

ORBIS COMPANY DECK

APR. 2026

INDEX

目次

1	大切にしていること What I value	P-03
2	会社情報 Company information	P-05
3	リブランディング Rebranding	P-10
4	事業改革 Business reform	P-14
5	組織改革 Organizational reform	P-20
6	今後の展望 Future prospects	P-24
7	働く環境 Working environment	P-27
8	採用情報 Recruitment information	P-33



大切にしていること

What I value

誰もが自分らしくいられる社会へ

ここちよさを、自分の基準に。

誰かが決めた“こうあるべき”ではなく、自分にとっての“ここちよさ”を大切にできること。

その積み重ねの中で、自分らしさは育まれていきます。

オルビスは創業以来、一人ひとりが本来もつ力を信じ、その可能性を引き出すために、挑戦を続けてきました。

これまでも、これからも。

自分らしく生きることが、当たり前になる未来へ。

常識にとらわれない視点で、新たな価値を創造し続けます。



会社情報

Company information

COMPANY INFORMATION

MISSION

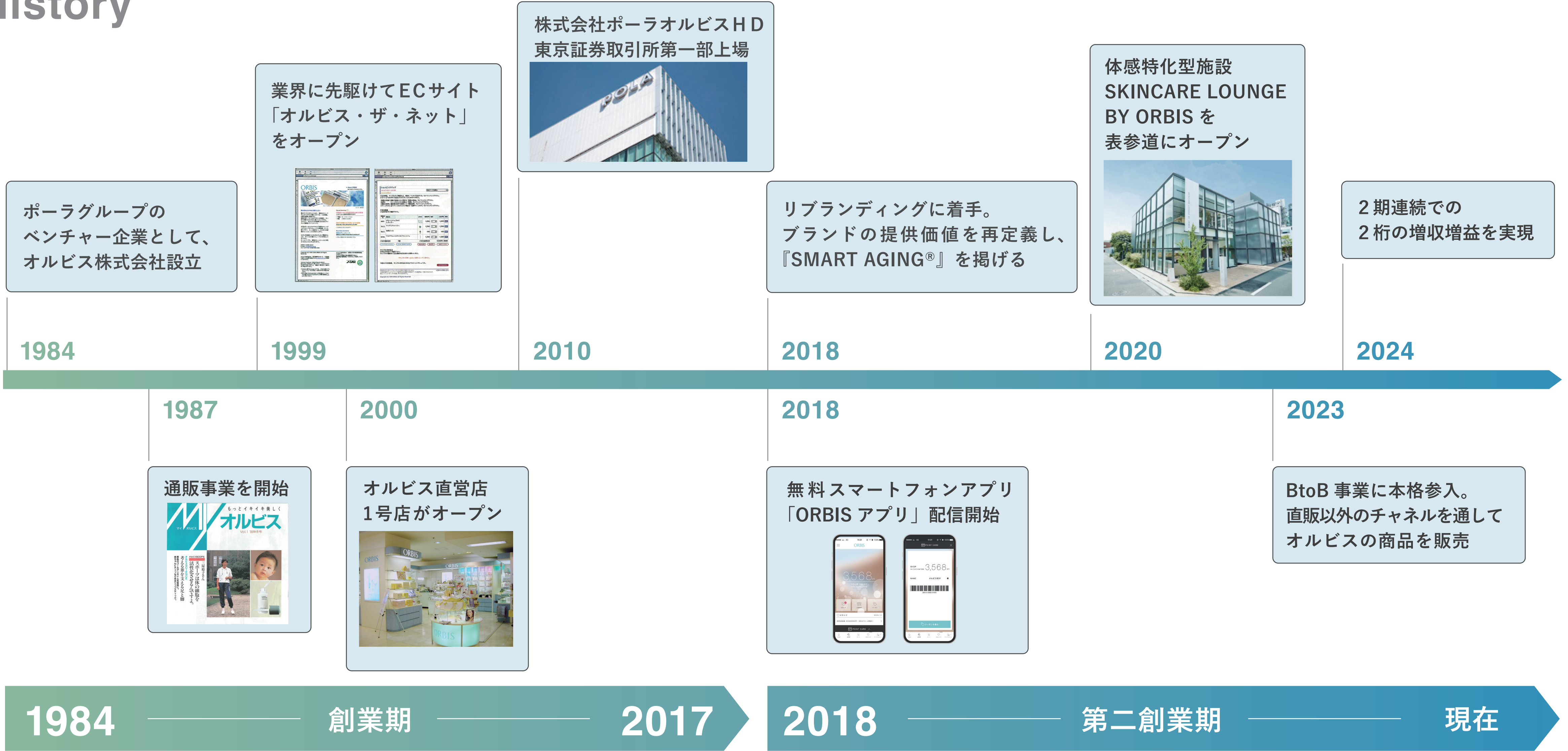
ひとりひとりが持つ美しさが、
多様に表現されるこちよい社会へ。

VISION

常識にとらわれない視点から、
日常文化を美しく創造しつづける。

社名	オルビス株式会社
設立	1984年6月
資本金	110百万円
代表者	代表取締役社長 山口 裕絵
所在地	〒142-0051 東京都品川区平塚 2-1-14
従業員数	1,087名（2025年12月末現在）
事業内容	化粧品、栄養補助食品、 ボディウェアの企画・開発および通信販売・店舗販売
事業所	・本社 / 東京都品川区 ・オルビス流通センター / 埼玉県加須市、兵庫県西宮市 ・オルビス直営店舗 / 全国 93 店舗（2025年12月末現在）

History



1984

創業期

2017

2018

第二創業期

現在

常識に捉われない挑戦が、オルビスの原点

1987年、オルビスはポーラの社内ベンチャーとして誕生しました。

当時の化粧品市場は、華やかさや高機能・高価格で価値を競う時代。しかし私たちはそこに疑問をもち、必要なものだけを届けるという発想から、シンプルな包装設計、肌本来の力を“引き出す”オイルカット処方、通信販売を中心とした新しい購買体験など、これまでにない価値を打ち出してきました。

常識にとらわれず、本質的な価値を追求して挑戦し続ける――。

この姿勢こそがオルビスのアイデンティティであり、今も変わらず息づく創業スピリットです。



あんぱんの包装から着想を得たピロー包装

D2Cブランドのパイオニア

当時、化粧品は対面販売が主流の時代に、オルビスはカタログを中心とした通信販売の業態で市場に参入しました。

業界に先駆けてフリーダイヤルを導入し、1品からの送料無料、代金後払い、返品・交換の受付など、「お客様視点」を軸にした革新的なサービスを次々と実現していきました。

1999年にはいち早くECサイトを開設し、2000年には満を持して直営店舗の運営を開始。創業時から30年以上にわたり蓄積してきた顧客データを活用したダイレクトマーケティングは、今なおオルビスの確かな強みとなっています。



3

リブランディング

Rebranding

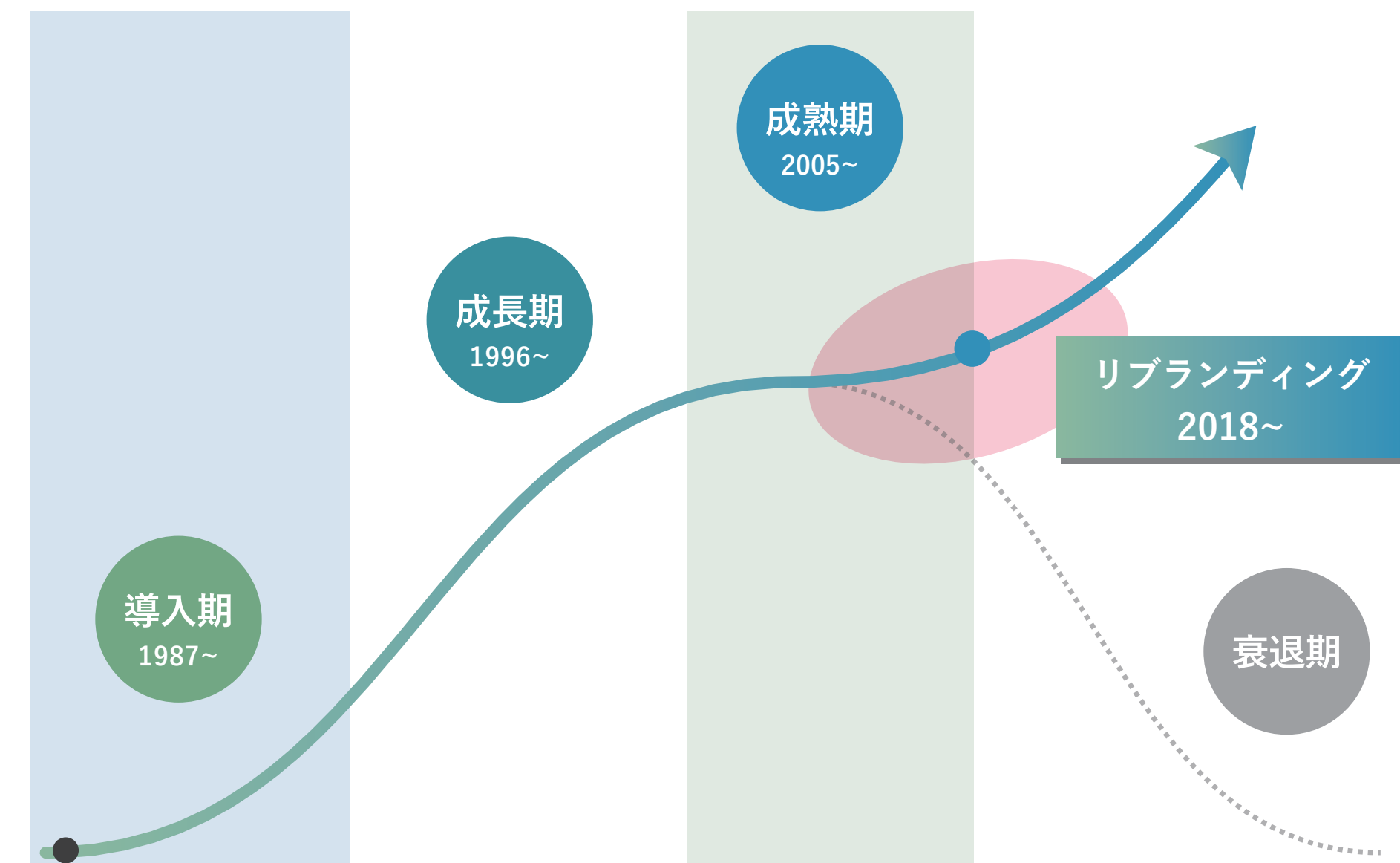
Rebranding

成熟期から、さらなる飛躍へ 利益率 18% を実現している中、リブランディングに着手

創業以降、オルビスは化粧品を皮切りに、健康食品やボディウェアなど幅広い商品を展開し、“総合通販会社”としてお客様にご支持いただけてきました。

しかし、取り扱い領域の拡大によりブランドとしての提供価値が見えにくくなり、新規顧客の獲得が伸び悩むなど、売上の成長にも停滞が生じていました。

こうした状況と真摯に向き合い、高い収益性を維持しながらブランドの根本的な再定義を進めるべく、2018年以降を「第二創業期」と位置付け、抜本的なリブランディングに着手しました。



Rebranding

「通販会社」から「ビューティーブランド」への変革

まず、自分たち自身に「我々は何者か」を問い直し、「事業領域」と「提供価値」を捉え直しました。

オルビスは単なる企業ではなく、「ブランド」として価値を届ける存在である。その意識を組織に根付かせるため、事業領域を「ブランドビジネス」へと再定義。

「通販会社」から、お客様の人生に価値を届ける「ビューティーブランド」へと舵を切りました。

そしてその実現に向け、事業と組織の双方を変革する「両輪の改革」が動き出します。

事業改革

ブランディング
(商品・クリエイティブの刷新)

顧客体験価値
(CX)の再設計

組織改革

**行動指針の
明確化**

**評価制度の
刷新**

Rebranding

リブランディングを通じて改めて言語化した、 オルビスの提供価値

SMART AGING[®] (スマートエイジング[®])

人の生き方にひとつとして同じものがないように、一人ひとりの肌も、求める美しさも、思い描く未来も異なります。私たちは、ビューティの多様性と可能性を信じ、人が持つ本来の力を最大限に引き出すことで、自分らしい美しさを育み、こちよい年齢の重ね方を支えていきます。

こうしたオルビスの提供価値を明確に言語化したのが「SMART AGING[®] (スマートエイジング[®])」です。プロダクト、事業開発、マーケティング、人材育成、採用にまで一貫して息づく、オルビスの中核となるブランド哲学です。

4

事業改革

Business reform

Product /Creative Innovation

リブランディングの象徴となる商品

2017年当時は8冠のみだったベストコスメ受賞が、
2018年以降では、725冠（2026年1月時点）にまで拡大し、
ブランドとして大きな進化を遂げました。

ORBIS U



U

Redesigning customer experience value

LTV (Life Time Value = 顧客生涯価値) を最大化し、 お客様の生涯に伴走

新規獲得に偏らず、お客様との継続的な関係を育むことが、ブランド成長の重要な基盤です。オルビスはこの視点を経営の中心に据え、LTV (顧客生涯価値) の最大化を最重要指標として設定しています。データとお客様の“生の声”を統合的に分析し、One to One のコミュニケーションを深化させることで、オルビスにしか生み出せない体験価値を提供していきます。

信頼とこころよい体験を丁寧に積み重ね、長く選び続けていただける存在へ。お客様の人生に寄り添いながら進化するブランドを目指します。



One to one marketing

行動の裏にある“理由”まで解き明かす One to One マーケティング

RFM（Recency＝最終購入日、Frequency＝購入頻度、Monetary＝購入金額）を分析の基盤としながら、診断ツールや読み物コンテンツなど多様な導線を整備することで、“どのコンテンツに触れたか”という行動データから、お客様の価値観や悩みの構造まで深く理解できる環境を構築しています。

こうして得られた“行動”と“理由”をつなぐ因果関係データを、MA（お客様一人ひとりに適切なアクションを自動化する仕組み）やCRM（顧客管理システム）へ連携し、最適な内容・タイミング・チャネルで施策を届けています。

数字と“生の声”を統合しながら、真にパーソナライズされた One to One コミュニケーションを実現しています。



ダウンロード数
約 **655万**
2026年1月末時点

顧客データ数
約 **800万件**
2026年1月末時点

A consistent brand experience

店舗、アプリ、EC、カタログ通販など、 多様なチャネルにおける一貫したブランド体験

スマホで手軽に選びたい方にはアプリや EC を、紙でじっくり検討したい方にはカタログを。

お客様一人ひとりのニーズやライフスタイルに合わせ、最適な顧客接点を柔軟に用意しています。

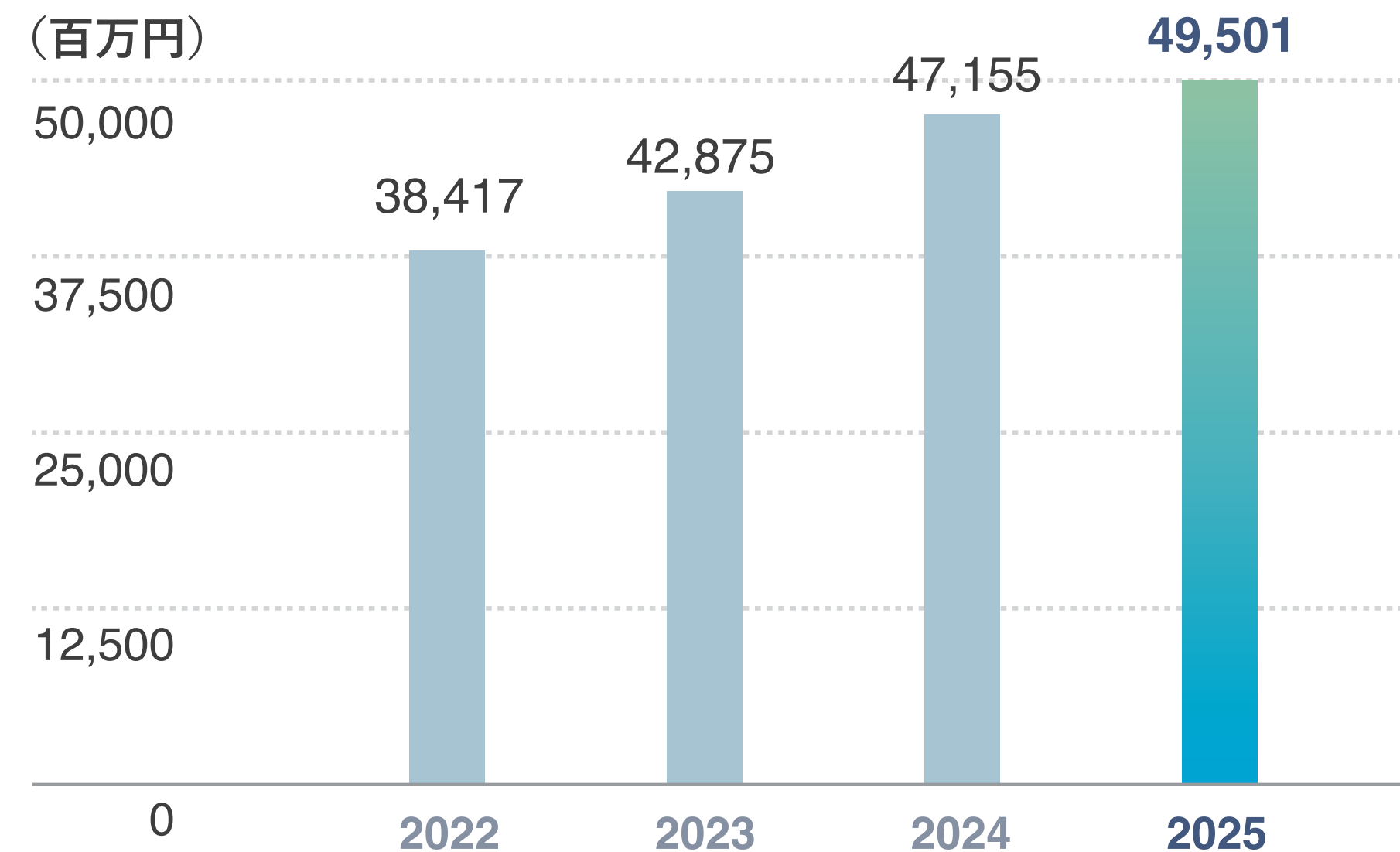
UI/UX から店頭での接客まで、あらゆるチャネルで一貫したブランド体験を設計し、どこからオルビスに触れても、変わらないこちよいい価値をお届けします。



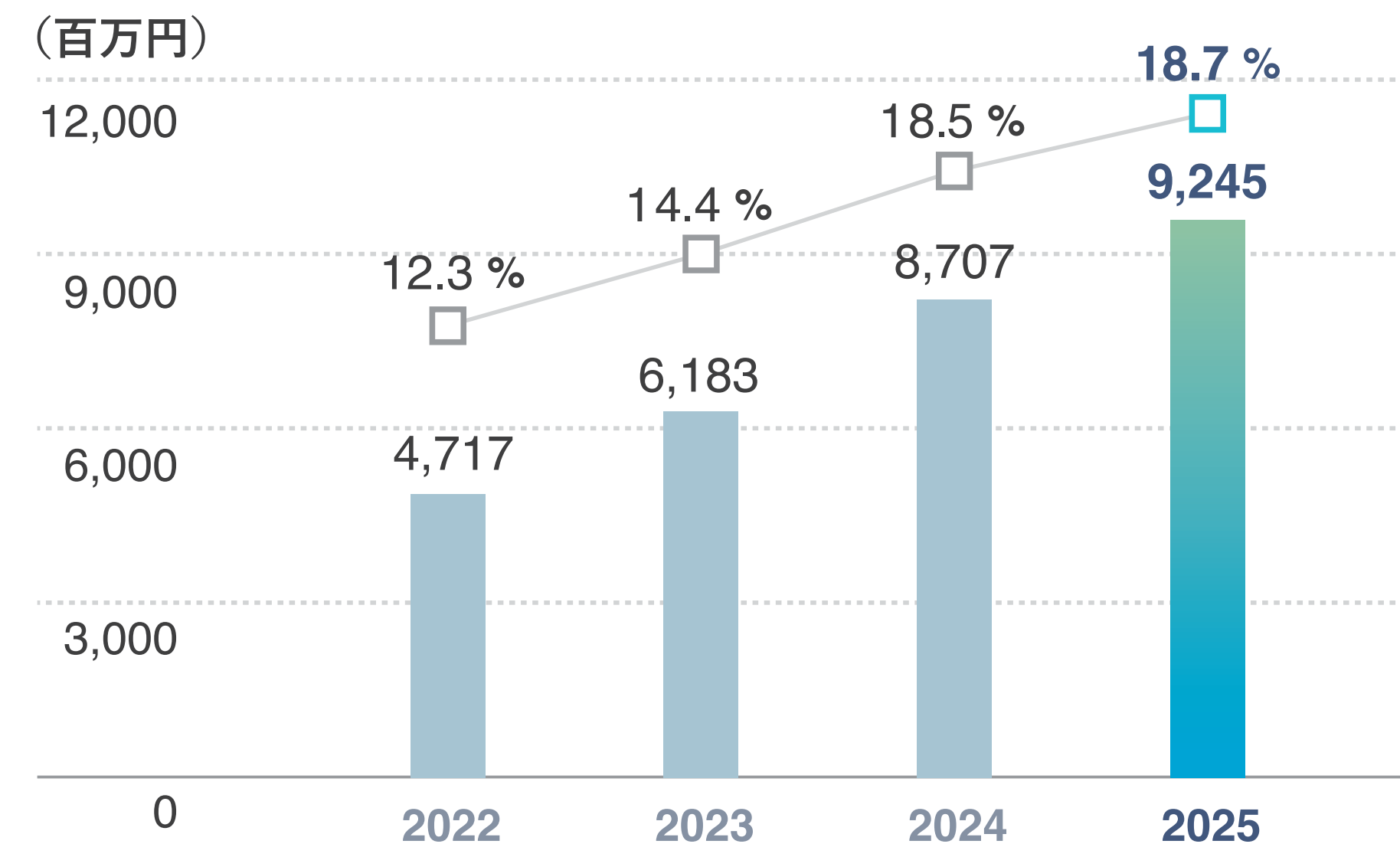
Performance trends after business reform

リブランディングによる成果

売上高

49,501 百万円 (前期比 +5.0%)

営業利益・営業利益率

9,245 百万円 (前期比 +6.2%)

(国内+海外)

5

組織改革

Organizational reform

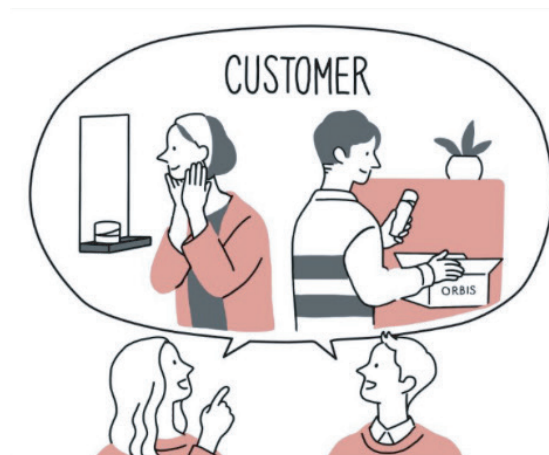
Clarification of action guidelines

新価値創出に必要な組織風土をつくるべく、 行動指針「ORBIS STYLE」をアップデート

社員の挑戦を後押しし、価値創造を高めるカルチャーを育むため、3つの指針を再設計しました。

お客様視点 customer perspective

「成果とはお客様に喜んでいただくこと」という考え方のもと、あらゆる判断を顧客価値への貢献から捉えています。



お客様を主語にする



マーケットにアンテナを

未来志向 future-oriented

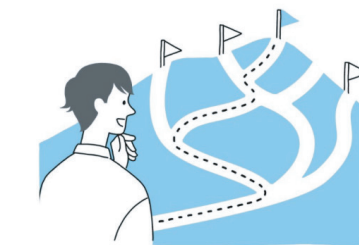
生活者の価値観の半歩先を読み、新しい価値を生み出す姿勢を大切にしています。



学びに貪欲に



ひとつやってみる



本質を言い続ける

オープンマインド open mind

より良い答えにたどり着くために、立場を越えて意見を交わし、互いに学び合うことで挑戦を加速させます。



相手をもっと知る



言葉にすることをやめない



フィードバックで前進する

Renewal of evaluation system

行動指針と評価とを連動させ、行動変容を後押し



行動指針の実践度で評価される基本給

基本給は、オルビスの行動指針である〈ORBIS STYLE〉の実践度を軸に評価します。オルビスとして“当たり前”に大切にしたい行動や姿勢を評価基準に置くことで、日々の仕事に向き合う意識そのものが評価へとつながります。この仕組みは、ブランド理解の浸透やカルチャー形成を支えると同時に、個々の成長を後押しするものです。昇給幅は、年率約2%前後を想定しています。



成果でダイナミックに評価される賞与

一方、賞与は成果に連動する変動型を採用しています。目標達成度に応じて、標準支給額に対し最大200%まで支給される設計です。年次や在籍期間に左右されず、実績をフェアに評価するため、若手社員がベテランを上回る評価を得ることも珍しくありません。社員の挑戦と成果に、しっかりと応える評価制度です。

Introduction of incentive system

成果が次の成長につながる3つのインセンティブ施策

My Career Select

(手挙げ異動制度)

評価基準を満たし、成果を発揮した社員が異動を希望した場合、その意思を尊重して希望を「100%」実現します。異動せず、現在の環境で挑戦を続ける選択も可能です。キャリアを自ら選び取る姿勢を、制度として支えています。

ORBIS Style Rewardt

(インセンティブ支給制度)

成果に加え、行動指針「ORBIS STYLE」に基づいた日々の行動も評価します。主体的な取り組みや挑戦する姿勢など、発揮された価値に対し、給与へ上乗せする形でインセンティブを支給しています。

Bravo Table

(食事インセンティブ)

日常的に経営陣とのコミュニケーションが活発なオルビスでは、成果をあげた社員を称え、少人数で食事を囲む「Bravo Table」を行っています。フラットでカジュアルな雰囲気のもと、立場や部門を越えて、経営陣と自然に対話できる場です。



今後の展望

Future prospects

Future prospects

自分らしく、美しくありたい、 すべての人に寄り添う生涯ブランドへ

昨今、多くの化粧品メーカーが「高価格帯」へと舵を切るなか、オルビスは“すべての人に寄り添う”という原点に立ち返り、より幅広い価格帯への展開に挑戦していきます。

従来培ってきたダイレクトマーケティングの強みに加え、BtoBや小売での接点を広げることで、より多くのお客様にオルビスの価値を届け、多様な美しさや可能性が広がる“ここちよい社会”の実現を目指します。

常識にとらわれず、しなやかに変化し続けること。

創業時から受け継がれてきたオルビスらしさは、この先も変わることはありません。



Future prospects

ブランドの根幹を守りながら、 機能とチャネルをさらに拡充

更なる高付加価値化

新たな戦略商材
の発売を計画

ブランド
プレゼンス向上

ベースメイク拡充



クロスセル強化

ブランドの根幹



高機能・
高付加価値
スキンケア

外部チャネルでの展開



専用商材拡張

素肌領域
商品展開

認知拡大・潜在顧客獲得



顧客接点拡大

化粧品専門店
ドラッグストア
外部EC等



働く環境

Working environment

Look at the numbers

挑戦から未来を生み出す、オルビスのカルチャー

オルビスでは、2018年以降の「第二創業期」を通じてブランドの提供価値を見つめ直し、変革を続けてきました。挑戦を歓迎する「未来志向でオープンマインド」なカルチャーのもと、年功序列にとらわれない若手登用や、裁量を持って働きながら成長を実感できる環境が広がっています。

最年少 TF リーダー

3 新卒入社
年目



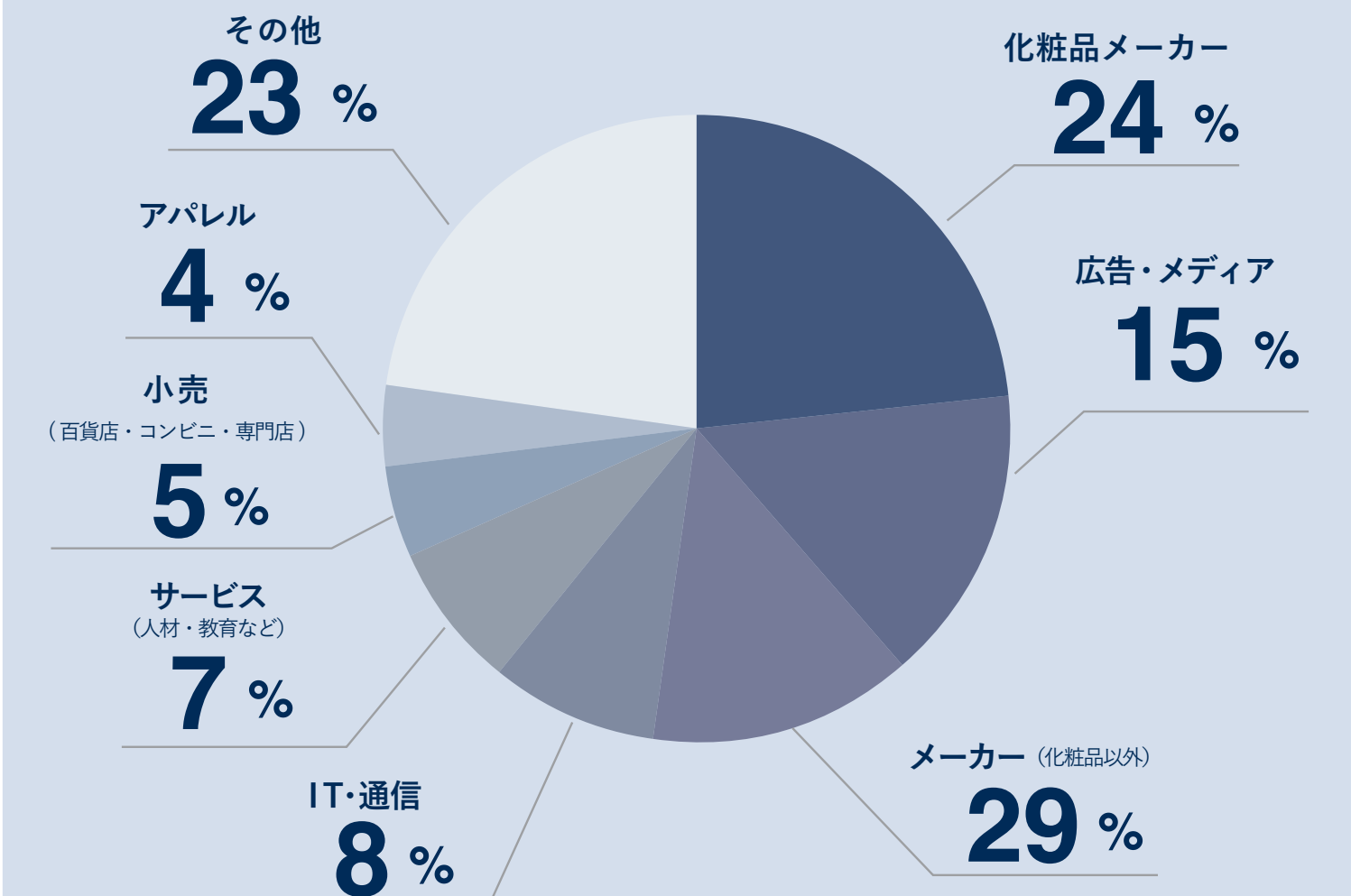
2026年4月時点/本社員データ

管理職の最少年齢

最年少部長 **31** 歳
最年少課長 **27** 歳

2026年4月時点/本社員データ

中途社員の出身業界



2025年10月時点/本社員データ

年商500億を生み出す少数精鋭の組織

(本社員数)

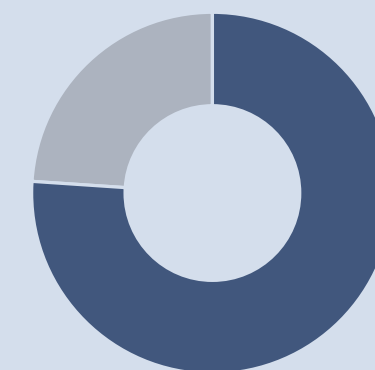
340 名



2025年12月末時点

新卒・中途比率

新卒 **24** % 中途 **76** %



2025年6月末時点/本社員データ

Human resource development



アサインファースト型で 若手マネジャーを育成する

組織においてマネジャーの存在はとても重要です。そこでオルビスでは、“アサインファースト”型の早期マネジャー育成プログラムを導入しています。リーダーの素質を持つ社員に対し、1年間アシスタントマネジャーとしての役割を担ってもらい、実務を通じて成長する機会を提供する取り組みです。「まずやってみる」ことで経験の幅を広げ、実践の中から学びを深めてもらうことを目的としています。



部署横断型プロジェクト 「タスクフォース」

オルビスには、通常業務に加えて、異なる部署・職種でメンバーで重要テーマに取り組む「タスクフォース」というプロジェクトがあります。少数精鋭で課題に向き合うからこそ、専門性を深めるだけでなく、新しい視点や発想を得ながら、自身の可能性を大きく広げる経験ができます。

The amount of discretion



新卒入社 6 年目 で
商品の全体戦略を担う
MD **グループマネジャー** 就任



広告代理店から転職し
中途入社 5 年目 で
新規顧客獲得の **部長** に抜擢



新卒入社 3 年目 でシニア世代向け
スキンケアブランドを率いる
「タスクフォース」リーダー に抜擢



中途入社後、CRM **配属 3 か月** で
メンズブランドの **「タスクフォース」** にアサイン
担当領域を越境し、マーケティング全体に携わる

Look at the numbers

確かな基盤と信頼が、次の挑戦を支える

オルビスは、ポーラ・オルビスホールディングス傘下の基幹ブランドとして、強固な事業基盤と安定した収益力を有しています。長年にわたり築いてきたお客様との信頼関係のもと、約 800 万件の顧客基盤と CRM を軸に継続的な収益基盤を確立。その基盤と信頼が、安心して働きながら挑戦できる環境を支えています。

売上高

495 億円

前年比 105 %

2025 年実績 (国内 + 海外)

全顧客数

800 万人

一定期間内にオルビス直販でご購入いただいたお客様の総数
2026 年 1 月末時点

ベストコスメ獲得数
(累計)

725 冠

2026 年 1 月末時点

健康経営優良法人 2026 (ホワイト 500)

3 年連続で認定

ポーラ・オルビスホールディングスは、経済産業省が創設した健康経営優良法人認定制度の大規模法人部門において 2024 年度以降は 3 年連続で、「健康経営優良法人 2026 (ホワイト 500)」に認定。



2026
健康経営優良法人
KENKO Investment for Health
大規模法人部門
ホワイト500

営業利益

93 億円

前年比 106 %

2025 年実績 (国内 + 海外)

公式アプリ
ダウンロード数

655 万件

オルビス調べ 2026 年 1 月末合計

IFSCC
(国際化粧品技術者会連盟)

世界 **3** 位

2026 年 3 月時点：学術大会における受賞回数

Working environment

自分らしく力を発揮し、成長と成果を支えるオルビスの制度と環境

Well-being

こころとからだを整える

体調や心の状態など一人ひとりの変化に目を向け、安心して働ける環境づくりを大切にしています。

<主な取り組み>

- ・ ウェルネス休暇
- ・ 定期健康診断
- ・ 乳がん・子宮頸がん検査費用補助
(一定年齢になれば定期健診内で無償)
- ・ 婦人科クリニック受診補助やピル・鎮痛剤処方補助
- ・ 心身の相談窓口



Work Designing

成果を生み出す、しなやかな働き方

仕事と私生活を無理なく両立しながら、一人ひとりが力を発揮できる柔軟な働き方を実現しています。

<主な取り組み>

- ・ フレックスタイム制
- ・ 出社とリモートワークを組み合わせたハイブリッドワーク
- ・ 時間単位の有給休暇
- ・ 特急通勤可



Working environment

Comfort Office

ここちのいいオフィス

働きやすさだけでなく、自然とここちよさを感じられる環境づくりを通じて、チームの一体感や新しいアイデアが生まれるオフィスを目指しています。

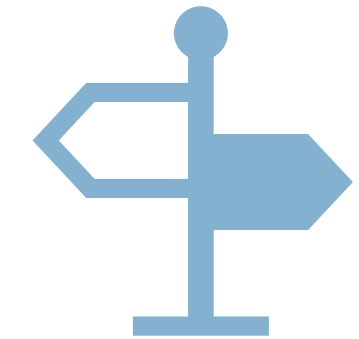
<主な取り組み>

- ・ 入社時の飲食支援・従業員食堂・サプリメントバー・目的別ワークブース



LifeStage Support

人生に伴走する

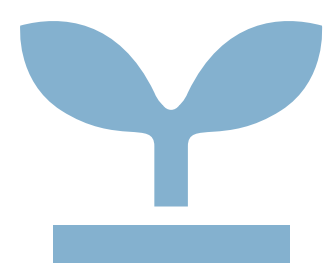


人生の変化に寄り添い、ライフステージが変わっても安心して働き続けながら、長期的なキャリアを築ける環境が整っています。

<主な取り組み>

- ・ 結婚・出産お祝い金・慶弔休暇・配偶者分娩時休暇・育児休業／時短勤務・子の看護／介護休暇・病児保育費用補助・育休復帰者メンタリング

Growth & Development 可能性を育てる



個人の主体的な学びと挑戦がオルビスの未来につながると考え、一人ひとりが視野を広げながら成長できる機会を大切にしています。

<施策>

- ・ セルフラーニング支援
- ・ 書籍補助 / 社内ブックシェルフ・副業制度・ボランティア休暇・カフェテリアプラン（福利厚生メニューの中から付与されたポイント内で好きなものを選択できる制度）

Working environment

多様な個性が重なり、新しい価値が生まれる環境です





採用情報

Recruitment information

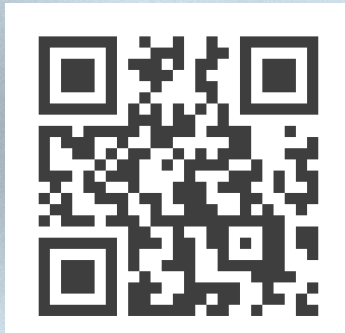
Recruitment information

オルビスで
“あなたらしい”
挑戦を

オルビスについてさらに詳しく知る採用リンク集

新卒採用サイト

URL <https://recruit.orbis.co.jp>



中途採用サイト

URL <https://recruit.orbis.co.jp/career>



求人一覧

URL <https://hrmos.co/pages/orbis/jobs>



オルビスの人やカルチャー

事業にまつわる様々なストーリー

URL <https://recruit.orbis.co.jp/blog-list>

