

Euglena Group

Logmi IR LIVE

個人投資家様向けIRセミナー

株式会社ユーグレナ
東証プライム市場（証券コード：2931）

2026.09.10

【免責事項】 本資料に記載されている予測、見通し、戦略およびその他歴史的事実ではないものは、当グループが資料作成時点で入手可能な情報を基としており、その情報の正確性を保証するものではありません。これらは経済環境、経営環境の変動などにより、予想と大きく異なる可能性があります。

会社概要

ユーグレナ・グループの事業

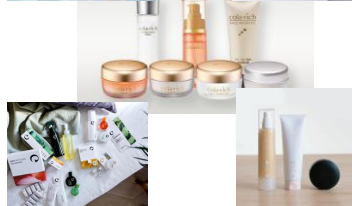
「人と地球を健康にする」のパーパスのもと、微細藻類を起点に、ヘルスケア、バイオ燃料、アグリ等の領域で事業を展開

ヘルスケア事業

健康食品



化粧品

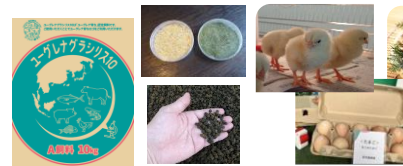


バイオ燃料事業



その他事業

アグリ領域（肥料・飼料）



遺伝子解析

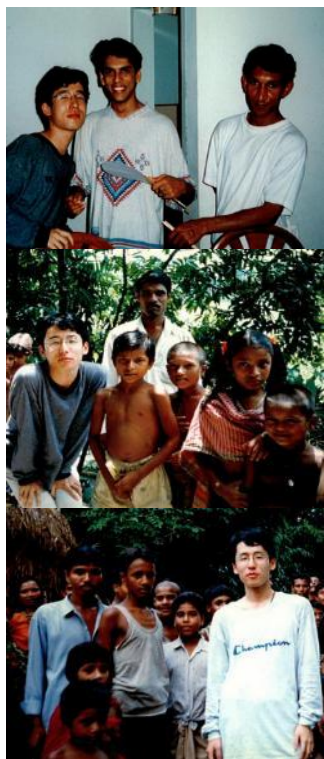


ソーシャルビジネス



微細藻類ユーグレナ - 創業の原点と屋外大規模培養の成功

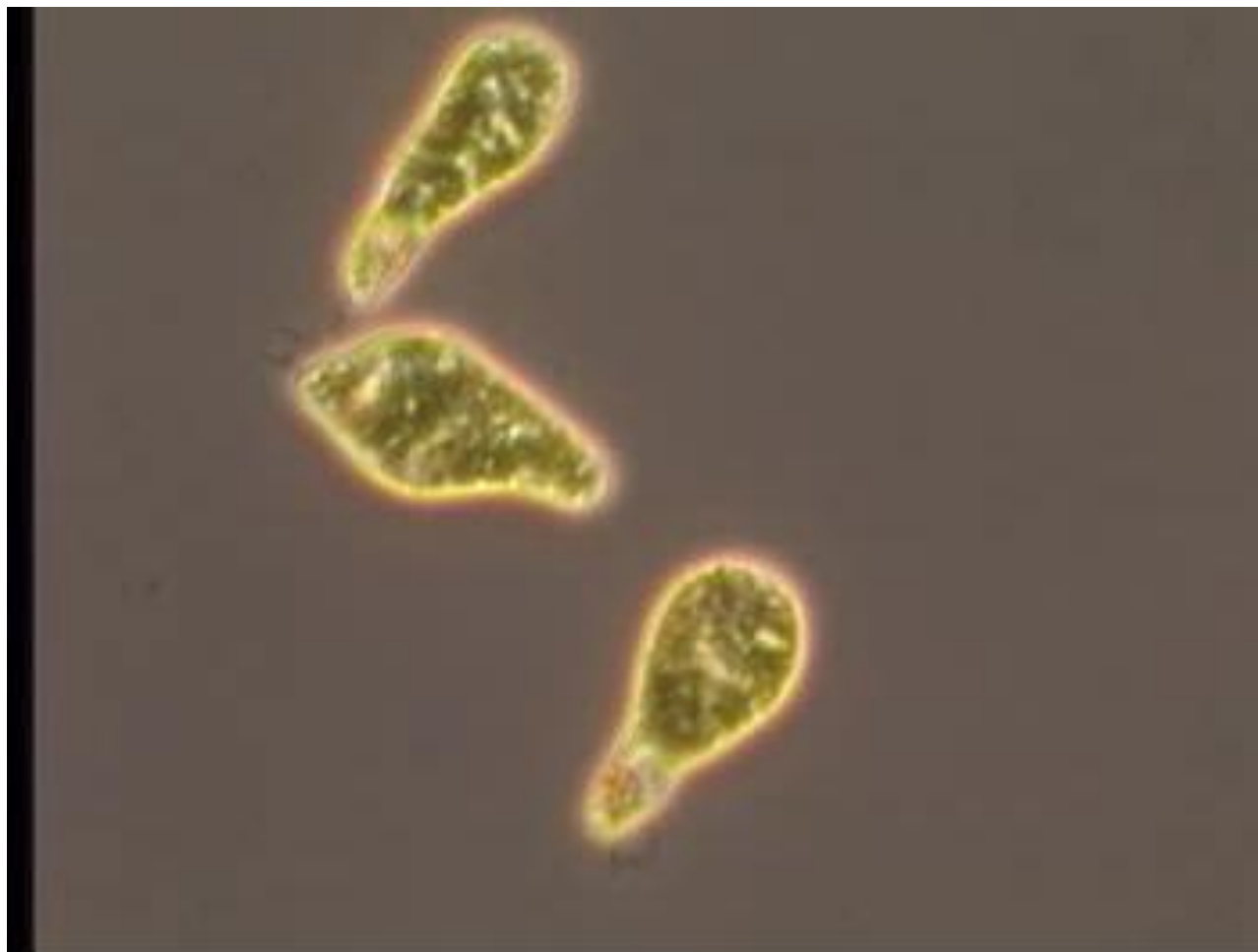
創業の原点



社長の出雲が
バングラデシュで
栄養失調問題の
解決を決意
(1998年)

ユーグレナ

微細藻類ユーグレナ



栄養豊富な食品を探し求め、微細藻類ユーグレナと出会う。
当時、まだ誰もユーグレナの大量培養に成功していなかった。

創業と挑戦



東大農学部発
ベンチャーとして創業



屋外大規模培養に
世界で初めて成功
(2005年)

微細藻類ユーグレナ - 生物としての特徴とポテンシャル



1 59種類の栄養素

2 マルチ機能性

希少成分
パラミロン
(特異的な
βグルカン)



撮影：青山学院大学 福岡伸一教授

睡眠の質、疲労感、
ストレス、免疫機能
に関する機能性表示

動物と植物の
両方の栄養素を
含有する食品素材

バイオマスの5F

重量単価

Food
(食料)

Fine Chemical
(高機能原料)

Feed
(飼料)

Fertilizer
(肥料)

Fuel
(燃料)

3 多段階活用

生産量↑×生産コスト↓
で事業を拡大

食品
原料



健康
食品

パラミロン

化粧品原料

畜産

養殖

有機肥料

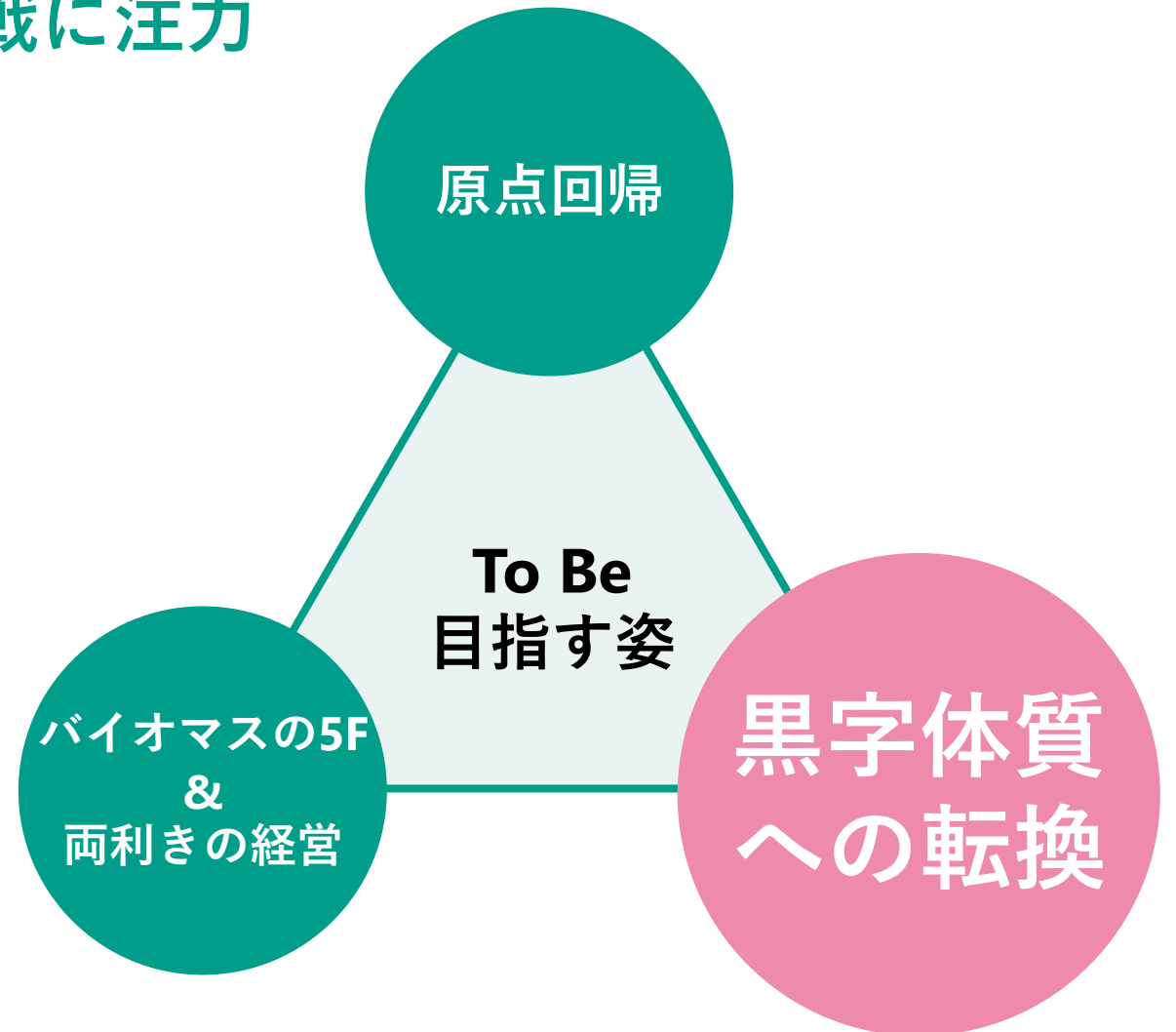
有機培養土

バイオジェット燃料
バイオディーゼル燃料

黒字体質への転換

新経営体制への移行から2年

2024~2025年は「黒字体質への転換」を集中的に推進、
2026年は新たな成長に向けた挑戦に注力



2025年度業績 - 売上高

ヘルスケアが成長率引
過去最高の
売上高を達成

500億円突破！

(億円)

600

■ ヘルスケア ■ バイオ燃料 ■ その他

504億円

500

400

300

200

100

0

FY2023

FY2024

FY2025

+8%

2025年度業績 - 調整後EBITDA（現金創出力）とマージン

売上増以上に
稼ぐ力が改善

2年間で3倍！

(億円)

80

60

40

20

0

グループ横断で
収益構造改善を
実施

69億円

20%

15%

10%

5%

0%

22億円

5%

14%

FY2023

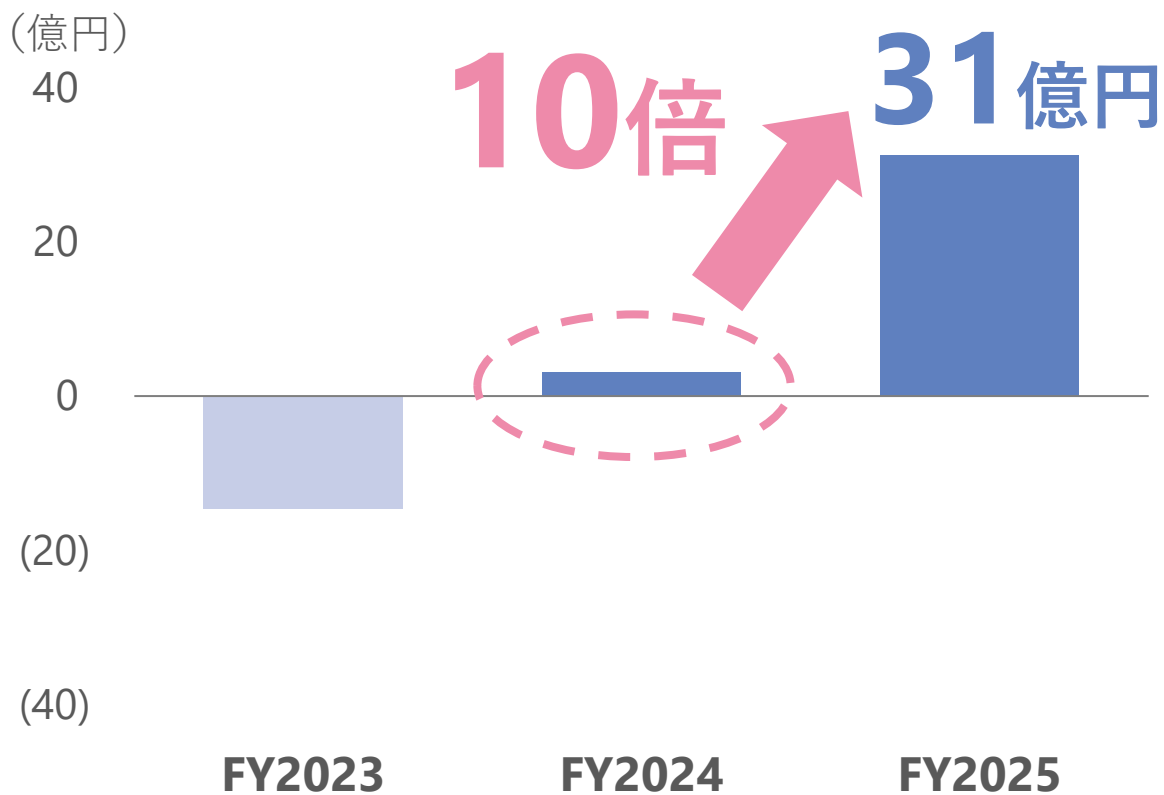
FY2024

FY2025

2025年度業績 - 黒字体質への転換

営業利益は24年に黒字化達成、25年は1年で10倍の成長
今期、当期純利益の黒字化を目指す

営業利益



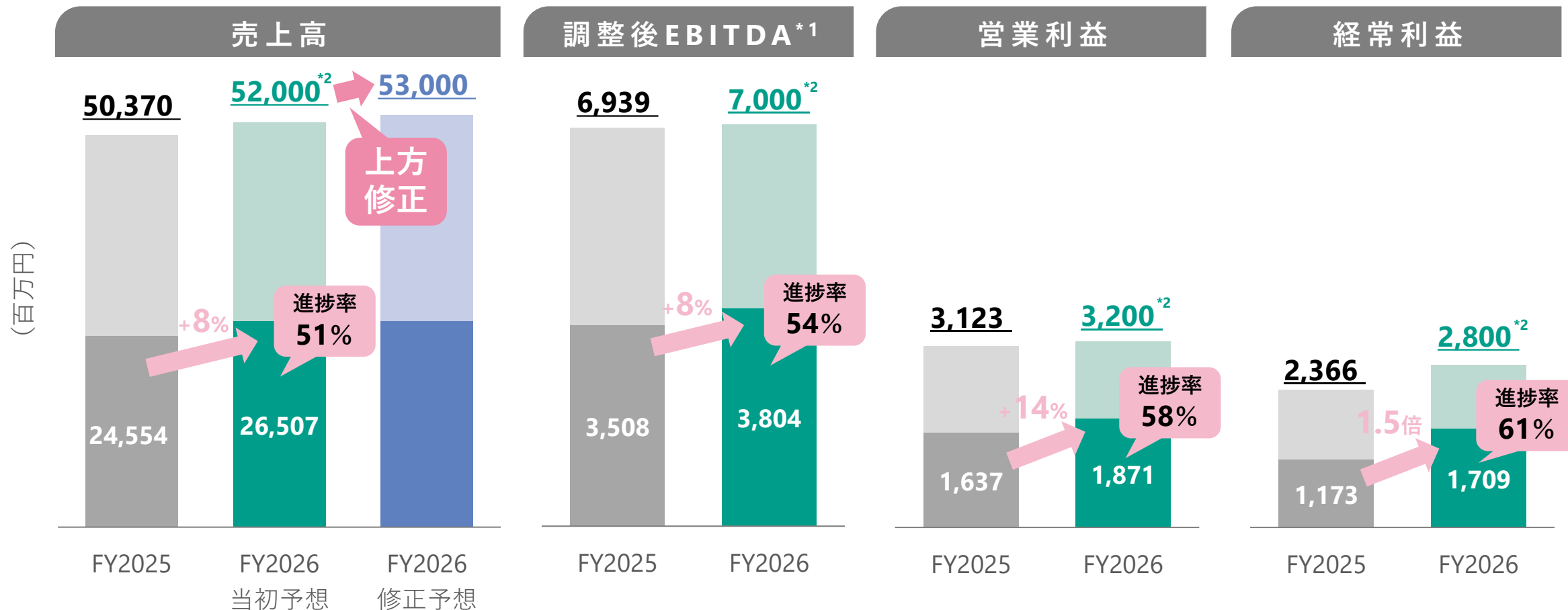
当期純利益



2026年度業績 - 上期進捗と業績予想

計画を上回る進捗を踏まえ、売上高予想を530億円へ上方修正

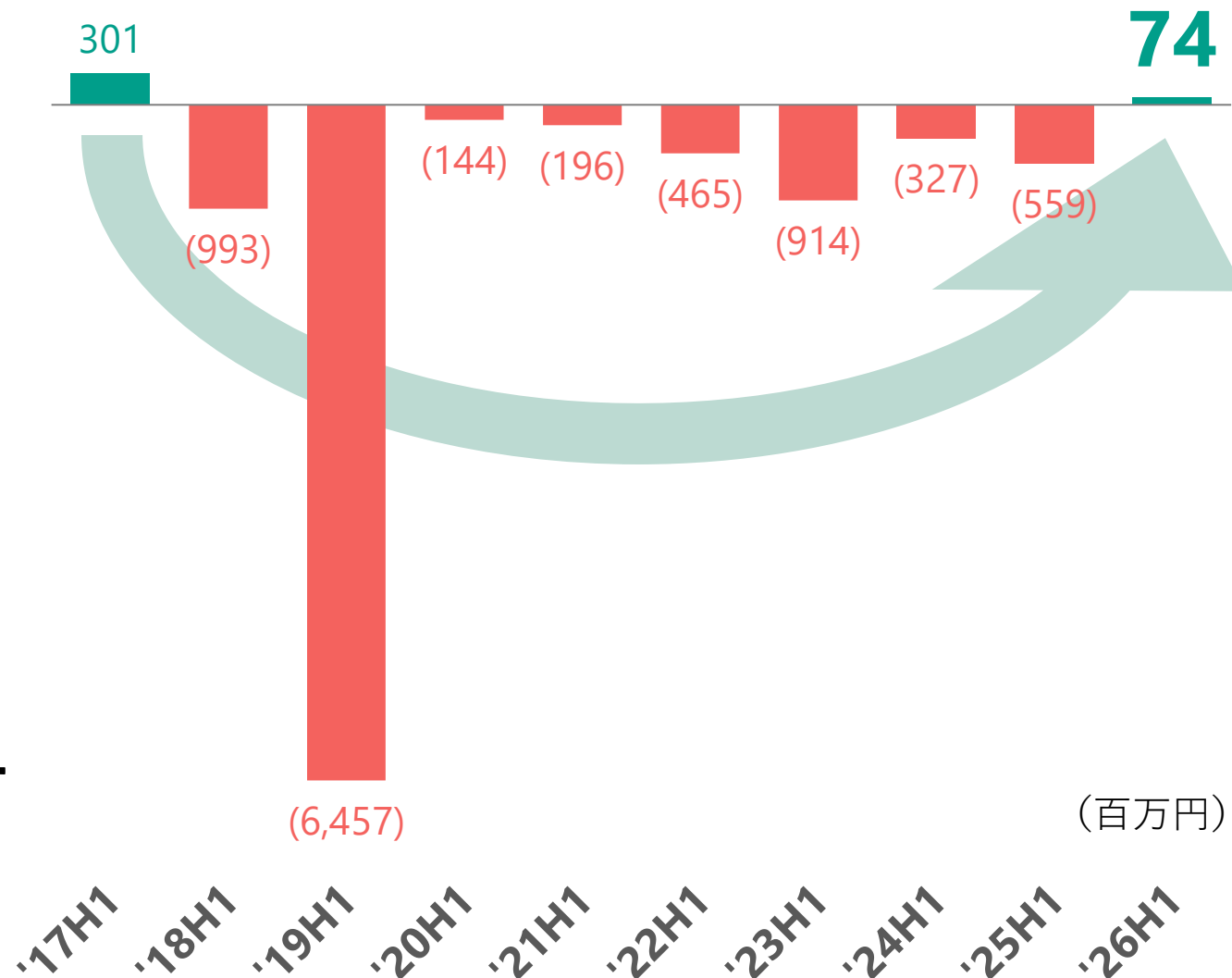
各利益予想は前期横ばいで据え置き。黒字体質が定着、利益上振れ分は成長投資に再配分



2026年度業績進捗 - 上期純利益*1の黒字化達成

当期純利益は
9事業年度ぶりに
上期黒字転換を達成

下期は成長投資を強化しつつ、
引き続き通期黒字転換を目指す

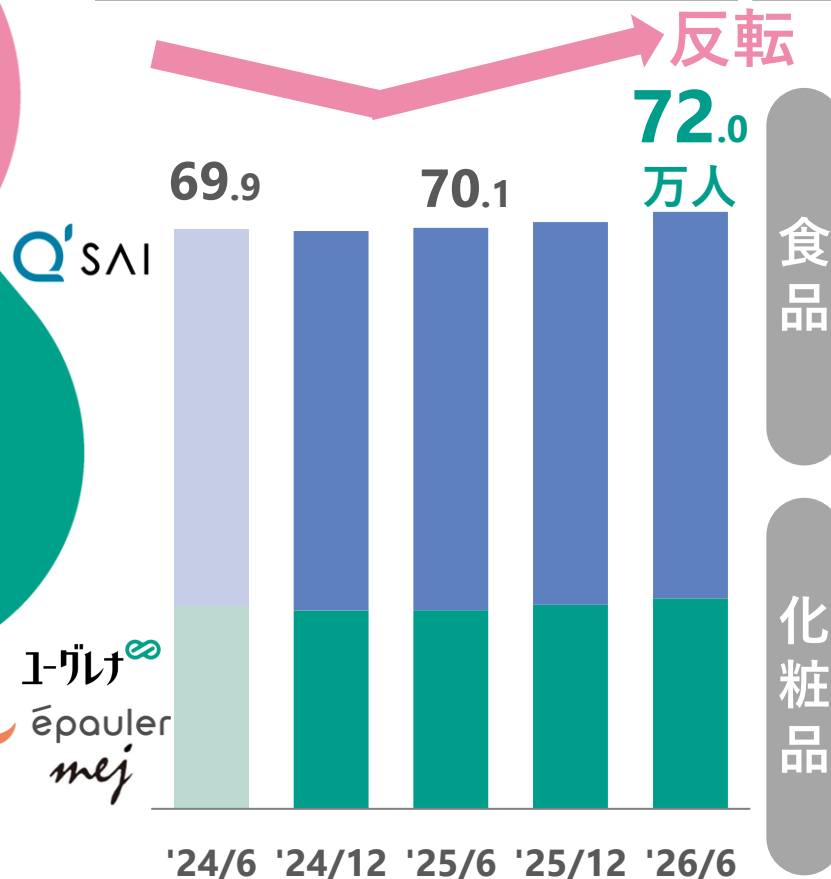


ヘルスケア事業

多様なブランドポートフォリオ

25年に直販定期顧客数が反転。からだにユーグレナが成長をリード

定期顧客数推移



ブランドポートフォリオ

1-グレナ[∞]

からだにユーグレナ



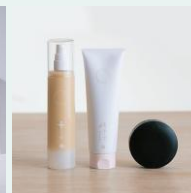
one



CONC



akyrise



Q'SAI

ひざサポート
コラーゲン

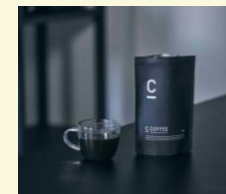


コラリッチ



mej

C COFFEE



épauler

epo



1-グレナ[∞]

ヘルスケアは全グループ会社が成長

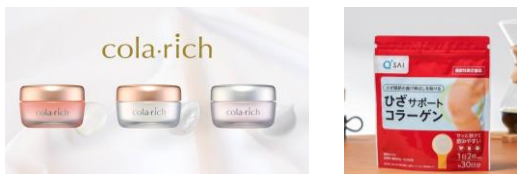
1 ユーグレナヘルスケアの オーガニック成長

1-グレナ[∞]

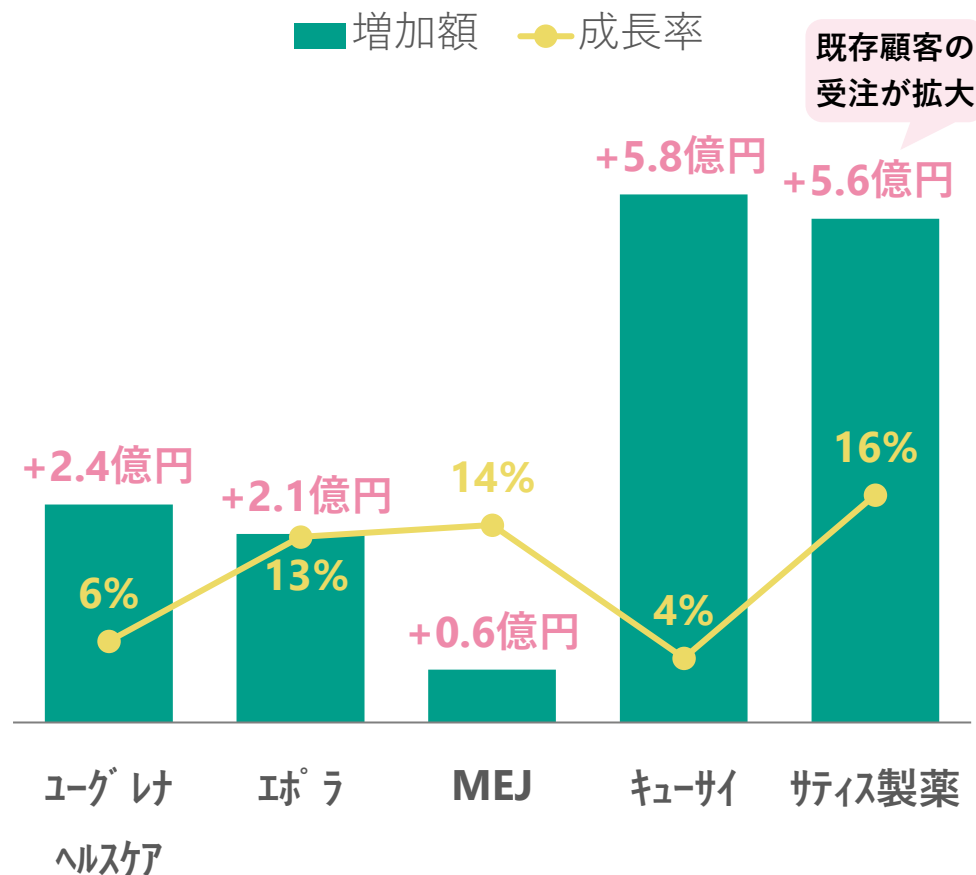


2 キューサイの マルチチャネル化

Q'SAI



上半期売上高Y○Y増減（会社別）

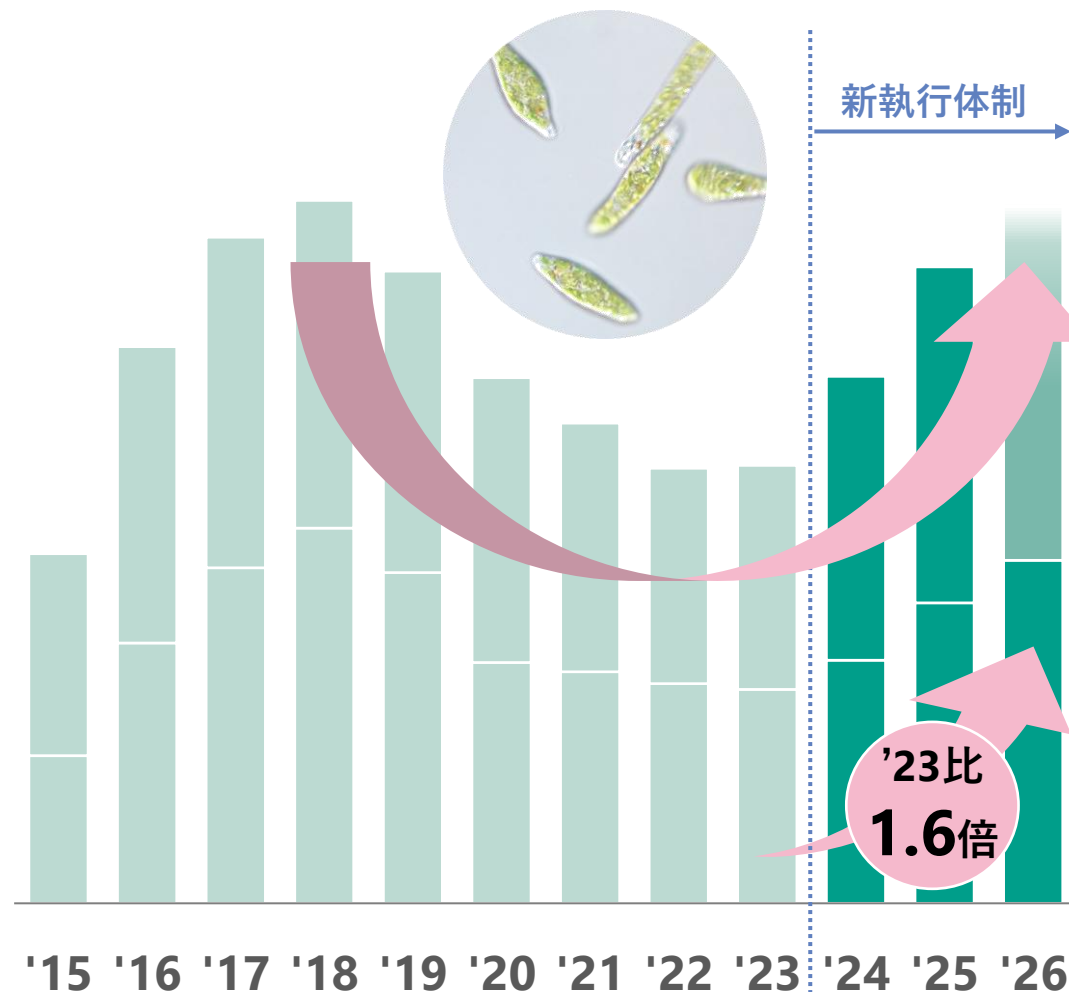


1 ユーグレナ商品直販売上高*1

子育て世代向け商品
を起点に

V字回復を達成

新執行体制のもと、
過去最高水準を目指す



過去最高水準
を目指す

子育て世代
向け商品が急伸



1 からだにユーグレナの勝ち筋

子育て世代向けの勝ち筋を、お出汁からドリンクへ横展開

からだにユーグレナの定期顧客数



子育て世代向け商材の成長



勝ち筋の再現性と接点拡大

ソリューション訴求広告の勝ち筋を
ドリンクへの横展開で再現

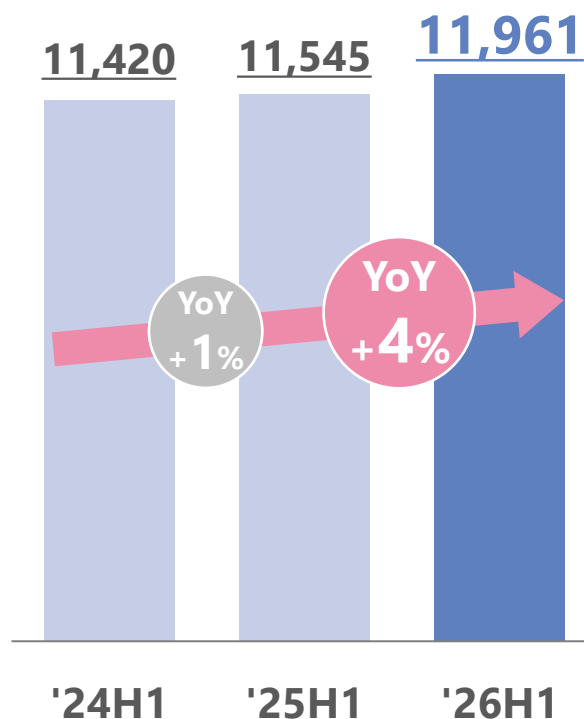
ECモールも新規接点として拡大

② キューサイ直販の成長

TV通販・ECモールの伸長に加え、購入単価向上で直販成長を加速

直販売上高

(百万円)



3つの成長要因

主力ブランドの
定期顧客数が
堅調に推移



コラリッチ

ECモール売上高は
2年間で約2倍
成長持続に向け新商品も投入



「cola・rich soar」新商品拡大

キャンペーンや
クロスセル等により、
購入単価が向上



ひざサポートコラーゲン



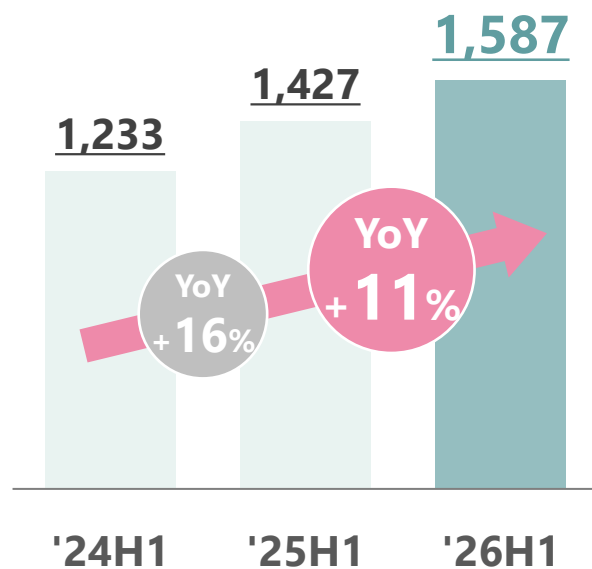
新ブランド「DAYLIS」立ち上げ

2 キューサイ流通の成長

ブランド認知を活かした配荷拡大で、マルチチャネル化が進展

流通売上高

(百万円)



既存ブランド認知を活かし、

流通販路で売上機会を拡大

配荷店舗数*1
12,000超



挑戦①：機能性素材展開 - 「金のユーグレナ」の事業承継

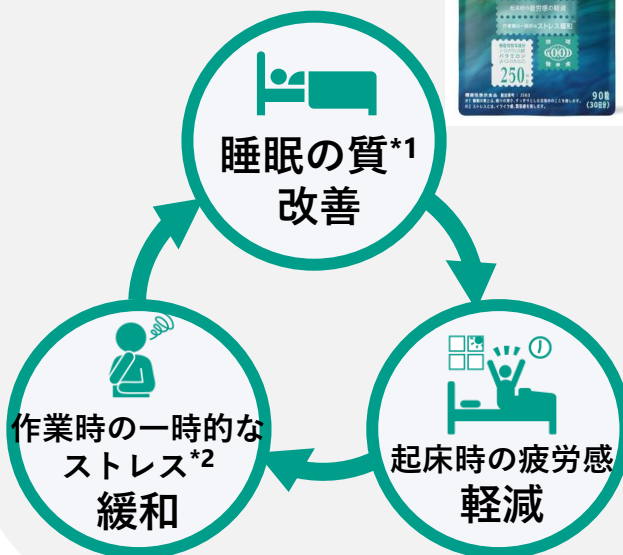
緑×金のユーグレナで「免疫」機能性を加えた素材提案へ進化

緑のユーグレナ

59種類の栄養素



機能性素材



金のユーグレナ

機能性素材

神鋼環境ソリューションの
機能性素材事業を承継
(2026年4月)



パラミロン*3高含有

挑戦②：海外展開

主要地域での商品展開・提携・展示会活動を通じ、認知拡大と商談創出が進展

市場接点の拡大

BtoBデジタルマーケティング
で認知拡大・顧客接点を拡大



Euglena Co., Ltd. - 株式会社ユーグレナ
Making people and the Earth healthier

LinkedIn

Monthly
News Letter
Apr 2026

Newsletter

商品展開の進展



韓国：クロレラ製品
TV通販開始



フィリピン等：
抹茶商品を展開



シンガポール：
Donki/Welcia
等でユーグレナ
商品販売

パートナーシップ・商談機会



ベトナム：現地企業
と業務提携



米国：「IFT FIRST 2026」
でNURA社と共同で
ユーグレナ原料を紹介



Natural
Products
EXPO WEST®

米国：健康関連見本市
に参加、商談機会獲得



FIC
FOOD INGREDIENTS CHINA

中国：食品展示会に
参加、多数商談を実施

クロレラの先行展開で市場接点を広げ、ユーグレナ素材・製品の販売拡大へ

挑戦③：疾患領域（慢性腎臓病）

慢性腎臓病（CKD）は医療分野における重要課題の一つ
ユーグレナの独自成分パラミロンを活用

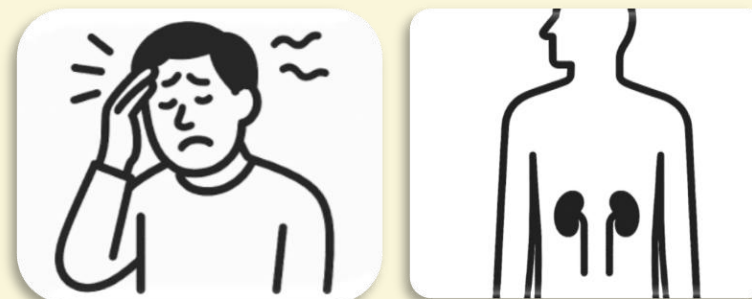
社会課題

- 日本のCKD患者は約2,000万人（成人5人に1人）*1、うち透析患者は約33万人*2
- 関連医療費は年1.6兆円*3（医療費総額の4%）以上



求められる対応

- 腎疾患進行すると不可逆
- 進行抑制と食事負担の軽減が重要



2030年代前半に
100億円超
規模を目指す

過去の研究資産とパートナーシップを活かし実用化に挑戦

*1: CKD診療ガイドライン2024

*2: 日本透析医学会年次統計調査（2024年末時点）

*3: 厚生労働省 第139回社会保障審議会医療保険部会「参考資料2」（2021年、https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_15981.html）

バイオ燃料事業

バイオ燃料市場 - 脱炭素規制とエネルギー安保が需要を創出

バイオ燃料は脱炭素とエネルギー安保を同時に満たす現実的な選択肢

前提

SAFの混合義務化

欧州	アジア
● 2025年より2% ● 2030年には6% ● 2035年には20% 	● シンガポール：2026年に1% ● マレーシア：2026～27年に1% ● インドネシア：2026年に3% ● 韓国：2027年に1% ● 日本：2030年に10% 

追い風

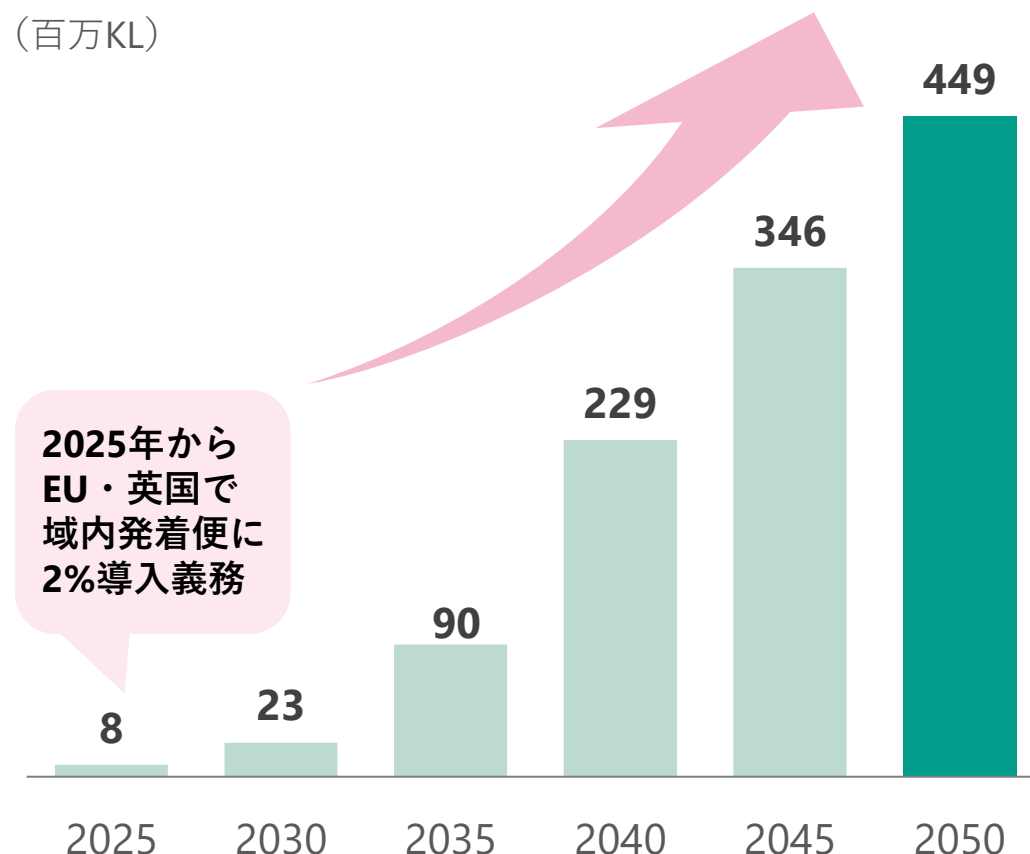
- エネルギー安全保障（供給源分散）
- GX-ETS始動（2026年4月）

日本は原油の9割以上を
中東からの輸入に依存



世界のSAF需要の見通し*1

（百万KL）



バイオ燃料事業 - 商業化のロードマップ

商業プラントへの参画でバイオ燃料の製造・販売へのマイルストーンは達成、引き続き原料としての「藻油」開発への挑戦も継続



実証プラント

バイオ燃料
の実用化

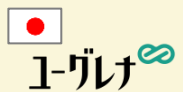


SAF初フライト



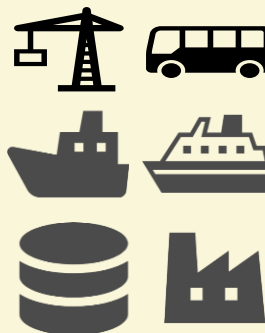
HVOの公道利用

1-グレ[∞] 2018/10~2024/1



バイオ燃料事業の商業化

商業プラント（製造機能）の建設が開始、
サプライチェーンも構築中



2028年下期迄に稼働開始予定



バイオマス5F
の本格着手

最後のピースは藻油

必要なのはスケールアップと出口戦略



屋内培養タンク

2030年台の実現を目指す

商業プラント - 出資比率15%確保による多大な収益アップサイド

2025年7月に15%出資が完了、年間約10万KLのバイオ燃料取り扱いが可能に
2028年下期迄の稼働開始に向けて、建設工事は目に見える形で進捗



- PETRONAS社のPengerang Integrated Complex (PIC)内に建設
- 製造能力は約72.5万KL/年
- 2025年より建設着手済み、2028年下期迄の稼働開始を予定
- プロジェクト金額は約13億ドル



(3社合弁会社)

15%シェアで
約10万KL/年
の取り扱いが可能に

建設工事の工程



商業化後の収益蓋然性

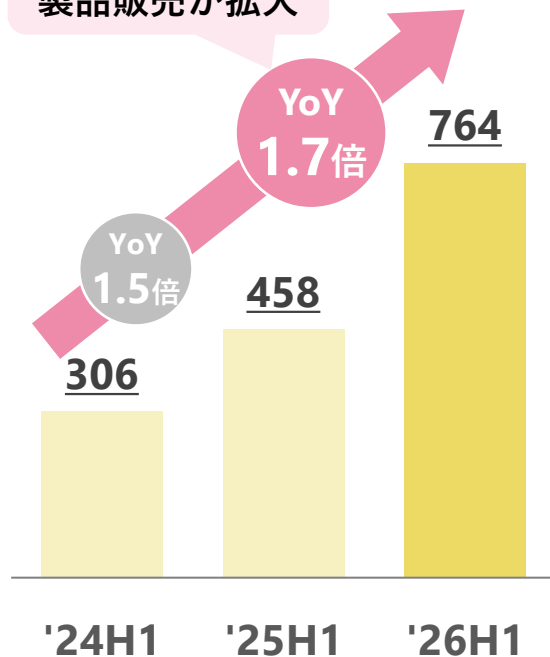
販売実績の拡大とSAF/HVO価格の上昇が進み、商業化後の収益蓋然性が向上

販売価格と廃食油等の原料価格のスプレッドも拡大し、商業プラント稼働後の採算性を後押し

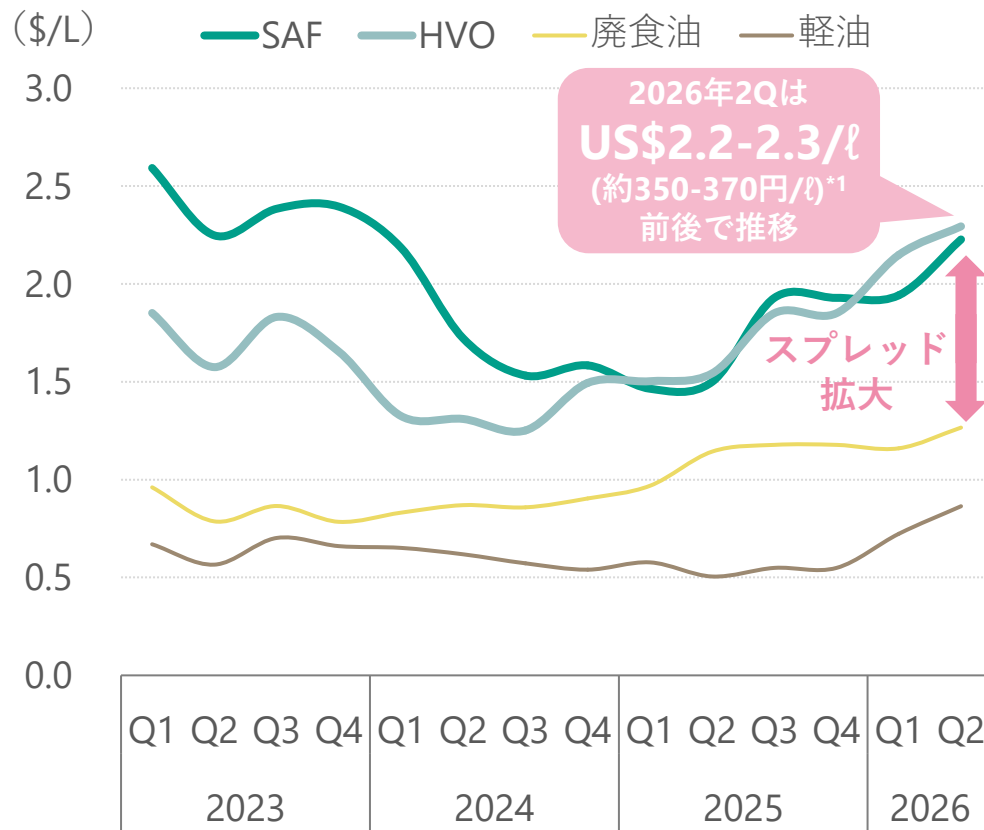
バイオ燃料売上高

(百万円)

原料トレードと
製品販売が拡大



バイオ燃料価格（欧州）*1



収益ポテンシャル



PENGERANG
BIOREFINERY
A Joint Venture of PETRONAS, Euglena and Envision

3社合弁会社
@マレーシア

製造能力：年間約72.5万KL
稼働予定：2028年下期迄

1-グレイ[∞] (当社シェア15%)

当社取扱量10万KL

価格300円/L

フル稼働後

- 売上高（原料/製品トレーディング）：
300億円/年規模
- 税引前利益（資金調達影響を除く）：
60億円/年以上 + トレーディング収益

国内のSAF/HVO供給事例

電化が困難な液体燃料領域での需要が増加、継続利用も拡大

SAF



商業用ジェット機



政府専用機



航空自衛隊戦闘機

次世代バイオディーゼル燃料（HVO）



運輸・物流（バス・トラック、鉄道）



建設重機



船舶・商船



ボイラー（工場）

供給実績
130件以上

注: 2018年10月~2024年1月まで稼働していた実証プラントで製造したSAF/HVOの供給、および2024年2月以降の輸入品の供給

国内需要の具体化 - HVO継続利用の拡大

物流・建設など電動化が難しい領域で、HVOの継続利用が拡大

GREEN × EXPO 2027 内建設工事

- 業態：建設
- 導入内容：
 - 大成建設が、2027年国際園芸博覧会内の建設工事で、建設機械向け燃料としてサステオ100&サステオ51を導入
- ポイント
 - サステオ100の継続利用



路線バス

- 業態：公共交通
- 導入内容：
 - 既存路線バス65台でサステオ51を使用（2026年4月～）
- ポイント
 - 通常ダイヤの運行に組み込み
 - 実証ではなく実運用での導入



国内需要の具体化 - 荷主起点の低炭素物流モデル

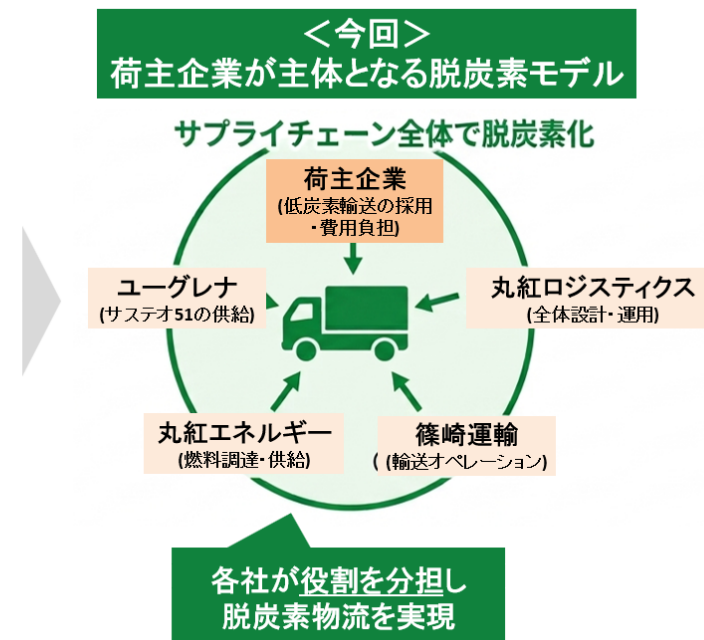
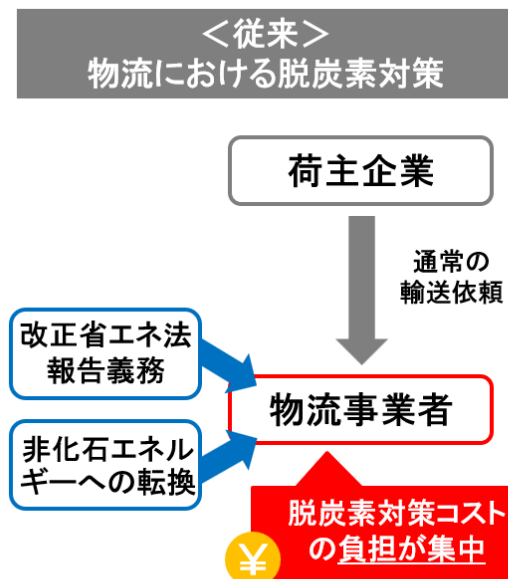
物流領域で、荷主企業が費用負担する低炭素輸送モデルが始動

丸紅エネルギーとの連携により、販売体制も強化

荷主企業が主体となる脱炭素物流モデル

- 業態：物流
- 導入内容：
 - ・ サステオ51を用いた荷主拠点間輸送を開始
 - ・ 荷主企業が低炭素輸送を採用・費用負担
- ポイント
 - ・ 荷主を含むサプライチェーン全体で脱炭素推進

丸紅エネルギーが、**Marubeni Energy** サステオの販売・供給パートナーとして参画
今後の国内普及拡大に向けた販売体制を強化



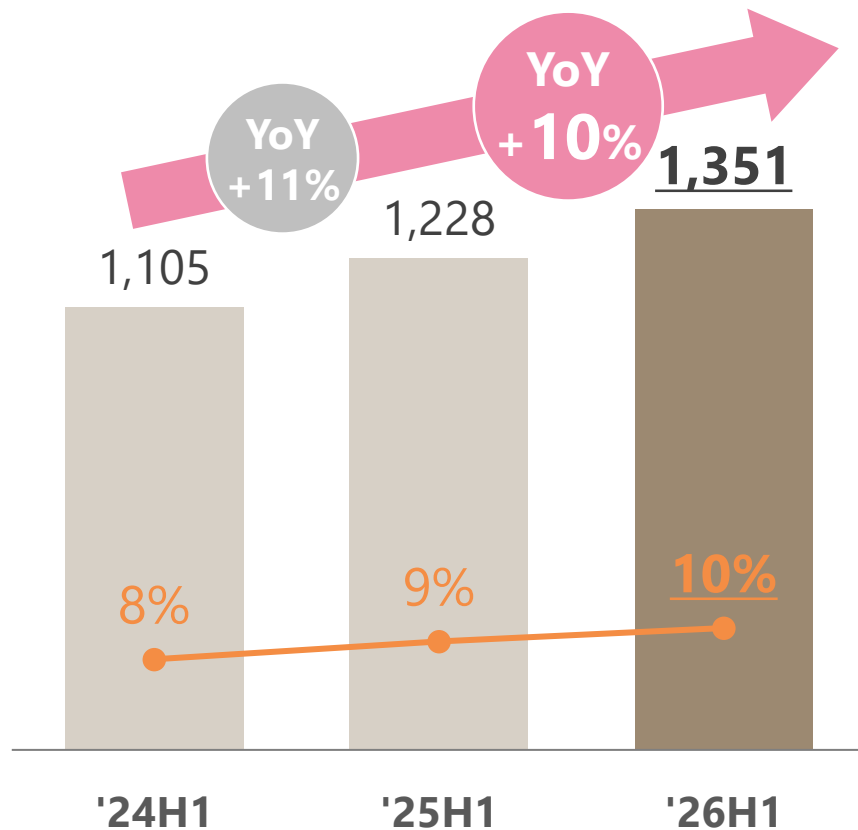
アグリ事業

2030年目標に向けた基盤強化

大協肥糧を中核にアグリ事業は売上・収益性ともに成長

アグリ業績*1

(百万円) ■売上高 —調整後EBITDAマージン



大協肥糧株式会社

大協肥糧が
売上・利益の
成長を牽引

藻類入り肥料の導入も拡大し、
売上成長に寄与



大協肥糧 × ヤマセ - 有機肥料の供給能力を拡張

ヤマセ子会社化により、成長制約だった製造キャパを獲得し、
2030年売上高100億円に向けた供給基盤を強化



大協肥糧株式会社

大協肥糧が滋賀県の有機肥料メーカー
ヤマセを子会社化^{*2}

継続成長に必要な機能を獲得

- 製造設備
有機ペレット肥料の生産能力を拡張
- 原料調達力
地域の有機資源調達ネットワークを獲得
- 販売網
販売エリア・顧客基盤を拡大



2030年の売上高目標
100億円に向けた、
供給基盤づくりの第一歩

ユーグレナ入り肥料・飼料 - 消費者接点の拡大

「ユーグレナ育ち」認定製品が水産・畜産・農業分野で続々と登場

ユーグレナ育ち
認定数
10件超



イメージ写真

野菜：長野県等の直売所・スーパーで販売

【「ユーグレナ育ち」とは】

ユーグレナ入り飼料・肥料を使用して生産された農畜水産物を認定する制度



たまご：宮本養鶏場や自然恵みファームズから発売



「ぴかまる」が
まつえんどんから発売



「YESブリ」が
UTAKICHIから発売



「うなぎ」が
高正養魚から発売



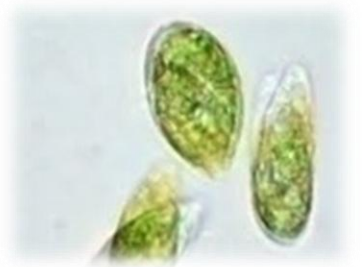
クルマエビが
竹富えびから販売

目指す姿

目指す姿 - 微細藻類ユーグレナを軸に成長を追求

過去10年で拡充してきた事業・収益基盤を活かして、次の10年は微細藻類ユーグレナを起点に新たな成長ドライバーの創出を目指す

~2015年



ヘルスケア

微細藻類
ユーグレナ

バイオ燃料

パーパス
「人と地球を
健康にする」

ユーグレナ[∞]

~2025年

20th
Anniversary
Euglena Co., Ltd.

商業化準備
が完了

バイオ
燃料

微細藻類
ユーグレナ

ヘルスケア

安定収益
の基盤

アグリ

第3の柱
として育成

~2035年

商業プラント
稼働で収益貢献

バイオ
燃料

微細藻類
ユーグレナ

ヘルスケア

深化

安定成長

探索

アグリ

アグリ等、次の
収益の柱を創出

目指す姿 - 両利きの経営

既存事業の強化と微細藻類を起点とした新領域の成長により、2030年度目標の達成と、2030年以降の収益成長を目指す

既存領域の「深化」

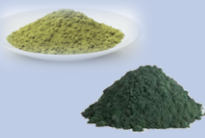
既存のアセットと事業基盤を強化し、
強固で安定的な収益基盤を構築

ヘルスケア事業 (国内)

BtoC
(一般顧客
向け)



BtoB
(企業顧客
向け)



バイオ燃料事業



新規領域の「探索」

微細藻類を起点とした4つの領域で、
新たな価値と市場を創出、成長機会を開拓

ヘルスケア事業 海外展開



ヘルスケア事業 疾患領域 (CKD)



アグリ事業



コンパニオン
アニマル領域

バイオ燃料事業 藻油開発

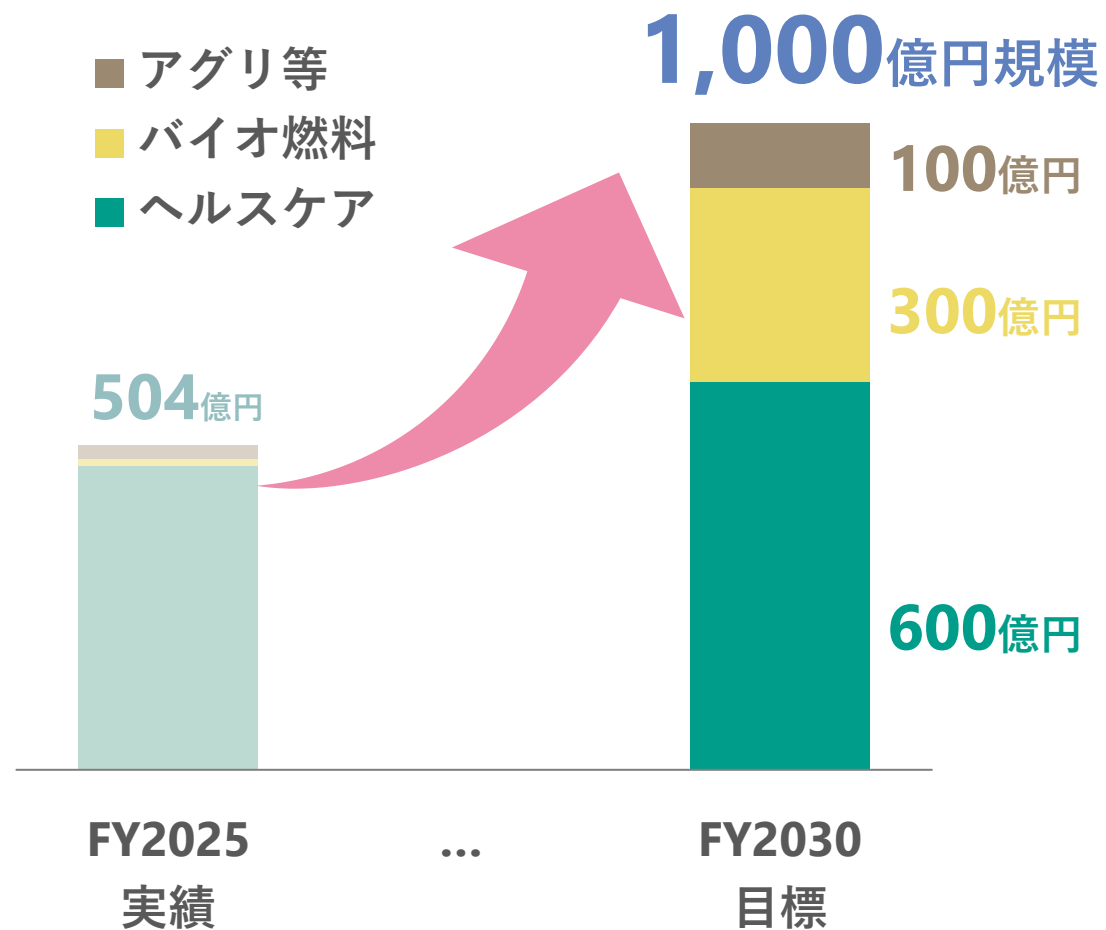


バイオマスの5Fと両利きの経営を
本格始動

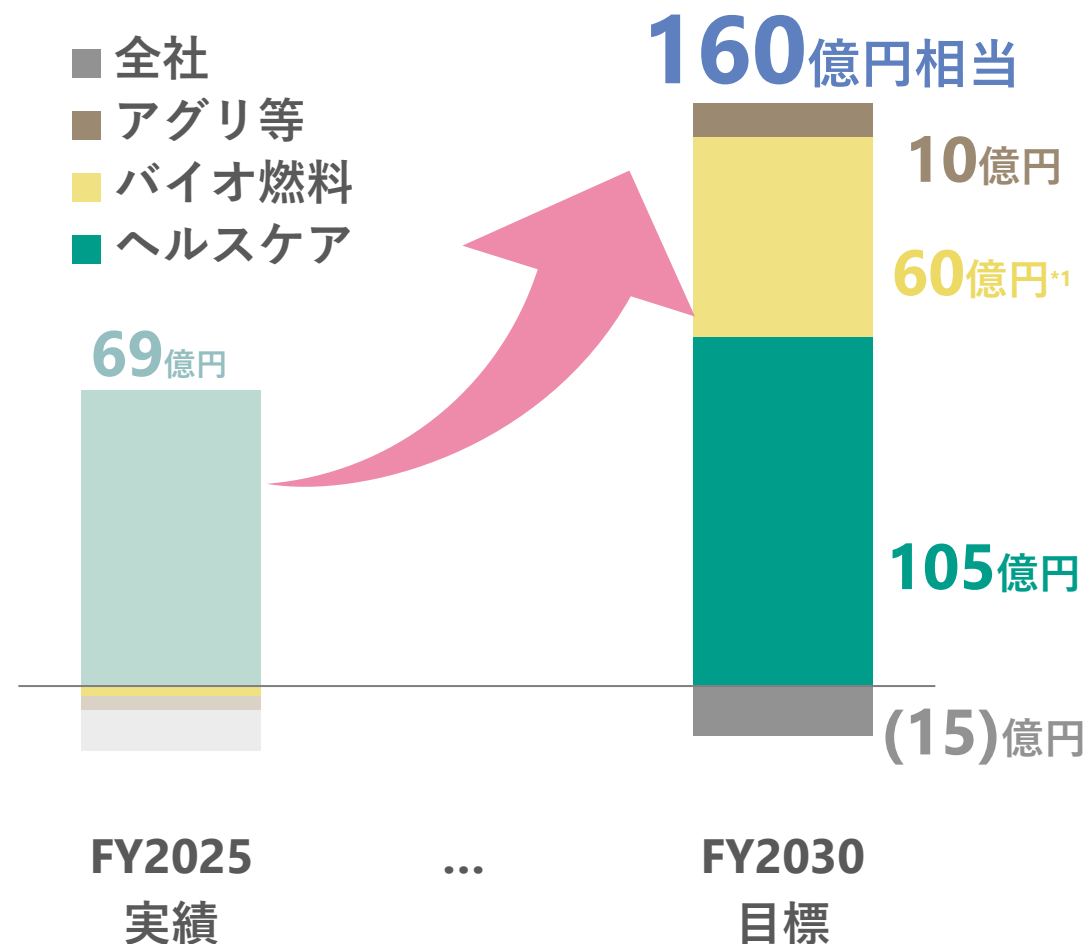
2030年度目標

バイオ燃料商業プラントの本格稼働により、2030年は飛躍的な収益成長を目指す

売上高



調整後EBITDA



バイオマスの5F - 生産量のスケールアップ

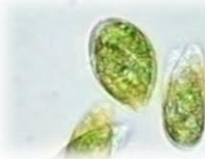
2030年までに生産量を3倍程度に拡大

2030年代に微細藻類由来バイオ燃料と脱脂藻体活用による代替肥料・飼料の本格展開開始を目指す



微細藻類由来
バイオ燃料
(藻油)

代替肥料・飼料



微細藻類
生産量

生産量拡大に伴い
生産コストも低減

3倍

機能性肥料・飼料
ファインケミカル（化粧品・高機能原料）

食品

2025年

2030年~



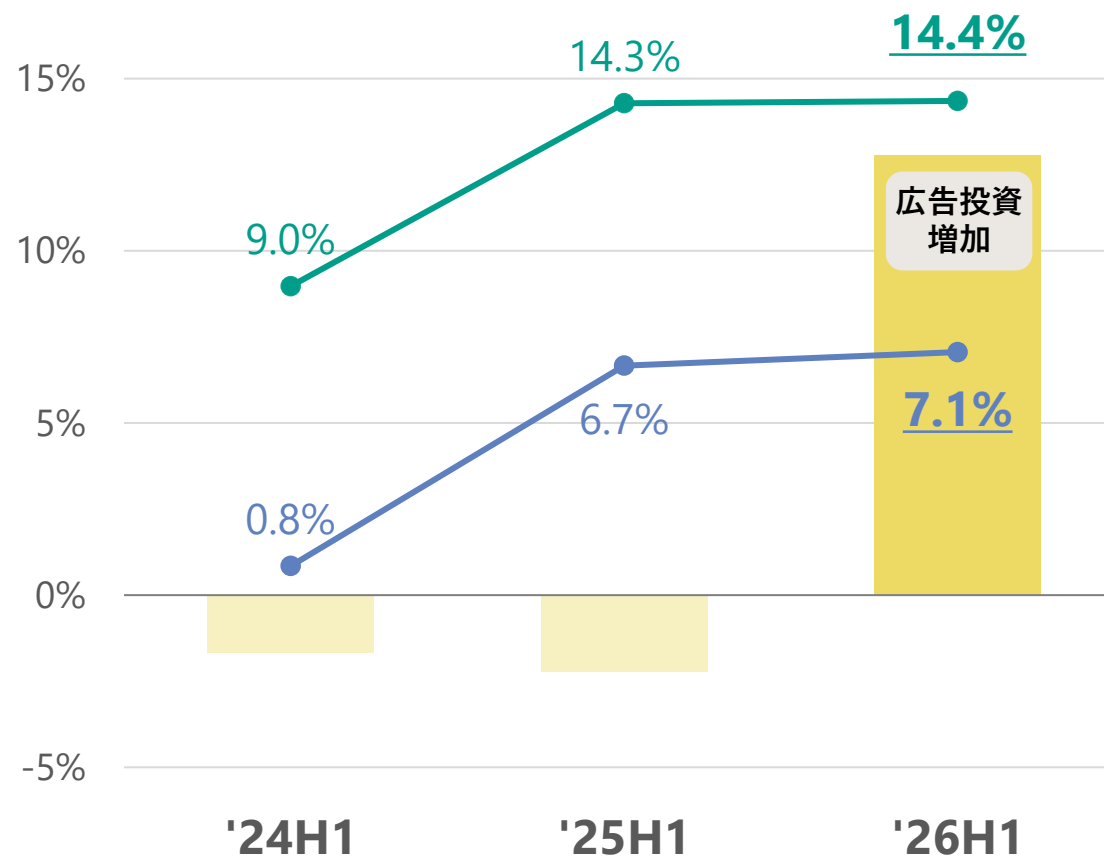
補足資料

広告投資と利益率

広告投資を拡大しつつ
利益率は維持・改善

“守りの黒字化”から、
“攻めの黒字体質”へ

■ 広告宣伝費増減率(YoY) ● 調整後EBITDAマージン ● 営業利益率

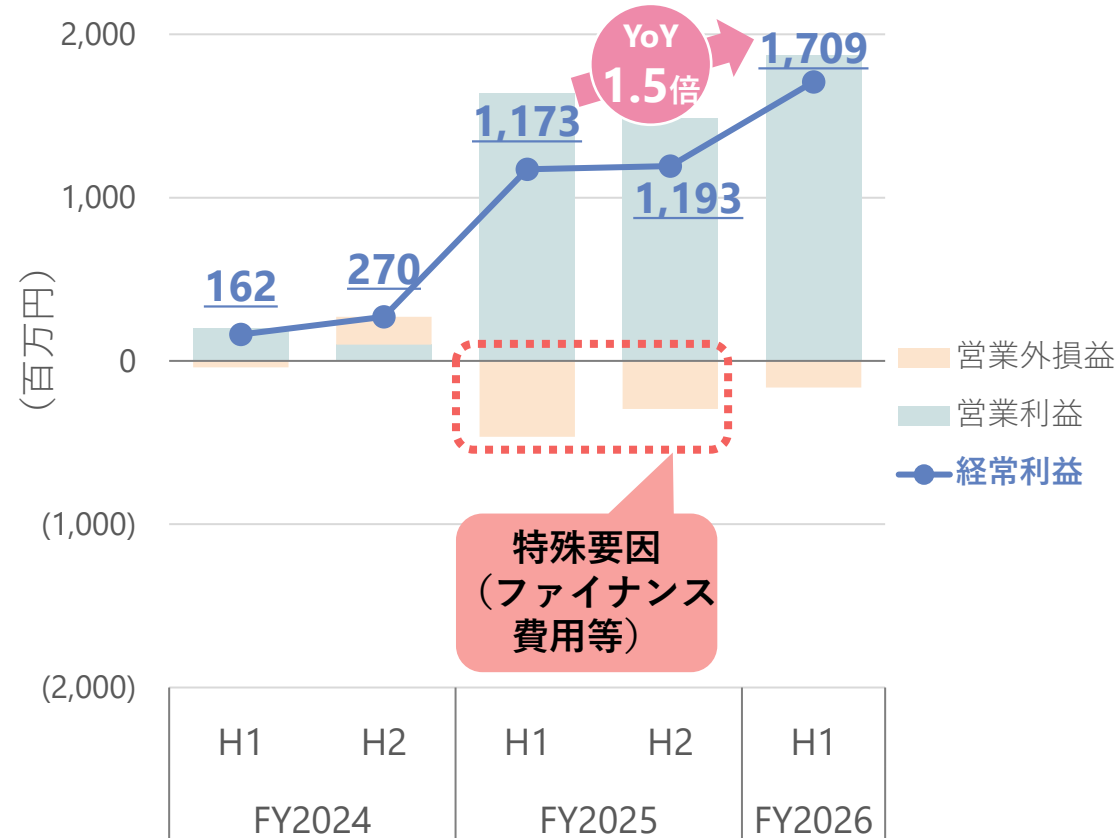


経常利益*1 / 当期純利益*1,2

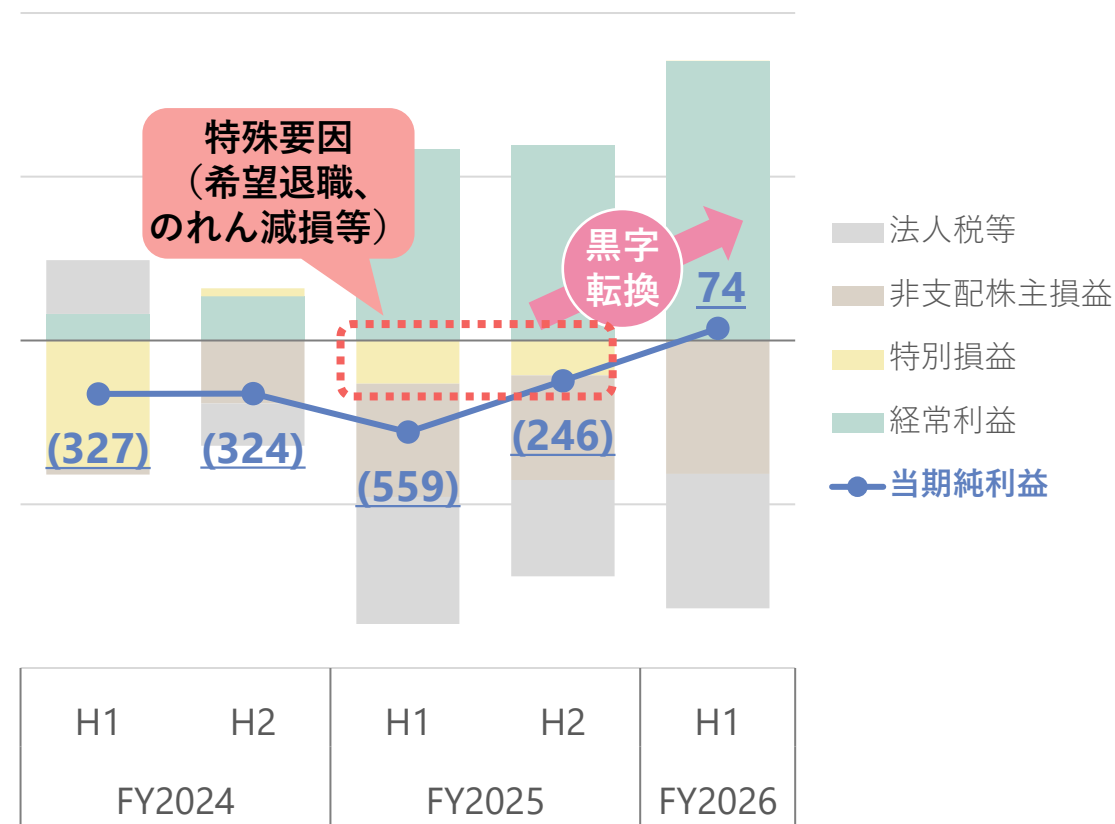
当期純利益は上期ベースで9事業年度ぶりの黒字転換を達成

営業利益の増加と営業外費用の縮小により、経常利益は前年同期比1.5倍へ大幅増加

経常利益



当期純利益

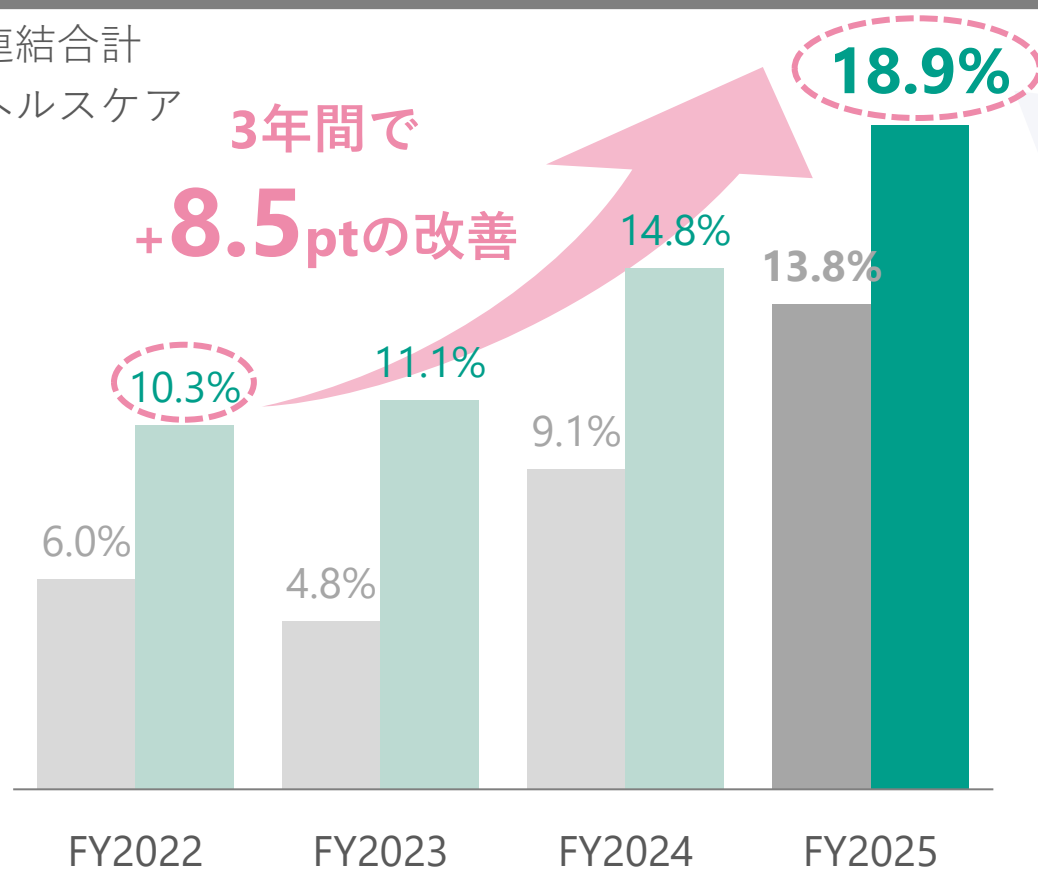


収益構造の劇的改善

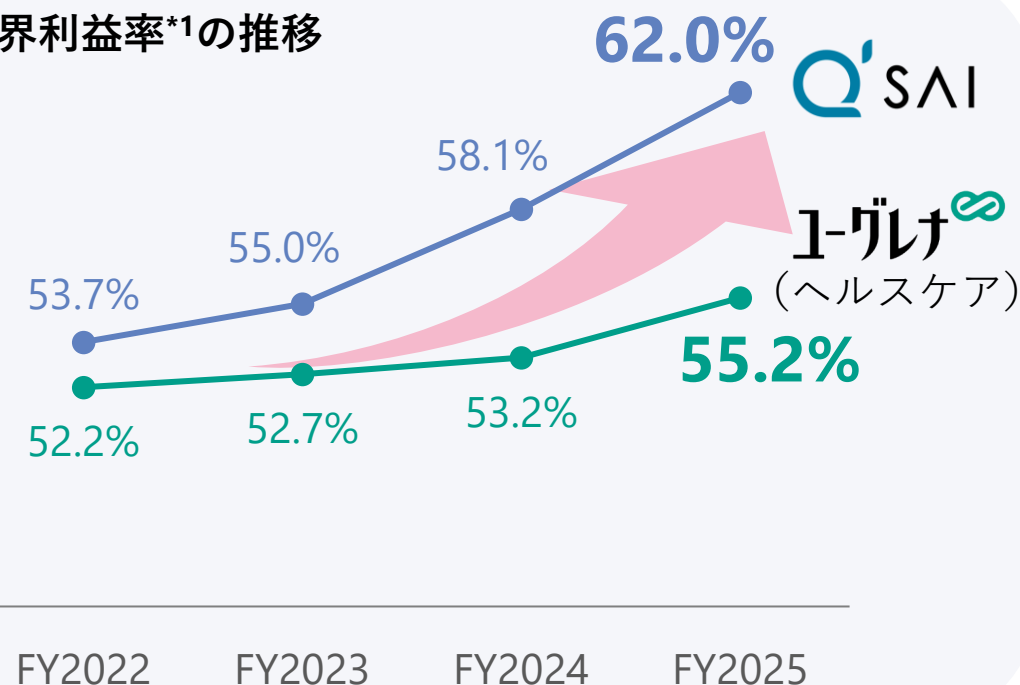
2年にわたる収益構造改革で、調整後EBITDAマージンが劇的に改善
特にユーグレナヘルスケアとキューサイの限界利益率の改善が大きく寄与

調整後EBITDAマージン

- 連結合計
- ヘルスケア



限界利益率*1の推移



主な施策

製品価格改定、隔月定期の促進、工場の生産性改善、物流統合、調達や外部委託の見直し、販促物の最適化、グループ内製化推進、等

*1: 売上高に対する限界利益（売上総利益－広告宣伝費以外の販売費）の比率

子育て世代向けお出汁のヒット

忙しいパパママの「時短×栄養」需要を解決。

ヒットの理由

- 共働き家庭の“時短×栄養”ニーズに刺さる内容
- 料理シーンで再現性UP
- ママ目線の作り方への共感
(火を使わない・冷凍ストック)

お客様の声

手軽に
鉄分補給



考えなくて
良い栄養



2025年9月
投稿動画

2025年11月
投稿動画



法人向け（BtoB） - 微細藻類メーカーとしての原料展開

マルチ機能性素材としてのパラミロンの可能性を追求

「金のユーグレナ」の承継で「免疫機能の維持」機能性表示が追加、研究成果も大幅に拡充

パラミロンの機能性表示素材としてのポテンシャル



緑のユーグレナ



59種類の栄養素

金のユーグレナ

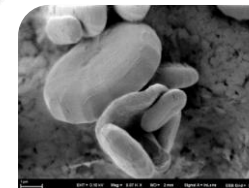


パラミロン高含有

希少成分パラミロン



撮影：青山学院大学
福岡伸一教授



両研究成果を融合し
マルチ機能性表示の
拡充を加速

疾患領域 - 慢性腎臓病（CKD）への挑戦

CKDの進行を抑制するメディカルフード*1としての実用化を目指す

CKDの進行を遅らせるためには、医薬品による治療の他に、**継続的に摂取可能な食品**によるサポート余地も大きい



CKDに罹患した方を対象とした**メディカルフードを開発し**、**ビジネスモデルの確立**へ

事業成長に向けた道筋

Phase 1

医療機関と連携した
検証および商品開発



Phase 2

メディカルフードとして
ビジネスモデル確立



Phase 3

医療関係者等の認知向上を
通じて、より多くのお客様へ

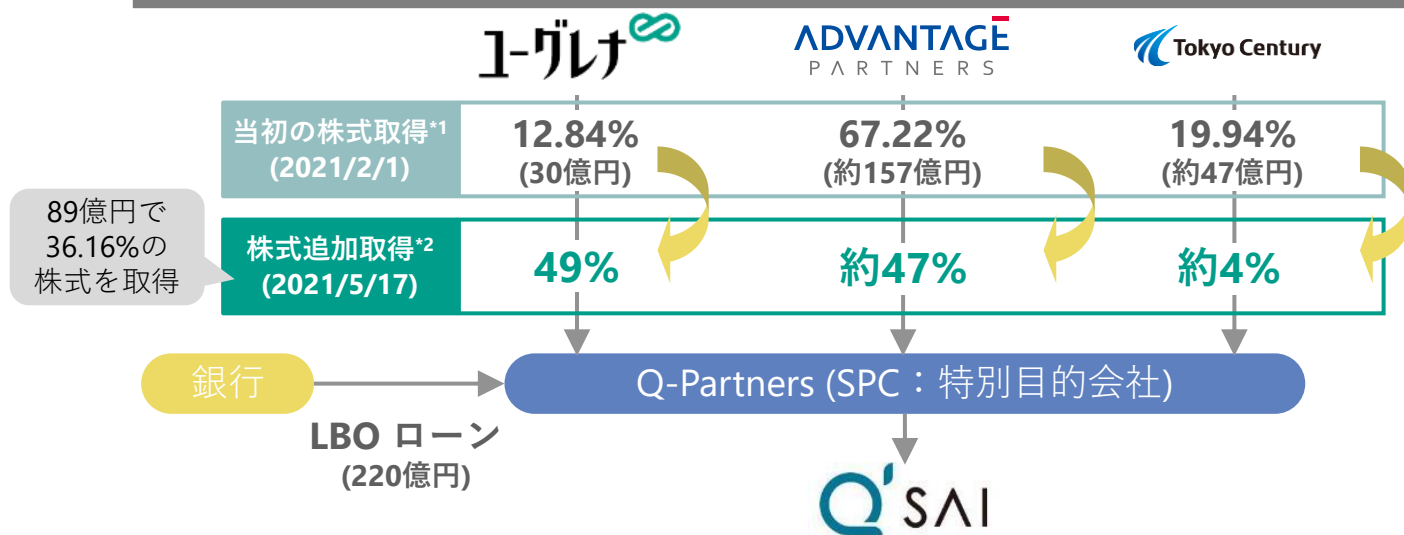


2030年代前半に
100億円超規模
を目指す

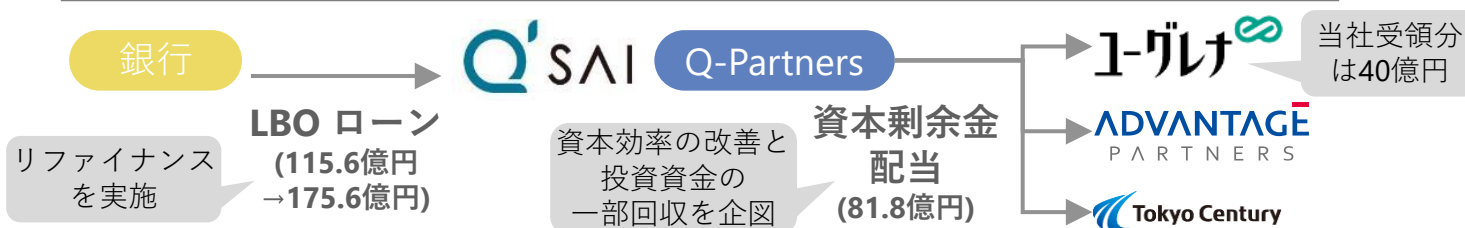
キューサイ - 連結子会社化ストラクチャーおよび資本政策

‘21年に119億円で49%株式を取得し連結子会社化。M&A関連償却費は約18億円/年。‘25年にリファイナンスと配当を実施し、40億円を投資回収

当社による連結子会社化までの株主構成の変遷（2021年）



キューサイグループによるリファイナンス&配当（2025年12月）



他株主の保有株式に関するメカニズム³

①：当社によるコール・オプション

- 当社が、残りの51%株式を約256億円で取得できる権利

②：第三者に対する売却

- 株主の一部又は全部が、連携して第三者に売却（他株主は当社にドラッグアロング権を行使可能）

③：他株主によるプット・オプション

- 他株主が当社に対して、残りの51%株式を約197億円⁴で売却できる権利

*3: 2025年12月の配当実施後の諸条件（資本剰余金配当の実施により、各譲渡価格は減額調整）

*4: キューサイグループの各四半期毎の直近12か月の連結ベースでのEBITDAに応じて約101~197億円の間で変動（2025年末時点では約197億円）

*1: コカ・コーラ ボトラーズジャパンホールディングス株式会社からQ-Partnersが100%持分を譲受

*2: 当社は2021/6/30付をみなし取得日として、キューサイグループを連結子会社化