

ホリスティック企業レポート ビタブリッドジャパン 542A 東証グロース

新規上場会社紹介レポート
2026年4月3日発行

一般社団法人 証券リサーチセンター



証券リサーチセンター
審査委員会審査済 260402

機能性表示食品のサプリメントやスキンケア商品を主に D2C モデルで販売
ノウハウを体系化したデータ駆動型のマネジメントモデルにより成長を目指すアナリスト: 高木 伸行 +81(0)3-6812-2521
レポートについてのお問い合わせはこちら info@stock-r.org

【542A ビタブリッドジャパン 業種: 化学】

決算期	売上高 (百万円)	前期比 (%)	営業利益 (百万円)	前期比 (%)	経常利益 (百万円)	前期比 (%)	当期利益 (百万円)	前期比 (%)	EPS (円)	BPS (円)	配当金 (円)
2024/2	11,773	-6.0	998	-	977	5.2	718	11.0	190.5	400.1	0.0
2025/2	12,622	7.2	700	-29.9	675	-30.9	459	-36.1	121.9	522.0	0.0
2026/2 予	15,100	19.6	950	35.7	911	35.0	602	31.2	159.7	-	0.0

(注) 1.単体ベース
2.2024年6月1日付で1:10の株式分割、2025年11月1日付けで1:200の株式分割を実施。1株当たり指標は遡って修正
3.2026/2期は会社予想

【株式情報】	【会社基本情報】	【その他】
株価 1,279円(2026年4月2日)	本店所在地 東京都港区	【主幹事証券会社】
発行済株式総数 5,600,000株	設立年月日 2014年4月22日	SBI証券
時価総額 7,162百万円	代表者 大塚 博史	【監査人】
上場初値 1,301円(2026年4月2日)	従業員数 92人(2026年1月)	東陽監査法人
公募・売出価格 1,370円	事業年度 3月1日~翌年2月末日	
1単元の株式数 100株	定時株主総会 事業年度末日の翌日から3カ月以内	

> 事業内容

(注) 1) 事業者の責任において、科学的根拠に基づいた機能性を表示した食品。販売前に安全性及び機能性の科学的根拠などの必要な事項が消費者庁長官へ届け出られたもの

◆ サプリメントやスキンケア商品を主に通販形態で販売

ビタブリッドジャパン(以下、同社)は、食事の糖や脂肪の吸収を抑えるサプリメントである「ターミナリアファースト」を始めとする機能性表示食品^{注1}などの「インナーケア商品」及び特許技術を用いた「ビタブリッド C」シリーズを中心としたスキンケアや頭皮ケアなどの「アウトターケア商品」を企画・開発・販売している。同社株式の64.3%を保有するベクトル(6058 東証プライム)の連結子会社である。

(1) インナーケア商品

主に機能性表示食品のサプリメントの開発・販売を行っている(図表1)。

【図表1】インナーケア商品

種別	商品名	特徴
サプリメント (機能性表示食品)	ターミナリアファースト	食事の糖と脂肪の吸収を抑え、体重やおなかの脂肪が気になる大人のために開発された機能性サプリメント。
	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サプリメント。
	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つの機能性」サプリメント。
	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。
成長期サポート飲料 (栄養機能食品)	レベルアップ	成長期のお子さまに、カルシウム・鉄・GABA・DHA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。

(注) 1. 機能性表示食品とは、国の定めるルールに基づき、事業者が食品の安全性と機能性に関する科学的根拠などの必要な事項を、販売前に消費者庁長官に届け出れば、機能性を表示することができる食品
2. 栄養機能食品とは、保健機能食品のひとつで、特定の栄養成分の補給のために利用される食品で、栄養成分の機能を表示するもの

(出所) 届出目録見書

(注 2)「体重÷身長²」で算出される体格指数

ターミナリアファーストは、25/2 期の売上高の 75.3%を占める同社の主力商品である。肥満気味な人の腹部の内臓脂肪と皮下脂肪を減らし、体重の減少とともに高めの BMI^{注2}の低下を助ける機能がある。

この他、「Vitabrid Daily GABA」、「ジャパンプレミアム DHA&EPA+GABA」及び「アクティブリッチ 5」もリピート顧客基盤を持つ商品であり、広告投資により新規顧客獲得と既存顧客の継続購入を促進することで、今後の主力商品へと育成する方針である。

(2) アウターケア商品

アウターケア商品のカテゴリーでは、「ビタブリッド C」成分を含有する美容パウダー「ビタブリッド C フェイス」及び育毛剤「ビタブリッド C ヘアー」を主な商品として展開している(図表 2)。

ビタブリッド C は、韓国の HYUNDAI BIOSCIENCE が開発した特許技術に基づく、皮膚のケアに多機能な効果をもたらす成分である。酸化に弱く壊れやすい性質を持つ純粋ビタミン C を亜鉛で作られた層状物質の LDH(無機二重層水酸化物)層で保護し、肌や頭皮に徐々に安定的に浸透させることを可能にする成分である。

【 図表 2 】 アウターケア商品

種別	商品名	特徴
美容パウダー	ビタブリッドCフェイス*	特許技術の長時間持続型ビタミンCにより、明るく透明感あふれる肌へと導くスキンケア用美容パウダー。
UVクリーム	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。
クレンジング	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明るくクリアな素肌に導くクレンジングバーム。
美容パック	ビタブリッドC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。
育毛剤	ビタブリッドCヘアー*	純粋ビタミンCが長時間頭皮に浸透し、頭皮環境を整えてハリ・コシある髪へと導く薬用育毛剤。
シャンプー	ビタブリッドCスカルプシャンプー*	厳選成分で頭皮の洗浄と保湿バランスを整え、ハリ・コシのある健やかな髪へと導く高機能シャンプー。
ネイル	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。
	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。

(注) *の付いた商品はビタブリッド C の成分を含んでいる

(出所) 届出目録見書

(注3) Direct to Consumer の略。
 自社の EC サイトなどを通じて消費者に直接商品を販売するビジネスモデル

◆ **ビジネスモデル**

定期購入型のリピート通販モデル(D2C^{注3})を基本とし、自社 EC・電話・ハガキ等を受注経路としている。また、Amazon、楽天市場、Yahoo!ショッピングといった EC モール経由や卸販売により 26 年 1 月末時点で約 16,000 店舗のドラッグストアで販売している。26/2 期第 3 四半期累計期間の販売チャネル別売上構成比は、自社 EC が 86.5%、EC モールが 5.9%、卸・その他は 7.6%であった(図表 3)。

【 図表 3 】 販売チャネル別売上高

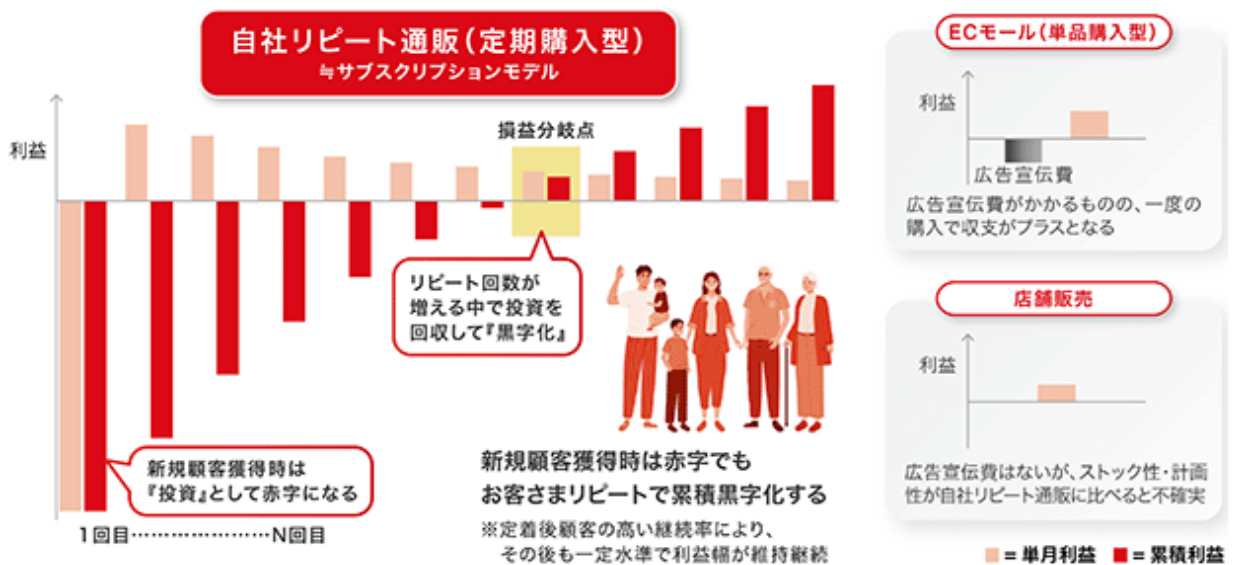
販売チャネル	24/2期		25/2期			26/2期3Q累計期間	
	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	前期比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)
自社EC	11,232	95.4	11,527	91.3	2.6	10,025	86.5
ECモール	516	4.4	696	5.5	34.9	683	5.9
卸・その他	24	0.2	398	3.2	16.6×	886	7.6
合計	11,773	100.0	12,622	100.0	7.2	11,594	100.0

(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

EC モールや店舗販売は、単品購入が中心で収益の安定性が乏しいことから、同社は自社 EC チャンネルの強化を軸に顧客基盤の拡大を進めている。

自社 EC チャンネルが採用する定期購入型のリピート通販モデルは、定期購入によりストック型収益が積み上がり、初期投資回収後は利益が増加してゆくという収益モデルである。(図表 4)。

【 図表 4 】 販売チャネル別収益パターン



(出所) 届出目論見書

> 特色・強み

◆ 成長ノウハウを体系化した「スマート蓄積型 D2C エンジン」

同社は、「スマート蓄積型 D2C エンジン」と呼ぶ、データ駆動型のノウハウを体系化した再現性の高いマネジメントモデルを駆使して持続的成長を目指している(図表 5)。

研究開発、新規獲得、既存顧客の育成、D2C ノウハウを集約した自社開発基幹システムやパートナー企業システムとの自動連携といった事業基盤に関する独自ノウハウやマネジメントシステムを、データを蓄積しながら循環することにより、事業を拡大している。

【 図表 5 】 スマート蓄積型 D2C エンジン



(出所) 届出目論見書

(注 4) ビジネスにおける大量のデータを収集・分析する機能を持つソフトウェアで経営の意思決定に利用される。BI は Business Intelligence の略

◆ ビタブリッドジャパン・エコシステム

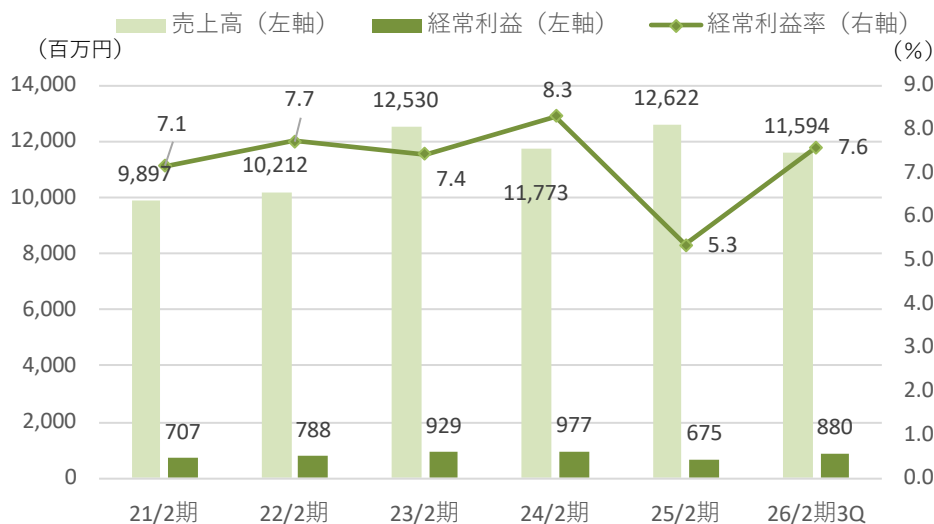
同社は、製造、受注、配送、代金回収、顧客対応(コールセンター)、在庫管理といった主要業務をパートナー企業へ外注し、自社開発基幹システム、BI ツール^{注 4}やデータサーバーにより一元管理することで、業務効率化、顧客情報の資産化、商品の高い品質等を実現している。代表的なパートナー企業としては、ターミナリアファーストの製造を担当する東洋新薬(福岡市博多区)や HYUNDAI BIOSCIENCE といった先が挙げられる。

> 業績

◆ 過去の業績推移

同社の業績は 21/2 期以降の単体業績が公表されている(図表 6)。

【 図表 6 】 業績推移



(注) 26/2 期 3Q は第 3 四半期累計期間
(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

同社は売上高の成長及び営業利益の確保を重視しており、売上高成長率及び営業利益率を重要な経営指標としている。売上高成長率は、既存顧客の継続率、新規顧客の獲得状況及びクロス購入率を反映する指標として、営業利益率については、広告投資効率やコストコントロールの状況を把握する上で重視している。

◆ 25 年 2 月期

25/2 期業績は、売上高 12,622 百万円(前期比 7.2%増)、営業利益 700 百万円(同 29.9%減)、経常利益 675 百万円(同 30.9%減)、当期純利益 459 百万円(同 36.1%減)であった。

24 年 3 月に小林製薬(4967 東証プライム)の紅麹原料を使用したサプリメントによる健康被害及び製品回収が起り、サプリメントの安全性に対する不安が広がったことにより、同社についても解約や買い控えが起った。

紅麹サプリメント問題が落ち着きを見せ始めた第 3 四半期に広告宣伝活動を積極化したことから、ターミナリアファーストや Vitabrid Daily GABA は売上高を伸ばしたが、新規顧客の獲得から収益化まで一定の期間を要する事業モデルであり、上半期の新規顧客獲得の伸びが限定的であったことが通期の収益に影響を及ぼし、各段階利益は前期比で減少した。

◆ 26年2月期第3四半期累計期間

26/2 期第3 四半期累計期間は、売上高 11,594 百万円、営業利益 903 百万円、経常利益 880 百万円、四半期純利益 583 百万円であった。

ターミナリアファーストの売上高が引き続き堅調に推移したほか、Vitabrid Daily GABA やジャパンプレミアム DHA&EPA+GABA も順調に売上高を伸ばした。自社EC、ECモール、卸・その他の全てのチャンネルで売上高は前年同期を上回り、特に卸販売が大幅に増加した。

◆ 26年2月期会社計画

26/2 期については、同社は売上高 15,100 百万円(前期比 19.6%増)、営業利益 950 百万円(同 35.7%増)、経常利益 911 百万円(同 35.0%増)、当期純利益 602 百万円(同 31.2%増)と計画している(図表 7)。

【 図表 7 】 26年2月期会社計画

	24/3期		25/3期		26/3期 会社計画	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
売上高	11,773	100.0	12,622	100.0	15,100	100.0
売上原価	2,061	17.5	2,463	19.5	3,179	21.1
売上総利益	9,712	82.5	10,158	80.5	11,920	78.9
販売費及び一般管理費	8,713	74.0	9,458	74.9	10,970	72.6
営業利益	998	8.5	700	5.5	950	6.3
営業外収支	-21	-	-25	-	-39	-
経常利益	977	8.3	675	5.3	911	6.0
税引前当期純利益	977	8.3	677	5.4	911	6.0
当期純利益	718	6.1	459	3.6	602	4.0

(出所) 届出目論見書、「東京証券取引所グロース市場への上場に伴う当社決算情報等のお知らせ」を基に証券リサーチセンター作成

売上高については、商品別かつ販売チャンネル別に想定される販売個数と販売単価を基に売上高を算出している。

売上原価は、各商品の仕入単価と販売個数の予想に基づき算出しており、3,179 百万円(前期比 29.1%増)、売上総利益は 11,920 百万円(同 17.3%増)と見込んでいる。

販売費及び一般管理費(以下、販管費)については、新規獲得費用である広告宣伝費、認知拡大を目的とするプロモーション費用等である販売促進費といった主要費目に加え、支払手数料、通信費・荷造運搬費及びその他経費を積み上げて算出している。広告宣伝費については、5,405 百万円(前期比 20.7%増)を、販売促進費は、2,064 百万円(同 8.3%増)を見込んでいる。販管費全体では 10,970 百万円(同 16.0%増)と計画している。

以上から、営業利益は 950 百万円(前期比 35.7%増)、経常利益 911 百万円(同 35.0%増)、当期純利益 602 百万円(同 31.2%増)を見込んでいる。

◆ 成長戦略

独自企画力・独自技術に基づいた商品の提供、スマート蓄積型 D2C エンジンの実装、事業領域の拡張を成長の柱として、1 商品当たりの売上高拡大及び商品ラインナップを充実してゆくことで成長を目指す考えである。

新規上場時に調達した手取金 2,356 百万円については、成長段階にある Vitabrid Daily GABA、ジャパンプレミアム DHA&EPA+GABA 及びアクティブリッチ 5 の 3 商品に対する広告宣伝費及び販売促進費として 2,106 百万円を 27/2 期に充当する予定である(図表 8)。

残りの 250 百万円については、27/2 期に新商品の開発・テストマーケティング・上市後の広告宣伝費・販売促進費に充当する予定である。

【 図表 8 】 調達資金使途

(単位: 百万円)

使途	27/2期
成長フェーズの既存商品の広告宣伝費・販売促進費 (Vitabrid Daily GABA、アクティブリッチ5、 ジャパンプレミアムDHA&EPA+GABAの3商品)	2,106
新商品の開発・テストマーケティング・ 上市後の広告宣伝費・販売促進費	250
合計	2,356

(出所) 訂正届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

> 経営課題/リスク

◆ 商品の安全性や風評被害リスクについて

同社の扱う健康・美容関連商品への異物の混入、顧客の健康被害の発生や商品の回収が必要な事態に発展した場合、その対処費用に加え、顧客の信頼や社会的信用が損なわれるおそれがある。また、他社での不祥事等が生じた際にインターネットや SNS を通じて情報が拡散されると、その真偽にかかわらず風評被害が生じ、同社商品及び関連市場全体にも悪影響を及ぼすおそれがある。

◆ 個人情報について

同社は、業務上、顧客の個人情報を収集・保有しており、これらの個人情報が外部に流出した場合、同社の社会的信用の低下に加え、損害賠償請求や訴訟提起等を受ける可能性があり、同社の経営成績及び財政状態に影響を与える可能性がある。

◆ 特定商品への依存

ターミナリアファーストは、25/2 期の売上高の 75.3%を占める代表的な商品となっている。ターミナリアファーストの販売に悪影響を及ぼす事象が発生した場合、同社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性がある点には留意が必要である。

◆ 特定の取引先との関係について

25/2 期における当社の仕入高のうち、ターミナリアファーストを仕入れている東洋新薬からの仕入高は 68.3%を占めている。また、同社のビタブリッド C シリーズは HYUNDAI BIOSCIENCE の特許技術を活用して商品化しており、「ビタブリッド C」シリーズ製品を HYUNDAI BIOSCIENCE と日本市場における独占販売契約を締結し、仕入れている。

加えて、同社は「Vitabrid」ブランドを保有する韓国の NTNG INC.との間で商標使用許諾契約を締結しており、この契約に基づき、Vitabrid ブランドの認知度や信用力を活用して事業を展開している対価として、「VitabridC¹²」ロゴを使用した自社企画商品については売上高の 1.0%、化粧品については売上高の 1.25%をロゴ使用料として支払っている。また、VitabridC¹²成分を含有していない商品の売上高についても、ロイヤルティ算定の基礎に含まれている。25/2 期の売上高のうち、該当する商品の売上高(受注基準)は 81.1%を占めた。

今後何らかの理由でこれらの取引先との契約が解消される場合や計画どおりの仕入れができなくなった場合、同社の経営成績及び財政状態に影響を与える可能性がある点には留意が必要である。

◆ 代表取締役社長への依存について

代表取締役社長の大塚博史氏は、経営方針や事業戦略の策定・実行等において中心的な役割を果たしている。何らかの理由で同氏の業務遂行が困難となった場合、同社の事業活動に影響を及ぼす可能性がある。

◆ 流通株式比率について

東京証券取引所のグロース市場での流通株式比率の上場維持基準は 25%以上であるところ、同社の新規上場時における流通株式比率は上場維持基準に近接している点には留意が必要である。

◆ 配当政策について

同社は事業拡充や組織基盤の強化のための内部留保の充実を優先していることから、設立以来、配当を行っていない。現時点において配当の実施時期及び具体的方針は未定としている。

【 図表 9 】 財務諸表

損益計算書	2024/2		2025/2		2026/2 3Q累計	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
売上高	11,773	100.0	12,622	100.0	11,594	100.0
売上原価	2,061	17.5	2,463	19.5	2,274	19.6
売上総利益	9,712	82.5	10,158	80.5	9,320	80.4
販売費及び一般管理費	8,713	74.0	9,458	74.9	8,416	72.6
営業利益	998	8.5	700	5.5	903	7.8
営業外収益	0	-	1	-	4	-
営業外費用	22	-	26	-	27	-
経常利益	977	8.3	675	5.3	880	7.6
税引前当期(四半期)純利益	977	8.3	677	5.4	880	7.6
当期(四半期)純利益	718	6.1	459	3.6	583	5.0

貸借対照表	2024/2		2025/2		2026/2 3Q	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
流動資産	3,850	92.3	4,732	93.3	5,485	94.3
現金及び預金	1,239	29.7	2,005	39.5	2,324	40.0
売上債権	453	10.9	485	9.6	1,005	17.3
棚卸資産	1,545	37.1	2,035	40.1	1,659	28.5
固定資産	318	7.6	339	6.7	328	5.6
有形固定資産	142	3.4	137	2.7	142	2.4
無形固定資産	56	1.3	93	1.8	78	1.3
投資その他の資産	119	2.9	109	2.1	108	1.9
資産合計	4,169	100.0	5,072	100.0	5,814	100.0
流動負債	2,292	55.0	2,735	53.9	2,989	51.4
買入債務	39	0.9	141	2.8	271	4.7
短期借入金	1,500	36.0	1,500	29.6	1,424	24.5
1年内返済予定の長期借入金	140	3.4	206	4.1	206	3.5
固定負債	361	8.7	310	6.1	155	2.7
長期借入金	361	8.7	310	6.1	155	2.7
純資産	1,514	36.3	2,025	39.9	2,668	45.9
自己資本	1,509	36.2	1,968	38.8	2,552	43.9

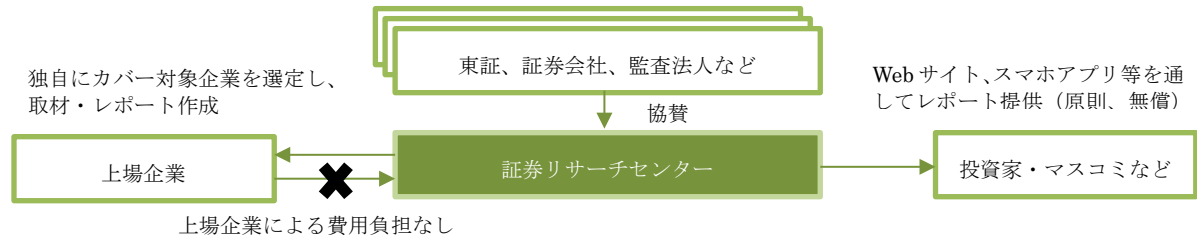
キャッシュ・フロー計算書	2024/2	2025/2
	(百万円)	(百万円)
営業キャッシュ・フロー	-783	843
減価償却費	31	35
投資キャッシュ・フロー	-72	-92
財務キャッシュ・フロー	559	15
配当金の支払額	-	-
現金及び現金同等物の増減額	-296	765
現金及び現金同等物の期末残高	1,239	2,005

(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

証券リサーチセンターについて

証券リサーチセンターは、株式市場の活性化に向けて、中立的な立場から、アナリスト・カバーが不十分な企業を中心にアナリスト・レポートを作成し、広く一般にレポートを公開する活動を展開しております。

※当センターのレポートは経済産業省の「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」を参照しています。



■協賛会員

株式会社東京証券取引所	S M B C 日興証券株式会社	大和証券株式会社	野村証券株式会社
みずほ証券株式会社	EY 新日本有限責任監査法人	有限責任あずさ監査法人	株式会社 I C M G
太陽有限責任監査法人	有限責任監査法人トーマツ	株式会社 S B I 証券	三優監査法人
PwC Japan 有限責任監査法人	いちよし証券株式会社	監査法人 A&A パートナーズ	仰星監査法人
宝印刷株式会社	株式会社プロネクサス		
日本証券業協会	公益社団法人日本証券アナリスト協会		

■後援

株式会社名古屋証券取引所	証券会員制法人札幌証券取引所	証券会員制法人福岡証券取引所
一般社団法人日本ベンチャーキャピタル協会	一般社団法人日本 IR 協議会	
一般社団法人スチュワードシップ研究会	一般社団法人機関投資家協働対話フォーラム	

アナリストによる証明

本レポートに記載されたアナリストは、本レポートに記載された内容が、ここで議論された全ての証券や発行企業に対するアナリスト個人の見解を正確に反映していることを表明します。また本レポートの執筆にあたり、アナリストの報酬が、直接的あるいは間接的にこのレポートで示した見解によって、現在、過去、未来にわたって一切の影響を受けないことを保証いたします。

免責事項

- ・本レポートは、一般社団法人 証券リサーチセンターに所属する証券アナリストが、広く投資家に株式投資の参考情報として閲覧されることを目的として作成したものであり、特定の証券又は金融商品の売買の推奨、勧誘を目的としたものではありません。
- ・本レポートの内容・記述は、一般に入手可能な公開情報に基づき、アナリストの取材により必要な補充を加え作成されたものです。本レポートの作成者は、インサイダー情報の使用はもとより、当該情報を入手することも禁じられています。本レポートに含まれる情報は、正確かつ信頼できると考えられていますが、その正確性が客観的に検証されているものではありません。また、本レポートは投資家が必要とする全ての情報を含むことを意図したものではありません。
- ・本レポートに含まれる情報は、金融市場や経済環境の変化等のために、最新のものではなくなる可能性があります。本レポート内で直接又は間接的に取り上げられている株式は、株価の変動や発行体の経営・財務状況の変化、金利・為替の変動等の要因により、投資元本を割り込むリスクがあります。過去のパフォーマンスは将来のパフォーマンスを示唆し、または保証するものではありません。
- ・本レポート内で示す見解は予告なしに変更されることがあり、一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポート内に含まれる情報及び見解を更新する義務を負うものではありません。
- ・一般社団法人 証券リサーチセンターは、投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても一切責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならない。投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。
- ・本レポートの著作権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。