘱託及び契約社員を含み、派遣出向者を除く）

# 営業利益の増減要因（通期　前期比）

| （単位：百万円） | （２Qより連結）21.３期 | （連結）22.３期 | 前期比 | |
|---|---|---|---|---|
| | 実績 | 実績 | 増減 | 増減率 |
| 売上高 | 13,872 | 13,699 | △172 | △1.2% |
| 売上原価 | 4,162 | 4,283 | 120 | 2.9% |
| 材料費 | 1,756 | 1,770 | 14 | 0.8% |
| 労務費 | 1,391 | 1,385 | △5 | △0.4% |
| その他売上原価 | 1,014 | 1,127 | 112 | 11.1% |
| 売上総利益 | 9,709 | 9,416 | △292 | △3.0% |
| 販管費 | 8,107 | 8,092 | △14 | △0.2% |
| 人件費 | 5,306 | 5,281 | △25 | △0.5% |
| 求人費 | 150 | 160 | 10 | 6.7% |
| 営業用販促費 | 324 | 319 | △5 | △1.7% |
| その他販管費 | 2,324 | 2,330 | 6 | 0.3% |
| 営業利益 | 1,602 | 1,324 | △277 | △17.3% |

- 「営業用販促費」：販促活動に係る広告宣伝費等

# 貸借対照表

| （単位：百万円） | （連結）21.3期末 | （連結）22.3期末 | 増減 | 増減要因 | |
|---|---|---|---|---|---|
| 流動資産 | 8,765 | **8,810** | 44 | 現金及び預金<br>原材料及び貯蔵品 | △18<br>14 |
| 固定資産 | 5,663 | **5,263** | △400 | のれん | △347 |
| 資産合計 | 14,429 | **14,073** | △355 | | |
| 流動負債 | 2,178 | **2,000** | △178 | 借入金 | △107 |
| 固定負債 | 584 | **515** | △68 | 長期借入金 | △57 |
| 負債合計 | 2,762 | **2,515** | △247 | | |
| 純資産合計 | 11,666 | **11,558** | △108 | 利益剰余金 | △89 |
| 自己資本比率 | 80.9% | **82.1%** | 1.3pt | | |
| ＢＰＳ（円） | 1,064.09 | **1,053.10** | △10.99 | | |

# キャッシュ・フロー計算書

| (単位：百万円) | （連結）21.3期 | （連結）22.3期 | 増減要因 | |
|---|---|---|---|---|
| 営業活動ＣＦ | 929 | 869 | 税金等調整前当期純利益<br>法人税等の支払額 | 1,073<br>△499 |
| 投資活動ＣＦ | △309 | △40 | | |
| フリーキャッシュ・フロー | 619 | 829 | | |
| 財務活動ＣＦ | △2,991 | △847 | 長期借入金の純減額<br>配当金の支払額 | △95<br>△668 |
| 現金及び現金同等物の増減額 | △2,372 | △18 | | |

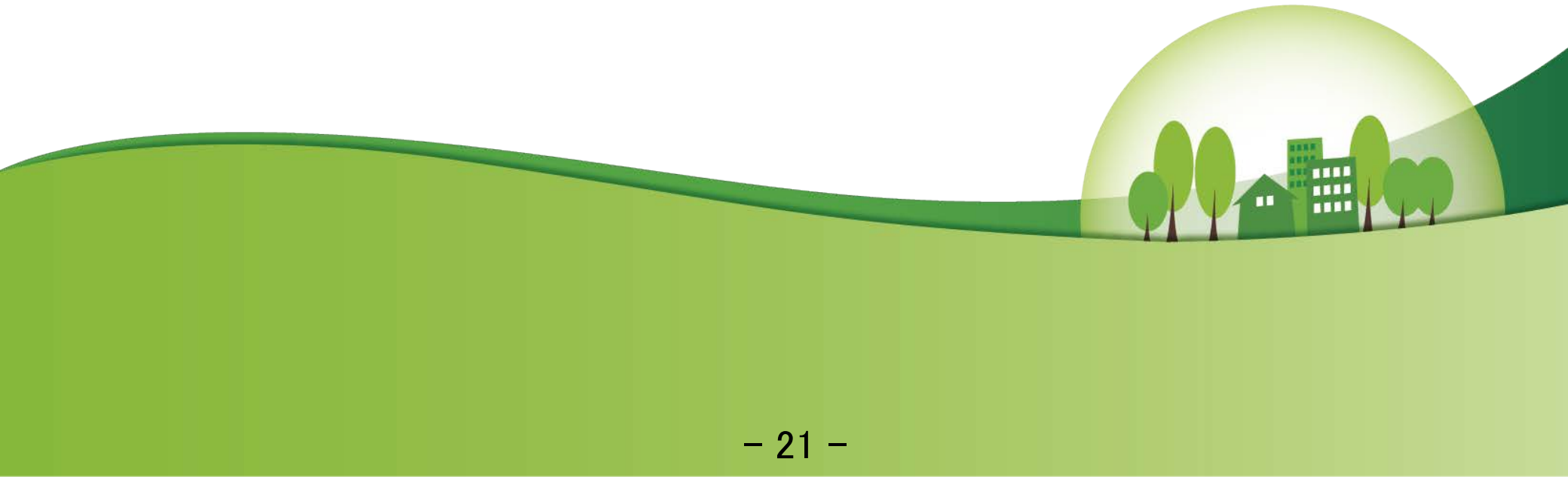
# 経営指標

■ 財務面の安全性は盤石

| | （非連結）20.3期 | （連結）21.3期 | （連結）22.3期 | 前期比増減 |
|---|---|---|---|---|
| 自己資本比率 | 81.0% | 80.9% | **82.1%** | 1.3pt |
| 有利子負債依存度 | 4.1% | 4.5% | **3.4%** | △1.1pt |
| 営業利益率 | 15.5% | 11.6% | **9.7%** | △1.9pt |
| ＲＯＡ | 14.6% | 11.8% | **9.5%** | △2.3pt |
| ＲＯＥ | 12.2% | 9.1% | **5.0%** | △4.1pt |
| ＥＰＳ（円） | 128.06 | 89.52 | **52.82** | △36.71 |
| ＢＰＳ（円） | 1,087.20 | 1,064.09 | **1,053.10** | △10.99 |
| 配当性向 | 46.9% | 67.0% | **117.4%** | 50.4pt |
| 純資産配当率 | 5.7% | 5.6% | **5.9%** | 0.2pt |

- 21.3期のＲＯＡ、ＲＯＥ、純資産配当率は、連結初年度のため、それぞれ期末総資本、期末自己資本、期末１株当たり純資産に基づいて計算

# Ⅱ. 23.3期　業績予想



# 23.3期 業務計画

1．収益力の向上

2．優秀な人材の確保と育成

3．エリア展開の促進

4．コンプライアンスの徹底

5．新型コロナウイルス感染防止

# トピックス

## 新たな営業所の開設

■ **四万十営業所　2022年４月１日開設**

当社の主力サービスである白蟻対策等において、西日本への営業エリア拡大を図るため、新たに高知県に営業所を開設

- **地域のJAと新規提携**
- **地域に密着した営業活動**
- **西日本へのさらなる展開の足掛かり**

# 損益予想（通期）

■ 売上高 4.5%増加、営業利益 11.1%増加

| (単位：百万円) | （連結）22.３期 実績 | （連結）23.３期 予想 | 前期比 増減 | 前期比 増減率 |
|---|---|---|---|---|
| 売上高 | 13,699 | 14,320 | 620 | 4.5% |
| 売上総利益 | 9,416 | 9,898 | 481 | 5.1% |
| 売上総利益率 | 68.7% | 69.1% | 0.4pt | — |
| 営業利益 | 1,324 | 1,471 | 146 | 11.1% |
| 営業利益率 | 9.7% | 10.3% | 0.6pt | — |
| 経常利益 | 1,348 | 1,484 | 135 | 10.1% |
| 経常利益率 | 9.8% | 10.4% | 0.5pt | — |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 579 | 954 | 375 | 64.8% |
| 当期純利益率 | 4.2% | 6.7% | 2.4pt | — |
| ＥＰＳ（円） | 52.82 | 86.95 | 34.14 | 64.6% |

# 人員数・１人当たり売上高予想（通期）

| | （連結）22.３期 | （連結）23.３期 | 前期比 | |
|---|---|---|---|---|
| | 実績 | 予想 | 増減 | 増減率 |
| 売上高（百万円） | 13,699 | 14,320 | 620 | 4.5% |
| うち3サービス | 12,192 | 12,667 | 474 | 3.9% |
| 期中平均人員（人） | 1,032 | 1,047 | 15 | 1.4% |
| うち3サービス | 787 | 800 | 13 | 1.6% |
| １人当たり売上高（千円/月） | 1,106 | 1,140 | 33 | 3.0% |
| うち3サービス | 1,291 | 1,320 | 28 | 2.2% |
| 期末人員（人） | 1,046 | 1,076 | 30 | 2.9% |
| うち3サービス | 798 | 828 | 30 | 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）
- 「３サービス売上高」：白蟻防除、湿気対策、地震対策の合計
- 「３サービス人員数」：３サービスに係る営業職、技術職、並びに支店・営業所の事務・管理職の合計

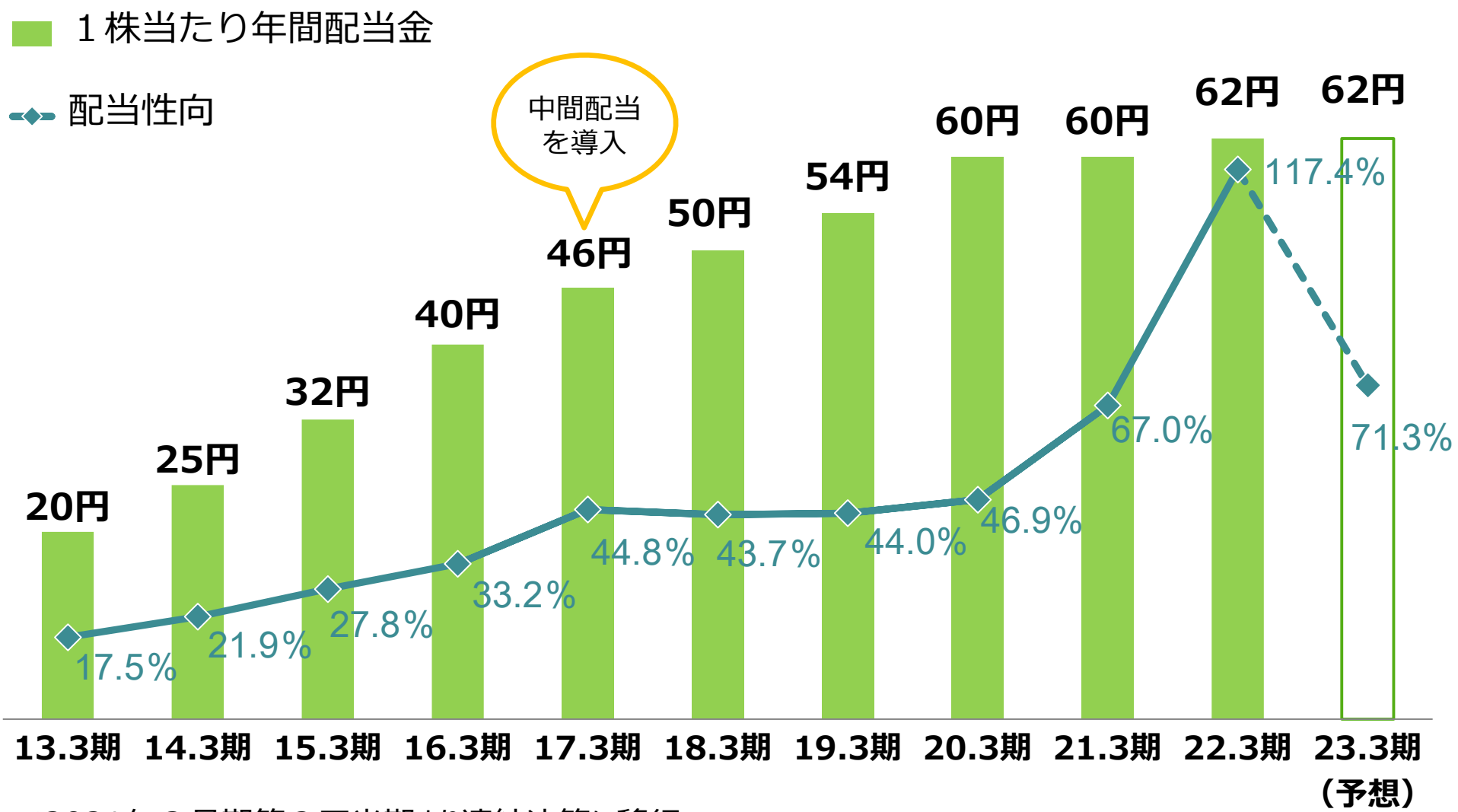
# 営業利益の増減要因（通期　前期比）

| （単位：百万円） | （連結）22.３期 | （連結）23.３期 | 前期比 | |
|---|---|---|---|---|
| | 実績 | 予想 | 増減 | 増減率 |
| 売上高 | 13,699 | 14,320 | 620 | 4.5% |
| 売上原価 | 4,283 | 4,422 | 139 | 3.2% |
| 材料費 | 1,770 | 1,881 | 111 | 6.3% |
| 労務費 | 1,385 | 1,399 | 13 | 1.0% |
| その他売上原価 | 1,127 | 1,140 | 13 | 1.2% |
| 売上総利益 | 9,416 | 9,898 | 481 | 5.1% |
| 販管費 | 8,092 | 8,427 | 334 | 4.1% |
| 人件費 | 5,281 | 5,485 | 203 | 3.9% |
| 求人費 | 160 | 160 | △0 | △0.3% |
| 営業用販促費 | 319 | 331 | 12 | 3.8% |
| その他販管費 | 2,330 | 2,450 | 119 | 5.1% |
| 営業利益 | 1,324 | 1,471 | 146 | 11.1% |

- 「営業用販促費」：販促活動に係る広告宣伝費等

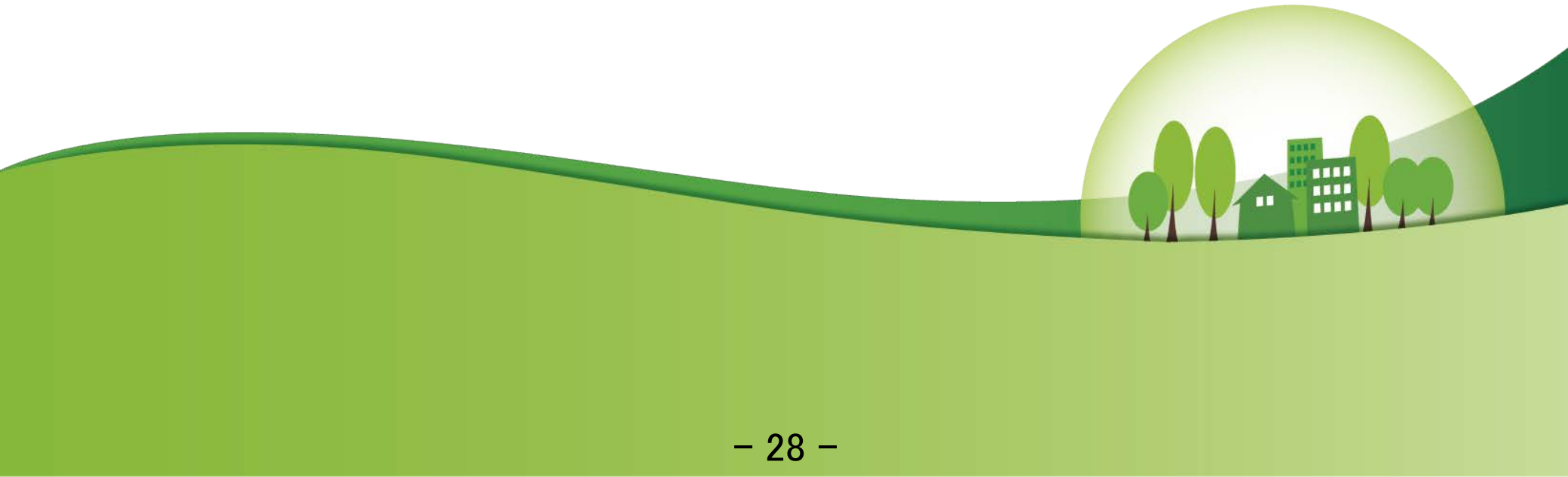
# 配当実績・予想

## 上場以降、株主還元に注力




※2021年３月期第２四半期より連結決算に移行

# Ⅲ. 中期経営計画



# 事業環境見通し

## ■ 新型コロナウイルス感染症は、中期的には収束に向かう

- 新株流行による感染拡大など、先行きは不透明であるが、徐々に経済活動の妨げはなくなり、個人消費も活発化
- 急速に浸透したデジタル化の流れは継続

## ■ 住宅関連政策は、既存住宅流通、リフォーム市場拡大を推進

- 在宅時間の増加により、住宅のメンテナンス意識、一戸建て住宅の選好度には高まりが見られる

## ■ 潜在需要規模に大きな変化は無く、引き続き莫大

## ■ 企業の採用活動は徐々に活発化

- 新型コロナウイルス感染症の影響により、買い手市場への変化が見られるものの、中期的には売り手市場に転換する見込み

## ■ 資源価格の高騰、資材の不足

- 原油価格をはじめとする資源価格の高騰と不安定な資材供給は、当面継続する見通し

# 中期経営方針（ローリング方式）

## 中期経営方針

### 1．営業力の強化と収益性の向上

当社事業の着実な成長を実現するため、営業力の強化に資する取り組みとして、販売促進の強化、営業エリアの拡大と深耕、サービス分野の拡充、提携先の拡大を推し進め、売上高の増加を図る。併せて、デジタル化、業務合理化、コスト構造改善により、生産性と収益性の向上を目指す

### 2．優秀な人材の増強

優秀な人材は、当社の競争力の源泉であり、持続的な成長を実現するための最も重要な資本。人材の確保と育成に関わる取り組みを推し進め、必要な投資を行う

### 3．社会課題解決への取り組み推進

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、企業価値の向上を図る

# 中期経営計画　損益概要（ローリング方式）

| (単位：百万円) | （連結）22.3期 | （連結）23.3期 | （連結）24.3期 | （連結）25.3期 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 実績 | 予想 | 計画 | **計画** | 22.3期比 | |
| | | | | | 増減 | 増減率 |
| 売上高 | 13,699 | 14,320 | 15,300 | 15,900 | 2,201 | 16% |
| 営業利益 | 1,324 | 1,471 | 1,960 | 2,140 | 816 | 62% |
| 営業利益率 | 9.7% | 10.3% | 12.8% | 13.5% | 3.8pt | ― |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 579 | 954 | 1,290 | 1,420 | 841 | 145% |
| 当期純利益率 | 4.2% | 6.7% | 8.4% | 8.9% | 4.7pt | ― |

# 中期経営計画　人員数・1人当たり売上高（ローリング方式）

| (単位：百万円) | （連結）22.3期 | （連結）23.3期 | （連結）24.3期 | （連結）25.3期 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 実績 | 予想 | 計画 | **計画** | 22.3期比 | |
| | | | | | 増減 | 増減率 |
| 売上高 | 13,699 | 14,320 | 15,300 | 15,900 | 2,201 | 16% |
| 期中平均人員（人） | 1,032 | 1,047 | 1,070 | 1,095 | 64 | 6% |
| 前期比増減率 | 1.1% | 1.4% | 2.2% | 2.4% | — | — |
| 1人当たり売上高（千円/月） | 1,106 | 1,140 | 1,197 | 1,214 | 107 | 10% |
| 前期比増減率 | △2.3% | 3.0% | 5.0% | 1.4% | — | — |

# 中期経営方針 1（営業力強化・収益性向上）

## 販売促進の強化

- 広告宣伝、販売促進による集客
- ブランド力の強化

## 営業エリアの拡大

- 毎期 1 県以上の新規エリア進出
- 既存エリアの深耕

## サービスの拡充

- 新サービスの順次導入
- 高断熱施工の拡販
- ハートフルホームを通じた外壁リフォームの拡販

## 提携先の拡大

- JAとの提携拡大・深化
- JA以外の企業・団体との提携拡大

# 中期経営方針 1（営業力強化・収益性向上）

**販売促進の強化**

**営業エリアの拡大**

**サービスの拡充**

**提携先の拡大**

**営業力の強化**

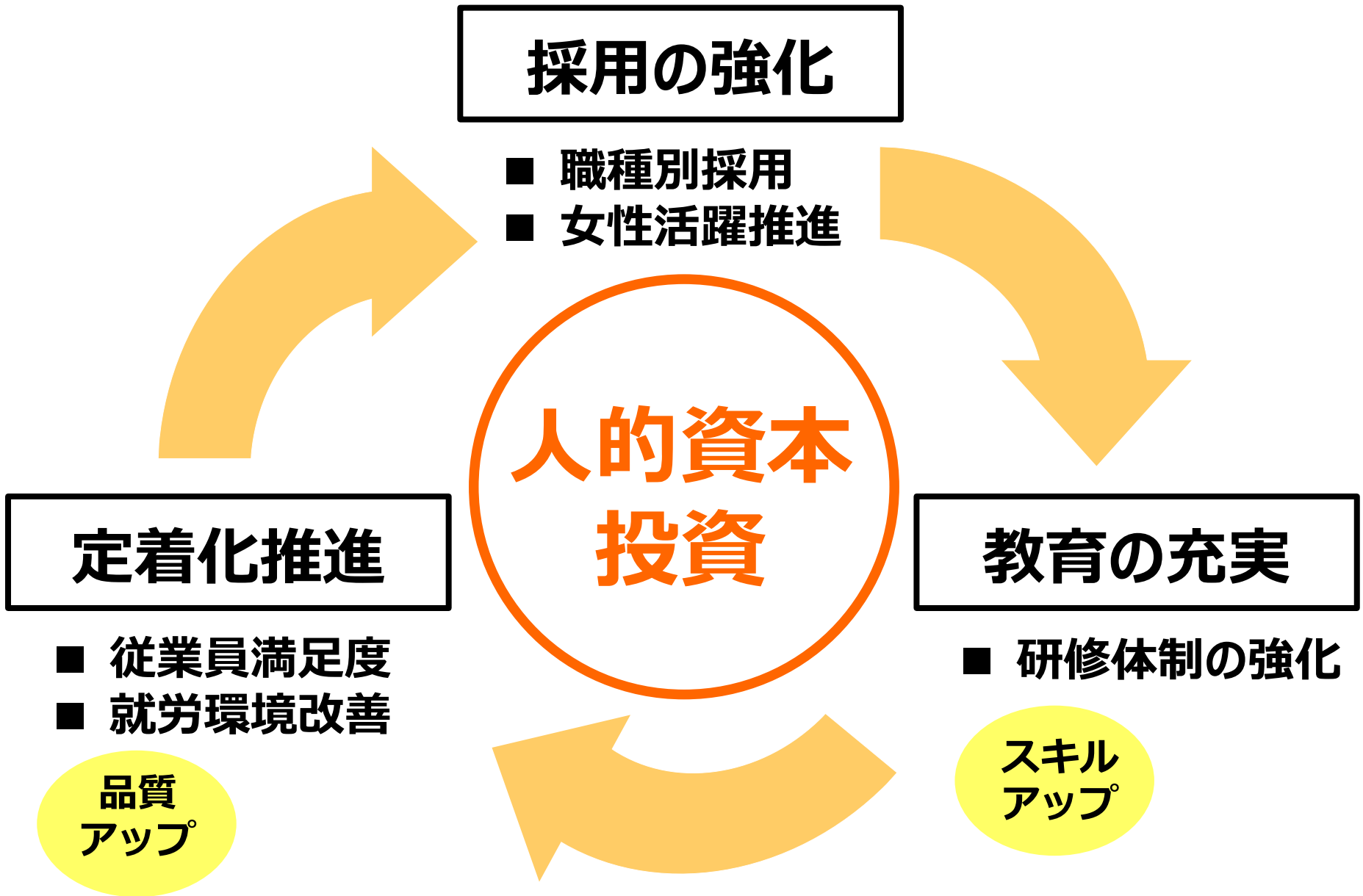
**デジタル化**
**業務合理化**

- ■営業効率 ■業務効率
- ■コスト構造改善
- ■エコ・省エネ推進

**生産性・収益性の向上**

## ➡売上高と利益の拡大

# 中期経営方針 ２（優秀な人材の増強）



# 中期経営方針 2（優秀な人材の増強）

**採用の強化**　**教育の充実**　**定着化推進**

**人的資本への投資**

## ➡優秀な人材の増強

| | 22.3期 | 23.3期 | 24.3期 | 25.3期 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 実績 | 予想 | 計画 | 計画 | 22.3期比 | |
| | | | | | 増減 | 増減率 |
| 期中平均人員（人） | **1,032** | **1,047** | **1,070** | **1,095** | 64 | 6% |
| 前期比増減率 | 1.1% | 1.4% | 2.2% | 2.4% | – | – |

# 中期経営方針 3（社会課題解決への取り組み推進）

## 当社事業そのものが社会課題の解決に貢献しています

### 白蟻防除・湿気対策・地震対策により

**人命を守る**

（住宅の保全）

**財産を守る**

（住宅価値維持）

**木造住宅の長寿命化**

住宅建て替えにより発生する

**廃棄物削減**

**CO2削減**

**国策との親和性**

住生活基本計画 2021年3月国交省

住宅リフォーム・既存住宅流通等の住宅ストック活用型市場への転換

**国策と市場の追い風**

**在宅時間の増加**

在宅時間の増加によるハウスメンテナンス意識の高まり

## ➡事業の延長線上に持続可能な社会の実現を目指す

株式会社 アサンテ

# 中期経営方針 3（社会課題解決への取り組み推進）

## E 事業を通じた地球環境への貢献

- 人命と財産を守る
- 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

## 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

# ➡社会への貢献と企業価値の向上

# 成長戦略（将来のイメージ）

## 白蟻防除関連サービスを主軸とした持続的成長

M&Aによる加速

基本戦略

**【成長基盤】**

- 莫大な潜在需要
- 国策の追い風
- 高い品質のサービス
- 業界トップの優位性
- 高い収益性

**【挑むべき課題】**

- 営業力の強化
- 生産性・収益性の向上
- 優秀な人材の増強
- 競争優位性維持・向上
- 社会課題の解決

**【目指すビジョン】**

持続的・安定的な
成長を実現

**ハウスメンテナンス
業界を
リードする企業へ**

将来見通し等に関する注意事項

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上で、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。

株式会社 アサンテ