



Liberta!

Cerulean Tower 5F, 26-1, Sakuragaoka-cho,
Shibuya-ku, Tokyo Japan 150-8512
TEL : 03-5489-7670 FAX : 03-5489-7668
URL : <http://liberta-j.co.jp/>

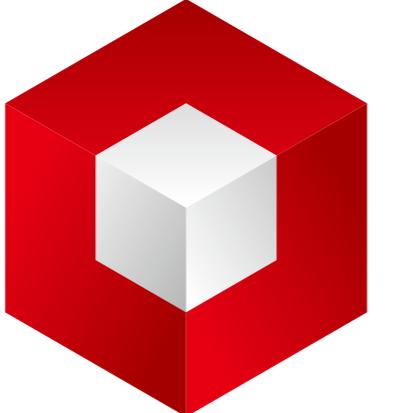
うれしいコト うれしいモノ



Liberta!

Company Profile

喜びの世面白くする企画して



モノへの興味は薄れ、ココロの時代を迎えた近年
必需品という観点は無くなり
ココロを満たしてくれる価値を求められる時代になりました
人々のコミュニケーションは多様化し
心の喜びに対する価値も変化を続けています
物を得る喜びではなく、その物を得ることで得られるココロの喜び
我々は予測不能な未来に向け
不変のニーズである「ココロの喜び」を創造します

喜びは喜びの連鎖を呼び
個から集団へと派生し世の中を面白くさせることができます
自由な発想、自由な発言ができる
社内文化により生み出される喜びのアイデアを形にし
人と社会と地球環境に貢献していきます

株式会社リベルタ
代表取締役 佐藤 透

Liberta!

CONTENTS

目次

- P.2 代表挨拶
- P.4 目次 / 会社概要
- P.5 役員紹介
- P.6 経営理念
- P.7 沿革
- P.8 事業概要
- P.10 ビジネスマodel
- P.12 商品企画
- P.14 コスメ事業
- P.16 トイレタリー事業
- P.18 機能衣料事業
- P.20 腕時計事業
- P.21 ヘルス＆ビューティー家電事業
- P.22 販路
- P.24 マーケティングPR
- P.26 企業文化
- P.28 コーポレートガバナンス
- P.29 リスクマネジメント
- P.30 社会貢献
- P.31～ サステナビリティ経営への取り組み

COMPANY

会社概要

会社名 : 株式会社リベルタ

本社所在地 : 東京都渋谷区桜丘町26-1セルリアンタワー5F

設立 : 1997年2月12日

資本金 : 207,789,000円(2024年4月時点)

代表取締役 : 佐藤 透

取締役 : 二田俊作(専務取締役)、筒井安規雄(常務取締役)、栗林聰一、山下耕平

取締役(監査等委員) : 阿部洋(社外)、山本龍太朗(社外)、海野容子

関連会社 : 上海李瑠多貿易有限公司(子会社)

VIVAネットワーク株式会社(子会社)

ファミリー・サービス・エイコー株式会社(子会社)

フジアンドチェリー株式会社(子会社)

株式会社アフラ(子会社)

LIBERTA USA INC.(子会社)

事業内容 : 美容・日雑・機能衣料商品の企画販売

輸入腕時計日本総代理店業務、通信販売業務

PRマーケティング企画業務



代表取締役 佐藤 透



専務取締役 二田 俊作



常務取締役 筒井 安規雄



取締役 栗林 聰一



取締役 山下 耕平



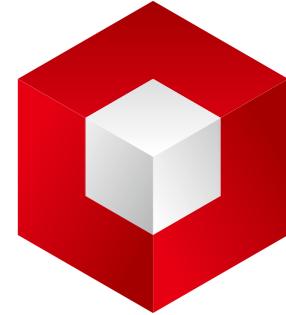
社外取締役(監査等委員) 阿部 洋



社外取締役(監査等委員) 山本 龍太朗



取締役(監査等委員) 海野 容子



Liberta!

VISION

経営理念

喜びを企画して
世の中を面白くする

人々にとって「喜び」こそ万国共通の永遠なるニーズ

こんな商品が欲しかった!という商品と人が出会い、使用する喜び

それをまた誰かと共有する喜び、様々な企業とともに生み出す喜び

満足・感動・感激・感謝にとどまらず

ワクワク!ドキドキ!お!わお!という感覚的な喜びを

世界中に商品を流通させるマーケティングのプロフェッショナル企業として

喜びという刺激を世界中に届けていきます

既成概念や常識にとらわれず、学歴、職歴、国籍、年齢問わず

積極的に雇用し個を認め合いながら

自由な発想と創造により無限の可能性をもった企業へと成長するよう

社名は自由を意味する「Liberta」と名付けられました

HISTORY

沿革

創業当初の通信販売会社への卸売から

国内店舗展開、海外展開へと拡大成長



リベルタは セルフ販売時代の 商品企画会社です

セルフ販売の時代に適したノウハウ

接客を行いモノを売る時代は終わり、

説明が必要な商品は店頭で売れない時代(価格訴求の時代)。

リベルタは、時代に合わせ接客や説明をしなくても

「欲しい！」と思える商品(価値)作りを行っています。

小売業界の効率の追求により、生活者が物を購入する流れが大きく変化しました。

その最も大きな現象が「セルフ販売」です。販売員がお客様の目的や用途をお伺いし、提案やお勧めする接客形態は無くなり、百貨店からコンビニ、更には通販までもが、お客様自ら商品を探し、商品の購入を判断して自身でレジまで持っていく。

その間、なんら商品説明ではなく、他の商品とどちらが良いのかの判断もお客様任せになりました。

この大きな変化に対応するためには、メーカー自らがお客様に選んでいただく商品を作り出す必要があるのです。

BUSINESS

事業概要

1.商品企画

(企画編集)

継続的に独自のヒット商品を生み出す仕組みや「ヒットの芽」をもとに、業界やジャンルにとらわれることなく様々な商品を企画する「ファブレスメーカー」として、開発は優れた専門製造メーカーに協同(委託)開発。また、価値ある埋もれた他企業商品(素材・技術含む)についても企画や価値を再編集し、マーケティングパートナーとしてヒット商品へ導く事業を行っています。

2.流通販売

1) で企画した商品の販売に関しては、国内の様々なジャンルを取り扱う大手小売りチェーンストア法人との取引や大手問屋との直接取引を実現。さらに、国内のみならず海外60か国以上への輸出を行っています。

※2023年12月期末時点

国内店舗数(店舗卸)

23,700

店舗以上
・通販卸(TV/カタログ/ネット)
・直営3店舗/EC会員約13.1万人

海外店舗数

25,600

店舗以上
60カ国以上の
国・地域と直接貿易

BUSINESS MODEL

ビジネスモデル

ヒットの「芽」を
作り続け育てる



芽を樹木へ
拡販してヒット商品にする



技術や素材を持った企業との連携により
リベルタが独自の商品企画メソッドで
ヒットの芽を導き出し「価値」を創造

少品種大量生産の時代から多品種少量生産の時代への流れを
汲みとったメソッドを、リベルタは創業以来20年以上
実践しています。このため、多様化された趣味趣向に合う商品を
企画販売し、高利益率を実現。
それは多彩なジャンルに及ぶため変化への適応力を有しています。

パートナー

- ・自素材、個性的な素材や材料を扱うメーカー
- ・技術力が高い高品質な物を作るメーカー
- ・モノ作りにこだわる職人
- ・独自性の高い商品を作ったメーカー
- ・SNSでフォロワーが多い個人
- ・自社商品でヒット商品を作りたい企業
- ・業界に影響力の強い文化人やオピニオン
- ・日本の市場を獲得したい海外メーカー
- ・海外の販路を求める企業

Liberta!

- | | | |
|---------------|---------|-------|
| ・コスメ | ・トイレタリー | ・機能衣料 |
| ・Watch | ・浄水器 | ・医療機器 |
| ・生活雑貨 | ・オーラルケア | |
| ・ヘルス＆ビューティー家電 | 他 | |

流通販路

- | | | |
|------------|-------------|-------|
| ・通販会社 | ・ドラッグストア | ・スーパー |
| ・バラエティショップ | ・ホームセンター | ・時計店 |
| ・スポーツ量販店 | ・バイク用品店 | ・百貨店 |
| ・GMS | ・ディスカウントストア | |
| ・家電量販店 | ・コンビニエンスストア | |

「コネクト」広く様々なもの、売れる販路をつなげる

PRODUCT PLANNING

商品企画

「ヒットの芽」を導きだす 欲求をつくっています

独自の「売るノウハウ」は、創業当時の「通販事業」から現在に至るまでのあらゆる知識と経験、実績から知恵を使ったクリエイティブな作業。ヒット商品となりうる新商品の継続的な企画力やマーケティング設計能力を向上させるために、研修制度を構築していきます。

独自の「ヒット商品企画メソッド」

■ 国内でのヒット商品の芽作り

各商品ジャンル別の企画開発により
それぞれ年間に一定数量の新商品を発売。

- ①新商品数
②ヒット商品率=新たに売り上げ増加させる新商品数
(ヒットの芽をつくる)

■ ヒット商品の確率を上げる仕組み

独自の商品企画チャートを活用し、ニッチなニーズがあるか否かを検証しながら選定。売れる根拠作りを行い約一ヶ月のテスト販売を経て、実績を踏まえたヒット商品の芽や販路を決定し展開店舗を増加、販促強化へとむかう。

■ 企画編集力向上のための研修制度

「表現開発シート」と「課題・題材」をベースに実践に近い研修を実施。

商品使用価値 使用場面 ユーザー利益 商品の必要性 商品所有価値 ユーザーの悩み 競合との差別化

▼
ユーザー視点で想像し分かりやすく伝えるスキルを習得

新商品開発の注力テーマ

「安心・安全・健康・衛生・防御」

多角化でも「ニッセンニーズ」への特化

大きな市場では大小さまざまな企業がシェアを奪い合う中、当社はユーザーニーズから、ニッチで競合が少ない市場を狙い国内から海外までの販路へ展開を行います。そのため、競争コストがかからず利益率が高い状態で、商品をヒットへ導き各カテゴリーでシェアを獲得していく事ができます。

削らない角質ケア コスプレ用コスメ バイク用電熱ウエア 塗るデオドラント ミリタリーウォッチ 口臭ケア

▼
ニッチにこそ人々の潜在的な悩みや喜びが隠れている！

新商品のテスト&ロール制度「T・R・M」

新商品を数多く企画販売していく中で、リスクとなりうる問題が
「開発費」「在庫過多」「不良品発生」

当社では、独自ノウハウとして「Test&Roll Marketingスキーム(T・R・M)」を実施することで、リスクを最大限に軽減するだけでなく、絞り込まれた売れる商品へ注力してプロモーション予算を使用し、さらなるヒット商品へと導くことが実現できています。

リスクを最大限に抑制！
合理的な費用投下で効率化を！

売れ行きの良くなった商品は販路拡大し、ディスカウントや海外展開などに方向転換も。



COSME

コスメ事業

削らない角質ケアグッズ、長時間デオドラントクリーム、口臭予防ハミガキなど、
美と健康に関わるニッチニーズに特化した様々な化粧品、医薬部外品等の商品を展開しております。



Baby Foot

履くだけ簡単、足裏つるり。

Baby Foot(ベビーフット)

足の削らない角質ケアアイテム。
足型のパックを1回履いて洗い流すだけで、
徐々に角質が柔軟化、ツルスベ足に！



QB.
Quick Beauty

ニオわない清潔感

QuickBeauty(クイックビューティ)

臭いの原因となる汗と雑菌の繁殖を防ぐ。
ウォータープルーフタイプの
長時間デオドラントクリーム。



恋する♥ハミガキ
+DENTISTE'

スッキリ朝まで口臭予防

DENTISTE'(デンティス)

お休み前の歯磨きでしっかり口臭予防。
自覚めですぐキスできる「恋するハミガキ」。



himecoto

あの人への美しさには秘密がある

himecoto(ヒメコト)

人には言い難い、女性の内に秘めた様々な悩みを“姫の秘め事”とし、
女性のニッチなお悩みに特化した商品を作りたいという思いから誕生。
国内のみならず世界13カ国に展開しています。



DEXT

清潔感を磨く、
大人のエチケットブランド

Dext(デクスト)

成分や素材、洗練された大人の香り、
持ち運びとなるミニマルでシックなデザインが特徴。
相手を気遣いできる大人の男性のための
エチケットケアブランド。



COSCOS

「なりたい」を応援する

COSCOS(コスコス)

『完璧肌』『肌への優しさ』『使えるコスメ』
3つのこだわりを大切にして開発されたCOSCOSは
全ての"なりたい"を応援するメイキャップを中心とした
コスメブランド。



TOILETRIES

トイレタリー事業

浴室のカビ取りに特化した高機能洗剤や高機能洗濯槽クリーナーなど、実用性の高い家庭用洗剤類を展開しております。



カビ取り剤最終兵器

カビダッシュ

頑固なカビの洗浄から防カビ・抗菌まで、浴室のカビに特化した高機能洗剤。その仕上がりはリフォームレベル。



目に見えて効果が分かる洗濯槽クリーナー

カビトルネード

たった一回でカビを剥がし取る! おもしろいほど効果が見える洗濯槽クリーナー。竜巻洗浄と発泡パワーで洗濯槽内のカビや汚れを落とします。



洗技 ARAWAZA

洗いの凄技が生まれる

洗技

洗濯物のしつこい雑菌臭や、クリーニング店でも落ちにくいシミ、靴のガンコな泥汚れなど、ランドリー周りのお悩みをお助けるため、お客様と共に開発していくブランド。



FUNCTIONAL APPAREL

機能衣料事業

猛暑や厳冬など過酷な環境での人々のライフスタイルを補助する、様々なテクノロジーを活用した高い機能性を有する衣料を展開しております。展開する4ブランドは、『LIDEF(リデフ)』(LIDEF=LIBERTA流にLIFEをDEFENCEする)ブランドとして集約しています。



汗と風で驚きの冷感が持続

FREEZE TECH(フリーズテック)

接触冷感の生地に冷感プリントを施すことで、気化熱・接触・プリントの3つの冷感効果を発揮。猛暑対策に特化した「氷撃」ウェアブランドです。



「10秒発熱」驚きの暖かさ

HeatMaster(ヒートマスター)

電熱テクノロジーによるウェアラブルヒーター・ウェア・ギアを搭載。オートバイ専用モデルをはじめ、使用シーンを選ばないモデルまで、様々なニーズに対応します。



ニオわない清潔感

DEODRIZE TECH(デオドライズテック)

画期的なイオンプリントによる、「消臭」機能に特化した臭い対策インナーウェア。体臭を気にせず過ごせる快適な毎日を実現します。



比較にならない暖か肌着

ThermOne(サーモワン)

編み方、糸選び、染色加工方法の独自技術の組み合わせにより驚異の保温力を実現。寒気の強い環境下でも驚くほどの暖かさをご体感いただけます。



WATCH

腕時計事業

腕時計を中心にファッショングループ
ブランドビジネスを展開し、
お客様に満足と喜びを提供する事業です。



SWISS MADE

過酷な環境でこそ真価を発揮するスイス製ミリタリーウォッチ

Luminox(ルミノックス)

米海軍特殊部隊SEALsからの開発要請により人気のミリタリーウォッチ
に成長を遂げた『Luminox』。約25年間暗闇の中でもインデックスと
針が光り続ける独自のルミノックス・ライト・テクノロジーを搭載した
画期的な機能を誇るアメリカ生まれのスイス製腕時計ブランド。

直営店

Luminox TOKYO

東京都渋谷区渋谷1-22-1CHビル1F

Luminox NAGOYA

愛知県名古屋市中区栄3丁目25-39

サカエサウススクエア1FC号室

Luminox OSAKA

大阪府大阪市浪速区難波中2-10-70 なんばパーカス 4F

HEALTH & BEAUTY APPLIANCES

ヘルス＆ビューティー家電事業

毎日仕事や家事・育児など頑張りすぎる人々に癒しを与え、
美容や健康をサポートする家電商品を展開しております。



毎日を頑張るあなたへ、包み込むような癒しを

LaLuna(ラルーナ)

LaLunaとはイタリア語で、「月の女神、癒し、浄化」を意味します。
LaLunaがそばにあることで、あなたと、あなたの大切な人が
笑顔で過ごせますように。そんな想いが込められたブランドです。

SALES CHANNEL

販路

豊富な販路（国内）

国内に様々なカテゴリーのチャネルを有しており、ジャンルに合わせて新企画もしやすく商品に合わせて多様なチャネルへ販売が可能。各種店舗販売に加え4店舗の直営店展開、ECをメインとした直接販売も行っております



世界への販売で得られた経験値と知識、そして販路を活用して**世界各国への販路拡大**。国内で次々に誕生するヒット商品の中から、**海外でヒットする可能性のある商品を選定します**。

展開国の法規制はもちろん、業界特性や商習慣、人種、宗教、文化なども配慮し改善を加え、必要に応じてブランド名も変更しながら発売。中期的視点で目標設定とマーケティング投資を含めた収支計画を立て進めていきます。

豊富な販路（海外）

直接貿易による海外販路を所有。ベビーフットの海外展開を通して海外販売網と地域ごとのプロモーションノウハウを獲得しています。ヒット商品を国内のみならず海外へ拡販することが可能です。

アジア

韓国
台湾
香港
中国
タイ
インドネシア
マレーシア
シンガポール
ベトナム
フィリピン
インド
カンボジア
ミャンマー

オセアニア

オーストラリア
ニュージーランド

ヨーロッパ

ノルウェー
デンマーク
スウェーデン
スイス
フランス
ドイツ
オーストリア
イタリア
イギリス
アイルランド
アイスランド
ベルギー
オランダ
ルーマニア
スロベニア
エストニア
ラトビア
リトアニア
ポーランド
ロシア
キプロス
ギリシャ
ハンガリー

中南米

コロンビア
ベネズエラ
パナマ
メキシコ
チリ
グアテマラ
コスタリカ
ペリーズ

北米

アメリカ
カナダ

アフリカ

モロッコ
コンゴ



▶ **2023年12月末現在 計60か国以上へ展開**

MARKETING

マーケティングPR

お客様に「伝える→伝わる」

リベルタではプロジェクトに合わせた、多種多様なマーケティング戦略を行います。そして商品を長期的なヒットにつなげます。

マーケティングプラットフォーム



マーケティング特化

施策を最重要視し「内製」で特化

「店頭販促物」「SNS」「パッケージ」「店舗入店で体感即売会」など、
お客様の目に触れるタッチポイントを重要視し、気づいてもらう、知ってもらう、
興味を持ってもらう、一言で何か伝える、そして「欲しい！」につなげるまでの
コミュニケーションツールを制作。そのためのデザイン販促チームを体制強化し、
臨機応変に状況に合わせ改善・修正を図ります。



メディアPR

イベント出展などの実施

各商品は発売後、積極的にメディアプロモーションを実施していきます。

雑誌・新聞・TV・WEB・SNSなどへのリリース配信から、広告出稿など
様々なメディアを活用し露出に繋げていきます。

ベビーフットは2008年から情報PRを強化。

多くのTV、新聞をはじめとするメディアに取り上げられ、
2014年ヒットを描いた書籍「女性社員に任せたらヒット商品できちゃった」を発売。
WEBでの「するむけコンテスト」や街頭でのイベント、タレントを起用したイベント、
様々な展示会などあらゆる施策を実施してきました。



足裏ズルむけ & Beautyコンテスト Special



女性社員に任せたらヒット商品できちゃった

カネ、ヒト、コト、ぜんぶなくても奇跡は起こせる！

「ユーザーコミュニケーション」からのブランド育成

ブランド育成する上で欠かせない存在が「お客様」です。当社で長年に渡り売れ続けているブランド全てが、何よりもお客様の喜びを追求し
長く愛用してくれるための施策を続けてきた結果、ファンになっていただいていると自負しています。ファンのニーズや要望を商品改良から
新企画にいたるまで採用することで、一時的な流行で終わらすことなくロングヒットし続けられる秘訣と言えます。CMなどへの費用投下よりも
店舗POP/SNSなどの工夫でコミュニケーションに体力や資金を投下していきます。

売上のロングテール化

(主力商品をロングランでヒットし続けさせる工夫)

NPS指標*
及び口コミ調査の実施

ユーザーコミュニケーションの
実施、及び商品改良の実施

長く多く購入頂ける
ロイヤルカスタマー作り

*NPSとは「Net Promoter Score(ネット・プロモーター・スコア)」の略で、顧客ロイヤルティ(企業やブランドに対する愛着・信頼の度合い)を数値化する指標。
NPSは欧米の売上上位企業(フォーチュン500)のうち3分の1以上が活用していると言われており、アメリカンエクスプレスやP&G、グーグルもこの指標を活用してサービスに対する
ロイヤルティを計測し、日々サービスの改善に務めている。

*1ブランドあたり半年に1回定期開催の【商品リニューアル検討会】を実施。お客様の声から出来た商品やサービスがたくさん！



コーポレートガバナンス

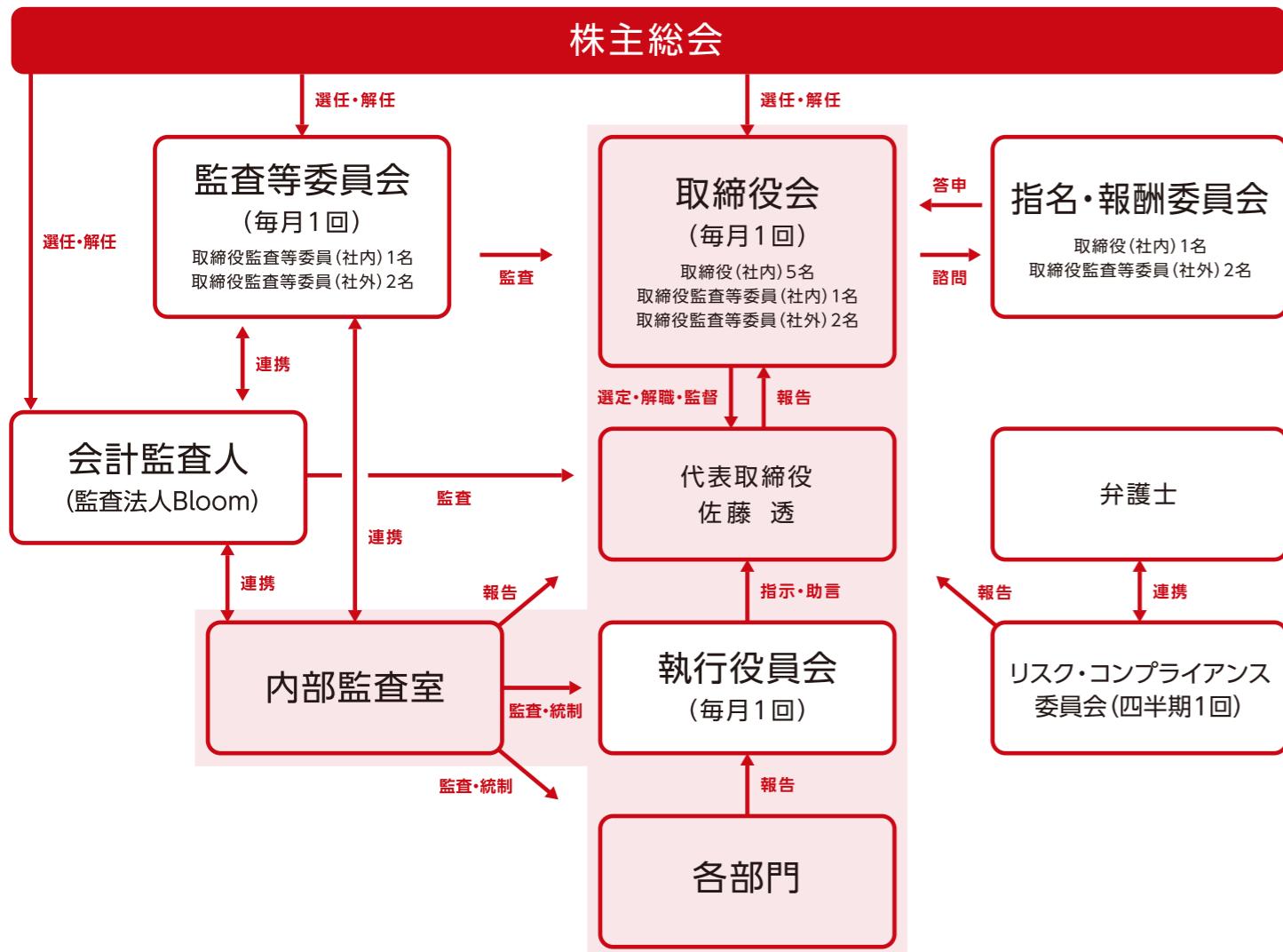
リスクマネジメント

ESG経営への取組み

経営理念を実現するために

■ 独自のガバナンス体制

“信頼を生む企業”として、独自のガバナンス体系で社員が自ら自浄作用を効かせられる会社づくりを目指していきます。



供給責任を果たすことは当社の社会的責任

■ 事業継続体制

当社では、緊急事態においても、従業員の安全を確保しながら自社の事業を継続し、市場へ商品を供給することができるよう、体制を整えています。



健康・衛生・安全・豊かさ

ジャンル・業界を問わずニッチニーズに特化したリベルタのビジネスモデルは、関わる全ての人々の悩みを解消し夢を叶えることにつながっています。健康・衛生・安全・豊かさをテーマに、関わる人々や社会へ貢献することでリベルタは成長していきます。

活動実績

【ヒートレスキュープロジェクトの推進】

“氷撃”クリーリングウェア「FREEZE TECH」は、『ニッポンの夏を涼しく変える!』をキーメッセージとした「ヒートレスキュープロジェクト」を推進しています。「服の力」に着目して、年々過酷さを増すニッポンの夏を涼しくする新常識の発信・取り組みを届けるべく、2021年より始動しています。

・気象庁の“熱中症ゼロへ”的活動への参画

・2018年7月に発生した西日本豪雨の被災地へインナーウェア1000着を寄付
・猛暑の中通勤する人々向けの朝チア“ひんやり応援”イベントの実施
・子どもたちを対象とした“氷撃 SOCCER SCHOOL”的開催
・プロ野球チーム「福岡ソフトバンクホークス」へ夏の練習着を提供
・災害現場で活躍するロープレスキュー隊「JW9PM」へ公式ウェアを提供

【東日本大震災被災地への寄付】

2011年3月11日に発生した東日本大震災から現在に至るまで毎年、家族や大切な人を想う気持ちを伝える川柳を募集し、集まった川柳1作品あたり100円を、「公益社団法人 ハタチ基金」を通じて被災地へ寄付する活動を続けています。

【ピンクリボン運動の実施】

女性従業員が多い当社では、2013年より毎年、従業員やそのご家族にご自身のからだと向き合っきっかけをつくれていただきたいという想いから、従業員向け乳がんセミナー、会社負担による婦人科検診・乳がん検診の実施、乳がん啓発団体への寄付などの、ピンクリボン運動を行っています。

【ゴールドリボン運動への参加】

2013年、2014年に、小児がんと闘う子どもたちを支援する活動「ゴールドリボン運動」のイベントに、子どもも使えるやさしい日焼け止めブランド「RaioS」として参加いたしました。

【LGBTイベントへの参加】

2019年に、「目覚めてすぐキスできる”恋する♡ハミガキ”がキャッチコピーのオーラルケアブランド「デンティス」として、LGBTイベントへ参加いたしました。

サステナビリティ 経営

SUSTAINABLE
DEVELOPMENT GOALS

環境 Environment

環境に配慮した事業活動を通じて、持続可能な循環型社会の実現に貢献します。

【商品パッケージにおける環境保全】

- ・森林認証紙および環境配慮インクの積極採用:全商品にて順次
- ・バージンシールの削減:ベビーフット
- ・リサイクルPET素材の採用:Heat Master
- ・バイオマスインクの採用:FREEZE TECH
- ・プラスチック製から紙製への切り替え:FREEZE TECH(海外仕様)

【バックオフィスにおける環境保全】

- ・請求書、契約書等の各種手続き書面のペーパーレス化
- ・FAX受信のペーパーレス化

【気候変動に対応したライフスタイルの提案】

- ・FREEZE TECHによる熱中症対策の発信(ヒートレスキュープロジェクト)



社会 Social

ビジネスパートナーと共に日本のモノ作り産業を活性化するとともに、従業員が楽しく働き活躍することができ、お客様に喜びや感動を提供することができる取り組みを推進しています。

【従業員に対する取り組み】

- ・ワークライフバランスの実現
- ・ダイバーシティな組織の推進
- ・女性従業員の活躍促進
- ・フェムテックの理解促進

【社会全体に対する取り組み】

- ・サービス品質、商品の品質のさらなる向上
- ・被災地支援や寄付などの社会貢献活動
- ・仕入れ先との共存・共栄



企業統治 Governance

迅速かつ的確な経営の意思決定、業務遂行ができる体制の確立を目指すとともに、コーポレートガバナンスの強化に取り組んでいます。

- ・法令遵守の徹底
- ・情報の保護・管理
- ・リスクマネジメント体制の強化
- ・公正で透明性のある経営
- ・積極的で適正な情報開示
- ・知的財産活動の推進

