



株式会社 アサント

第51期 2023年度 (2024年3月期)

決算説明会資料

2024年5月17日

東証プライム：6073



目次

1. 第51期 2023年度 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
3. 第52期 2024年度 業績予想 及び中期経営計画	・ ・ ・	24
Appendix	・ ・ ・	31

第51期 2023年度 決算概要



2023年度 損益実績

(億円)	2023年度		対前年		対予想 (2024年3月19日公表)	
	実績	構成比	増減額	増減率	差異額	達成率
売上高	136.9	-	△4.4	△3.2%	△0.6	99.5%
営業利益	9.4	6.9%	△4.3	△31.4%	△0.2	97.6%
経常利益	9.8	7.2%	△4.1	△29.4%	△0.2	97.6%
当期純利益	5.4	4.0%	△3.3	△38.2%	△0.5	90.2%



2023年度 商品別売上高

(億円)	2023年度		対前年	
	実績	構成比	増減額	増減率
売上高	136.9	-	△4.4	△3.2%
白蟻防除	57.7	42.2%	△2.0	△3.5%
湿気対策	27.6	20.2%	△1.1	△4.0%
地震対策	35.3	25.8%	△0.8	△2.3%
その他	16.1	11.8%	△0.4	△2.6%

● 白蟻防除

- ・ 訪問営業による潜在ニーズの掘り起こしにおいて契約件数が低下
- ・ マーケティング強化により、下期の申込調査件数は前年から増加
- ・ 更新防除は既存のお客様が対象であり、アフターサービスを通して接点を維持

● 湿気対策

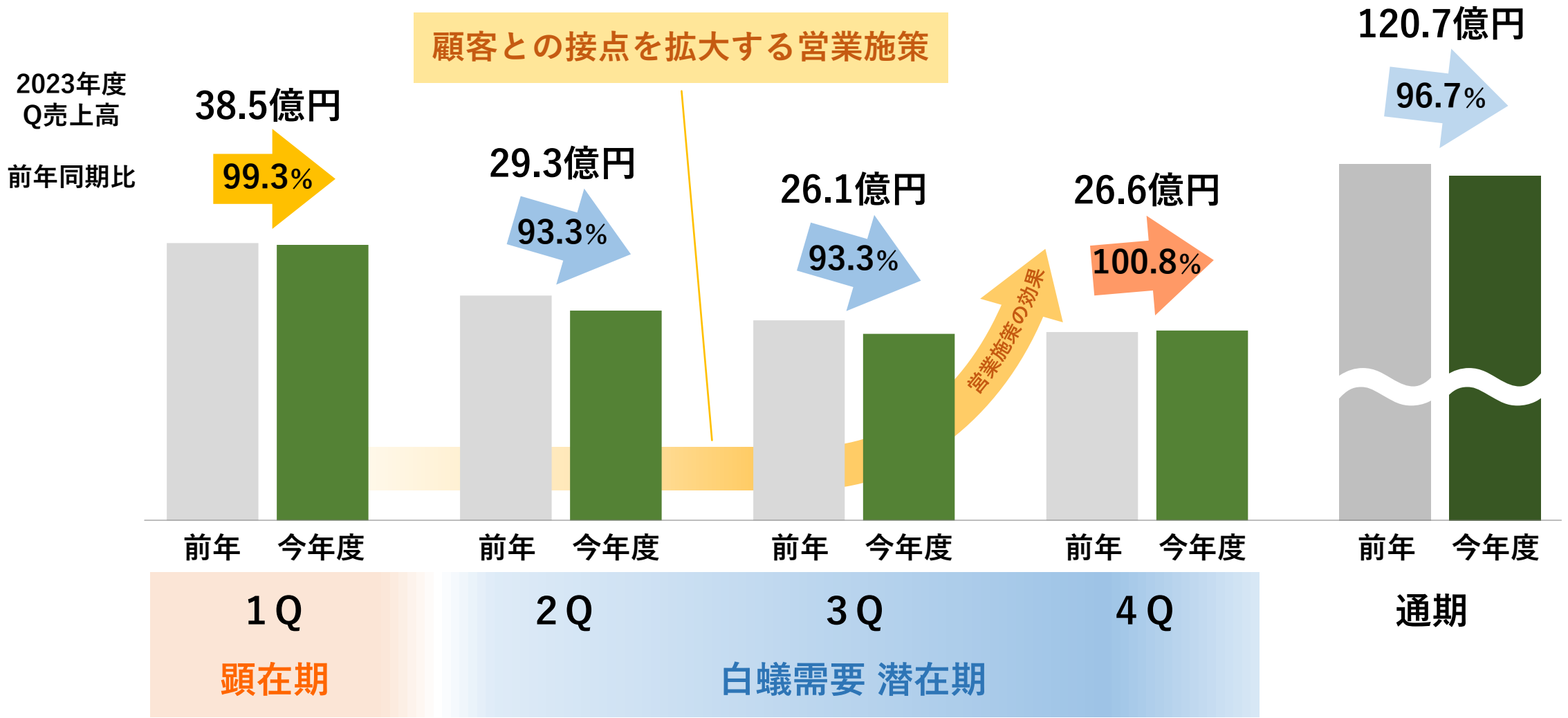
- ・ 新規防除に付帯した契約件数が低下
- ・ 2023年7月に実施した価格改定により販売単価が上昇（件数は低下）

● 地震対策

- ・ 2023年7月に実施した価格改定により販売単価が上昇（件数は低下）
- ・ 能登地震、各地で頻発した中規模地震の影響と販売強化により4Qは増収



2023年度 主要3サービス売上高推移



2023年度 人員数・1人当たり売上高

	2023年度	対前年	
		増減額	増減率
売上高（億円）	136.9	△4.4	△3.2%
期中平均人員（名）	1,017	△17	△1.6%
1人当たり売上高（千円/月）	1,121	△17	△1.6%
期末人員（名）	998	△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）



2023年度 売上原価・販管費 内訳

(億円)	2023年度	対前年	
		増減額	増減率
売上高	136.9	△4.4	△3.2%
売上原価	42.5	△1.6	△3.6%
材料費	17.9	△1.0	△5.7%
労務費	13.4	△0.3	△2.6%
その他売上原価	11.2	△0.1	△1.5%
売上総利益	94.3	△2.8	△3.0%
販管費	84.9	1.4	1.7%
人件費	55.1	0.1	0.3%
広告宣伝費	4.1	0.8	24.6%
その他販管費	25.6	0.4	1.8%
営業利益	9.4	△4.3	△31.4%

● 材料費

- 材料費率は13.1%で前年から0.3pt改善
- 材料費上昇の緩和策として、2023年7月に原材料に金属・鉱物を含む湿気対策や地震対策等、一部商品の価格を改定

● 人件費

- 人員の定着を目的として、昇給の割合を従来よりも高めた（戦略的コストとして2023年度計画に織り込み済み）

● 広告宣伝費

- 広告宣伝費を戦略的に増やし、テレビCM、WEB広告等の販売促進に投下（2023年度計画に織り込み済み）

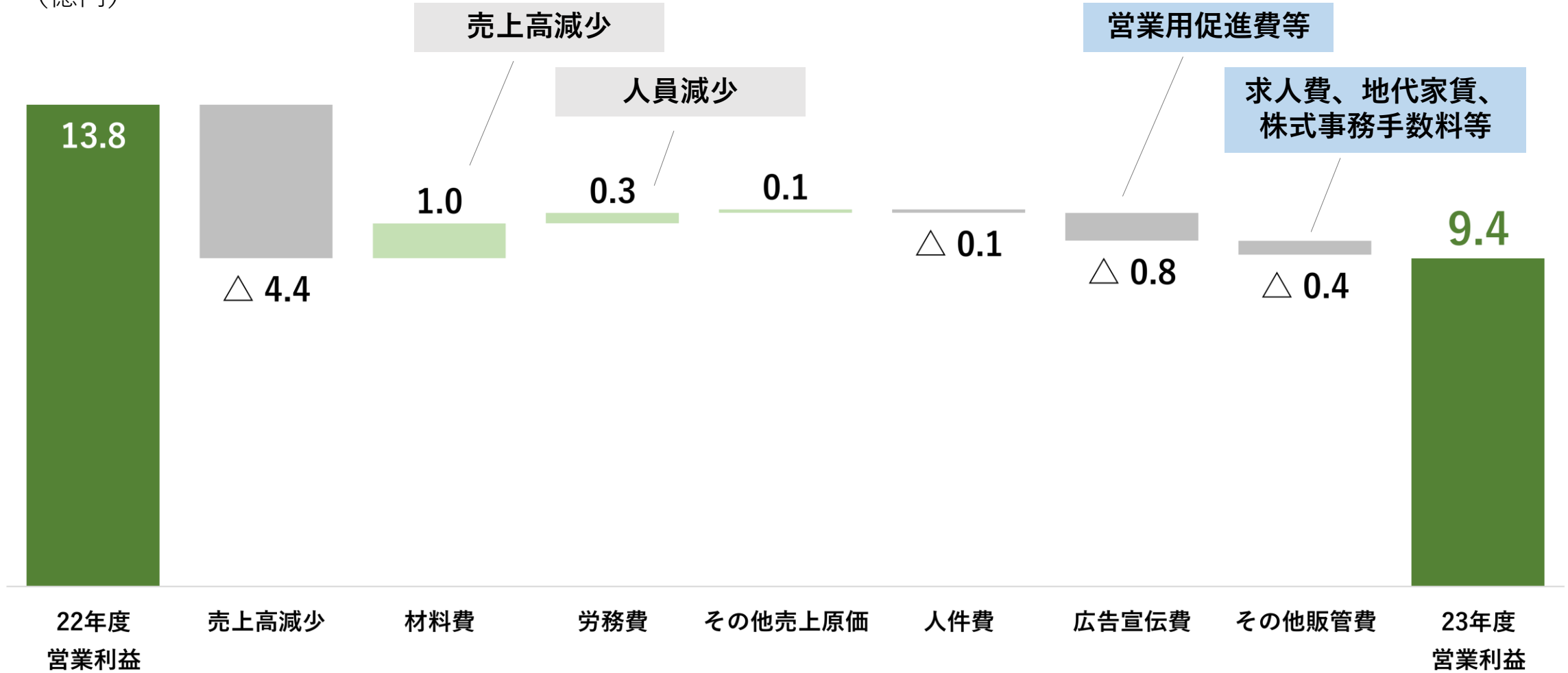
● その他販管費

- 求人費、地代家賃、株式事務手数料等が増加
- コスト削減・費用見直しにより水道光熱費、交通費、事務所維持費等が減少



2023年度 営業利益増減分析

(億円)



貸借対照表

(億円)	2022年度	2023年度	増減額	増減要因	
流動資産	88.3	110.6	22.3	現金及び預金	20.6
固定資産	56.2	50.4	△5.8	投資有価証券	△5.0
繰延資産	0.0	0.1	0.1		
資産合計	144.5	161.2	16.6		
流動負債	21.9	19.5	△2.4	未払法人税等	△1.4
固定負債	5.2	24.2	18.9	転換社債型新株予約権付社債	19.9
負債合計	27.2	43.8	16.5		
純資産合計	117.3	117.4	0.1		



キャッシュ・フロー計算書

(億円)	2022年度	2023年度	主な要因
営業活動CF	12.0	4.4	税金等調整前当期純利益 9.6 売上債権 $\triangle 1.6$ 法人税等の支払額 $\triangle 5.5$
投資活動CF	$\triangle 4.4$	3.8	投資有価証券の償還 5.0
フリーキャッシュ・フロー	7.5	8.3	
財務活動CF	$\triangle 7.5$	12.2	転換社債型新株予約権付社債の発行 19.8
現金及び現金同等物の 期末残高	66.5	87.1	



經營指標

	2021年度	2022年度	2023年度	増減 (対前年)
自己資本比率	82.1%	81.1%	72.7%	△8.4pt
有利子負債依存度	3.4%	2.9%	2.2%	△0.7pt
営業利益率	9.7%	9.8%	6.9%	△2.8pt
ROA (純資産經常利益率)	9.5%	9.8%	6.4%	△3.3pt
ROE (自己資本当期純利益率)	5.0%	7.5%	4.6%	△2.9pt
EPS (円)	52.82	79.74	49.24	△30.50
BPS (円)	1,053.10	1,067.64	1,066.24	△1.40
配当性向	117.4%	77.8%	125.9%	48.2pt



重点戦略の進捗 及び 今後の取り組み方針



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）

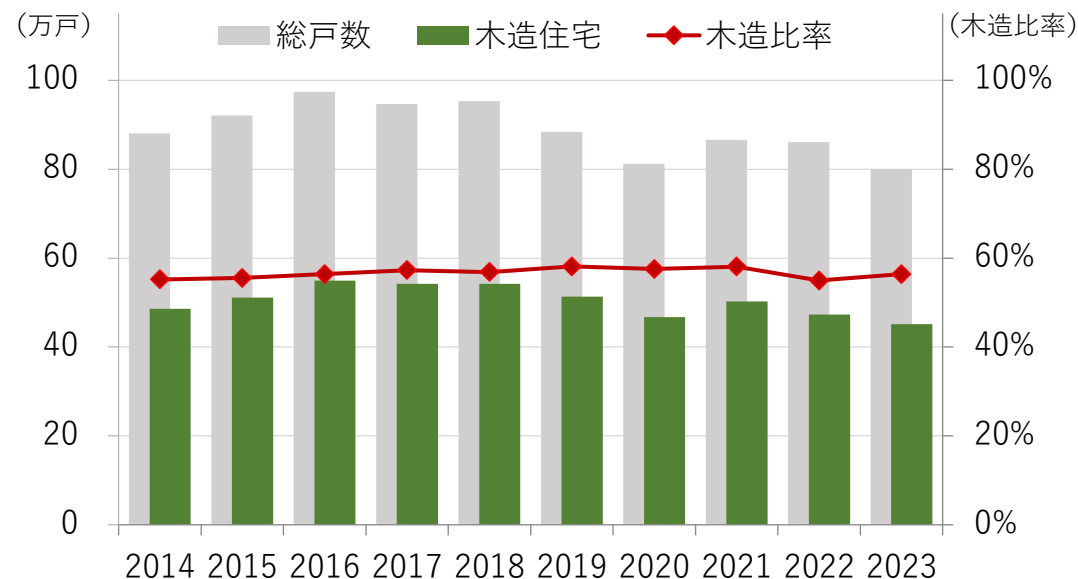
リスク インフレ等による住宅メンテナンスに対する消費マインドの軟化

- 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

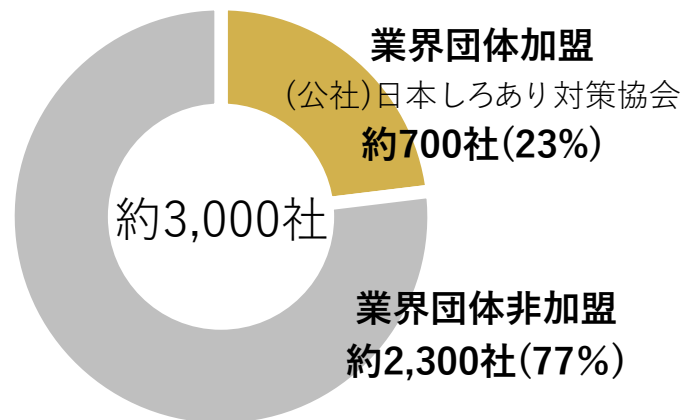
- 国内 約2,600万戸の木造家屋
- 新設着工戸数に占める木造家屋比率は横ばい
- 根強い木造戸建て志向

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

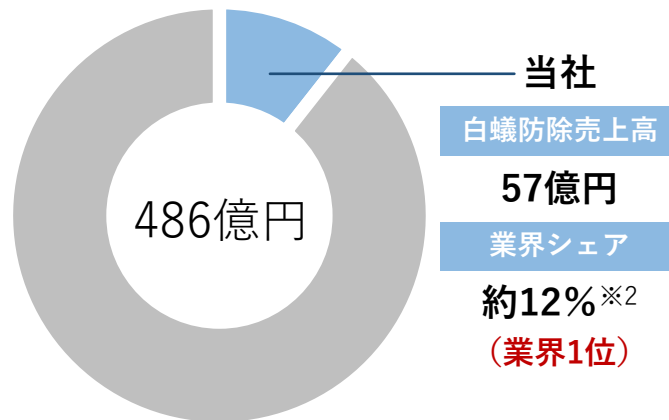


機会

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)^{※1}
- 多くの企業では、住宅メーカー等の下請け業務が主体

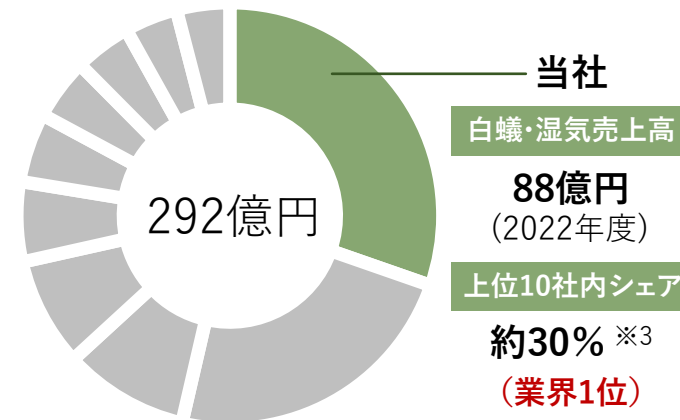


機会

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)^{※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『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



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



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



5つの重点戦略

機会を捉え、強みを活かして力強い成長を実現するための5つの重点戦略

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

② 生産性の向上

- 営業効率の向上
- 施工効率の向上

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

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



重点戦略① 営業推進基盤・体制の強化

主な取り組み（ここまでの進捗）

JA(農協)との提携拡大による営業エリアの拡充



既存エリア内
JAとの提携拡大



広島、高知に
営業所開設

企業提携先へのアプローチ強化 提携先拡大プロジェクト(PJ)



企業提携推進部署
の新設



既存提携先との
関係強化

マーケティングの強化



マーケティング
効率の向上



需要潜在期(下期)
の申込増加

能動的なM&A推進体制の構築



候補先ショート
リスト作成



最適なアプローチ
ルートの調整

今後の取り組み

- ◆ 既存エリア内の未提携JAとの提携推進
- ◆ 西日本の新規JA開拓

営業対象
(木造戸建て家屋数)
の増加
→ 売上高増加

- ◆ 提携先との関係強化
- ◆ 積極的なアプローチによる提携先の開拓

申込の増加
→ 売上高増加

- ◆ 白蟻需要顕在期(1Q)のマーケティング精度向上
- ◆ 白蟻需要潜在期(2-4Q)のマーケティング拡大

申込の増加
→ 売上高増加

- ◆ 高いシナジー効果が見込まれる同業のM&Aの検討

非連続的な
成長



重点戦略② 生産性の向上

主な取り組み（ここまでの進捗）

モバイル端末・プリンタの導入と定着促進



契約書面作成の
デジタル化



商品説明動画の
活用

営業効率化に向けた電子地図の研究

DX・データ活用 PJ



電子地図の仕様検討
システム選定



お客様データ整備

デジタル活用による業務の省力化

DX・データ活用 PJ



デジタル活用による業務プロセス見直し余地の検証

施工の安全性向上



新たな安全器具
の導入・定着促進



労働安全関連資格の
取得促進・社員教育

今後の取り組み

◆ 営業効率向上とお客様負担軽減
につながるデジタル活用の推進

営業効率向上
→ 1人当たり
売上高の向上

◆ 電子地図の導入
◆ 訪問活動における顧客データの
活用

活動量の最大化
→ 1人当たり
売上高の向上

◆ 業務のデジタルシフト
◆ 業務設計の見直しによる省力化

業務効率化
→ 利益の増加

◆ 労働安全性の向上と時間短縮、
施工品質向上につながる施工
機器・工法の研究

施工効率向上
→ 利益の増加



重点戦略③ お客様視点に立ったサービスの拡充

主な取り組み（ここまでの進捗）

多様化するお客様ニーズへの対応



植物由来成分の天然系
白蟻防除薬剤を導入



薬剤散布を伴わない
白蟻防除工法の研究

害獣・害虫対策（白蟻以外）のサービス提供体制の整備



ニーズが高まりつつある個人のお客様向け
害獣・害虫対策の提供体制の整備

断熱関連商品のラインアップ拡充



省エネ効果が高く、子育てエコホーム事業（補助金）の
対象となる断熱関連商品のラインアップ拡充に向けた
研究開発

今後の取り組み

◆ お客様ニーズへの対応と、品質
向上につながる白蟻防除工法の
研究開発と導入

顧客満足度の
向上
売上高の増加

◆ 個人のお客様向け害獣・害虫
対策の対応エリアの拡大

顧客満足度の
向上
売上高の増加

◆ 天井断熱材の本格販売開始
◆ 断熱関連商品のラインアップ
拡充に向けた研究開発

顧客満足度の
向上
売上高の増加

重点戦略④ 人的資本の開発・活用

主な取り組み（ここまでの進捗）

従業員満足度向上に向けた取り組み

人材開発 PJ



組織改善サーベイ
による課題抽出



年間休日日数選択制(一部職種)
育児休暇の取得促進

マネジメント層への継続的な教育



管理職を対象に、組織の強化とパフォーマンス向上、
人材育成の強化につながる教育

社内研修の充実



社内研修の実施回数と参加人数の増加

社内技能検定制度の運用



キャリアプランの明確化とモチベーションアップ
につながる技能検定制度の運用

今後の取り組み

- ◆ 定期的な組織改善サーベイの実施と課題の解決
- ◆ 新たな職種の追加等、多様な働き方の検討

職場環境改善

→ 人員増加

- ◆ 管理職に対するマネジメント教育の継続
- ◆ OJTにおける指導者層の育成

職場環境改善

→ 人員増加

- ◆ 研修センターを中心とした教育体系のさらなる充実
- ◆ eラーニングの導入による教育環境の整備

スキルの向上

→ 人員増加・
1人当たり
売上高増加

- ◆ 技能検定の内容拡充
- ◆ 厚生労働省 社内検定認定制度の認定取得

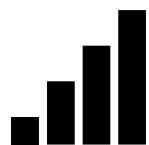
スキル・働きがいの向上

→ 人員増加・
1人当たり
売上高増加

重点戦略⑤ 事業活動を通じた社会課題解決への貢献

主な取り組み（ここまでの進捗）

白蟻防除、湿気対策、地震対策の売上件数増加



住宅の長寿命化と減災に貢献する主要3サービスの販売強化を図るも2023年度売上高は前年比96.7%

家屋の長寿命化、減災を促進する新たな商品の開発



安心・安全・快適な生活を実現し、環境保護にも貢献する新商品の研究開発

省エネ・エコドライブの推進



社内省エネ運動
電力消費量抑制



エコドライブ推進
ガソリン消費量抑制

今後の取り組み

- ◆ 重点戦略の着実な推進による主要3サービス売上高の増加
- ◆ 白蟻防除の必要性を広く啓発するPR活動の強化

CO2排出量の抑制
減災促進

- ◆ 当社経営理念に合致する新商品の研究開発

CO2排出量の抑制
減災促進

- ◆ EV車両の導入
- ◆ 省エネ・エコドライブ運動の強化
- ◆ 省エネ由来電力の導入検討

CO2排出量の抑制
コストの抑制



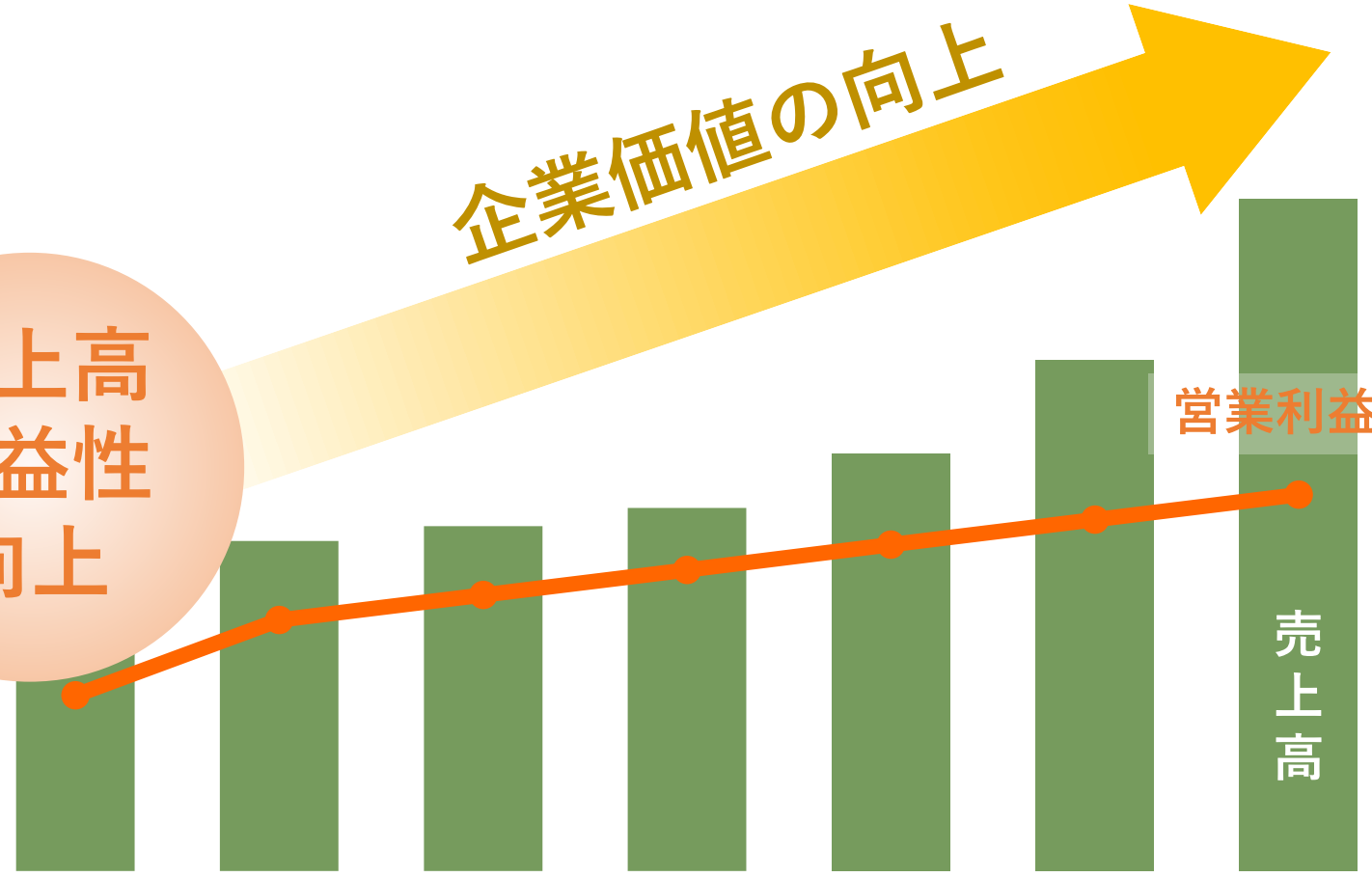
成長イメージ

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

売上高
収益性
向上

企業価値の向上



第52期 2024年度 業績予想 及び 中期経営計画



2024年度 損益概要、売上原価・販管費の内訳

(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%



2024年度 人員数・1人当たり売上高

	2024年度 予想	対前年		業績予想達成のための取り組み
		増減額	増減率	
売上高（億円）	142.7	5.7	4.2%	<ul style="list-style-type: none"> 営業エリアの拡充 販売チャネルの拡充 高付加価値サービスの設計 住まいの安全と環境保護につながるサービスの拡充 アフターサービスのさらなる充実
期中平均人員（名）	1,021	3	0.3%	<ul style="list-style-type: none"> 人材教育体制の充実 職場環境の整備
1人当たり売上高 （千円/月）	1,165	43	3.9%	<ul style="list-style-type: none"> 販売チャネルの拡充 営業効率の向上 施工効率の向上 高付加価値サービスの設計
期末人員（名）	1,028	30	3.0%	

* 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（2024-2026年度）

(億円)	2023年度 実績	2024年度 予想	2025年度 計画	計画	2026年度	
					計画	増減 (2023年度対比)
売上高	136.9	142.7	148.3	155.0	18.0	13.2%
営業利益	9.4	14.2	15.7	18.6	9.1	96.5%
営業利益率	6.9%	10.0%	10.6%	12.0%	5.1pt	-
当期純利益	5.4	8.4	9.9	12.0	6.5	121.6%
当期純利益率	4.0%	5.9%	6.7%	7.7%	3.8pt	-



資本コストと株価を意識した経営に関する方針

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
- 2023年度のROEは4.6%。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

	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
株主資本コスト(CAPMベース)	4～5%と推計				
ROE	12.2%	9.1%	5.0%	7.5%	4.6%
PBR(倍)	1.4	1.7	1.4	1.5	1.6

企業価値向上への取り組み方針・中長期のROE目標

● 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

● 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

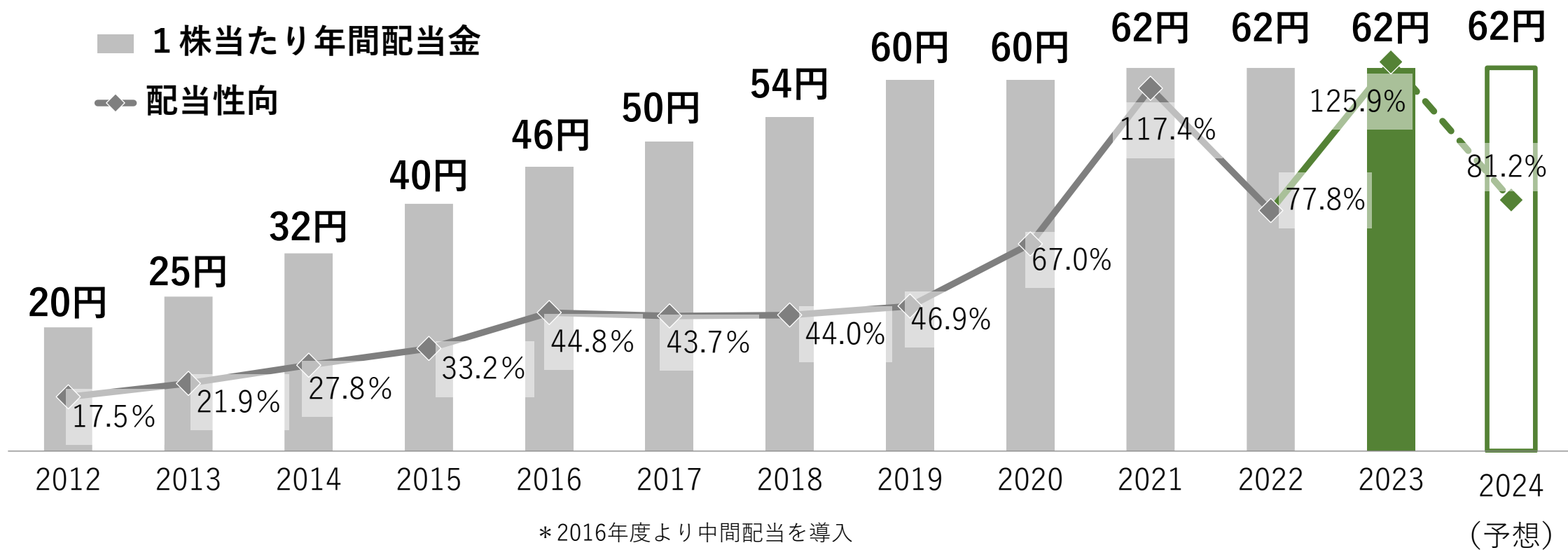
● IR活動の充実

- 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

▶▶▶ 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

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
- 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

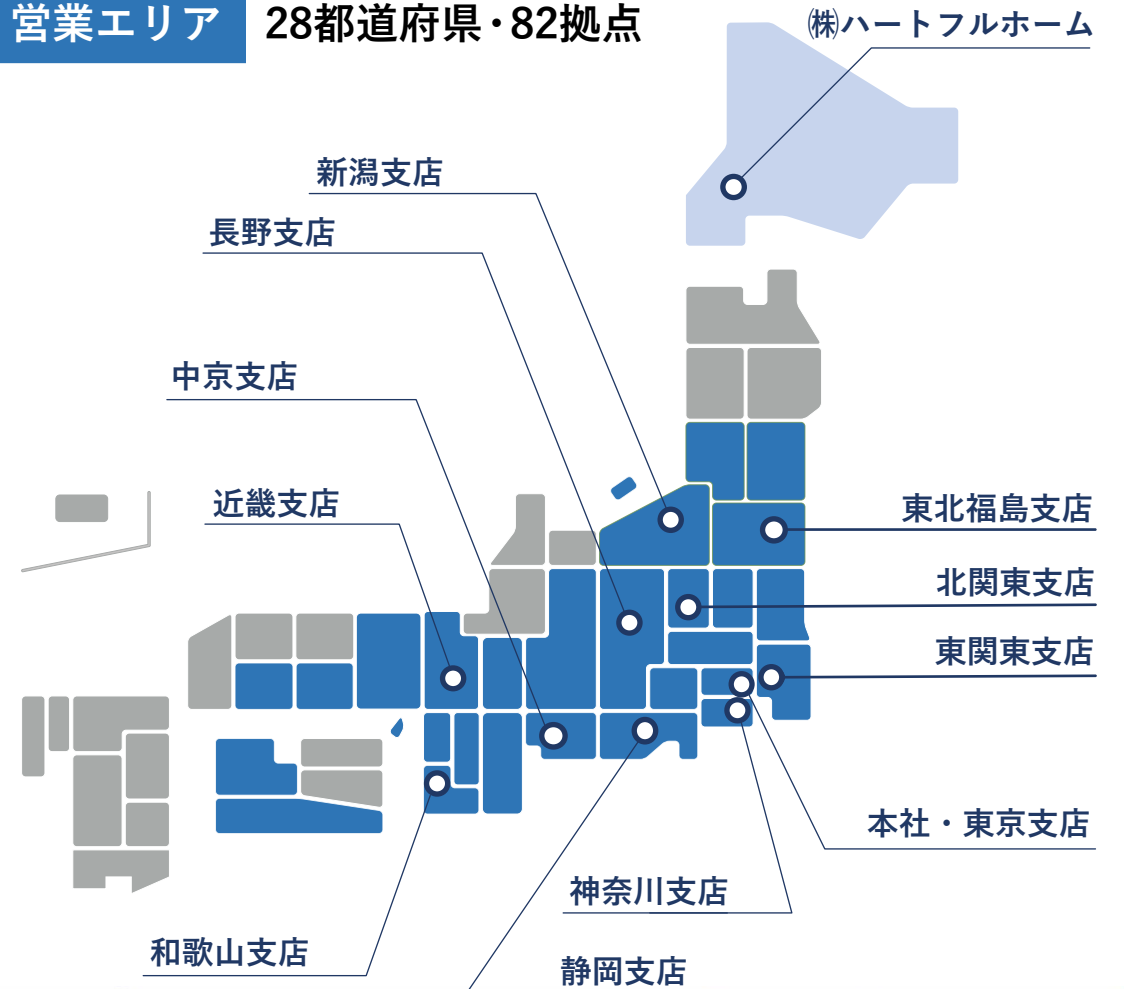
木造家屋の長寿命化と 社員のウェルビーイング向上を通じ、 環境を守り、 お客様と社会から最も信頼される企業へ

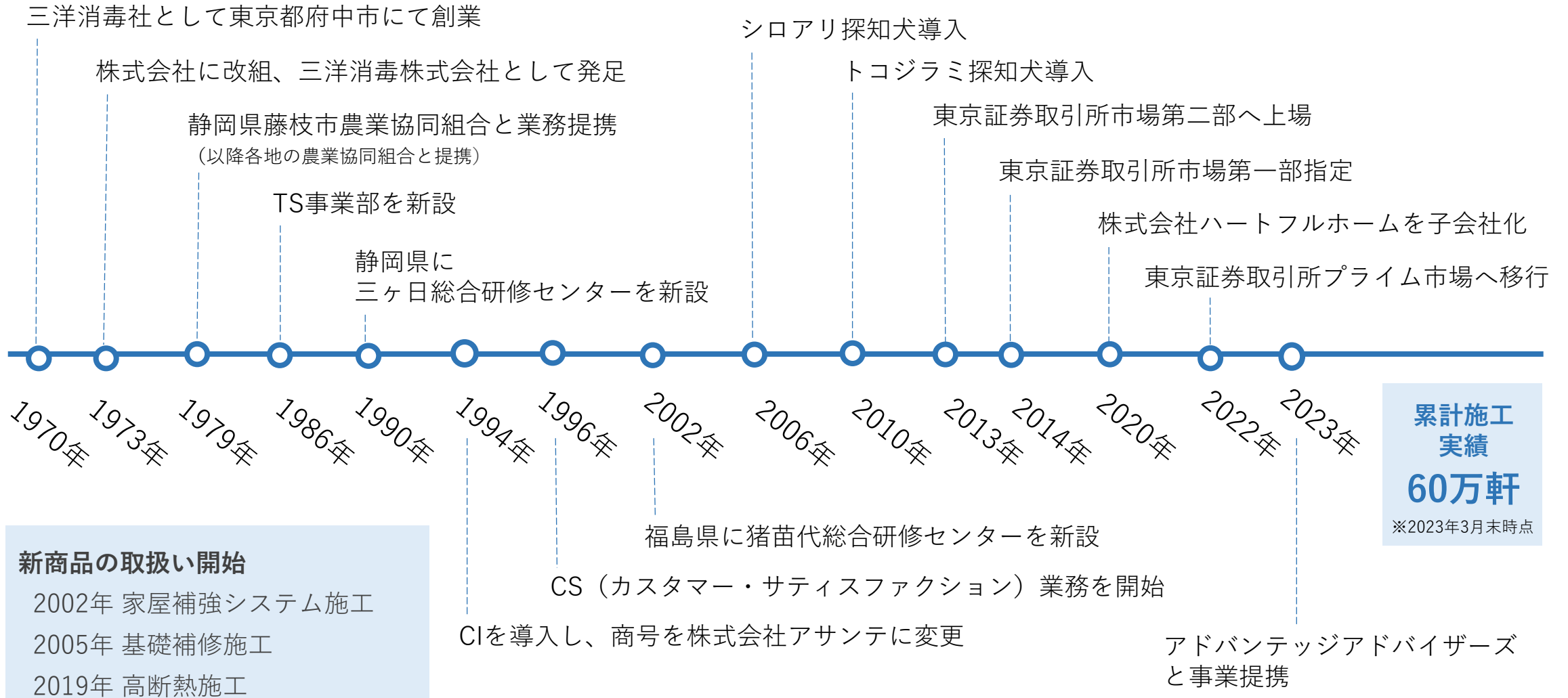
私たちはイキイキと働き、白蟻防除を主軸とした木造家屋の長寿命化と環境保護につながる最高品質のサービスを提供することで、安全・安心・快適な暮らしを全国に届け、社会とともに成長し続けます



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







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

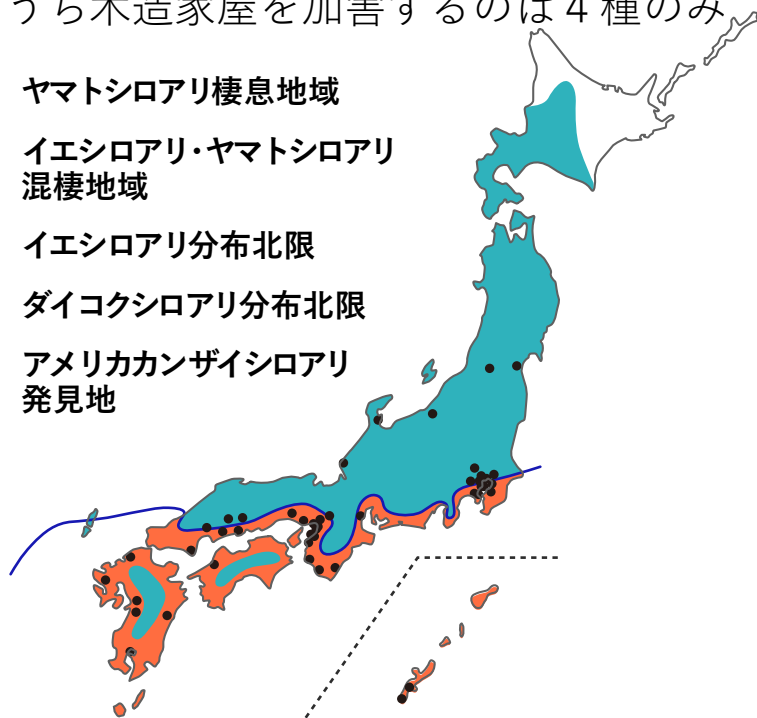
衛生対策

病院施設等の殺菌消毒等

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



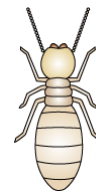
参考文献：(公社)日本しろあり対策協会
『しろあり及び腐朽防除施工の基礎知識 新版』

家屋を加害する代表的な白蟻

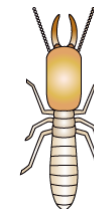
ヤマトシロアリ

- 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

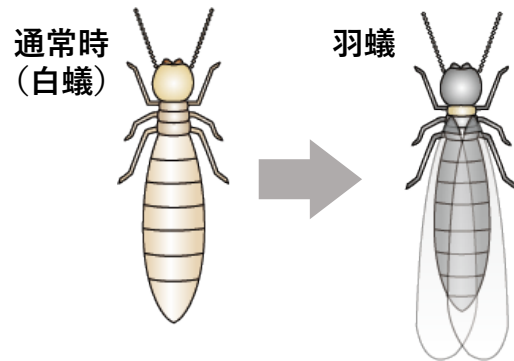


兵蟻



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



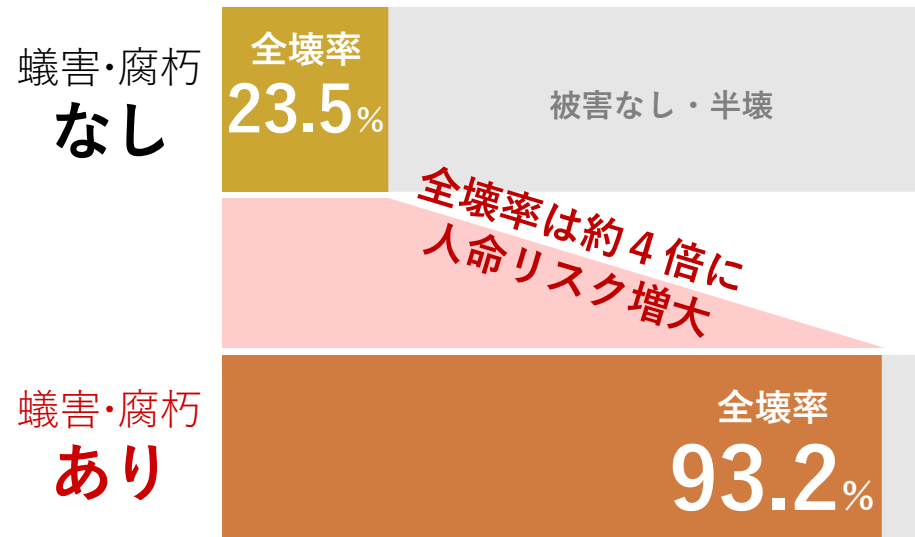
白蟻被害により耐力が低下した束柱(左)、大引き(右)



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
『1995年阪神・淡路大震災木造住宅等震災調査報告書』

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）

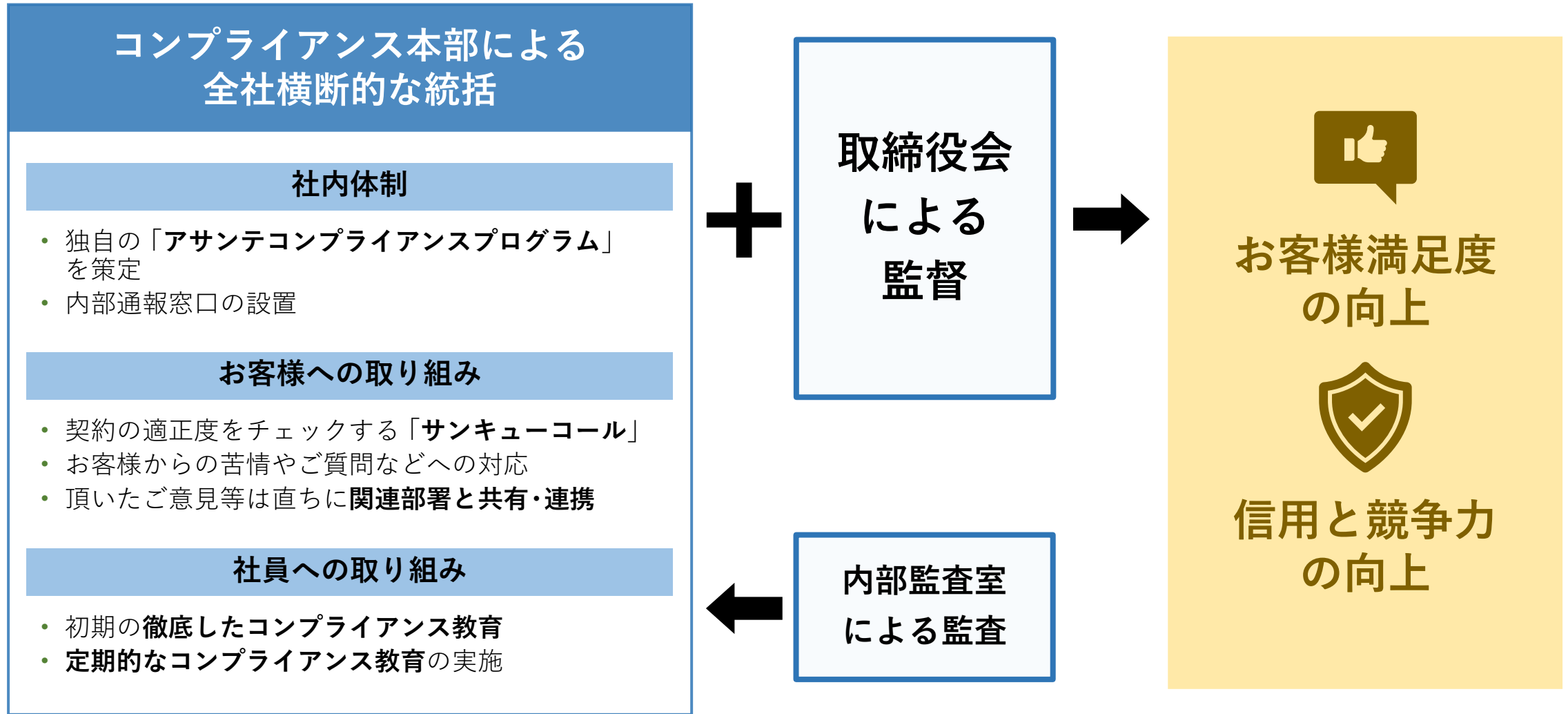
※2002年開設



人材育成に関するデータ

	2022年度
研修センター講師職人数（名）	8
年間研修受講者（名）	1,337
研修開催回数（回）	507
入社1年目社員の研修参加日数（日）	16.8
訪問販売員教育指導者資格保有者（名）	54
日本訪問販売協会 登録販売員数（名）	167

充実した教育体制による高品質のサービス提供を実現



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

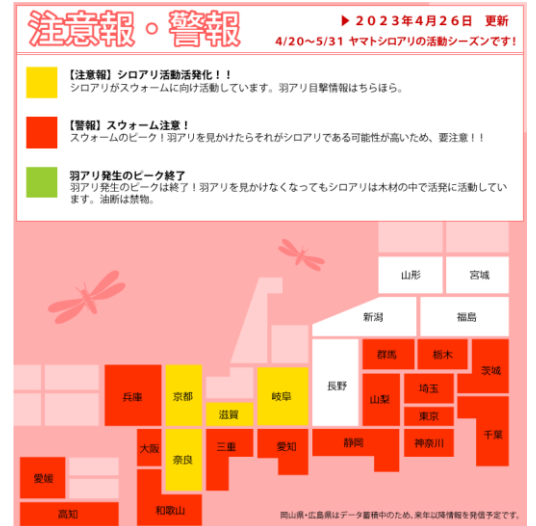
- 川崎フロンターレとスポンサーシップを締結し、ホームスタジアム(川崎市等々力陸上競技場)の害虫駆除を提供



© 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

『サタデーウォッチ9』(2023年9月・NHK)
『坂上どうぶつ王国』(2022年5月・フジテレビ)

● WEB

『NEWS WEB』(2023年5月・NHK)

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。