2026年度
（2027年3月期）
中間決算説明資料



2026年11月12日

株式会社 アサンテ

証券コード：6073

目次

1 2026年度 中間決算サマリー … 2

2 2026年度 中間決算詳細 … 8

3 中期経営計画の進捗と今後の取り組み … 17

4 資本政策・株主還元 … 22

Appendix … 27

1　2026年度 中間決算サマリー

中間決算 エグゼクティブサマリー

構造改革・成長投資を進めながら、上期業績は計画を上回って着地
中期経営計画の達成に向けた成長基盤の整備が着実に進展

1 業績

- **売上高**：構造改革の影響により前年同期比で減収となる一方、計画を2%上回る
- **営業利益**：前年同期比で減益となるも、計画比175%と大幅に上回る。通期予想を2.0億円から4.5億円へ上方修正

2 人材確保

- 技術系社員が増加し、人材基盤の強化が進展
- 正社員採用数は増加、退職数は減少

3 顧客接点拡大

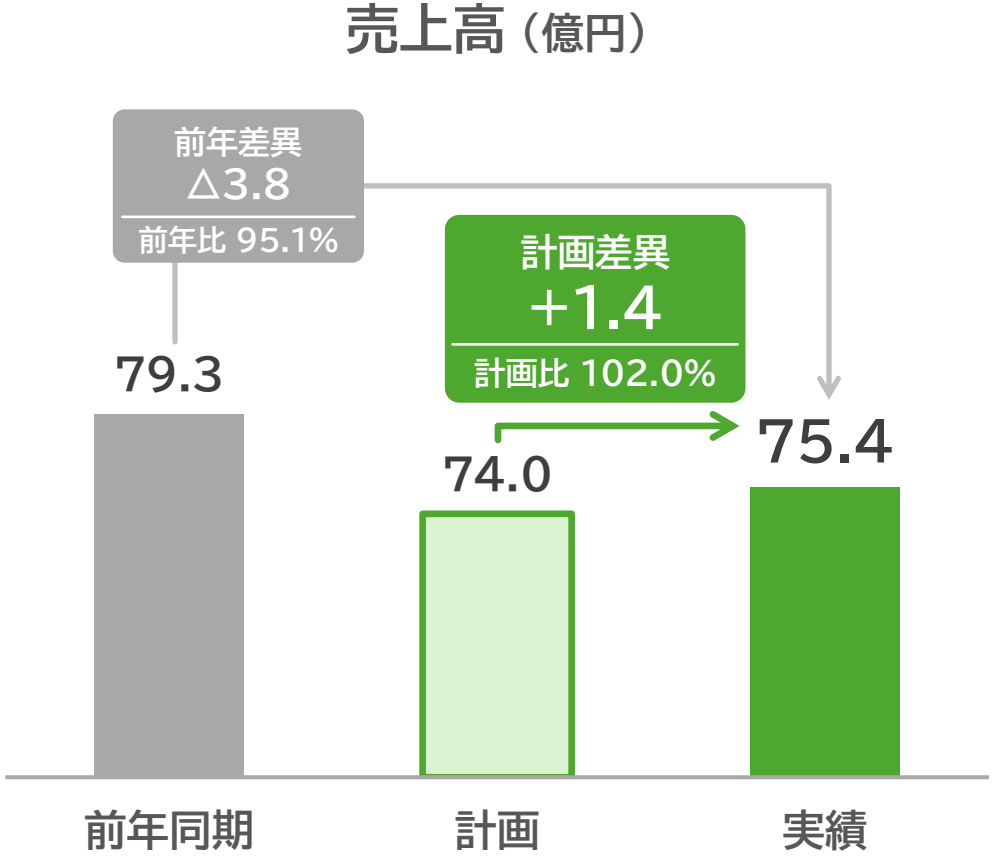
- マーケティングの強化・効率化、提携先の拡大が着実に進行
- 申込調査件数が増加

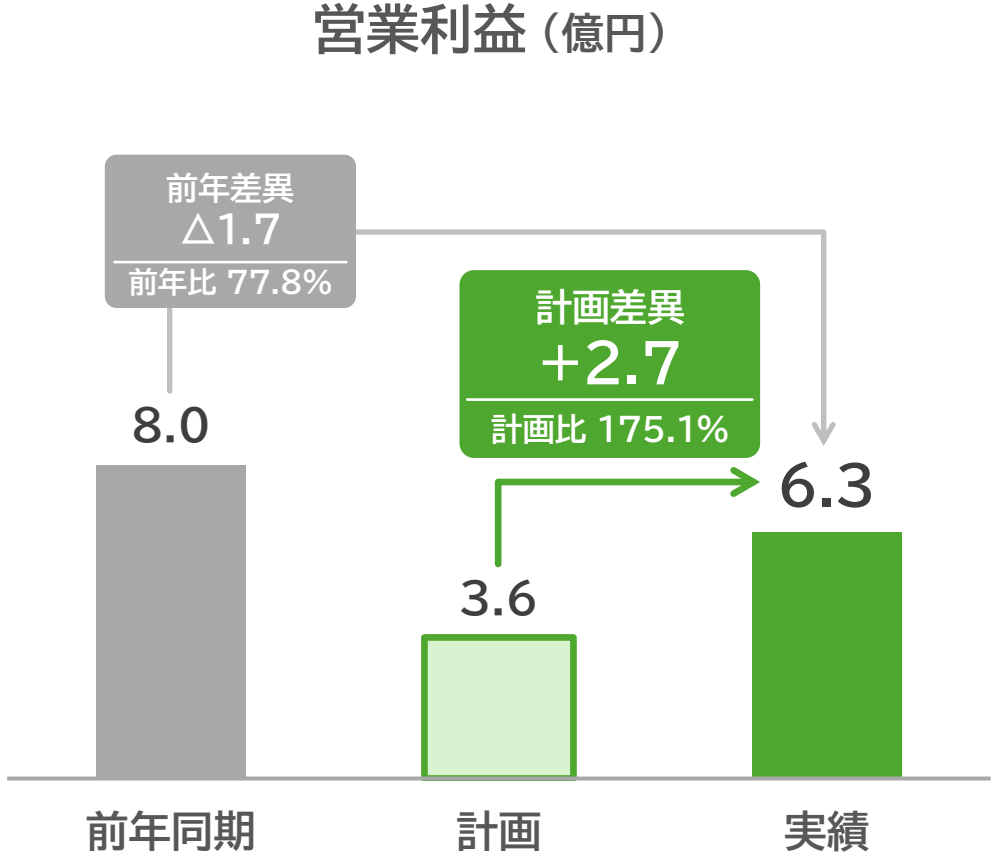
4 生産性・データ活用

- 電子地図の活用が広がり、訪問営業の効率向上と営業活動データの蓄積が進展
- AI・DXなど、生産性向上に向けた取り組みを推進

連結売上高・営業利益

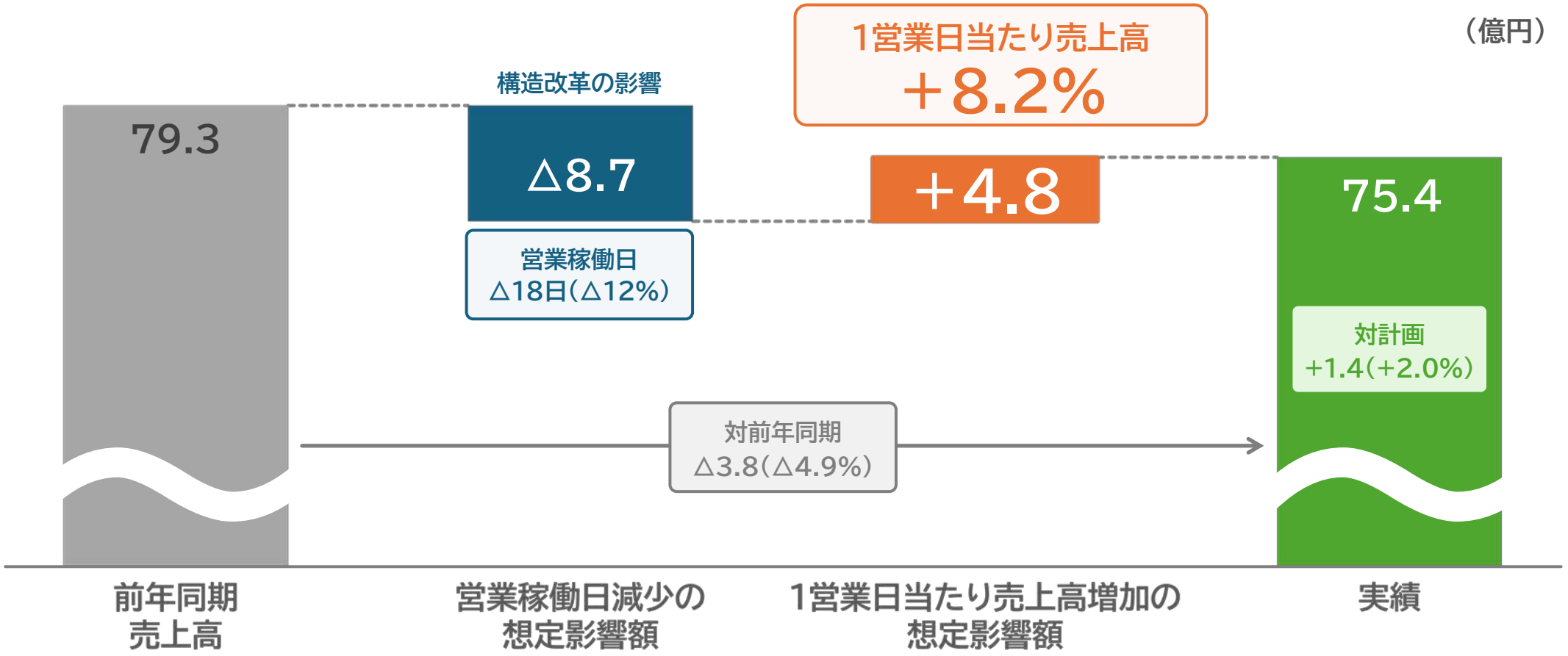
構造改革を進めるなか、売上高は計画比102.0%、営業利益は計画比175.1%で着地





営業稼働日・1営業日当たり売上高

営業稼働日は12%減少する一方、1営業日当たり売上高は8.2%向上し、売上高は計画を上回る



営業・技術系 人員数

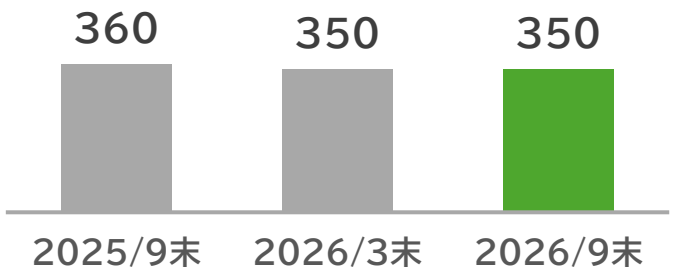
採用強化と定着改善の両輪により、人材基盤は着実に拡大

上半期末
営業・技術系
（正社員）
人員数

580名

前年度末比
＋10名
＋1.8%

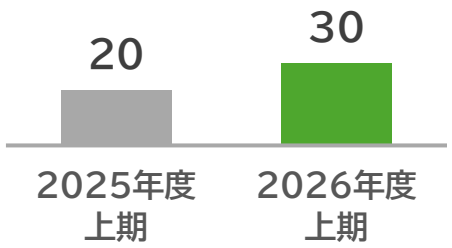
● 営業系社員数（正社員・名）



● 技術系社員数（正社員・名）

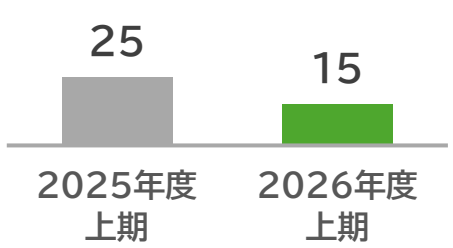


● 採用数（正社員・名）



前年同期比
＋10名

● 退職数（正社員・名）



前年同期比
△10名

申込調査件数

申込調査件数は12%増加、CPAは23%改善し、申込獲得の量・効率がともに向上

上半期
申込調査件数

8,400件

前年同期比
+900件
+12%

テレビCM



WEB広告



折込チラシ



● 申込顧客 獲得単価（CPA） ＊CPA=マーケティング関連広告宣伝費÷申込調査件数



前年同期比
23%
改善

2 2026年度 中間決算詳細

損益実績

売上高の計画超過とマーケティング効率改善等により、各利益段階で計画を上回る

（億円）	2026年度　上期		対前年		対予想（2026年5月12日公表）	
	実績	構成比	増減額	増減率	差異額	達成率
売上高	75.4	-	△3.8	△4.9%	1.4	102.0%
営業利益	6.3	8.3%	△1.7	△22.2%	2.7	175.1%
経常利益	6.4	8.6%	△1.6	△20.4%	2.7	174.6%
当期純利益	3.9	5.2%	△1.4	△27.4%	1.9	196.0%

サービス別売上高

（億円）	2026年度 上期		対前年	
	実績	構成比	増減額	増減率
売上高	75.4	-	△3.8	△4.9%
白蟻防除	36.7	48.7%	△0.2	△0.7%
湿気対策	15.0	20.0%	△2.0	△11.7%
地震対策	12.6	16.8%	△3.4	△21.3%
その他	11.0	14.6%	1.8	19.8%
うちPCO ※	2.3	3.1%	1.9	496.6%

※ PCO：ネズミ・ハチ・ゴキブリ等の害虫・害獣対策

人員数・1人当たり売上高

人員は着実に増加し、技術系社員の増員により施工体制を強化

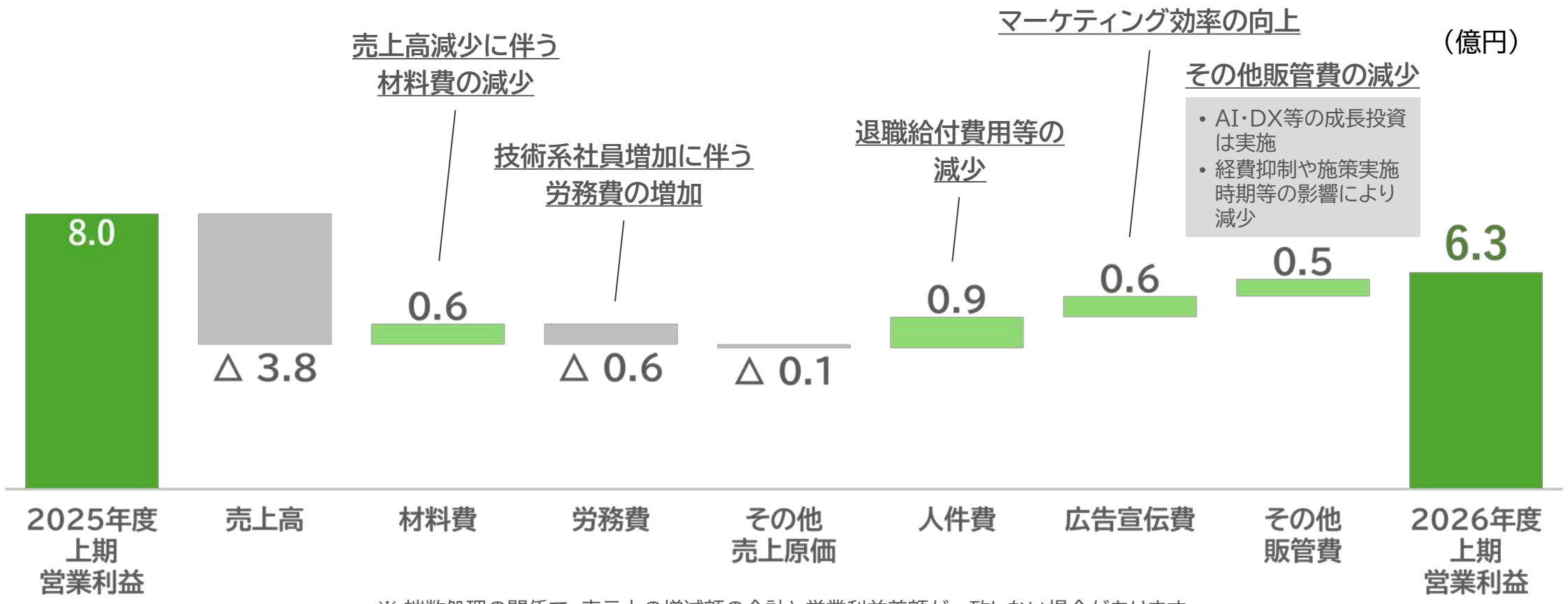
営業系社員の増員・早期戦力化を進め、今後の売上成長につなげる

	2026年度 上期 実績	対前年	
		増減額	増減率
期中平均人員(名)	1,024	40	4.0%
期末人員(名)	1,025	39	4.0%
売上高(億円)	75.4	△3.8	△4.9%
1人当たり売上高(千円/月)	1,228	△114	△8.5%

＊ 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)

営業利益 増減分析

構造改革に伴う売上減少と、技術系社員の増加による労務費の増加により減益
一方、マーケティング効率の向上や諸経費の抑制が増益要因となり、減益幅を一部縮小



※ 端数処理の関係で、表示上の増減額の合計と営業利益差額が一致しない場合があります

売上原価・販管費 内訳

（億円）	2026年度 上期 実績	対前年	
		増減額	増減率
売上高	75.4	△3.8	△4.9%
売上原価	23.5	0.0	0.2%
材料費	9.3	△0.6	△6.9%
労務費	7.8	0.6	8.6%
その他売上原価	6.3	0.1	1.7%
売上総利益	51.9	△3.9	△7.0%
販管費	45.5	△2.1	△4.4%
人件費	27.5	△0.9	△3.3%
広告宣伝費	4.1	△0.6	△13.2%
その他販管費	13.9	△0.5	△3.7%
営業利益	6.3	△1.7	△22.2%

業績予想の修正

上期の計画超過を踏まえ、営業利益予想を2.0億円から4.5億円へ上方修正

下期も成長投資を継続

通期業績予想（11月5日開示）

（億円）	期初予想	修正予想	増減額
売上高	136.6	138.5	+1.9
営業利益	2.0	4.5	+2.5
経常利益	2.0	4.6	+2.6
当期純利益	0.3	2.1	+1.7

業績予想修正の要点

1 売上高

- 上期は計画比＋2.0%で着地し、上振れ分を通期予想に反映
- 下期も、当初計画をベースに、計画を若干上回る見込み

2 利益

- 売上高の上振れやマーケティング効率の向上等により、上期営業利益は計画を大幅に上回って着地
- 下期は、中期経営計画を見据えた費用の追加投入を織り込むとともに、必要な施策を着実に推進

3 下期の取り組み

- 構造改革と積極的な成長投資を継続

貸借対照表

（億円）	2025年度末	2026年度 2Q末	増減額	増減要因	
流動資産	92.2	94.1	1.9	現金及び預金	1.9
固定資産	47.4	47.1	△0.3		
繰延資産	0.0	0.0	△0.0		
資産合計	139.7	141.3	1.6		
流動負債	19.5	20.2	0.6	未払法人税等	0.9
固定負債	24.1	24.6	0.5		
負債合計	43.7	44.8	1.1		
純資産合計	96.0	96.4	0.4		

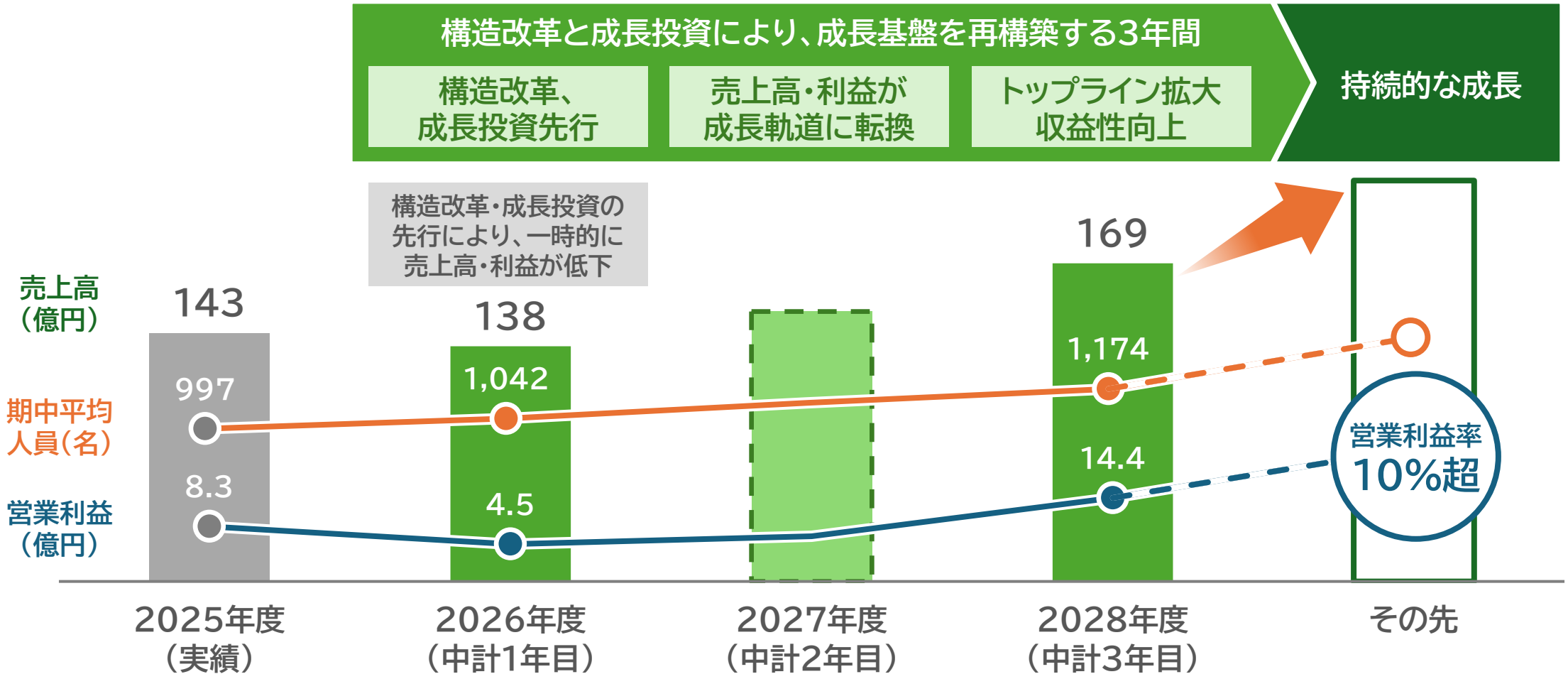
CF計算書

（億円）	2025年度 上期	2026年度 上期	主な要因
営業活動CF	4.0	4.9	税金等調整前中間純利益　6.4 法人税等の支払額　△1.3
投資活動CF	△0.6	△0.5	
フリーキャッシュ・フロー	3.3	4.3	
財務活動CF	△2.3	△2.4	配当金の支払額　△3.0
現金及び現金同等物の 中間期末残高	72.0	69.4	

3　中期経営計画の進捗と今後の取り組み

中期経営計画

顧客接点、人材、生産性の各面で成長基盤の整備が進み、
2027年度以降の成長軌道への転換に向けて着実に進捗



5つの重点戦略

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

下期以降の主な取り組み

マーケティングの強化

デジタル・オフラインを組み合わせた広告展開により、
シロアリ防除とPCOの認知拡大と申込獲得を加速

シロアリ WEB広告



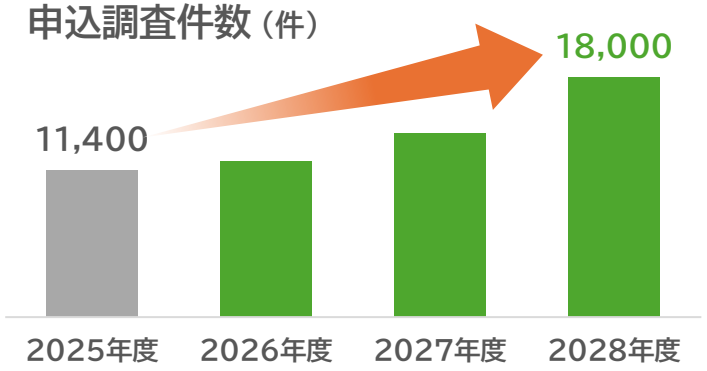
PCO WEB広告



PCO 新聞広告



申込調査件数（件）



申込調査件数

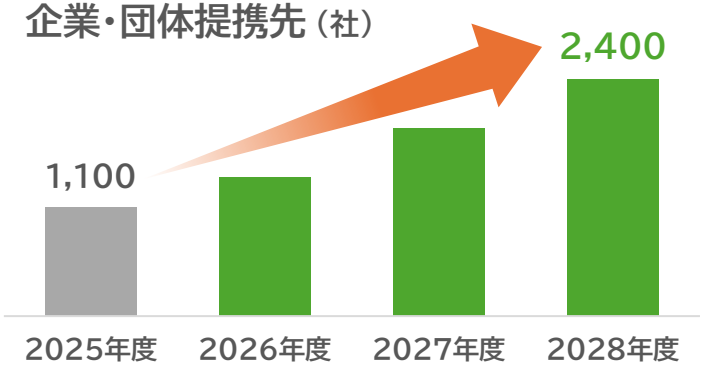
3年間で
約1.6倍

企業提携先の拡大

幅広い業界の企業・団体との提携を拡大し、
安定した申込獲得を図る



企業・団体提携先（社）



提携先

3年間で
約2.2倍

下期以降の主な取り組み

高断熱施工の拡販

住宅性能の向上、省エネ住宅への関心の高まりを捉えた床下・天井・窓断熱の販売強化



下期中に一部地域で窓断熱の販売開始

床下・天井・窓の一体断熱により
快適性・省エネ性能を高め、付加価値が向上

- 気密性向上
- 省エネ効果
- 快適性向上

PR活動

PR活動を通じた企業認知の向上と信頼の醸成







その他の取り組み

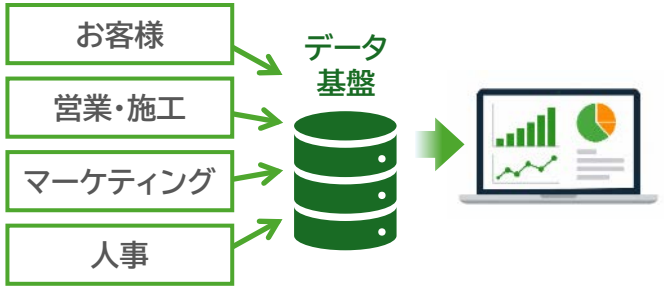
電子地図の活用拡大

訪問営業の効率向上とデータ蓄積の継続。データを活用し、営業活動を高度化



データ活用基盤の整備

社内に蓄積したデータの統合・分析から課題の発見まで行える『**AIデータ分析プラットフォーム**』の導入と活用による生産性の向上



フィジカルAI

点検・施工の効率化に向けた検証



大学との共同研究

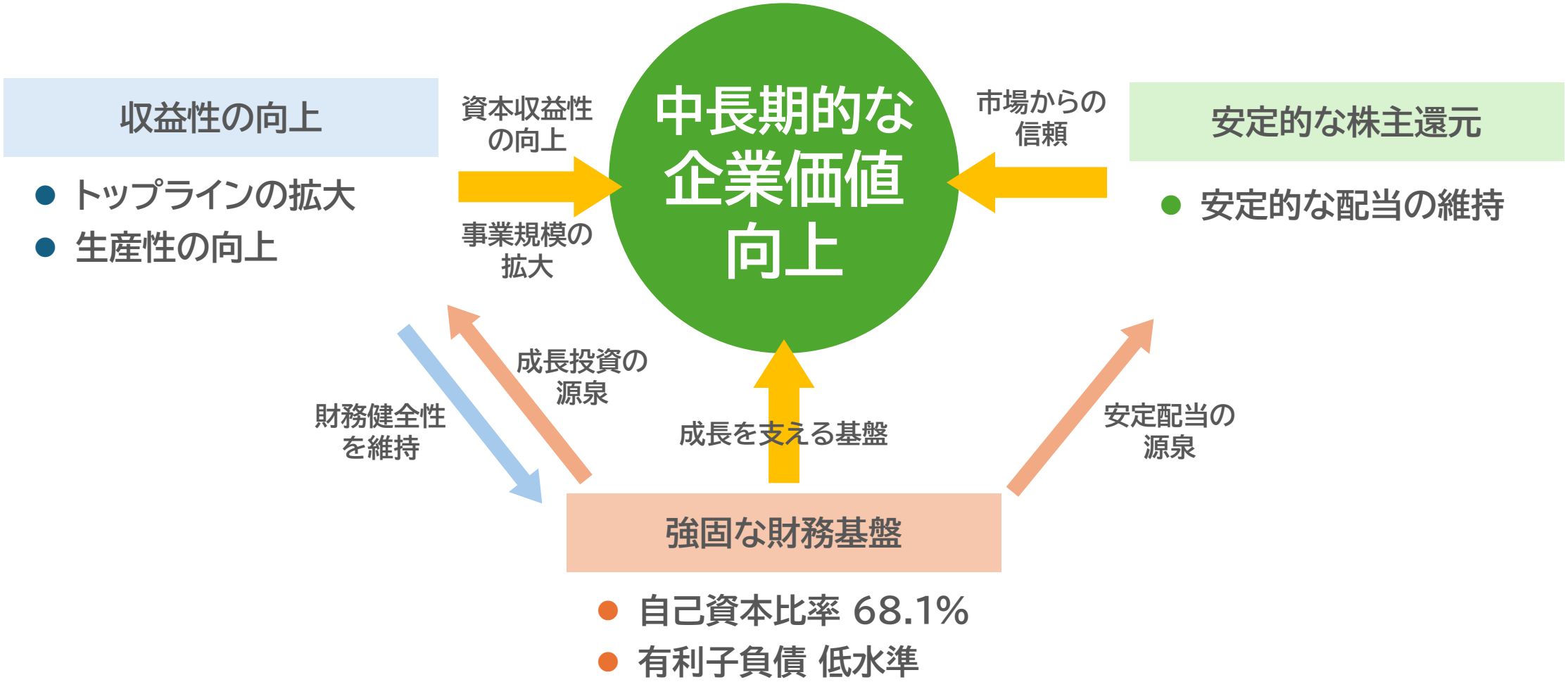
産学連携で共同研究を推進

- 白蟻被害の影響分析・知見化
- 人材教育・営業活動への活用

4　資本政策・株主還元

企業価値向上の取り組み

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



資本コスト・資本収益性の現状認識と取り組み方針

企業価値向上に取り組み、中長期的に **ROE 10%以上** を目指す

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	約4～5%と推計（CAPMベース）				
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

1 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

2 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

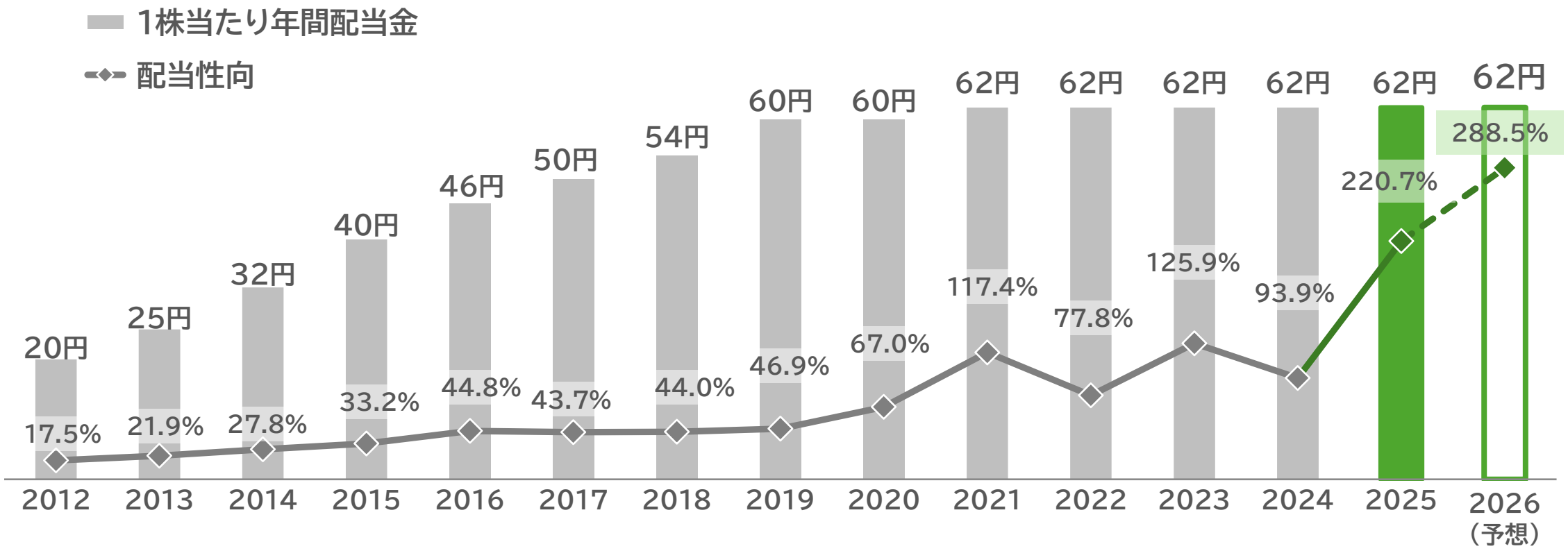
3 投資家との対話強化

- 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

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）



株主優待

自社サービス優待の追加で事業理解を深め、継続保有要件の導入で中長期保有を促進

保有期間要件の導入

2027年3月末基準日以降
継続保有要件を導入

※ 具体的な判定方法・対象条件は
開示内容に基づき運用

優待の拡充

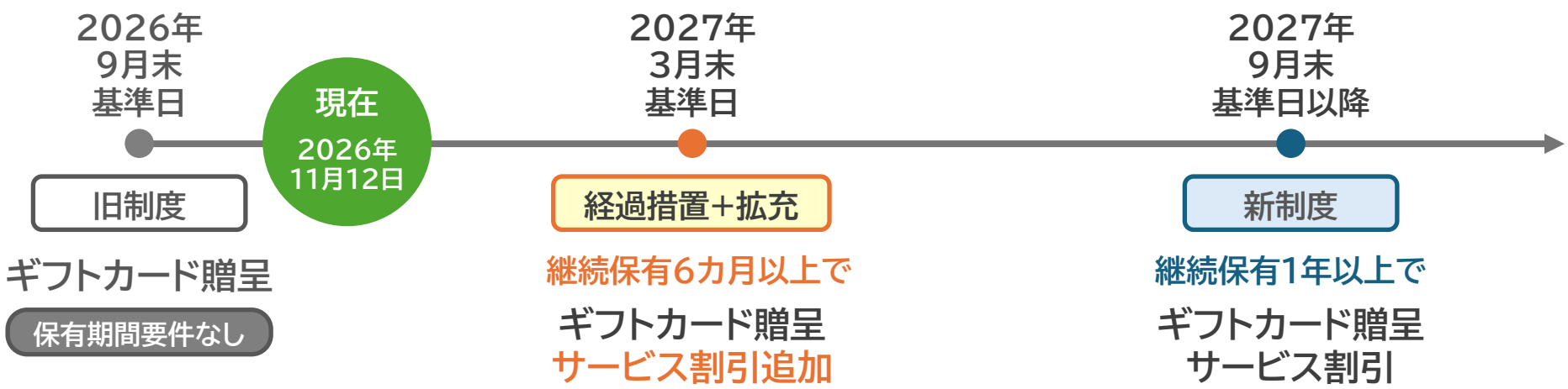
自社サービスのご利用を通じて、事業理解の促進・ブランド浸透を図る

現行
ギフトカード贈呈
1,000円分×年2回

▶

ギフトカード贈呈継続（1,000円分×年2回）
＋
当社サービス割引を追加

変更スケジュール



Appendix



経営理念・ビジョン

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

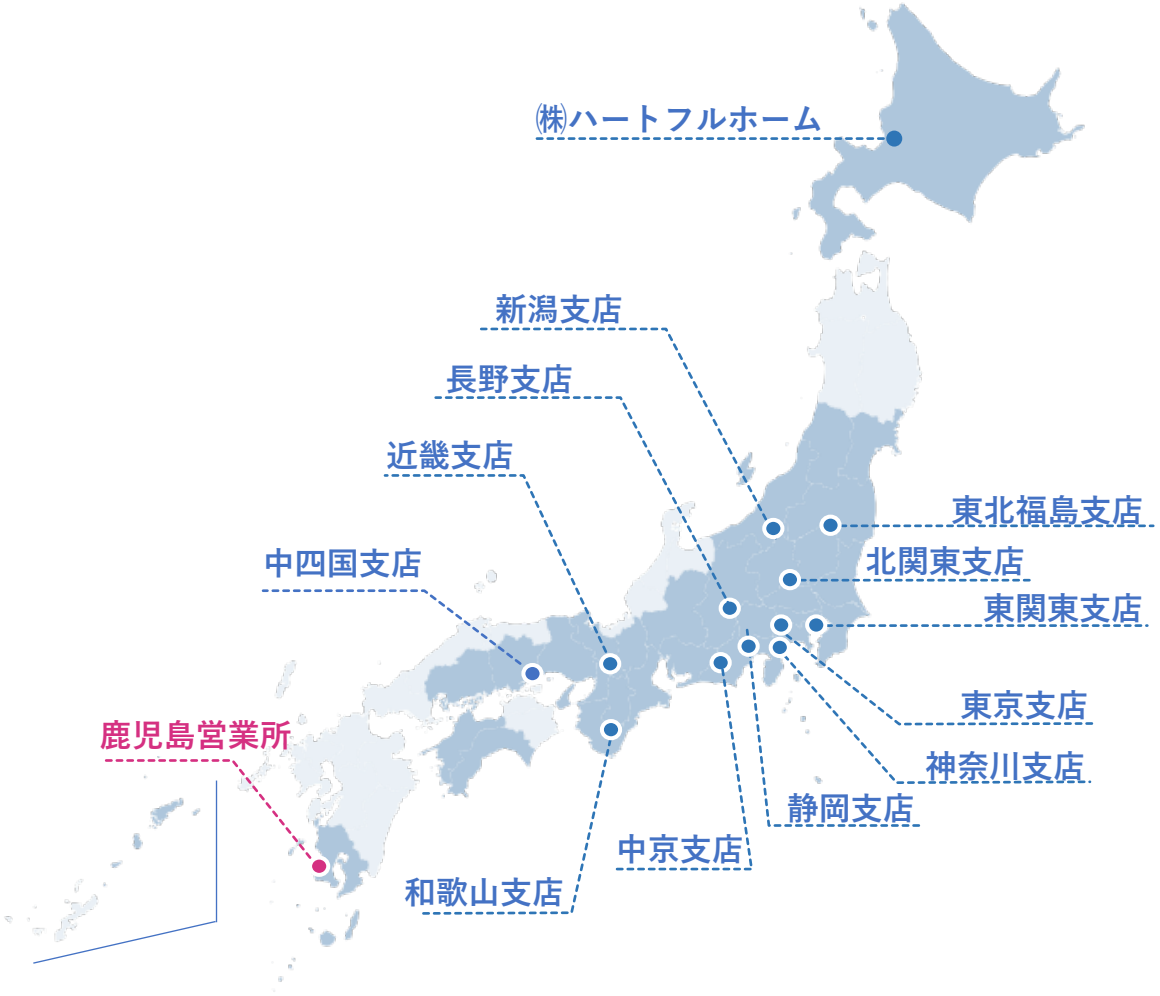
会社情報

商号	株式会社アサンテ
株式	東京証券取引所プライム市場上場 【証券コード：6073】
本社所在地	東京都新宿区新宿1丁目33番15号
電話	03-3226-5511（大代表）
創業	1970年（昭和45年）
設立	1973年（昭和48年）
資本金	11億円
役員	• 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　髙野　慎一 • 監査役　内田　好久

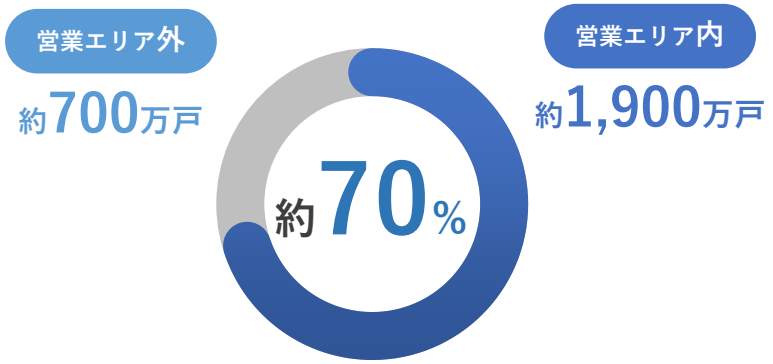
従業員	連結：1,013名（2026年３月末）
売上高	連結：143億円（2025年度）
グループ会社	• 株式会社ハートフルホーム （連結子会社・出資比率100%） • 株式会社ヒューマン・グリーンサービス （非連結／特例子会社）
主要取引銀行	株式会社三菱ＵＦＪ銀行
許認可関係	• 一般建設業 国土交通大臣許可（般-7）第16221号 （建築工事業・電気工事業） • 一級建築士事務所 東京都知事登録第39895号 • 毒物劇物一般販売業登録 4新保衛薬第392号 • 建築物ねずみ昆虫等防除業登録 東京都2ね第223号/愛知県16ね第4号
加入団体	• 公益社団法人　日本訪問販売協会 • 公益社団法人　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

営業エリア

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）

沿革

1970
三洋消毒社として東京都府中市にて創業



1973
株式会社に改組、三洋消毒株式会社として発足

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）



1986
TS事業部を新設

1990
静岡県に三ヶ日総合研修センターを新設



1994
CIを導入し、商号を株式会社アサンテに変更

株式会社 アサンテ

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





2010
トコジラミ探知犬導入



2013
東京証券取引所市場第二部へ上場

2014
東京証券取引所市場第一部指定



2020
株式会社ハートフルホームを子会社化

2022
東京証券取引所プライム市場へ移行



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**｜・2025年 **家庭向けPCOサービス本格開始**

事業内容

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

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



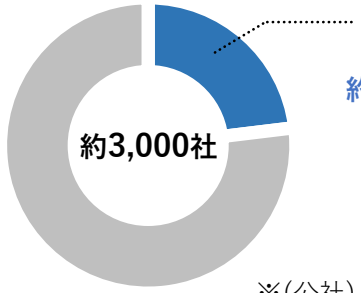
- コーポレート・ガバナンス体制の充実
- コンプライアンス管理体制、教育体制の充実

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



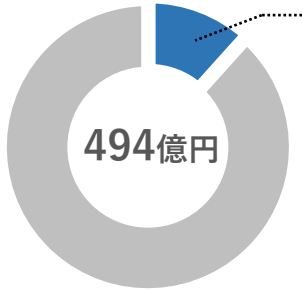
業界団体加盟
約700社(23%)

※(公社)日本しろあり対策協会

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



株式会社 アサンテ

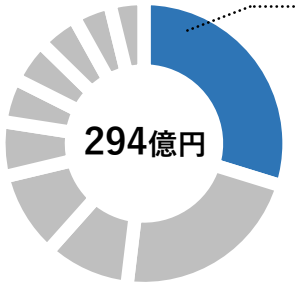
白蟻防除
売上高
57億円

業界シェア
約12%※2
(業界1位)

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



株式会社 アサンテ

白蟻・湿気
売上高
87億円(2024年度)

上位10社シェア
約30%※3
(業界1位)

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

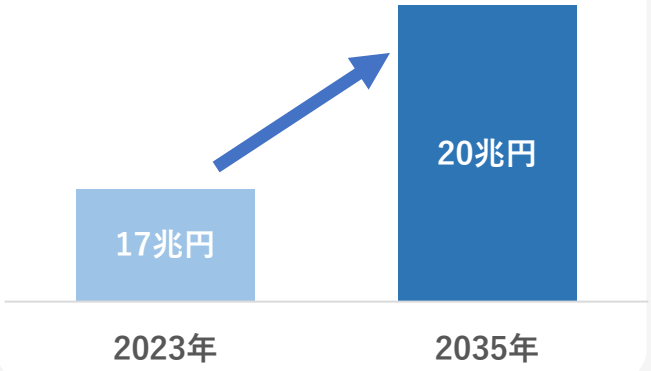
※1 出所：㈱矢野経済研究所『2024年版PCO・TCO・燻蒸サービスの市場実態と中期展望』
※2 ㈱矢野経済研究所のデータを基に当社にて算出　※3 ※1及び当社が入手した情報を参考に当社にて推計

住宅政策の後押しと豊富な住宅ストック

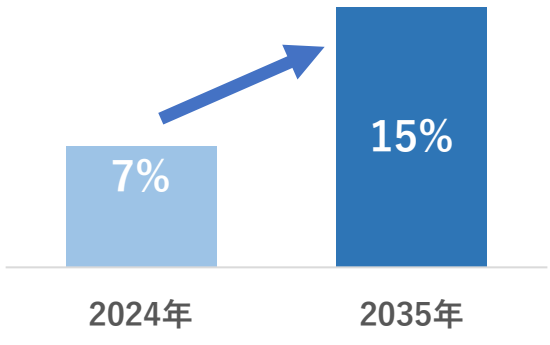
住宅政策

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

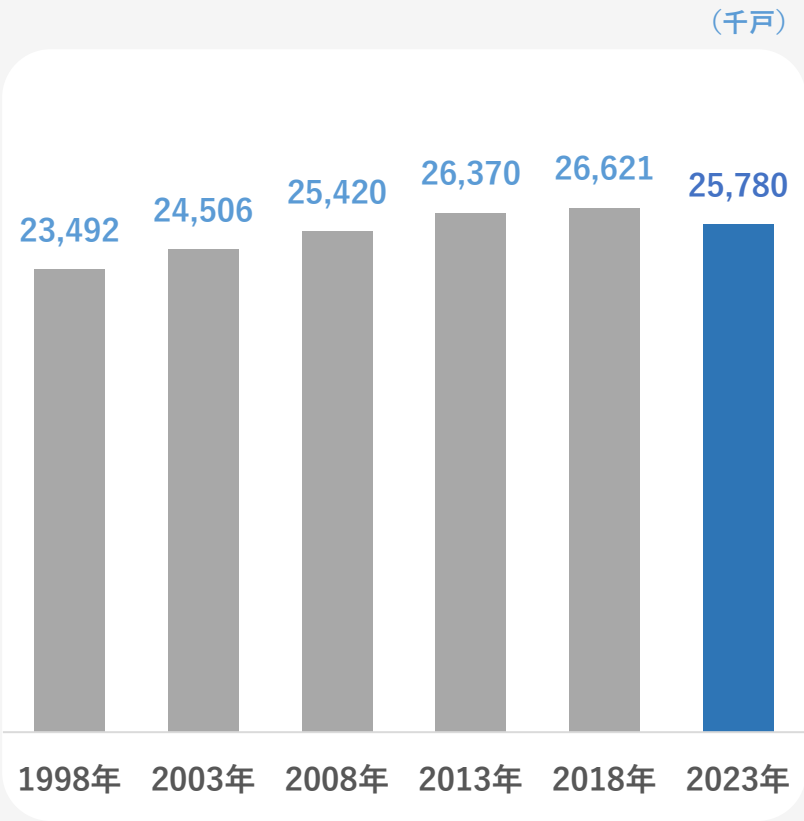


住宅ストックに占める認定長期優良住宅及び建設住宅性能評価取得住宅の割合



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）



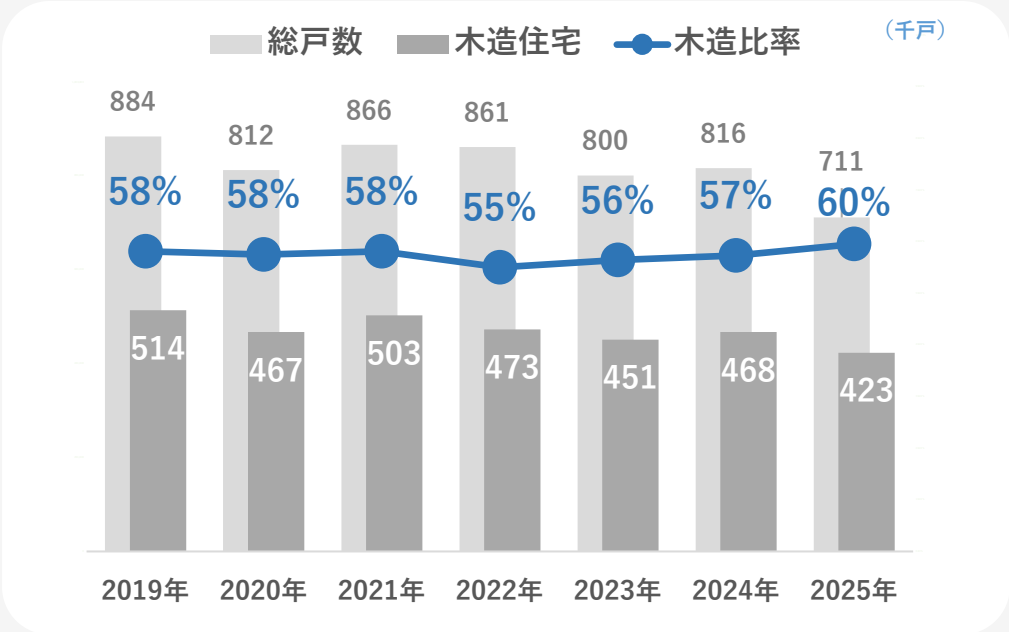
出所：総務省統計局　住宅・土地統計調査

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

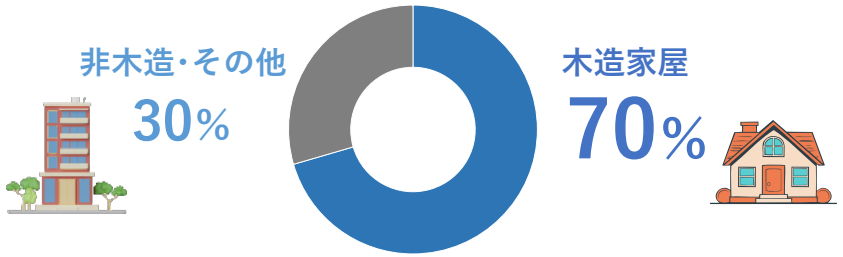
新築着工戸数に占める木造家屋比率は安定



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）

見通し

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

ビジネスモデル

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

新規営業職



訪問・申込

お客様宅の訪問、お客様からのお申込・ご紹介を通じ、床下診断をご案内



床下調査

床下に入り、白蟻・湿気等の状況調査



報告・提案

調査報告書を作成し、必要な対策を説明・提案



契約

提案内容に納得いただければ、契約

本社

契約内容の確認



39コール

本社サービス審査課からお客様に電話し、契約意思と契約書面の内容を確認

技術職



施工

蓄積された技術力とノウハウを基に高品質の施工を実施

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

5年目には
リピート（更新防除）を提案

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 → リピート契約 → 5年間の定期点検 → リピート契約 → 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。

充実した営業基盤

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

当社グループの有する経営資源

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

研修センターを中心とした人材教育体制

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 〈2025年度〉

研修センター講師職人数	9名
年間研修受講者	3,760名
研修開催回数	1,002回
入社１年目社員の研修参加日数	19.2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	297名

強固なコンプライアンス体制

コンプライアンス本部による全社横断的な統括

社内体制

- 独自の「アサンテコンプライアンスプログラム」を策定
- 内部通報窓口の設置

お客様への取り組み

- 契約の適正度をチェックする「サンキューコール」
- お客様からの苦情やご質問などへの対応
- 頂いたご意見等は直ちに関連部署と共有・連携

社員への取り組み

- 初期の徹底したコンプライアンス教育
- 定期的なコンプライアンス教育の実施

＋

取締役会による監督

内部監査室による監査

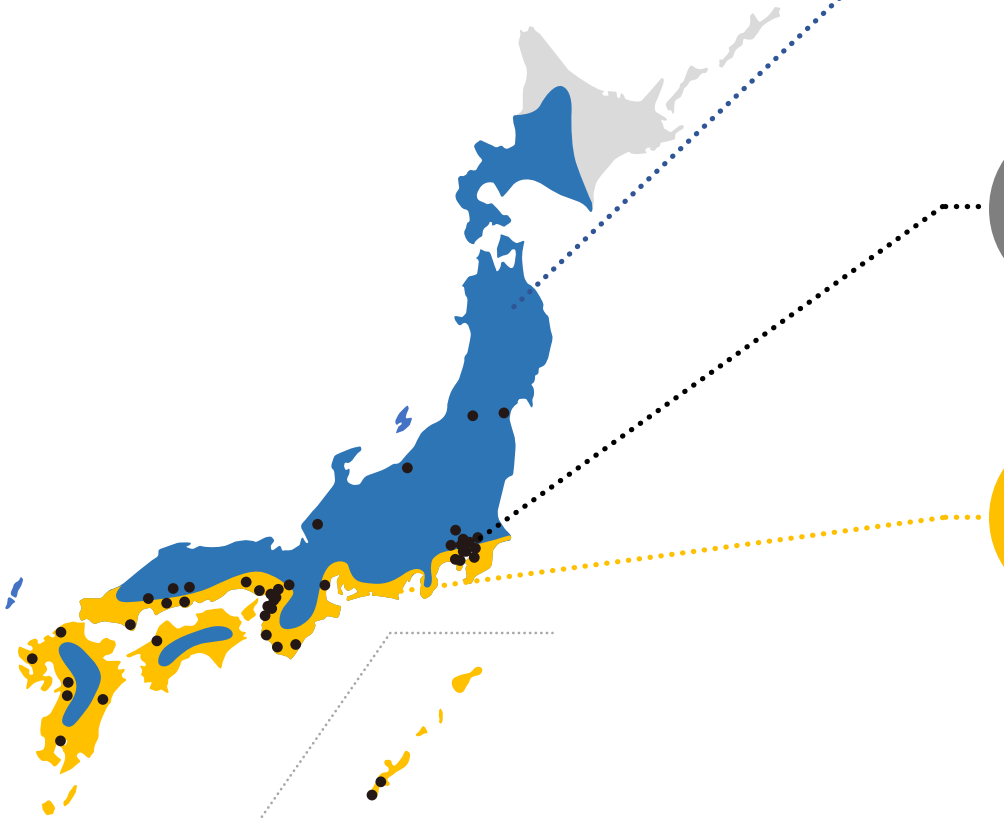
→

お客様満足度の向上

信用と競争力の向上

白蟻の分布

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

白蟻の種類

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）







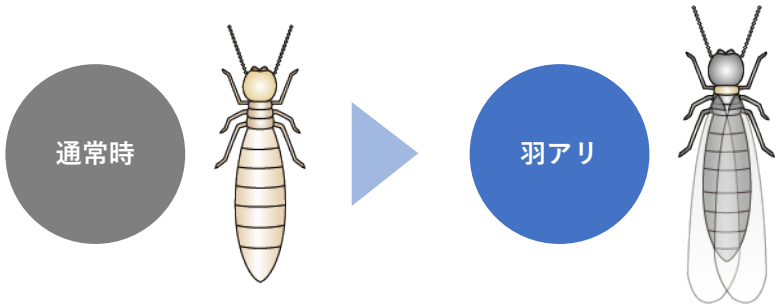
浴槽に浮かぶ羽アリ



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。

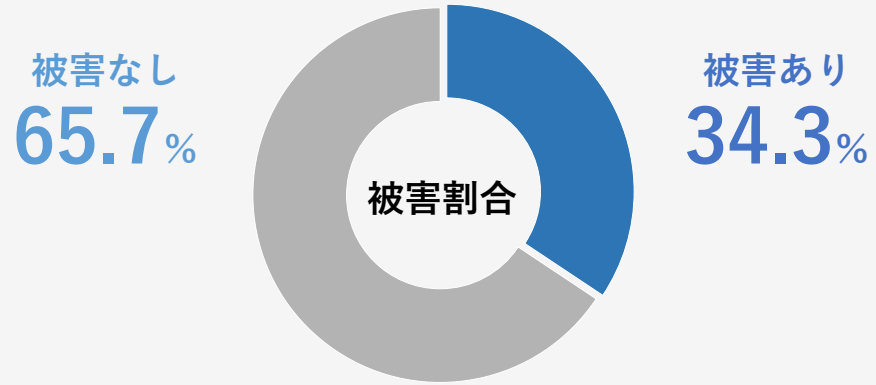
変化の様子



白蟻のリスク

白蟻被害実態調査の結果

約3軒に1軒が白蟻の被害に



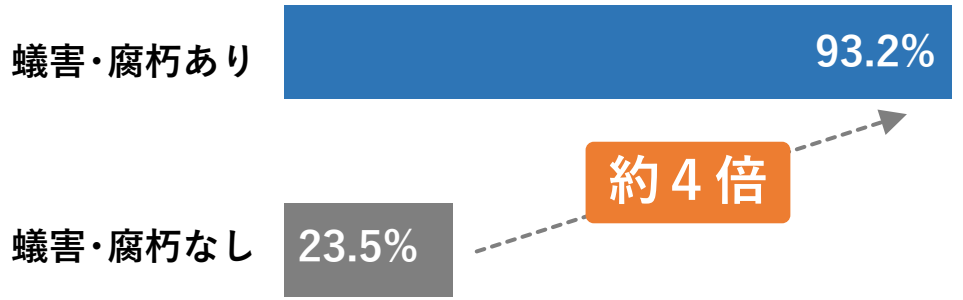
出所：(公社)日本しろあり対策協会平成13年度 シロアリ被害実態調査報告書





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



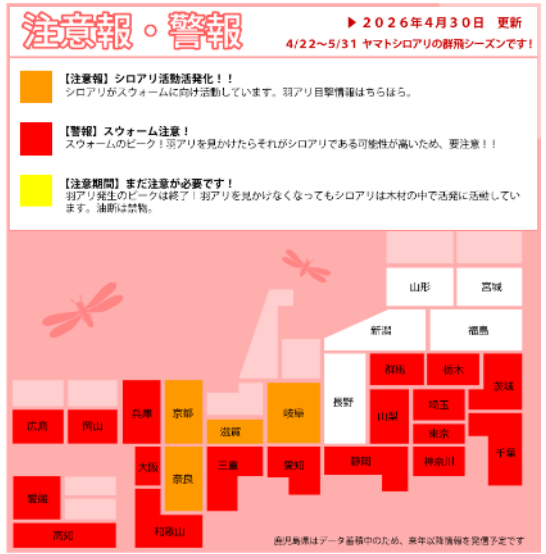
出所：(財)日本住宅・木材技術センター報告書

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

PR活動・スポンサーシップ

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

〈2026年度
「いますぐシロアリバスターズ」編〉



〈「炭坑節」編〉







探知犬チーム　くんくんズ

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

2025年11月
デビュー

ララ



エル

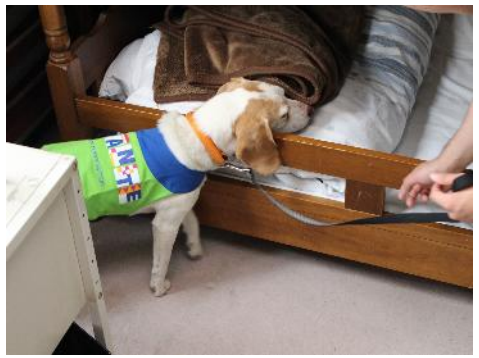


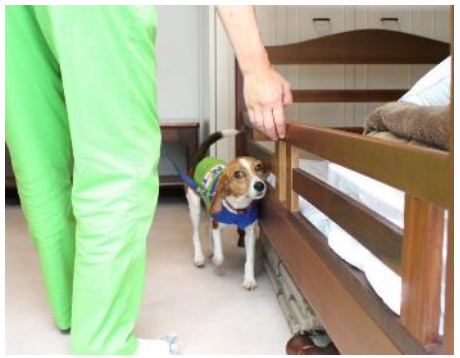
- 人間の**目視調査では発見率30%未満**のトコジラミを、嗅覚により**約95%の高確率で探知**
- **ごく少数**のトコジラミでも探知が可能

探知犬の訓練の様子









探知犬チーム　くんくんズ

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）
『ほっと関西』（2026年3月・NHK大阪）

WEB

『朝日新聞デジタル』（2026年2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5～8㎜、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。





木の文化継承プロジェクト



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**

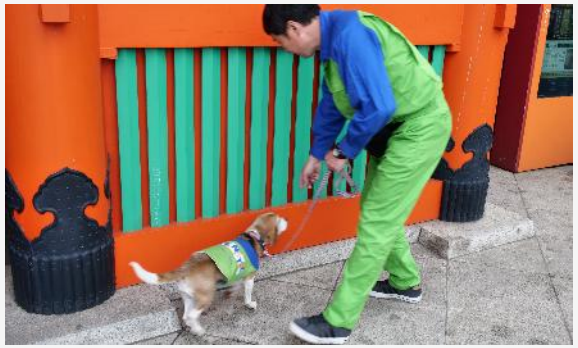
2025年3月12日　プロジェクト発足記者発表会



▲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

- 白蟻防除施工やネズミなどの害獣対策による神社仏閣、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

ネーミングライツ（愛称命名権）

アサンテ スポーツパーク

- 2025年4月から、神奈川県藤沢市にある「神奈川県立スポーツセンター」の愛称が「アサンテスポーツパーク」に
- 神奈川県内のスポーツ競技大会に留まらず、中学、高校の関東大会なども開催される大規模な複合運動施設で、年間来場者数は、約45万人
- アサンテではスポーツイベントへのシロアリバスターズのロゴ入りスポーツドリンクの差し入れやポスターを掲示






アサンテさきたま古墳桜パーク

- 2026年10月から、埼玉県行田市にある「さきたま古墳公園」の愛称が「アサンテさきたま古墳桜パーク」に
- 古墳群の見学、小学校の遠足など、さまざまなシーンで幅広く利用される。桜の名所としても知られており、地元テレビ局でも取り上げられるほか、多くの観光客や花見客が訪れる
- 2025年2月に園内の桜を対象としたクビアカツヤカミキリ駆除施工を実施し、公園の景観維持と樹木保全に貢献している







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は負いません。