
2025年12月期 第2四半期 決算説明資料

2025年8月8日

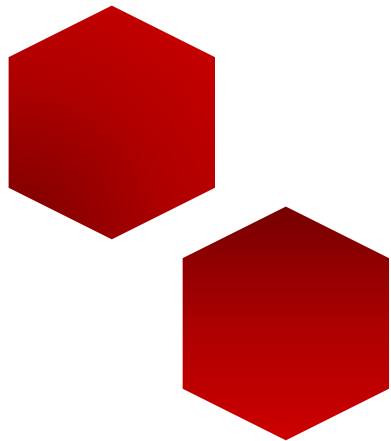


株式会社リベルタ

証券コード：4935

会社概要

Company Profile






1. 会社概要
2. 2025年12月期第2四半期 業績ハイライト
3. 2025年12月期第2四半期トピックス
4. 「氷撃」および「氷撃 α 」プロジェクト展望
5. 株主還元

会社概要

会社名	株式会社リベルタ （LIBERTA CO.,LTD.）	
設立	1997年 2 月	
所在地	〒150-8512 東京都渋谷区桜丘町26- 1 セルリアンタワー 5F	
従業員数	156名（連結） ※2025年6月30日時点	
経営陣	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 聡一
	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 龍太郎
	取締役（監査等委員）	海野 容子
事業内容	美容・日雑・機能衣料商品等の企画販売、輸入腕時計日本総代理店業務	
関係会社	上海李瑠多贸易有限公司、 ファミリー・サービス・エイコー株式会社 、 株式会社アフラ 、LIBERTA USA INC.、株式会社粧和	



グループ一丸となって事業成長を図り、中期経営計画の実現を目指しています。

事業分野	成長の軸	概要
 ファミリー・サービス エイコー株式会社	医療機器 ヘルスケア製品の 企画・開発・製造	産学官連携による医療機器の共同開発 重金属イオンやPFOS/PFOA対応の浄水器事業
 Spura AFURA CO., Ltd	化粧品 OEM/ODM製造	革新的な処方や原料の研究・開発
 Liberta! USA	機能衣料商品等の 企画販売	機能衣料の米国市場拡大
上海李瑠多貿易 有限公司	化粧品等の企画販売	アジア市場への化粧品展開の強化
 NEW! / CLAWA	化粧品/美容器具/ 衣料品/日用雑貨品/ 健康食品の販売	地域卸との連携による販売力 収益力の最大化

- ・長野県長野市に本社を構え、40年以上にわたり医療機器やヘルスケア製品の開発・製造を行う。
- ・産学官連携を通じて、地域医療や健康分野への貢献を目指す。
- ・唯一無二の化粧品を創造することを理念とし、最先端のテクノロジーや原料の研究を重ねている。
- ・アパレルブランドとのコラボレーションや、純国産ヒト幹細胞培養上清を使用した製品開発の実績を持つ。
- ・北米市場への事業展開を担う海外子会社。
- ・米国での販路開拓・パートナーシップ構築に注力しながら、グローバルサプライチェーンを確保。機能衣料商品の海外展開を支える。
- ・中国市場におけるブランド認知と売上拡大を目指し、現地法人として設立。
- ・日本で培った商品企画力と現地ニーズを融合させた製品展開によりアジア市場全体におけるグループの成長ドライバーを担う。
- ・九州を中心に地域密着型の卸売事業を展開し、1994年創業以来、安定した営業基盤と取引ネットワークを構築。
- ・当社グループとの融合により、企画・営業力と卸機能を活かし、販売・マーケティング力の強化に貢献。

喜びを企画して 世の中を面白くする

時代が目まぐるしく変化する近年。
それでも人々にとって「喜び」は万国共通の永遠なるニーズ。

こんな商品が欲しかった！と、商品と出会う喜び、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。

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
商品を買う満足を超えた喜びの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
社名はイタリア語で自由を意味する「Liberta」と名付けました。



多種多様な販路へ流通！
世界 60か国 以上へ展開！



■ 国内店舗数 (店舗卸)

＼ 直近3ヶ月で約5,000店舗増！ ／

2025/12 Q1

2025/12 Q2

35,750

40,750

店舗以上

■ 海外店舗数

2025/12 Q2

26,000

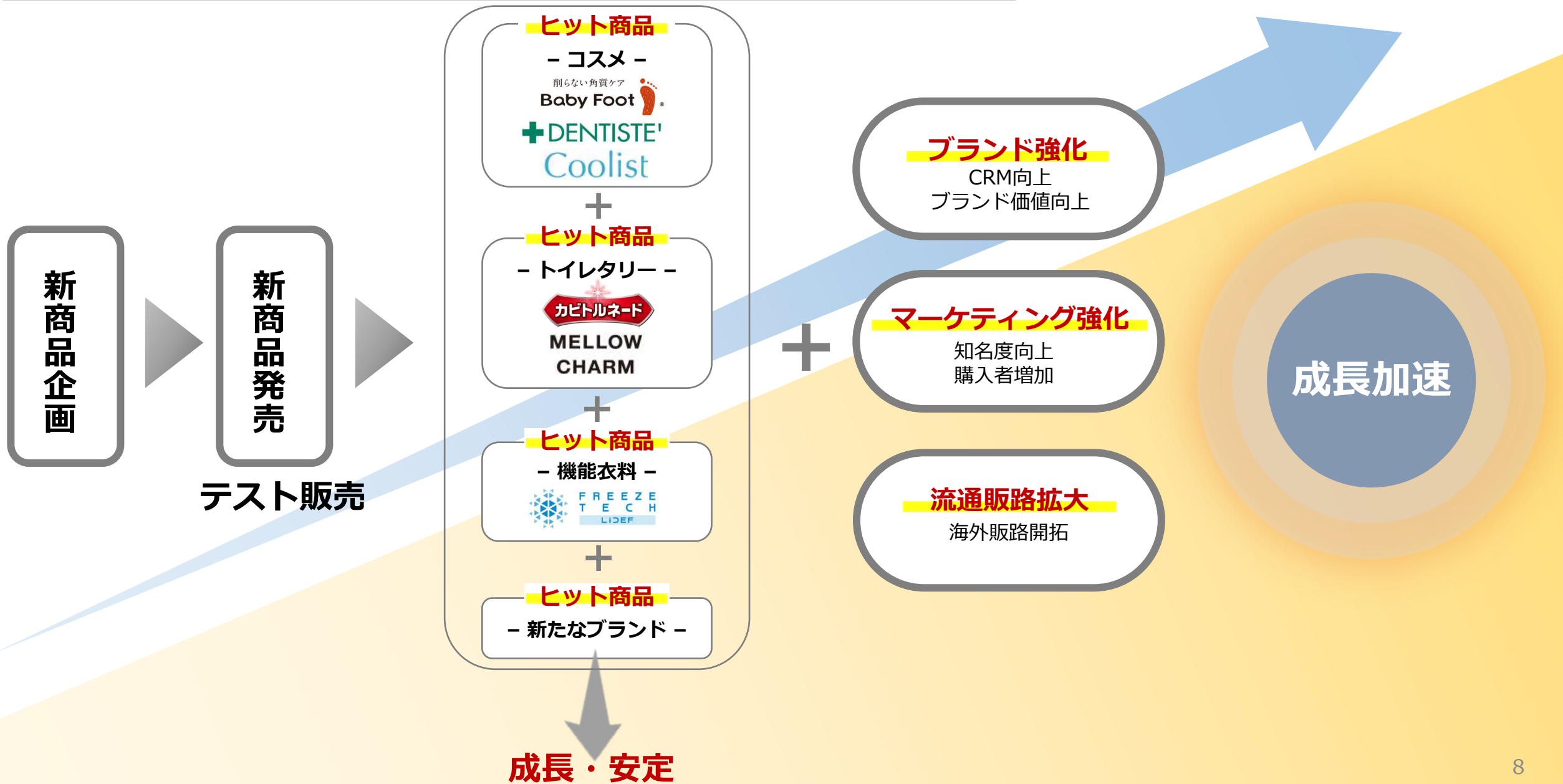
店舗以上

既存ブランドのシリーズ強化に重点を置きつつ、
積極的なM&Aを実施することにより

新たな商品ジャンルの拡大を推し進め、
ニッチトップのヒットブランドを数多く創出します。

※ 店舗数は2025年6月30日時点





コラボレーション・OEM・生地売り・加工売り等、様々な企業様との商品の共同開発も行っています。

※ 2025年6月30日時点



繼續起用決定！



ベビーフット * ブランド概要

“美しい素足づくりを応援したい”という想いで誕生。

「履くだけ簡単、足裏つるり。」をキャッチコピーに、足型のパックを一回履いて、洗い流すだけで、徐々に角質が柔軟化してツルスベ足になる、削らない足の角質ケアアイテム。

創業当初から販売を開始して今年発売29年目となる、当社を代表するロングセラー商品です。

1997年の発売開始より、
シリーズ累計

3,100万個 ※
以上販売

※ 2025年6月30日時点

Baby Foot 

グローバルシェアNo.1を獲得

美しい素足づくりを応援する



「履くだけ簡単、足裏つるり。」図解



デンティス * [ブランド概要](#)

“目覚めてすぐキスできる”オーラルケアブランドの長時間口臭予防ハミガキ。

口臭の原因をしっかりマスキングし、目覚めの朝もスッキリ！口臭予防をサポートする複数種類の植物エキスにより、口内を潤すことで口臭予防を保ちます。

2006年の発売開始より、
シリーズ累計

1,400万個※
以上販売

※ 2025年6月30日時点

+ DENTISTE'

多数の著名人・インフルエンサーも愛用！



継続起用決定！



ブランドアンバサダー Snow Man・渡辺翔太氏



カビトルネード * [ブランド概要](#)

洗濯機周りの清掃に特化した日用雑貨品ブランド「カビトルネード」。
 “竜巻洗浄と発泡パワー”の力で効果が目に見えて実感できる洗濯槽クリーナー
 は、**2021年に「(社)日本洗濯機クリーニング協会」の推奨品にも認定。**
 2022年には『カビやニオイが気になる時に使いたい No.1』『安心感 No.1』
 『知人に紹介したい No.1』※を獲得しています。

※調査会社:日本マーケティングリサーチ機構

2018年の発売開始より、
 シリーズ累計
1,100万個※
 以上販売

※ 2025年6月30日時点



ブランドアンバサダー 藤本美貴氏



カビがめっちゃ取れると
SNSで話題!



クーリスト

* ブランド概要

暑さ対策として夏のさまざまなシーンで活躍する冷感アイテム。

中でも、“塗るネッククーラー”として話題の「アセダレーヌ」は、**累計販売
個数180万個超(※)を記録**し、ブランド内でも圧倒的な人気を誇っている。

フレグランスのバリエーションも豊富で、誰しもが自分のお気に入りを見つ
けられるところも人気のポイント。

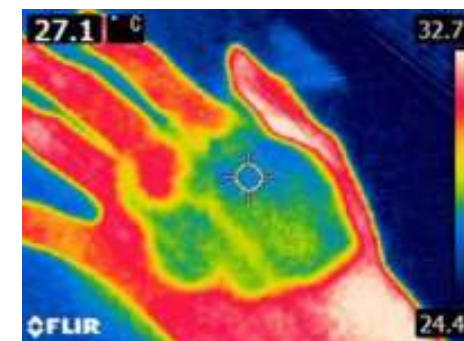
※ 2025年6月30日時点

2018年の発売開始より、
シリーズ累計

270万個 ※
以上販売

※ 2025年6月30日時点

Coolist



※塗布後の冷感イメージ。個人差があります。



「swee」
公式キャラクター
『スウィーネ』

浄水器

* ブランド概要

安全とおいしさを追求した浄水器。

昨今のニュースでも話題となっているPFAS問題等の全国様々な水の問題に関する提起を受け止め、PFOS・PFOAの除去も可能な浄水器を開発。

特に、「METASUI」は、信州大学が生み出した、「信大クリスタル®」という最新の浄水技術を搭載。それ以外にも、**信州大学と産学共同開発したウォーターサーバー「swee（スウィー）」を全国展開中。**

2023年の発売開始より、

累計

1,800台[※]

以上販売

※ 2025年6月30日時点



METASUIとは・・・
「すごい水」
“めた”は長野の方言で
“すごい”という意味。
「信大クリスタル®」の
浄水テクノロジーを
組み込んだ
「METAフィルター」
を搭載

リベルタ×エイコーの
共同開発品



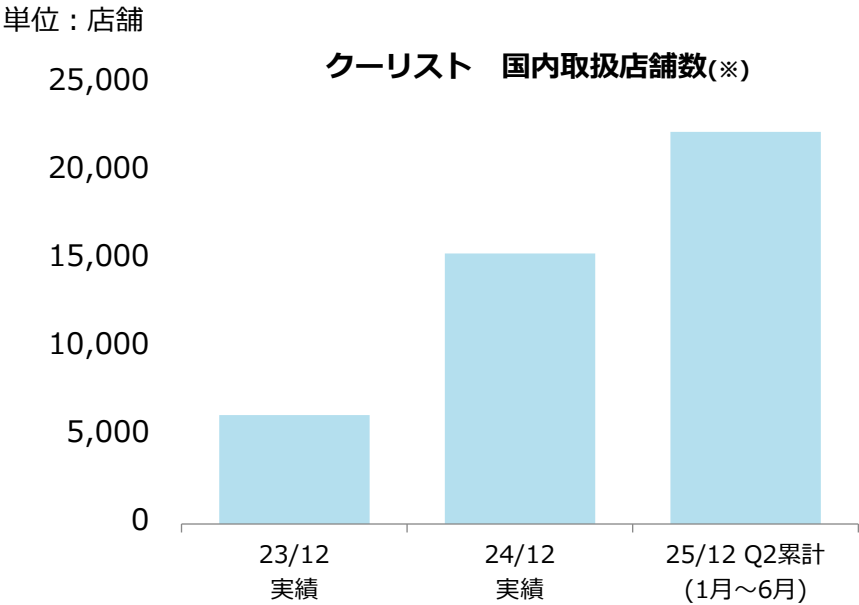
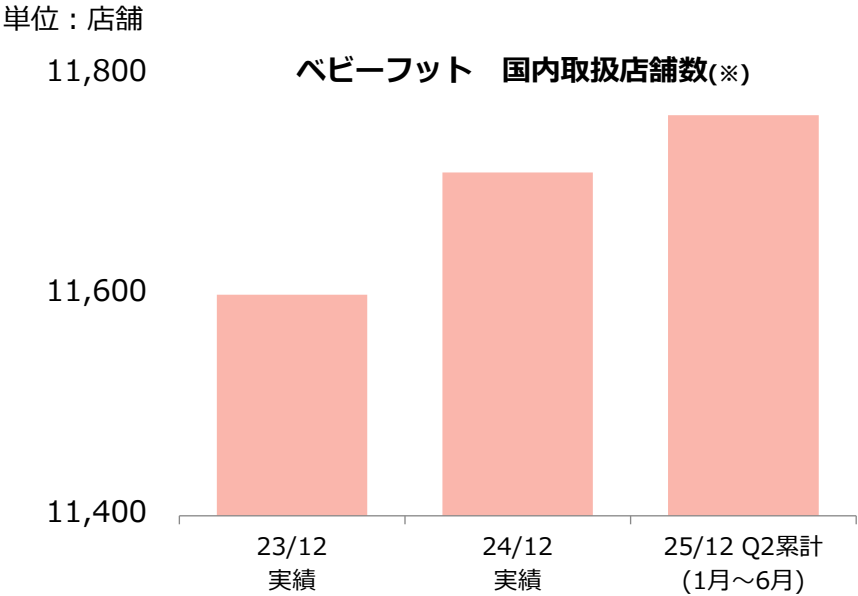
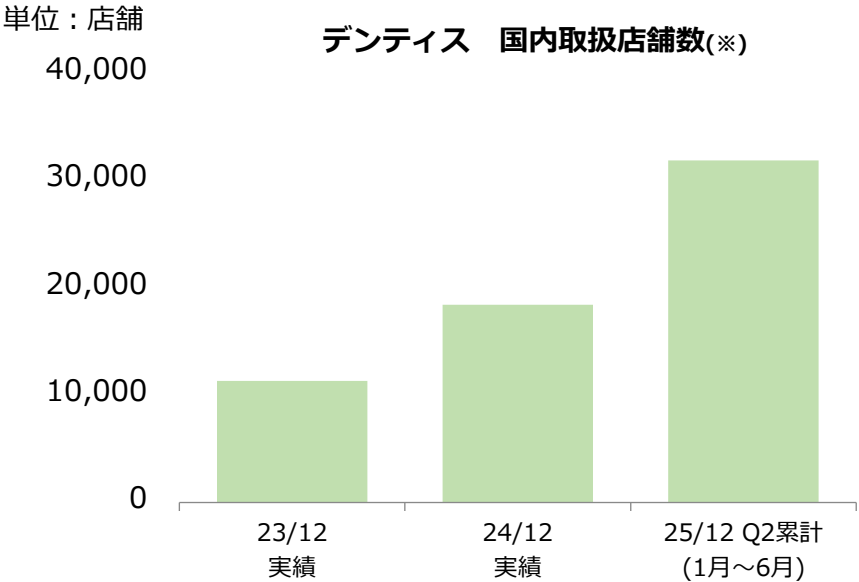
Sweeとは・・・
「SHINSHU WATER
for
ECOLOGY and
ENVIRONMENT」

信州のおいしい水を
マイボトルで手軽に。

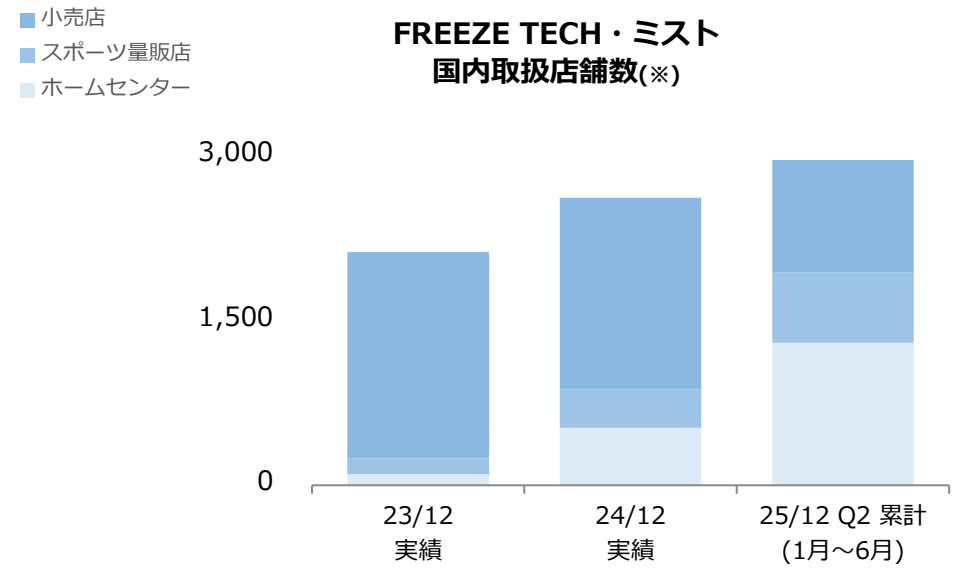
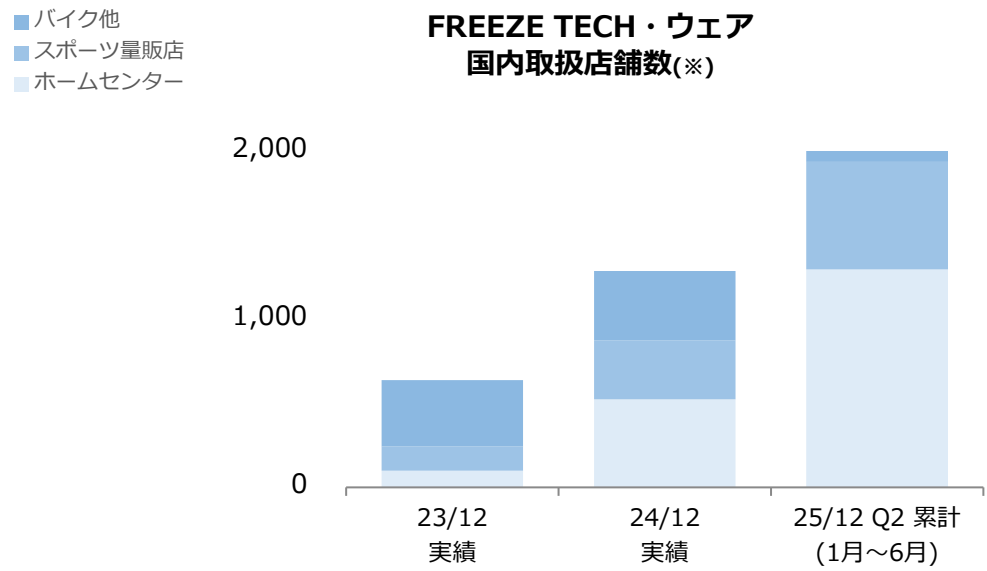
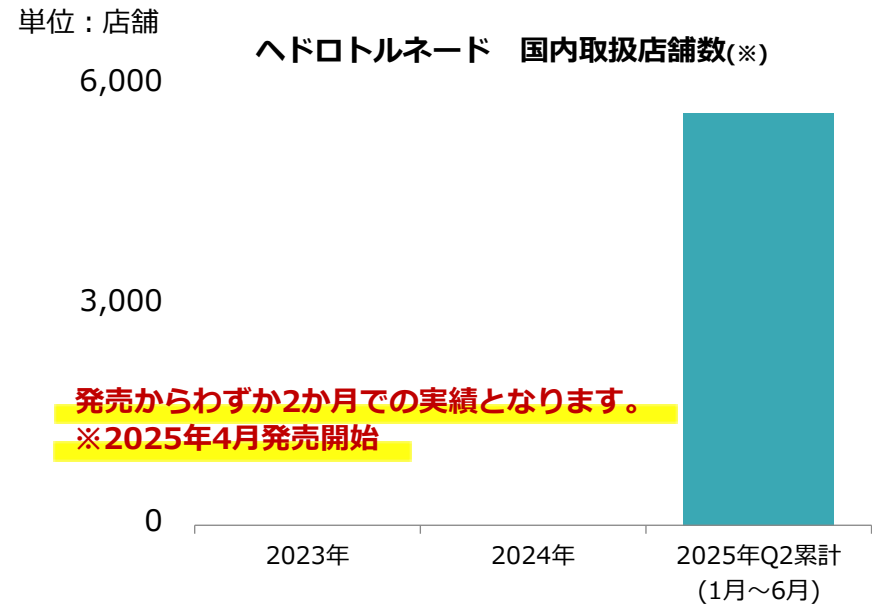
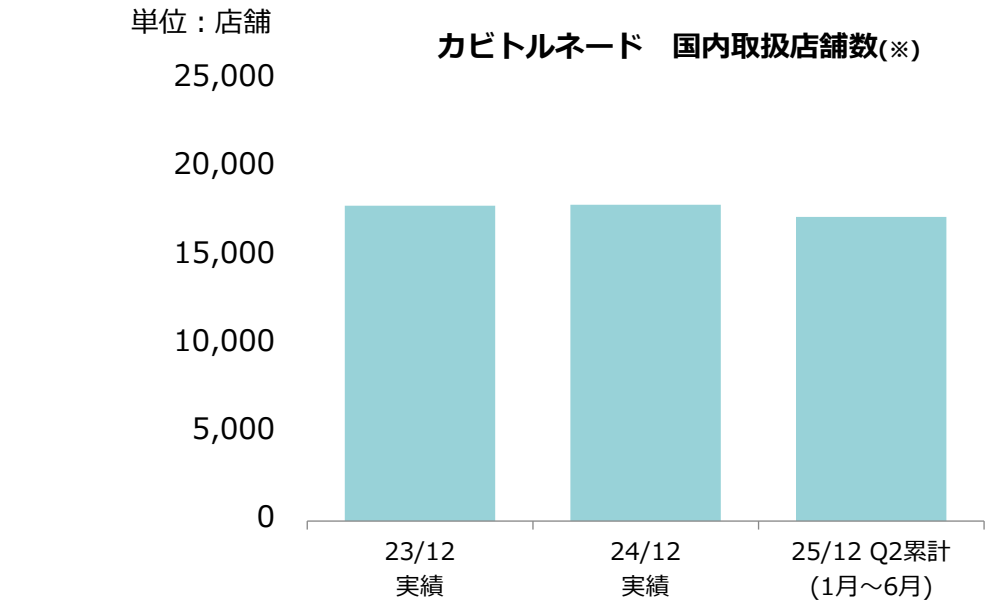


2025年上半期（1月～6月）においては、主要ブランドの多くが順調に販路を拡大し、大幅な成長を遂げました。

特に、季節性の高いブランドや商品に関しては、今後の需要期に向けた本格的な販売促進施策が計画されており、下半期に向けてさらなる成長が期待されます。



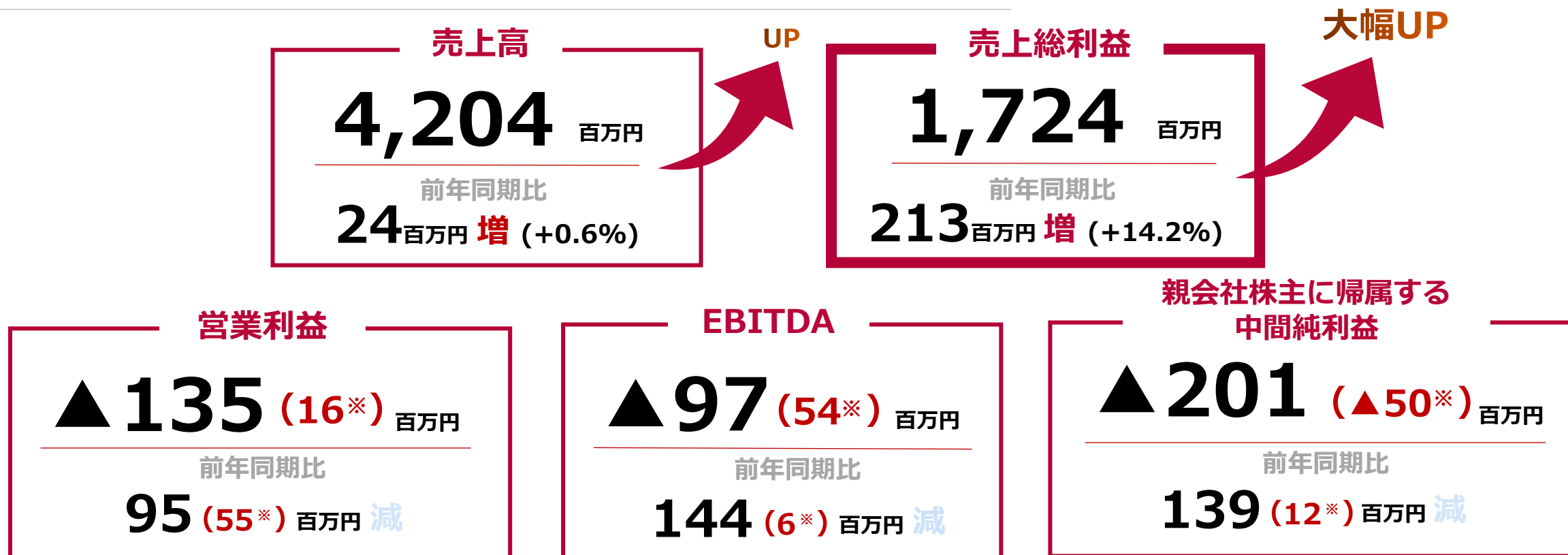
(※)本グラフは主要な流通の店舗を対象としたものであり、全店舗数を示すものではありません



2025年12月期第2四半期 業績ハイライト

Financial Highlights





(※) 貸倒引当金繰入額の影響を除いた場合の金額となります

- ・売上高は、主にトイレタリージャンルで **高利益率商品の構成比を高める** 等で収益性を優先した結果、粗利率は改善したが減収となった一方で、**機能衣料ジャンルが前年同期比で倍増** する等大きく伸長したことで増収。
- ・売上総利益は、売上高の増収要因に加え、高利益率商品の構成比を高めたことにより **粗利率が4.9ポイント改善** し増益。
- ・親会社株主に帰属する中間純利益は、売上総利益増や法人税の負担額減となったものの、主要ブランドのプロモーション強化に伴う広告販促費増、また売掛債権に対して **貸倒引当金繰入額を150百万円計上** したことで減益。

単位：百万円		Q2業績予想	Q2実績	通期予想	進捗率
売上高		5,094	4,204	11,000	38.2%
営業利益		76	▲135 (16※)	345	-
経常利益		52	▲193 (▲42※)	300	-
親会社株主に帰属する中間 (当期)純利益		▲11	▲201 (▲50※)	161	-

(※) 貸倒引当金繰入額の影響を除いた場合の数値となります

- ➡ 売上高については、店舗向けやBtoB売上は機能衣料ジャンルを中心に概ね計画通りである一方、コスメジャンルでは「デンティス」「クーリスト」とともにコンビニを中心に取扱店舗は拡大しているものの、展開の立ち上がりが計画よりも緩やかであること、トイレタリージャンル「さよならダニー」の2025年7月のリニューアルに向け販売を止めたことなどが主要因。
- ➡ 利益については、売上高未達による要因及び売掛債権に対する貸倒引当金繰入額の影響。

通期業績達成に向けた主な計画

- ・コスメジャンル：「クーリスト」及び「デンティス」の店頭・SNSプロモーション強化、コンビニでの取扱店舗強化に加え、テスト販売で好評だった昨年発売の「ベビーフット」シリーズの拡販等を計画。
- ・機能衣料ジャンル：7月以降の酷暑需要を捉えた吉本興業所属芸人をPRサポーターに迎えた「HEAT RESCUE PROJECT」と夏の期間のプロモーション強化、猛暑対策展への出展によるメディア露出、新規ゴルフ流通での導入拡大、秋口発売予定の新ブランドの営業強化により、計画外の売上獲得を狙う。
※海外の営業は引き続き積極的な活動を行う。
- ・トイレタリージャンル：4月に発売した新商品「ヘドロトルネード」がテスト販売で好業績。今後は年末商戦での拡販を見込むとともに、「カビトルネード」の店頭プロモーション強化、「さよならダニー」のリニューアルを計画。

通期業績予想は
据え置き

単位：百万円

	2024/12 Q2 実績	2025/12 Q2 実績	増減額	増減率	2024/12 通期 実績
売上高	4,180	4,204	+24	+0.6%	8,635
売上総利益	1,510	1,724	+213	+14.2%	3,337
販売費及び一般管理費	1,550	1,859 (1,708※)	+309 (+158※)	+20.0%	3,265
営業利益	▲39	▲135 (16※)	▲95 (+55※)	—	71
EBITDA	47	▲97 (▲54※)	▲144 (+6※)	—	241
経常利益	▲42	▲193 (▲42※)	▲151 (+0※)	—	50
親会社株主に帰属する 中間純利益	▲62	▲201 (▲50※)	▲139 (+12※)	—	▲21

※EBITDA = 税前利益+支払利息+社債利息+減価償却費+のれん償却費

(※) 貸倒引当金繰入額の影響を除いた場合の数値となります

単位：百万円

	2024/12 Q2 実績	構成比	2025/12 Q2 実績	構成比	増減額	増減率
コ ス メ	1,943	46.5%	1,995	47.4%	+51	+2.6%
ト イ レ タ リ ー	779	18.6%	673	16.0%	▲105	▲13.6%
機 能 衣 料	266	6.4%	513	12.2%	+246	+92.5%
浄水器・医療機器	412	9.9%	416	9.9%	+4	+1.0%
生活雑貨・家電他	864	20.7%	797	19.0%	▲67	▲7.8%
リベート等控除他	▲86	▲2.1%	▲191	▲4.5%	▲104	—
合計	4,180	100.0%	4,204	100.0%	+24	0.6%

機能衣料

2025年12月期第2四半期
実績

(前年同期比 増減率)

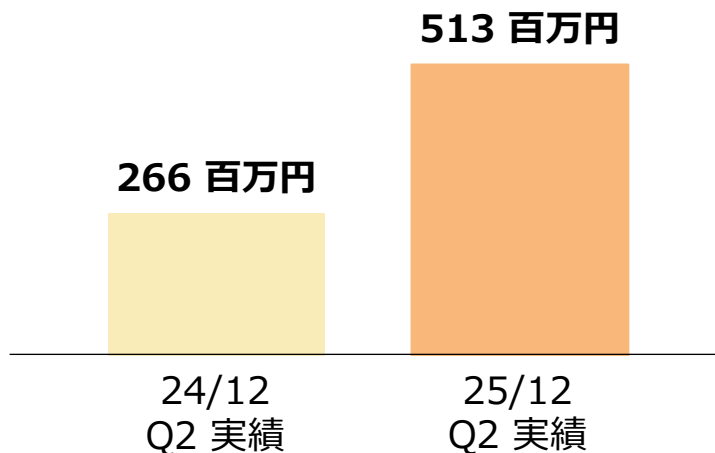
+92.5%

246 百万円 増収

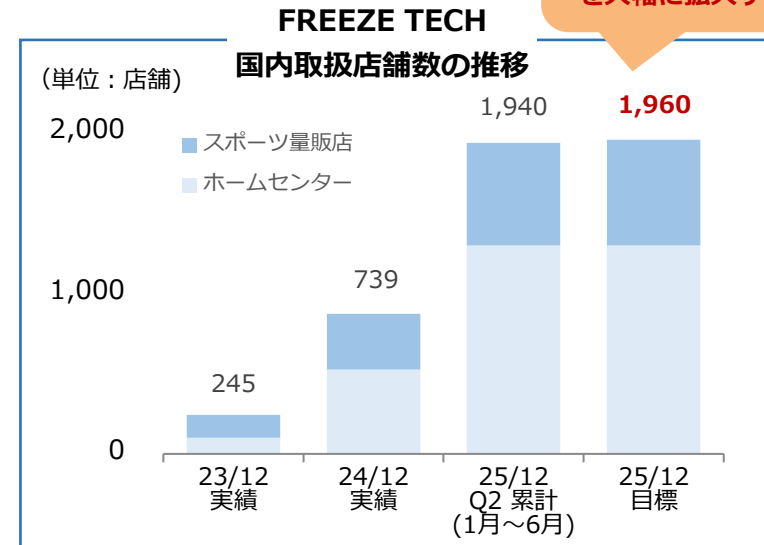
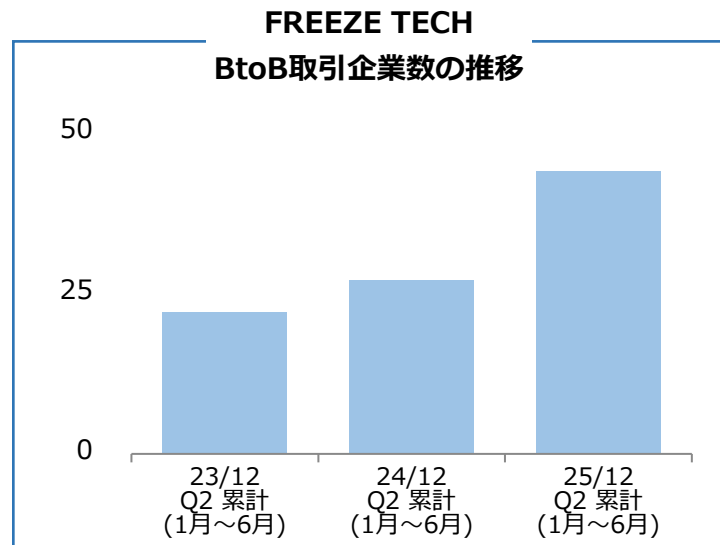
▶ 対前年比 増

- ・ 汗と風で驚きの冷感が持続する冷感ウェアブランド「FREEZE TECH」は、2025年6月の労働安全衛生規則の改正により、企業における熱中症対策が法的義務となったことを受け **BtoB販路への展開が大幅に増加** したほか、**スポーツ量販店と新規ゴルフ流通での販売好調に加え**、ワーク流通では昨年テスト販売が好調だった **ホームセンターでの取扱店舗数がQ1に引き続き拡大し** 大幅に増収。
- ・ Q3以降は吉本興業所属芸人をPRサポーターに迎えた「HEAT RESCUE PROJECT（ヒートレスキュー プロジェクト）」等の取り組みにより、さらなる認知向上・展開拡大を図る。

2025年は、これまでの営業活動の成果を活かし
国内・海外ともに販路
を大幅に拡大する計画



※「FREEZE TECH」ブランド「氷撃」「氷撃α」の今後の展望については、当資料P48-51に詳細を記載しております



コスメ

2025年12月期第2四半期
実績

(前年同期比 増減率)

+2.6%

51 百万円 増収

1,943 百万円

1,995 百万円

24/12
Q2 実績

25/12
Q2 実績

▶ 対前年比 増

- ・新感覚の暑さ対策ブランドの「クーリスト」は、コンビニエンスストアへの販路拡大とSNSプロモーションの実施により販売が好調に推移し増収。今期コンビニエンスストア展開はテスト販売。
- ・フットケアブランドの「ベビーフット」は、国内販路においては新企画品の店舗導入が順調に進み、北米を中心に海外販路における販売も好調に推移したことにより増収。
- ・“目覚めてすぐキスできる”オーラルケアブランド「デンティス」は、昨年、ブランドアンバサダーとしてSnow Man・渡辺翔太氏を起用した大型プロモーションにより導入店舗数が拡大し、初回導入による売上が伸長したが、今年は反動減。引き続き同氏を起用し店頭プロモーションを強化することでリピート購入の促進を図る。



クーリスト
アセダレーヌシリーズ



ベビーフットシリーズ



デンティスシリーズ

トイレタリー

2025年12月期第2四半期

実績

(前年同期比 増減率)

▲13.6%

105 百万円 減収

779 百万円

673 百万円

24/12
Q2 実績25/12
Q2 実績

▶ 対前年比

減

・新商品の風呂釜クリーナーブランド「ヘドロトルネード」が、2025年4月の発売開始より
ホームセンターを中心に想定を大幅に上回る売上となり純増。年末商戦に向けて、更なる販路拡大を計画。

・竜巻洗浄発泡パワーの洗濯槽クリーナーブランド「カビトルネード」は、一部販路において取扱店舗が減少した影響で減収となった一方で、大手ホームセンターで実物洗濯槽を活用した店頭プロモーションに加え、Q3以降、**藤本美貴氏をアンバサダーに起用した大々的なプロモーションの実施**（6月下旬開始の店舗での等身大パネルの販促施策等）や、新商品の発売を予定しており増収を図る。

・昨年10月に発売したフレグランスブランド「MELLOW CHARM（メロウチャーム）」（『ドン・キホーテ』専売商品）は、新商品の発売等により販売好調となり純増。

一方で、

・「さよならダニー」は、2025年8月8日に開示した貸倒引当金繰入額の影響で減収となったが、2025年7月よりリニューアルを実施し、適正な表示、表現に基づくリベルタ版・さよならダニーの発売を開始することで、下半期の拡販を図る。

・Q1に引き続き高利益率商品の構成比を高めることで収益性を優先した結果、その他のブランドが減収。



ヘドロトルネード



カビトルネードNeo



MELLOW CHARM シリーズ

単位：百万円

	2024/12 Q2 実績	構成比	2025/12 Q2 実績	構成比	増減額	増減率
国内	3,980	95.2%	4,022	95.7%	+41	+1.0%
海外	286	6.9%	373	8.9%	+87	+30.4%
内、北米	88	2.1%	222	5.3%	+133	+150.6%
内、アジア・中東 欧州・他	197	4.7%	151	3.6%	▲46	▲23.6%
リベート等控除	▲86	▲2.1%	▲191	▲4.5%	▲104	—
合計	4,180	100.0%	4,204	100.0%	+24	+0.6%

北米

2025年12月期
第2四半期 実績

(前年同期比 増減率)

+150.6%

133 百万円 増収

222 百万円

88 百万円

24/12
Q2 実績

25/12
Q2 実績

アジア・中東 欧州・他

2025年12月期
第2四半期 実績

(前年同期比 増減率)

▲23.6%

46 百万円 減収

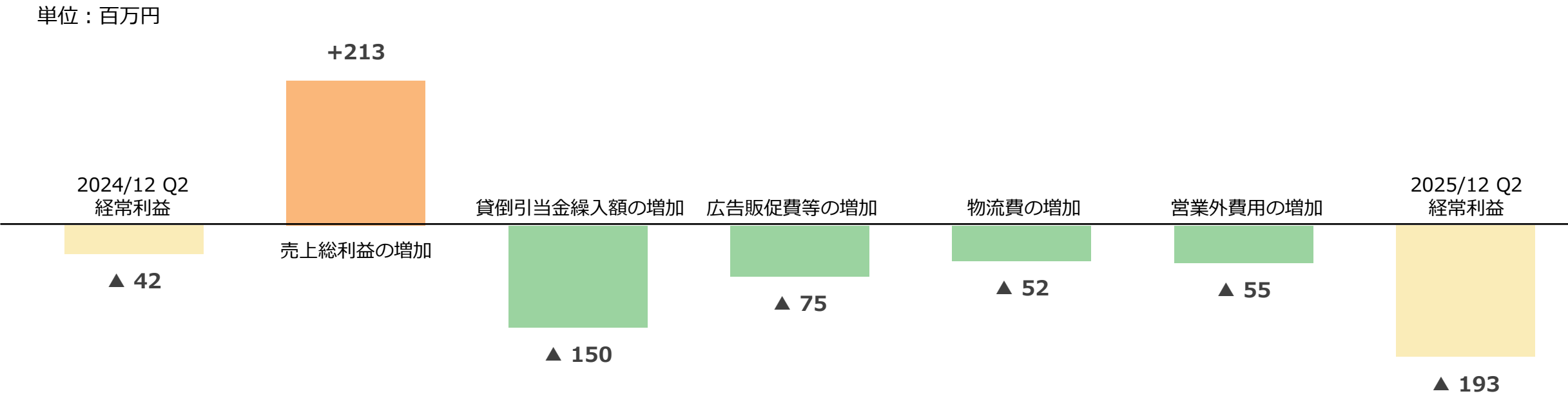
151 百万円

197 百万円

24/12
Q2 実績

25/12
Q2 実績

- ・ **北米**では、予定していたフットケアブランド「ベビーフット」の輸出が、大規模小売店の消費回復傾向を受け前年を上回り、大幅増収。
- ・ **アジア・中東・欧州・他**では、中国 越境ECを中心に「ベビーフット」やデオドラントブランド「Quick Beauty」がSNS施策の効果で増収。台湾では「カビトルネード」が洗濯槽の実機ディスプレイを導入した店舗での売上が大幅に伸長したことや、取扱店舗の増加で増収となったものの、前年サウジアラビアにUVケアブランド「RaioS」の出荷をしていたことにより、この前年実績分が減収となったことや、「ベビーフット」のノルウェーへの出荷が現地でのセルアウトが想定を下回ったこと等で減収。



- ・ 売上総利益は、高利益率商品の構成比が高まったことや、棚卸資産評価損が縮小したこと等により増加
- ・ イースマイル社に対する売掛債権の貸倒引当金繰入額が増加
- ・ 主要ブランドのプロモーション強化等に伴い、広告販促費等が増加
- ・ 売上高増収に伴い、物流費が増加
- ・ 金利上昇に伴う支払利息の増加および為替変動による為替差損の発生等により、営業外費用が増加

単位：百万円

	2024/12 期末	2025/12 Q2	増減		2024/12 期末	2025/12 Q2	増減
現預金	1,005	1,243	+237	仕入債務	551	853	+302
売上債権	1,804	1,604	▲200	有利子負債	3,441	3,847	+405
棚卸資産	1,824	2,357	+532	その他負債	871	910	+39
その他流動資産	168	91	▲76	負債合計	4,864	5,611	+747
固定資産	1,632	1,648	+15	資本金	207	207	—
				剰余金他	1,364	1,126	▲238
				純資産合計	1,572	1,334	▲238
資産合計	6,436	6,945	+509	負債純資産合計	6,436	6,945	+509

- ・ 売掛金の回収が進み、現預金が237百万円増加、売上債権が200百万円減少
- ・ 売上好調な「FREEZE TECH」の仕入及び Q2以降にSNSプロモーションを控える「デンティス」、「カビトルネード」の販売に備えた仕入等により、棚卸資産が532百万円増加
- ・ Q2以降の「FREEZE TECH」「デンティス」「カビトルネード」の販売に備えた仕入等により、仕入債務が302百万円増加
- ・ 「ヘドロトルネード」の仕入代金やQ2以降の大型プロモーション施策等の投資を目的とした運転資金の調達により、有利子負債が405百万円増加
- ・ 配当や中間純損失の計上に伴う利益剰余金減少により、純資産が238百万円減少

単位：百万円

	2024/12 Q2	2025/12 Q2
税金等調整前中間純利益	△42	△200
売上債権の増減（△は増加）	△379	206
棚卸資産の増減（△は増加）	△640	△522
その他増減（△は減少）	155	475
営業キャッシュ・フロー	△906	△40
投資キャッシュ・フロー	△158	△33
財務キャッシュ・フロー	1,387	301
現金及び現金同等物の期末残高	852	854

✓営業キャッシュ・フロー 40百万円減少

＜主な要因＞

棚卸資産の増加	522百万円
仕入債務の増加	296百万円
貸倒引当金の増加	150百万円

✓投資キャッシュ・フロー 33百万円減少

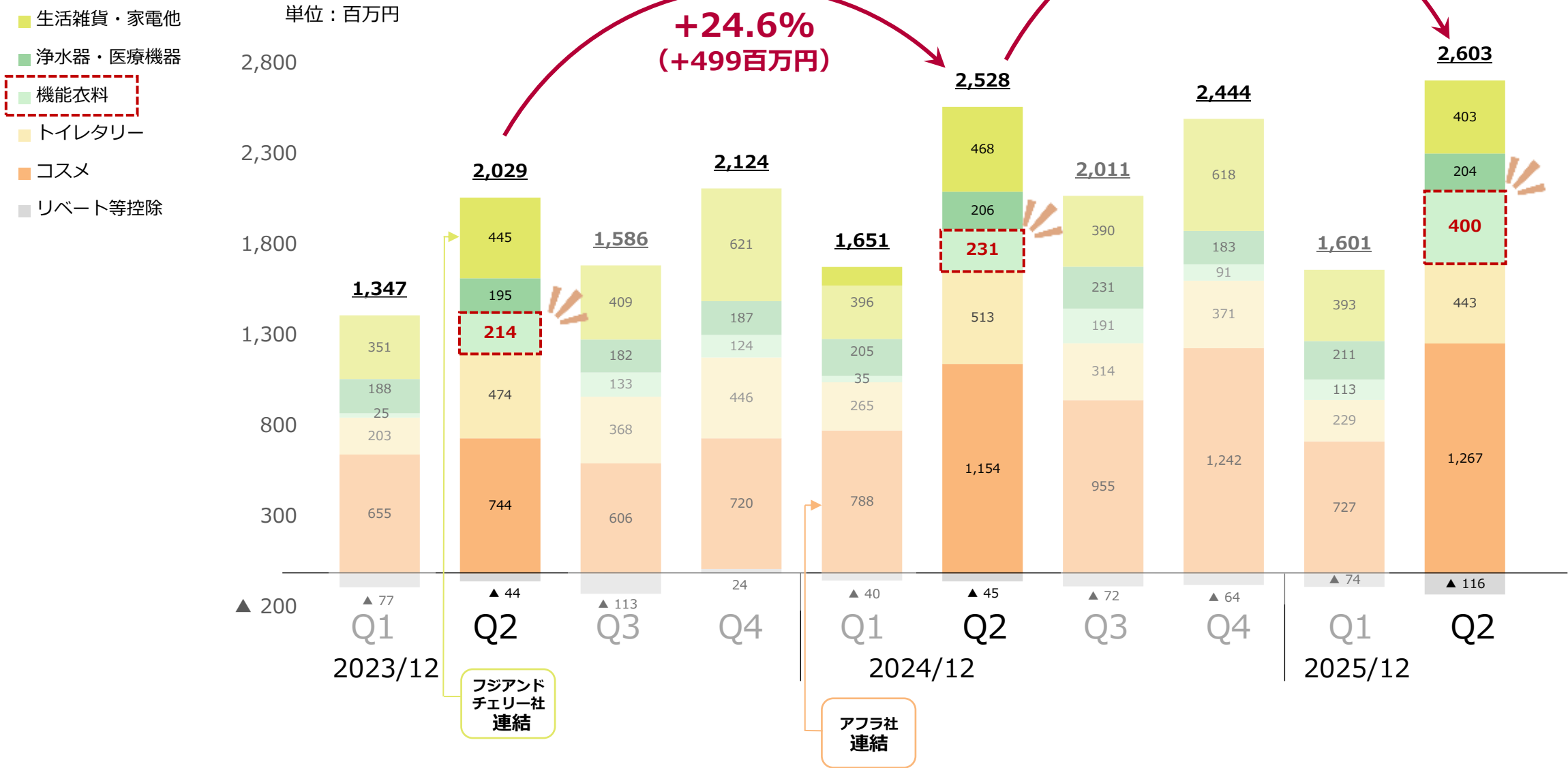
＜主な要因＞

有形固定資産購入に伴う支出による減少	25百万円
--------------------	-------

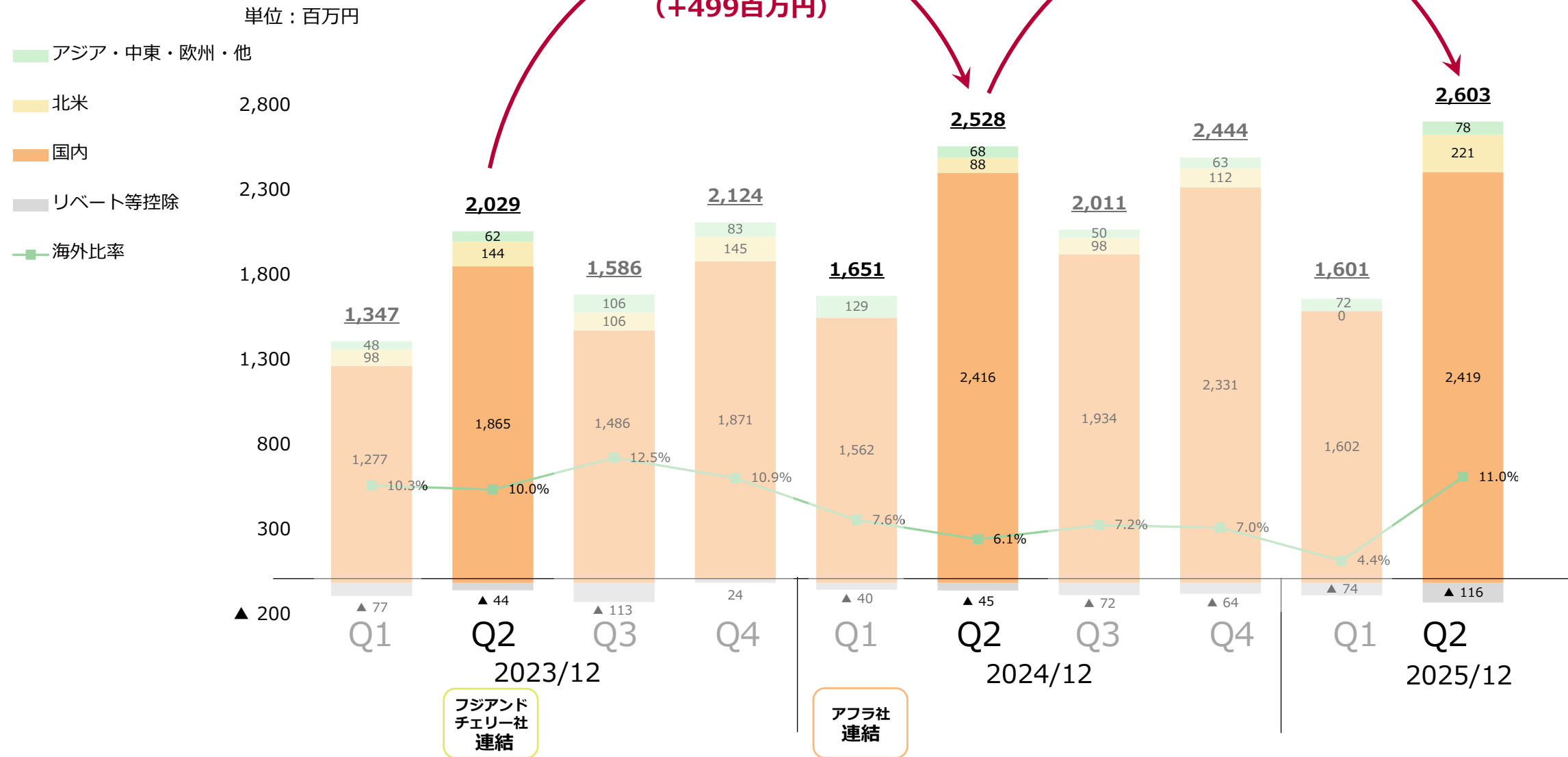
✓財務キャッシュ・フロー 301百万円増加

＜主な要因＞

新規借入等で資金が増加



※2025年12月期時点のジャンル区分にて表示しております。



※2025年12月期時点の地域区分にて表示しております。

2025年12月期第2四半期 トピックス

Topics



当社グループは、東京証券取引所より示された「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応について」に基づき資本効率の改善と中長期的な企業価値最大化に向けて、資産ポートフォリオの見直しを推進しております。

この度、連結子会社であるファミリー・サービス・エイコー株式会社が所有する固定資産の譲渡を正式に決定いたしました。

指標	分子	Before	After	改善幅
ROIC	営業利益	5.2%	9.3%	+4.1pt
ROIC	経常利益	4.5%	8.1%	+3.6pt
ROA	経常利益	9.3%	11.1%	+1.8pt
ROA	当期純利益	5.0%	6.3%	+1.3pt

ROICの分母は「売上債権+棚卸資産-仕入債務+有形固定資産+無形固定資産」を使っています。
各科目、「前期末残高と当期末残高の平均」で計算しています。

方針

- ・ WACC等の資本コストを上回る資本収益性をあげることを意識
- ・ 低効率資産の圧縮と成長投資への再振り分け
- ・ ROA／ROIC等の指標をKPIとして明示、株価向上につなげる

本件は、低効率資産の圧縮により、経営資源を機能衣料事業、PFAS関連水処理事業、M&A戦略投資等の成長領域へ再配分する「攻めの戦略」の一環であり、資本収益性の向上と企業価値の持続的な向上を目指す取り組みです。

猛暑・酷暑が常態化する中、生活者の多様なニーズに応えるべく、冷感アイテムの展開を強化中。

灼熱の屋外で働く方々から、通勤・通学時の快適性を求める一般消費者の方々
さらには熱帯夜に悩む高齢者まで、幅広い層に向けて、複数ブランドを通じた製品提案を実施しています。

OLE FIRST

**帽子・ヘルメットの下も
しっかり冷却。**



OLE FIRST スカルプ男魂



**火気厳禁な空間でも使用可能な
アルコールフリー処方！**



衣類用 冷感ミスト
(300ml / 150ml)

冷感ウェア × ブーストアイテムで、さらにひんやり！

冷感ウェア（氷撃 / 氷撃α）

- ・ブースト①：衣類用冷感ミスト
- ・ブースト②：ペルチェベスト
- ・ブースト③：PCMベスト、他
- ・ブースト④：2026年 coming soon



氷撃+ PCMクーリングベスト

**顔も体も
冷感ケアで爽快リフレッシュ。**

- ・首すじ・おでこ：アセダレーヌ
- ・頭皮：スカルプクーラー／アサニシャン／ヘッドクーラー
- ・体：アセダレーヌ ボディUV／セナッシュ／インバスボディクーラー
- ・衣類用：ファブリッククーラー

Coolist

猛暑・酷暑対策



通勤・通学

睡眠

眠っている間も、ひんやり快適。



フリーズテック 空調エアーマット

2025年6月の労働安全衛生規則の改正により、企業における熱中症対策が法的義務となったことを受け、ノンデスクワーカーの暑熱環境改善ニーズに応えるべく、営業・販促活動を一層強化しています。

※一部抜粋
※2025年8月8日時点

1 キャスコ株式会社との売買取引基本契約を締結！

ゴルフ流通事業の強化・拡大を図るため、約2,000箇所のゴルフ場・練習場およびゴルフ用品量販店の販売網を持つキャスコ株式会社と本契約を締結。

本契約を起点として、2025年6月より、**(株)二木ゴルフや(株)太平洋クラブ等、大手ゴルフショップ運営会社・高級会員制ゴルフクラブへの導入が決定している。**

▶ [詳細は開示資料をご確認ください。](#)

2

氷撃シャツ、全国展開開始
コナカ・フタタ全店舗にて販売

**フレックスジャパン(株)との
売買取引基本契約の締結を受け**

(株)コナカが展開する「コナカ・フタタ」において、酷暑を乗り切るビジネスウェア「氷撃シャツ」が6月より全店舗で販売を開始した。

▶ [詳細は開示資料をご確認ください。](#)



3

猛暑対策展 2会場に出展！東京・九州で開催



2025年6月開催の

第6回 九州猛暑対策展に初出展！

本展示会は猛暑対策関連ビジネスの活性化を目的とした展示会であり、製品訴求を通じて、猛暑対策ソリューションの普及促進と市場拡大に貢献した。

▶ [詳細は開示資料をご確認ください。](#)

2025年7月開催の東京会場においては

名刺交換企業数は昨年比262%

と大きく伸長し、多くの企業様にご関心をお寄せいただきました。

新規取引につながるよう、積極的なフォローアップに努めていく。

▶ [詳細は開示資料をご確認ください。](#)

会場最寄り駅での広告掲出



2025年6月の労働安全衛生規則の改正により、企業における熱中症対策が法的義務となったことを受け、ノンデスクワーカーの暑熱環境改善ニーズに応えるべく、営業・販促活動を一層強化しています。

※一部抜粋
※2025年8月8日時点

4

横浜FCとの連携による取り組みの一端

キャンペーン施策の実施、ジュニア向けイベント
「氷撃 DreamMatch2025」の開催、イメージ動画・選手インタビュー
動画の配信等、連携施策を展開。



氷撃DreamMatch 2025



イメージ動画



キャンペーン施策

5

スポーツコンテンツを活用したブランド発信

福岡ソフトバンクホークス
野球中継内でのプレゼント企画放送



ゴルフカートヴィジョン 動画広告掲載



6

HEAT RESCUE PROJECT 記者発表会を開催 吉本芸人がPRサポーターとして登壇

『ニッポンの夏を涼しく変える！』をキーマッセージに、2021年より継続して取り組んでいる「HEAT RESCUE PROJECT（ヒートレスキュープロジェクト）」の一環として、**吉本興業所属芸人をPRサポーターに迎えた記者発表会を実施。**

熱中症対策の義務化を背景に、同ブランドの社会的認知向上と暑熱対策の啓発を図った。 ▶ [詳細は開示資料をご確認ください。](#)



2025年6月の労働安全衛生規則の改正により、企業における熱中症対策が法的義務となったことを受け、ノンデスクワーカーの暑熱環境改善ニーズに応えるべく、営業・販促活動を一層強化しています。

※一部抜粋
※2025年8月8日時点

7 ブランドアンバサダー 魔裟斗氏が継続就任！



昨年に引き続き、猛暑対策の重要性が高まる中で、魔裟斗氏の力強く信頼感のあるイメージは、FREEZE TECHの「着る暑さ対策」というコンセプトと高い親和性を持つ。

某バイク用品店でのイベント開催やキャンペーン施策を積極的に実施中。

▶ [詳細は開示資料をご確認ください。](#)

8 2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）「住友館」にてオリジナルデザイン製品を販売中

FREEZE TECHの冷感プリント技術と住友化学(株)が開発した世界初※の固体ポリマー型温度調節材料「コンフォーマ®」を用いた繊維がコラボレーションしたオリジナルデザイン製品が販売中。

※商業販売されているオレフィン系樹脂として。
2024年5月21日発表時点。住友化学調べ

▶ [詳細は開示資料をご確認ください。](#)



▲コンフォーマ® Tシャツ（グレー/ホワイト）

9 日本プロゴルフ協会推薦品としての継続支援



当社製品は2023年より日本プロゴルフ協会推薦品として認定されており、**今年も「第92回 日本プロゴルフ選手権大会」を支援する。**

▶ [詳細は開示資料をご確認ください。](#)

ミズノオープンにはブースを出展し、プロゴルフ界との連携を通じてブランド浸透を図った。 ▶



機能性試験の実施概要

実施日時：2025年7月2日 9:30～17:30
 実施場所：Hc LAB
 （ユニチカガーメンテック株式会社内）

測定内容：皮膚表面温度計測 サーモグラフィ撮影

前室にて20分以上安静にした後、猛暑環境へ移動し15分程度の早歩き（※2）による歩行運動を実施。運動終了後、再び前室に戻り40分間座位の状態での休憩を行う。この間の皮膚体温の温度を継続的に計測し、体温の変化を調べる。またサーモグラフィは運動前・運動直後・休憩後の3回撮影を実施する。

被験者：3名

被験者A

- ・30代女性-Sサイズを着用
- ・歩行速度 5.0km/h 15分

被験者B

- ・30代男性-Lサイズを着用
- ・歩行速度 5.5Km/h 15分

被験者C

- ・40代男性-Mサイズを着用
- ・歩行速度 6.0Km/h 15分

※いずれも現在習慣的に高強度運動を実施はしていない、標準体型の被験者となります。

体温変化に関する観察結果

運動開始からある程度の時間が経過し、
 発汗が進んだ段階から体温低下に明確な
 差異が認められました。

猛暑下においては、発汗がさらに高まることが予測されるため、体温低下の効果が一層強化されることが見込まれます。



冷却室環境：気温20度 湿度65% 運動環境：気温約35度 湿度約50%



メディカルコメント

『氷撃α』シャツの臨床的評価と
 熱中症予防への有効性に対する評価を
 \ 得ることができました！ /

メディカルコメント
 ※某医療機関専門家

推奨

被験者は5～6km/h (被験者により調整)相当の運動（トレッドミル歩行）を15分間行っており、実際の屋外作業やスポーツ現場にも近い強度です。特に、運動終了時を過ぎたあたりから、シャツによる明確な差が現れ、氷撃αシャツ着用群は皮膚温がプラセボシャツよりも早く低下へ推移しました。これは、身体の深部体温の過度な上昇を防ぐという点でも重要で、熱中症リスクの軽減に寄与する可能性があります。

冷感に関する被験者アンケートではプラセボシャツよりも氷撃αシャツのほうが運動時・運動後に冷感を感じる傾向の回答が得られており、屋外作業、医療・介護従事者、警備員など、熱ストレスの高い職種に適した製品といえるでしょう。高温多湿の環境下で活動する場面では、体温の上昇を抑える手段として、冷感ウェアの活用を推奨しています。

(※1) 冷感効果のあるアイテムを活用して暑さを乗り切る。

(※2) 歩行速度及び時間は5.5km/h 15分を基本とするが本人の普段の歩行速度と発汗具合にあわせて適宜調整を行う。

“手軽に使えて目に見えて効果が実感できる”洗濯槽クリーナー「カビトルネード」は
ブランドアンバサダーに藤本美貴氏を起用する大々的なプロモーションを開始しました。
 同時に、6月16日「カビ取るデー」に合わせてWeb CMを公開し、ユーザー参加型キャンペーンも展開することで
 ブランド認知度の向上に寄与しています。▶ [詳細は開示資料をご確認ください。](#)

視聴者参加型コンテンツで商品理解と購買意欲を促進

家事を軸にしたお悩み相談YouTube施策では、カビトルネード使用中の15分間に藤本美貴氏による「お悩みトルネード！相談室」を展開。

使用後のリアルな効果も発信し、共感と信頼を通じて購買意欲の向上を図った。



【ジメジメ悩み編】夫が洗濯物を裏返して出して困っています【ミキティ人生相談】

ハロー！ミキティ / 藤本美貴

チャンネル登録者数 98.8万人 ※2025年8月8日時点

店頭施策の展開状況

各SNS施策、ホームセンター・ドラッグストア等へ導入した等身大パネルの販促施策が注目を集め、来店に繋がっている。
 6月下旬に展開を開始した店舗が多いため、7月以降はさらなる伸びが期待される。



店頭プロモーション
実施店舗数

約 **6,100**
店舗



▲某ホームセンターでの店頭プロモーション

“目覚めてすぐキスできる”オーラルケアブランドの「デンティス」は、
ブランドアンバサダーとしてSnow Man・渡辺翔太氏が2024年に引き続き、継続してご就任いただくこととなりました。
 多くのメディア等に露出し、ブランド認知度の向上に寄与しています。▶ [詳細は開示資料をご確認ください。](#)

交通広告・イベント施策によるプロモーション強化

昨年に比べ、交通広告およびイベントプロモーションを強化。

2025年には東京タワーの「天の川イルミネーション」にて デンティスとのコラボレーションを実施。

デンティスカラーのグリーンイルミネーションに加え、アンバサダー施策や動画放映を通じて、夏季プロモーションを強化し、ブランド認知の拡大を図った。



▲主要都市の交通拠点に設置された
デジタルサイネージ



▲東京タワー天の川イルミネーション
supported by デンティス

店頭施策の展開状況

各メディア露出やSNS施策、等身大パネルによる販促展開を引き続き強化。昨年は初回導入によるセルイン増が売上を牽引したが、今年は店舗数が拡大する中で安定した推移に。

今後は店頭施策やSNS連動企画を強化し、セルアウトの加速を図る。



某ドラッグストアでの
店頭プロモーション▼



Coolist

今年も猛暑が予想される中、複数の人気テレビ番組で取り上げられたことで話題沸騰中！
大手コンビニエンスストアでの展開も開始し、販路拡大とともに、さらなる認知度向上が期待されます。

＼テレビ各局で続々露出中！／

- ① 4/25 (金) 「ZIP! (日本テレビ)」
- ② 5/13 (火) 「ドデスカ! (名古屋テレビ)」
- ③ 5/29 (木) 「めざましテレビ (フジテレビ)」
- ④ 6/18 (水) 「ゴゴスマ (CBCテレビ)」
- ⑤ 7/4 (金) 「ZIP! (日本テレビ)」・・・etc.



▲某コンビニエンスストアでの店頭展開
 ※一部取り扱いのない店舗もございます

前年比

＼約17,000店舗増！／

取扱い店舗数

約 **26,000**
 店舗

現在では8アイテム全24SKUでの展開となり

累計販売個数270万個(*)を突破！

販売店舗数・販売個数ともに伸長し続けています。

※ クーリストシリーズ累計出荷実績、2025年6月末時点

▶ [詳細は開示資料をご確認ください。](#)

2025年6月2日付で株式会社粧和（以下、粧和）の株式の100%を取得しました。
会社概要、経営成績及び財政状態等についての[詳細は開示資料をご確認ください。](#)



想定されるシナジー効果・今後の展望

当社が有するジャンルを超えた商品企画力と、粧和の地域密着型卸売ネットワークが融合することで
地域ニーズに即した商品展開が可能となります。

粧和の卸機能を活用することで、少量・短期間でのテスト販売が可能となり、当社のビジネスモデルのひとつである
「テスト販売による実績づくり（テスト&ロール）」がより機能しやすくなりました。
九州エリアでの販売実績を起点に、大都市圏や大手問屋への展開を加速させることで、

グループ全体の成長機会を創出します。

人体に有害な有機フッ素化合物『PFAS（ピーファス）』による水道水の汚染が各地で問題となる中、
重金属イオンや昨今問題となっている PFOS、PFOAを除去できる浄水器への需要が急速に高まっている。

ファミリー・サービス・エイコー(株)は、30年以上にわたり浄水器の製造に取り組み、安全性とおいしさを追求している。



『PFAS』問題への取り組みと貢献

1. 生協販路向けの浄水器の開発

生協からの要望を受け、PFOS、PFOA除去対応のカートリッジを生協仕様で新たに開発。生協販路への販売を促進中。



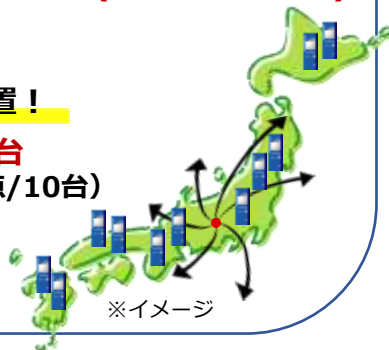
蛇口取付型浄水器
「METASUI」

2. 「swee」に重金属イオンやPFOS、PFOA除去を実現した機能を搭載

信州大学と共同開発の、水道水を利用するウォーターサーバー「swee」に重金属イオンやPFOS、PFOA除去対応のカートリッジを搭載。今後は、信大医学部付属病院、教育支援センター等に年間40台の設置を計画しており、その後全国へ展開予定。
さらに、**2025年日本国際博覧会(大阪・関西万博)**の会場にも設置を開始した。

日本全国へ設置！

目標/年間40台
(2025年8月8日時点/10台)



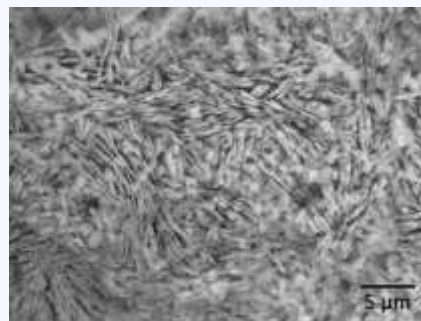
※イメージ



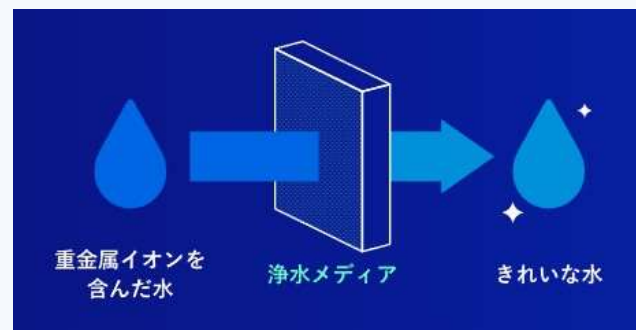
全国展開への第一歩！ウォーターサーバー「swee」 東京都内初の設置を記念した記者発表会を開催

昨今注目が高まる環境問題や水資源の社会課題の解決を目指して信州大学・手嶋研究室と共同開発した信州発のウォーターサーバーを、長野県のアンテナショップ「銀座NAGANO」（住所：東京都中央区銀座5丁目6-5NOCOビル）に都内で初めての設置を開始。

**世界でも注目される「信大クリスタル®」を使用したカートリッジを搭載。
重金属イオンやPFOS、PFOAの除去を実現。**



「信大クリスタル®」の一例
重金属イオン除去結晶



▶ [詳細は開示資料をご確認ください。](#)



記者発表会の様子
(右・信州大学/手嶋勝弥卓越教授、
左・エイコー社/石田幸司社長)

第2四半期において、当社は20商品以上の新商品を市場に投入。

短期間でこれほど多くの新規開発・販売を実現したことは、当社の企画力・開発力・実行力の高さを示すものです。

コスメ

※新商品、一部抜粋



QB.
Quick Beauty

ボディケア
既存ブランド

「QB ワキ用ディープクレンザー」
¥1,320（税込）



Coolist

ボディケア
既存ブランド

「クーリスト ヘッドクーラー」
¥1,320（税込）



Baby Foot

ボディケア
既存ブランド

「ベビーフットイージーパック ベルガモットの香り」
¥1,760（税込）



Baby Foot

ボディケア
既存ブランド

「ベビーフット 炭酸泡フットドライシャンプー」
¥1,540（税込）



Baby Foot

ボディケア
既存ブランド

「ベビーフット かかと用」
¥1,760（税込）



Baby Foot

ボディケア
既存ブランド

「ベビーフット足裏&足指リフレソックス」
¥2,420（税込）

／ **エイコー社開発!** ／

コスメ・トイレタリー

※新商品、一部抜粋



DULAB

コスメ
新ブランド「DULAB (デュラボ) リキッドアイブロウ」
カラー： ナチュラルブラウン・オリーブブラウン
¥3,520（税込）

COSCOS

コスメ
既存ブランド「COSCOS UHDフルカバレッジクッション532
(ナチュラルベージュ)」
¥3,520（税込）

OLE FIRST

ボディケア
既存ブランド「OLE FIRST スカルプ男魂」
¥1,540（税込）MELLOW
CHARMトイレタリー
既存ブランド「メロウチャーム ファブリックミスト」
¥748（税込）

ニオイトルネード

トイレタリー
既存ブランド「ニオイトルネード エアコン用バイオ防カビ消臭剤」
¥1,078（税込）

ヘドロトルネード

トイレタリー
既存ブランド
新シリーズ「ヘドロトルネード 風呂釜洗浄」
¥2,970（税込）

機能衣料・Watch

※新商品、一部抜粋



「氷撃マルチキット」
¥ 14,800（税込）



機能衣料

繊維専門商社
モリリン(株)との
コラボ製品



「フリーズテック 空調エアーマット」
¥ 39,800（税込）



機能衣料
既存ブランド



「氷撃シャツ」
長袖：8,690円（税込）／半袖：7,590円（税込）



機能衣料

紳士服量販店
（株）コナカとの
コラボ製品



「ウィッグ冷感持続ミスト」
¥ 1,760（税込）



機能衣料

ウィッグ・毛髪ケア
総合企業
（株）アデランスとの
コラボ製品



「Luminox Navy SEAL 3500 SERIES」
¥ 84,150（税込）



Watch
既存ブランド



「RED BULL AMPOL RACING LIMITED」
Luminox 0321 AMPOL RB LIMITED：¥ 69,850（税込）
Luminox 3501 AMPOL RB LIMITED：¥ 98,340（税込）



Watch
既存ブランド

「氷撃」および「氷撃 α 」 プロジェクト展望

『FREEZE TECH』の
ターゲット

ノンデスクワーカー※

日本の労働人口の
57%にあたる3,900万人の
ノンデスクワーカー市場を
見据えています



※多様な現場で私たちの生活基盤を支え、社会の安全と快適さを維持する重要な役割を担う人

ワーク

商品	取引先	内容	2025年	2026年	2027年
氷撃α 冷感ミスト	大手鉄鋼メーカー	冷感ミストをメインに導入提案中	提案中		
氷撃	航空機地上支援業務会社	試験(テスト)導入としての出荷が決定	試験(テスト) 導入済		
氷撃	航空機地上支援業務会社 (ANA成田エアポートサービス(株))	従業員の方々による試験(テスト)着用在開始	試験(テスト) 着用在開始		
氷撃α 冷感ミスト	大手航空会社	ユニフォーム生地への採用に向け サンプル開発中	契約締結目標		試験(テスト) 導入目標
氷撃	作業服専門店	フランチャイズ各店に取扱い打診中 さらにOEM製造の採用に向けて提案中	試験(テスト) 導入目標		
氷撃α	作業ユニフォーム アパレルメーカー	OEM製造に向けて提案中 まずは通常商品の試験(テスト)導入を開始	試験(テスト) 導入開始		
冷感ミスト	大手ガソリンスタンド	各店への冷感ミスト導入に向けて協議中	契約締結済		
冷感ミスト	自動車関連会社 (トヨタモビリティパーツ(株) 愛知支社)	冷感ミストの配荷が決定	契約締結済	本格導入目標	
氷撃α	テーマパーク	・特注/OEM製品の受注について協議中 ・氷撃アームカバーと冷感ミストの導入が決定	契約締結予定		
氷撃α 冷感ミスト	行政機関	・制服の製造に向けて協議中 ・冷感ミストの試験(テスト)導入を開始	試験(テスト)導入開始 (冷感ミスト)		
氷撃α	農業従事者と地域をつなぐ 全国的な流通団体	農業流通から全国展開を目指し提案中			本格導入目標
冷感ミスト	大手健康飲料販売会社	販売員向けに冷感ミストの導入を開始	契約締結済 試験(テスト)導入開始		
氷撃 冷感ミスト	大手道路事業会社	地方の支店に氷撃アームカバー・ 冷感ミストの試験(テスト)導入を開始	試験(テスト) 導入開始		
氷撃 冷感ミスト	大手運送会社	氷撃生地と冷感ミストの採用に向け提案中	試験(テスト) 導入目標		

※赤字の箇所は、前回開示した決算説明資料から状況が更新された項目、もしくは新たに追加されたプロジェクトを示しています。また、当該プロジェクトの一環として段階的な展開を進める中で、具体的な進捗が見られたタイミングも反映しております。


※黄色ハイライトの箇所は各プロジェクトの契約締結や試験(テスト)導入開始等を目標としている時期を示しており、単なる希望的観測ではなく、商談や導入に向けた具体的な協議が行っている案件に基づいています。ただし、あくまでも当資料の開示時点の想定であり、状況の変化によっては当社の予想と異なる結果となる可能性がございます。また、各プロジェクトの進捗状況につきましては随時IRとして適時開示をしていく方針でございますが、契約に係る情報の開示につきましては、契約先企業の承諾をいただく必要があり、必ずしも全てを開示できるとは限りませんので、ご了承ください。

※一部抜粋 ※2025年8月8日時点

『FREEZE TECH』の
ターゲット

※
ノンデスクワーカー

日本の労働人口の
57%にあたる3,900万人の
ノンデスクワーカー市場を
見据えています



※多様な現場で私たちの生活基盤を支え、社会の安全と快適さを維持する重要な役割を担う人

- スポーツ
- スポーツ
- アパレル
- その他

商品	取引先	内容	2025年	2026年	2027年～
氷撃 α	大手スポーツウェアメーカー	特注/OEM製品の製造に向けて提案中	試験(テスト) 販売目標		
氷撃 α 氷撃	大型スポーツ用品店	取扱店舗拡大に向けた提案を進行中	試験(テスト) 導入開始		本格導入目標
氷撃 冷感ミスト	ゴルフ用品店	OEM製品の販売を開始 さらに冷感ミストは全店舗導入も開始	本格導入開始		
氷撃 冷感ミスト	広範なゴルフ販路を持つ総合サ プライヤー（キャスコ㈱）	㈱二木ゴルフや㈱太平洋クラブ等 大手ゴルフ関連企業での導入を開始	契約締結済 試験(テスト)導入開始		
氷撃 α	ゴルフアパレルブランド	OEM製品（アームカバー/氷撃タグ付き） の販売を開始	オリジナル製品 販売開始		
氷撃 α	横浜FC ニッパツ横浜FCシーガルズ	オフィシャルサプライヤー契約締結 選手の練習着として提供	契約締結済		
氷撃 α 冷感ミスト	プロ野球球団	オリジナルデザイン製品の販売を開始 （冷感ミスト）	オリジナル製品 販売開始		
氷撃	紳士服量販店（㈱コナカ）	「コナカ・フタタ」全店舗で 「氷撃シャツ」販売開始 来年の新規アイテムに向けて協議中	本格導入開始		
氷撃 α	大阪・関西万博	万博オリジナル製品の販売をし 国内外へのPR露出を目論む	オリジナル製品 販売中		
氷撃 α	国立大学	冷感ウェア市場国内初となる 訴求を目指すためエビデンス試験を開始	試験開始		エビデンス 取得目標
冷感ミスト	ウィッグ・毛髪ケア 総合企業 （㈱アデランス）	ウィッグ用ミストの販売を開始	オリジナル製品 販売開始		

※赤字の箇所は、前回開示した決算説明資料から状況が更新された項目、もしくは新たに追加されたプロジェクトを示しています。また、当該プロジェクトの一環として段階的な展開を進める中で、具体的な進捗が見られたタイミングも反映しております。

※黄色ハイライトの箇所は各プロジェクトの契約締結や試験(テスト)導入開始等を目標としている時期を示しており、単なる希望的観測ではなく、商談や導入に向けた具体的な協議が進行している案件に基づいています。ただし、あくまでも当資料の開示時点の想定であり、状況の変化によっては当社の予想と異なる結果となる可能性があります。また、各プロジェクトの進捗状況につきましては随時IRとして適時開示をしていく方針でございますが、契約に係る情報の開示につきましては、契約先企業の承諾をいただく必要があり、必ずしも全てを開示できるとは限りませんので、ご了承ください。

氷撃および氷撃α | 2025年～2030年のプロジェクト展望（海外）

※一部抜粋 ※2025年8月8日時点

『FREEZE TECH』の
ターゲット

ノンデスクワーカー※

世界の労働人口の
80%にあたる27億人の
ノンデスクワーカー市場
を見据えています

※多様な現場で私たちの生活基盤を支え、社会の安全と快適さを維持する重要な役割を担う人

ワーク

プロスポーツ

スポーツ

商品	取引先		2025年	2026年	2027年～
氷撃	(CAN) CIMA社 Public Safety流通(行政機関) 代理店	カナダ国内の公共安全機関に向けた OEM製品の試験(テスト)販売を開始	契約締結済 試験(テスト) 販売開始		
氷撃	(DEU) 建築業界向けBtoB企業	試験(テスト)導入が決定 反響次第で他国への販売の可能性もあり	試験(テスト) 導入予定		
氷撃	(UK)防衛・治安分野に特化した 専門代理店	製品導入に向け協議中	契約締結予定		
氷撃	(USA)ワーク流通代理店	世界最大手物流企業をはじめ ワーク流通の顧客へのアプローチを予定	契約締結済		
氷撃	(USA)プロアメリカン フットボールリーグ	マーケティングプラン協議中	契約締結予定	試験(テスト) 導入目標	
氷撃	(USA)大学フットボール市場	マーケティングプラン協議中	契約締結予定	試験(テスト) 導入目標	
氷撃	(DEU)ゴルフブランド	試験(テスト)着用に向けて進行中	契約締結予定	試験(テスト) 着用開始予定	
氷撃	(ITA)モータースポーツ アパレル	氷撃生地の導入に向けて協議中	試験(テスト) 導入予定		
氷撃	(USA)乗馬用アパレル・ フットウェアメーカー	生地採用に向け協議中			契約締結予定
氷撃	(USA)武道用アパレルメーカー	剣道具としての生地提案中	試験(テスト) 販売目標		

※赤字の箇所は、前回開示した決算説明資料から状況が更新された項目、もしくは新たに追加されたプロジェクトを示しています。また、当該プロジェクトの一環として段階的な展開を進める中で、具体的な進捗が見られたタイミングも反映しております。

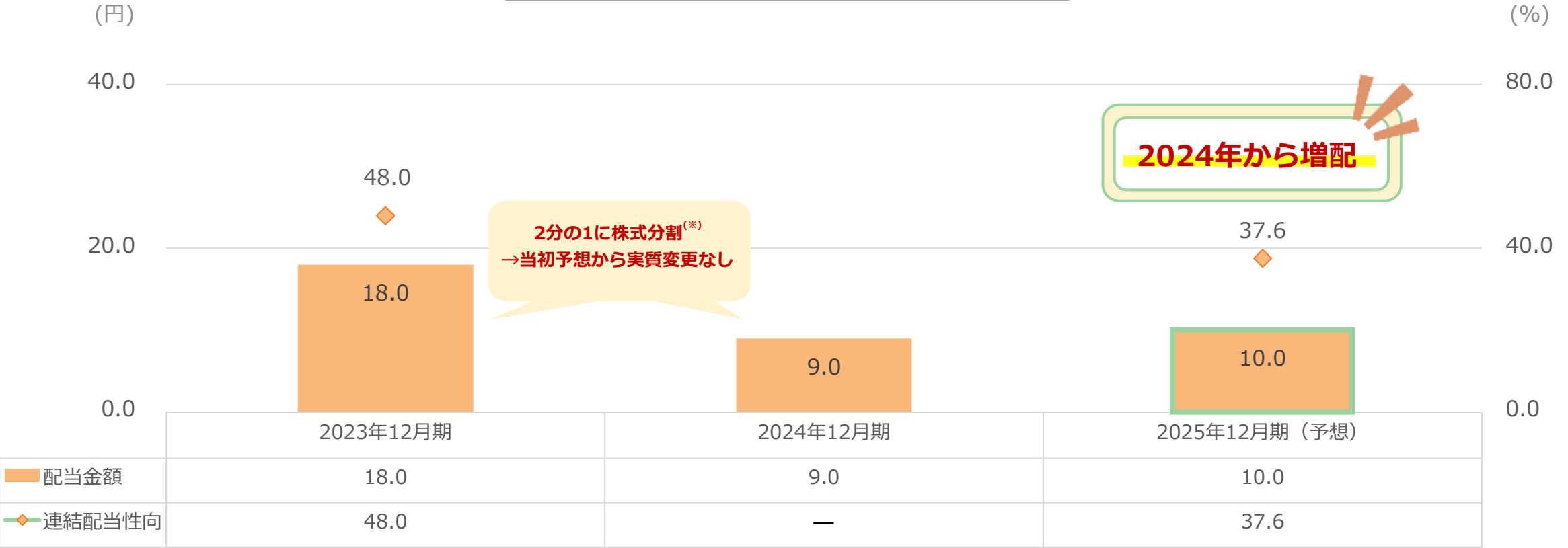
※黄色ハイライトの箇所は各プロジェクトの契約締結や試験(テスト)導入開始等を目標としている時期を示しており、単なる希望的観測ではなく、商談や導入に向けた具体的な協議が進行している案件に基づいています。ただし、あくまでも当資料の開示時点の想定であり、状況の変化によっては当社の予想と異なる結果となる可能性がございます。また、各プロジェクトの進捗状況につきましては随時IRとして適時開示をしていく方針でございますが、契約に係る情報の開示につきましては、契約先企業の承諾をいただく必要があり、必ずしも全てを開示できるとは限りませんので、ご了承ください。

株主還元

Shareholder Return

当社は、株主資本利益率の向上に努め、配当性向を勘案しつつ安定的な配当の実施に努めるという考えのもと、長期に亘る安定的な経営基盤の確保をめざし、業績に応じた適正な利益配分を継続的に実施することを基本方針としております。この基本方針のもと、2025年12月期の配当は前期から増配の年間10.00円、配当性向37.6%といたします。

配当金額の推移



※2024年7月1日を効力発生日として、普通株式1株につき2株の割合で株式分割。詳細は2024年 5月15日に開示いたしました資料をご確認ください。

2024年12月期末の基準日から、株主の皆様への更なる感謝と、当社商品をより身近に感じていただきたいという思いから、

株主優待制度を拡充いたします。

対象株主様は、2024年7月1日に行った株式分割の影響により、2024年12月末の基準日に **6単元（600株）以上の株式を保有** されている株主様といたします。

当社オンラインショップ
「Liberta! ONLINE STORE うれしいコトうれしいモノ」にてご利用いただける特典

2024年12月末基準

① **7,500円** 分のポイント贈呈

② 購入代金10%割引 ※常時適用

2025年12月末基準

これまで、株主還元の対象を「6単元（600株）以上の株式を保有されている株主様」としておりましたが、

3単元（300株）以上に引き下げることとなりました。

本変更により、より多くの株主様に還元の機会を提供いたします。
なお、ご利用いただける特典に変更はございません。



当社オンラインショップへ
会員登録

ご登録ページは[こちら](#)です

※会員登録期限：基準日翌年の8月末日まで



① 優待ポイント
② 購入代金10%割引特典
プレゼント

[ONLINE STORE](#)で利用できます



リベルタ商品と**交換**

好きな商品と交換が出来ます

※優待ポイントご利用期限：会員登録日から1年間

本資料には、当社に関連する予想、見通し、目標、計画等の将来に関する記載が含まれています。これらは、当社が資料作成時点において入手した情報に基づく、当該時点における予測等を基礎として作成されています。これらの記載は、一定の前提及び仮定に基づいており、また、当社の経営陣の判断または主観的な予想を含むものであり、国内外の経済状況の変化、市場環境の変化、社会情勢の変化、他社の動向等の様々なリスク及び不確実性により、将来において不正確であることが判明しまたは将来において実現しないことがあります。したがって、当社の実際の業績、経営成績、財政状態等については、当社の予想と異なる結果となる可能性があります。

本資料に掲載のあらゆる情報は株式会社リベルタに帰属しております。手段・方法を問わず、いかなる目的においても当社の事前の書面による承認なしに複製・変更・転載・転送等を行わないようお願いいたします。

IRお問い合わせ窓口

▶ <https://ir.liberta-j.co.jp/ja/ir/contact1.html>