

株式会社ビタブリッドジャパン

決算説明資料 2026年2月期 通期

2026年4月13日
証券コード：542A



Investment Highlights

Ⅰ D2C事業成長を熟知

ダイレクトマーケティングのプロデューサーとしてサントリーウェルネス事業の初期から数百億規模までのブランド全般伴走の実績と知見



Ⅱ 10期連続黒字成長

年商150億、営利10億規模。開発等の新規投資拡大時期で今が大きい成長の起点 (2026年2月現在)



Ⅲ 後発から市場売上No.1※

1商品100億超売上等の垂直成長実現。“プレミアム定番化”“優良顧客蓄積型”の開発とマーケティングノウハウ



※ターミナリアファースト 2022～2024年版売高 出典：富士経済「H・Bフーズマーケティング便覧 2024～2026 No.1 機能志向食品編」<ダイエツト総市場・トータル・ブランド>

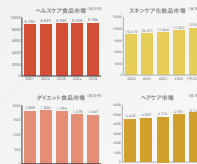
Ⅳ スマート蓄積型D2Cエンジン™

“見える化・自動化”等、独自ノウハウとPDCAデータに基づいたD2C事業体系(エンジン)による改善と再現性で資産蓄積



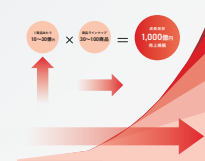
Ⅴ TAMの大きさと拡張性

数千億円、1兆円規模の市場、加えて海外へ価値創造/医療連携でさらなる市場創造



Ⅵ 中長期成長戦略

最大より最適®志向で「マッチング」商品創造。30億×30数商品での再現積上で1,000億規模へ



FY2026/2 Financial Highlights

売上高・営業利益ともに前期比で大幅増収増益 過去最高を更新

売上高

152.9 億円

前期比 +21.2% ↑

営業利益

10.2 億円

前期比 +45.8% ↑

当期純利益

6.8 億円

前期比 +50.0% ↑

① 主力商品の好調な推移

- ・主力商品「ターミナリアファースト」「GABAシリーズ」の継続的な販売拡大
- ・前期の外部環境(紅麹影響)からの回復によりプロモーションの投資効率が向上

② トップライン成長と コストコントロールによる増益

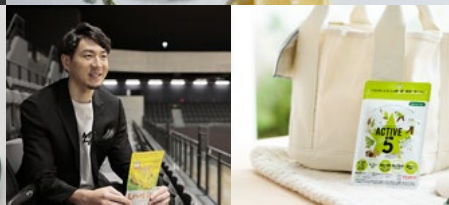
- ・売上増に伴う売上総利益の着実な増加
- ・販管費を適切な水準にコントロールし、営業利益増加

③ 顧客数の積上げと 高水準なリピート率

- ・継続顧客数が順調に拡大
- ・90%台中盤の高水準なリピート率によりストック収益が着実に積み上がり

Index

1. 会社概要 / 事業概要
2. 独自性 / 競争優位性
3. 業績ハイライト・次期見通し
4. 中長期成長戦略
5. 財務ハイライト



1

Company Overview
Business Overview

会社概要 / 事業概要

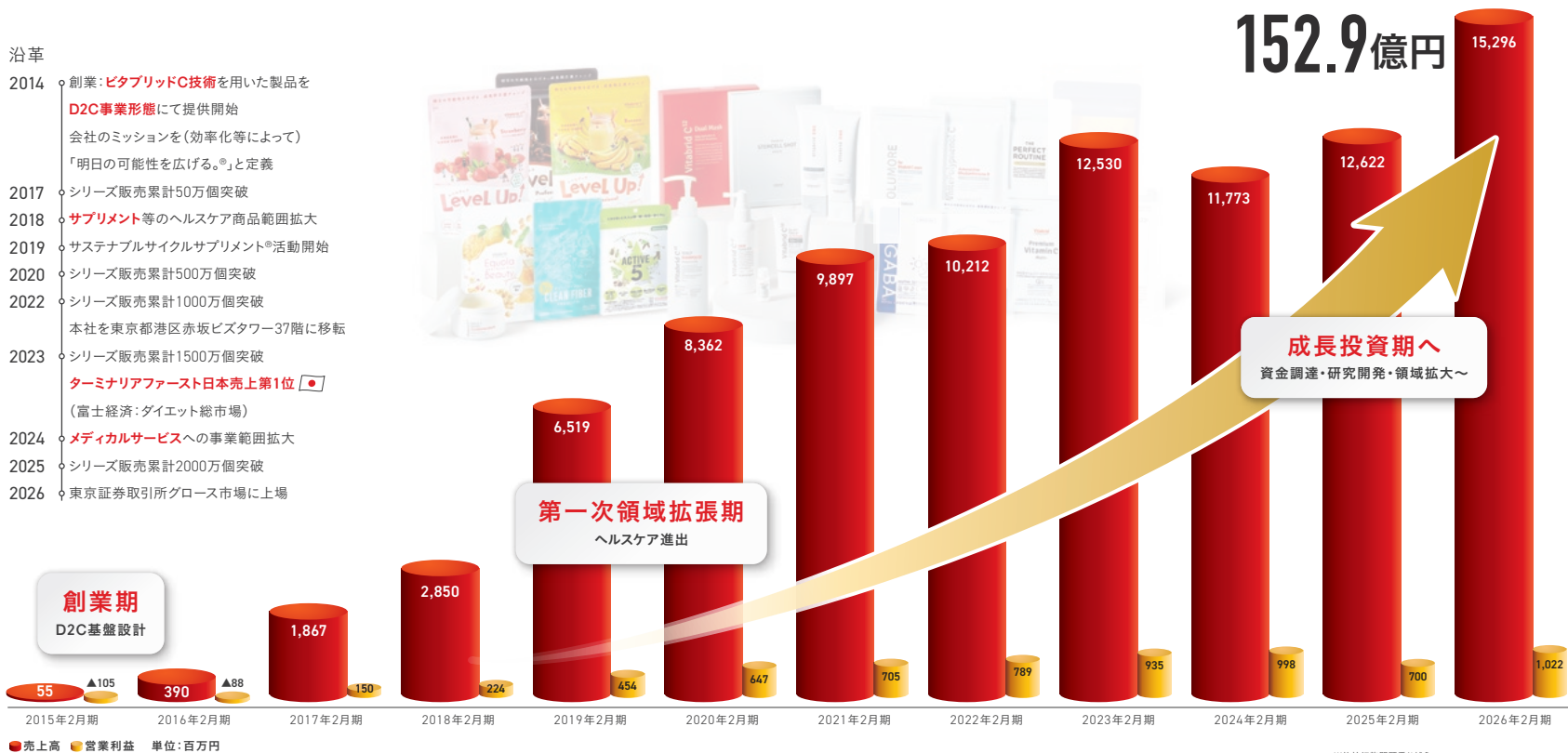


人の想いと独自技術で顧客創造・蓄積するD2C企業です。

会社名	株式会社ビタブリッドジャパン (英名: Vitabrid Japan Inc.)
本社住所	〒107-6337 東京都港区赤坂5-3-1 赤坂Bizタワー37階
代表者	代表取締役社長CEO 大塚博史
設立年月日	2014年4月22日
資本金	1億500万円(2026年2月末時点)
事業内容	ウェルネスケア関連の商品企画・開発・D2C販売
従業員数	95名(2026年2月末時点)
取引銀行	三井住友銀行 青山支店 みずほ銀行 築地支店 りそな銀行 目黒駅前支店
監査法人	東陽監査法人



創業12年。継続的黑字。今からが大きい成長起点に。



商品：後発でも市場No.1になる等、既にPMF※1しています。

プレミアム定番化
優良顧客蓄積型

主力商品・売上構成7割超※2

糖脂に ターミナリア ファースト
PROFESSIONAL



2019年
販売開始

現在3年連続 日本ダイエット総市場売上No.1※3
(富士経済より)1商品で売上100億円を突破、臨床試験による**独自ヘルスクレームと設計独占**。ダイエット商品は一過性になりがちなか中、**減量目的を超えた毎日の心豊かな食事のためのコンセプト**、独自D2C設計によるPDCA、チャネルの拡大で段階的に成長中

ロングセラー商品

Vitabrid C¹² FACE



2014年
販売開始

特許技術により業界で**唯一**、ビタミンCの徐放性(長時間浸透・長時間**ビタミンC**パック)を実現。ビタミンCを一瞬よりも長く続く価値で「いつも守られている」安心感。ビタミンCスキンケアパウダーの代表商品、長期愛用者多数

成長中商品

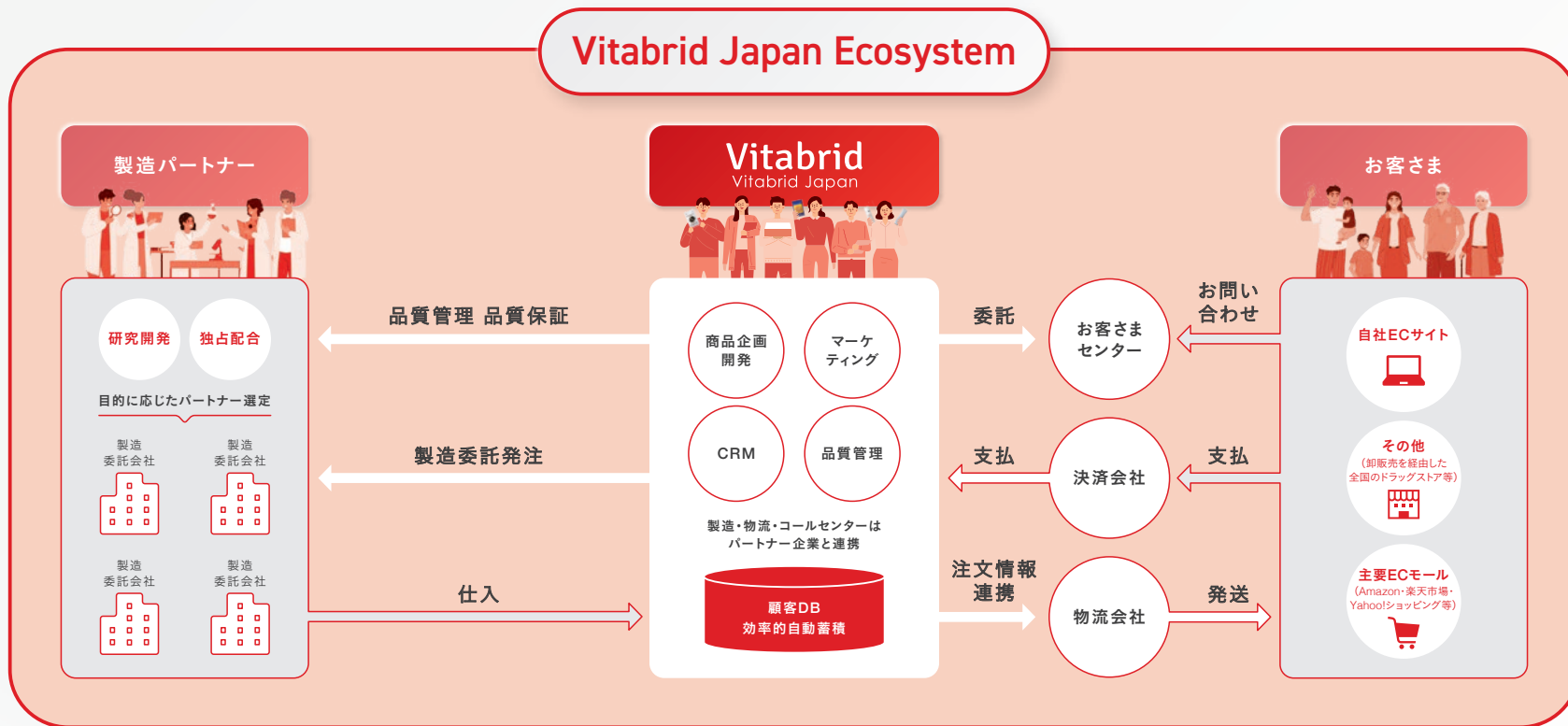
Vitabrid
Daily GABA



2023年
販売開始

7つの機能性を有するGABAを用いた多機能サプリ
累計販売数154万個(2023年9月~2026年2月時点)
「寝てる間に、より楽しめる明日に」をコンセプトに睡眠改善をはじめとした**7つの機能性を有するGABAの機能性表示食品**。独自D2C設計によるPDCAでターミナリアファーストでの再現性をもって成長中

事業モデル：開発実現選択肢を多く持てるファブレスD2Cプロデュース



収益モデル: 利益が安定的に積みあがる、ストック型自社リピート通販

全体の8割超 (2026年2月期実績)

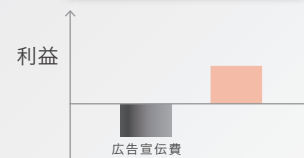
自社リピート通販 (定期購入型)

≒サブスクリプションモデル



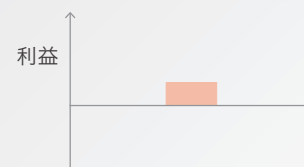
■ = 単月利益 ■ = 累積利益

ECモール (単品購入型)



広告宣伝費がかかるものの、一度の購入で収支がプラスとなる

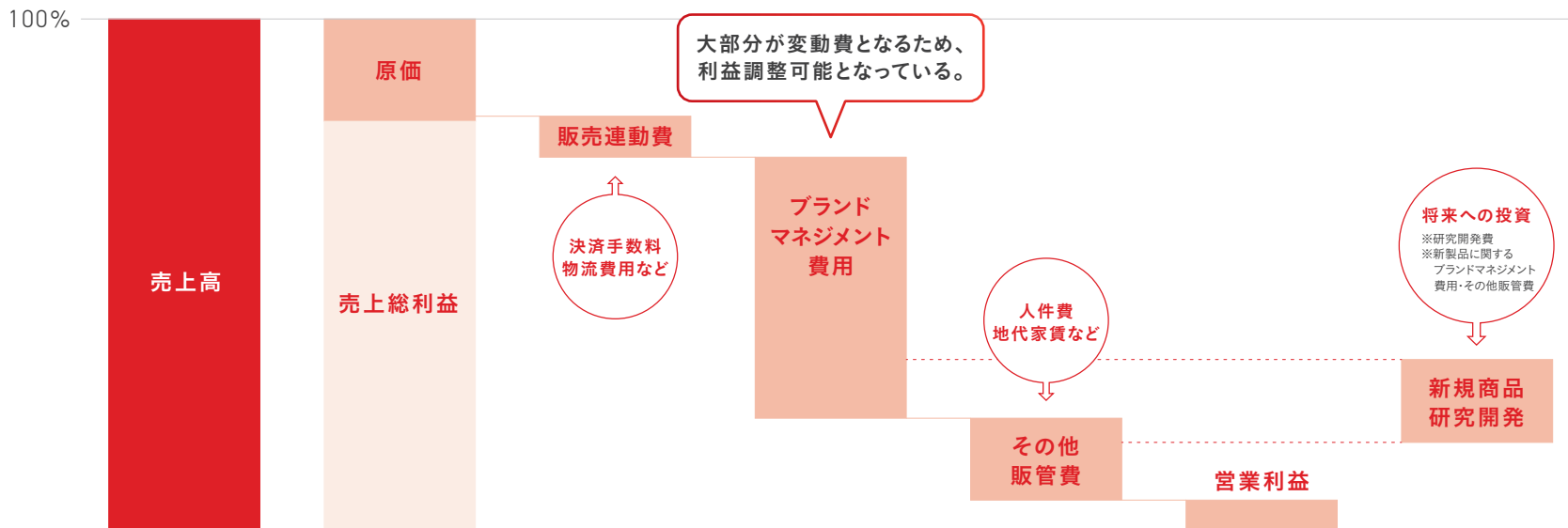
店舗販売



広告宣伝費はないが、ストック性・計画性が自社リピート通販に比べると不確実

コスト構造

顧客との長期関係性を活かしたD2Cモデルにより、安定した利益を創出。
その利益を成長投資に再分配することで、新規商品や開発力の強化を通じて、
次の成長エンジンを生み出しています。**最大費用は顧客接点箇所。**



Mission 明日の可能性を広げる。®



賢く心地よく、より心豊かに生きる
スマートウエルネス設計®の価値を創造し、
その可能性を広げます

AIやテクノロジーの進化によって、あらゆるものが量産・効率化されていく時代だからこそ、“心の豊かさ”や“リアルな感情体験”がますます求められていると感じています。私たち株式会社ビタブリッドジャパンは、人の想いと独自技術の出会いから生まれるクリエイティブを通じて、我慢や否定からは無く、賢く心地よく(楽しさや幸せな感情体験を積み上げて)より心豊かに生きていけるような「スマートウエルネス設計®」の価値を創造する、“明日の可能性を広げる。®”会社です。モノやコトがあふれる今だからこそ、「最大よりも最適®」志向で、規模の追求よりも一人ひとりの“マッチング”を重視。ゆえに、**お客さまと直接つながる通販(D2C)**という形で、その価値を提供しています。この本業を通じて、私たち・社会・地球にとっても意味のある、より良い循環(サイクル)を共創し、工夫し続けます。

→「スマートウエルネス設計®」を中核に、“心の豊かさ”を積み上げるD2Cプロデュースカンパニーです。



Vision

“最大よりも、最適®”を
多く生み出している企業に。

多様な個性がある中で、私たちは市場の最大よりも、誰かにとっての最適価値を多く生み出せる企業でありたいというビジョンを持っています。100人中100人がなんとなく買う商品よりは、100人中20人しか買わなくても「私にとっては**ビタブリッドジャパンのこの商品が一番合っている!**」という、規模よりも『**最適マッチング**』の考え方を大切にしています。自分自身もそう選択して、人生を豊かにしてもらっている実感があるからです。そうした製品・サービスの価値提供は、**お客さまと直接繋がりを築いていける通販形態、D2C (Direct to Consumer) だからこそ、より実現できると**考えています。ゆえに、D2C事業であることは私たちのぶれない大事な軸となっています。



Value

— 人の想い基点×独自ライフテクノロジーで創造する。

人の想いを基点に独自技術・先端研究陣との連携を行ない、ストーリーのある価値を創造できるのが私たちの強みです。

— 人を想う品質™を優先する。

自分の家族に自信をもって届けられるかを肝に、高品質管理体制と国際基準に準拠した製造体制により、高い品質保証を徹底しています。

— 人と自然を想う気持ちと行動を共創する。

作れば作るほど、売れば売れるほど自然の源にも恩返しができる形を目指しています。(『サステナブル サイクル サプリメント®』構想)

2

Uniqueness
Competitive Advantage

独自性 / 競争優位性

- ①: 独自企画力・独自技術に基づいた製品を提供
(特許テクノロジー・独占契約・メディカル領域)
- ②: 独自D2C事業体系
(独自マーケティングテクノロジー・独自システム・人材)
- ③: 著名人関係値・愛用歴ストーリーファクト資産



2-①

独自企画力・独自技術に基づいた製品を提供

プレミアム定番化
優良顧客蓄積型

○ ビタブリッド薬物伝達システム等の「特許テクノロジー」

○ 自社独自ノウハウと人財による「独自企画力」

○ 独自臨床・独自技術・研究開発による「独占製造」

○ パートナーとの強固な関係構築により、独占設計を実現

○ 市場売上No.1商品 / 受賞歴 / データ証明 / 品質認証

○ ヘルスケア / ダイエット / スキンケア / ヘアケア他

○ 医療・メディカル領域拡大(オンライン診療プラットフォーム)



Product: Vitabrid C Hair Tonic Set Professional / Quality Award: Grand Gold / 2017

※健康食品・化粧品で解決しえない領域は補完的に**医師処方提供可**

- 処方実績・メディア実績多数の**表参道スキンクリニック**と戦略提携
- オンライン診療プラットフォームのメディカルサービス提供 (+サステナ貢献)
- 価値提供領域補完の医薬品等の**医師処方サービスがオンラインで可能**に
- 脱毛治療をはじめ、今後も市場ニーズに応じた**治療・処方**へ対応予定
- 育毛剤市場における補完的な取組みとして2024年11月事業開始、現状業績への寄与は軽微
- 収益モデルは当社既存D2C事業と同様の定期購入型のリピート通販モデルの手数料



表参道スキンクリニック
Omotesando Skin Clinic



Vitabrid
Vitabrid Japan



松本貴裕院長



福島侑子医師



河村拓海医師



自宅で問診、診察が完結。
時間とコストを節約できます。

自宅にいなから医師にアクセスできるので、
わざわざ医療機関に足を運ばなくても大丈夫。
プライバシーが守られ、忙しい方でも安心して継続できます。



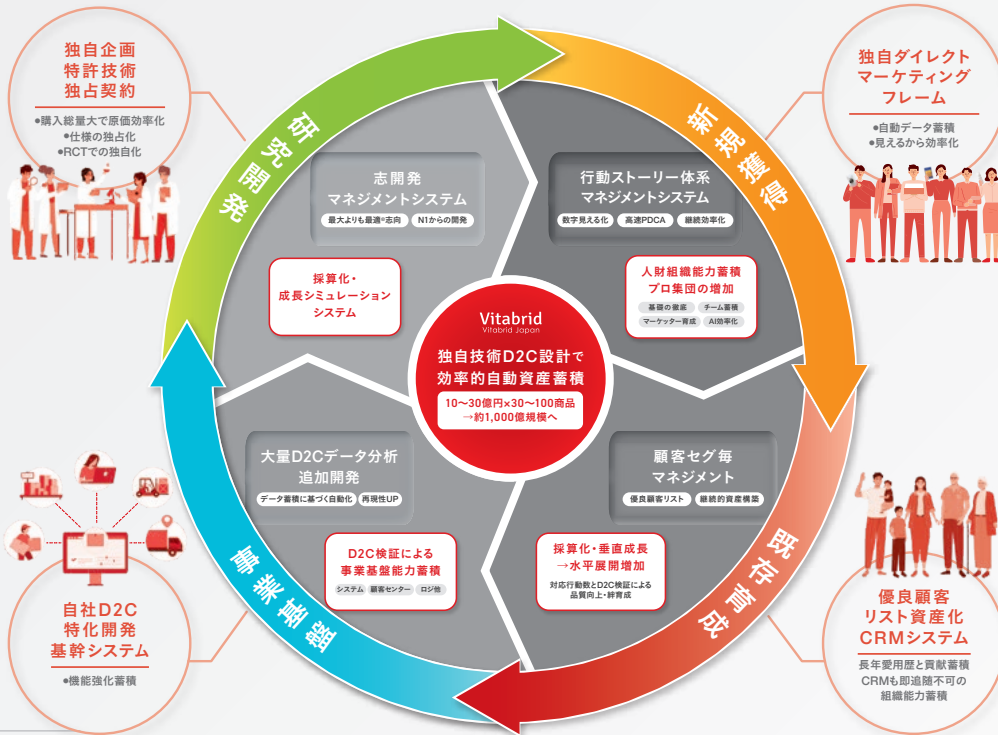
2-② 「スマート蓄積型D2Cエンジン™」実装(独自D2C事業体系)

独自ノウハウとPDCAデータに基づき、
全方位に繋がりが合ってシステム構造化された
D2C事業体系(エンジン)を持ち、
**持続的成長へのサイクルを
強化し続けている。**

一細部まで見える化する、だから効率化できる、資産化できる、
それをシステムで自動化できるから、
効率的自動資産蓄積がサイクルで出来る仕組み

人の想いと独自技術で
顧客創造・蓄積する
D2C企業

- D2Cなら24時間自動化
- 24時間最適再現・同費用
- 各種機能URL/QR呼出機能
- アップセル機能
- CC専用受注LP機能
- 倉庫・明細フルカスタム
- ポイントCRM
- 周期・同梱自由度
- 不正対策 / 決済失敗SMS
- etc.



※「スマート蓄積型D2Cエンジン™」を構成する主要なシステム等

「志」開発 マネジメントシステム™

研究開発

社員全員がいつでも製品開発者となる組織構造の中で「志・ストーリー」があることを基軸に、商品開発構成要素と手順を独自ノウハウでフレームワーク体系化。
年間企画数30商品以上 / 開発パートナー130社超 / 毎年3~5商品を開発・上市



収益KGI / 成長KGI Vita-SIMシステム™

研究開発

独自のD2Cデータ資産とAI等分析を用いて、ブランドに2つのKGI「収益KGI:採算化期間」「成長KGI:売上」を設定、事業全体の費用構造を各ブランドマネージャーが把握し収益化と成長を設計できるマネジメントシステム（「全員経営」、採算化への各KPIを日々管理可）



行動ストーリー体系 マネジメントシステム™

新規獲得

顧客コミュニケーションは「物語・ストーリーである」ことを基軸に、行動経済学と独自のダイレクトマーケティングによる検証データ資産によって構築された独自コミュニケーションフレームがあり、主に新規顧客マッチングにおけるストーリー開発の再現性と採算性の打率UPを高めている



AIは自社に拘らず 常に最新・複数活用で自動化

事業基盤

AIは自社では作らない、消費者ビッグデータと自社D2Cデータ資産を活かす形で最新AIを複数種活用している（セキュリティ確保前提）。今は自社独自よりもどれだけ最新の強力なAIをすぐ学びすぐ活用できるかが重要で、社員メンバーは案件に合わせ各種AI活用効率化は「当たり前」に行なっている



自社D2C特化の 独自開発基幹システム

事業基盤

「独自カスタマイズの自由度の高さ」をもって自社の事業の効率化のための定期通販カードを独自開発・実現。自社D2Cデータ資産が積みあがるほど機能が向上、既にフルスクラッチレベルで他の通販カードを凌駕する機能を有している



顧客セグメント毎 CRM構造

既存育成

伝え方で行動は大きく変わることを認識したうえで、独自のダイレクトマーケティングCRMノウハウと実績ビッグデータ・テスト設計検証に基づいた独自コミュニケーションフレーム。主に顧客リスト資産のマネジメント、お客さまとの絆構築でLTV向上



※独自ノウハウによる改善サイクル、生成AI等を活用した自動効率化運用

生成AI等を活用し自動で多数の広告クリエイティブを生成・検証し効果の高いものを選んで運用することで、マーケティングの継続的な効率化と成果向上を実現しています。



- AI活用による自動バナー生成
- 継続的な効果検証
- 最適化した広告配信



2-③

著名人関係値・愛用歴ストーリーファクト資産

長年の著名人契約・リレーション実績を持ち、**イメージでは無いストーリー重視の実名実愛用ファクト**の積上げによるブランド資産蓄積を実現。

*記載は当社製品の愛用歴(2026年2月時点) *愛用歴ストーリーファクト資産とは、著名人ご本人の考え方や生き方といったストーリーと商品約束が同期することと長年の商品継続とご活躍が重なることによる当社商品ブランドへの信頼・信用



※著名人ご愛用者ご本人によるメディアPRとD2Cコミュニケーション連動

当社製品の実愛用者である著名人が、自らのストーリー・実体験をもとに発信することで、ブランドへの信頼と共感を高めるストーリー型コミュニケーションを展開しています。



3

Financial Results and Forecasts

業績ハイライト・次期見通し

- ①: 2026年2月期業績ハイライト
- ②: 主要KPIの推移
- ③: 2027年2月期業績見通し



① 2026年2月期 業績ハイライト(対業績予想比)

- 業績予想に対し、全項目で上振れて着地
- 概ね計画通りの推移のなか、期末における販管費の適正化等が寄与し、業績予想に対し、営業利益は+7.5%、当期純利益は+14.5%となり、業績予想を上回って着地

(百万円)	2026/2 業績予想	2026/2 実績	増減額	増減率
売上高	15,100	15,296	+195	+1.3%
営業利益	950	1,022	+71	+7.5%
(営業利益率)	(6.3%)	(6.7%)	(+0.4pt)	
経常利益	911	991	+79	+8.7%
当期純利益	602	689	+87	+14.5%

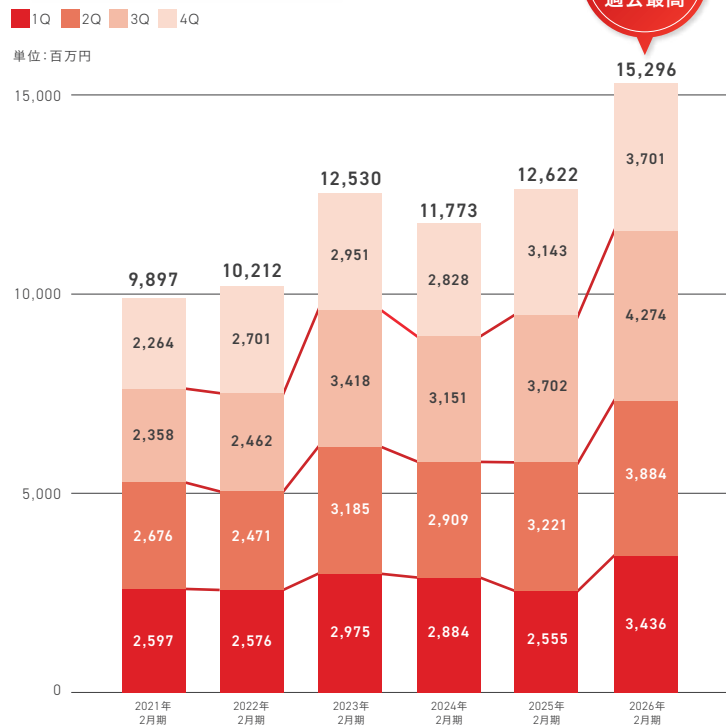
① 2026年2月期 業績ハイライト(対前期比)

- ・売上高および各段階利益において、過去最高業績を達成
- ・前期比において売上高+21.2%、売上総利益+19.2%、営業利益+45.8%の大幅な増収増益
- ・オンライン診療プラットフォーム事業のソフトウェア資産22百万円を減損計上
当該事業は次期も先行投資を継続し、中長期での収益化を目指す「育成枠」として順調に拡大中

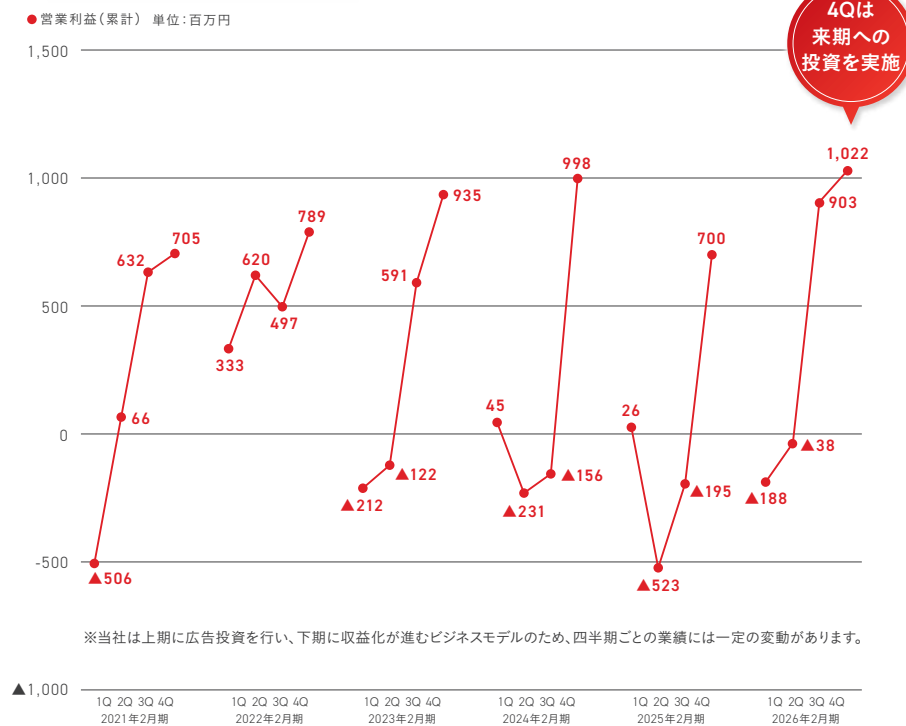
(百万円)	2025/2 実績	2026/2 実績	増減額	増減率
売上高	12,622	15,296	+2,674	+21.2%
売上総利益	10,158	12,105	+1,946	+19.2%
営業利益	700	1,022	+321	+45.8%
(営業利益率)	(5.6%)	(6.7%)	(+1.1pt)	
経常利益	675	991	+315	+46.7%
当期純利益	459	689	+229	+50.0%

① 2026年2月期 業績ハイライト:売上高・営業利益 四半期推移

売上高



営業利益



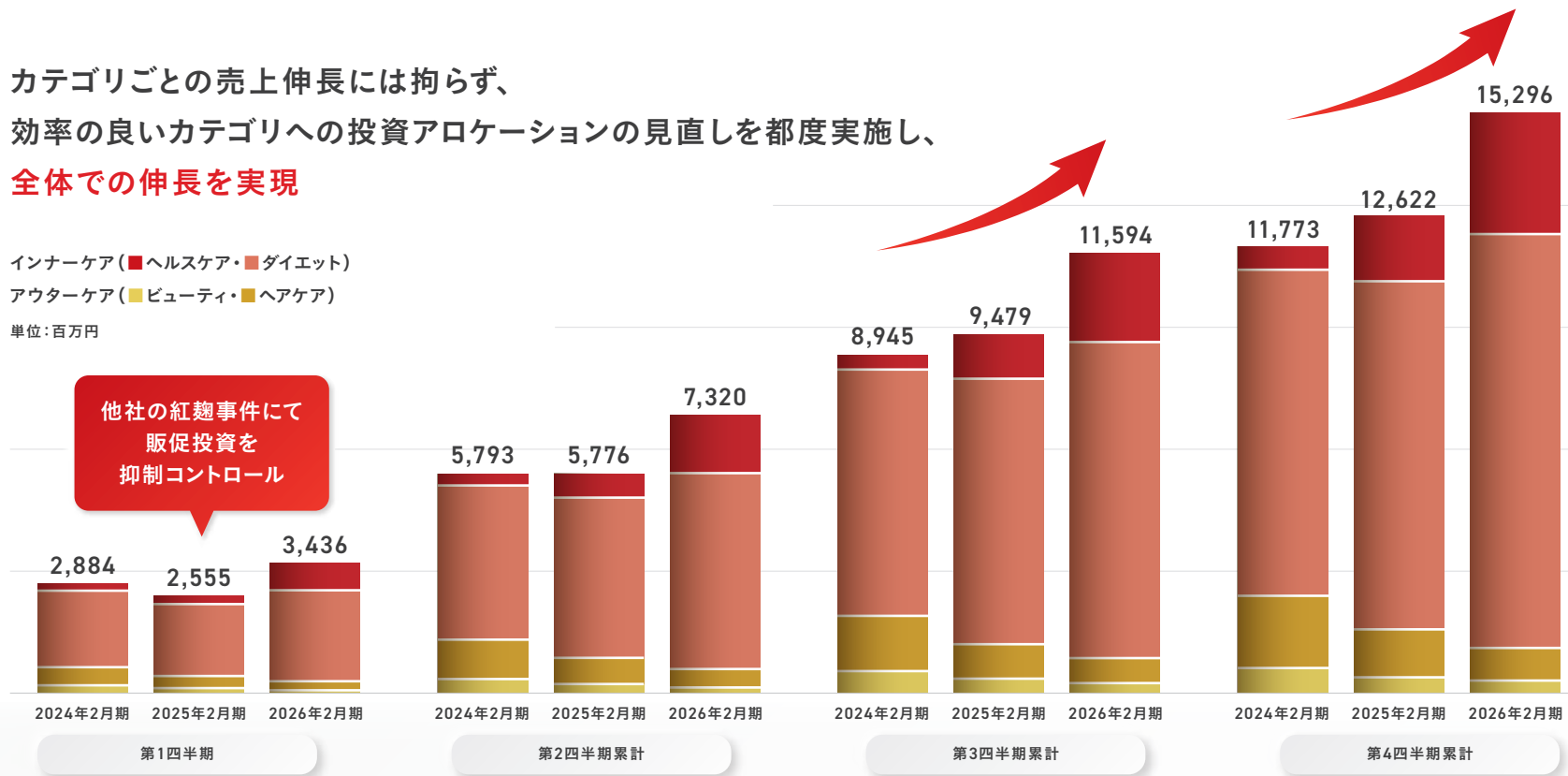
① 2026年2月期 業績ハイライト:カテゴリ別 売上高構成

カテゴリごとの売上伸長には拘らず、
効率の良いカテゴリへの投資アロケーションの見直しを都度実施し、
全体での伸長を実現

インナーケア (■ヘルスケア・■ダイエット)

アウターケア (■ビューティ・■ヘアケア)

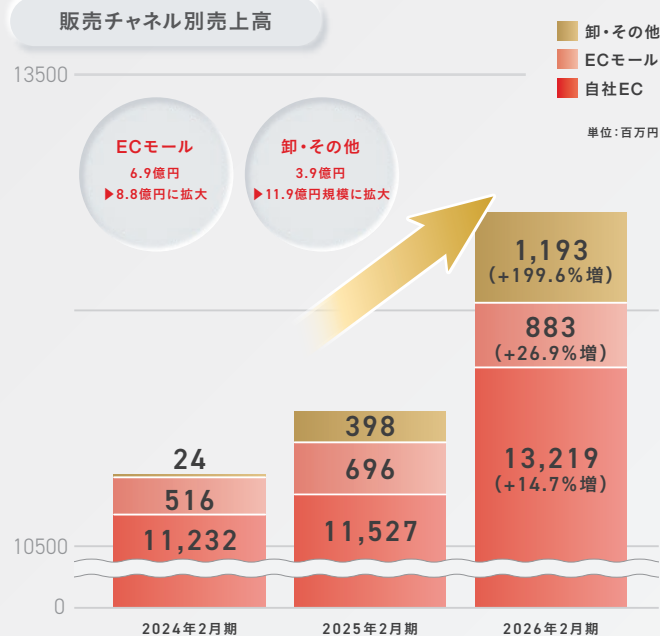
単位:百万円



他社の紅麹事件にて
販促投資を
抑制コントロール

① 2026年2月期 業績ハイライト:販売チャネル別 売上高構成

基幹は自社D2C。入口の拡大・補完として販売チャネルの多軸展開と連動強化



自社ECサイト

- ・資産構築のコアを担う基幹チャネル(構成比率80%超)
- ・独自技術D2C設計×効率的自動資産蓄積により継続成長
- ・継続顧客比率が高く採算性も優位

ECモール

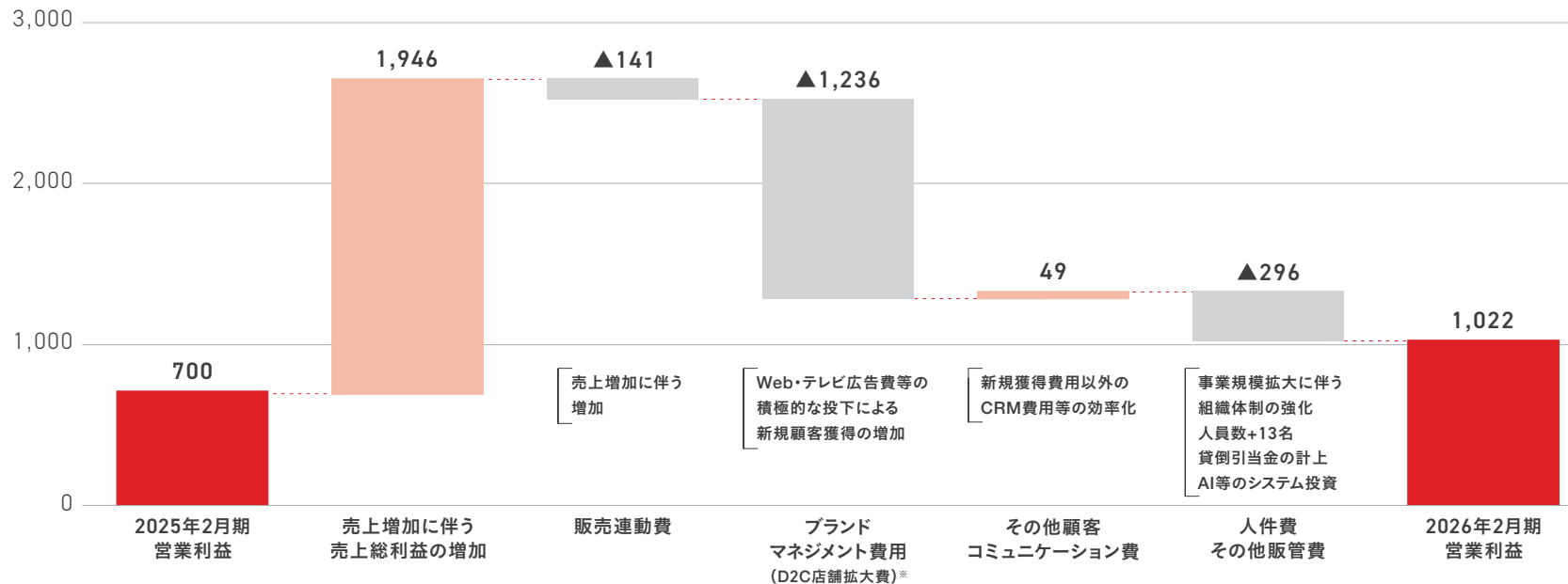
- ・楽天、Amazon、Yahoo!等で着実に売上拡大(tiktokECも追加)
- ・モールでこそ買う顧客層、顕在ニーズ層へのリーチが可能に

卸・その他

- ・リアル店舗でこそ出会える顧客層へリーチが可能に(入口・信頼)
- ・全国のドラッグストア約16,000店舗で配備、コンビニ展開も進行

① 2026年2月期 業績ハイライト:営業利益増減分析

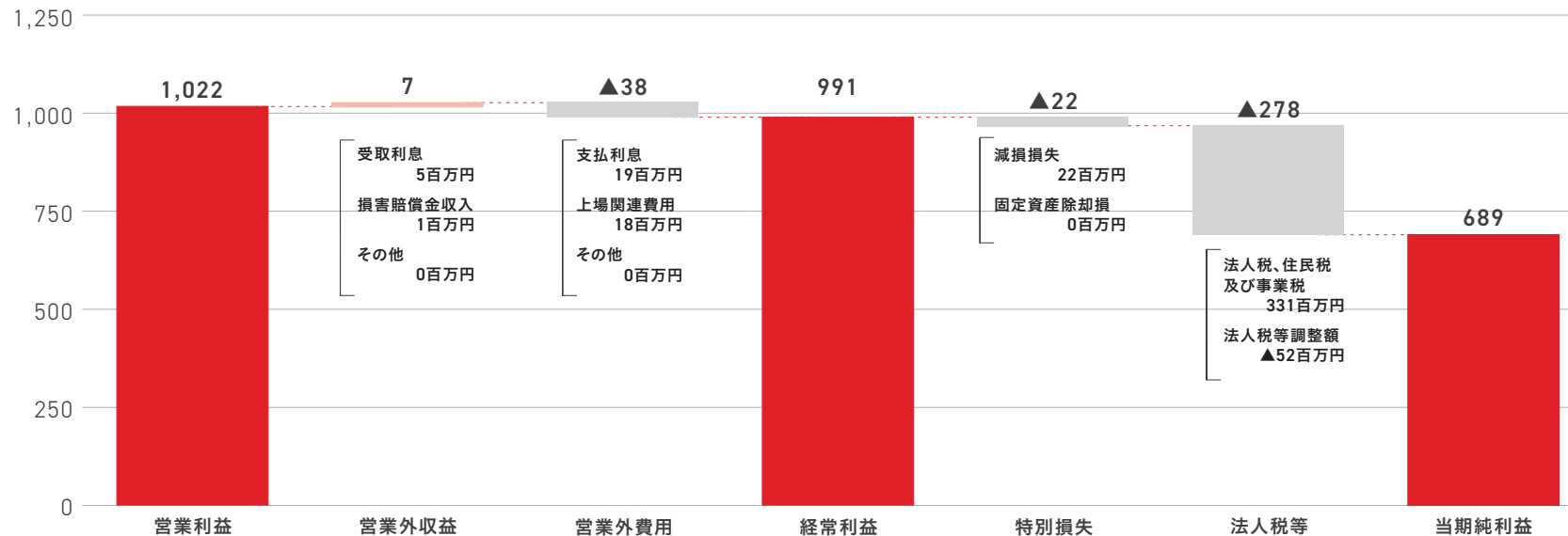
単位:百万円



- ・25/2期の外部環境要因による影響が落ち着き、当期は顧客獲得の投資効率が改善。売上総利益の順調な拡大
- ・事業規模の拡大に伴う費用増を適正水準にコントロールし、**営業利益率は25/2期5.6%から26/2期6.7%に向上**

① 2026年2月期 業績ハイライト:当期純利益

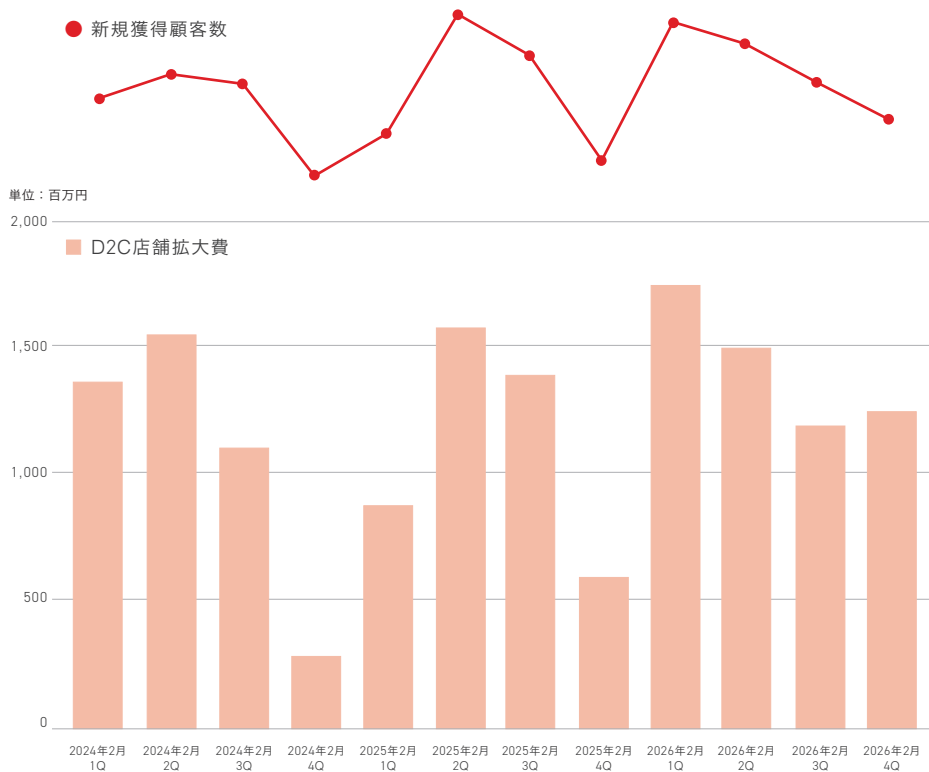
単位:百万円



- ・営業外費用: 上場関連費用18百万円、その他支払利息等20百万円(計38百万円)を計上
- ・特別損失: オンライン診療プラットフォーム事業のさらなる成長加速に向け先行投資の拡大、収益化の後ろ倒しによりソフトウェア資産22百万円の減損損失を計上

➔ 当期純利益は前期比+50.0%の6.8億円と過去最高を更新

② 主要KPIの推移：D2C店舗拡大費※・新規獲得顧客数（投資との連動性）



新規顧客の獲得から継続化までのサイクルが、
当期業績の拡大を牽引

■ 上期：戦略的な先行投資による新規獲得の最大化 (利益は一時的に圧迫)

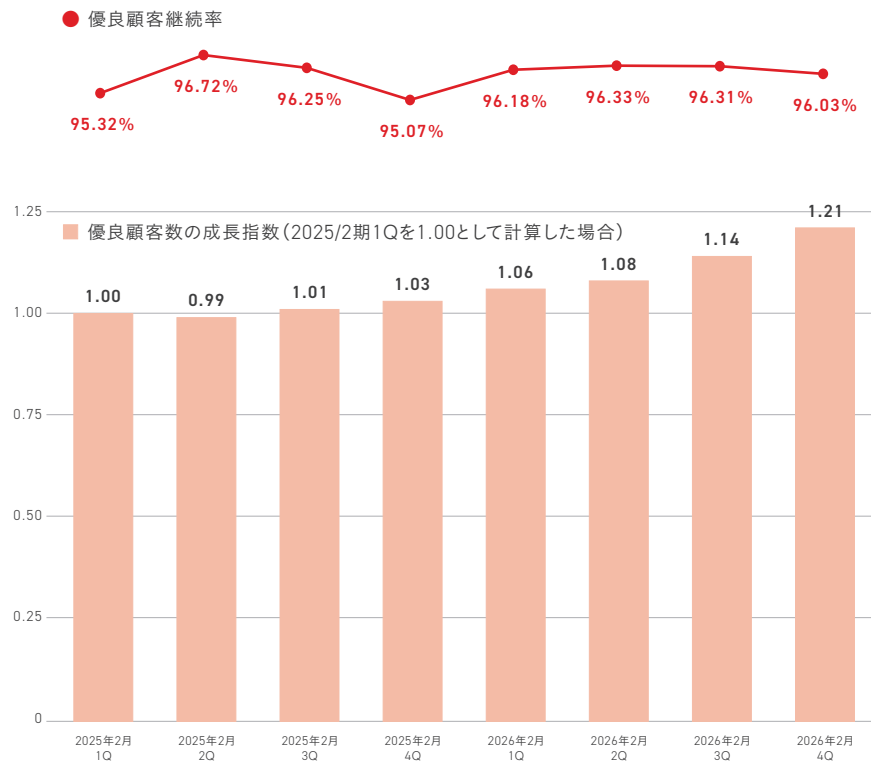
- ・D2C店舗拡大に向けた投資は、主に上半期(1Q・2Q)に集中
- ・投資拡大により新規顧客の獲得が着実に増加

■ 下期：獲得顧客の定着による当期売上の最大化と基盤の形成

- ・上期の積極投資で獲得した顧客の継続利用により売上が拡大
- ・定着した顧客基盤が次期以降の確実な利益貢献へと繋がるため、
当期の売上成長と将来の強固な利益確保を両立するサイクルを確立

※D2C店舗拡大費：
自社通販(自社サイト等)への集客・接客による新規顧客獲得を目的とした費用(Web広告・テレビ媒体費等)

② 主要KPIの推移：優良顧客数・継続率



高い継続率により優良顧客がストック化し、
安定的な収益基盤を形成

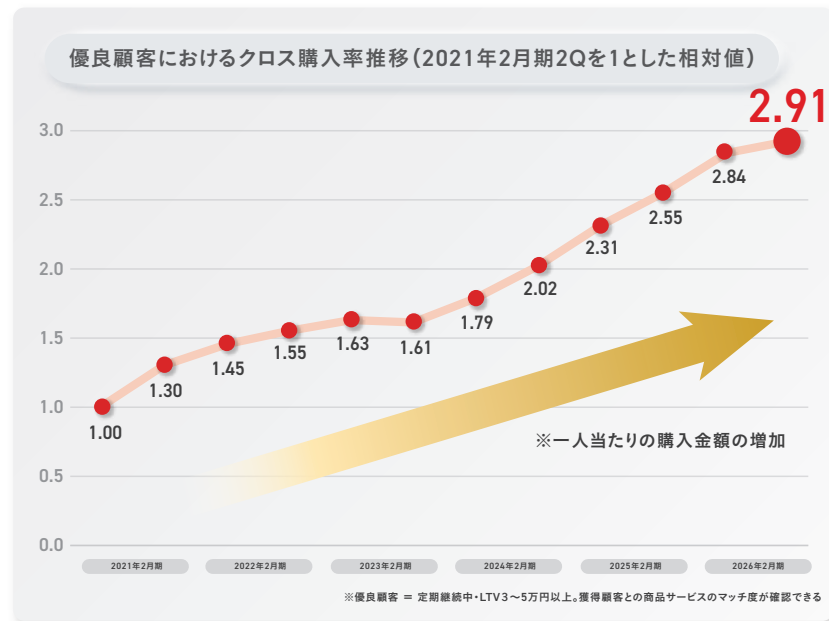
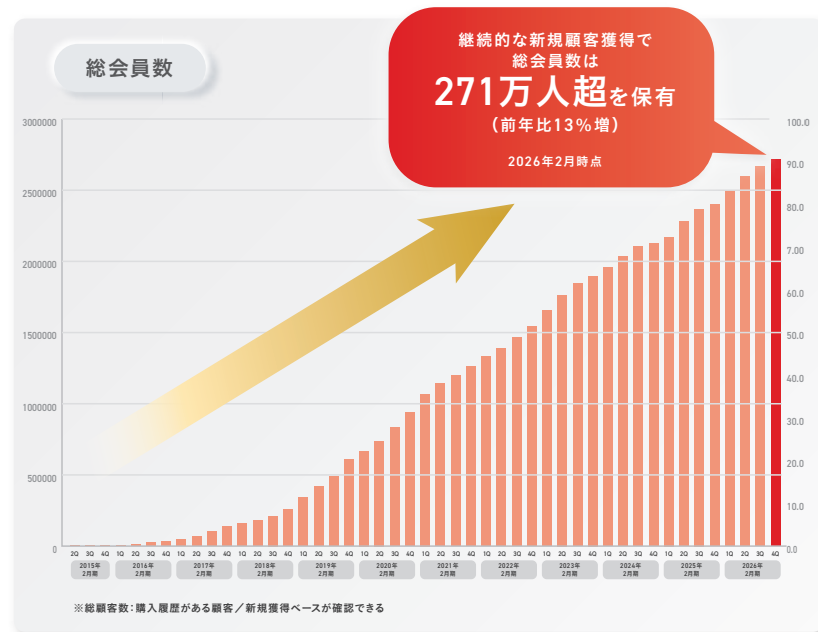
■ 優良顧客数の順調な拡大と直近の成長加速

- ・2025年2月期2Qに外部環境（紅麹関連）の影響で一時的な減少が見られたものの、その後は力強く回復
- ・2026年2月期に入り、優良顧客の獲得・積み上がりがさらに加速（2025年2月期1Q比で21%増）

■ 高水準の継続率を背景とした強固な収益基盤

- ・優良顧客の継続率は、継続して90%台中盤という高水準で安定推移
- ・上期等の先行投資で獲得した新規顧客が「優良顧客」へと順調に定着することで、下期以降の安定的な利益貢献に繋がる構造

② 主要KPIの推移：総会員数・クロス購入率



- **毎日顧客資産が蓄積。**顧客基盤の拡大とクロスセルによりLTVが向上し、売上成長を加速
- 優良顧客における2021年2月期2Q比でクロス購入率が**2.91倍**まで上昇
- クロス購入率の向上により一人当たりの購入金額が増加、今後商品数拡大で顧客数増加に応じて**複利的に売上成長**

③ 2027年2月期 業績見通し

- ・売上成長を優先し、広告投資・商品開発投資(新商品の上市数増加)を強化
- ・将来の利益成長に向けた先行投資フェーズと位置付け

(百万円)	2025/2 実績	2026/2 実績	2027/2 計画	前期比
売上高	12,622	15,296	17,600	+15.1%
営業利益	700	1,022	1,100	+7.6%
(営業利益率)	(5.6%)	(6.7%)	(6.3%)	(▲0.4pt)
経常利益	675	991	1,082	+9.2%
当期純利益	459	689	717	+4.1%

③ 2027年2月期 業績見通し(27/2期以降の成長ドライバー)

商品ポートフォリオの継続的な拡充と事業基盤の効率化・高度化により、持続的な事業成長を実現へ

成長商品	<ul style="list-style-type: none">・売上100億円を突破した「ターミナリアファースト」をはじめ「GABAシリーズ」の主力商品が継続拡大・25年7月投入の「アクティブリッチ5」が本格的な成長フェーズに入り、27/2期以降の売上拡大を押し上げ
新商品投入	<ul style="list-style-type: none">・蓄積されたD2Cノウハウ(顧客データ・マーケティング力)を活用し、新商品の開発を推進・27/2期においても複数商品の新規リリースを予定しており、次なる収益の柱として育成・拡大を図る
事業基盤 効率化・高度化	<ul style="list-style-type: none">・独自の「D2Cエンジン」のさらなる高度化により、データドリブンな事業運営を推進し、全社的な競争優位性を強化・AI活用やシステム増強を通じ、お客さまセンターや通販オペレーションを徹底的に効率化し、今後の事業拡大を支える体制構築

4

Medium-to-Long-Term Growth Strategy

中長期成長戦略



中長期成長戦略

100億円超規模からCAGR(年平均成長率)+15%超え

資金調達により、成長投資を拡大(成長投資期)

利益を出し続けながらトップラインを伸ばす

- ① 拡張性の高い市場
- ② 商品開発
- ③ スマート蓄積型D2Cエンジン™で
1製品グロース×再現性をもった水平展開複数



成長投資期

資金調達・研究開発・領域拡大～

第一次領域拡張期
ヘルスケア進出

3年目単年
黒字達成

創業期
D2C基盤設計

売上
100億円
規模

得意でターゲットとする市場規模(TAM)は大きく、安定成長

大きい市場や成長中市場の中で独自ポジションを継続的に構築拡大中

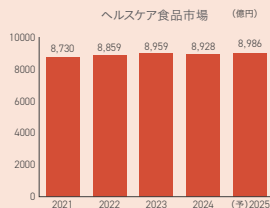
インナーケア

ヘルスケア領域

8,986億円

CAGR 0.6%*で安定成長 ※直近5ヵ年

機能性表示食品を中心とするヘルスケア関連市場は、健康意識の高まりと継続摂取層の定着を背景に安定した推移。血圧改善、腸内環境改善、免疫・疲労対策、睡眠・ストレス緩和などのカテゴリーでは、いずれも需要が底堅く、予防やコンディショニングを目的とした消費行動が定着している。



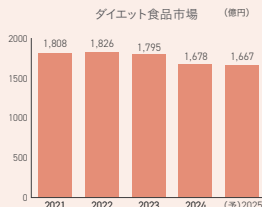
出典：H・Bフーズマーケティング概観 2025 (富士経済) (機能性表示食品の合計から下記のダイエット領域を除いた額)

ダイエット領域

1,667億円

2024年紅麹影響はイレギュラー。安定規模

生活習慣の改善や健康意識の高まりを背景に全体として堅調に推移。脂肪・コレステロール値改善や血糖値改善といった予防型ニーズが定着する一方、抑制系・燃焼系ダイエット分野ではコロナ禍後の需要調整を経て安定化が進み、今後も一定の市場規模の維持が見込まれる。



出典：H・Bフーズマーケティング概観 2025 (富士経済) (機能性表示食品の食事代替ダイエット/抑制系・燃焼系ダイエット/その他ダイエット/脂肪・コレステロール値改善/血糖値改善の合計)

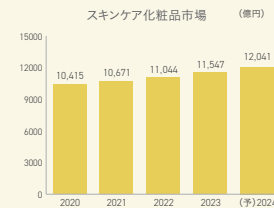
アウターケア

ビューティー領域

1兆2,041億円

CAGR 2.9%*で成長 ※直近5ヵ年

スキンケア市場は、コロナ禍後の外出増加やインバウンド需要の再拡大を背景に堅調に成長。高機能化・高付加価値化の流れが進み、市場全体が2023年度の1兆1,547億円から2024年度は1兆2,041億円に拡大が見込まれる。



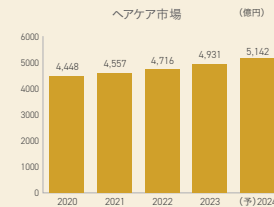
出典：2024年版 化粧品マーケティング概観 (矢野経済) (化粧品の製品カテゴリー-スキンケア市場)

ヘアケア領域

5,142億円

CAGR 2.9%*で成長 ※直近5ヵ年

ヘアケア市場は、高付加価値・高価格帯商品や医薬部外品の需要拡大が成長をけん引し、今後も堅調な推移が予測され、2023年度の4,931億円から2024年度は5,142億円に拡大が見込まれる



出典：2024年版 化粧品マーケティング概観 (矢野経済) (化粧品の製品カテゴリー-ヘアケア市場)

新たなターゲットである市場規模(TAM)も「拡大中」

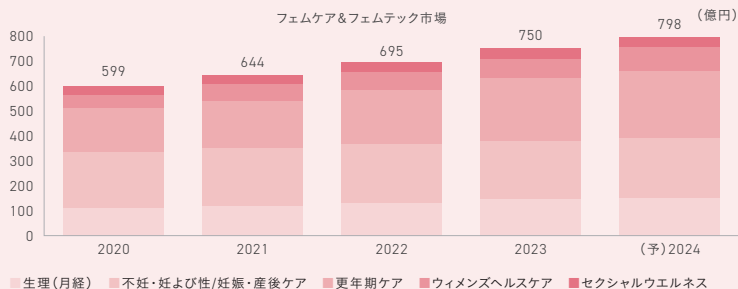
インナーケア・アウターケア

フェムケア領域

798億円

CAGR 5.9%で市場拡大

- ・更年期ケアの需要拡大
- ・フェムケア市場のオープン化
- ・政府によるフェムケア&サポートの推進
- ➔ 活躍する女性社員が多い職場で意向が高い



出典: フェムケア&フェムテック(消費財・サービス)市場に関する調査を実施(2024年)(矢野経済)

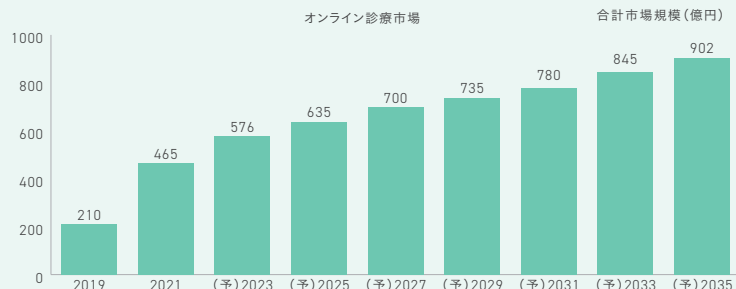
オンライン診療領域

635億円 ➔ 902億円

2025年

2035年

- ・コロナ後の定着、自由診療の拡大、解決策の質向上
- ・政府による医療DXの実現に向けての緩和
- ➔ 「明日の可能性を広げる。®」ためにより高い効果を追求し参入
- ➔ 「最大よりも最適®」を目指す中でパーソナライズサービスとしても機能



出典: 2022年版オンライン診療サービスの現状と将来展望(矢野経済シード・プランニング)

社会課題 × 提供価値のポートフォリオ (中長期)

ビタブリッドジャパンの「ケイパビリティ」と「私たち社員の志」から、まずは日本のヘルスケア・QOL向上、メンタルヘルス、子ども支援に力を注ぎ、社会課題の解決のための価値を揃えていきます。さらに、私たち社員の多様な人生の中で発見される解決したいペインと強い志を源に、より心豊かに生きる、スマートウェルネスのための“明日の可能性を広げる。”価値を、最大よりも最適®志向で連鎖的に創造して行きます。

 <h3>健康寿命の延伸</h3> <p>機能性食品・サプリメント・オンライン診療連携 予防医療支援を通じた健康寿命延伸への取り組み</p> <p>  ターミナリアファースト  DHA&EPA-GABA  SUSTAINA ONLINE CLINIC <small>WITH INTEGRATED HEALTH CARE PROVIDED BY VITABRID JAPAN</small> </p> <p>複数商品 上市予定</p>	 <h3>メンタルヘルス</h3> <p>GABA・睡眠・癒し系プロダクト+サブスク型 「寄り添いUX」による心のケアサポート</p> <p>   Daily GABA </p> <p>複数商品 上市予定</p>	 <h3>子ども支援・教育格差</h3> <p>成長サポート商品+売上運動型支援 成長期栄養支援・子ども食堂支援・学び場の提供</p> <p>  Level Up!  DHA 300+  Level Up! <small>Professional</small> </p> <p>複数商品 上市予定</p>
 <h3>QOL・高齢者社会接点</h3> <p>スキンケア・ヘアケア×CRM 自己肯定感、継続接点増による社会活動サポート</p> <p>  Vitabrid C¹² FACE  Dual Mask <small>FRUITS&MOISTURIZING</small>  NAIL SHIELD <small>PREMIUM</small> </p> <p>複数商品 上市予定</p>	 <h3>環境・循環経済</h3> <p>サステナブルサイクルサプリメント®構想 アップサイクルで価値向上、自然の恵みへの還元</p> <p>  SUSTAINA ONLINE CLINIC <small>WITH INTEGRATED HEALTH CARE PROVIDED BY VITABRID JAPAN</small>  日本緑化 <small>リサイクル協会</small> </p> <p>参加型 実績積上</p>	 <h3>多様性・ジェンダー・女性活躍</h3> <p>多様な価値観に応えられる製品設計 男性美容、個性ある家電製品(場所のハック)など</p> <p>  Equola Beauty  </p> <p>複数商品 上市予定</p>
 <h3>地方創生・経済安全保障</h3> <p>地域素材×D2Cプロダクト OEM・地域ブランド共創での経済循環促進</p> <p>MA含め 構想中</p>	 <h3>デジタル効率化・格差対策</h3> <p>シンプルUI設計 非デジタル世代にも配慮したLINE・TEL対応体制</p> <p>  SUSTAINA ONLINE CLINIC <small>WITH INTEGRATED HEALTH CARE PROVIDED BY VITABRID JAPAN</small> </p> <p>利便性 常時開発</p>	 <h3>公衆衛生・感染症・災害対策</h3> <p>衛生製品(サプリ・雑貨) 日本赤十字社支援や啓発活動との連携</p> <p>  日本赤十字社 </p> <p>企画商品 開発中</p>

新商品を継続開発、每期3～5商品の上市計画



30～

開発中商品数

- 資金調達でさらなる独自価値増産
- 流行は追わない、未来の定番となり得るものを
- 每期3～5商品を新規開発・市場投入
- 医療・メディカル分野の展開も発展中、ゲームチェンジャーに



130～

開発・製造パートナー社数

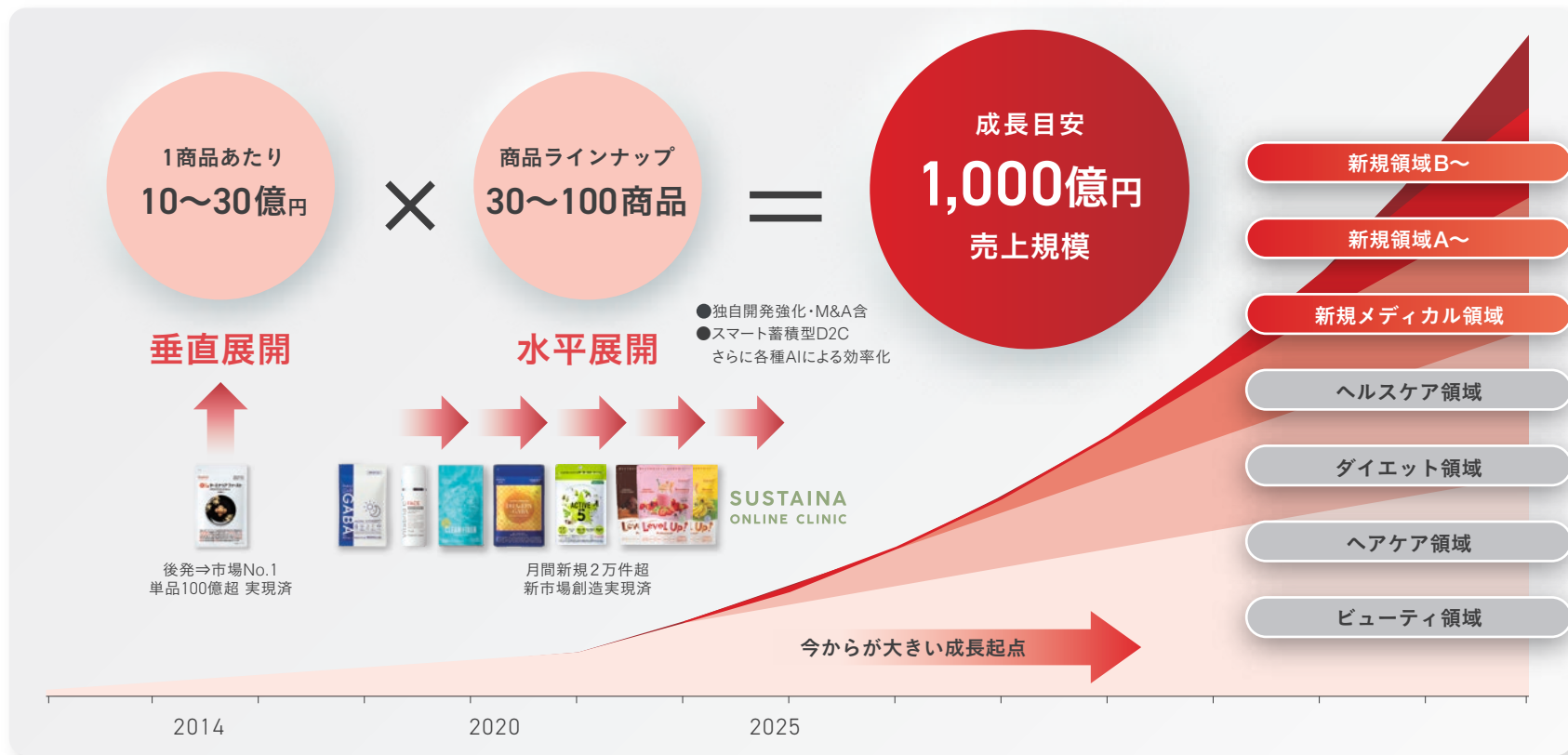
- 世界特許技術を持つ創薬会社HYUNDAIBIO※との独占契約
- 高品質な製品を実現する パートナーシップネットワーク
- 国内屈指の研究力と知見を持つ大学やODM企業と連携
- 海外承認医薬品工場／海外著名美容雑貨工場

※HYUNDAI BIOSCIENCE CO.,LTD.

海外マーケットでは「日本価値」を越境や卸を中心に



「スマート蓄積型D2Cエンジン™」に基づいた商品毎のグロースと再現性を持った水平展開で『1,000億円規模の積上』へ



5

Financial Highlights

財務ハイライト



経営指標

	2022/2 実績	2023/2 実績	2024/2 実績	2025/2 実績	2026/2 実績
ROE	30.2%	47.1%	62.5%	26.4%	29.8%
ROA	18.0%	18.1%	17.2%	9.1%	11.0%
営業利益率	7.7%	7.5%	8.5%	5.6%	6.7%
自己資本比率	68.8%	22.1%	36.2%	38.8%	42.4%
EPS※(円)	91.80	138.34	190.53	121.88	182.78
BPS※(円)	350.12	209.55	400.09	521.96	704.75
期末従業員数(名)	42	56	73	82	95

※2024年6月1日付で普通株式1株につき10株の分割、2025年11月1日付で普通株式1株につき200株の分割を行っております。2022/2の期首に当該分割が行われたと仮定し算出しています。

※2026年4月2日 公募株式数(1,640,000株)及びオーバーアロットメントによる売出(246,000株)を含めていません。

より心豊かに生きるための、スマートウェルネス設計®による
“明日の可能性を広げる。®” 価値を、
“最大よりも最適®” 志向で、連鎖的に創造してまいります。



人の想いと独自技術で顧客創造・蓄積するD2C企業。

『スマート蓄積型D2Cエンジン™』で実現。10億×100商品～30億×30数商品構想で、

1,000億円規模の独自D2C企業へ。



明日の可能性を広げる。®

Vitabrid
Vitabrid Japan

[免責事項及び本資料の取り扱いについて]

- 本資料は、情報提供を目的としたものであり、いかなる有価証券の取得の申込みの勧誘、売付けの申込み又は買付けの申込みの勧誘（以下「勧誘行為」という。）を構成するものでも、勧誘行為を行うためのものでもなく、いかなる契約又は義務の根拠となり得るものでもありません。
- 本資料の内容及び資料に記載された意見や予測等は、本資料作成時点での当社の判断であり、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、本資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社の経営者が判断した、将来の業績に関する見通しであり、リスクや不確実性を含んでいます。また、当社の事業を取り巻く経済情勢や市場の動向等の様々な重要な要素により、実際の業績は業績予想とは異なり得ることをあらかじめご承知おください。
- 本資料で提供している情報は万全を期していますが、その真実性、正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。
- 本資料に記載された情報は、事前に通知することなく変更されることがあります。
- 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であっても、ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご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。
- 本資料は、当社の書面による事前の同意なしに、第三者がその他の目的で公開又は利用することはできません。本資料及びデータの無断転用はご遠慮ください。

Appendix

数百億円規模D2C事業成長の初期からの経験者。



大塚 博史 代表取締役社長CEO

Hiroshi Otsuka

2002年の当時には珍しいダイレクトマーケティングを主軸としたアカウント(株大広)にてサントリー健康食品事業部(現サントリーウエルネス株)に半常駐しながら初期から携わり、数百億円規模になるまでプロデューサーとしてブランド全般を担当し事業成長に貢献。

中国市場での通販事業経験も有し、グローバル視点を持つマーケターでもある。初期成長から大規模成熟への業界20年以上の通販事業経験を活かし、当社創業から3年目で累積黒字化、設立8年目(2022年2月期)に売上高100億円を達成など、再現性をもって当社D2C事業のグロースを牽引する。早稲田大学法学部卒、個人でのSDGs支援も意欲的に行動、2020年 紺綬褒章受章。

Board member

- 東証プライム上場企業管理責任経験者
- ヘルスケア・ビューティ市場熟知
- 製造技術業界知見
- ダイレクトマーケティング熟知
- デジタル・コンテンツマーケティング熟知
- グローバル通販事業開発経験者
- 財務・人事・法務・リスクマネジメント熟知
- 会計士監査視点・弁護士法的視点



取締役CFO

関 智洋

Tomohiro Seki

2023年に取締役就任。
上場企業にて管理を歴任し一部
広告代理店出身。当社へ入社後
経営者2社・IPO準備を経て2022
年に当社へ入社し、資本政策・資金
調達・管理統括。



取締役

新馬場 隼

Shun Shinbaba

2024年に取締役就任。
広告代理店出身。当社へ入社後
「ターミナリアファースト」を日本タイ
エント商品市場売上No.1のブラン
ドへ成長させる。当社のダイレクト
マーケティング統括。



社外取締役

宮本 雅恵

Masae Miyamoto

2023年に社外取締役に就任。
大手化粧品会社にて商品企画・
開発及び新規事業等を経て、
2006年に独立し、ブランディング
を主軸とした商品開発・研修等の
コンサル事業を展開。



社外取締役

青木 康時

Koji Aoki

2023年に社外取締役に就任。
天然水事業「Fricious」やハイ
ブランドリセラー「RECLO」創業
の連続起業家。SNS及び
Youtube等のソーシャルパスを
強みとする。



社外監査役

荒井 久美子

Kumi Arai

2023年に常勤監査役に就任。
外資証券・監査法人・財務部門責
任者を経て財務会計のほか、
SOX・内部統制に精通。IPO準備
会社の監査役、東証プライム社外
取締役を歴任。



社外監査役

遠藤 優太

Yuta Endo

2023年に社外監査役に就任。
公認会計士。トーマツグループ
にて監査・税務アドバイザー
後、事業会社にて資金調達・
IPOを推進。2022年税理士法
人創業。



社外監査役

青木 美佳

Mika Aoki

2025年に社外監査役に就任。
弁護士。テレビキャスターを勤め
ながら司法試験に合格。危機管理・
企業法務に精通し、宇賀神国際法
律事務所のパートナー及び東証J
プライム上場の社外取締役(現)。



監査役

後藤 洋介

Yusuke Goto

2023年に監査役に就任。
東証一部企業で管理責任者を
経て2019年(株)ベクトルに入社。
2020年同社取締役CFO、2025年
同社代表取締役副社長CFO
(現)。

Value-1 人の想い基点 × 独自ライフテクノロジーで創造する。



Value-2 人を想う品質™を優先する。品質管理・品質保証(安心・安全への取組)

- 自分の家族、自分の親友へ自信をもって届けられる品質
- 高品質で安心・安全製品の提供が第一
- FSSC22000、健康補助食品GMP、NSF-GMPなど国際標準の管理製造

- 品質関連情報の伝達
- お客さまからの声共有化
- 迅速な対応など

- 温度管理、湿度管理の徹底
- 物流会社との情報交換による課題解決
- 輸入品の受け入れ、倉庫での検品など

◦ 試験成績書検査項目 試験成績書検査項目に関して

検査項目	規格値	試験方法
異物	混入の無いこと	でき上がった錠剤を抜き取りにて外観確認を行い異物が混入していないかを確認します。
水分値	8%以下	水分測定器を使用し、製品に含まれる水分値の確認を行います。
一般生菌数	1.0×104個/g以下	好気(酸素のある状態)条件下、48時間培養時に生育する菌の数をカウントしています。
大腸菌群	陰性	好気(酸素のある状態)条件下で、24時間培養で生育する菌の有無を確認しています。

商品開発

- 使用原材料、包装資材、表示のチェック
- 健康食品・化粧品に関する安全性の点検など

原料調達

- 品質確認、情報の共有化
- 受入検査など

製造・出荷

- 品質保証の仕組み構築
- 内容物検査、製品検査の実施
- 確実な出荷判定 など



◦ 微生物管理/菌種特定による安全性の確認



迅速培養装置

一般生菌、カビ・酵母の検出時間を短縮、かつ迅速で正確な判定検出時間が短縮されることで、異常を迅速に発見可能となります。



迅速微生物同定装置

●大腸菌やカビなどが検出された微生物の菌種の同定が可能です。
●確認された微生物が健康被害に影響のある菌種であるかが迅速に検出可能です。

Value-3 人と自然を想う気持ちと行動を共創する。

作れば作るほど、売れば売れるほど
自然の源にも恩返しができる形を目指して

- いただきます、の尊敬と感謝の想い
- アップサイクル&原材料をはくむ環境保全への選入/
省資材・FSC認証資材活用
- 影響がごくわずかでも、役立てられている心地よさ
(スマートウェルネス設計®)、
それを発信して周囲を繋いでいく

- 省パッケージ化等によるエコ活動
FSC認定資材



※自治体表彰・日本赤十字社表彰・日本自然保護協会感謝状等



Vitabrid製品



『サステナブル サイクル
サプリメント®』構想

お客さまと共に、人と自然を想う
気持ちと行動の共創サイクル

自然保護・
社会貢献活動



お客さま



- 2019年〜ビーチクリーン・子ども食堂・
学びの場の提供支援



- 植樹・葉場造成等の環境活動
(カーボンクレジット認証も視野)



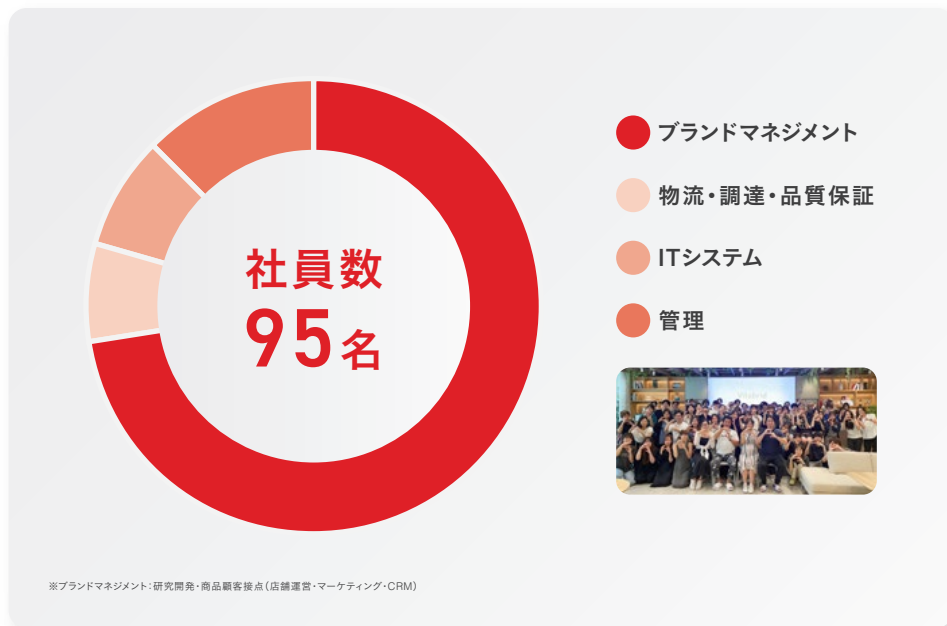
キッカケは、風の谷のナウシカから。
いただくだけでなく、少しでも還せるように。



風の谷のナウシカ © 1984 Hayao Miyazaki/Studio Ghibli, H

人的資本 (2026年2月末時点)

独自D2C戦略と最適価値の創出を支えるビタブリッドの成長基盤
ブランドマネジメント(開発・商品顧客接点)人財が多くを占める人員体制



■ ブランドマネジメント担当者

71%

■ 物流・調達・品質保証担当者

8%

■ 平均年齢

34.9歳

■ 女性管理職

47.4%









■ 男女比率

3:7



商品ラインナップ①

製品画像	製品名	特徴	発売時期
	ビタブリッドC フェイス	特許技術による長時間持続型ビタミンCが浸透し、透明感あふれる健やかな肌へと導くスキンケア用美容パウダー。	2014年6月発売
	ビタブリッドC ヘア	特許技術による純粋ビタミンCが長時間頭皮に浸透し、健やかな頭皮環境を保ち、ハリとコシのある髪へ導く薬用育毛剤。	2014年6月発売
	ビタブリッドC スカルプシャンプー	厳選成分が頭皮環境を整え、洗浄と保湿のバランスを保ちながら、ハリとコシのある健やかな髪へ導く高機能シャンプー。	2016年10月発売
	プレミアムビタミンC マルチ	超持続型ビタミンCを中心に、マルチビタミン群とサポート成分で、内側から美容と健康を総合的に支える栄養機能食品。	2018年9月発売
	ターミナリアファースト	食事に含まれる糖や脂肪の吸収を抑え、体重やおなかの脂肪が気になる方の健康をサポートする機能性表示食品。	2019年10月発売
	ホワイトポリフェノール C	酸化と糖化のダブルケアで、紫外線ダメージから肌を守り、潤いと弾力のある健やかな肌へと導く機能性表示食品。	2019年3月発売
	レベルアップ	成長期のお子さまにカルシウムなど25種類の栄養素を1日1杯で補える粉末タイプの成長期応援飲料(栄養機能食品)。	2019年4月発売

商品ラインナップ②

製品画像	製品名	特徴	発売時期
	デイリーC バイオーム クレンジングバーム	ビタミンCと酵素で毛穴・古い角質にアプローチしながら高保湿仕上げでクリアな素肌へ導くクレンジングバーム。	2020年10月発売
	ザ パーフェクトルーティン	全方位から理想のボディメイクを支えるロイシン×ビタミンB群配合。筋力・代謝・燃焼に着目して開発された栄養機能食品。	2021年11月発売
	ポリューモア	厳選15成分を凝縮し、ノコギリヤシ・亜鉛・ビタミンEが髪・頭皮・ボディを内側からサポートする栄養機能食品。	2021年4月発売
	薬用ビタブリッドワン(さっぱり、しっとり)	有効成分を新鮮なまま肌へ。シワ改善とシミ予防を実現する、1本で5役の医薬部外品の薬用オールインワン美容ジェル。	2022年12月発売
	デュアルマスク	ビタミンCとペプチドのハイブリッド技術でハリとうるおいのある肌へ導く美容液シートマスク。	2022年4月発売
	レベルアップ DHA300+	DHA300mgとGABAを凝縮配合し、成長期のお子さまの栄養を内側からサポートするサプリメントタイプの健康食品。	2022年5月発売
	オール デイトーンアップ UV ディフェンス	紫外線防御に加え、くすみ・毛穴・色ムラを自然にカバーして透明感ある素肌に整える日焼け止めクリーム。	2022年8月発売

商品ラインナップ③

製品画像	製品名	特徴	発売時期
	ステムセル ショット プレミアム	ヒト臍帯血幹細胞培養液を配合し、目元・口元の角質層まで浸透することでハリ・ツヤのある肌へと導くマイクロニードルシート。	2023年4月発売
	ジャパンプレミアム DHA&EPA+GABA	認知機能・血中中性脂肪・血圧・ストレス・睡眠・目覚め・肌弾力の日本初、唯一※「8つの機能」をもつ機能性表示食品。	2023年9月発売
	Vitabrid Daily GABA	睡眠の質・目覚め・血圧・肌の弾力・ストレス緩和など7つの機能性を備えた機能性表示食品。	2023年9月発売
	ビタブリッドフレッシュクリーン プレミアム	手足の爪周りに塗って長時間の殺菌・消毒を実現し清潔な指先へ導く指定医薬部外品の薬用ローション。	2024年11月発売
	ビタブリッドネイルシールド プレミアム	高濃度ヘマチンと17種の美容成分で、傷んだ爪を瞬時に補修しなめらかに整える爪化粧料。	2024年11月発売
	Silky Salon Damage Protect Oil	29種の美容成分とWヒートプロテクト成分配合。熱や紫外線・日常ダメージから髪を守り、まとまりとツヤを長時間キープする高機能ヘアオイル。	2024年11月発売
	トーンアップリッチ	うるおいとトーンアップを同時に。ナイアシンアミドとヘパリン類似物質配合で、塗るだけで明るく若々しい手肌へと導くハンドクリーム。	2025年1月発売

商品ラインナップ④

製品画像	製品名	特徴	発売時期
	クリーンファイバー プレミアム	日本初。食事の塩分をピタッと吸着、スルッと体外へ排出する塩分吸着サプリメントタイプの健康食品。	2025年1月発売
	エクオーラビューティー	女性のゆらぎに寄り添う大豆由来成分「プレエクオール®」配合の栄養機能食品。	2025年2月発売
	やさしい フェリチン鉄	大豆由来フェリチン鉄を1日2粒で8.8mg補給。葉酸・亜鉛・ビタミンB群・ビタミンDとともに、鉄不足が気になる方の元氣とキレイを支える栄養機能食品。	2025年5月発売
	アクティブリッチ5	ヒザ・腰の動きや筋力、疲労感、体脂肪といった5つの悩みに多角的にアプローチする機能性サプリメント。	2025年7月発売