

03

企業価値向上に向けて どのような戦略を 立てているのか？

経営計画2030	21
中長期ビジョン	22
チーフオフィサー（CxO）座談会	23
マテリアリティ	27
事業環境と戦略	29
成長戦略1 グローバル戦略	30
成長戦略2 研究開発戦略	31
知的財産	32
成長戦略3 オペレーショナル・エクセレンス	
DX戦略	33
バリューチェーンマネジメント	34
品質マネジメント	35
環境マネジメント	36
成長戦略4 人財戦略	38
成長戦略5 財務戦略	40



経営計画2030

中期経営計画初年度の計画未達、外部環境の変化、内部課題の顕在化を踏まえ、既存計画を見直し、新たな中長期の成長戦略として「経営計画2030」を策定しました。2030年度に目指す姿、事業領域の方向性は変更ありません。今後は年度目標を確実にやりきり、毎期計画を精査する方針です。

◆ 経営計画の位置づけ



◆ 経営計画再策定の背景

外部要因

- 地政学リスク等を背景とした**コスト上昇**（原材料価格・物流費）
- 国内医療保険制度（保険点数）によるインフレ局面においても**価格転嫁が困難な環境**
- USAID予算凍結による海外結核検査の**需要減少**

内部要因と施策

領域	未達の根本要因		施策
市場・販売	国内	・クリニック市場の競争環境下、 営業体制・販売力に拡張余地	・クリニック市場に強い企業とのアライアンス ・施設規模別の営業専任化
	海外	・代理店依存構造+製品競争力 ／マーケティング力に改善余地	・海外販売代理店との戦略的パートナーシップの強化 ・当社の強みを最大化した製品展開（FIT+など）
製品開発	・製品開発マネジメント力 ・研究開発主導型の慣習的体制		・KPIの明確化、リスク管理の徹底、リソース配分最適化 ・マーケットインの開発プロセス定着 ・ROI明確化に基づく製品開発判断と戦略投資
生産	・生産拠点の分散による非効率稼働 ・自動化に向けた工場刷新の推進途上		・生産拠点の統合・整理・効率化 ・工程改善および自動化による生産技術体制の拡充と基盤強化
成長投資	・投資評価・投資判断の基準 ・新規投資・M&A体制不備		・資本効率指標に基づく投資評価・投資判断の徹底 ・成長投資・M&A推進体制の整備

中長期ビジョン

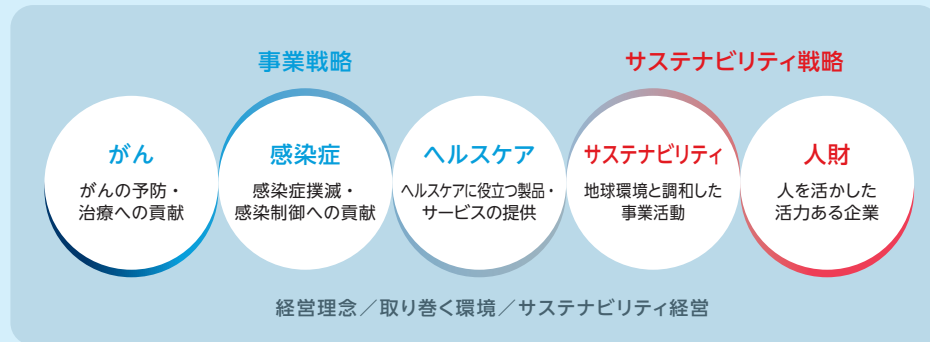
当社は、「ヘルスケアを通じて人々の健康を守ります。」という経営理念のもと、2030年の目指す姿として「EIKEN Vision 2030」を掲げています。目指す姿の達成に向けた具体的な道筋として、2026年度から2030年度までの5年間を対象に「経営計画2030」を策定しました。本計画は、外部環境の変化や従来計画の進捗を踏まえ、「やり切る」計画へと見直しを行い、各年度での目標達成を着実に積み上げることで、持続的な成長と企業価値向上を目指します。

2030年の目指す姿

EIKEN Vision 2030

「EIKEN Vision 2030」は、事業戦略および経営計画の最上位概念として、当社グループが社会に提供する価値と成長の方向性を示すものです。

「EIKEN Vision 2030」では、既存の臨床検査分野を中核としつつ、「がん」、「感染症」、「ヘルスケア」の3つを注力分野として位置づけています。



がん

これまで当社は、大腸がん検診を中心に、予防および早期発見に貢献してきました。今後は、検査領域を拡張し、治療薬選択や治療効果判定に資する検査の提供まで領域を広げることで、がん医療の高度化に貢献します。

感染症

結核やマラリアなどの感染症に対して、遺伝子診断技術を活用した検査システムをグローバルに展開します。また、迅速かつ簡便に利用可能な診断技術の開発により、医療インフラが十分でない地域においても検査の普及を促進し、感染症対策の強化に貢献します。

ヘルスケア

従来の医療機関向け検査に加え、健康管理や予防分野を対象とした製品・サービスの提供を進めます。これにより、疾病の早期発見だけでなく、日常的な健康管理への貢献を通じて、新たな価値創出を目指します。

目指す姿に向けた道筋

経営計画2030 (FY2026-FY2030)

「経営計画2030」は、事業環境の変化と内部課題を踏まえた現実的かつ実行志向の計画です。コア事業であるFITを中心とした成長戦略と、ROIC経営を軸とする経営改革を両輪として、持続的な成長と企業価値の最大化を実現していきます。

重点戦略



国内事業の収益力強化

収益基盤の強化に向け、製品ポートフォリオの最適化を進めます。高収益製品の拡販と低収益製品の整理を進め、成長性の高い分野への研究開発投資を集中します。



海外事業の成長加速

海外市場は高い成長性を有しており、当社の重点領域と位置づけています。販売体制の強化や市場開拓の推進により、海外売上比率の向上を図ります。



アライアンス・M&Aによる非連続成長

既存事業の強化に加え、外部パートナーとの連携を通じて非連続成長を実現し、事業領域の拡張を目指します。

財務KPI

	売上高	ROE	ROIC
2030年度目標	500億円以上	10%以上	10%以上

新規事業・非連続成長による数字を除く

チーフオフィサー(CxO)座談会

経営スピードと専門性を高め、
経営責任を明確化し、グローバルに通用する体制をCEO, COO
瀬川 雄司CFO, CHRO
工藤 知博CTO
森 安義CMSO
土谷 敏之CPO
土居 通寿

2026年4月、当社はCxO経営体制へ移行しました。瀬川代表執行役社長（CEO兼COO）のもと、CTO、CPO、CMSO、CFO兼CHROの4名のチーフオフィサーが各経営領域を統括します。本座談会では、チーフオフィサー全員が一堂に会し、新体制移行への背景や各自の役割、「経営計画2030」の実現に向けた具体的な取り組みを語り合いました。

CEO: Chief Executive Officer COO: Chief Operating Officer
CTO: Chief Technology Officer CPO: Chief Production Officer CMSO: Chief Marketing and Sales Officer
CFO: Chief Financial Officer CHRO: Chief Human Resources Officer

CxO経営体制に移行した3つの意図

■ まず瀬川社長から、CxO経営体制に移行した背景と目的をご説明ください。

瀬川 (CEO兼COO) : CxO経営体制を導入した意図は3つあります。経営スピードと専門性を高めること、経営責任を明確にすること、そしてグローバルに通用する体制を構築することです。

まず、経営スピードと専門性の強化については、近年、市場の変化が非常に速くなっており、マーケティング戦略や研究開発戦略、投資判断の迅速な意思決定がますます重要になってきています。加えて、グローバル化や各種規制の強化、DXやESG経営の推進など、企業が取り組むべき領域が急速に拡大し、経営環境の複雑化・高度化がどんどん進んでいます。こうした状況に対応するため、各分野に専門性を持つCxOを配置して権限委譲を進めることで、意思決定のスピードを速めると同時に経営の質を高めることがひとつ目の狙いです。

二つ目の経営責任の明確化という点では、取締役会による監督と執行の分離が国際的にも標準となっています。CxO体制によって執行側の責任を一層明確化するとともに、業務執行に専念できる体制を整えました。取締役会は監督に専念していただく、というかたちです。

三つ目のグローバルに通用する体制については、「経営計画2030」において海外売上比率を35%まで引き上げることを掲げています。海外の企業と対等に渡り合い、海外投資家の要求にも応えていくためには、世界共通言語として認知されているCxOという役職により、役割を明確に示すことが有効だと判断しました。

企業価値向上を目指すための
各チーフオフィサーの視点と役割とは

■ 新たな経営体制のもと、それぞれの立場から栄研化学の強みを生かして企業価値向上にどのように貢献していくのでしょうか。

森 (CTO) : まず取り組むべきことは、足元の製品開発をしっかりと進め、研究開発本部のマネジメントを確実にし、事業としての収益性を確保することです。その上で、さらに将来につながる技術開発を担うというのがCTOとしての役割だと考えています。

当社の強みのひとつは、世界的に普及している採便容器というツールがあることです。これをうまく活用して製品展開を広げていくことが、まず一つの柱になります。もうひとつの強みは、遺伝子・免疫・ドライケミストリー・微生物など、多岐にわたる製品群で製品開発を進めている中で生まれる「気づき」を技術の種として拾い上げ、育てていけることです。特に若手研究者に

とって、こうして生まれたアイデアを形にして、製品として社会に届けるという経験が最もモチベーションを高めると思いますので、そこをサポートしていくことも私の重要な仕事です。LAMP法という新規の基盤技術の発明とその開発・普及で培った経験を生かし、長期的にはゲームチェンジャーとなる技術の創出にも挑んでいきたい。CTOという立場は海外でも通じる肩書きですので、海外の技術動向も積極的に取り込みながら、さまざまな開発を進めていきます。

土居 (CPO) : 生産の観点で考えると、やはり「選択と集中」が重要な課題です。当社は非常に幅広い製品群を扱っており、他

社からの導入品も自社生産品もある中で、すべてを拡大することは困難です。利益が出る体制をどう作るかということが、生産としての責任だと考えています。

企業価値の向上と顧客の求める価値の整合を図る観点から、強みを有する製品を伸ばして、製品ポートフォリオの再編を進めていくことが必要です。人員や設備などの生産体制は、急に変えることができません。だからこそ、長期的な視点でどのように製品ポートフォリオを変えていくか、どこをやめるかを常に考え続けることがCPOの責任です。伸びている製品については安定供給を最優先にしつつ、サプライヤーとの連携

も強化していきます。海外展開においては、輸送コストとCO₂削減も大きな課題であり、改善に向けて継続的な取り組みを進めていきます。



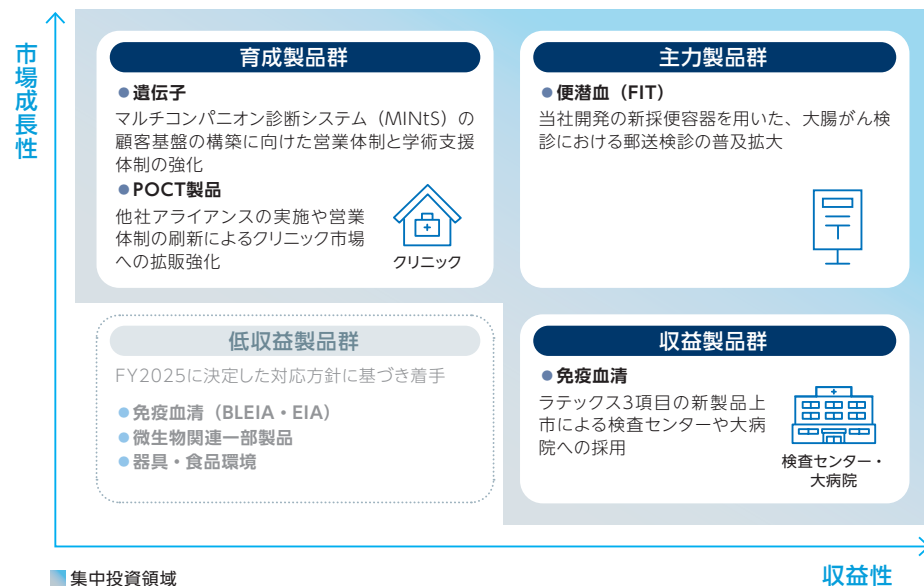
土谷 (CMSO) : 森CTOの話にあった「製品展開を広げていく」という点は、営業としても大きなテーマです。目標数値の必達が大前提のもと、国内においては市場の約7割の病院が厳しい経営環境にある中で、当社の営業として何ができるかを常に考えています。昔のように1品目だけを集中して販売することに終始するのではなく、関連機器を絡めた複合提案ができる営業体制を構築していかなければ戦えません。当社だけで難しい案件については、他社との協業も含めた提案ができるような営業人財の育成が急務です。

国内では現在、一県を一人が担当するエリア営業が中心ですが、開業医クラスから大学病院まですべてをカバーするため、どうしても手が回りにくい面があります。クリ

ニック専門、大学病院専門など、医療機関の規模に特化した営業体制に再編し、例えば大学病院には2〜3名体制を組んで人財を育成していくサイクルを作っていきます。一方、海外についてはまだ代理店を通じた営業が中心ですが、今後は代理店とも連携しながら、語学力のある人財も含めて国内で育成した営業担当者を積極的に配置し、末端の顧客ニーズにより深く応えられる体制を整え、利益確保につなげていきたいと思っています。

工藤 (CFO兼CHRO) : 「どこに経営資源を集中させるか」というテーマは、CFO・CHROとしての役割に直結しています。

CFOとして、財務規律の徹底と人的資本の強化を通じて、中長期的な企業価値向上に取り組んでいます。設備投資や研究開発など長期にわたる投資が将来の収益を左右する事業特性を持つ当社では、投下資本からいかに高い価値を生み出せるかを重視した経営が重要です。具体的にはROICとWACCのスプレッドを拡大し、資本コストを上回る価値創出を継続していくことが経営の中核的な規律になります。そのため、ROICツリーを共通言語として全社に展開し、投資判断や事業・製品のポートフォリオ評価に活用しています。導入初年度はなかなか浸透が難しかったですが、今は経営指標として着実に定着してきました。



CHROとしては、その財務規律を現場につないでいくことが重要です。現在も行っている社長キャラバンやオープンコミュニケーションDayといった経営者と従業員の双方向対話の仕組みを通じて、経営の考え方を現場に伝え、現場からの企業価値改善の取り組みを引き出していく。ROICがどう企業価値を高めるかという話を現場が自分事として受け止め、現場起点の改善を促していくことが、最終的に目指すべきところです。

グローバルに展開していくためには人財のポートフォリオマネジメントや、変化する外部環境に応じたアップスキリング・リスクリングにも取り組んでいく必要があります。その中でも特に重要なのは、財務規律をCHROの役割とセットで現場に伝え、企業価値の向上につなげていくことだと考えています。

「経営計画2030」の達成に向けて 原価率改善と収益構造の転換へ

■「経営計画2030」では利益率の大幅な改善が掲げられています。現状の課題と各立場からの取り組みについて、それぞれの考えをお聞かせください。

工藤 (CFO兼CHRO) : 4月の経営方針発表会でも同様の問題提起をしましたが、収益力の強化が現在の最重要テーマです。現状のROICの水準を高めていくにあたって、



最大の課題は売上原価率の改善です。直近では61.4%の水準にあり、同業他社の平均である46~47%程度と比べると、約14~15ポイントの改善余地があります。裏を返せば、ここに取り組むことで営業利益率が20%以上に届く可能性を秘めているということです。

収益構造の転換は一朝一夕には実現できませんが、それだけの改善余地があることは、このチームの今後の取り組みに対する大きな手応えにつながっています。営業・研究開発・生産・本社が全社一丸となって取り組むことで、道筋は描けると確信しています。

土谷 (CMSO) : 原価率改善は、営業としても最重要テーマです。複合提案も含めて臨床検査機器の稟議書が多数上がってきませんが、利益を踏まえた判断を全員が意識できるよう、営業組織としての意識改革を進めています。代理店を通じて病院と取引する当社営業の特性上、コスト感覚をより高

めていくことが収益改善の重要なポイントであり、評価用試薬の適正配布なども含めて全体的な見直しを進めているところです。

代理店との関係についても、より時代に即したかたちへの発展を図っています。当社には製薬会社との提携という歴史的な経緯から引き継いできた商慣行があり、それを今日の事業環境に合わせて見直すことが、当社と代理店双方にとっての持続的な関係強化につながると考えています。今期から大手代理店と協議しながら取り組みを進めており、ともに利益が出る構造をつくっていくことを目指しています。

■ 研究開発費の面ではいかがでしょうか。売上高に対する比率なども含めてお聞かせください。

森 (CTO) : 研究開発費の売上高に対する比率はおおよそ8~10%程度です。その中で委託研究費、特に臨床検査機器の開発委託に関わる費用が大きな割合を占めています。それら経費はどうしても必要なものではありますが、過去事例を参考しつつ、委託先との契約のあり方も含めて経費が有効に使われるようプロセスの改善が続けています。

薬事申請やグローバル展開にもコストはかかりますが、社内外のコミュニケーションをしっかりと取りながら、早め早めに対処することで、経費をかけるべきところにはしっか

りかける一方で、無駄を省いていきます。また、生産段階に移行してからでは原価低減が難しくなるため、試薬の開発では、設計の初期段階から余計な成分は使わないなど、足し算ではなく引き算の設計思想で原価を下げ利益を高める工夫をしています。利益率の高い製品群へ優先的に注力しながら、トップラインの成長につながる研究も並行して進めていきます。



土居 (CPO) : 原材料については、中東情勢など外部環境の影響を踏まえながら、販売価格の適正化や調達先の多様化を進めています。キーマテリアルについては自社生産も選択肢の一つとして検討することも含めて対応していく考えです。採便容器のような主要な調達品については、2社購買で競争環境を確保しながらコントロールしていきます。森CTOの「設計段階からの原価意識」という点は生産とも共通する話で、事業ポートフォリオの最適化という観点から、利益性の高い領域に経営資源を集中させ、

製品構成を継続的に見直していくことが重要です。

在庫管理の観点では、CCCの2030年度目標85日を見据えながら、安定供給を最優先とした柔軟な在庫管理を進めています。工程が多い製品については、リードタイムが最も長いキーになる工程に絞って在庫を持ち、他は効率化するというメリハリのある管理を進めています。

■ 生産の効率化という観点で具体的な取り組みはありますか。



森 (CTO) : 今は設備投資の回収フェーズに入っており、操業度を着実に引き上げていくことが非常に重要です。人であれ設備であれ、稼働率をしっかりと高めて単位あたりの固定費を低減していくことが、最終的な原価改善につながります。トップラインが伸びれば、その分利益も着実に伸びていく構図になります。

土居 (CPO) : 稼働率という意味では、SKU（製品の品目数）の集約も効いてきま

す。同じ製品でも入り数違いのバリエーションが多く、それぞれ別製品として製造している例があります。入り数違いのある製品をある程度集約することで、段取り替えの時間が減り、ロットサイズも大きくなるため、生産効率が向上します。かつて3,000品目ほどあったものを、今は2,200～2,300品目程度まで整理してきましたが、さらに集約できる余地があり、取り組みを続けていきます。

工藤 (CFO兼CHRO) : おっしゃるとおりで、ラインの組み替えも減っていきますね。加えてもう一点申し上げますと、当社は技術力を強みに品質の高い製品を提供してきましたが、グローバル競争ではコスト競争力も重要な要素です。開発の初期段階からターゲットコストを明確に設定し、原価の作り込みを徹底するという意識を会社全体で共有していくことが、グローバルでの持続的な成長を支えると考えています。また、会社として何を開発し、何を提供していくのかという選択と集中の判断を、ROICや資本コストといった経営規律に基づいて、より精緻に行っていく。そのための経営管理基盤を充実させ、継続的に磨き上げていくことが、企業価値向上への確かな道筋になると考えています。

「決めたらやり切る力」が新経営体制の強み

■ 最後に瀬川社長に、新経営体制への移行によって意思決定がどのように変化したか、このチームの強みと「経営計画2030」への意気込みとあわせてお聞かせください。



瀬川 (CEO兼COO) : 2025年度に進めた執行役への権限委譲、会議体の整備により執行役会での議論が深まり、意思決定のスピードと質が向上しました。CxO体制の導入は、こうした変化をさらに加速させるものと考えています。各領域の専門性に基づく判断は、意思決定の質を高めるとともに、より機動的な経営体制につながっていくと確信しています。今後もCxOの役割を担う執行役の育成・登用を進め、各領域の責任と権限をより明確化・専門化しながら、適切なローテーションを通じて経営人財の層を厚くし、経営体制の強化を図っていきます。

もともと当社の組織は、営業本部、生産本部、研究開発本部、経営管理本部など、事業部制ではなく、それぞれの役割が組織になっている体制です。各組織の役割が明確

な体制だったところに、本部長クラスのCxOを配置し、それぞれの専門性に応じた役割を担ってもらうことにしました。結果として、すんなりと受け入れていただけているのではないかと考えています。執行役の権限拡大を進める中で決裁権限も広げており、専門性の中に権限と責任が一体となって進められる環境が整ったことで、各執行役がよりスピード感を持って動けるようになったと感じています。

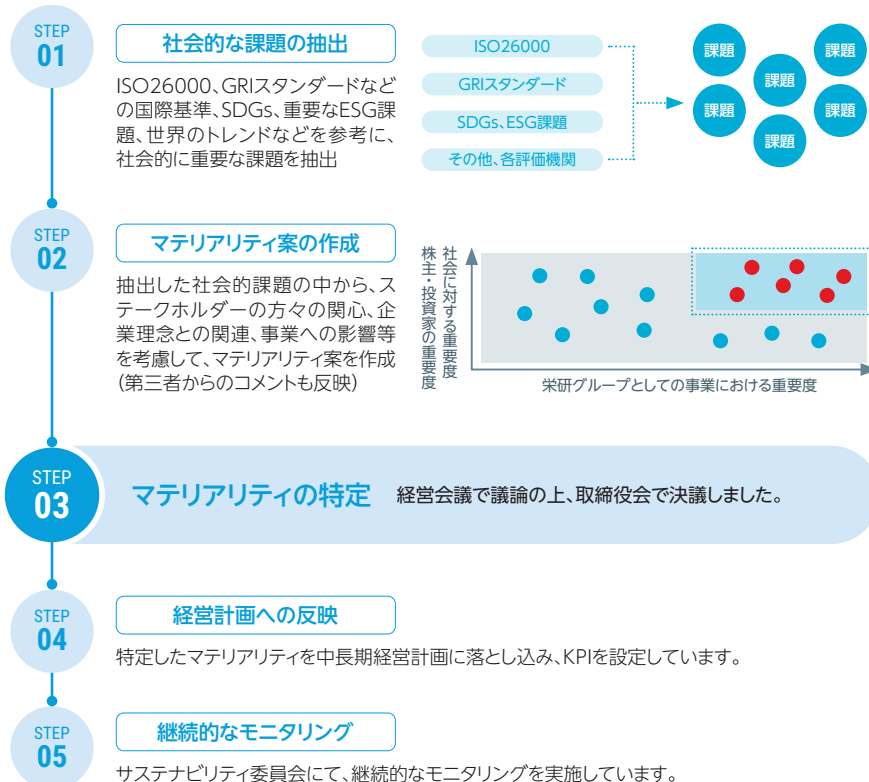
このチームの強みを一言で言うと、「決めたらやり切るチーム」になったということです。これまで積み上げてきた課題に一つひとつ向き合い、執行役それぞれが責任を持って前進させている状態が定着しています。昨年度は増収増益を達成し、前経営陣が決めたことをしっかり引き継いでほぼ計画どおりに実行できたことは、このチームの実行力の証だと確信しています。

「経営計画2030」は、このCxOメンバーを含む現執行役体制の全員で決めたものです。やり切ることはもちろんですが、それに満足することなく、アライアンスやM&Aも含めたさらなる成長を追求していきます。また、経営計画に掲げた施策以外にも、新たな取り組みに挑戦しているテーマがいくつかあります。数値目標の達成にとどまらず、経営全体の質を高めながら企業価値の向上を図っていくことが、これからの私たちに課せられた責務だと認識しています。

マテリアリティ

当社グループでは、事業が社会に与える影響の大きさと、当該事業の当社内での重要性を社内で議論し、第三者からのコメントも反映させた上で、優先的に取り組むべき11のマテリアリティを特定しました。これらのマテリアリティは、E「環境」、S「社会」、G「ガバナンス」のほか、世界の人々の健康を守る企業として「医療」のカテゴリで表し、それぞれの目標や方策、KPIを設けています。これらマテリアリティの社内浸透を図るとともに、サステナビリティ委員会にて進捗をモニタリングしています。グループ一丸となって取り組みを強化し、SDGsの達成にも貢献します。

◆ マテリアリティの特定プロセス

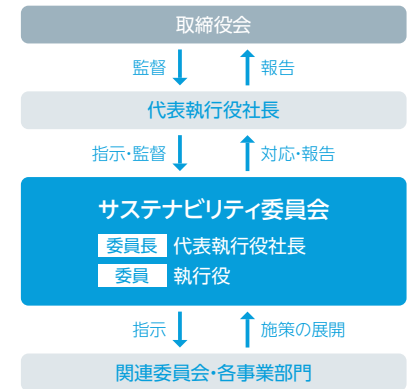


◆ サステナビリティの推進体制

当社グループでは、代表執行役社長が委員長を務め、執行役が委員を務める「サステナビリティ委員会」を設置しています。

本委員会は、原則年2回開催し、サステナビリティに関する重要事項の審議・報告を行います。審議事項は、取締役会に報告され、監督される体制となっており、必要に応じて「経営会議」へ付議されます。

なお、本委員会で設定された中長期目標および年度目標は、関連委員会、各事業部門にて具体的な施策として展開されます。



◆ マテリアリティと資本の関係

マテリアリティ		関連する資本					
		財務	人的	知的	社会関係	製造	自然
医療	世界中の人々の健康で豊かな生活への貢献	●		●	●		
	医療へのアクセス向上	●		●	●		
	医療課題の解決	●		●	●		
環境	地球環境と調和した事業活動	●			●	●	●
	気候変動への対応	●			●	●	●
	循環型社会への貢献	●			●	●	●
社会	人を活かした活力ある企業	●	●		●		
	人権・多様性の尊重	●	●		●		
	従業員エンゲージメントと人材育成	●	●		●		
ガバナンス	持続的成長を支える組織基盤	●	●		●		
	透明で健全なガバナンスの実現	●	●		●		
	コンプライアンスと腐敗防止の徹底	●	●		●		
	リスクマネジメントの確立	●	●		●		

マテリアリティ KPIの進捗

本ページのマテリアリティ、KPIは主要なものを抜粋しています。



詳細は当社WEBサイトをご覧ください。

https://www.eiken.co.jp/uploads/Materialities&KPIs_2607.pdf

【評価の基準】◎：目標以上達成、○：目標達成、△：改善したが目標未達、×：改善せず目標未達

	マテリアリティ（重要課題）	方策	主なKPI	実績 (2025年度)	長期目標 (2030年度)	評価	今後の取り組み
医療	医療へのアクセス向上	●開発途上国への製品供給	製品展開国数	10カ国	18カ国	○	厳しい外部環境の中、展開国数を着実に伸ばしてきています。今後も当社製品の医療経済性の高さを活かし、海外展開を推進していきます。
	医療課題の解決	●グローバルでの医療課題の解決 ●先進技術開発とイノベーションの推進	大腸がんスクリーニング 検査の展開国数	56カ国	67カ国	○	大腸がんスクリーニングの展開は順調に推移しています。展開国数に加えて、受診率の向上施策にも注力していきます。
	品質の追求と持続可能な サプライチェーン	●品質プロアクティブ活動 ●サプライチェーンマネジメントの強化	CSR調達の調査実施率	目標：100% 実績：100%	100%	○	サプライチェーン全体で価値を創造できるよう、今後も調査および是正を継続していきます。
環境	気候変動への対応	●事業所におけるCO ₂ 排出量削減（スコープ1+2） ●サプライチェーンにおけるCO ₂ 排出量削減（スコープ3）	事業所におけるCO ₂ スコープ（1+2）削減率 （2021年度比）	69%削減	56%削減 ^{*2}	◎	スコープ1+2の排出量削減は、目標を達成しています。しかし、2026年度から野木工場の新生産棟が本格稼働するため、その影響をモニタリングし、目標値の修正要否を判断していきます。
	循環型社会への貢献	●水使用量の削減 ●廃棄物の削減 ●包装資材の削減・再生可能資材の利用	環境配慮型資材の 採用率（2021年度比）	29.8%	30%	◎	規制強化が強まる中、事業環境の変化に適切に対応できるよう、環境配慮に努めていきます。
社会	人権・多様性の尊重	●DE&Iの推進 ●ハラスメントの撲滅	女性管理職比率	18.7%	30%	◎	次世代リーダー育成プログラムの拡充や、2026年度からの社内公募制度の導入などを通じて、キャリア形成支援を強化し、人材パイプラインの充実を図っています。
	従業員エンゲージメントと 人財育成	●働きがいのある職場づくりと ワークライフバランスの実現 ●グローバル人材の育成	育児休業取得率 ^{*1}	男女100%	男女100%	○	ワークライフバランスの実現を目指し、従業員への育児支援は充実してきたと認識しています。今後は介護支援や、疾病支援へも注力していきます。
	健康増進・安全衛生	●健康増進プログラム、安全衛生活動の推進	定期健康診断受診率	100%	100%	○	2024年度からGLTDを取り入れるなど、福利厚生を継続的に改善しています。今後も外部環境に応じて適切にアップデートしていきます。
ガバナンス	透明で健全な ガバナンスの実現	●役員のダイバーシティ推進	女性取締役比率 外国人取締役比率	女性取締役比率：20% 外国人取締役比率：0%	女性取締役比率：30% 外国人取締役比率：20%	○	ガバナンス体制は、透明性、健全性が保たれています。取締役会の多様性と実効性の向上を目指し、次世代候補者育成と人材登用を進めガバナンスの強化に取り組んでいます。
	コンプライアンスと 腐敗防止の徹底	●コンプライアンス・プログラムに基づく研修と モニタリング ●腐敗防止の徹底	研修受講率 重大な法令違反	研修受講率：100% 重大な法令違反：0件	研修受講率：100% 重大な法令違反：0件	○	教育研修の継続による意識向上とアンケート・調査結果に対するモニタリングにより、法令違反の防止を推進していきます。
	リスクマネジメントの確立	●事業継続マネジメントの継続的改善 ●情報セキュリティマネジメントの強化	●BCP教育訓練の実施 ●重大な情報漏えい	●BCP教育訓練実施率：100% ●情報漏えい数：0件	●BCP教育訓練実施率：100% ●情報漏えい数：0件	○	定期的なリスクアセスメントを実施し、リスク管理・コンプライアンス委員会において網羅的・総合的に管理し、リスクの低減と発生の未然防止に努めます。

^{*1} 分母：事業年度中に配偶者が出産した男性/女性従業員の数、分子：事業年度中に育児休業および育児を目的とした当社独自の休暇制度を利用した男性/女性従業員の数（配偶者の出産時期により、翌事業年度に育児休業を取得する従業員が含まれるため、取得率が100%を超えることがある）

^{*2} SBTに基づく数値目標

事業環境と戦略

当社は、収益性という観点で国内市場の成熟・制度の制約を課題と認識し、海外展開、ROICを意識した研究開発・営業活動へのシフトを進めています。
収益構造の転換を進めることで、持続的な企業価値向上を目指します。

事業環境	リスクと機会		当社の対応策	EIKEN Vision 2030	マテリアリティ
	リスク	機会			
国内市場の成熟 医療制度による制約	・価格競争の激化 ・市場成長の鈍化 ・国内FIT 1回法への変更提言 ・医療保険制度による価格転嫁の困難性 ・開発遅延による損失	・高付加価値製品へのシフト ・検診制度による安定した需要 ・受診率向上による市場拡大	・高収益製品への集中投資 ・製品ポートフォリオの再構築 ・海外市場の開拓、拡大 ・大腸がん検診受診率向上に向けた啓発活動の強化 ・ROICを意識した研究開発・営業活動	01 02 03	M G
グローバルでの 地政学リスク増大	・政策変更 ・為替変動 ・原材料コスト上昇	・バリューチェーン強化による競争優位性の確立 ・感染症の動向変化への早期対応	・地域別の販売体制強化 ・バリューチェーンの最適化 ・感染症領域への注力	02 04 05	M E S G
医療アクセス格差 (地域格差、経済格差)の拡大	・低価格要求による収益圧迫 ・開発途上国での国際資金不足	・国内郵送検診需要の拡大 ・簡易、低コスト検査（FIT、LAMP等）の需要拡大 ・感染症課題の解決と市場拡大の両立	・国内郵送検診への取り組み強化 ・国際機関とのパートナーシップ強化	01 02 03 05	M S G
人口構造の変化	・人財獲得競争の激化 ・国内市場の成長鈍化	・高齢者向け医療ケア需要の拡大 ・グローバルでの人口増加に伴う海外需要の拡大	・がん領域、ヘルスケア領域への注力 ・海外市場の開拓、拡大 ・人的資本経営／健康経営の強化による人財確保 ・専門人財・グローバル人財の育成	01 03 05	M S
DX・AI活用の進展	・DX対応遅れ ・サイバー攻撃被害	・効率化の加速、コスト削減 ・AI活用によるリソースの最適化 ・データ活用による価値創出	・全社的なDX推進、AIの活用によるコスト削減 ・DXによる付加価値向上 ・情報セキュリティ対策の強化	01 02 03 05	M S G
サステナビリティ要請の高まり	・サプライチェーンでの人権侵害 ・環境法規制強化による利益の圧迫 ・取り組み不足に伴う社会的信用の低下	・ESG評価向上 ・規制キャッチアップによる顧客確保 ・気候変動に伴う感染症の動向変化への早期対応	・人権デューデリジエンスの実施 ・規制動向のモニタリング ・新興感染症検査薬の早期開発 ・国際基準への対応（ISO14001準拠、TCFD提言賛同、CDPスコア取得、SBT認定取得） ・製品の環境影響評価	04 05	M E S G

EIKEN Vision 2030：01 がん、02 感染症、03 ヘルスケア、04 サステナビリティ、05 人財 マテリアリティ：M 医療、E 環境、S 社会、G ガバナンス

グローバル戦略

当社は「経営計画2030」において、海外事業の成長加速を最重要戦略の1つに位置づけています。大腸がん検診や感染症診断など予防医療への世界的な需要拡大を成長機会と捉え、検査・診断領域で培った技術力と製品ポートフォリオを活かし、2030年度に海外売上比率35%以上（175億円以上）の達成を目指します。現在の27.3%（114億円、2025年度実績）から約1.5倍さらにそれ以上の成長を実現するため、成長の中心となる米州での収益基盤強化を軸に、EMEAでは市場開拓と社会課題への貢献、APACでは将来の成長に向けた基盤整備を推進し、3極体制でバランスの取れたグローバル展開を加速します。

米州

売上・利益成長ドライバー

市場環境

- 大腸がんスクリーニング対象年齢拡大
- 新技術の台頭と成長
- 動物医療の高度化

重点製品

- FIT
- 動物用免疫血清試薬

戦略

- 北米FITの薬事戦略に基づく価格競争力の強化と収益性改善
- 南米主要国へのFIT展開加速と現地パートナーシップ構築（ブラジル、アルゼンチン、チリ等）
- 動物用免疫血清試薬の北米販路開拓による新たな事業基盤の確立

米州：北米および中南米

EMEA

着実な拡大

市場環境

- 欧州とアフリカ地域の二層的環境
- 大腸がんスクリーニング対象年齢拡大
- 各国ガイドライン収載
- 法規制強化

重点製品

- FIT
- TB-LAMP
- カルプロテクチン

戦略

- 欧州周辺国・中東・バルカン諸国でのFIT市場開拓（EU検診ガイドライン準拠の優位性を活用）
- TB-LAMPを軸としたアフリカ結核検診プログラム（巡回検診）の拡大と国際機関との連携強化
- 欧州における動物用免疫血清試薬の販売チャネル拡充と市場シェア向上

EMEA：欧州およびアフリカ・中東・ロシア
[途上国向け結核検査薬（TB-LAMP）は欧州地域に含む]

APAC

基盤整備

市場環境

- 医療インフラ整備
- 医薬品規制改革
- 感染症リスク
- 医療資源・保健予算の不足

重点製品

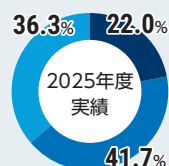
- FIT
- TB-LAMP

戦略

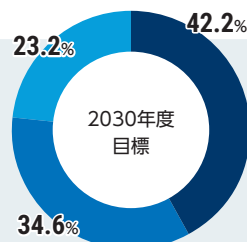
- 中国
- 中国市場のニーズ調査を通じた拡販戦略の再策定
 - 栄研医薬を活用した現地展開基盤の構築
- 東南アジア
- 駐在事務所設立による現地オペレーション体制の構築
 - 現地KOL（医学界キーオピニオンリーダー）との学術連携を通じた製品認知の拡大
 - 有力代理店との戦略的パートナーシップによる市場浸透の加速

APAC：アジア・オセアニア
[海外向け尿検査用試薬（シスメックス(株)との提携）の売上はすべてアジア地域に含む]

海外売上目標



海外売上高比率
27.3%
(114億円)



■ 米州 ■ EMEA ■ APAC

※地域別売上 構成イメージ

マテリアリティとKPI

	2025年度 (実績)	2030年度 (目標)
大腸がんスクリーニング展開国数	56カ国	67カ国
開発途上国への製品展開国数（TB-LAMP）	10カ国	18カ国

基本方針 技術の深化×研究開発のグローバル化

当社では、ヘルスケアを通じて人々の健康を守るために、お客様に信頼される製品・サービスの提供を目指して研究開発に取り組んでいます。当社の研究開発は、技術の深化と研究開発のグローバル化を軸に進めています。医療・公衆衛生領域における検査技術の価値は、技術力の高さではなく、必要とされる場所で、継続的に使われ続けることにあります。

当社はこれまで、日本市場を中心に診断薬・検査技術を提供してきました。国内市場は成熟しつつありますが、世界的には、感染症やがんの早期発見に対する需要は依然として拡大基調にあり、特に医療経済性と精度を両立させる検査技術が求められています。この認識のもと、これまで培ってきたコア技術を基盤に、開発段階からのグローバルでの展開を見据えた研究開発体制への転換を進めています。

技術の深化： FIT/FIT+～消化器がん～ヘルスケア

当社は現在、主力製品であるFITの周辺領域である消化器がんマーカーを、研究開発の中核テーマと位置づけ、開発に注力しています。FIT+は、既存のFITを置き換えるものではなく、FITを補完し、各国の医療ニーズおよびインフラに合せて、大腸がん検診全体を最適化することを目指すとしています。短期的には国内市場への展開を進め、中長期的にはグローバル市場での展開を目指しています。

これは、当社がこれまで築いてきた無形資産を深化させ、次世代の検査へ進化させる代表的な取り組みです。今後も、研究開発を通じて、世界の人々の健康と、企業価値の持続的な成長に貢献していきます。

研究開発のグローバル化： 開発段階からの市場設計

当社の研究開発では、国内のみならず、将来的な海外展開を見据え、ユーザビリティ設計、各国規制・医療制度を遵守した開発を重視しています。

米 州：高付加価値製品の開発に注力

EMEA：EUとアフリカで異なる二層的な開発戦略

APAC：価格競争と普及性の両立を目指す製品開発

開発パイプライン -開発フェーズ別一覧-

当社は「がん」「感染症」「ヘルスケア」の3領域において、多層的なパイプラインを構築し、中長期的な成長を推進しています。



*本パイプラインの状況は2026年5月12日現在のものです。

知的財産

◆ 知的財産方針

当社は、知的財産方針を以下のように定め、これに基づき、持続的な成長と社会貢献を目指していきます。

1. 知的財産権の保護と活用

当社は、自社の知的財産権を適切に保護することで、当社の事業の発展を図り、社会に貢献することを目指します。また、当社が取得した知的財産権を、事業活動において最大限に活用することで、当社の競争優位性を維持・向上させます。

2. 知的財産権の継続的な管理と更新

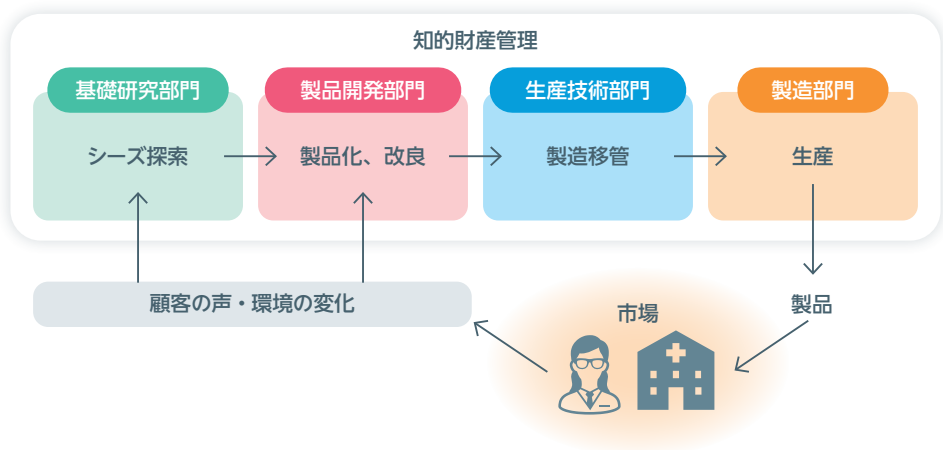
当社は、取得した知的財産権を継続的に管理・更新し、価値を最大化することで、当社の事業価値を高めることを目指します。また、技術や市場の変化に応じて、知的財産権を適時に見直し、最適な保護策を検討します。

3. 知的財産権の適切な取得

当社は、自社の事業に必要な知的財産権を適切に取得することで、事業活動の安定的な発展を図ります。また、取得した知的財産権が他者の権利を侵害しないよう、法的な調査を十分にを行い、適切な取得手続きを行います。

4. 知的財産権の共有と協働

当社は、他社との協力関係を構築し、知的財産権の共有や協働による技術開発を進めます。また、国内外の法規制や規約に適合し、公正かつ透明な取引を行うことで、社会の発展に貢献します。



◆ 知的財産創出に向けた取り組み

当社では、社会に価値あるものを発明するため、以下の取り組みを実施しています。

知的財産教育

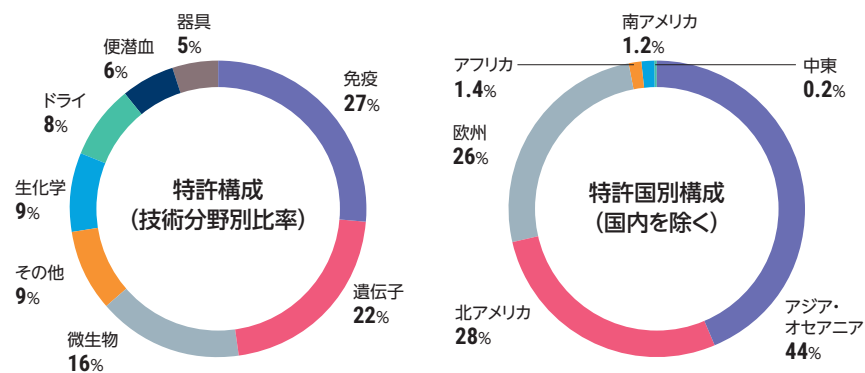
当社では、研究開発部門の従業員を対象に知的財産に関する研修を実施しています。また、知財部門と研究開発部門の連絡会を定期的に開催し、社内外の特許情報を共有しています。

報奨制度、資格取得支援

当社では、従業員が創出した知的財産に対して、報奨制度を定めています。また、弁理士、知的財産管理技能士等の資格取得者に対して奨励金制度を設けています。

◆ 保有する特許情報 (2026年3月時点)

当社がこれまで出願した特許件数は累計889件です。また、出願地域は日本、北米、欧州等30地域に上ります。



オペレーショナル・エクセレンス

DX戦略

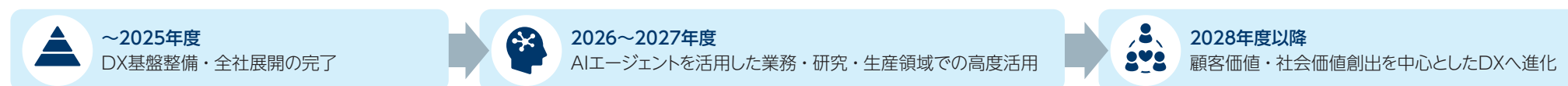
近年、生成AI・データ活用・クラウド基盤の高度化により、DXは「業務効率化の手段」から「企業価値を継続的に創出する経営基盤」へと進化しています。当社ではこれまで、全社DX基盤の整備とITリテラシー向上を中心に、社内業務の効率化と生産性向上を推進してきました。

2026年度はこれらの成果を踏まえ、「現場起点のDX」から「価値創出型DX」への転換をテーマに、社内・社外・バリューチェーン全体を貫くDXを加速させます。特に、生成AIやAIエージェントを活用し、定型業務の自動化にとどまらず、複雑で高度な業務課題に対しても、人とデジタルが協調して解決できる業務モデルの構築を進めます。

AIエージェントは、業務データや知識を横断的に活用し、分析・提案・判断支援を行うことで、意思決定の質とスピードを高める役割を担います。これにより、従業員は付加価値の高い業務や創造的な課題解決に集中できる環境を実現します。DXを通じて、人財の付加価値を高め、高品質・高効率な事業運営と新たな顧客価値の創出を目指します。

	DX基盤の高度化（全社共通）	社内向けDX	社外向けDX
目的	・コスト最適化 ・従業員満足度・エンゲージメントの向上	・コスト削減 ・業務品質・研究開発力の向上	・顧客満足度の向上 ・健康・医療への貢献価値の最大化
重点課題	・全社的な生産性向上 ・データ利活用を前提とした業務設計	・製造・研究・管理部門におけるスマート化	・バリューチェーン全体の効率化 ・顧客接点の高度化
主な施策	・DX・AIリテラシー教育の高度化と継続的实施 ・DXプロモータ／専門人財の育成と評価制度への連動 ・AIエージェント活用を前提とした共通データ基盤・クラウド環境の整備	・AIエージェントによる業務分析・改善提案を通じた生産性最適化 ・研究開発プロセスへの生成AI活用による知識探索・判断支援 ・工場・サプライチェーンの可視化と高度化 ・RPA・ローコード／ノーコードとAIエージェントを組み合わせた業務自動化の高度化	・AIを活用した顧客向けデジタルサービス・アプリケーションの拡充 ・データに基づく製品・サービス改善サイクルの高度化 ・AIによる予兆分析やリモート対応を通じた新たなサービスモデルの創出

DXロードマップ

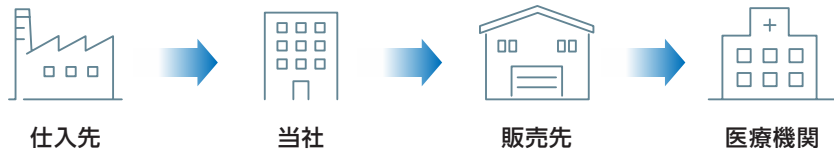


バリューチェーンマネジメント

基本方針

持続可能な社会を実現するためには、バリューチェーン全体を通じて、企業の社会的責任（CSR）を果たすことが重要であると認識しています。このため、当社は2022年4月にサプライヤー・サステナビリティ方針、人権方針、贈収賄防止方針を定め、これらを実践することにより、製品に関するパートナー企業（仕入先・販売先）と協働して社会からの要請や期待に応えています。

詳細は当社WEBサイトをご覧ください。
https://www.eiken.co.jp/sustainability/medical/supply_chain/



バリューチェーン全体で価値を創出

バリューチェーンにおけるCSR強化

様々な社会課題の解決やステークホルダーからの多種多様な要望に応え続けるためには、当社単独の取り組みだけでなく、バリューチェーン上における取引先からの協力も不可欠です。

そこで、2022年度より、主要取引先※1に対し、持続可能なバリューチェーンの実現に向け、品質・人権・環境・コンプライアンス等、CSR活動全般の実施状況に関するアンケートを実施し、セルフアセスメントと是正の機会を提供しています。さらに、2023年3月「パートナーシップ構築宣言」を策定・公表し、バリューチェーン全体で連携した取り組みを推進しています。

※1 全取引金額に対する所定割合（仕入先：90%、販売先：70%）を占める取引先

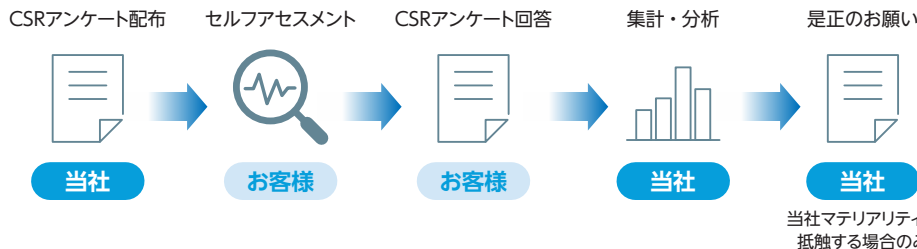
2025年度 CSRアンケート実績

国内外の主要取引先59社のうち、18社にアンケートを実施

回答率 **100%** アンケート結果に基づく改善提案 **8**社



アンケート実施プロセス



アンケート対象範囲

カテゴリ	仕入先※2	販売先※3
コーポレートガバナンス	○	
人権	○	○
労働	○	○
環境	○	○
公正な企業活動	○	○
品質・安全性	○	
情報セキュリティ	○	
サプライチェーン	○	
地域社会	○	

※2 グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン「CSR調達セルフ・アセスメント・ツール」を利用

※3 上記アセスメントツールを抜粋して利用

是正に向けた取り組み

主要取引先に対し、少なくとも3年に1度アンケートを実施することにより、取り組みの改善状況などを把握していきます。

アンケートに対するセルフアセスメントの結果、取り組みが不十分な項目が発見された取引先においては、改善活動を通して社会・環境に与える影響への配慮やリスクの軽減に繋がっていただくことを期待しています。また、当社が特定したマテリアリティに関連する設問に「取り組みがない」、「仕組みがない」等の回答があった場合、改善提案書により次の調査までに改善を促しています。

マテリアリティとKPI

CSR調達の調査実施率※4

2025年度実績 **100%** >> 2030年度目標 **100%**

※4 主要取引先への調査実施率：2025年度（2022-2024年実績）

品質マネジメント

当社グループは、経営理念、経営ビジョン、モットーに基づき、品質を最優先した経営を掲げています。また、品質方針に則り、研究開発、製造、調達・販売、製造販売後のフォローアップまで、関係法令、公的ガイドライン、社内規定を遵守して、品質・有効性・安全性の確保に努めています。

品質マネジメント体制の強化

当社は、信頼性保証と薬事申請を担う部門が、「信頼性保証統括部」として独立しています。信頼性保証機能の中立性を確保することに加え、規制要求への対応等を一体的にマネジメントし、品質・信頼性保証体制の強化に努めています。

また、本社および全ての生産拠点・研究開発拠点においてISO13485とISO9001の認証を取得し、拠点カバー率100%の品質マネジメントシステムを維持しています。これにより、企業全体で国際水準に基づく品質マネジメント体制を確立しています。

品質マネジメント

代表執行役社長の下、信頼性保証部が中心となり全員参加で品質システムを運用しています。

- 代表執行役社長：品質方針を策定
- 各部：経営方針・品質方針に基づき、品質目標を設定。
定期的なマネジメントレビューにより、品質システムの維持、改善を図る。
- 以下の認証を取得・維持
 - ・国際規格ISO 9001：2015
 - ・国際規格ISO13485：2016
 - ・国際規格「MDSAP（Medical Device Single Audit Program）」
 - ・欧州体外診断用医療機器規則 IVDR（In Vitro Diagnostic Medical Device Regulation）
- 第三者評価の結果
 - ・海外規制当局による監査においても重大不適合ゼロを達成



ISO認証マーク

品質方針

1. お客様が求めるもの、法規制の要求事項を満足し、品質・安全性を最優先した製品・技術・情報を安定して提供します。
2. 品質方針を達成するため、各部門において品質目標を設定し、これを実践します。また、品質目標は定期的に見直します。
3. 品質マネジメントシステムを構築・運用し、マネジメントレビューによりシステムの有効性を継続的に改善し、競争力のある強い企業となります。
4. 私達は、積極的な活動を続けることで、一人ひとりが品質に対する責任を持ち、透明でオープンな職場環境の構築により、品質文化を醸成します。

製品の品質を支えるプロセス

当社は、製品の品質を支えるプロセスとして、研究開発段階の品質設計や製造工程の管理、各工程における検査体制の整備に加えて、調達時のサプライヤーへのCSRアンケート調査に取り組んでいます。

※CSRアンケートについて、詳細はp34をご覧ください。



品質マネジメントの強化にむけた継続的な取り組み

品質マネジメントの強化を目的に、毎年1回、全従業員を対象とした品質方針、品質システムに関するトレーニングを継続しています。

また、部門別のトレーニングとして、体外診断用医薬品や医療機器に関するリスクマネジメントセミナーを研究開発や製品設計に携わる部門を対象に毎年実施しています。

品質プロアクティブ活動

品質を確立し、顧客満足に従業員全員で作り上げていくために、「品質プロアクティブ活動」という社内啓発活動を毎年実施しています。このような活動を通じて、品質を最優先に考えて行動する文化の醸成を継続しています。

2025年度テーマ

- ・コーポレートスタッフ向け データインテグリティの基礎と実務上の留意点
- ・品質システム文書の改訂プロセス
- ・内部監査および外部審査の結果共有

プロアクティブ活動とは？

プロアクティブ活動は、問題になりそうなことへの対策や改善活動を前もって行うことです。この活動を通じて、全従業員の品質に対する意識を高め、栄研品質を確立することが目的です。

検査現場の品質サポート

EQCS-Net

外部精度管理サービス統合システム

当社では、1995年から、便潜血検査における外部精度管理サービスEQCS（Eiken Quality Control Service）を開始し、現在では尿検査、免疫検査等に対象分野を広げた外部精度管理サービス統合システムを多くの施設に提供しています。

‘栄研’食品微生物検査精度管理サーベ

食品および製造環境の微生物を検査し、食品の品質を管理するために、試験室の技量を客観的に評価する必要があります。当社は、そのような外部精度管理サービスとして食品微生物検査精度管理サーベを多くの施設に提供しています。

環境マネジメント

当社グループでは、環境方針に基づき環境マネジメントシステムを運用しています。マテリアリティに、「気候変動への対応」と「循環型社会への貢献」を掲げ、SBT認定の取得、気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）提言への賛同、CDP質問書への回答等、国際基準に沿った取り組みや情報開示を進めています。

◆ 気候変動への対応

シナリオ分析

栄研グループは、2023年2月にTCFDの提言に賛同を表明しました。同提言を踏まえ、気候変動がもたらすリスクと機会に関して、「ガバナンス」、「戦略」、「リスク管理」、「指標と目標」の4つの要素に沿った情報開示を継続しています。

なお、移行計画を見据え、2025年に一部内容を更新しました。検討に必要な情報の取得にあたってはIEA（International Energy Agency）WEO 2024 Net Zero Emissions by 2050を参照しています。



詳細は当社WEBサイトをご覧ください。

<https://www.eiken.co.jp/sustainability/environment/weather/>

ガバナンス

- 代表執行役社長を委員長とする「サステナビリティ委員会」において目標と行動計画を策定、取締役会で報告、監督
- 執行役の業績連動報酬に取り組みの実績を反映
- 環境方針を策定
- 国際規格ISO14001に基づいた環境マネジメントシステムとして「環境管理委員会」を運営し、継続的な改善を実施
- 温室効果ガス（スコープ1,2,3）排出量は、第三者検証を取得

戦略

- 気候変動がもたらすリスクと機会を幅広く検討し、特に重要と考えられるリスクと機会を特定
- 当社グループに与える財務影響について、2℃未満シナリオ、4℃シナリオに分けてシナリオ分析を実施

リスク管理

- 全社的なリスクマネジメントの中で、気候変動を含めた包括的なリスクアセスメントを年1回実施
- TCFD提言を踏まえ、各関連委員会においてリスクと機会のアセスメントを実施し、重要と評価したリスクおよび機会に対してリスクの低減および事業機会の創出に尽力

指標と目標

- 2050年のカーボンニュートラルを目指し、2030年のCO₂排出量削減目標を設定
- 本目標は、国際的なイニシアチブであるSBTi（Science Based Target Initiative）により、パリ協定の求める水準と適合した、科学的根拠に基づいた目標としてSBT認定を取得



リスクと機会		各シナリオの財務影響※		対応策
		2℃未満	4℃	
移行 リスク	炭素税等の導入による追加費用負担	中	-	・省エネルギー活動の推進 ・再生可能エネルギーの導入拡大 ・継続的なスコープ1、2、3の監視と削減取り組み
	プラスチックに対する環境規制	中	-	・環境規制に対する継続的な動向調査と対策 ・市場、業界動向を踏まえた製品開発
物理 リスク	災害被害によるサプライチェーンの寸断による販売機会の損失	中	大	・事業所、サプライヤーの防災対策の強化 ・事業継続計画の策定・継続的改善
機会	より効率的な輸送方法の使用	小	小	・製品に対する環境影響評価の実施 ・最適な輸送方法等の検討
	気候変動に伴う疾患動向の変化への早期対応による売上増加、社会への貢献	中	中	・感染症動向の継続的なモニタリングと検査薬の開発・提供
	外気温耐性等をはじめとする気候変動対応製品開発等の品質優位性による販売機会の増加	中	中	・製品に対する環境影響評価の実施 ・製品保存・保管に対する環境負荷を低減した製品の開発

※財務影響の定義 小：1億円未満 中：1億円～25億円 大：25億円以上

外部評価

CDP 2025 気候変動 Aリスト企業に選定

国際的な環境非営利団体であるCDPによる調査：CDP 2025「気候変動」において、当社は最高評価であるAリスト企業に選定されました。これは、当社の活動がリーダーシップレベルとして評価されたことを示すものです。



マテリアリティとKPI

事業所におけるCO₂排出量削減（スコープ1+2）

2021年（基準年） CO ₂ 排出量	2025年度実績 CO ₂ 排出量	2030年度目標
7,318t-CO ₂	2,288t-CO ₂ (2021年度比 69%削減)	56%削減 (2021年度比) ※SBTiに基づく数値目標

サプライチェーンにおけるCO₂排出量削減（スコープ3）

2022年（基準年） CO ₂ 排出量	2025年度実績 CO ₂ 排出量	2030年度目標
84,205t-CO ₂	101,027t-CO ₂ (2022年度比 120%※)	25%削減 (2022年度比)

※工場建設に伴い、スコープ3 カテゴリー3が一時的に増大

環境マネジメント

◆ 気候変動への対応

フロン管理

当社は、「フロン類の使用の合理化及び管理の適正化に関する法律（フロン排出抑制法）」に基づき、対象設備の把握、簡易点検・定期点検、記録作成、漏えい量の算定などを実施しています。2025年度は、フロン類の漏えいはありませんでした。今後も漏えい防止に努めるとともに、フロン類排出抑制に向けてノンフロンや低地球温暖化係数冷媒を使用した機器の導入を進めていきます。

◆ 循環型社会への貢献

環境配慮型製品の開発

当社グループの製品・サービスは、様々な資源を使い生み出されています。限りある資源を効率的に活用し、持続可能な循環型社会の実現に貢献することは、当社グループの責務と捉え、積極的・継続的に取り組んでいます。

2025年度は、総合研究センターにて、環境対応包装資材アイデア創出展示会を開催しました。本展示会では、欧州で高まるプラスチック包装資材規制を背景に、規制に関する勉強会や、製品の包装素材の展示を実施しました。本展示会で得られた知見を、今後の製品開発に活かしていきます。



マテリアリティとKPI

環境配慮型包装資材（FSC認証紙）の採用率※1（%）

2021年(基準年)	2025年度実績	2030年度目標
未策定	29.8	30
		(2021年度比)

バイオマスプラスチック等の環境配慮型資材の採用率※2（%）

2022年(基準年)	2025年度実績	2030年度目標
未策定	2.9	8
		(2021年度比)

※1 出荷ベース（環境配慮型包装資材を使用した製品コード数/出荷製品コード数）

※2 出荷ベース（バイオマスプラスチック等の環境配慮型資材を使用した製品コード数/出荷製品コード数）

生物多様性および生態系の回復

当社は、絶滅危惧種を含む在来種を保護する環境イベントへの参加を通じて、地域に貢献しています。本イベントへの参加は、社会課題である生物多様性・生態系の回復への貢献、従業員の意識向上を意図しています。

2025年度は、前年度に引き続き、ラムサール条約に指定されている渡良瀬遊水地の外来植物除去活動に参加し、「おやまグリーン・アクションサポート団体」に認定されました。



廃棄物の削減

当社グループでは、廃棄物削減や3R（リデュース、リユース、リサイクル）を推進しています。2025年度は、本社移転に際して、資源の再利用・循環を徹底し、環境配慮型什器を積極的に採用しました。

マテリアリティとKPI

水使用量の削減率（生産金額原単位）

2018年度(基準年)	2025年度実績	2030年度目標
0.51千m³/億円 (使用量)	34%削減 (2018年度比) (使用量: 0.34千m³/億円)	35%削減 (2018年度比)

廃棄物の削減率（売上原単位）

2018年度(基準年)	2025年度実績	2030年度目標
0.47t/億円 (廃棄物処分量)	14%削減 (2018年度比) (廃棄物処分量: 0.40t/億円)	15%削減 (2018年度比)

その他 水セキュリティ、環境教育、エコ提案など

詳細は当社WEBサイトをご覧ください。
https://www.eiken.co.jp/sustainability/environment/circular_society/

人財戦略①

「EIKEN Vision 2030」実現に向けた柱の一つである「人財：人を活かした活力ある企業」のもと、当社は新たな人財の確保に加え、既存人財の価値向上への投資を推進しています。さらに、個々の可能性を最大限に引き出す環境整備によりウェルビーイングを実現し、エンゲージメントの向上を通じて、生産性・業績の向上、優秀人財の定着ならびにイノベーション創出の促進につなげています。

人財ポートフォリオの現状と強化領域

当社はこれまで、検査薬を中心とした主力事業において、便潜血検査、尿検査、遺伝子検査など多様な製品ラインナップを展開してきました。こうした事業特性を背景に、従業員の多くは理系出身であり、特に生命科学・化学・検査学といった専門性を有する人財が、研究開発から生産、品質保証、販売に至るまで幅広いプロセスを担ってきました。また、文系出身の人財も、主に営業部門やコーポレートスタッフ部門において活躍し、国内外の事業展開を支えています。

一方、「EIKEN Vision 2030」の実現に向けては、主力事業の深化に加え、新規技術の獲得や装置の開発・製造を通じた新たな事業領域への挑戦、ならびに海外市場における成長加速が不可欠です。これらを踏まえ、当社においては、工学系・情報系を中心とする専門人財およびグローバル人財の拡充が重要な課題となっています。

経営計画2030 (FY2026-FY2030) における人財戦略上の課題

私たちは、従業員一人ひとりの成長こそが企業の未来を切り拓く原動力であると考えています。流動性が高まる現代社会において、従業員が働きがいややりがいを感じながら、個人の成長を会社の成長へとつなげるため、

課題

- ① 人財の確保と定着
- ② 従業員エンゲージメントの向上

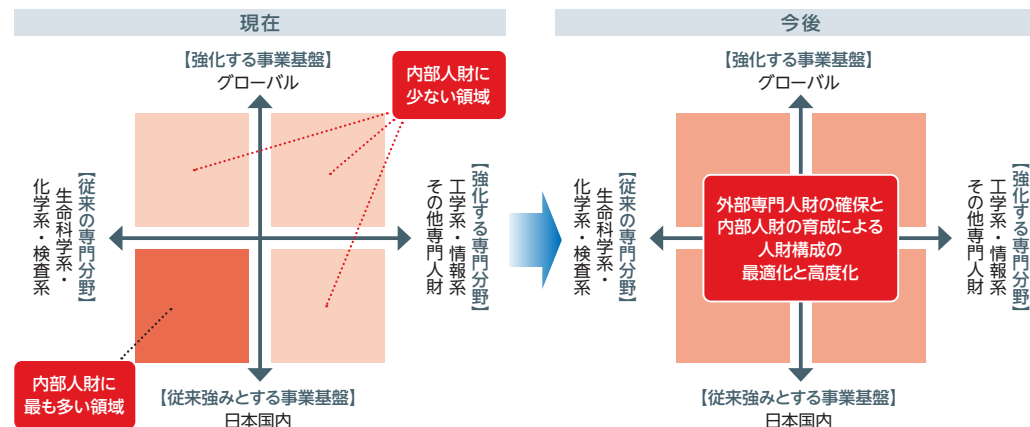
を重点課題と位置づけ、取り組みを進めています。

課題

- ① 人財の確保と定着

に向けた取り組み

上記のような人財ポートフォリオを踏まえ、不足する領域については外部専門人財の確保と内部育成の双方を通じて、人財構成の最適化および高度化を図っています。



具体的な取り組み内容

● 外部専門人財の確保

当社では、毎年、全従業員の約5%に相当する新卒・キャリア入社者を受け入れています。従来のナビサイトや人材エージェント、ダイレクトリクルーティングといった採用手法に加え、2026年度からリファラル採用に係るインセンティブ制度（人財紹介制度）を導入しています。これにより、採用チャネルの多様化を図るとともに、当社との親和性が高い人財の確保を強化しています。また、グローバル人財の確保に向け、海外拠点および海外現地法人における現地採用も推進しています。

● 内部育成

当社では、従来より階層別研修やビジネス基礎・応用課程の整備を進めてきました。これに加え、2024年度からは次世代リーダーの育成やリスキリング機会の提供を目的とした「いつでもどこでもENL (Eiken Next Leaders)」を導入しています。また、人財育成は会社が提供する研修にとどまらず、業務を通じた経験の蓄積も重要であると位置づけています。2026年度より「社内公募制度」を導入し、従来の職務や専門性にとらわれない挑戦の機会を拡充しました。これにより、部門横断で物事を捉えるための広い視野と高い視座を備え、グローバルに思考できる内部人財の育成を進めています。

人財戦略②

課題

② 従業員エンゲージメントの向上に向けた取り組み

当社は、持続的成長の実現に向け、従業員エンゲージメントの向上を重要課題と位置づけています。その基盤となるウェルビーイングは、「誰もが働きやすい環境」「心身ともに健康」「対話によるつながり」によって支えられており、これらの取り組みをDEIBの考え方に基づいて推進しています。

誰もが働きやすい環境の実現に向け、ライフイベントに配慮した柔軟な働き方を推進しており、テレワーク勤務制度およびコアタイムのないフレックスタイム制度を継続的に運用しています。

さらに2025年度には、出産・育児・介護と仕事を両立支援するため、営業職を対象とした転勤免除制度を導入しています。なお、営業職以外の職種については、地域に根ざした就業を可能とする地域職制度を導入しています。

当社の経営理念である「ヘルスケアを通じて人々の健康を守ります。」を実現するためには、従業員自身が心身ともに健康であることが不可欠であるとの考えのもと、健康支援施策の拡充にも取り組んでいます。

2025年度からは、がん検診や婦人科検診における会社補助の拡大（例：大腸がん検診の全従業員無償化）、積立療養休暇の適用範囲の拡大（例：不妊治療や骨髄ドナー提供等への適用）、健康アプリを活用した全社ウォーキングイベントの実施、管理職向けの定期教育の導入など、多面的な施策を展開しています。

2025年度より、オンボーディング体制の強化として人事部門と新入社員との1on1ミーティングを実施しています。また、社長キャラバンやオープンコミュニケーションDayといった従業員同士のコミュニケーション機会を創出するイベントも開催しており、役職や部門を超えた相互理解を促進し、従業員一人ひとりが「自分は組織の一員として受け入れられている」と感じられる「Belonging」の醸成、ひいては組織への帰属意識の向上を図っています。

さらに、こうした対話を支える基盤として、ヘルスリテラシーに関するセミナーやアンケート、管理職を対象としたラインケア研修を実施し、心身の不調に早期に気づき、適切に対応できる組織風土の醸成にも取り組んでいます。

DEIBを ベースとした取り組み

誰もが働きやすい環境

心身ともに健康

対話によるつながり

- D**（Diversity）：多様な価値観や働き方を取り入れ、組織に取り入れること
E（Equity）：すべての従業員に公平・公正な成長機会を提供すること
I（Inclusion）：全員が組織の一員として尊重されること
B（Belonging）：自分の居場所があると感じられる環境をつくること



当社の持続的成長

エンゲージメント向上

2025年度 従業員満足度スコア
実績 **80.6** (目標 80.0以上)
※6段階評価で、肯定的な回答の割合

ウェルビーイングな状態

当社におけるウェルビーイングとは、従業員一人ひとりが心身の健康を維持・増進し、明るく活発に行動できる環境のもとで、自らの能力を最大限に発揮しながら主体的に働いている状態を指します。

マテリアリティ&KPI

	2023年度実績	2024年度実績	2025年度実績	2025年度目標	2030年度目標		2023年度実績	2024年度実績	2025年度実績	2025年度目標	2030年度目標
離職率	2.3%	1.9%	2.3%	達成	3%未満	育児休業取得率(女性)	100.0%	114.3%	100.0%	達成	100%
女性管理職比率	15.4%	18.8%	18.7%	達成	18%	育児休業取得率(男性)	90.0%	91.7%	100.0%	達成	100%
採用における女性比率	36.4%	39.0%	30.4%	達成	30%	年間総実労働時間※	1,864h	1,841h	1,835h	達成	1,850h
障がい者雇用率	2.7%	2.7%	3.2%	達成	2.7%	年次有給休暇取得率※	67.3%	63.7%	70.7%	達成	70%

※正社員一人あたり

CFOメッセージ

収益力と資本効率を両輪として高め、 資本コストを強く意識した財務規律のもと、 企業価値の持続的向上を実現してまいります。

当社は、収益力の強化と資本効率の向上を経営の中核に据え、企業価値の持続的な向上に取り組んでいます。とりわけ、研究開発投資および設備投資が将来の競争力を左右する事業特性を踏まえ、利益成長に加え、投下資本が創出する価値を的確に把握し、経営判断に反映することが重要であると認識しています。

この認識のもと、当社は資本コストを経営判断の基本的な規律として位置づけ、株主資本コストおよび負債コストを踏まえた加重平均資本コスト(WACC)を算定・モニタリングしています。資本コストを上回る資本収益性の確保を最重要の経営規律と位置づけ、資本配分および事業・製品ポートフォリオの最適化を一体的に推進しています。また、ROICがWACCを安定的に上回る状態(ROIC-WACCスプレッド)の拡大を、企業価値創出の中核指標として位置づけています。

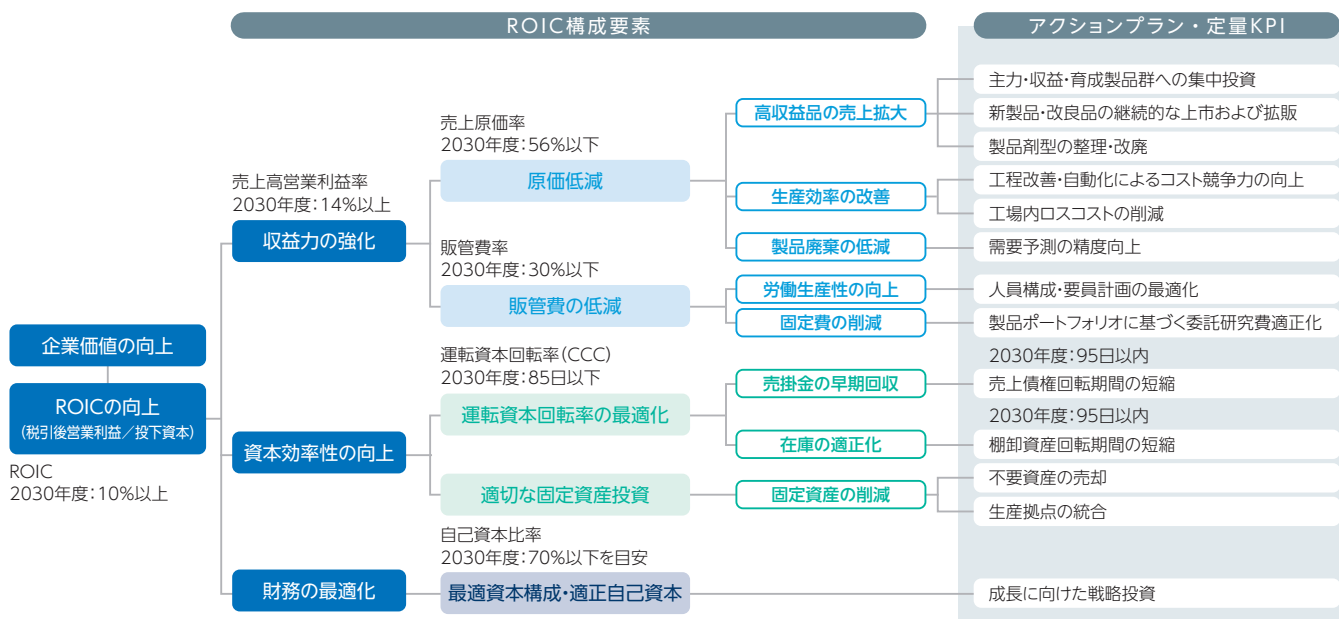
ROICを中核とした経営の推進

当社は、収益性と投下資本効率を統合的に管理する指標としてROICを中核に据えています。ROICを共通言語として活用し、資本コストを意識した規律ある意思決定を徹底することで、投資採算性および事業・製品ポートフォリオ評価の質の向上を図っています。

具体的には、投資判断を含むあらゆる意思決定において、将来にわたり資本コストを上回る価値創出が可能かという観点から評価し、資本効率を重視した経営への転換を段階的に進めています。

また、ROICツリーにより構成要素を分解・可視化し、各執行役のKPIおよびアクションプランに落とし込み、定期的なモニタリングを実施しています。さらに、これらを業績評価と連動させることで、資本効率を重視した経営の全社的な定着を図っています。

加えて、社長キャラバンやオープンコミュニケーションDay等の双方向コミュニケーションの取り組みを通じ、従業員一人ひとりが自らの業務と企業価値の関係を理解する機会を創出し、現場起点での改善行動につなげています。



CFOメッセージ

2025年度の経営指標の振り返りと課題認識

当社は売上高の拡大を継続し、従業員一人当たり売上高については同業他社と比較して遜色のない水準にあります。一方で、営業利益はコロナ禍前の約6〜7割にとどまり、収益性は回復途上にあります。

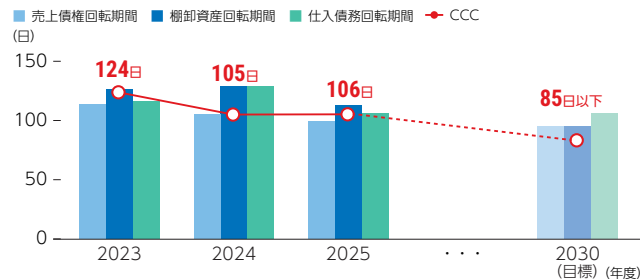
主な要因は、売上構成の変化や原材料価格の上昇に加え、野木事業所の新研究棟・製造棟の建設、本社移転、研究開発投資の拡大等に伴う減価償却費の増加です。これらは短期的には収益を押し下げる要因となる一方で、供給能力の増強および新製品創出に資する成長投資であると位置づけています。

この結果、2025年度のROICは4.7%となりましたが、収益構造改革と先行投資回収の移行局面にあると認識しています。

運転資本については、キャッシュ・コンバージョン・サイクル（CCC）は未達ながら売上債権および棚卸資産の回転期間の短縮を通じた適正化は着実に改善が進展しています。一方で、診断薬事業の特性上、安定供給は医療インフラとしての社会的責任であるとの認識のもと、供給責任を重視した在庫戦略を採用しています。地政学的リスクへの対応も踏まえ、在庫水準の戦略的見直しを進めており、短期的には運転資本の増加につながる可能性があるものの、製品の重要度や市場への影響度に応じた在庫コントロールを通じて、中長期的には事業継続性と企業価値の維持・向上に資するものと考えています。

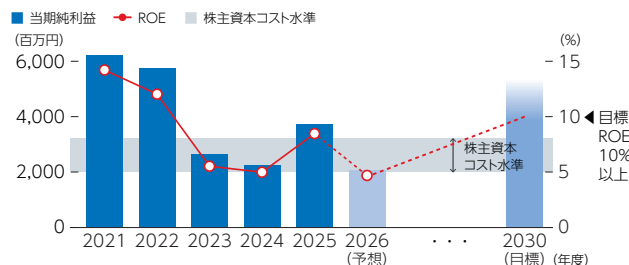
今後は供給安定性と資本効率の両立を前提として運転資本の最適化を進め、2030年度にROIC10%以上の達成を目指します。

CCCグラフ



また、2025年度のROEは、連結子会社である栄研生物科技（中国）有限公司の持分譲渡に伴う株式売却益の計上により8.5%となりました。今後は、収益力向上と資本効率改善により、2030年度に10%以上を目指します。

ROEの推移



※2021～2022年度は、COVID-19による需要拡大の影響を含む。

財務KPI

	2026年度予想	2030年度目標
売上高	420億円	500億円以上
ROE	4.7%	10%以上
ROIC	4.9%	10%以上

ROIC改善に向けた取り組み

ROIC改善においては、短期的なコスト削減や投下資本の圧縮に偏ることなく、成長投資の回収を着実に進めるとともに、収益力および資本効率の双方の向上を図ることを基本方針としています。

具体的には、以下の3つのレバーにより、改善を推進します。

1. 収益力の強化

高付加価値製品の拡販および新規顧客開拓により、売上の「量」と「質」を高めます。

また、調達戦略の高度化およびコスト構造の見直しにより、原価率・販管費率の改善を図ります。

2. 固定費吸収力の向上

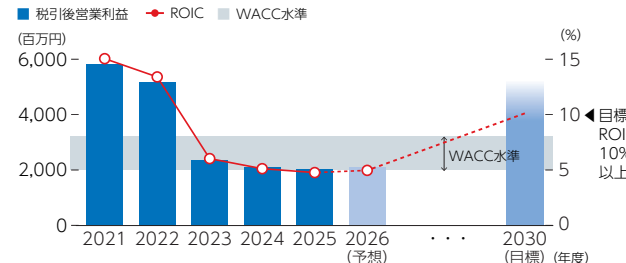
新製造棟の早期立ち上げと操業の安定化により、生産性の向上と供給能力の強化を実現します。加えて、生産拠点最適化およびDXによる全社コスト構造の改革を推進します。

3. 資本効率性の向上

DXの活用により需要予測の精度向上を図るとともに、在庫水準の適正化およびサプライチェーン全体での回転率の改善を通じて、運転資本効率の向上を推進します。

また、製品別の収益性および資本効率の可視化を進め、資本コストを上回る価値創出の観点から、重点投資領域を明確化するとともに、必要に応じて事業・製品の見直しを行い、ポートフォリオの最適化を推進します。

ROICの推移



※2021～2022年度は、COVID-19による需要拡大の影響を含む。

CFOメッセージ

資本配分

当社は、成長投資・株主還元・財務健全性を統合的に勘案し、資本効率の最大化に資する資本配分を基本方針としています。

設備投資については、これまでに成長投資は概ね完了しており、今後は維持・更新投資を中心とした運用に移行し、年間20～25億円の投資額を目安としています。また、戦略投資については、5年間で50億円規模の投資額を目安としています。

株主還元については、総還元性向50%以上を目安に、利益成長に連動した安定的かつ継続的な株主還元を実施します。

投資判断は、資本コストを上回るリターンへの創出を前提とした規律のもとで行い、「投資→回収→再投資・還元」のサイクルを通じて資本効率の最大化を図ります。加えて、戦略投資については、投資後の進捗および収益性を継続的にモニタリングし、仮説検証を通じて、機動的な資源再配分およびポートフォリオ最適化につなげます。

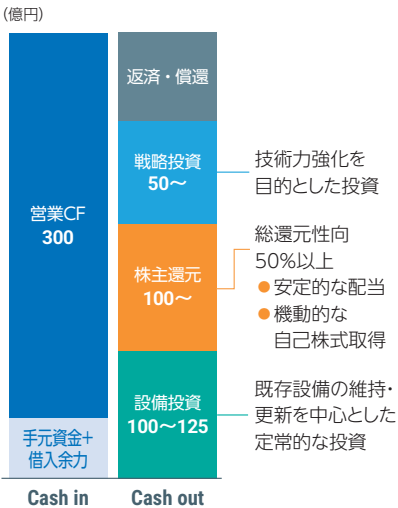
資本政策・株主還元

当社は、財務健全性と資本効率を両立させる資本構成の最適化を基本方針としています。

株主還元については、利益成長に連動した還元拡充を基本とし、総還元性向50%以上を目安として、配当および自己株式取得を機動的に実施します。

	2024年度	2025年度	2026年度（計画）
一株当たり年間配当金（円）	53	58	58
親会社株主に帰属する当期純利益（百万円）	2,228	3,708	2,070
総還元性向（％）	209.3	96.7	92.6

キャッシュアロケーション
(2026年度～2030年度計画)



※M&Aはキャッシュアロケーションとは別枠で個別判断。

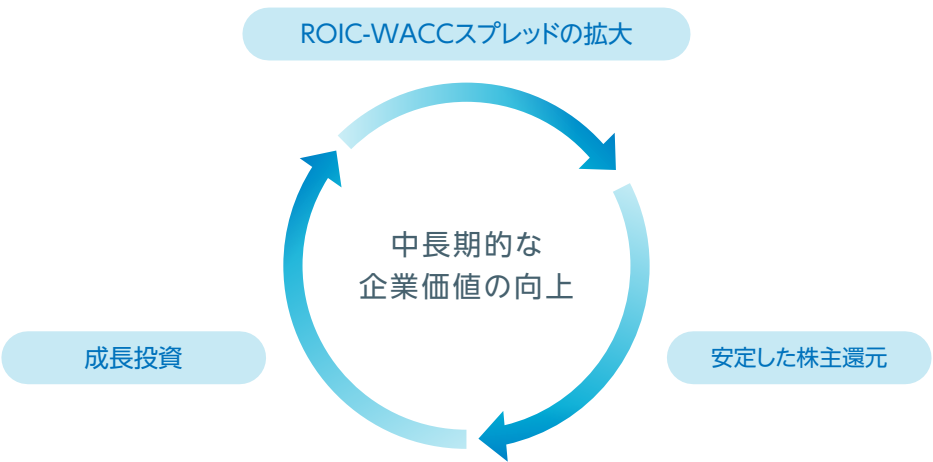
持続的な価値創出を目指して

当社は、ROIC改善に加え、資本コストの低減にも継続的に取り組んでいます。

ESG施策の推進、財務・非財務情報の開示拡充、ならびにIR・SR活動の強化を通じて、資本市場からの信認向上を図ります。

また、経営理念「ヘルスケアを通じて人々の健康を守ります。」を軸にブランド認知の向上を図るべく、企業PR活動の強化にも取り組んでいます。

これらの取り組みを通じて、ROICとWACCのスプレッドを持続的に拡大し、中長期的な企業価値の向上につなげていきます。



ROIC経営の考え方			収益力の向上 (製品・サービスによる顧客付加価値の最大化)
ROIC	税引後営業利益	税引後営業利益	資本効率の向上 (低稼働資産の削減、在庫・売上債権の適正化)
	投下資本	売上高	
= $\frac{\text{税引後営業利益}}{\text{投下資本}} \times \frac{\text{売上高}}{\text{投下資本}}$			

※ROICを全社共通KPIとして活用
※企業価値はROICが資本コスト（WACC）を上回ることによって創出される
※投下資本＝固定資産＋運転資本