

2025年度 決算説明資料

中期経営計画説明資料

人と技術を育て 人と家と森を守る



2026年5月12日



株式会社 アサンテ

証券コード:6073

INDEX

1	2025年度 決算サマリー	…	2
2	2025年度 決算詳細	…	7
3	中期経営計画、業績・配当予想	…	17
Appendix		…	40

1 2025年度 決算サマリー

営業戦略の成果により増収となるも、売上高が計画に届かない中、成長投資が先行し、減益

連結売上高

143.5 億円

前年差異 **+ 3.3** 億円

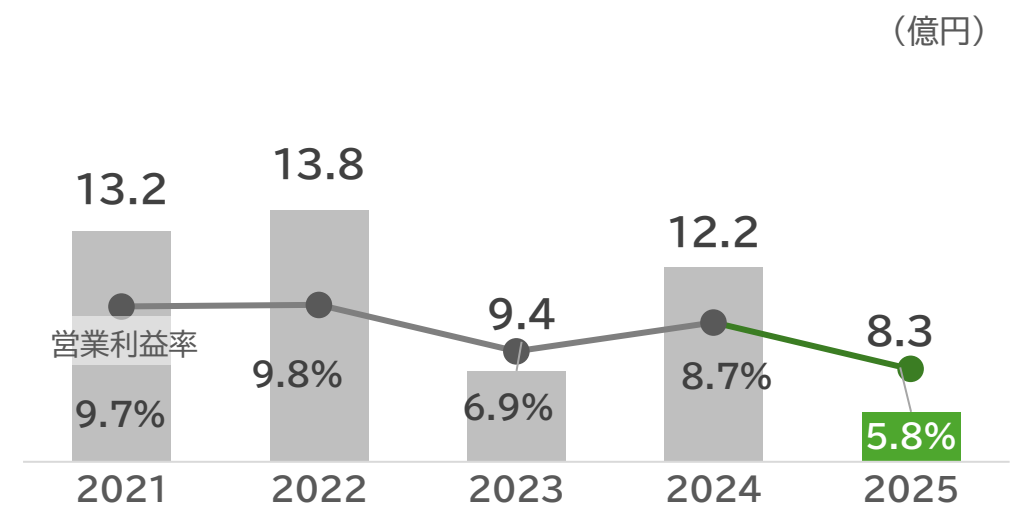
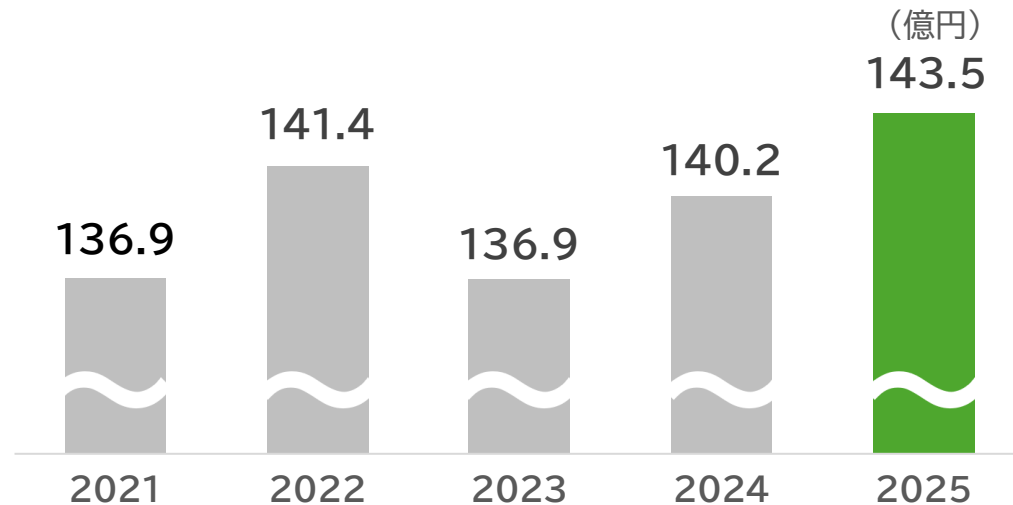
前年比 **+ 2.4** %

営業利益

8.3 億円

前年差異 **▲ 3.9** 億円

前年比 **▲ 31.9** %



2025年度 決算サマリー(非財務指標/前年比)



天候不順の影響を受けながらもルート拡充により申込調査件数は増加。企業・団体提携先も大幅増加

申込調査件数

11,400 件

前年差異 + 1,500 件

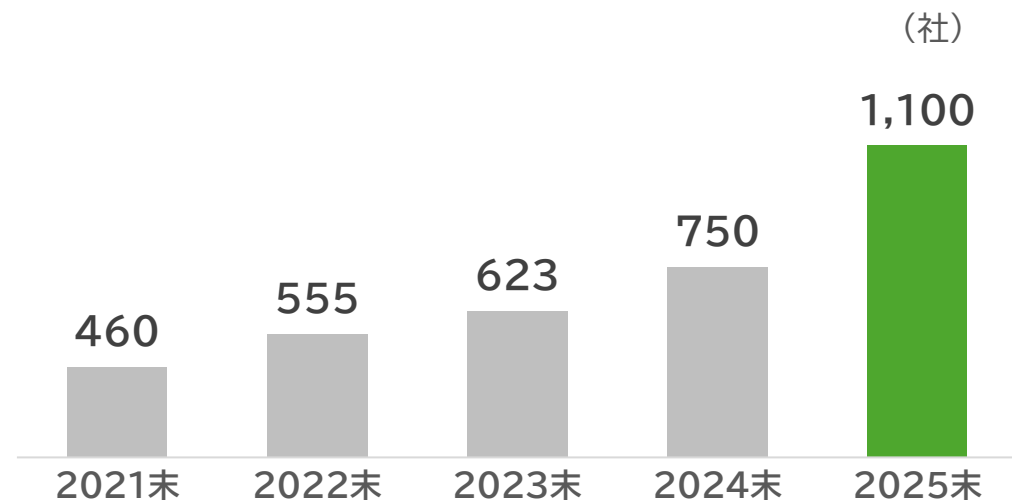
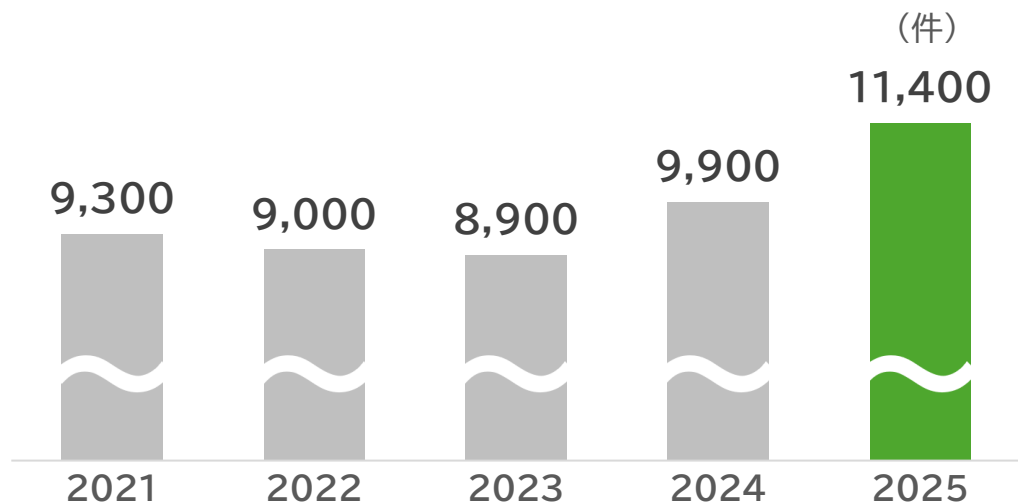
前年比 + 15.2 %

企業・団体
提携先数

1,100 社

前年差異 + 350 社

前年比 + 46.7 %



2025年度 決算サマリー(非財務指標/前年比)



3年ぶりに総従業員数(期中平均)が増加。従業員が増加する中においても1人当たり売上高を維持

総従業員数
(期中平均)

997 名

前年差異 +17 名

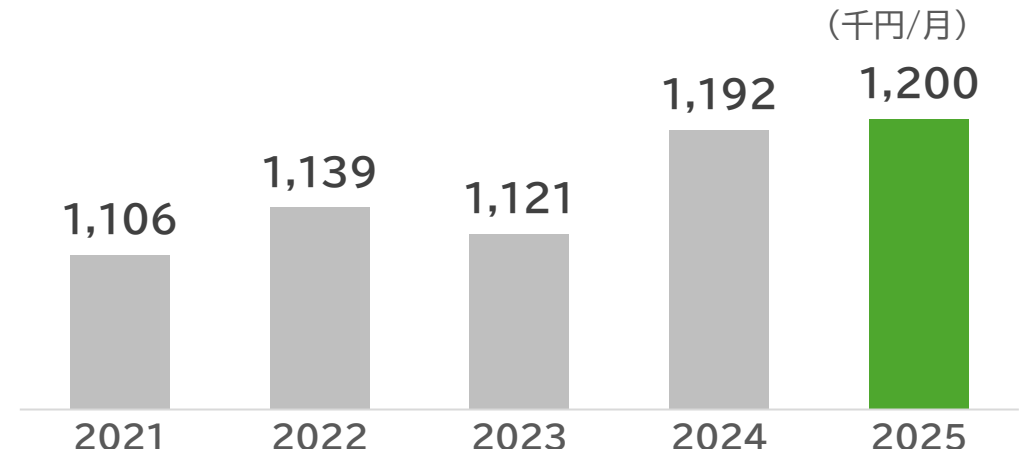
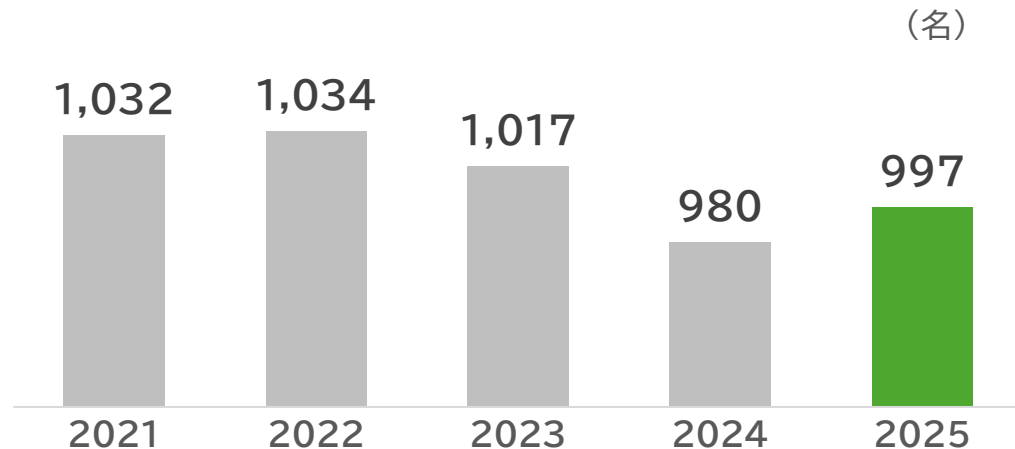
前年比 +1.8 %

1人当たり
売上高

1,200 千円/月

前年差異 +7 千円/月

前年比 +0.6 %



PCOサービス 提供体制の整備完了

- 個人のお客様向けPCO(害虫・害獣対策)提供体制の整備が完了
- 積極的なマーケティングを展開



教育体制の見直し

- 研修センター機能を三ヶ日総合研修センターに統合
- 集合研修による実践教育、OJT、Web研修を組み合わせ、効率的かつ高度な人材育成体制を構築
- 猪苗代総合研修センターの運用停止に伴い、2025年度4Qに特別損失2.8億円を計上



三ヶ日総合研修センター

鹿児島営業所開設 (九州に進出)

鹿児島県内JAとの新規提携により、鹿児島営業所を開設(2026年4月1日)



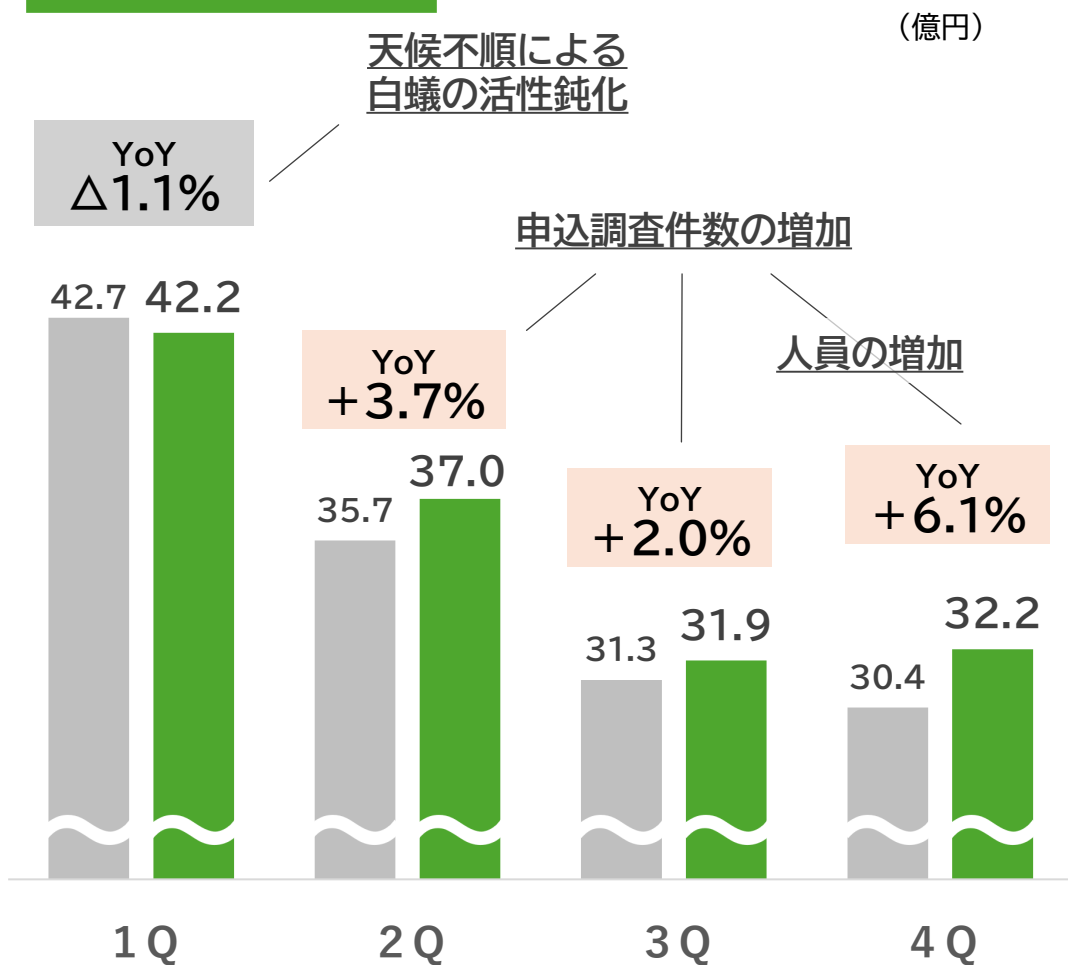
営業エリア
29都道府県
82拠点

2 2025年度 決算詳細

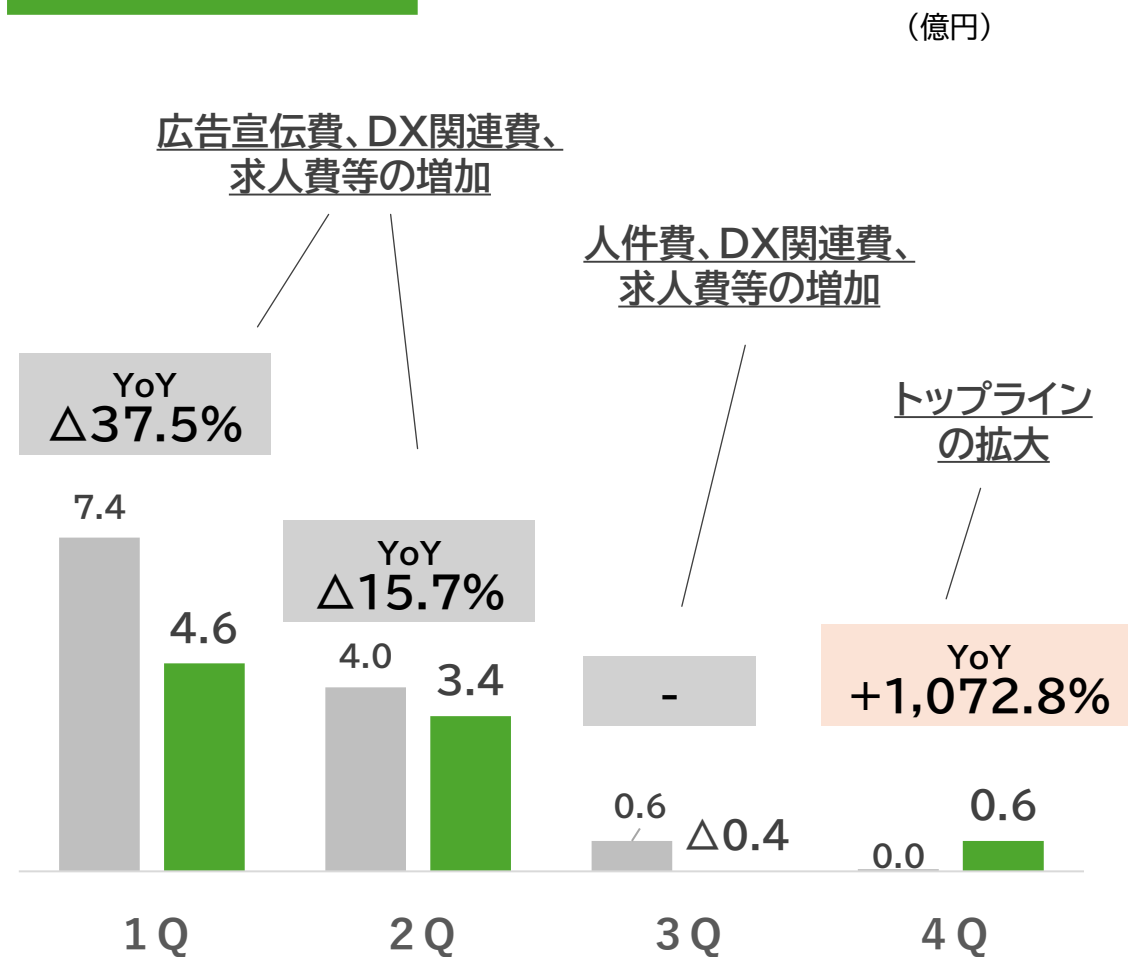
損益実績(前年比・予想比)

(億円)	2025年度		対前年		対予想 (2026年3月17日公表)	
	実績	構成比	増減額	増減率	差異額	達成率
売上高	143.5	-	3.3	2.4%	0.5	100.4%
営業利益	8.3	5.8%	△3.9	△31.9%	0.5	107.1%
経常利益	8.3	5.8%	△3.2	△27.9%	0.5	107.3%
当期純利益	2.7	1.9%	△4.1	△60.1%	0.3	114.3%

連結売上高



営業利益



その他

売上高 18億円
前年比 +7.4%
構成比 13.1%

- (株)ハートフルホーム
- 高断熱施工
- 害虫・害獣対策
- リフォーム
- その他

地震対策

売上高 33億円
前年比 Δ 4.4%
構成比 23.3%

- 基礎補修
- 家屋補強システム

湿気対策

売上高 28億円
前年比 +2.5%
構成比 20.2%

- 床下換気扇
- 調湿材



白蟻防除

売上高 62億円
前年比 +4.8%
構成比 43.4%

シロアリ対策
全国シェア



住宅用シロアリ防除トップ
東洋経済「会社四季報」2026年2集より

人員数・1人当たり売上高

	2025年度	対前年	
		増減額	増減率
期中平均人員(名)	997	17	1.8%
期末人員(名)	1,013	30	3.1%
売上高(億円)	143.5	3.3	2.4%
1人当たり売上高(千円/月)	1,200	7	0.6%

* 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)

2025年度 売上原価・販管費内訳

(億円)	2025年度	対前年	
		増減額	増減率
売上高	143.5	3.3	2.4%
売上原価	45.1	1.9	4.5%
材料費	18.7	0.3	2.0%
労務費	14.4	0.9	6.8%
その他売上原価	11.9	0.6	5.7%
売上総利益	98.4	1.3	1.4%
販管費	90.0	5.2	6.2%
人件費	55.9	2.1	4.0%
広告宣伝費	6.1	0.9	17.4%
その他販管費	27.9	2.3	8.6%
営業利益	8.3	△3.9	△31.9%

● 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%で前年度比横ばい

労務費

- ・ 技術系社員数の増加、処遇向上により労務費が増加

● 販管費

人件費

- ・ 営業系社員数の増加、インセンティブや処遇改善関連費用の増加

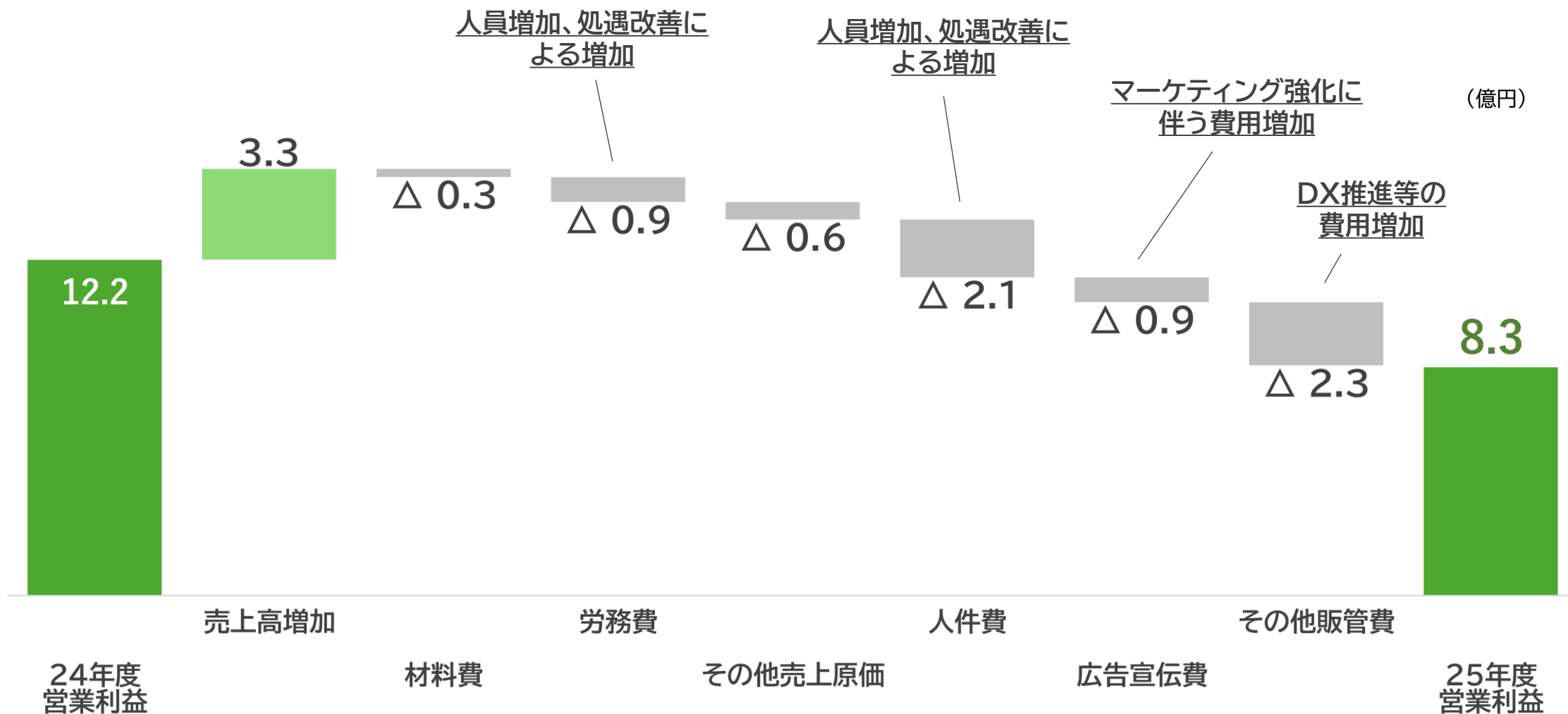
広告宣伝費

- ・ 戦略的なマーケティング強化に伴う増加
- ・ 広告宣伝費率4.3%(前年度比+0.5pt)

その他販管費

- ・ デバイス・ライセンス費等、DX推進関連費用が増加
- ・ 求人費の増加

営業利益 増減分析



貸借対照表

(億円)	2024年度	2025年度	増減額	増減要因	
流動資産	93.5	92.2	△1.2	現金及び預金	△3.5
固定資産	49.8	47.4	△2.3	猪苗代研修センターの減損	△2.8
繰延資産	0.1	0.0	△0.0		
資産合計	143.4	139.7	△3.6		
流動負債	20.6	19.5	△1.0	未払法人税等	△0.9
固定負債	25.3	24.1	△1.2	退職給付に係る負債	△0.7
負債合計	46.0	43.7	△2.3		
純資産合計	97.4	96.0	△1.3		

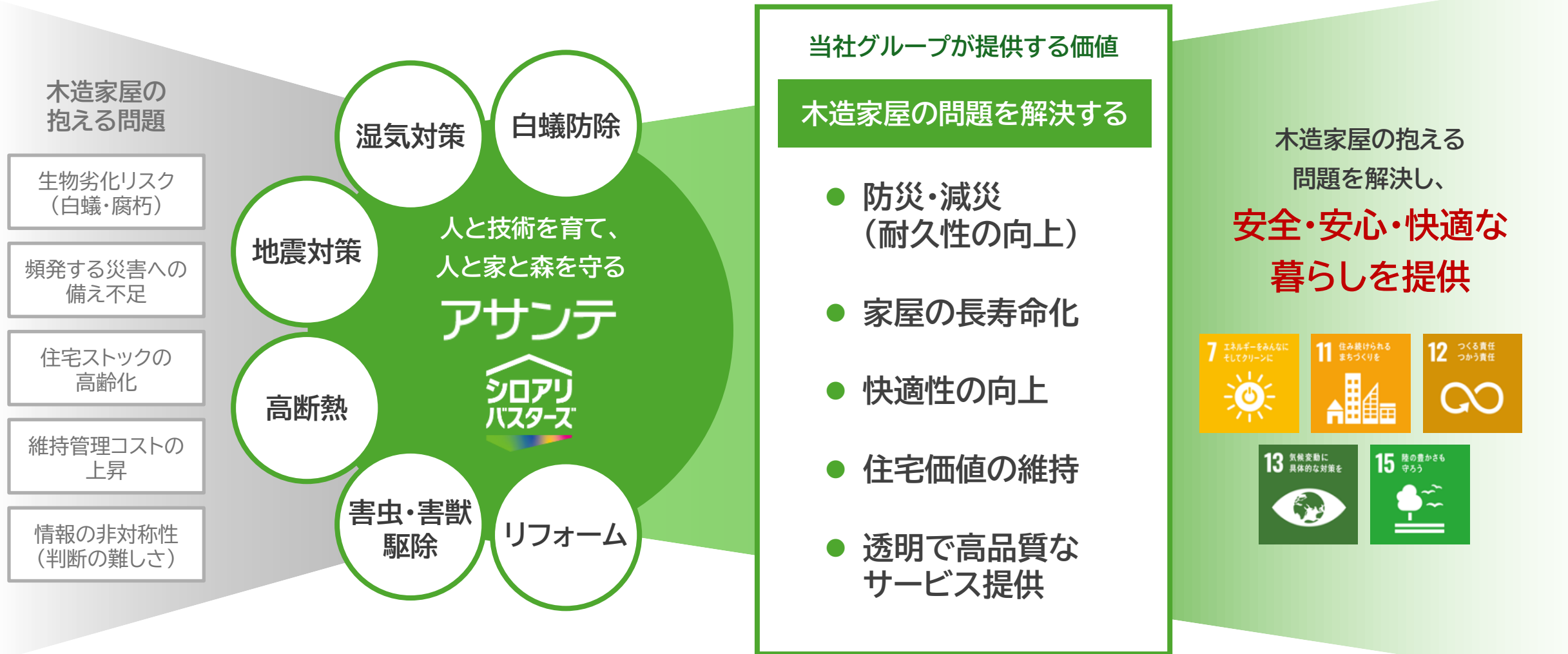
(億円)	2024年度	2025年度	主な要因	
営業活動CF	11.2	3.7	税金等調整前当期純利益	5.5
			減損損失	2.8
			売上債権の増加	△1.8
			法人税等の支払額	△4.4
投資活動CF	△0.6	△1.0	固定資産の取得による支出	△1.0
フリーキャッシュ・フロー	10.5	2.7		
財務活動CF	△26.7	△6.2	配当金の支払額	△6.0
現金及び現金同等物の 期末残高	71.0	67.5		

	2023年度	2024年度	2025年度	増減 (対前年)
自己資本比率	72.7%	67.8%	68.6%	0.8pt
有利子負債依存度	2.2%	2.5%	2.6%	0.1pt
営業利益率	6.9%	8.7%	5.8%	△2.9pt
ROA(総資産経常利益率)	6.4%	7.6%	5.9%	△1.7pt
ROE(自己資本当期純利益率)	4.6%	6.4%	2.8%	△3.6pt
EPS(円)	49.24	66.02	28.09	△37.94
BPS(円)	1,066.24	996.76	981.73	△15.03
配当性向	125.9%	93.9%	220.7%	126.8pt

3 中期経営計画（2026－2028年度）、 業績・配当予想

- ローリング方式から3年間FIXの中期経営計画に移行
- 中計最終年度の2028年度は、売上高169億円(2025年度比+17.7%)、営業利益14.4億円(同+72.3%)、営業利益率8.5%(同+2.7pt)を目指す
- 本中期経営計画期間は、成長基盤を再構築する3年間とし、営業・施工人員の増強による売上創出力の拡大を最優先事項と位置付け、労働市場の変化に対応
- 2026年度は、年間休日増加を伴う処遇改善を実施するため減収(2025年度比)。
また、一時的なトップラインの低下に加えて、給与水準の引き上げや積極的な成長投資など費用が先行するため減益(2025年度比)
- 安定配当方針を維持し、2026年度 年間配当予想は62円に据え置き

当社グループが提供する価値



木造家屋の抱える問題

- 生物劣化リスク (白蟻・腐朽)
- 頻発する災害への備え不足
- 住宅ストックの高齢化
- 維持管理コストの上昇
- 情報の非対称性 (判断の難しさ)

湿気対策 白蟻防除

地震対策

高断熱

害虫・害獣 駆除 リフォーム

人と技術を育て、
人と家と森を守る

アサント

シロアリバスターズ

当社グループが提供する価値

木造家屋の問題を解決する

- 防災・減災 (耐久性の向上)
- 家屋の長寿命化
- 快適性の向上
- 住宅価値の維持
- 透明で高品質なサービス提供

木造家屋の抱える問題を解決し、
安全・安心・快適な暮らしを提供

7 エネルギーをみんなに
そしてクリーンに

11 住み続けられる
まちづくりを

12 つくる責任
つかう責任

13 気候変動に
具体的な対策を

15 陸の豊かさも
守ろう

販売チャネル拡大 × 取扱いサービス拡充で木造家屋の問題を解決する

販売チャネル

多様な価値提供形態を有する

取扱いサービス

新たな接点の獲得
(B2B)

企業・団体提携先
(B2B2C)

マーケティング
Web・折込・CM等

JA提携×訪問販売

家屋の問題解決
Professional



提携・ロールアップ等
を活用した
サービス拡充

防災・減災に
つながる
サービス開発

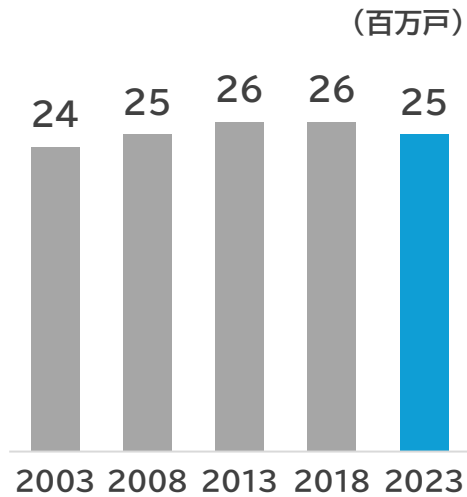
PCO (害虫・害獣)
高断熱

白蟻防除
湿気・地震対策

厚い戸建てストックを起点に、安定流入と潜在・拡張市場が重なる莫大な市場

巨大な戸建てストック

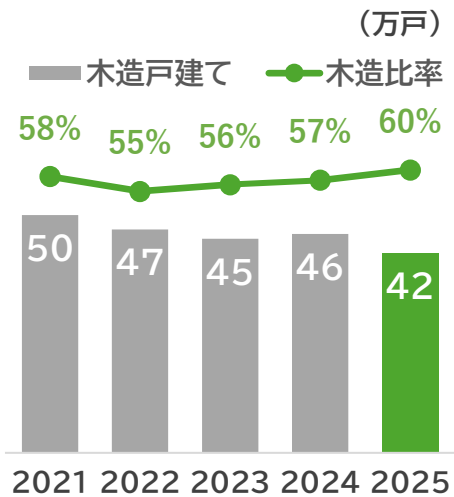
国内木造戸建て戸数の推移



総務省統計局「住宅・土地統計調査」

安定した木造新設着工

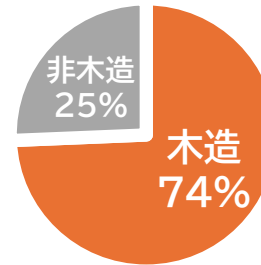
木造戸建て新設戸数推移と木造比率



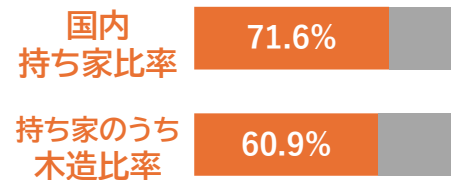
国土交通省「住宅着工統計」「木造住宅の新設着工戸数の推移」

根強い持家・戸建指向

Q:どんな家を選びたい?



内閣府「森林と生活に関する世論調査」



総務省統計局「住宅・土地統計調査」

莫大な潜在・拡張市場

拡張市場: ハウスメンテナンス
戸建て住宅メンテナンス市場規模
約1.9兆円
中古活性・維持管理需要拡大

白蟻防除 潜在市場
潜在市場規模(当社推定)
約8,200億円
安定した新設着工

隣接市場: PCO
約860億円、ニーズ拡大中

コア市場: 白蟻防除
約500億円で安定

今後も厚いストックが継続する安定市場

劣化が生じてから対処する時代から、劣化を未然に防ぐ時代へ

3つの社会変化（当社ビジネスへの強い追い風）

国策(住生活基本計画)の方向性

既存住宅流通とリフォーム市場の拡大を国が明確に後押し

新築中心 → スtock活用へ

既存住宅取引及びリフォーム市場規模

2023年
16.9兆円

2035年
20兆円

「住生活基本計画(全国計画)」

既存住宅を長く安全に使う方向へ
市場構造そのものが変化

木造家屋の価値高騰

家屋は「消費財」から
「守るべき資産」へ

ハウスマンテナンス需要の高まり

不動産価格指数の推移

2010年
100

2018年
102

2025年12月
122

国土交通省「不動産価格指数(全国・戸建)」

家屋価値の毀損回避が
費用対効果の高い投資に

防災・減災意識の高まり

倒壊リスクの中心は家屋
見えない劣化対策への関心上昇

大規模災害への備え促進

耐震性が不十分な戸建家屋

2023年
450万戸

2035年
おおむね解消

国土交通省「住宅・建築物の耐震化について」

防災・減災の観点で
当社サービスの重要性が高まる

外部環境の逆風・変化を「人材確保」「顧客接点拡大」「生産性向上」の強化で克服

人材市況

- 売り手市場が慢性化
- 休日・処遇・働き方への要求水準が上昇し、採用・定着の難度が高い状況が継続

労働力人口

2040年 6,002-6,791万人
(2022年 6,902万人)

有効求人倍率

1.25倍(2024年度)

対応

- 積極採用と定着促進を両輪で推進
- 年間休日増加・給与水準引き上げ
- 教育・OJT・社内検定の拡充

消費マインド

- インフレ下で選別消費が進行
- 家屋の見えない箇所へのメンテナンスのニーズが潜在化しやすく、購買優先順位が低下しがち

消費者物価指数

+3.2%

2025年平均・総合指数
(2020年=100)

対応

- マーケティング強化による潜在ニーズ喚起
- 企業・団体提携先拡大、訪問営業効率向上による接点拡大

AIの発展

- AIの急速な進展により、現場・間接業務の生産性格差が拡大
- 活用遅れは競争力低下要因

AI活用による生産性指標

AI非活用企業 1.0

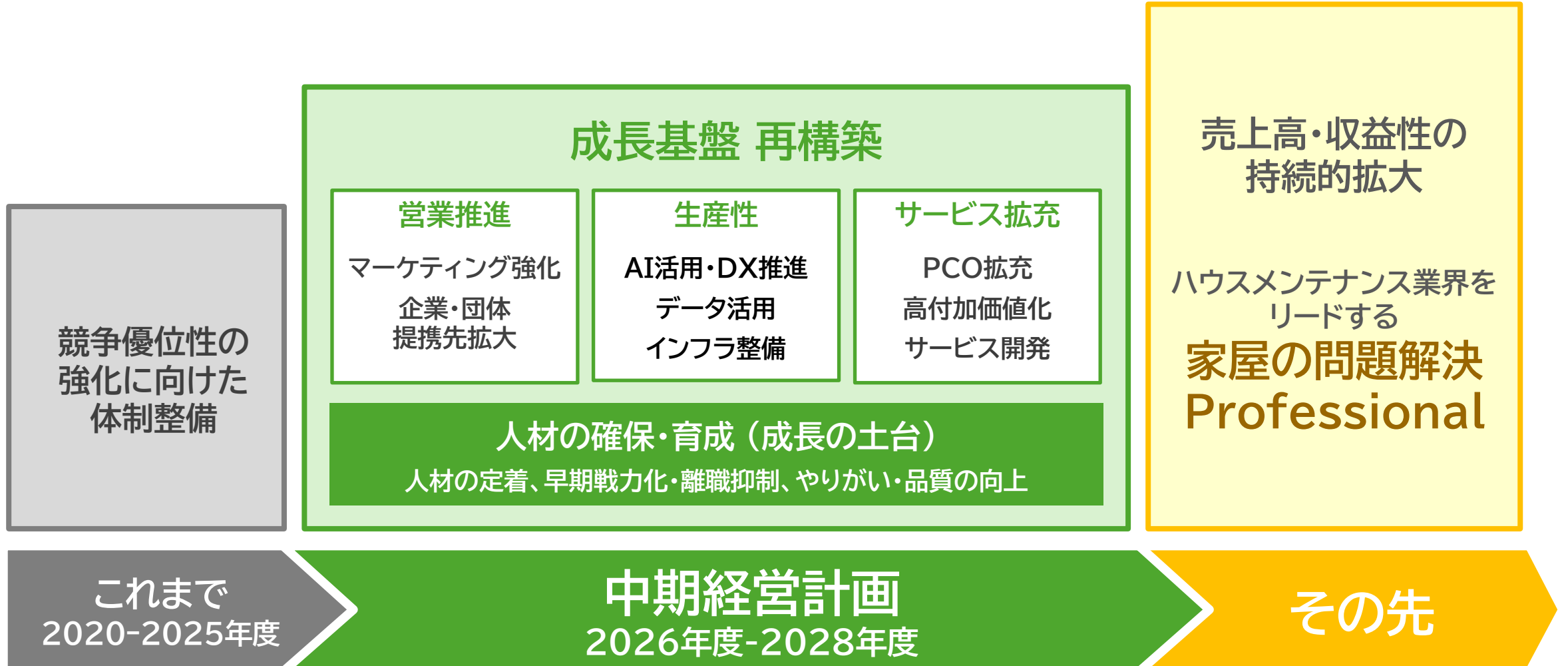
AI活用企業 1.14~1.4

NBER/Stanford等 “Generative AI at Work”
MIT/Science “Experimental evidence on the productivity effects of generative AI”

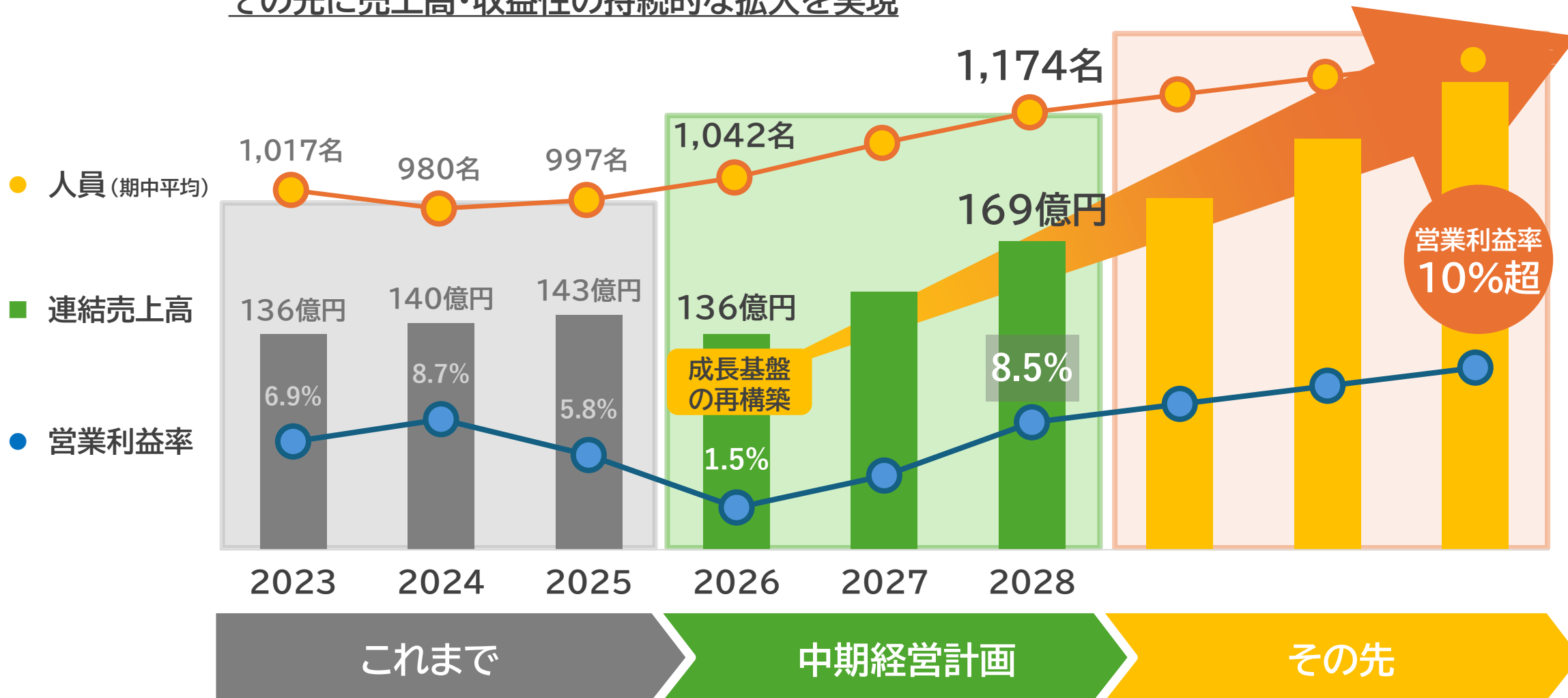
対応

- フィジカルAI 導入・DXの検討加速
- データ活用の促進
- 生成AI活用基盤の整備

構造改革の断行と積極的な成長投資により成長を加速させる成長基盤再構築期



3年間で基盤再構築によるトップライン拡大、人員増加を果たし、
その先に売上高・収益性の持続的な拡大を実現

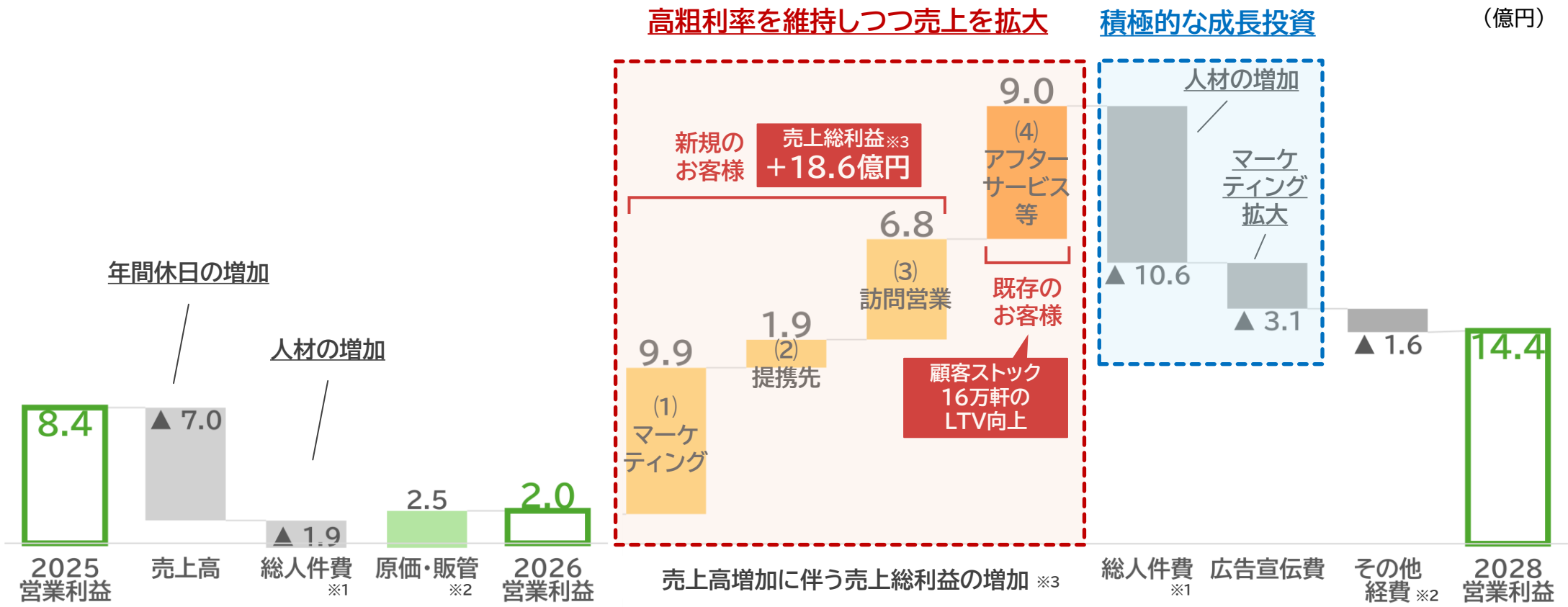


3年間の成果創出にフォーカスするため、ローリング方式から3年固定計画に移行

(億円)	2025年度 (実績)	2026年度 (予想)	2028年度(計画)	2025年度比
連結売上高	143.5	136.6	169.0	17.7%
売上総利益	98.4	91.3	115.7	17.6%
売上総利益率	68.6%	66.9%	68.5%	△0.1pt
営業利益	8.3	2.0	14.4	72.3%
営業利益率	5.8%	1.5%	8.5%	2.7pt
当期純利益	2.7	0.3	9.0	228.0%
期中平均人員	997名	1,042名	1,174名	17.7%

利益規模と収益性を拡大する4つのチャンネル

戦略推進によるトップライン拡大と高い粗利率の維持、人材の増加により、利益創出



※1: 労務費+人件費(退職給付費用を含まない) ※2: 退職給付費用を含む ※3: 労務費を除く

当社にとって人材＝売上創出の源泉
中長期的成長を実現するために労働市場の変化に対応し、成長の阻害要因を排除する

2025年度の成果

中期経営計画1年目の最優先事項

中期経営計画3年間

人員減少が続き、
業績は横ばい



一部社員を対象に
新たな働き方を導入し
人員増加に転じる

期末人員数の推移



2022 2023 2024 2025

労働市場の変化に対応し
人材を確保

年間休日の増加

2026年度業績への影響

営業稼働日数が
10%超減少
(2025年度比)



一時的に
売上高が減少

処遇・やりがいの
向上

給与水準引き上げ
就労環境整備

教育インフラ
高度化

持続的成長の強固な土台を構築

人材確保

施工キャパと顧客接点拡大

トップライン拡大

収益性向上

① 営業推進基盤・体制の強化

営業推進

マーケティング強化と企業・団体提携先拡大による申込の増加

② 生産性の向上

生産性

AI・DXによる現場業務効率化、データ活用促進、インフラ整備

③ お客様視点に立ったサービスの拡充

サービス拡充

既存サービスの拡販と高付加価値化、顧客ニーズに則したサービス開発

④ 人的資本の開発・活用

人材の確保・育成

採用・定着・戦力化を強化

⑤ 事業活動を通じた社会課題解決への貢献

事業成長＝防災・減災と地球環境保護

顧客接点の多層化による申込調査件数の増加により、3年間で新規顧客売上高を40%拡大

マーケティング強化

多様なメディアを活用した
ニーズ喚起と申込獲得力の強化

テレビCM

WEB

新聞チラシ



申込調査件数

2025年度 11,400件

+60%

2028年度 18,000件

企業・団体 提携先拡大

地域ネットワークの拡充と
提携スキームの多様化

生活インフラ企業

訪問営業企業

住宅メンテナンス
建物管理会社

生活協同組合

官公庁・民間企業の
生協・福利厚生団体

工務店

会員向けサービス
プラットフォーム

ホームセンター
小売り

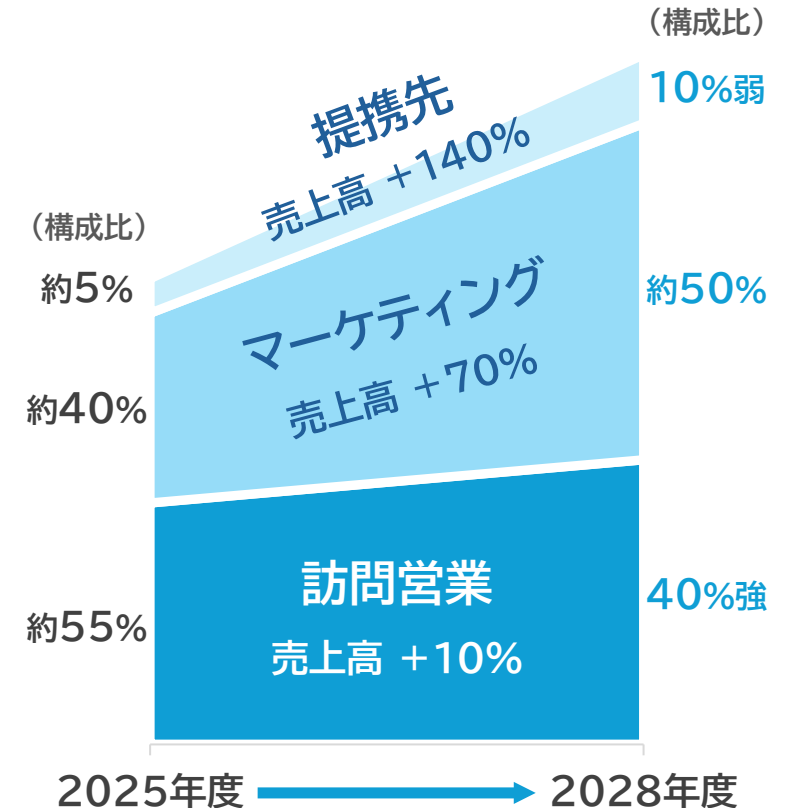
提携先数

2025年度末 1,100社

+120%

2028年度末 2,400社

新規顧客売上高の拡大イメージと
目指すチャンネル別売上高構成比



業務全般の生産性向上と、AI活用による業務改革を大胆に模索

AI活用・DX推進

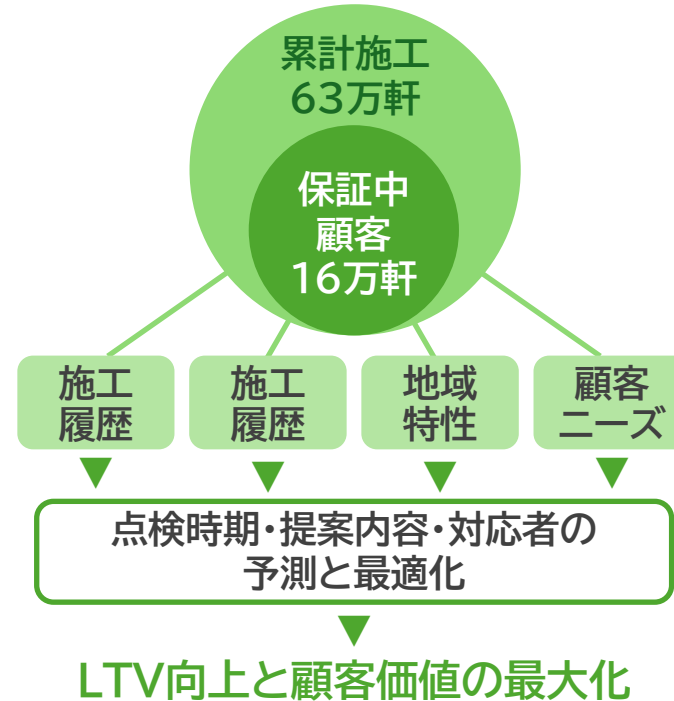
フィジカルAIを活用した
業務省力化、顧客体験の向上

床下業務を中心に
技術を比較・検証し、構想を具体化



お客様データ活用

約63万軒の施工データと
約16万軒の保証中顧客データを
活用し、生産性と顧客満足度の向上



インフラ整備

業務の効率化・省人化に直結する
仕組みを優先導入

- 電子地図システムの機能拡充
営業現場で蓄積した情報の活用拡大



- 生成AI活用基盤の整備による
間接業務の効率化

お客様のニーズに沿ったサービスの拡充により、LTV向上を図る

PCOサービスの 拡販

ニーズが拡大する個人宅向け
PCO(害獣・害虫)拡販に注力



季節に応じたマーケティングと
保証中顧客への提案により
大幅増収を目指す

PCO売上高(BtoC)

2025年度 1.3億円

+560%

2028年度 9億円

既存サービスの 高付加価値化

木造家屋構造の多様化、高機能化に
対応し、既存サービスを改良

● 新たな白蟻防除方法の研究開発



- ・多様化・高機能化する家屋への対応加速
- ・お客様ニーズに沿った白蟻防除ラインアップの拡充

● 高断熱施工ラインアップ拡充



- ・床下・天井に次いで窓断熱の本格販売を開始

サービス提供価値の拡張

お客様ニーズに沿った サービス開発

お客様アンケートを通じた
ニーズ把握と新サービスの検討

起点

- お客様アンケート
- お客様宅訪問時のコミュニケーション

経営理念とお客様ニーズに合致する
新たなサービスを設計



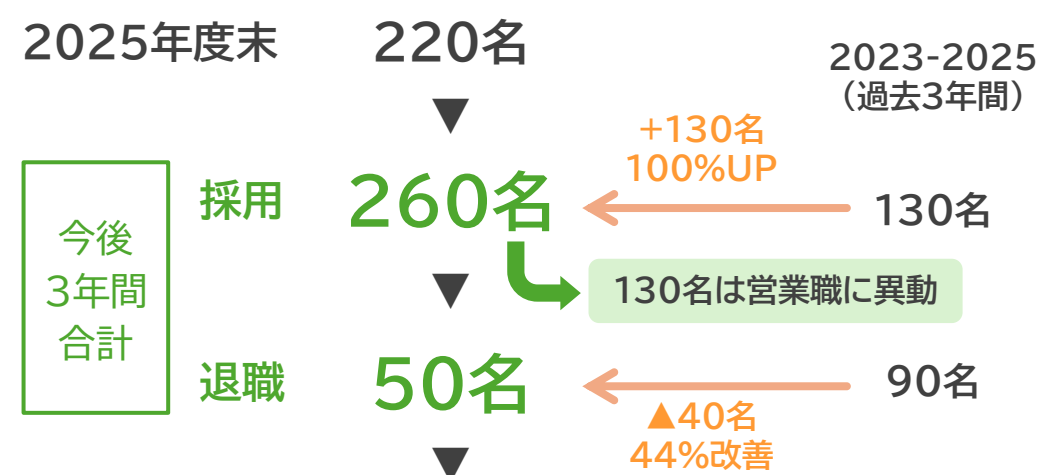
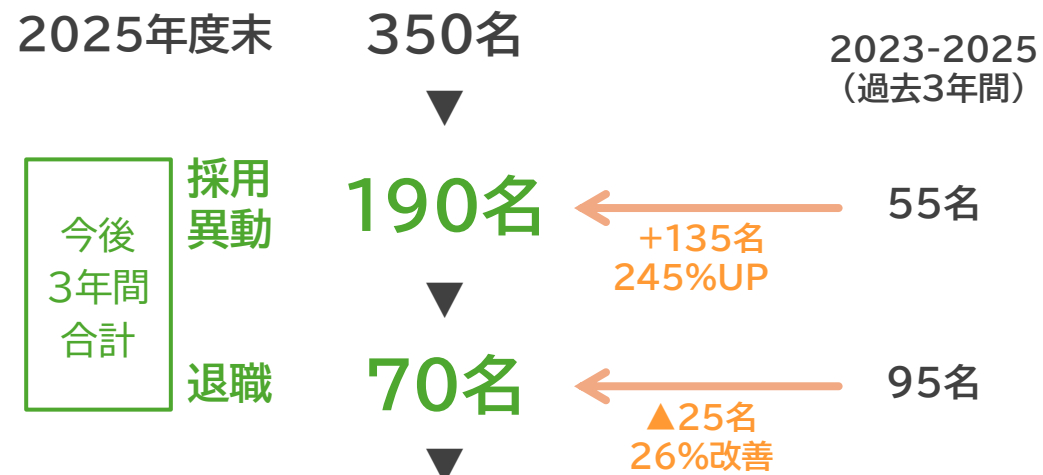
労働市場の変化に対応し、人材(=売上創出力)を拡大する

受注件数の増加 *当社単体

施工キャパシティの拡大 *当社単体

営業系社員(正社員)

技術系社員(正社員)



2028年度末 470名

2025年度末比 +120名(+34%)

2028年度末 300名

2025年度末比 +80名(+36%)

連結売上高 +25.5億円 (2025年度→2028年度)

処遇改善・教育・やりがい創出を一体で深化させ、長く活躍できる人材を着実に増やす

処遇改善・環境整備による人材の定着

働き方の改善、報酬の見直し、生活支援を一体で進め採用競争力と定着力を底上げ

これまで実施してきたこと(継続)

- 年間休日の増加・給与水準引き上げ
- 寮・社宅、引越費用負担
- 奨学金返還支援、各種手当の拡充
- OJT体制の強化

▼

今後の取り組み

- 人事制度の継続的な改善
- 福利厚生の実践
- マネジメント能力開発

手厚い初期教育と継続フォローによる早期戦力化・離職抑制

研修・OJT・フォローで
ひとり立ちまで伴走

(入社時) 導入研修 業務理解 基本知識

OJT 知識・スキル モデルハウス 実践研修

OJT WEB研修 集合研修 習得度確認 フォロー

ひとり立ち・定着

スキル・キャリアアップを通じたやりがい・品質の向上

社内検定制度を通じた仕事のやりがい醸成と品質の向上

社内検定制度の拡充

担当業務 拡大 スキル 評価 指導機会 増加

やりがい・品質の向上

競争力を高め、企業価値向上

社内検定取得者

2025年度末 438名

▼

2028年度末 616名

事業を通じて、防災・減災の促進と地球環境保護に貢献

防災・減災につながるサービスの開発

住まいの安全性向上に資する周辺サービスを拡充

- 樹脂充填剤の研究、販売開始
白蟻被害によって耐力が低下した木材の強度を向上させる充填剤



- 大学との共同研究
白蟻被害・腐朽などが木造建築物の耐久性に及ぼす影響に関する研究を共同で推進

白蟻防除の必要性啓発

木造家屋保全の必要性と当社の提供価値を継続的に発信（PR活動）

- 木の文化継承プロジェクトの展開



神田明神(2025年4月)



尾張大國魂神社(2025年5月)



杭全神社(2026年4月)



さきたま古墳公園(2025年2月)

- TV・新聞・デジタルメディアでの白蟻防除施工や探知犬の紹介

事業活動によるCO2排出量の削減

地球環境に配慮した事業活動によるScope1・2の削減

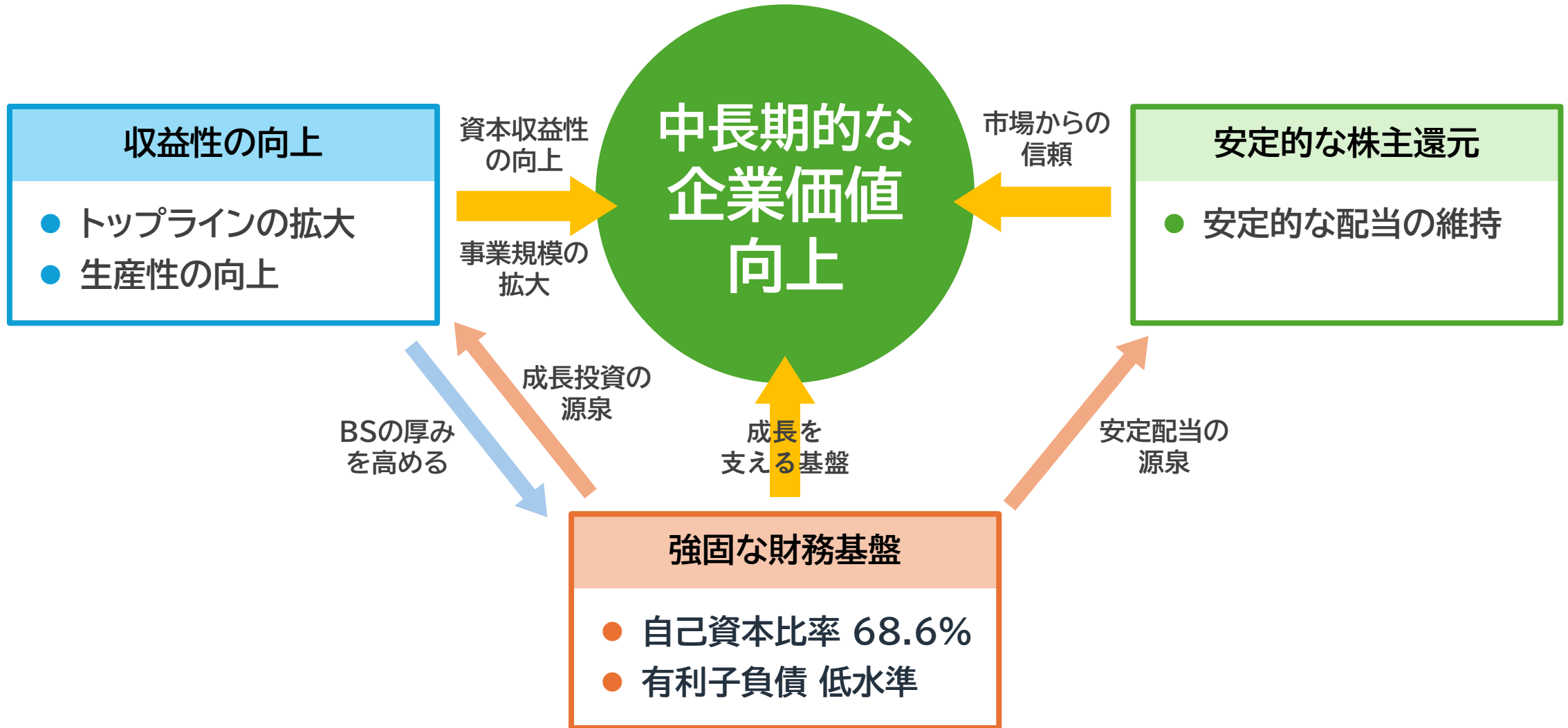
- 省エネ活動、エコドライブ推進
- BEV、PHEV等の運用検証



(t-Co2)	2018実績	2025実績	2018比
Scope1	4,761	3,449	▲28%
Scope2	1,004	877	▲13%

- 当社単体
- 詳細は6月提出の有価証券報告書にて開示

収益性の向上、強固な財務基盤、安定的な株主還元により、中長期的な企業価値向上を実現



● 現状認識

	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
株主資本コスト (CAPMベース)	約4~5%と推計				
ROE	5.0%	7.5%	4.6%	6.4%	2.8%
PBR(倍)	1.4	1.5	1.6	1.6	1.6

● 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

- 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

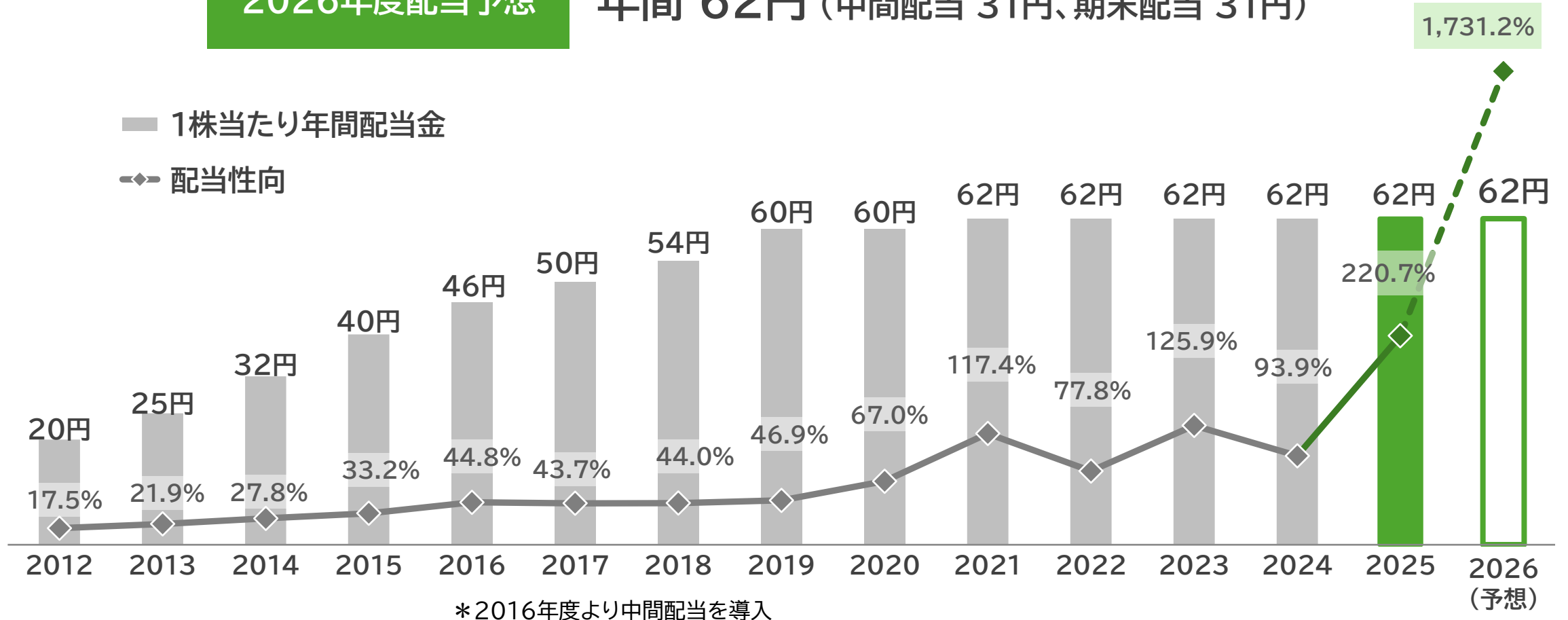
中長期のROE目標

企業価値向上に取り組み、中長期的に**ROE10%以上**を目指す

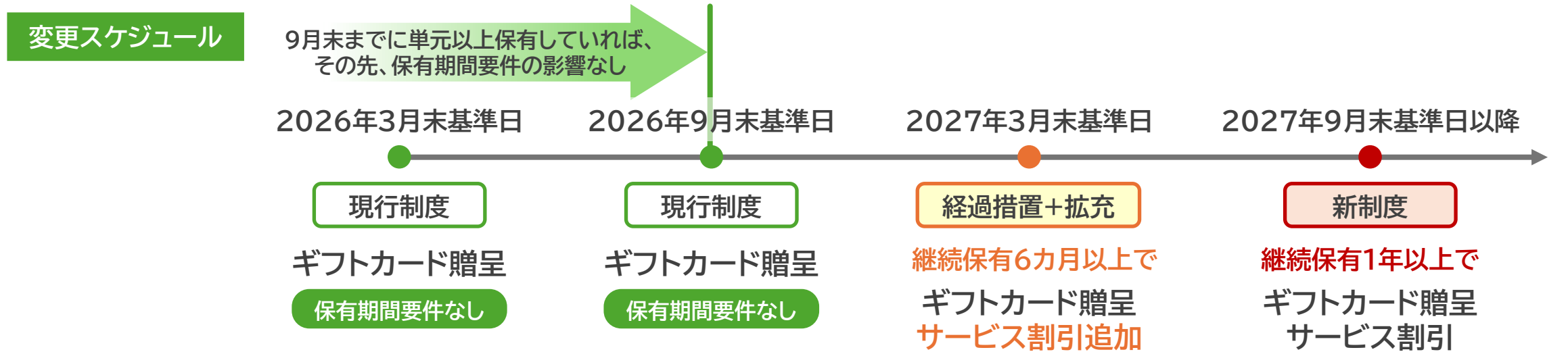
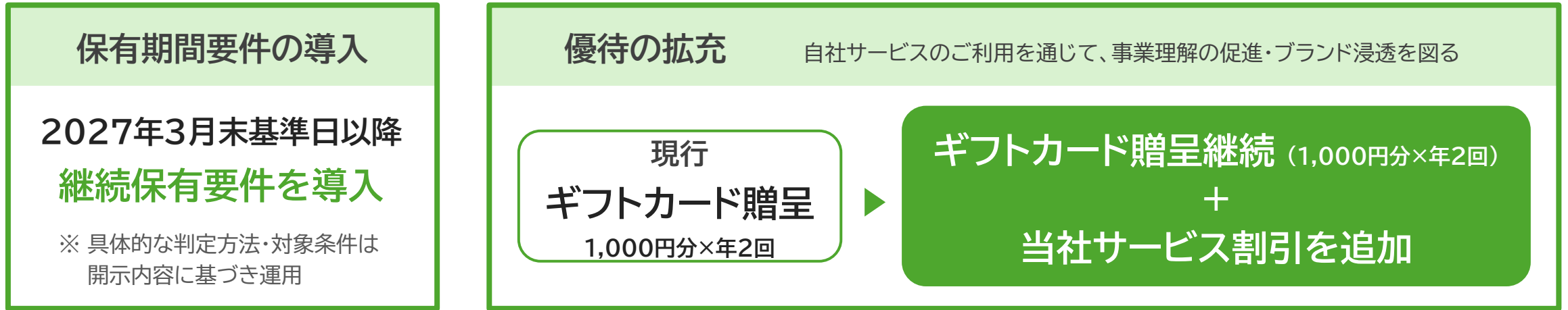
健全な財務基盤を背景として配当の基本方針「安定的な配当の維持」に則り配当を据え置き

2026年度配当予想

年間 62円 (中間配当 31円、期末配当 31円)



投資対象としての魅力向上と中長期保有促進を目的に株主優待制度を拡充



Appendix

1	会社概要	...	41
2	サステナビリティ	...	46
3	業界	...	47
4	ビジネスモデル	...	50
5	人材教育	...	53
6	コンプライアンス	...	54
7	白蟻について	...	55
8	PR活動	...	59

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

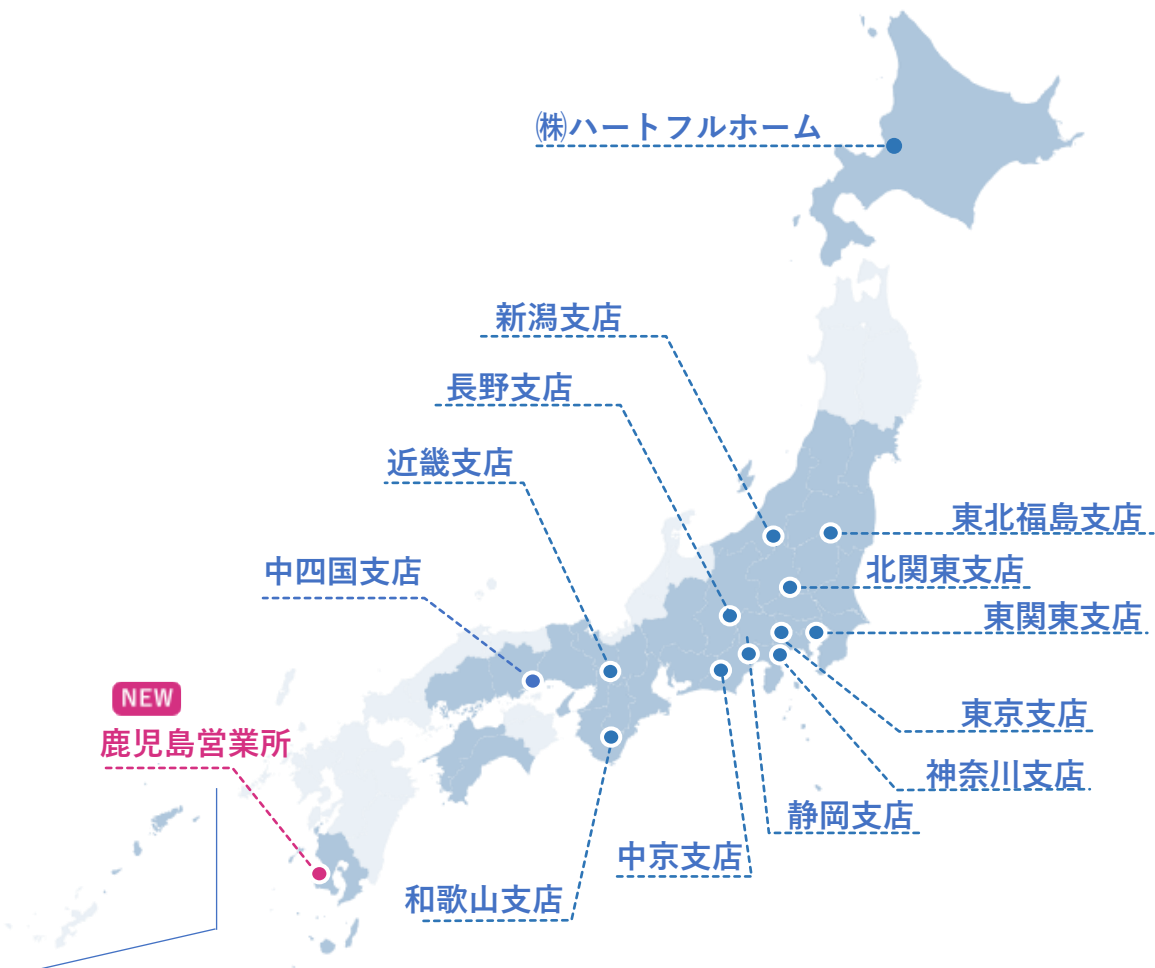


木造家屋の長寿命化と社員のウェルビーイング向上を通じ、環境を守り、お客様と社会から最も信頼される企業へ

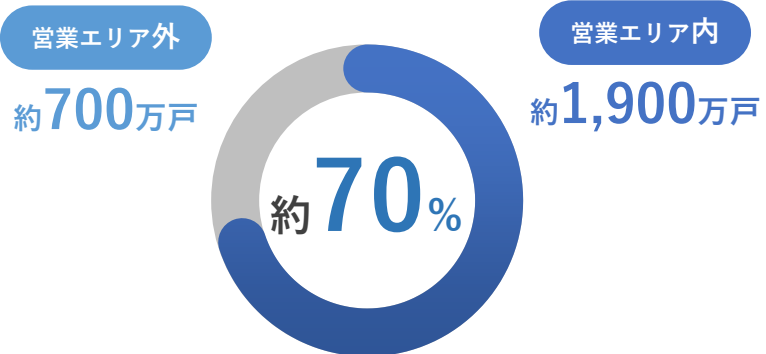
私たちはイキイキと働き、シロアリ防除を主軸とした木造家屋の長寿命化と環境保護につながる最高品質のサービスを提供することで、安全・安心・快適な暮らしを全国に届け、社会とともに成長し続けます

商号	株式会社アサンテ	従業員	連結：1,013名（2026年3月末）
株式	東京証券取引所プライム市場上場 【証券コード：6073】	売上高	連結：143億円（2025年度）
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"> 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／特例子会社）
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"> 一般建設業 国土交通大臣許可（般-7）第16221号 （建築工事業・電気工事業） 一級建築士事務所 東京都知事登録第39895号 毒物劇物一般販売業登録 4新保衛薬第392号 建築物ねずみ昆虫等防除業登録 東京都2ね第223号/愛知県16ね第4号
設立	1973年（昭和48年）	加入団体	<ul style="list-style-type: none"> 公益社団法人 日本訪問販売協会 公益社団法人 日本しろあり対策協会 公益社団法人 日本木材保存協会 公益社団法人 日本ペストコントロール協会 公益財団法人 文化財虫菌害研究所 公益社団法人 全国国宝重要文化財所有者連盟
資本金	11億円		
役員	<ul style="list-style-type: none"> 代表取締役社長 宮内 征 常務取締役 中尾 能之 取締役 石上 祥光 取締役 濱里 徹志 取締役 松尾 俊吾 社外取締役 名取 俊也 社外取締役 田中 道昭 社外取締役 大村 尚子 常勤監査役 宮地 賢 監査役 高野 慎一 監査役 内田 好久 		

29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



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
6 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、鹿児島営業所)

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



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



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



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

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

<p>1 白蟻防除 </p>	<p>白蟻の発生予防と駆除</p>	
<p>2 湿気対策 </p>	<p>腐朽・カビ・白蟻の発生予防</p>	
<p>3 地震対策 </p>	<p>基礎コンクリートの補修 木材接合部の補強</p>	

- | | | | | |
|--|--------------------------------|---|-----------------------------------|-------------------------------|
| <p>4 維持管理
断熱材設置、リフォーム・新築等工事、耐震工事</p> | <p>5 エコ対策
太陽光発電システムの施工</p> | <p>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</p> | <p>7 害獣防除
ネズミ・ハト等害獣の予防・駆除</p> | <p>8 衛生対策
病院施設等の殺菌消毒等</p> |
|--|--------------------------------|---|-----------------------------------|-------------------------------|

サステナビリティの取り組み

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

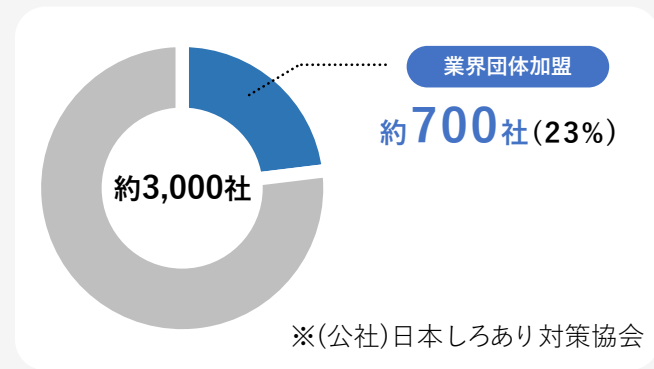


白蟻防除業界の動向

白蟻防除業界の成長とシェア拡大の余地

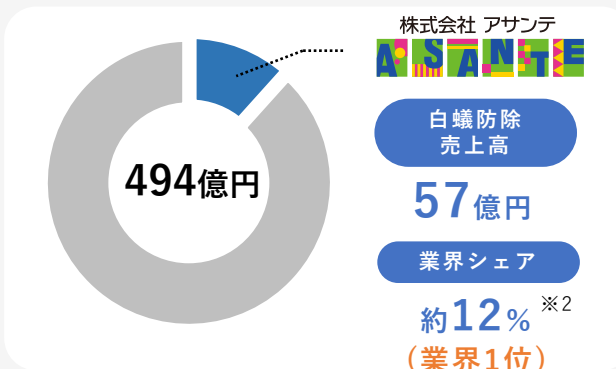
白蟻防除業者数

- 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



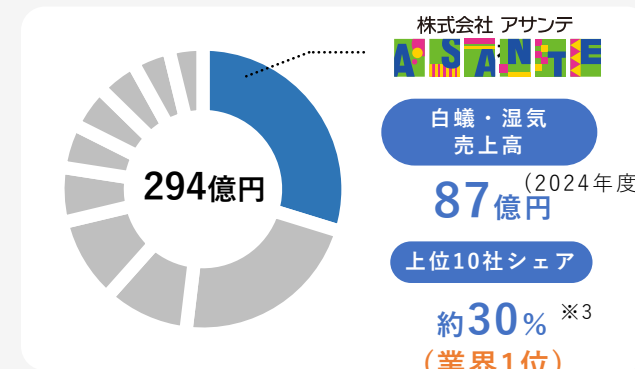
白蟻防除売上高

- 業界全体の白蟻防除売上高は494億円(白蟻防除、2023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



業界シェア (白蟻防除+湿気対策)

- 業界上位10社売上高は294億円(白蟻防除+湿気対策、2024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

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

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

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』

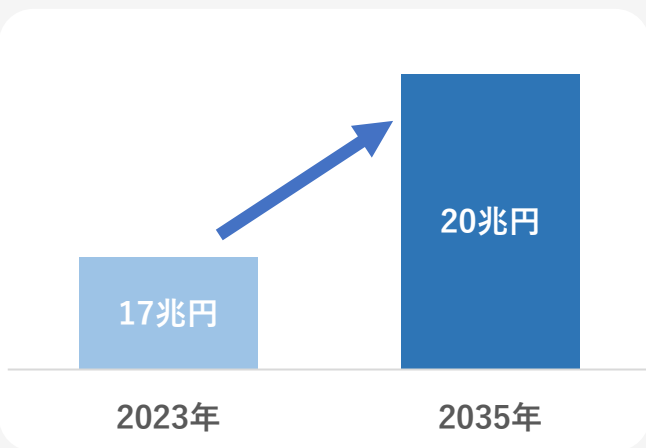
※2 (株)矢野経済研究所のデータを基に当社にて算出 ※3 ※1及び当社が入手した情報を参考に当社にて推計

住宅政策の後押しと豊富な住宅ストック

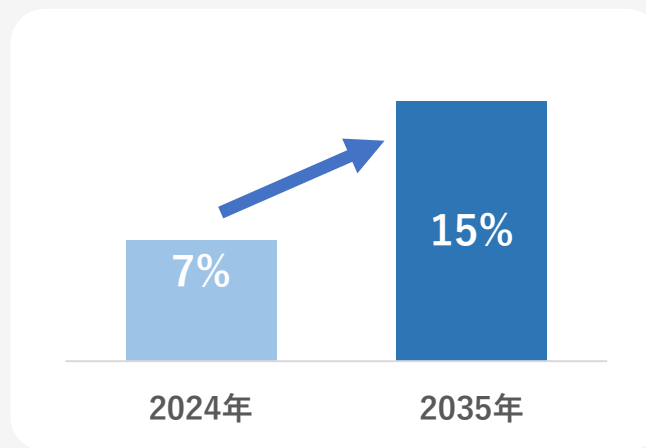
住宅政策

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

既存住宅取引及びリフォームの
市場規模

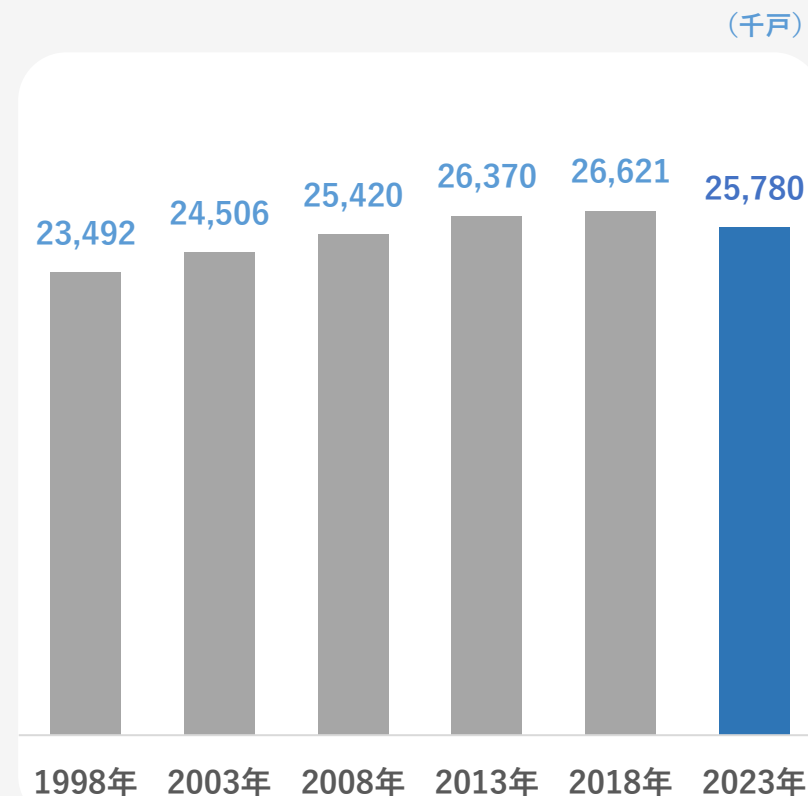


住宅ストックに占める認定長期優良住宅
及び建設住宅性能評価取得住宅の割合



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）



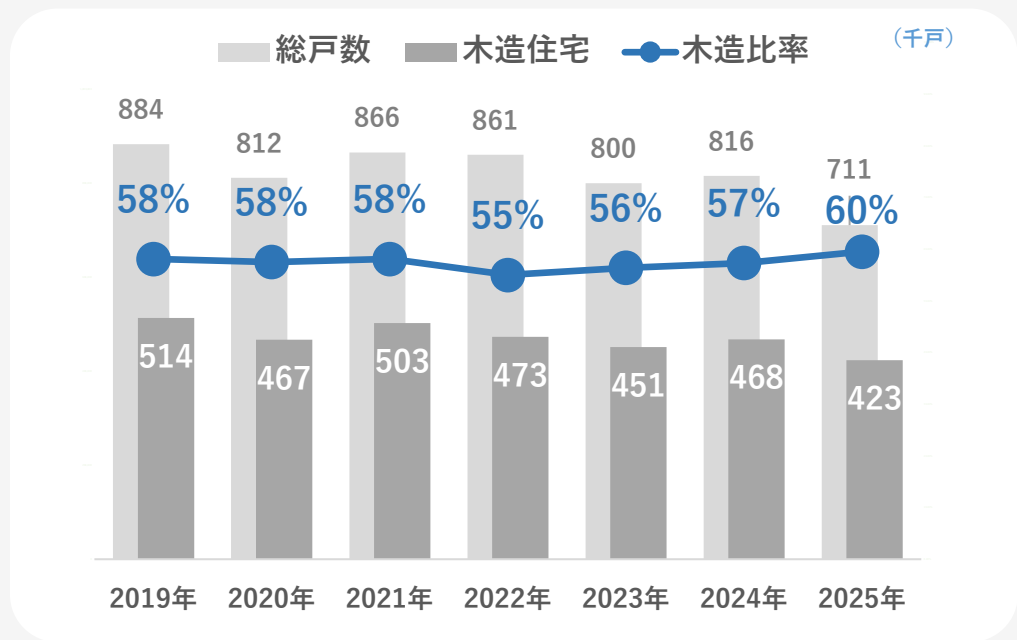
出所：総務省統計局 住宅・土地統計調査

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

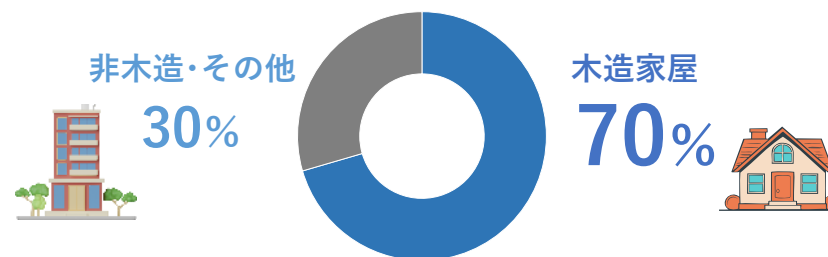
新築着工戸数に占める木造家屋比率は安定



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）

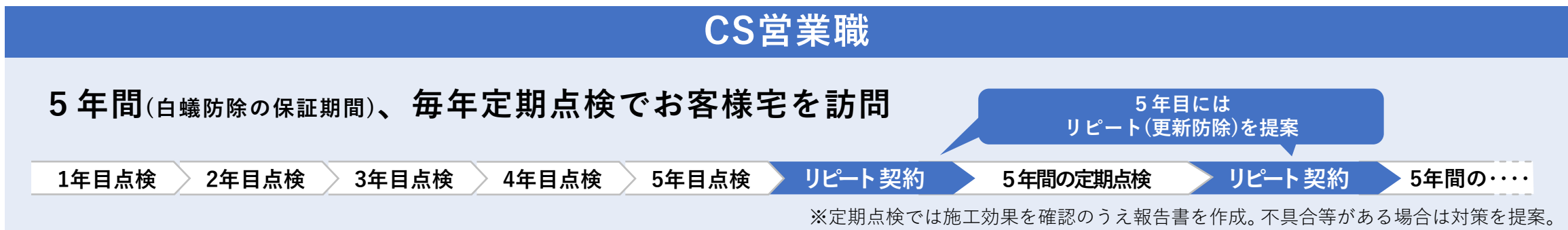
見直し

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

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

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

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）



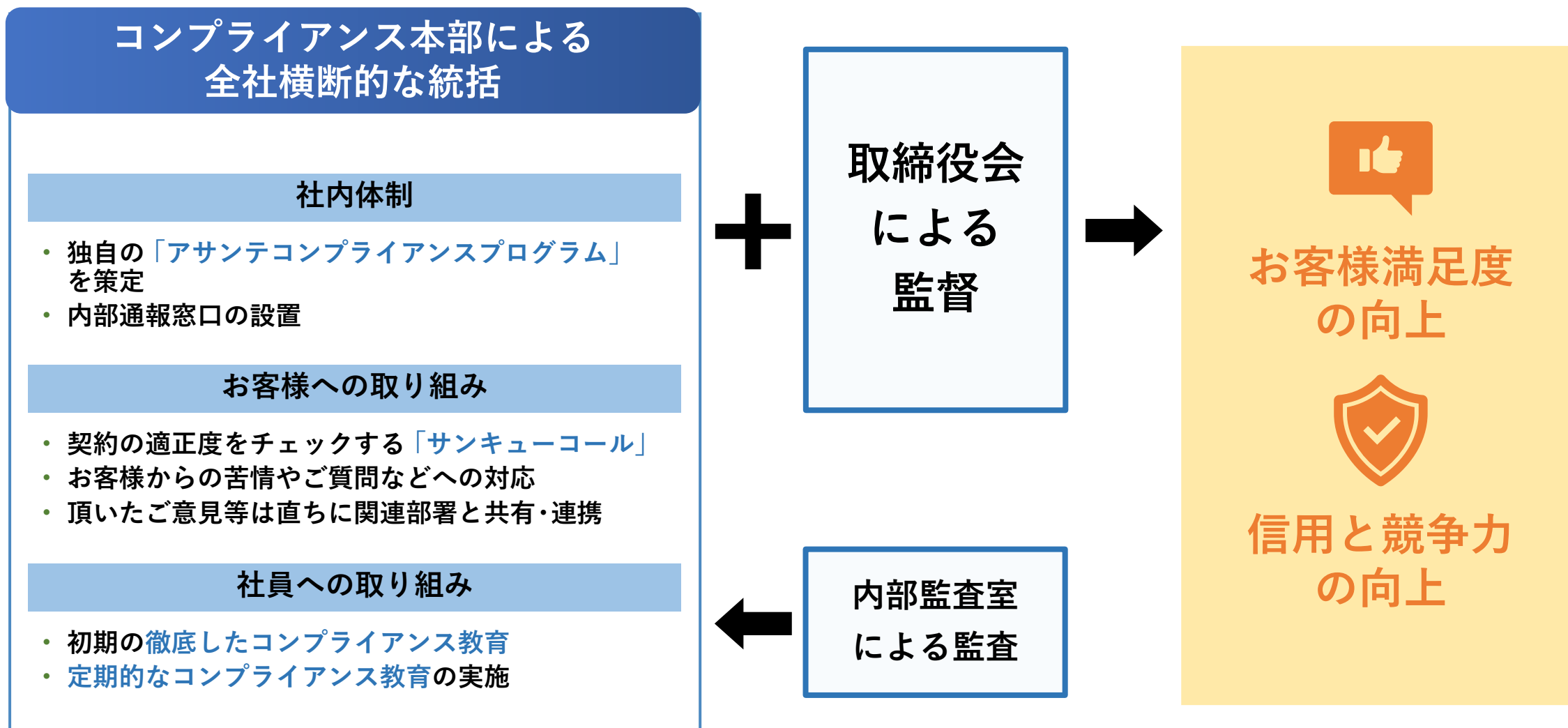
※1990年開設、2015年3月建替え

人材育成に関するデータ

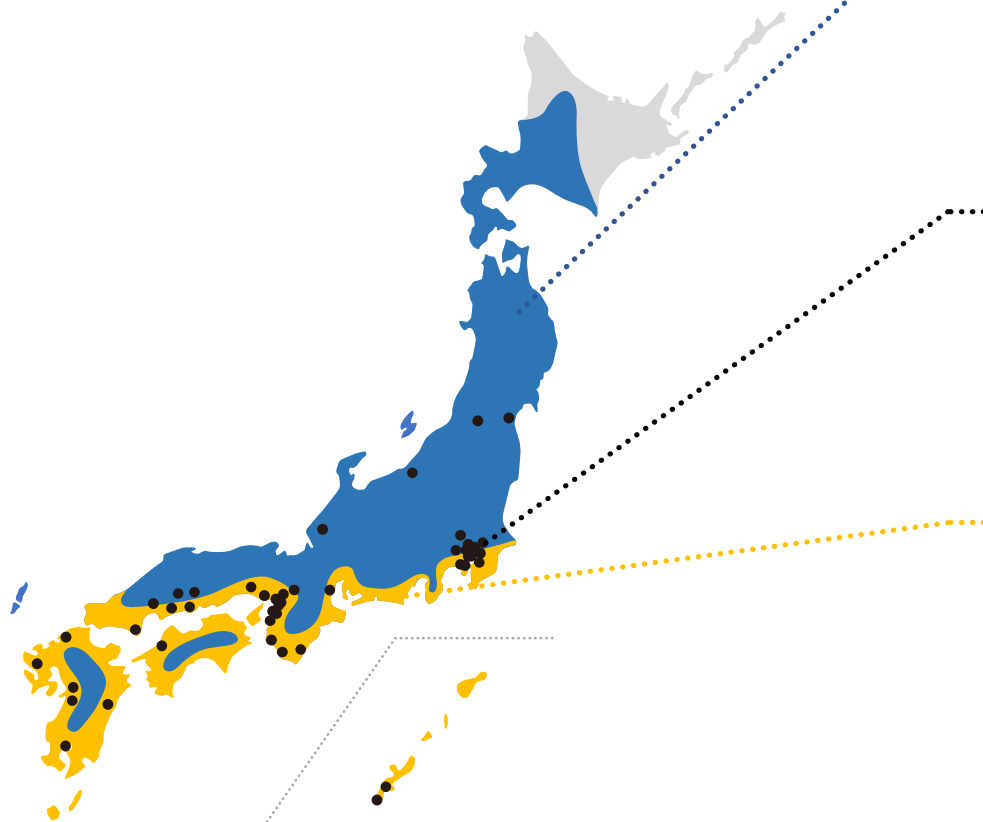
〈2024年度〉

研修センター講師職人数	8名
年間研修受講者	1,657名
研修開催回数	661回
入社1年目社員の研修参加日数	18.6日
訪問販売員教育指導者資格保有者	57名
日本訪問販売協会 登録販売員数	288名

強固なコンプライアンス体制



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



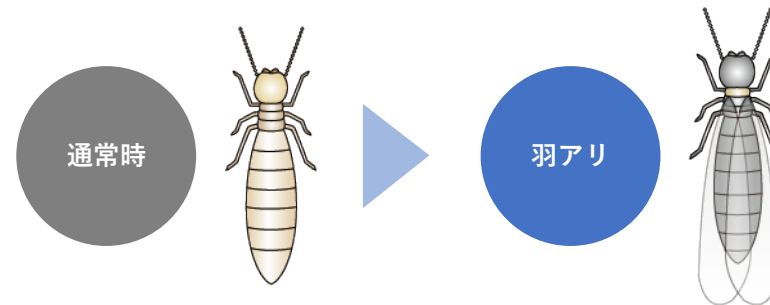
浴槽に浮かぶ羽アリ



スウォーム（群飛）とは

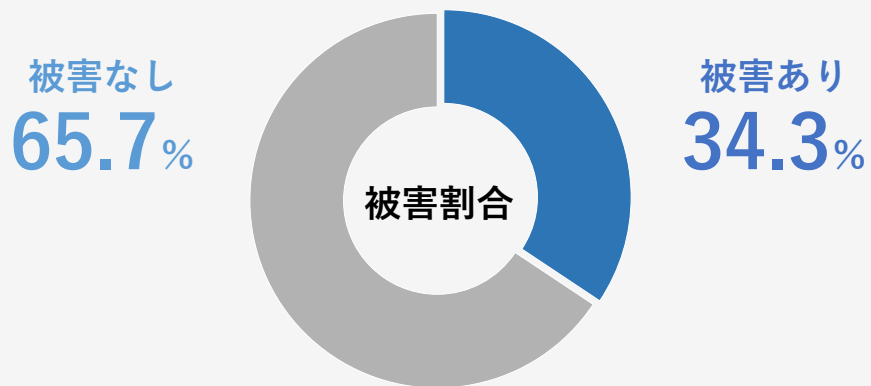
- 4～6月の雨上がりのムシムシとした日に、繁殖のため成熟した巣から一部の白蟻が羽アリとなって飛び立つこと。
- 大量の羽アリを見て白蟻被害にあっていることが分かり、お問い合わせいただくケースが多いです。

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

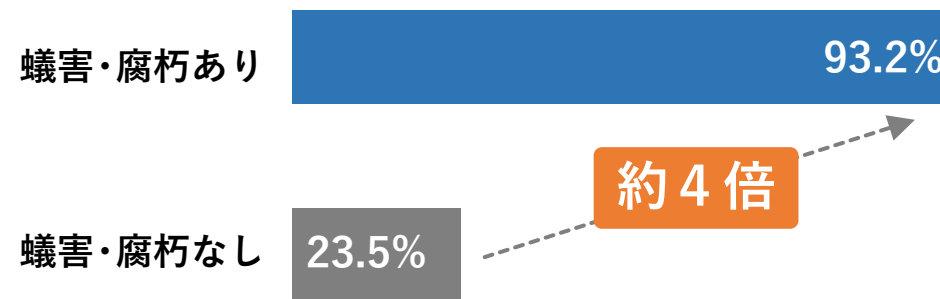


出所：(公社)日本しろあり対策協会平成13年度 シロアリ被害実態調査報告書



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

注意報・警報 ▶ 2026年4月30日 更新
4/22~5/31 ヤマトシロアリの群飛シーズンです!

【注意報】シロアリ活動活性化!!
シロアリがスウォームに向けて活動しています。羽アリ目撃情報はちらほら。

【警報】スウォーム注意!
スウォームのピーク!羽アリを見かけたらそれがシロアリである可能性が高いため、要注意!!

【注意期間】まだ注意が必要です!
羽アリ発生はピークは終了!羽アリを見かけなくなってもシロアリは木材の中で活発に活動しています。油断は禁物。

虫見当時はデータ蓄積中のため、来年以降の予測を予定しています

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

〈2026年度

「いますぐシロアリバスターズ」編〉



〈「炭坑節」編〉



シロアリ探知犬

サラ



アリス



- 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

エル

2025年11月
デビュー



ララ



ビート

- 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

● ● ● 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



『グッド！モーニング』（2025年11月・テレビ朝日）

『newsランナー』（2026年3月・関西テレビ）

WEB



『朝日新聞デジタル』（2025年5月）

『47NEWS（共同通信）』（2026年2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

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

四季を楽しむ文化を守る

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、ご自身の判断と責任においてご利用されることを前提に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を負いません。