



2026 年 6 月 24 日

各 位

会 社 名 株式会社北里コーポレーション
代 表 者 名 代 表 取 締 役 社 長 井 上 太 綬
(コード番号：368A 東証プライム市場)
問 合 せ 先 取 締 役 経 営 企 画 部 長 鈴 木 祐 尚
(TEL. 0545-65-7122)

中期経営計画の策定に関するお知らせ

当社は、2027 年 3 月期を初年度とする 3 ヶ年の中期経営計画を新たに策定しましたので、下記のとおりお知らせいたします。

記

1. 中期経営計画について

当社グループを取り巻く事業環境に基づき、2027 年 3 月期を初年度とする 3 ヶ年の中期経営計画を新たに策定いたしました。

2. 添付資料

中期経営計画の詳細については添付資料をご参照ください。

※. 本方針は中長期的な株主還元の目安を示すものであり、現時点で公表済みの配当予想に変更はありません。

以 上

中期経営計画

KITAZATO®



会社概要



KITAZATO®

体外受精・顕微授精・凍結融解移植などの不妊治療領域に特化した医療機器メーカー

 **株式会社北里コーポレーション**
Kitazato Corporation

※商号変更予定日：2026年7月1日
(新商号) 株式会社北里（英文：Kitazato Corporation）

設 立 年 月 日	2007年 4 月 3 日
代 表 者	代表取締役 井上太綬
資 本 金	10,000千円（2026年3月末日現在）
本 社 所 在 地	静岡県富士市柳島100番地10
拠 点	東京オフィス（港区芝大門）、米国、欧州
従 業 員 数	198名（2026年3月末日現在）※正社員75名、臨時社員123名（契約社員、派遣社員、パート）
事 業 内 容	不妊治療等に関する製品（採卵針・カテーテル・試薬などの消耗品）の開発、製造、販売
認 証	ISO 9001, ISO 13485, ISO 14001, ISO 27001, FDA, CE, CFDA, PMDA, etc.

 **子会社**

株式会社北里バイオサイエンス	2008年12月22日 設立	不妊治療設備関連の製造
株式会社北里検査センター	2016年 2月24日 設立	不妊治療関連の検査受託
株式会社北里ヘルスケア	2011年 6月 8日 設立	高齢者向け医療機器の開発・販売
株式会社北里クライオバンク	2022年 3月18日 設立	生体細胞の受託管理サービス提供
Kitazato America, Inc.	2023年 6月 9日 設立	米国における製品販売
Kitazato Europe	2026年 設立予定	欧州における製品販売



企業理念

Happiness, for the Next Generations

— 笑顔 新しい世代に —

ミッション

不妊に悩む方々と医療現場の課題に真摯に向き合い、確かな技術を提供することで、ひとりでも多くの願いを支えるとともに、少子化という社会課題の解決に貢献し、持続可能な未来に向けた社会価値を創造していきます。

ビジョン

私たちが目指すのは、不妊治療を必要とする人が、心身の負担をできる限り抑えながら、望む選択へと進める社会です。そして将来、ひとりでも多くの人が「不妊治療に苦しまなくてよい」世界を実現していきます。

バリュー

ひとりでも多くの願いを支え、生まれてきた子どもたちが健やかに成長できる社会環境づくりに寄与するとともに、次世代の幸せと持続可能な社会の実現に挑戦し続けます。

不妊治療技術の進化と当社の歩み

体外受精技術の進歩に伴い治療成績が向上するとともに、さまざまな補助生殖技術が開発されてきました。従来はホルモン療法や人工授精が不妊治療の中心でしたが、治療の選択肢が広がり、治療成果の向上につながっています。

不妊治療の歴史



出典: Wikimedia Commons
(Public Domain/CC0)

出典: Wikimedia Commons
「Cryopreservation USDA Gene Bank.jpg」
/ USDA Gene Bank/CC0 Public Domain

出典: National Institutes of Health (NIH)
/ Public Domain

当社の製品の開発・販売の歴史



当社の事業領域：不妊治療の消耗品・試薬を全てサポート

人工授精、体外受精、胚移植の全ての治療工程に関わる製品を開発・製造し、世界各国の医療現場に提供しています。特に、当社が強みとする凍結保存分野では、凍結液および保存容器が主要製品として市場成長を牽引しています。

不妊治療の流れ



企業理念に基づく社会価値創造への取組 「Kitazato スマイル活動」

「Happiness, for the Next Generations」

— 笑顔を新しい世代に —

地域社会とともに持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

次世代支援

子どもの成長支援

未来を担う子どもたちが健やかに成長し安心して過ごせる地域社会の実現を目指し、応援基金（寄付）を通じた支援を行っています。

- 静岡県「こどもの居場所づくり」活動への寄付
- 児童養護施設12施設への寄付

奨学金制度

次世代の生殖医療を担う若手人財の育成を目的に、海外の大学・医療機関へ留学する方々を支援する奨学金制度を設けています。

女性の活躍と健康

女性活躍推進



女性が能力を十分に発揮し、いきいきと働き続けられる職場環境づくりに取り組んでいます。
その取組が評価され、厚生労働省より「えるぼし認定」三ツ星を取得しています。

ピンクリボン活動



日本乳がんピンクリボン運動を推進する認定NPO法人J.POSHのオフィシャルサポーターとして、乳がんの早期発見・早期治療の大切さを広く伝える啓発活動を支援しています。

地域社会・環境

地域社会との共生



富士市総合体育館「北里アリーナ富士」のネーミングライツパートナーとして、スポーツ・文化など多様な活動を通じ、市民サービスの向上と地域コミュニティの活性化に取り組んでいます。

地球環境保全活動



本社・工場周辺での清掃活動に加え、海洋環境保全を目的とした「Kitazato Beach Clean Project」を継続的に実施。資源ごみの回収・リサイクルを通じて環境負荷の低減に取り組んでいます。

不妊治療を通じた社会課題への貢献

「Happiness, for the Next Generations」
— 笑顔を新しい世代に—

患者様が安心して不妊治療に取り組める医療の向上、
そして生まれてきた子どもたちが健全に成長できる社会環境整備に寄与します。

当社の医療現場における取組



妊娠率向上に向けた
研究開発



試薬・消耗品の
低コスト化による
治療負担軽減



医療従事者への
技術研修・学術支援



患者様への
不妊治療に関する
理解促進



不妊治療から産科・
小児科までの
医療連携支援

行政の社会における取組



経済支援の充実



保育・教育サービス拡充



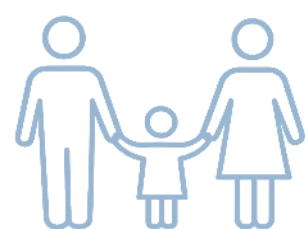
仕事と子育ての両立支援



住宅・地域環境の整備



結婚支援・意識改革



不妊治療を通じ、少子化・出生率低下という社会課題の改善に貢献
安心して子どもを持ち、育てられる社会へ

長期ビジョン

Kitazato Challenge 2036



KITAZATO®

KEY
STRATEGIES

KEY
STRATEGIES

Kitazato Challenge 2036

既存事業を核に、新規事業・M&Aを拡大し、2036年3月期に売上830億円を目指す

2027年3月期～2036年3月期の10年間を、**3ステージ**で推進

2027年3月期

2029年3月期

2032年3月期

2036年3月期

第1ステージ（3年）“挑戦”

Over Tokyo Tower 333計画

2027年3月期～2029年3月期



重点テーマ

- 既存事業の深耕
- 新規事業の立ち上げ
- M&Aの探索・小規模実行
- 次フェーズの成長基盤構築



売上目標

333 億円

第2ステージ（3年）“前進”

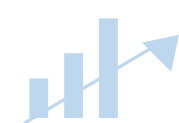
Over Sky Tree 634計画

2030年3月期～2032年3月期



重点テーマ

- 新規事業の拡大
- M&Aの本格化
- 販売網・展開地域の拡充
- 成長スピードの加速



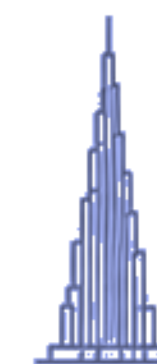
売上目標

634 億円

第3ステージ（4年）“改善”

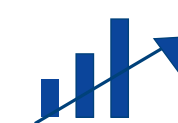
Over Burj Khalifa 計画

2033年3月期～2036年3月期



重点テーマ

- 事業ポートフォリオの進化
- シナジー最大化
- 収益基盤の多層化
- 飛躍的成長の実現



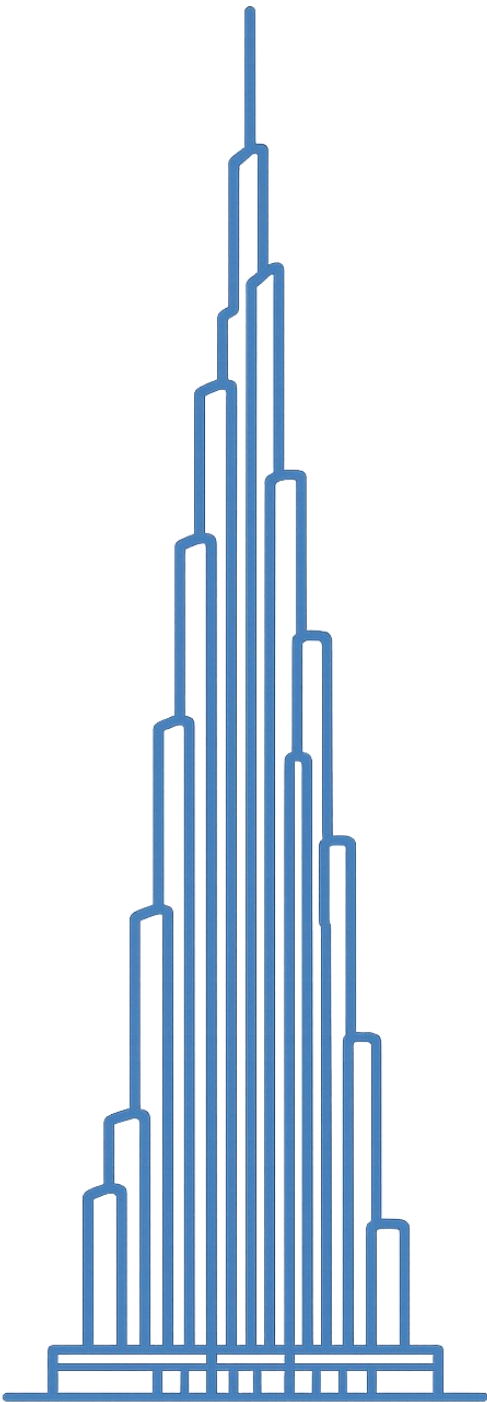
売上目標

830 億円

最終到達目標からバックカスティングして計画化・実現

Kitazato Challenge 2036 施策体系

既存事業を出発点として3レイヤー：「中核を伸ばす」、「価値提供を広げる」、「実行力を高める」で、施策展開



中核を伸ばす	<u>既存事業の深耕・高度化</u> 製造・販売：不妊治療関連製品		
価値提供を広げる	<u>海外顧客接点の拡大</u> ・各国へ現地代理店設立 ・各国へクリニック支援 ・CryoBank事業	<u>周辺サービスの拡張</u> ・検査センター事業 ・ヘルスケア事業 ・再生医療事業	<u>新技術・新製品への展開</u> ・医薬品事業 ・体外診断薬事業(IVD) ・AI事業
	<u>M&A・製造機能の取り込み</u> ・樹脂金型成型事業／金属加工事業 ・サプライチェーン・内製化機能を強化		<u>研究・人財基盤の構築</u> ・研究開発研究所設立 ・不妊治療技術研修所設立 ・人財開発研修所設立

Kitazato Challenge 2036 人財資本計画

一人ひとりが自分らしく働き、共に成長し続ける組織へ
成長投資・M&A・グローバル展開を支える実行力を強化

強みを活かした配置・育成

- ・個々の特性・強みを踏まえた適材適所の配置を推進
- ・挑戦機会と体系的な教育により、長期的なキャリア形成を支援

ライフステージに寄り添う就労環境

- ・育児・介護・健康、不妊治療などに対応する柔軟な就労環境を整備
- ・70歳までの就業を見据え、長く活躍できる環境を構築

市場価値を高める人財育成

- ・ビジネススキル・自主性・専門性の向上につながる育成機会を提供
- ・社内外で通用する人財を育成し、採用ブランド向上にもつなげる

対話を重視した組織風土

- ・立場や役職を超えて率直に意見を交わせる心理的安全性の高い職場を醸成
- ・フラットな対話を組織の活力と革新の源泉とする

DX・AI活用による生産性向上

- ・デジタル技術・AIの活用により業務効率と生産性を向上
- ・創造的な業務に集中できる環境を整え、個人と組織の成長を加速

個々の強みを把握し、適材適所の配置と育成を通じて、働きがいと組織パフォーマンスの最大化を図る

中期事業計画

第1ステージ：挑戦

KITA ZATO®



10年間の成長ストーリー

14

第1ステージの“挑戦”から、“前進”、“改善”へ 次の成長源を見極める3年間

第1ステージ（3年）“挑戦”



Over Tokyo Tower 計画
2027年3月期～2029年3月期

重点テーマ

- 既存事業の深耕
- 新規事業の立ち上げ
- M&Aの探索・小規模実行
- 次フェーズの成長基盤構築



売上目標

333 億円

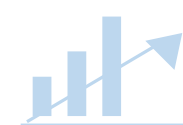
第2ステージ（3年）“前進”



Over Sky Tree 計画
2030年3月期～2032年3月期

重点テーマ

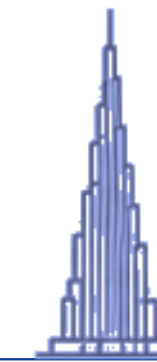
- 新規事業の拡大
- M&Aの本格化
- 販売網・展開地域の拡充
- 成長スピードの加速



売上目標

634 億円

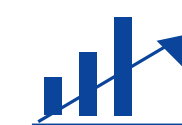
第3ステージ（4年）“改善”



Over Burj Khalifa 計画
2033年3月期～2036年3月期

重点テーマ

- 事業ポートフォリオの進化
- シナジー最大化
- 収益基盤の多層化
- 飛躍的成長の実現



売上目標

830 億円

到達目標として、2029年3月期 売上333億円を設定
既存の収益基盤を維持しながら、新規領域200億円の事業機会を探索・具体化する

売上目標 333億円



社会課題の拡大を背景に、生殖医療は重要な医療インフラへ進化

社会課題の拡大

- 少子化・晩婚化・出産年齢上昇
- 妊孕性温存への関心拡大

医療ニーズの高度化

- 治療成績向上への期待
- 高品質な治療への要求の高まり

技術革新

- 細胞培養技術
- AI診断・自動化

現場負荷の増加

- 業務効率化ニーズの高まり

制度・市場・社会課題・技術革新を見据え、リスクを管理しつつ、成長機会を着実に事業化する

政治・法規制要因

- 各国の薬事・認証・品質管理制度
- 保険制度・価格規制・国産品優遇政策
- 重点国ごとの規制対応力を強化

経済要因

- 所得水準上昇・医療アクセス改善
- 為替・物流費・人件費・原材料の変動
- 原価低減と現地販売効率化で対応

社会・人口動態要因

- 少子化・晩婚化・妊孕性温存
- 患者様の身体的・精神的・経済的負担
- 安心して治療に取り組める環境づくり

技術要因

- 凍結保存・培養 1 ステップ液・顕微操作
- AI診断・自動化・細胞培養
- 技術・薬事・知財・収益性を総合的に評価

強みを起点に成長機会を取り込み、弱みの克服と脅威への対応を投資・M&A・人財強化を通じて推進する

強み

- 不妊治療領域に特化した技術力
- 医療現場との共創関係
- Made in Japanの品質・信頼
- 健全な財務基盤

弱み

- 現地販売・薬事・品質保証体制の拡充
- 専門人財の採用・育成
- 重要工程の外部依存
- グローバル管理体制の強化

機会

- 世界的な生殖医療ニーズ拡大
- 妊孕性温存市場の成長
- AI・自動化技術の進展
- 医薬品・IVD・CryoBankへの拡張

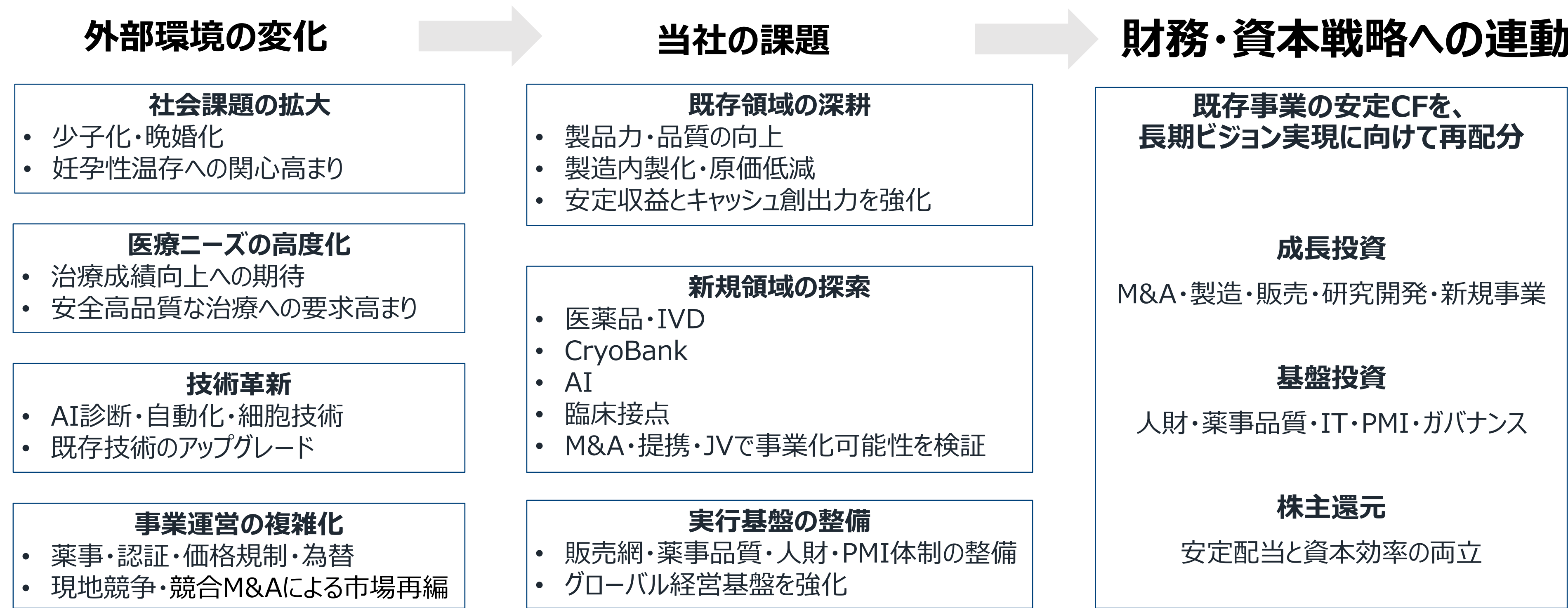
脅威

- 各国規制変更・認証遅延
- 価格競争・現地企業の台頭
- サプライチェーン・品質リスク
- 競合M&Aによる市場再編・地政学リスク

製品・価格・販売網・販促活動を統合的に展開し、グローバル競争力を高める

製品	- 高度不妊治療を支える包括的なラインナップ - 検査・診断・AI・CryoBank等と新領域とのレバレッジ - 各国で知的財産権で保護された製品群
価格	- 品質・サービス・効果とのバランス価値 - 設計見直し・内製化・生産効率の向上 - 対象工程の仕入原価30～50%低減を目指す
販売網	- 代理店中心から、現地接点を持つ体制に強化 - 欧州・米国・中国・インドの重点地域への注力 - 新規領域の出口となるチャネルを整備
販促活動	- 学術情報の発信強化 - デジタルコミュニケーションの強化 - ブランド価値の向上

成長機会とリスクを踏まえた財務・資本戦略を推進し、
投資を実行できる財務基盤とグローバル事業展開を支える経営基盤の強化



既存事業の安定CFを、成長投資・基盤投資・株主還元へバランスよく配分
既存領域の深耕投資と新規領域の探索投資を両立させる

3年間の戦略投資枠

100～150億円_{程度}

成長投資

60～100億円_{程度}

- M&A・製造内製化
- 海外販売網・JV代理店
- 新規事業・研究開発

基盤投資

10～50億円_{程度}

- 人財採用・研修
- 品質保証・薬事
- IT・PMI・ガバナンス

評価軸	内容
シナジー	不妊治療エコシステムの構築（後述）
投資回収期間	原則5～10年程度を目安
財務規律	自己資本比率・資金調達力・配当方針を総合判断

成長投資は「製造・販売・研究開発・新規事業」を重点領域とする
キャッシュは、長期ビジョンに向けた投資へ

配分領域	想定規模	主な用途	期待成果
M&Aを含む 成長投資	60～100億円	製造および販売強化 研究開発、新規事業	売上333億円への 成長ドライバー
研究開発 人財 経営基盤	10～30億円	研究所、研修所 人財採用 PMI、IR	組織能力・事業化速度を向上
設備 システム 品質保証	10～20億円	製造設備 IT、品質管理 品質保証・規制対応	拡大後も運営できる基盤
株主還元	DOE8.0%	安定配当の継続	株主還元と成長投資の両立

財務規律

- M&Aや新規事業投資は、シナジー・収益性・規制/品質リスク・PMI実行可能性を精査
- 製造内製化や販売網強化など、回収可能性の高い案件を優先
- 研究開発・新規事業は段階的に投資判断

M&A成長投資と株主還元の両立

M&A実行による一時的な利益率低下や有利子負債の増加の可能性を織り込みつつも、DOE8.0%により「投資」と「還元」の両立を図る

1 成長投資局面を見据えた前提

今後はM&Aを成長戦略の中核に据え、販売力強化、製造力強化、新規事業拡大を進めます。

これに伴い、有利子負債の活用が進み、資本構成はこれまでより変化する見込みです。

2 利益率低下リスクへの対応

M&A初期には、PMI費用、のれん負担、収益性の異なる事業の取り込み等により、短期的に利益率が低下する可能性があります。

単年度利益だけに連動する配当方針では、株主還元が不安定になる懸念があります。

3 DOE8.0%を採用する理由

株主資本に対する還元を重視するためにDOE8.0%と設定し、成長投資局面でも安定的かつ予見性の高い配当を継続します。

利益成長局面では、さらなる増配も機動的に検討します。

第1ステージ“挑戦”では、短期利益の振れを吸収しながら、成長投資と安定配当を両立

事業領域の拡大とグローバル展開に必要な専門人財を強化
第2ステージ以降の成長をさせる基盤

正社員数	重点領域	強化する人財	狙い
現状比 20～30%増	海外事業	現地規制・販売・KOL・学会対応	重点国の市場深耕とブランド浸透
	薬事・品質保証	認証・監査・品質管理・規制対応	グローバル展開の前提条件を整備
研修受講件数	研究開発	AI、iPS、細胞技術、再生医療	次世代テーマを事業化へ接続
年間 300～500件	経営管理・PMI・IR	財務、法務、人事、PMI、IR広報	M&A後の統合、企業価値説明力を強化

研修機能の位置づけ

- ・ 不妊治療技術研修所・人財開発研修所を通じ、社内人財育成と医療従事者支援を一体化
- ・ 技術支援、製品理解、ブランド浸透、販売機会創出を連動させる

研究開発は、臨床・製造・販売と連動して、事業化スピードを高める

既存製品の高度化

- 培養液、凍結保存液、凍結保存容器
- 採卵針、カテーテル、顕微授精用ピペット
- 品質・操作性・安全性を向上
- 製造内製化と連動し原価低減を実現

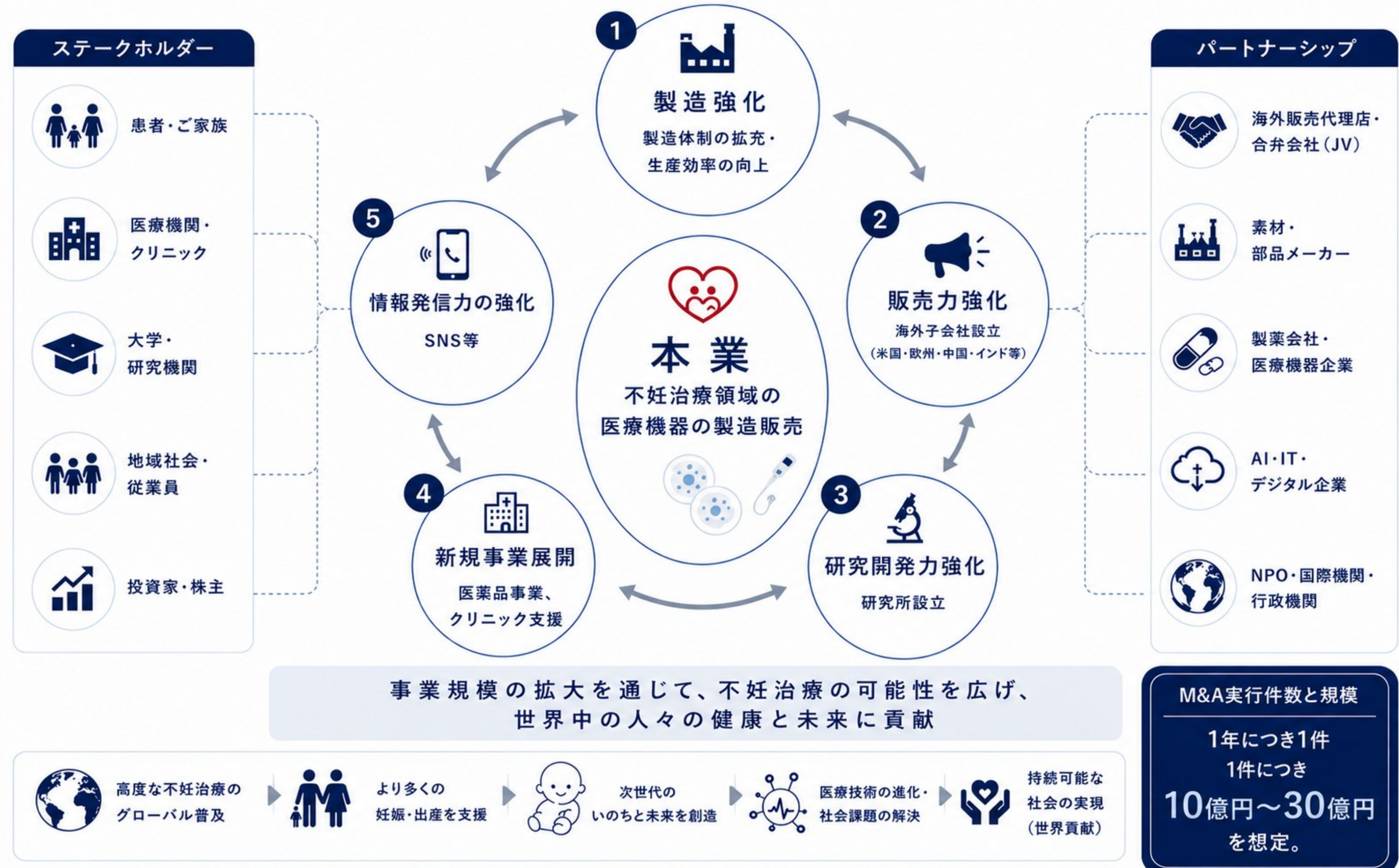
次世代技術の探索

- AI診断、細胞培養、iPS細胞、再生医療
- 未熟卵子・未熟精子細胞の成熟化
- 人工子宮、全自動受精卵培養システム
- 着床技術向上などを中長期テーマ化

重点項目	3年間の目標	位置づけ
重点研究テーマ	5～10件	技術探索と事業化テーマの管理
特許出願	10件	知財蓄積と競争優位の確保
共同研究	3～5件	学術機関・医療機関との共創
事業化候補	10件	第2ステージの収益化候補

技術的可能性だけでなく、薬事・知財・製造・臨床導入・販売・収益性を総合的に評価

M&A計画：5つの投資計画がエコシステムとなりシナジーを創出



1. 製造の強化（M&A計画）

ものづくり基盤をグループ内に取り込み、試作・量産・品質・原価を同時に改善
既存事業の収益性を支え、新規事業の実装力の土台へ

目的	対象領域	期待成果
■ 製品開発の速度と品質を高める ■ 外注依存を低減し、利益率を改善 ■ 日本品質の安心・安全なものづくりを加速	■ 金属加工事業 ■ 樹脂金型成形事業 ■ 細胞培養事業 ■ 培地・資材関連、周辺メーカー	■ 試作・量産スピード向上 ■ 新素材・ディスポ化への対応 ■ 対象工程の仕入原価30～50%低減 ■ 品質改善・妊娠率向上にも貢献

重点項目	3年間の目安
M&A・資本提携	1～3件
1件あたり投資規模	10～30億円
原価低減	対象工程30～50%低減
投資回収	5～10年

2. 販売の強化（M&A計画）

現地販売網とブランディングを両輪として強化し、各国市場での採用拡大につなげる
新事業（医薬品・IVD等）展開への活用も可能となる

目的	重点地域	手段
■ 世界各地に根差した販売体制を構築 ■ 当社製品・新規事業を同時展開できる 出口を確保 ■ ブランドの認知・信頼・採用を向上	■ 米国 ■ 欧州 ■ 中国 ■ インド 他	■ 現地代理店・販売拠点 ■ JV代理店 ■ トップクリニック連携 ■ KOLネットワーク ■ 技術指導、セミナー、学会活動 ■ インフルエンサー ■ Web発信の活用

重点項目	3年間の目安
販売強化による売上機会	50～100億円
重点国販売パートナー	20～30%増
海外売上比率	70%前後
ブランド施策	学会・セミナー・KOL接点を継続拡大

3. 研究開発力強化（M&A計画）

研究所・共同研究・研究者育成を通じ、次世代の成長ドライバーをつくる

目的	重点テーマ	実行施策
■ 難治症例に対応する技術を育成 ■ 有意義な特許を蓄積 ■ 研究成果を製造・クリニック・販売と接続	■ AI診断・胚評価 ■ iPS・細胞技術・再生医療 ■ 未熟卵子・未熟精子細胞の成熟化 ■ 全自動受精卵培養システム	■ 研究開発研究所の設立 ■ 学術機関との共同研究 ■ 研究者・技術者育成 ■ 研究所との連携による臨床接点強化

重点項目	3年間の目安
重点研究テーマ	5～10件
特許出願	10件
共同研究	3～5件
事業化候補	10件

4. 新規事業展開（M&A計画）

既存事業を起点に、医薬品・IVD・CryoBank・臨床接点へ拡張

医薬品事業	IVD事業	CryoBank事業	クリニック連携・販売拠点
医療機器と組み合わせ展開	現顧客の診断ニーズに対応	既知技術を サービス事業へ展開	既存事業の出口を確保

第1ステージでは事業化可能性を探索し

第2ステージ以降の本格拡大へつなげる

5. 情報発信力の強化（M&A計画）

事業価値を資本市場・医療現場・社会へ伝える機能
効率的かつ効果的に伝達することで、企業価値の向上

目的	手段	期待成果
■ 投資計画・技術開発・事業進捗の開示 ■ 株主・投資家との信頼形成を進める ■ 採用・提携・M&A実行余力の向上	■ IR・PRを経営戦略の一部として位置づけ ■ デジタルコンテンツを連動 ■ 学会・セミナー・技術指導と連携	■ 投資家との双方向対話を強化 ■ 市場評価ギャップを縮小 ■ 事業価値への理解を深める

重点項目	目安
機関投資家面談	継続的に拡大
決算・中計・研究開発開示	定期更新
個人投資家接点	動画・Web・説明会を活用
英文情報発信	海外投資家向けに拡充

2029年までの主要なKPI

第1ステージ“挑戦”を、第2ステージ“前進”へ接続する

KPI	売上	CAGR	営業利益率	海外売上比率	ROE
	333億円	44.9%	50%以上	70%	20%以上

ステージ	期間	主な実行テーマ	重点項目
第1ステージ “挑戦”	2027.3–2029.3	製造内製化候補選定 重点国販売戦略 研究テーマ整理 人財採用 M&A体制整備	売上333億円 M&A/提携1～3件 特許10件以上、 海外売上比率70%前後
第2ステージ “前進”	2030.3–2032.3	新規事業の売上化 海外拠点拡大 PMI 周辺新規事業本格化	売上634億円規模 新規領域の継続成長 M&Aシナジー創出、 ROE20%以上
第3ステージ “改善”	2033.3–2036.3	既存・新規・製造・販売・ 臨床・情報発信を エコシステムとして統合	売上830億円規模 事業ポートフォリオ多層化、 企業価値最大化

既存領域 売上高目標133億円

主力部門および海外市場を中心に成長を積み上げ

2029年3月期 売上目標 133億円 平均成長率 CAGR 7.0%

部門別 (単位：億円)

部門	2026年3月期 実績	2029年3月期 目標	CAGR※
Media	40	48	6.2%
Cryodevice	30	38	7.5%
医療機器	25	30	6.2%
Micro Tools	10	14	9.9%
その他	2	3	6.5%
合計	109	133	7.0%

※ 2026年3月期実績から2029年3月期目標の平均成長率

地域別 (単位：億円)

地域	2026年3月期 実績	2029年3月期 目標	CAGR※
日本	36	38	1.7%
海外	72	95	9.4%
欧州	39	53	10.2%
米国	11	15	10.3%
中国	6	7	5.9%
インド	5	7	4.5%
その他地域	9	12	10.9%
合計	109	133	7.0%

M&A先・新規事業会社の資産・負債を取り込み、売上333億円を支えるグループ全体の姿

単位：億円

連結BSの前提

- 流動資産は現預金50億円以上を確保
- 固定資産は既存設備・新規投資を反映
- その他資産には投資その他資産等を含む
- 負債を抑制し、純資産を厚く維持

資産	金額	負債・純資産	金額
流動資産 (現預金50以上)	90～110	負債	40～50
固定資産	230～250	純資産	300～340
その他資産	20～30		
総資産	340～390	負債・純資産	340～390

自己資本比率90%以上を維持しながら、成長投資と財務健全性の両立を図る

注：本ページは社内検討用の概算レンジです。M&Aの取得価額、PMI、会計処理、配当方針等により実際の数値は変動します。

第1ステージ“挑戦”で目指すこと

35

既存領域を深耕し、新規領域を探索し、2036年長期ビジョンにつなげる

2029年3月期 売上目標

333億円

既存領域133億円 + 新規領域200億円

深耕

- 既存不妊治療関連製品の販売・製造・開発を強化
- 原価低減、製品ミックス改善、海外販売拡大

探索

- 医薬品、IVD、CryoBank、AI、クリニック連携等を探索
- M&A・提携・JVにより事業化可能性を見極める

実行基盤

- キャッシュフロー、人財計画、投資計画、研究開発計画を一体化
- M&A5つの柱で不妊治療エコシステムを構築

財務方針

- 連結BSで自己資本比率90%前後の健全性を維持

2036年へ

- 第2ステージ“前進”へ接続
- 第3ステージ“改善”で事業規模・収益力・社会価値を最大化

「Happiness, for the Next Generations」
— 笑顔を新しい世代に—

より良い製品・技術・サービスを世界へ届ける

この資料に掲載している情報の一部には、将来の業績に関する記述が含まれています。
こうした記述は、将来の業績を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。
将来の業績は環境の変化などにより、実際の結果と異なる可能性があることにご留意ください。
本方針は中長期的な株主還元の目安を示すものであり、現時点で公表済みの配当予想に
変更はありません。

お問い合わせ先

株式会社 北里コーポレーション

経営企画部

TEL 0545-65-7122

URL <https://www.kitazato.co.jp/ja/ir/inquiry/>



www.kitazato.co.jp