

2026年3月期 第2四半期 決算説明会資料




株式会社北里コーポレーション

2025年11月17日

KITAZATO®

イベント概要

[企業名]	株式会社北里コーポレーション
[証券コード]	368A
[イベント言語]	JPN
[イベント種類]	決算説明会
[イベント名]	2026 年 3月期 第 2 四半期決算説明会
[日程]	2025 年 11 月 17 日
[発表者]	取締役経営企画部長 鈴木 祐尚

 会社概要	P. 3
 2026年3月期 第2四半期 業績概要	P. 16
 市場環境と今後の戦略	P. 23

まず初めに当社としては今回が初めての決算説明会となりますので、会社概要からご説明させていただきます。
既にご存知の情報があるかも知れませんが、初回となりますのでご了承くださいたく、よろしくお願いいたします。
それでは説明に入らせていただきます。

会社概要

KITAZATO®

まず、会社概要です。

会社概要

■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

Kitazato Corporation
株式会社北里コーポレーション

設 立 年 月 日	2007年4月3日
代 表 者	代表取締役 井上太綏
資 本 金	10,000千円（2025年9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（ニュージャージー州）、欧州（設立予定）
従 業 員 数	207名（2025年9月末日現在） 男女比（男性：女性＝2：8） ※正社員76名、臨時社員131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, ISO27001, FDA, CE, CFDA, PMDA, etc.

Subsidiaries
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	医療機器の部品等の製造・販売
株式会社北里検査センター	2016年 2月24日 設立	遺伝子検査サービス提供
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	設立予定	欧州における製品販売



KITAZATO®

当社は不妊治療領域に特化した医療機器メーカーです。
設立は2007年4月、創業者の井上の故郷である静岡県富士市に本社を置き、東京と米国に拠点がございます。
現在、欧州にも拠点を設ける準備をしております。

企業理念

Happiness, for the Next Generations

笑顔を新しい世代に

私たちは不妊治療という医療を通じて、多くの喜びが次の新しい世代に継続する仕事をしたいと願っています。
不妊治療に苦しんでいる患者様が一人でも多く笑顔に変わる日を夢みて、
皆様と共に前進・改善を続けながら、より良い製品を提供する使命感を忘れずに仕事に取り組みます。

経営指針

- －1 北里は、お客様と共に未来を創る会社です。常に挑戦を続け、結果を残し、期待される会社になることを約束します。
- －2 皆様に喜んでいただき、信頼していただける企業になるため、誠実かつ迅速で正確な対応が出来るよう努めます。
- －3 母親には安心を、未来の子供たちには安全を贈ります。技術と品質向上に取り組む姿勢を常に意識することをお約束します。
- －4 感謝の気持ちを忘れず一生懸命に仕事をします。社会と共存し、社会に利益を還元できる企業市民を目指します。
- －5 医療に国境はありません。常に日本企業としての誇りと謙虚さを忘れずに、グローバルな活動を推進していきます。

KITAZATO®

続いて、企業理念となります。

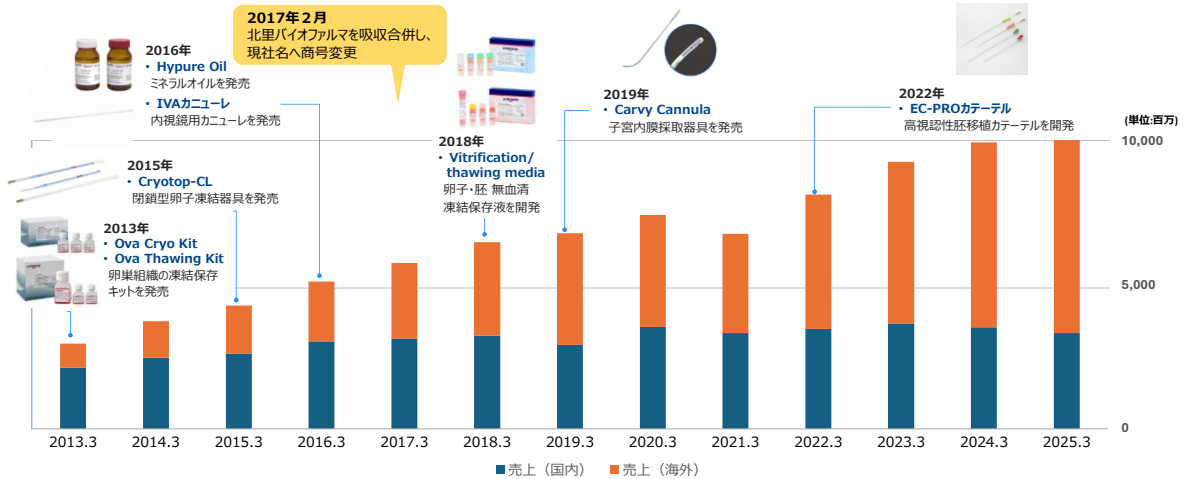
当社は「Happiness, for the Next Generations 笑顔を新しい世代に」を掲げています。

この理念のもと社員一丸となって、業務に励んでおります。

業績推移

■ 日本、欧米、中国など各国・地域の主要クリニックとの信頼関係と製品開発力を基盤に、市場を創造しながら持続的に成長

単体売上高の推移



KITAZATO®

次に、これまでの業績推移となります。

ここでは主力製品の開発記録や国内・海外に分けた売上高を掲載しております。

2013年に卵巣組織の凍結保存キットを発売、2015年に閉鎖型卵子凍結器具を発売しました。

その後もさまざまな試薬や器具を開発、販売して成長してまいりました。

販売エリアも国内のみならず欧米、中国、インドなどに拡大し、直近では売上高の6割以上を海外が占めております。

各国の主要クリニックとの信頼関係と製品開発力を基盤に、市場を創造しながら持続的に成長しております。



代表取締役

井上 太綏

医学博士・経営学修士（MBA）

当社創業者。北里コーポレーションをはじめとする当社グループの設立と形成に加え、医療関係者との関係づくり、製品開発、海外展開など、不妊治療の普及を通じて、当社グループの企業価値向上を牽引。

2007年より現職、その他、グループ会社の代表取締役も兼任。

常務取締役
品質保証部長

和泉 杏子

アウトドア用品や健康食品などの勤務を経て、2021年より当社品質保証部長に就任。品質保証に関わり、2022年より取締役就任、2023年より現職。

取締役
マーケティング・
営業担当

小川 真希

経営学修士（MBA）

学校法人、法律事務所などの勤務を経て2010年に当社入社。その後はグローバルな展開に関わり、2022年に取締役就任、2023年より現職。Kitazato America, Inc.の取締役も兼任。

取締役
製造部長

柴田 和美

医薬品メーカー、樹脂メーカーなどの勤務を経て、2013年に当社入社。品質管理、製造に関わり、2022年に取締役就任、2023年より現職。

取締役
管理部門担当

鈴木 祐尚

自動車部品メーカー、光関連機器メーカーなどの勤務を経て2024年に当社入社。同4月より取締役経営企画部長就任。同10月より管理部門担当として財務経理部、総務人事部、経営企画部を統括。

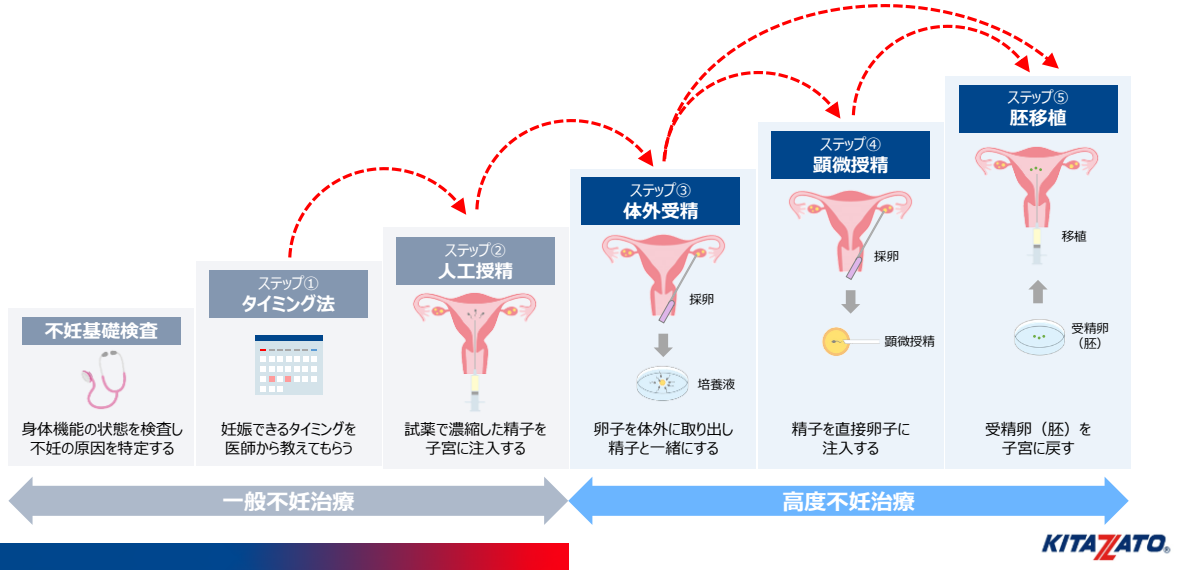
続いて、経営陣をご紹介します。

当社の取締役は10名で構成されており、うち社内取締役5名の経歴を掲載しております。代表取締役 井上 太綏は創業者であり、医療関係者との関係づくり、製品開発、海外展開など不妊治療の普及を通じて、当社グループを牽引してまいりました。そのもとに品質保証、営業、製造、管理部門の担当4名を配置しております。

また、当社の従業員は女性が多く、女性比率は80%以上と高いことが特徴です。優秀な人材は男女問わず登用しております。

不妊治療について

- 不妊治療は一般不妊治療と高度不妊治療に区分され、治療工程は①～⑤のステップにわたり、不妊の状況によってステップが上がる



これより、当社の事業領域を説明しますが、まずその前に不妊治療のプロセスについて、簡単にご説明いたします。

不妊治療は一般不妊治療と高度不妊治療があり、治療工程は基礎検査から始まり、タイミング法、人工授精、体外受精、顕微授精、胚移植と患者様の状況によってステップが上がります。

このような治療があるなかで、当社の事業領域は（次ページへ）

事業領域

- 人工授精、体外受精、胚移植のすべ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
- 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

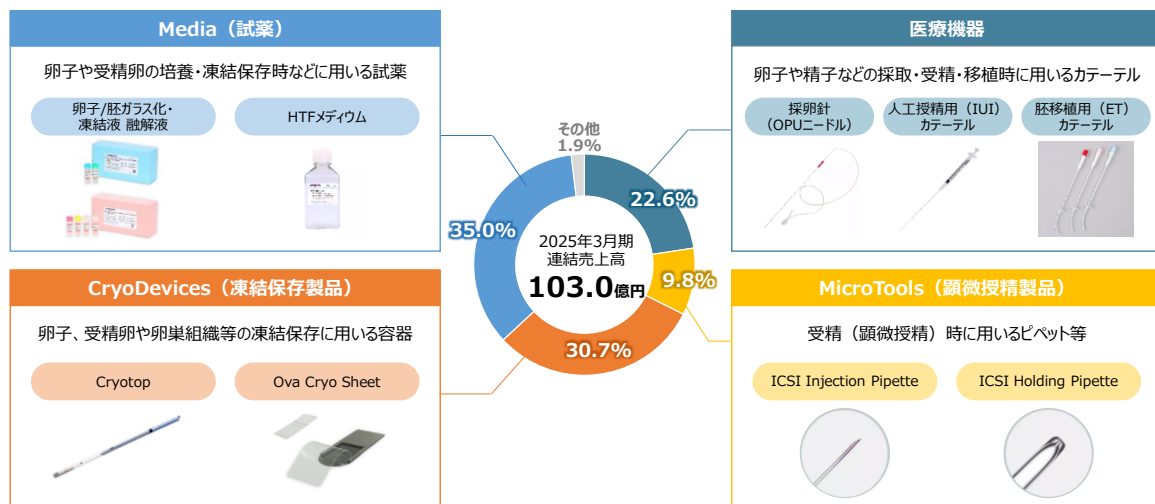
不妊治療の流れ



一般不妊治療である人工授精から、高度不妊治療の体外受精や顕微授精、胚移植にわたり、全ての治療工程に関わる消耗品を一貫して開発・製造し、世界の医療現場に届けております。

特に当社が強みとする凍結保存分野の凍結液や凍結保存容器が主力製品として成長を牽引しております。

また、凍結保存容器のCryotopは世界中の先生方に選ばれて採用されております。



続いて、当社が取り扱う製品について、2025年3月期の売上構成とあわせてご説明いたします。

当社製品は大きく4つに分類にされます。

資料左上、Media（試薬）です。構成は売上全体の35%を占めております。卵子や受精卵を成長させる培養液や、凍結保存に用いる液体試薬になります。

資料左下、CryoDevicesです。売上の約30%を占めております。

卵子や卵巣組織などの凍結保存に用いる容器で、特にCryotopは世界で高い評価を受けている製品になります。

続いて資料右上、医療機器です。売上の約22%を占めております。

医療機器は医師が使用する器具で、卵子を採取する針や受精卵を子宮内に移植するカテーテルなどがあります。

医療機器も世界で高い評価を受けております。

最後に資料右下、MicroToolsとなります。売上の約9%を占めております。

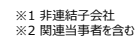
MicroToolsとは高度不妊治療の顕微授精などに用いるガラスやプラスチックを加工した精密な工業製品です。

顕微鏡を用いながら加工を行うため、製造には難しい技術が要求されます。

世界でも生産できるメーカーはごくわずかとなっております。

| 11

- 当社グループ
KITAZATO



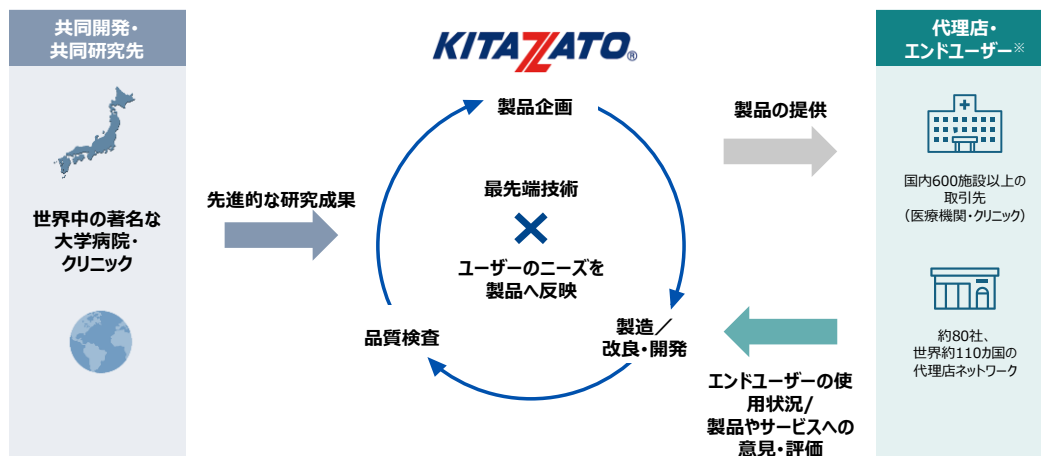
国内では病院・クリニックへの直接販売が中心となり、海外においては全て代理店を経由した間接販売となっております。

各子会社は不妊治療の周辺領域のビジネスを展開しております。

当社の製品開発体制

12

- 世界中の医療現場と研究機関より先進的な研究成果を連携し、さらに顧客ニーズを取り込んで、迅速に製品化し高付加価値を創出



※2025年3月末時点

KITA ZATO

次に、製品開発体制です。

資料の左側、世界中の著名な大学病院などから先進的な研究成果を取り入れ、更に資料右側、顧客のニーズや市場動向を早い段階で把握し社内に取り込みます。

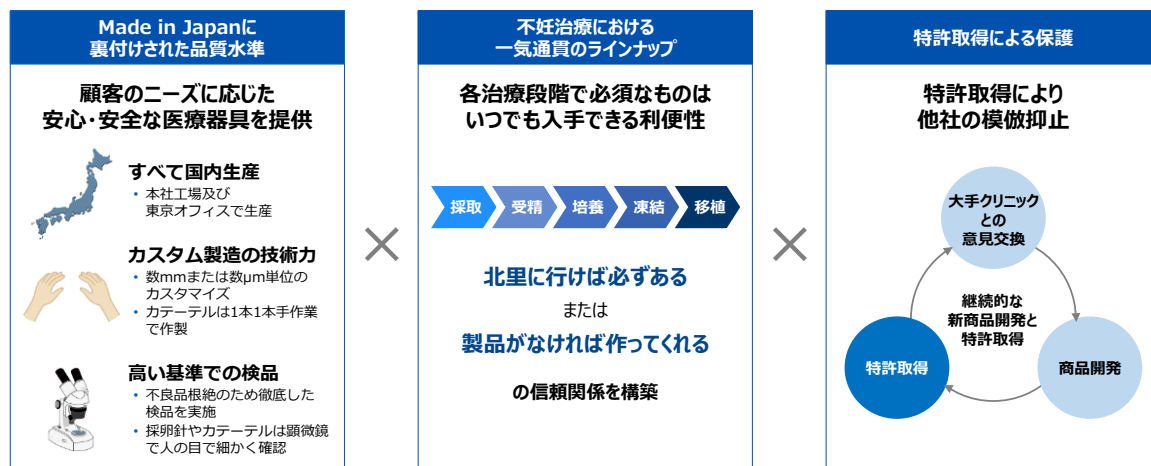
そのうえで当社が製品開発・改良をタイムリーに行い、常に競争力の高い製品を市場に提供できるよう体制を整えております。

この製品開発体制によって、（次ページへ）

グローバルに浸透する『Kitazato』ブランド

| 13

■ Made in Japanの品質、製品ラインナップ、特許取得を基盤に、医療現場の信頼に応える製品を提供



KITAZATO®

北里に行けば必ずある、製品がなければ作ってくれるといった、お客様との強い信頼関係につながり、グローバルに浸透する『Kitazato』ブランドとなっております。

グローバルに展開する強固な販売体制

| 14

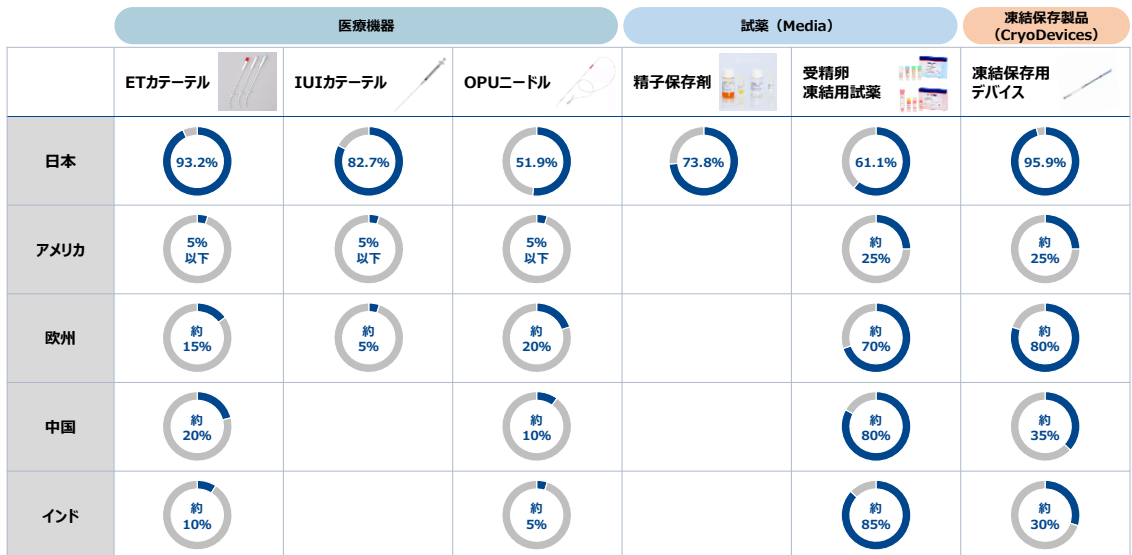
■ 約80社の代理店ネットワークを通じ、世界110カ国で自社製品を展開し、安定した成長を支える販売基盤を構築



続いて、販売体制ですが当社は、約80社の代理店ネットワークを通じ、世界110カ国で自社製品を展開し、安定した成長を支える販売基盤を構築しています。これにより、世界各地で開催される学会への支援や当社製品を用いた研究発表が可能となり、顧客との関係性をより近いものとし、ブランドイメージの向上にもつながっています。

製品カテゴリ別・エリア別 当社のポジショニング

| 15



※日本は矢野経済研究所「医療施設における不妊治療に関するアンケート調査」より、2023年8月現在。その他の地域は当社及び当社代理店ヒアリング等による調査に基づく当社の認識、2024年12月現在。

KITAZATO

次に、製品カテゴリ別のシェアについてご説明いたします。
国内市場は高いシェアを維持しており、今後もこの高い水準を維持できるよう取り組んでまいります。
海外市場におきましても我々の調査結果では、不妊治療の先進国である欧米のみならず、中国、インドでも資料右側から2列、凍結分野における試薬、凍結保存製品は高いシェアを誇っています。
その左側、医療機器においても当社の品質と性能は高く評価されており、まだシェアは低いですが今後は戦略的な展開を通じて全ての商品においてシェア獲得をめざします。

会社概要は以上となります。

2026年3月期
第2四半期
業績概要

KITAZATO®

2026年3月期 第2四半期の業績についてご説明いたします。

損益計算書

| 17

- 売上高は5,247百万円（前年同期比+8.3%）、中間純利益は1,804百万円（前年同期比+6.0%）と増収増益
- 第2四半期 累計の進捗は、売上高49.5%／営業利益51.5%／経常利益51.8%／純利益51.6%と計画線上で推移

（百万円）

	2025.3		2026.3			
	2Q実績	通期実績	2Q実績	前年同期比	通期予想	2Q進捗率
売上高	4,843	10,302	5,247	8.3%	10,602	49.5%
営業利益	2,616	5,782	2,769	5.9%	5,374	51.5%
営業利益率	54.0%	56.1%	52.8%	△1.2pt	50.7%	—
経常利益	2,601	5,767	2,728	4.9%	5,267	51.8%
経常利益率	53.7%	56.0%	52.0%	△1.7pt	49.7%	—
当期（中間）純利益	1,703	3,788	1,804	6.0%	3,498	51.6%
当期（中間）純利益率	35.2%	36.8%	34.4%	△0.8pt	33.0%	—

KITAZATO

損益計算書です。

2026年3月期 第2四半期は増収増益となりました。

売上高は前年同期比8.3%増の52億47百万円、営業利益は5.9%増の27億69百万円、経常利益は4.9%増の27億28百万円、中間純利益は6%増の18億4百万円となりました。

第2四半期の通期予想に対する進捗率は売上高49.5%、営業利益51.5%、経常利益51.8%、純利益51.6%とおおむね計画どおりで推移している状況です。

以降で詳細についてご説明いたします。

地域別売上高

| 18

(百万円)

	2025.3		2026.3			
	2Q実績	通期実績	2Q実績	前年同期比	通期予想	2Q進捗率
売上高	4,843	10,302	5,247	8.3%	10,602	49.5%
日本	1,748	3,496	1,800	3.0%	3,690	48.8%
海外	3,095	6,805	3,447	11.4%	6,912	49.9%
欧州	1,638	3,448	1,924	17.5%	3,645	52.8%
米国	417	1,022	549	31.7%	1,179	46.6%
中国	335	868	275	△17.9%	659	41.7%
インド	176	467	310	76.3%	525	59.0%
その他	527	998	386	△26.7%	903	42.7%

■日本

第1四半期に引き続き採卵針及びカテーテルの新製品、改良品の販売が順調に推移し、売上高は1,800百万円(前年同期比3.0%増)。

■海外

中国は前年度生じたスポット販売の反動減と、その他地域もカナダ販売網変更等の影響により減少。

一方、欧州は卵子・胚ガラス化凍結液やCryoDevicesなどの新製品展開及び新規顧客開拓が順調に進み、また、インドも新規の顧客開拓が進んだことから、売上高は3,447百万円(前年同期比11.4%増)。

KITAZATO

地域別の売上高です。

まず、日本の売上高は前年同期比3%増の18億円となりました。

第1四半期に引き続き、採卵針及びカテーテルの新製品、改良品の販売が順調に推移しました。

海外売上高は11.4%増の34億47百万円となりました。

中国では前年度生じたスポット販売の反動による減少があり、また、その他地域でもカナダの販売網の変更等で減少しました。

一方、欧州はMediaやCryoDevicesなどの新製品及び顧客開拓が順調に進み増加しました。

また、インドにおいても新規の顧客開拓が進み増加となり、海外全体として増加となりました。

製品区分別売上高

| 19

(百万円)

	2025.3		2026.3			
	2Q実績	通期実績	2Q実績	前年同期比	通期予想	2Q進捗率
売上高	4,843	10,302	5,247	8.3%	10,602	49.5%
Media	1,704	3,607	1,977	16.0%	3,731	53.0%
CryoDevices	1,345	3,165	1,354	0.7%	3,131	43.2%
医療機器	1,152	2,324	1,243	7.9%	2,377	52.3%
MicroTools	551	1,009	551	△0.1%	1,147	48.0%
その他	89	194	120	35.3%	216	55.6%

■ Media

米国での卵子・胚ガラス化凍結液展開、インドでの新規顧客開拓が進んだことから、売上高は1,977百万円(前年同期比16.0%増)。

■ 医療機器

胚移植用カテーテルの新製品、採卵針の改良品が国内、海外ともに引き続き好調で、売上高は1,243百万円(前年同期比7.9%増)。

KITAZATO

次に、製品区分別の売上高についてご説明いたします。

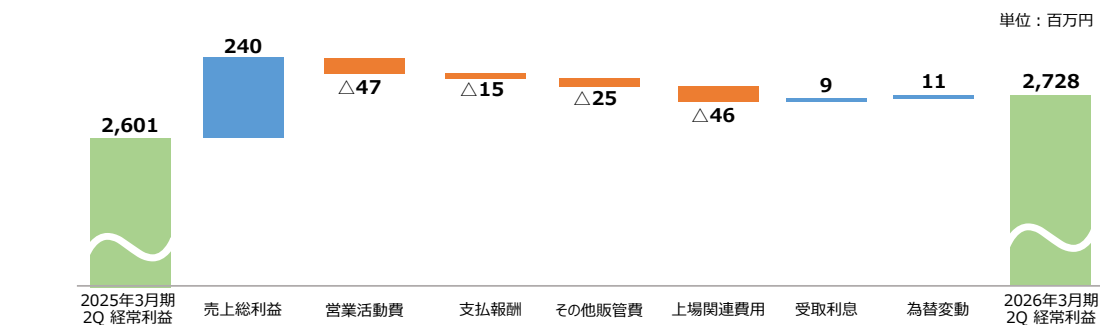
Mediaは米国での卵子・胚ガラス化凍結液の拡販、インドでの新規顧客開拓が進んだことから、売上高は前年同期比16%増の19億77百万円となりました。

医療機器は胚移植用カテーテルの新製品、採卵針の改良品が国内、海外ともに好調で、売上高は7.9%増の12億43百万円となりました。

CryoDevicesとMicroToolsについてはほぼ前年並みとなっております。

経常利益の変動要因 <前年同期対比>

20



- 売上総利益の増加
製品構成の変化等により、売上原価率が上昇したものの、売上増により240百万円の売上総利益が増加。
- 営業活動費の増加
学会の出展に係る費用及び海外出張費用が増加。
- 支払報酬の増加
海外に販売するための認証取得費用が増加。

KITAZATO

次に、経常利益の変動要因についてご説明いたします。

2026年3月期 第2四半期の経常利益は27億28百万円、前年同期と比較して1億27百万円の増加となりました。

主な内訳は売上増に伴う売上総利益の増加2億40百万円、学会への出展や海外出張による営業活動費の増加47百万円、海外への販売に必要な認証取得のための支払報酬の増加15百万円、上場企業としての管理体制、営業体制強化のための採用などによるその他販管費の増加25百万円のほか、営業外費用での上場関連費用46百万円など一過性の費用も生じた結果となっております。

なお、売上総利益は原価率が上昇しているため、売上高の増加に対しての売上総利益の増加額が低くなっております。

原価上昇の理由はOEM製品の仕入れが増加したこと等によるものです。

OEM製品は海外市場において販売アイテムの拡充を急ぐために、海外で既に許認可を得ている他社製品をOEM製品として仕入れ、当社のブランドで販売しております。

まずはOEM製品の活用で現地のラインナップを拡充させ、売上を伸ばしながらブランド価値の向上を図っております。

また、OEM製品を活用する一方で、当社製品の認証を進め、OEM製品から自社製品への切り替えを段階的に進める予定です。

この内製化切替えにより中期的に収益性の回復を目指してまいります。

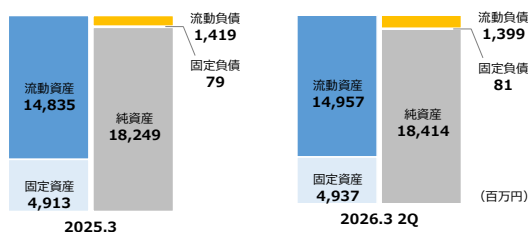
貸借対照表・キャッシュ・フロー計算書

| 21

貸借対照表

(百万円)

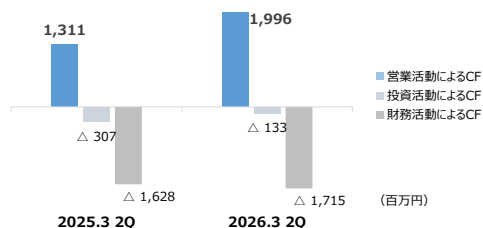
	2025.3	2026.3 2Q	増減額
流動資産	14,835	14,957	122
固定資産	4,913	4,937	24
資産合計	19,748	19,895	146
流動負債	1,419	1,399	△20
固定負債	79	81	2
負債合計	1,499	1,481	△18
純資産	18,249	18,414	165
負債純資産合計	19,748	19,895	146
自己資本比率	92.4%	92.6%	0.2pt



キャッシュ・フロー計算書

(百万円)

	2Q	
	2025.3	2026.3
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,311	1,996
投資活動によるキャッシュ・フロー	△307	△133
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,628	△1,715
現金及び現金同等物に係る換算差額	△7	0
現金及び現金同等物の増減額	△632	147
現金及び現金同等物の中間期末残高	9,842	11,608



KITAZATO

次に、貸借対照表、キャッシュ・フロー計算書についてご説明いたします。

まず左側の貸借対照表です。

資産合計は198億95百万円、前期末より1億46百万円の増加となりました。

増加の主な要因は現預金が1億48百万円増加したことによるものです。

負債合計は14億81百万円と前期末より18百万円減少し、純資産は184億14百万円と利益剰余金の増加により、前期末より1億65百万円の増加となりました。

自己資本比率は92.6%と昨年末より0.2ポイントのプラスとなっております。

続いて、右側キャッシュ・フロー計算書です。

ご覧のとおり、安定した営業収入を維持しつつ、生産設備の投資に加え、配当金、上場関連費用の支出を実施しております。

2026年3月期業績予想

| 22

- 売上高は海外市場で堅調に推移。費用は人員強化や海外展開促進、学会・認証取得、新社屋・自動化投資を計画どおり進行中。
- 現時点において、想定外の大きな変動要因は発生しておらず、堅調に推移しておりますが、今後も国際的な市場環境の変化等、不確定要素を慎重に見極める必要があることから、通期業績予想は据え置き。

(百万円)

	2025.3 実績	2026.3 予想	前期比 増減率
売上高	10,302	10,602	2.9%
営業利益	5,782	5,374	△7.1%
営業利益率	56.1%	50.7%	△5.4pt
経常利益	5,767	5,267	△8.7%
経常利益率	56.0%	49.7%	△6.3pt
当期純利益	3,788	3,498	△7.7%
当期純利益率	36.8%	33.0%	△3.8pt

業績予想の前提

- 海外取引の多くは日本円建てであるため、為替変動の影響は限定的。
- 当社は限界利益率の高い事業構造であるため、売上高の増加で利益が大きく変動する可能性あり。

KITAZATO

次に、2026年3月期 通期の業績予想についてご説明いたします。

2026年3月期は2025年5月22日に発表した業績予想からの修正はございません。

売上高106億2百万円、営業利益53億74百万円、経常利益52億67百万円、当期純利益34億98百万円を予想しております。

現時点において、想定外の大きな変動要因は発生しておらず第2四半期決算も先ほどのとおり堅調に推移しておりますが、今後も国際的な市場環境の変化等、不確定要素を慎重に見極める必要があることから、通期業績予想は据え置いております。

なお、当社は限界利益率の高い事業構造であるため、売上高の変動に対する利益の振れ幅も大きいことが特徴です。

上期の状況を維持させ、利益の確保を進めてまいります。

2026年3月期 第2四半期の決算概要は以上となります。

市場環境と今後の戦略

KITAZATO®

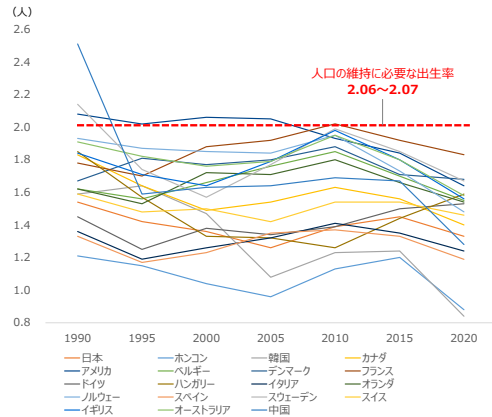
続きまして、市場環境と今後の戦略についてご説明いたします。

世界の主要国の出生率と人口推移

24

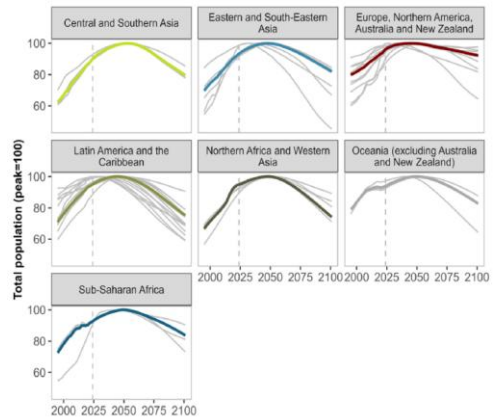
- 世界的に出生率は人口維持水準を下回っており、少子化の進行に伴って生殖医療への社会的ニーズが一層高まる

主要国の合計特殊出生率の推移



出典：国立社会保障・人口問題研究所「人口統計資料集（2023）」
https://www.ipss.go.jp/syoushika/tohkei/Popular/P_Detail2023.asp?fname=T04-05.htm

今後30年以内に人口がピークに達する可能性のある
国や地域の総人口の地域別平均



出典：国連「World Population Prospects 2024」
※1995から2023年の予測

KITAZATO

まず、世界の主要国の出生率と人口推移となります。

資料左側、出生率のグラフですが、掲載国のすべてが人口維持に必要な出生率2.06を下回っていることが確認でき、少子化が進むことが想定されております。

資料右側、今後の人口推移では長期的にみても世界の人口減少が予測され、今後は社会問題として大きなテーマとなります。

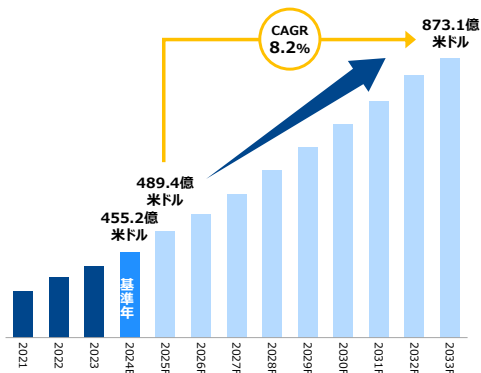
出生率の低下が進む一方で、不妊治療市場は社会的ニーズの高まりを背景に拡大の予測となっております。

不妊治療は世界的に拡大トレンドが続く

25

- 出生率の低下が進む一方で、不妊治療市場は社会的ニーズの高まりを背景に拡大の予測
- 特に欧米・中国・インドなど、当社の主要市場では今後も高成長が続く見通し

世界の不妊治療サービス市場規模（予測）※



出典：Straits Research

※ Eは見込み、Fは予測を意味する

世界		アメリカ		欧州
卵子凍結および胚バンクの市場規模		不妊治療サービス市場規模	生殖補助医療市場規模	生殖補助医療市場規模 ^{*1}
2028年		2028年	2028年	2018年
66億米ドル		168億米ドル	137億米ドル	87.8億米ドル
CAGR		CAGR	CAGR	出典：Fortune Business Insights
13.6%		13.6%	14.2%	
(2023-2028)		(2023-2028)	(2023-2028)	
出典：The Business Research Company		出典：BCC Research	出典：BCC Research	

中国	インド
不妊治療市場規模	原発性不妊症有病率
2030年	推定
6.4億米ドル	3.9~16%
CAGR	出典：Fortune Business Insights
9.1%	
(2023-2030)	
出典：Global Industry Analysts, Inc.	

不妊症有病者数 ^{*2}	体外受精市場規模
2024年	2037年
4,860万人	10億米ドル超
世界の不妊症有病率17.5% ^{*3} × 中国の出生適齢期20-49歳女性数2億7,771万人 ^{*4} で算出	CAGR
^{*3} 出典：国連の世界人口推計2024年版	約13%
^{*4} 出典：WHO最新ニュース「世界では6人に1人に不妊の影響」（2023年4月4日）	(2025-2037)
	出典：TechSci Research

※1 市場規模を示す参考数値

※2 市場規模を示す参考数値かつ推定値






KITAZATO

こちらは、世界の不妊治療サービスの市場規模を予測したものになります。
 特に欧米・中国・インドなど、当社の主要市場では今後も高成長が続く見通しです。
 これらの予測は、当社が安定かつ継続性のある成長を期待できる予測ともいえます。

主要地域における市場成長率と当社の成長戦略

26

■ 各地域の制度や市場環境に応じた最適な戦略を展開し、グローバルでの需要拡大に対応

	日本 	米国 	欧州 	中国 	インド 
市場環境	<ul style="list-style-type: none"> 保険適用拡大により安定成長 出生の約9人に1人が体外受精児 	<ul style="list-style-type: none"> 保険適用州が年1～4州ペースで拡大^{※1} 出生数も増加傾向 	<ul style="list-style-type: none"> 各国で保険制度整備進行 公的補助も充実し市場拡大基調 	<ul style="list-style-type: none"> 不妊治療への保険適用施設が急増^{※2} 第3子政策による需要拡大 	<ul style="list-style-type: none"> 晩婚化・都市化を背景に不妊治療需要が拡大 体外受精市場規模拡大の予測
成長戦略	<ul style="list-style-type: none"> 新製品投入・教育支援強化・検査/周辺事業への展開 国内No.1ブランドを維持 	<ul style="list-style-type: none"> CryoDevices／Media導入拡大 Kitazato America設立による直販体制強化・学会マーケティング推進 	<ul style="list-style-type: none"> CE認証取得加速・技術指導強化 OEM比率低減による内製化推進 	<ul style="list-style-type: none"> 代理店販売に加え自社営業部門設置 大手施設への直販強化・国産優遇制度への対応検討 	<ul style="list-style-type: none"> 販売網と製品ラインアップの拡大 グローバルブランド使用のインドの上位施設への対応強化
2023年出生数(千人) 全世界の出生数に占める割合 ^{※3} (%)	770 (0.6%)	3,701 (2.9%)	6,429 (5.0%)	9,129 (7.1%)	22,759 (17.6%)
2025年3月期 売上高(百万円) 構成割合(%)	3,496 (33.9%)	1,022 (9.9%)	3,448 (33.5%)	868 (8.4%)	467 (4.5%)

※1 出典：Resolve “Insurance Coverage by State”

※2 出典：ニッセイ基礎研究所「少子化対策として不妊治療を保険適用へ」

※3 出典：国際連合経済社会局人口部統計

KITAZATO

このような環境の中、各国のエリア戦略の概要を説明いたします。

国によって治療水準、法規制、治療アプローチなどが異なるため、それぞれの国に応じた戦略が必要になります。

まず、日本の市場環境は保険適用の拡大により市場の安定成長が続いております。また、出生の約9人に1人が体外受精児と拡がりを見せています。複数の競合もいる中で、営業スタッフの増強や新製品の投入に加え、病院・クリニックへの教育支援や検査サービスなど周辺事業への展開を図り、国内シェアを維持してまいります。

米国、欧州においては各州、各国で保険制度整備が進行しており、こちらも市場成長が見込まれています。認証取得に注力し、製品ラインナップ拡充を進めます。また、学術支援やワークショップなどの教育訓練を行いながら、更なるブランドイメージの向上にも努めてまいります。

中国は保険適用施設が急増しており、第3子政策による需要拡大が続いております。今後は代理店の営業活動に加え、自社営業部門による大手施設への直接営業を強化し、中国で高い信頼を得ている日本式不妊治療の普及に努めてまいります。

インドは晩婚化・都市化を背景に不妊治療の需要が着実に拡大しております。販売網の強化と製品ラインナップの拡大に加え、中国同様に大手施設への対応を強化してまいります。

- 静岡本社敷地内に新社屋が完成し、オートメーション化による生産能力および研究開発力の強化を進める

新社屋の概要

静岡本社の敷地内に新社屋が完成



- 竣工時期 : 2025年6月
- 総床面積 : 3,319m²
- 投資額 : 769百万円

設備投資の内容と期待する効果

オートメーション化

- 2026年3月期および2027年3月期に採卵針の自動組立機、Media液剤の自動分注機などを導入し、オートメーション化を推進予定
- ⇒ 人件費削減、品質向上、生産リードタイム短縮

生産能力の増強

- 医療機器、Media製品の生産能力の増強を図り、2027年3月期までに生産能力を倍増予定

研究開発力の増強

- 研究室の増設、実体顕微鏡、倒立顕微鏡、インキュベーター、解析機器等、不妊治療施設と同等機器の導入

セキュリティの強化

- 新たなイントラ環境を構築し、セキュリティレベルの強化も同時に進める予定

KITAZATO

続いて、生産・研究開発施設の増設状況となります。

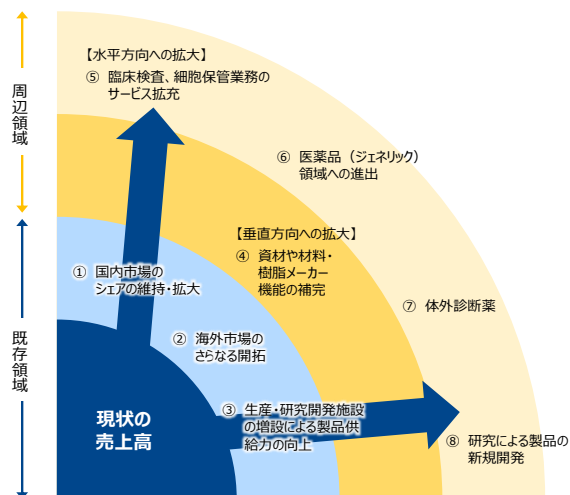
左側写真ですが、2025年6月に新社屋が完成しました。

この新社屋では、オートメーション化に向けた自動化設備を設置し、人件費低減、品質向上、生産リードタイムの短縮に取り組みます。

また、研究室を設け、実験装置など随時導入し開発環境を整備します。

オートメーション化、研究開発力を強化し、当社のものづくり体制を整備してまいります。

■ 当面は既存領域の拡大に注力、中長期的にはM&Aも活用し、不妊治療に必要な「医療機器」「医薬品」「体外診断薬」の3本柱の確立を目指す



既存領域

- ① 国内市場のシェアの維持・拡大
- ② 海外市場のさらなる開拓
- ③ 生産・研究開発施設の増設による製品供給力の向上

周辺領域

【垂直方向への拡大】

- ④ 資材や材料・樹脂メーカーの補完

【水平方向への拡大】

- ⑤ 臨床検査、細胞保管業務のサービス拡充
- ⑥ 医薬品（ジェネリック）領域への進出
- ⑦ 体外診断薬
- ⑧ 研究による製品の新規開発

KITAZATO

次に、成長戦略です。

今後は今以上に、北里コーポレーションの製品が世界中で認知され、選ばれる存在となることが重要です。

そして不妊治療において更なる成功や発展に貢献する使命があります。

当社の製品が浸透していない国、不妊治療そのものが普及していない国が存在し、既存領域での成長の可能性もまだまだあります。

この既存領域では表の右上「①国内市場のシェアの維持・拡大」「②海外市場のさらなる開拓」「③製品供給力の向上、ものづくりの強化」を進めてまいります。

コアな事業として凍結保存製品を中心とした既存領域のシェアを更に拡大していくことを最優先として、今後も国内および海外市場の拡大に取り組んでいきます。

また、中期的には既存領域以外の周辺領域への展開も進めます。

右下にある、細胞保管業務、卵子バンクや医薬品、体外診断薬といった水平展開に加え、資材や材料メーカーの補完といった垂直方向へも展開し、新たな開発、製造及び品質強化にも力を入れていきます。

当面は、既存領域の拡大に注力しつつ、中長期的にはM&Aも活用し、不妊治療に必要な周辺領域の展開に注力してまいります。

キャッシュアロケーション

29

■ 安定的に創出されるキャッシュを、M&Aを含む成長投資や経営基盤の強化、株主還元バランスよく配分し、持続的な成長を目指す

成長事業分野への 展開のための有効投資

- 市場ニーズに応える技術・製造開発体制の強化
- グローバルでのエリア拡大
- 機動的なM&Aの実施のための資金の確保

経営環境の変化に耐える 基盤の強化

- 社員教育の実施と社員が働きやすい環境整備
- 多様な人財の採用促進

安定的な配当の継続

- 連結配当性向 40%以上を目安

	2025.3	2026.3 (予)
1株当たり配当金	41.00円	41.00円
連結配当性向	43.3%	46.9%

KITAZATO

最後に、キャッシュアロケーションです。

当社では売上成長と共に高い利益率の維持を経営目標に掲げております。

こうして創出されたキャッシュを成長事業への展開及び経営環境の変化に耐える基盤の強化に投資し、持続的な成長基盤を築いてまいります。

成長事業への展開のための有効投資には、製造業に必要不可欠な技術・製造開発体制の強化、エリア拡大のための子会社設立やマーケティング活動に加え、機動的なM&Aも含まれます。

また、優秀な人材の雇用や育成、社員が働きやすい環境整備も欠かせません。

そして株主の皆様には十分な配当による還元を実施させていただき、当社の持続的な成長との両立を目指してまいります。

連結配当性向は40%以上を目安としており、2026年3月期の1株当たり配当金は41円、連結配当性向46.9%を予想しております。

本日の説明は以上となります。

売上高

2025.03 2Q	2026.03 2Q
48.4億円	52.4億円

8.3%増

売上総利益

2025.03 2Q	2026.03 2Q
32.2億円	34.6億円

7.5%増

営業利益

2025.03 2Q	2026.03 2Q
26.1億円	27.6億円

5.9%増

営業利益率

2025.03 2Q	2026.03 2Q
54.0%	52.8%

1.2pt減

海外売上比率

2025.03 2Q	2026.03 2Q
63.9%	65.7%

1.8pt増

自己資本比率

2025.03 2Q	2026.03 2Q
92.3%	92.6%

0.3pt増

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。

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

皆様、本日は長時間にわたりご清聴いただき、誠にありがとうございました。
今後も私たちは皆様のご期待に応えるべく、持続的な企業価値の向上に邁進してまいります。
引き続き、温かいご支援をよろしくお願いいたします。
本日はありがとうございました。