

2024年12月期第3四半期

# 決算説明資料

証券コード 4935



# Liberta!

株式会社リベルタ

2024年11月14日

1. 会社概要
2. 2024年12月期通期業績予想修正
3. 「氷撃」および「氷撃α」プロジェクト展望
4. 2024年12月期第3四半期 ハイライト
5. 2024年12月期第3四半期 トピックス
6. 株主還元

# 会社概要

Company Profile

---

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

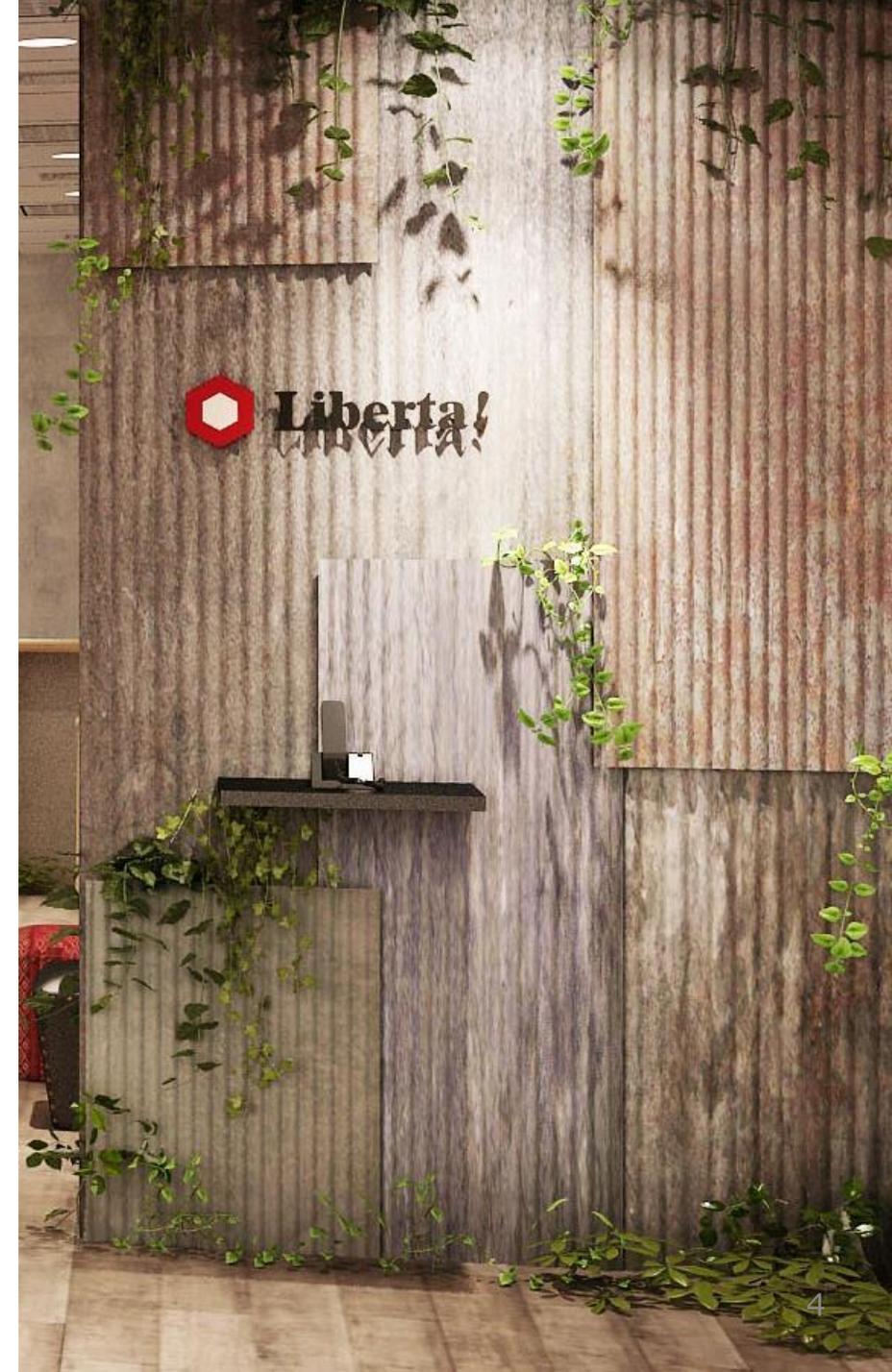
従業員数 153名 (連結) ※2024年9月30日時点

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 上海李瑠多貿易有限公司、V I V A ネットワーク株式会社  
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.



# 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！！

NEW!



■ 国内店舗数 (店舗卸)

Q2 23,700 → Q3 **32,300**  
約8,600店舗増！  
店舗以上

■ 海外店舗数

**25,600**  
店舗以上

※2024年9月30日時点

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ます。

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

※ 店舗数は2024年9月30日時点

## 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28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、

累計

3,000万個

以上販売

※ 2024年9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、

累計

# 1,100万個

## 以上販売

※ 2024年9月30日時点

# + DENTISTE!

多数の著名人・インフルエンサーも愛用！



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「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、

累計 **1,000万個**  
 以上販売

※ 2024年9月30日時点



カビがめっちゃ取れると  
**SNSで話題!**

**!** 取れすぎ注意



## FREEZE TECH \* ブランド概要

汗と風で驚きの冷感が持続する『氷撃』クーリング・ギア。

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・プリントによる3つの冷感効果を発揮。

猛暑対策に特化した冷感ウェア・ギアブランド。

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。

2017年の発売開始より、  
冷感ウェア  
累計 **120万枚** ※ 以上販売

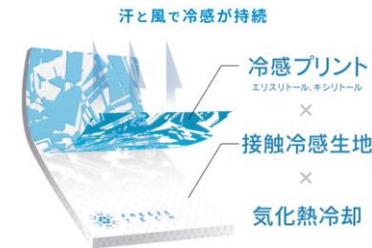
2020年の発売開始より、  
冷感ミスト  
累計 **40万本** ※ 以上販売

※ 2024年9月30日時点

2024年6月30日時点では32万本が、**その後わずか3ヶ月で40万本突破!**  
詳しくは[こちら](#)。



独自のトリプル冷感テクノロジー



ブランドアンバサダー  
魔姿斗氏

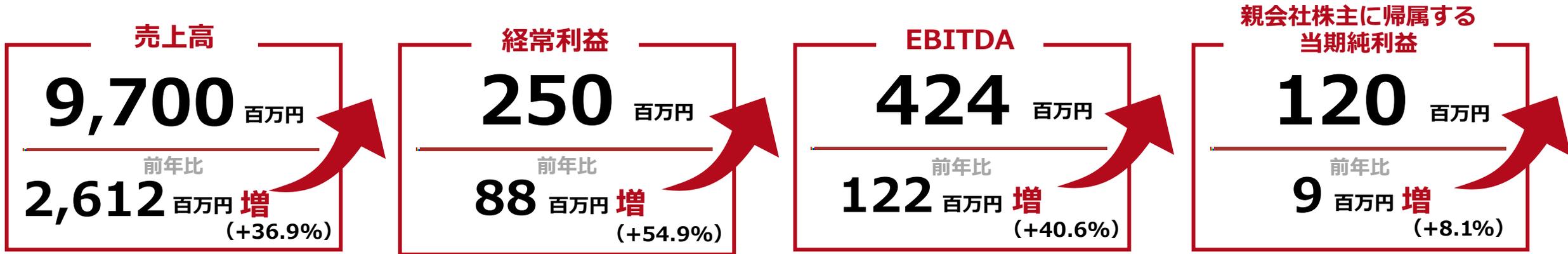


※FREEZE TECHは、一般財団法人日本気象協会が推進するプロジェクト「熱中症ゼロへ」の活動を応援しております。

# 2024年12月期 通期 業績予想修正

Revision of Earnings Forecast

---



## 売上高増収の主な要因

「コスメ」ジャンル：主要ブランドの育成と活性化を狙い、プロモーションの強化を実施予定。  
(広告販促費 前年比+52.9%)

「機能衣料」ジャンル：ホームセンター等へのテスト販売が好調であったため販路拡大。  
に加え、米国でも海外販路拡大を目的とし、米国現地法人を2024年3月に設立予定。 ※設立済み

「トイレットリー」ジャンル：「FREEZE TECH 衣類用冷感ミスト」がホームセンター及びドラッグストア等へのテスト販売が好調であったため、販路拡大を見込む。

単位：百万円

	2024/12 通期 当初予想	2024/12 通期 修正予想	増減額	増減率	(ご参考) 2023/12 通期実績
売上高	9,700	8,400	▲1,300	▲13.4%	7,087
経常利益	250	140	▲110	▲44.0%	161
E B I T D A	424	332	▲92	▲21.7%	301
親会社株主に帰属する 当期純利益	120	74	▲46	▲38.3%	111

売上高：中期経営計画に基づき、既存ブランドである「デンティス」の成長を促進するために、積極的に広告販促費を投下した結果、同ブランドの2024年12月期第3四半期は前年同期比97%増と大幅に伸長したものの、同年第3四半期以降の計画については想定を下回る予想であることや、電熱ウェア「Heat Master」の暖冬傾向による需要の減少、また米国においては、不安定な市場動向による消費者の嗜好品の購買意欲の低下、大統領選を控えた不確実な政治・経済環境による消費者心理が慎重となり、当初予想から下回ることとなりました。

利益：売上高の要因に加え、米ドルの為替レートが当初計画より大幅に円安に振れ、「デンティス」の輸入コストが増加したことにより減益。親会社株主に帰属する当期純利益は、経常利益は減少となる見込みであるものの、繰延税金資産の回収可能性の見直しにより税金費用が減少する為、74百万円を見込んでおります。

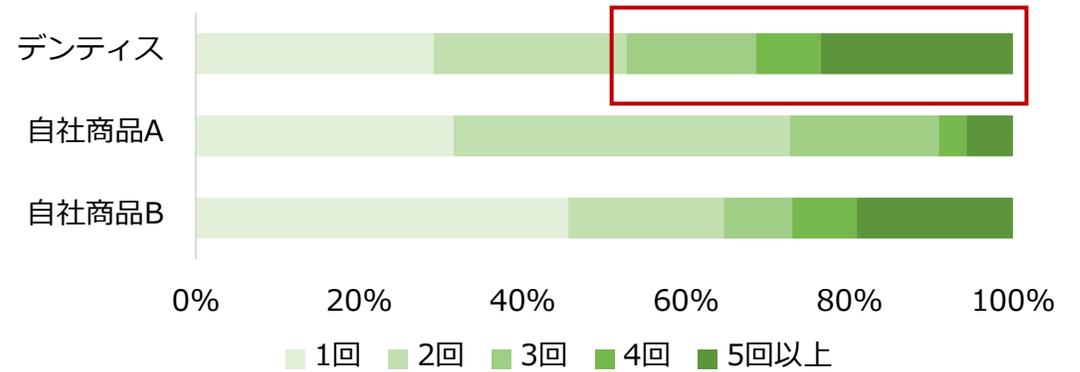
✓ **なぜデンティスに広告販促費を投下したか**

デンティスは、**他ブランドと比較して特にリピート率が高く、3回以上の購入をされるお客様が多いことが特徴です。**これは、一度使用いただくとわかる満足度の高さが多くのお客様に支持され、日常的に愛用されていることを示しています。

この特性を生かし、さらに多くの新規顧客様にデンティスの魅力を届けるため、広告販促費を投下し、新規顧客の獲得を狙いました。



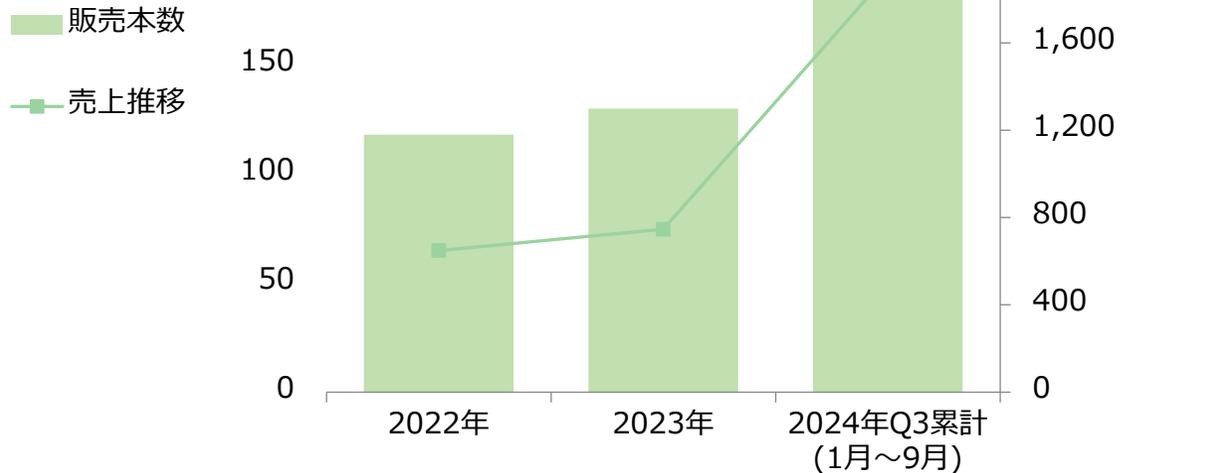
当社ブランドのリピート率 比較



※【調査期間】2022年11月【調査対象】20歳～69歳の女性109名【実施委託先】株式会社インテージ

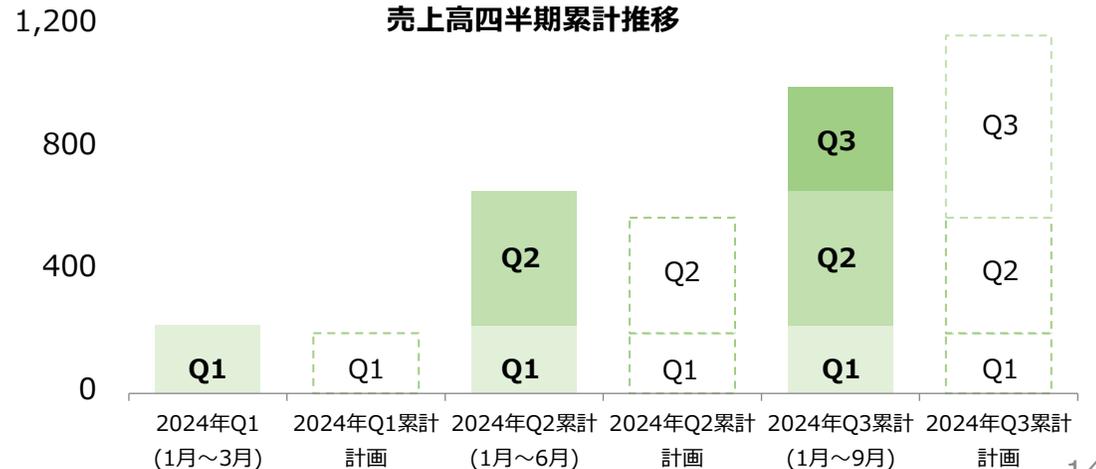
単位：万本

販売本数および売上推移



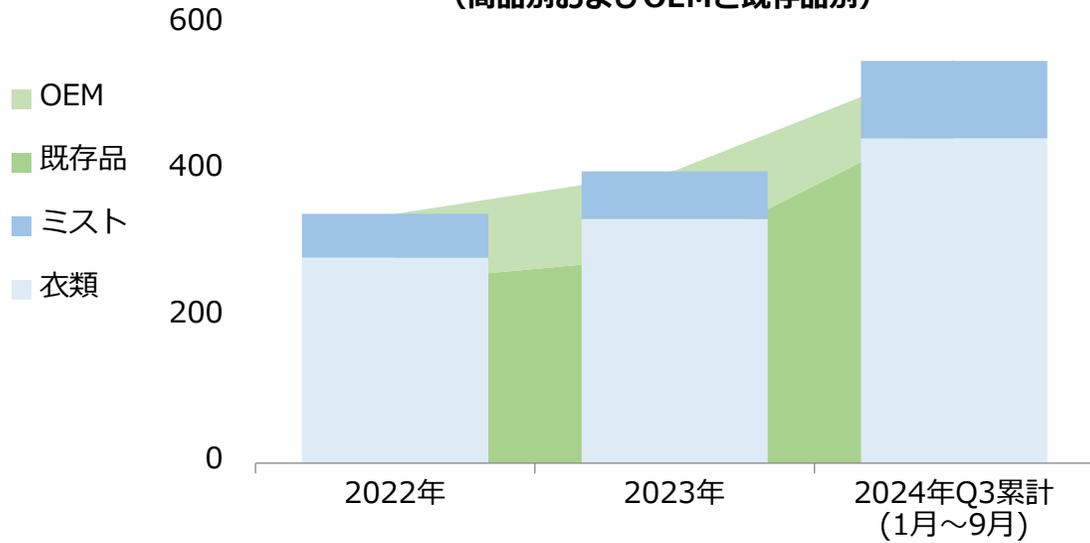
単位：百万円

デンティス 売上高四半期累計推移



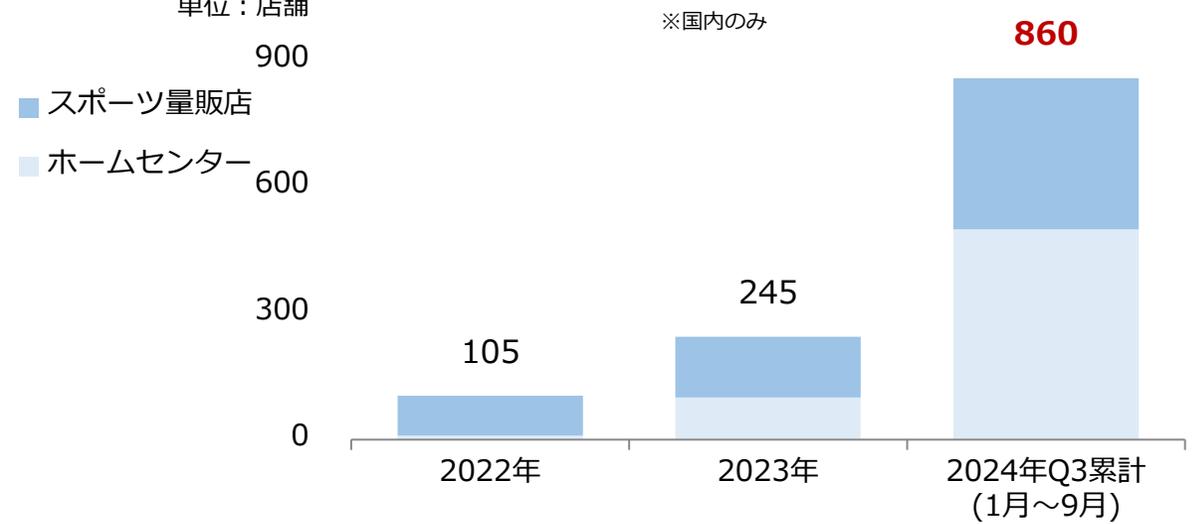
単位：百万円

売上推移  
(商品別およびOEMと既存品別)



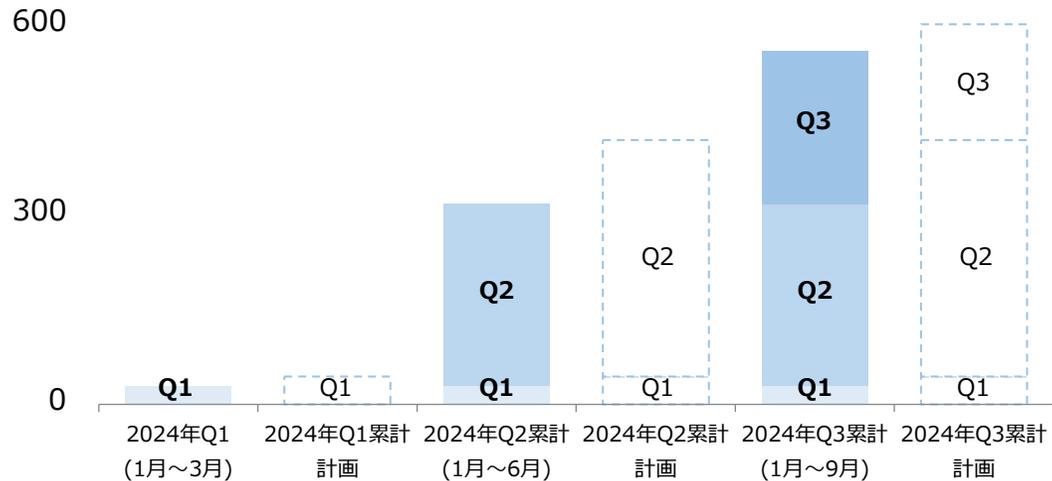
単位：店舗

ホームセンター・スポーツ量販店  
取扱店舗数の推移  
※国内のみ



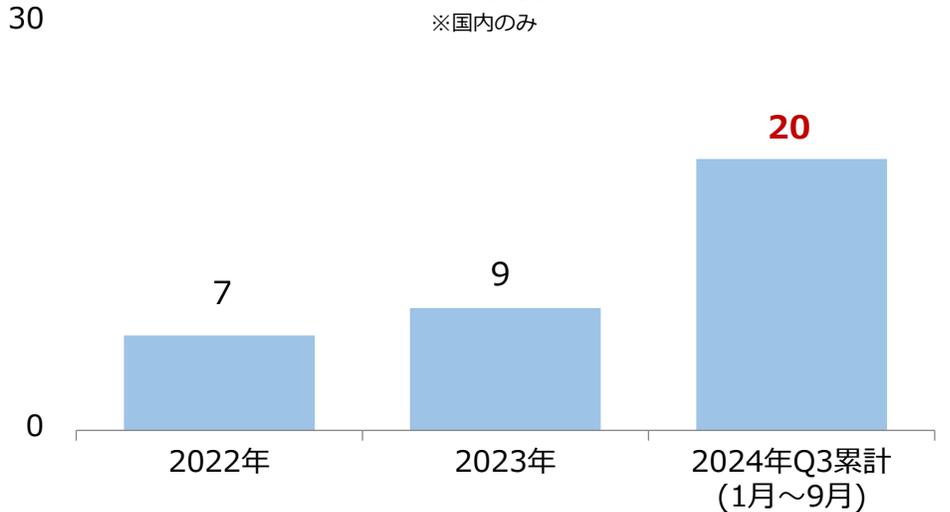
単位：百万円

FREEZE TECH  
売上高四半期累計推移



単位：件

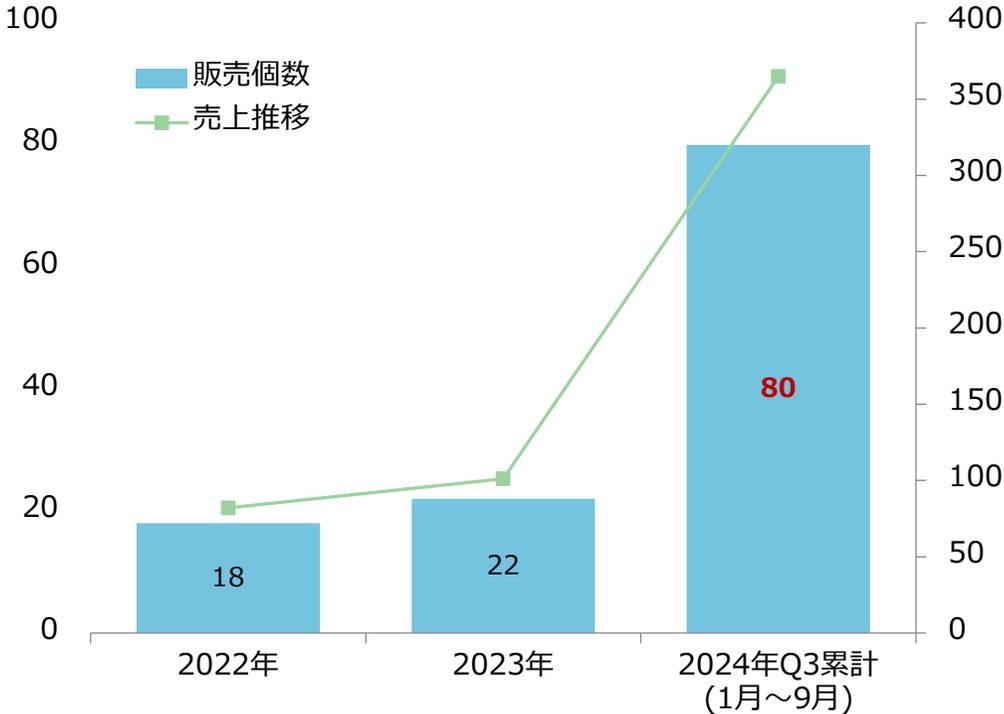
OEM案件数  
※国内のみ





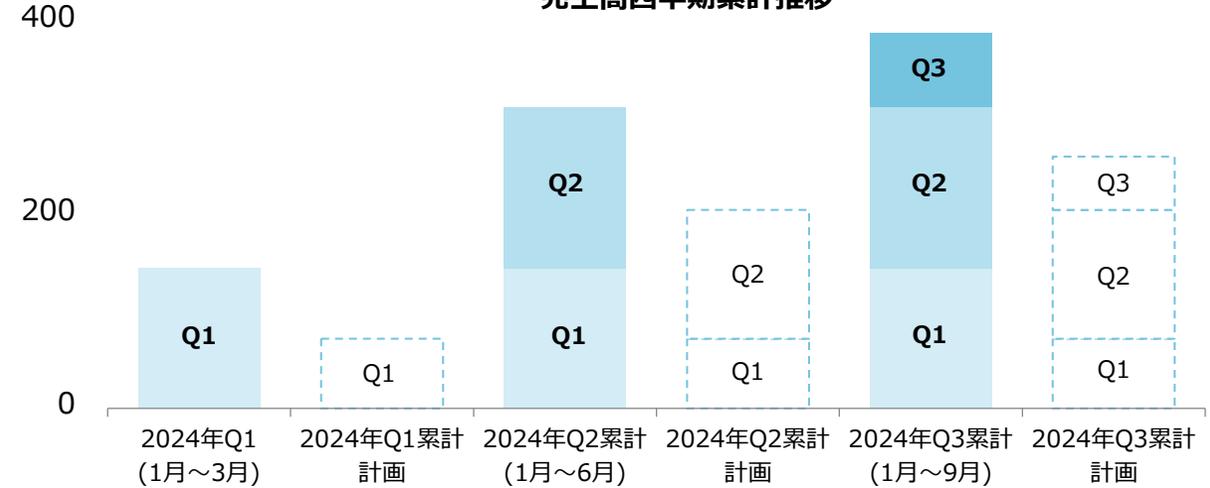
単位：万個

販売個数および売上推移



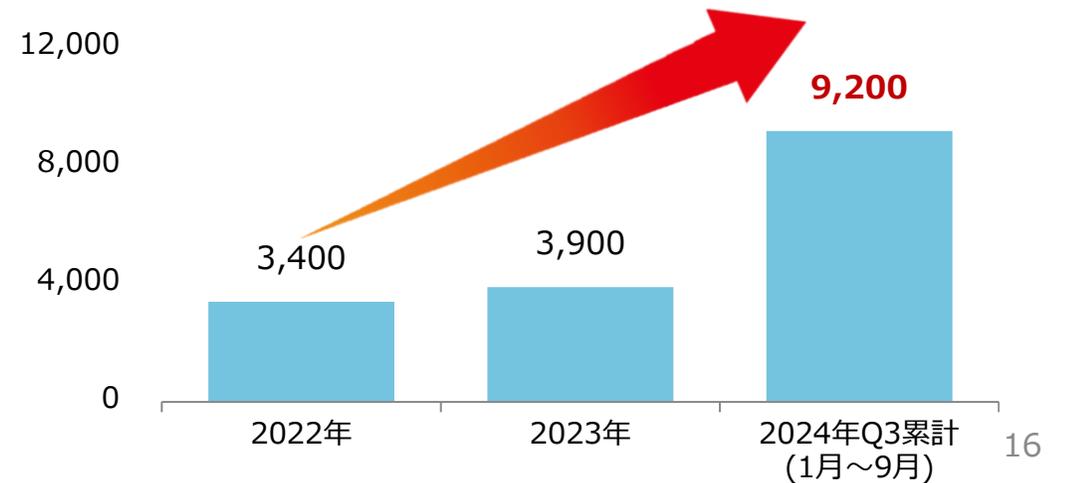
単位：百万円

クーリスト  
売上高四半期累計推移



単位：店舗

取扱店舗数の推移



# 「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  
6,700万人の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

プロスポーツ

その他

商品	取引先		2025年	2026年	2027年～
氷撃α	紳士服量販店 2企業	} ポロシャツやYシャツなどの制服の製造に向けて協議中	★ 契約締結予定	★ テスト販売開始予定	
氷撃α	大手自動車関連団体				
氷撃α ミスト	大手航空会社2企業	制服生地への採用に向けて提案中	★ 契約締結予定	★ テスト販売開始予定	
氷撃	作業服専門店	PB製品採用に向けて提案中	★ テスト販売開始予定		
氷撃	作業ユニフォーム アパレル商社	新規流通獲得に向けて提案中	★ 『氷撃』にてテスト販売開始予定		
ミスト	大手自動車メーカー	『FT衣類用冷感ミスト』提案中		★ 導入開始目標	
氷撃α	大手スポーツウェア メーカー5企業	特注/OEMの受注について協議中			★ 導入開始目標
氷撃α 氷撃	大型スポーツ用品店	製品導入に向けて提案中	★ テスト販売開始予定	★ 拡販開始予定	
氷撃α	サッカーチーム	} 「オフィシャルサプライヤー」 契約に向けて協議中		★ 契約締結予定	
氷撃α	野球球団				
氷撃α	大手テーマパーク	特注/OEMの受注について協議中	★ 導入開始予定		
氷撃α	行政機関	制服の製造に向けて協議中		★ テスト着用を開始予定	
氷撃α	世界最大手物流企業	制服生地への採用に向けて提案中	★ 契約締結予定	★ テスト着用を開始予定	
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論む		★ 拡販開始目標	
氷撃α	大阪万博	国内外PR露出を目論む	★ オリジナルデザイン製品を販売予定		
氷撃α	国立大学	冷感ウェア市場で国内初となる訴求 を目指す。	★ エビデンス取得目標		

# 氷撃および氷撃α | 2024年～2030年のプロジェクト展望 (海外)

特に、米国では今年7月にバイデン大統領によって、屋内外の労働者を酷暑から守る連邦規則案を発表されたことから、労働者向けのユニフォームとしての採用に向け、各種企業と商談が進行中。

## 『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

	商品	取引先	2025年			2026年			2027年～		
ワーク	氷撃	(CAN) Public Safety流通 (行政機関)代理店	商品導入に向けて提案中	★ 契約締結予定	★ テスト導入開始目標						
	氷撃	(ITA)モーター スポーツアパレル	商品導入に向けて提案中	★ テスト着用高評価◎	★ テスト導入開始目標						
	氷撃	(USA)電動工具 メーカー	商品導入に向けて提案中	★ テスト着用依頼中	★ テスト導入開始目標						
プロスポーツ	氷撃	(USA)ワーク流通 代理店	UPS, BPIほか 顧客へのアプローチを目論む		★ テスト導入開始目標						
	氷撃	(USA)プロアメリカン フットボールリーグ	ウェア供給企業へ 商品導入に向けて提案中	★ 契約締結予定	★ テスト導入開始目標						
その他	氷撃	(USA)Universal	パークスタッフ向け衣装、社販製品、パーク内で販売されるグッズなどの採用に向けて進行中	★ 契約締結完了/出荷開始済み				★			
	ミスト	(KOR) TVショッピング	露出に向けて提案中		★ 露出目標						
	氷撃	(MYS) ヒジャブメーカー	スポーツ用ヒジャブのラインナップとして販売を目論む	★ テスト販売開始予定				★ 導入開始目標			
	氷撃	男性向け中東諸国民族衣装製造への冷感プリント提供	高品質な中東民族衣装向け生地 (日本製) への冷感プリント供給を目論む		★ テスト販売開始予定			★ 導入開始目標			

# 2024年12月期第3四半期 業績ハイライト

Financial Highlights

---

## 売上高

**6,191** 百万円

前年同期比

**1,228** 百万円 増 (+24.8%)

UP

## 売上総利益

**2,329** 百万円

前年同期比

**269** 百万円 増 (+13.1%)

UP

## 営業利益

**▲24** 百万円

前年同期比

**▲132** 百万円 減 (―%)

## EBITDA

**96** 百万円

前年同期比

**▲94** 百万円 減 (▲49.5%)

親会社株主に帰属する  
四半期純利益

**▲70** 百万円

前年同期比

**▲110** 百万円 減 (―%)

- ・売上高はすべてのジャンルで増収となったが特にコスメジャンルである「デンティス」がPR効果により売上高が前年同期比約97%増、酷暑によりクーリングコスメブランドの「クーリスト」が前年同期比約270%増、「FREEZE TECH」が前年同期比約35%増と大幅増収。
- ・売上総利益率は売上増の要因であった「デンティス」の利益率が低いこと、海外販路主要国である米国の「ベビーフット」が販売不調となり4.0%悪化したが売上増に伴い増益。
- ・営業利益、EBITDA、親会社株主に帰属する四半期純利益は、売上総利益率の悪化、増員計画による採用活動費増及び人件費増、成長戦略①主力ブランドの育成と活性化による大型プロモーションの実施による広告販促費増、M&Aに伴うのれん償却による減価償却費増等、販売費および一般管理費の増加により減益。

単位：百万円

	2023/12 Q3 実績	2024/12 Q3 実績	増減額	増減率	2023/12 通期 実績
売上高	4,962	<b>6,191</b>	<b>+1,228</b>	<b>24.8%</b>	7,087
売上総利益	2,059	<b>2,329</b>	<b>+269</b>	<b>13.1%</b>	2,853
販売費及び一般管理費	1,951	<b>2,353</b>	+402	20.6%	2,681
営業利益	108	<b>▲24</b>	▲132	—	172
EBITDA	190	<b>96</b>	▲94	<b>▲49.5%</b>	301
経常利益	89	<b>▲43</b>	▲132	—	161
親会社株主に帰属する 中間純利益	39	<b>▲70</b>	▲110	—	111

※EBITDA = 税前利益 + 支払利息 + 社債利息 + 減価償却費 + のれん償却費

単位：百万円

	2023/12 Q3 実績	構成比	2024/12 Q3 実績	構成比	増減額	増減率
コスメ	2,005	40.4%	<b>2,898</b>	46.8%	<del>+893</del>	<b>+44.5%</b>
トイレタリー	1,046	21.1%	<b>1,094</b>	17.7%	<del>+47</del>	+4.5%
機能衣料	373	7.5%	<b>458</b>	7.4%	<del>+84</del>	<b>+22.6%</b>
浄水器・医療機器	565	11.4%	<b>643</b>	10.4%	<del>+78</del>	<b>+13.9%</b>
生活雑貨・家電他	1,206	24.3%	<b>1,255</b>	20.3%	<del>+49</del>	+4.1%
リベート等控除	▲235	▲4.7%	<b>▲159</b>	▲2.6%	+75	—
合計	4,962	100.0%	<b>6,191</b>	100.0%	<del>+1,228</del>	<b>+24.8%</b>

※2023年12月期までの「コスメ（ピーリングフットケア）」「コスメ（その他）」ジャンルは、2024年12月期より「コスメ」ジャンルに統合しました。

表内2023年12月期の「コスメ」ジャンルの数値は、旧「コスメ（ピーリングフットケア）」「コスメ（その他）」ジャンルを合計した数値となります。

※2023年12月期までの「Watch」「生活雑貨・オーラルケア」「ヘルス&ビューティー家電」「その他」ジャンルは、2024年12月期より「生活雑貨・家電他」ジャンルに統合しました。表内の2023年12月期「生活雑貨・家電他」ジャンル数値は、旧「Watch」「生活雑貨・オーラルケア」「ヘルス&ビューティー家電」「その他」ジャンルを合計した数値となります。

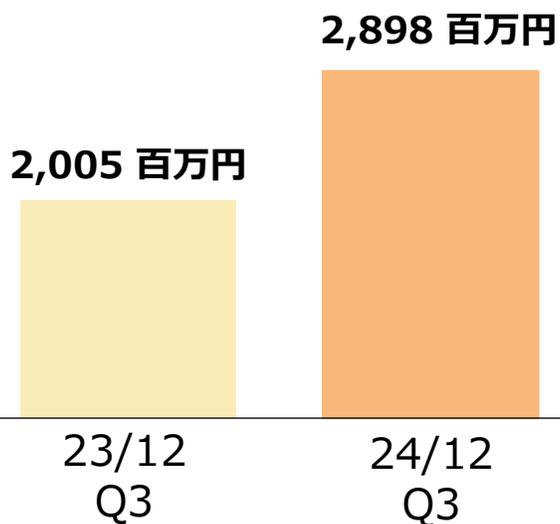
※2024年12月期第1四半期より連結の範囲に含めた(株)アフラの売上は「コスメ」ジャンルに含めております。

2024年12月期  
第3四半期実績

(前年同期比)

**+44.5%**

**893**百万円 増収



## コスメ

- ・ “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、ブランドアンバサダーにSnow Man・渡辺翔太氏を起用した**プロモーション効果により前年同期比売上高約97%増と大幅に伸長し増収。**
- ・ 新感覚の暑さ対策ブランド「**クーリスト**」は、メディア・SNS露出、酷暑が影響し、大手ドラッグストアを中心に取扱い店舗数が**前年から約9,000店舗増加し増収。**
- ・ 高機能デオドラントブランド「**Quick Beauty (QB)**」は、大手ドラッグストアにて販売好調となり増収。
- ・ 大手総合ディスカウントストア『ドン・キホーテ』のOEMブランドであるヘアケアアイテム「**サラリスト**」が、販売好調となり増収。
- ・ 子どもも使えるやさしい日焼け止めブランドの「**ライオス**」は、アジア・中東エリアにてSNS・店頭プロモーションの効果により増収。



デンティス  
チューブタイプ



ベビーフット  
イージーパック



クーリスト  
アセダレーヌ



サラリスト  
アホ毛しつけトリートメント

※2023年12月期までの「コスメ（ピーリングフットケア）」「コスメ（その他）」ジャンルは、2024年12月期より「コスメ」ジャンルに統合しました。グラフにおける2023年12月期の数値は、旧「コスメ（ピーリングフットケア）」「コスメ（その他）」ジャンルを合計した数値となります。

2024年12月期  
第3四半期実績

(前年同期比)

**+22.6%**

**84**百万円 増収

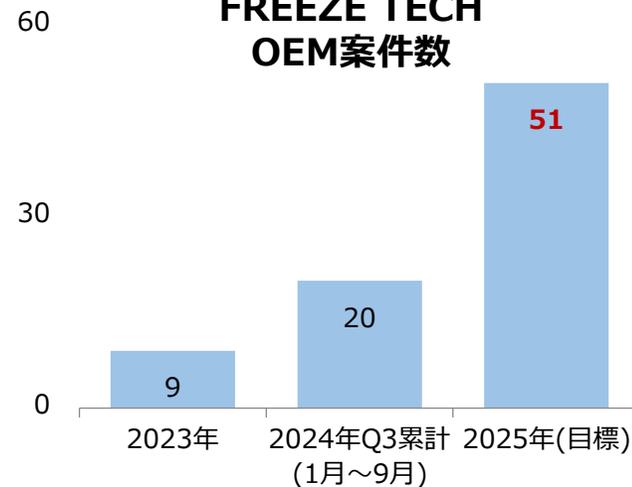
## 機能衣料

汗と風で驚きの冷感が持続する冷感ウェアブランドの「FREEZE TECH」は、

- ・ブランドアンバサダーである魔裟斗氏のYouTube施策の影響で、販売好調となり増収。
- ・暑さ対策の展示会である『第10回 猛暑対策展』への出展により、TV露出が増加した影響で、**取扱店舗数が大手ホームセンター約400店舗増加、スポーツ量販店で約220店舗増加し増収。**

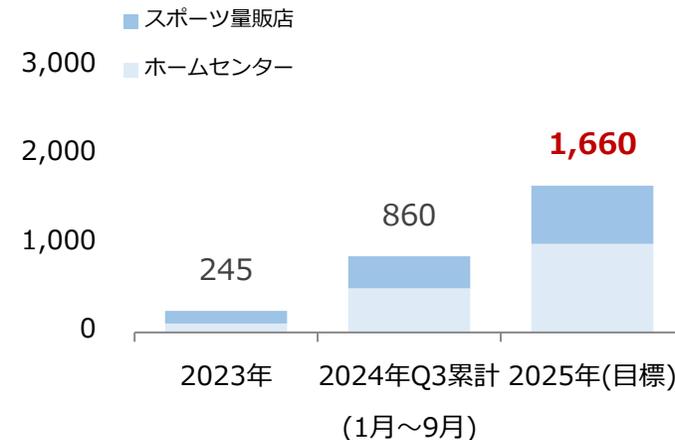
単位：件

### FREEZE TECH OEM案件数



単位：店舗

### FREEZE TECH 取扱店舗数の推移



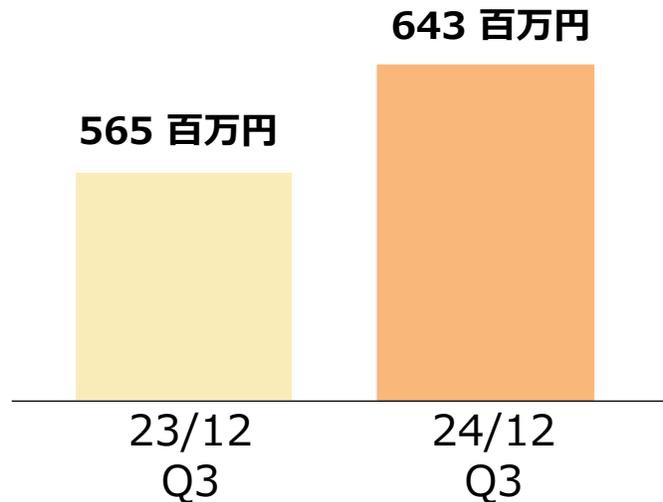
FREEZE TECH  
冷感シャツ 長袖クルーネック

2024年12月期  
第3四半期実績

(前年同期比)

**+13.9%**

**78** 百万円 増収



## 浄水器・医療機器

- ・近年、研究・検査業界でも有機フッ素化合物の**PFAS分析**が活発になりつつあり、世界的な環境問題として注目を集めている中、水道水に含まれている同物質が**当社取扱いの浄水器各シリーズで除去できることが検査機関の調査により証明され**販売好調となり増収。
- ・PETボトルの削減・脱プラ社会への貢献等、SDGsを推進するため約2年前より信州大学と共同で開発に取り組んできた公共用ウォーターサーバー「**Swee**」は、**9月新設の八ヶ岳道の駅、飯田市の市役所や動物園などへ導入され増収。**



EK11タイプ



Swee (スウィー)  
(公共用ウォーターサーバー)

単位：百万円

	2023/12 Q3 実績	構成比	2024/12 Q3 実績	構成比	増減額	増減率
国内	4,630	93.3%	<b>5,914</b>	95.5%	<del>+1,283</del>	<b>+27.7%</b>
海外	567	11.4%	<b>436</b>	7.1%	▲130	▲23.0%
内、北米	349	7.0%	<b>187</b>	3.0%	▲162	▲46.3%
内、アジア・中東	179	3.6%	<b>212</b>	3.4%	<del>+33</del>	<b>+18.4%</b>
内、欧州・他	37	0.8%	<b>36</b>	0.6%	▲1	▲4.9%
リベート等控除	▲235	▲4.7%	<b>▲159</b>	▲2.6%	—	—
合計	4,962	100.0%	<b>6,191</b>	100.0%	<del>+1,228</del>	<b>+24.8%</b>

## 北米

2024年12月期  
第3四半期実績

(前年同期比)

▲46.3%

162 百万円 減収

349 百万円

187 百万円

23/12  
Q3

24/12  
Q3

## アジア ・ 中東

2024年12月期  
第3四半期実績

(前年同期比)

+18.4%

33 百万円 増収

179 百万円

212 百万円

23/12  
Q3

24/12  
Q3

## 欧州 ・ 他

2024年12月期  
第3四半期実績

(前年同期比)

▲4.9%

1 百万円 減収

37 百万円

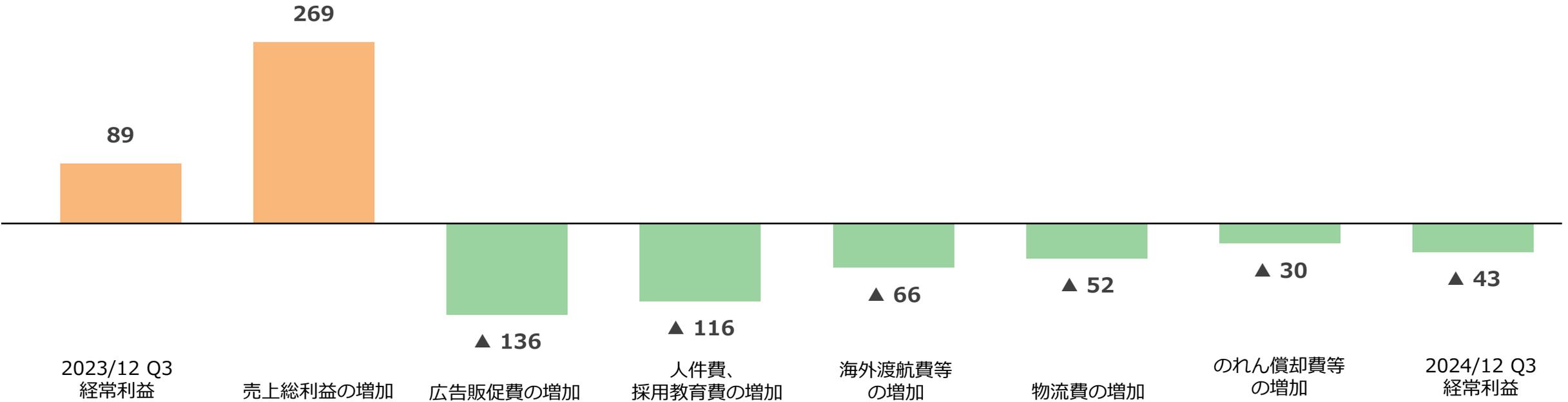
36 百万円

23/12  
Q3

24/12  
Q3

- ・ **アジア・中東**では、コスメジャンルの「Quick Beauty (QB)」と「ライオス」、トイレタリージャンルの「洗技」が、同エリアでのプロモーションが効果的に影響したことで増収。
- ・ **北米**では、インフレ率の高止まりによる消費者の嗜好品の購買意欲の低下、大統領選を控えた不確実な政治・経済環境による消費者心理が慎重となったこともあり、主要販路の一つである「ビューティ専門店チェーン」全体の業績低迷が影響し減収。

単位：百万円



- ・売上総利益は、増収により269百万円の増加
- ・主要ブランド活性化を目的とした大型プロモーション、「FREEZE TECH (氷撃)」海外展開に向け広告販促費が増加
- ・「FREEZE TECH (氷撃)」海外展開等に向けた人材拡充や、教育等の人材投資のため人件費、採用教育費が増加
- ・「FREEZE TECH (氷撃)」の海外展開を加速させるため海外渡航費等が増加
- ・売上増に伴い、物流費が増加
- ・(株)アフラのM&Aにより、のれん償却費等が増加

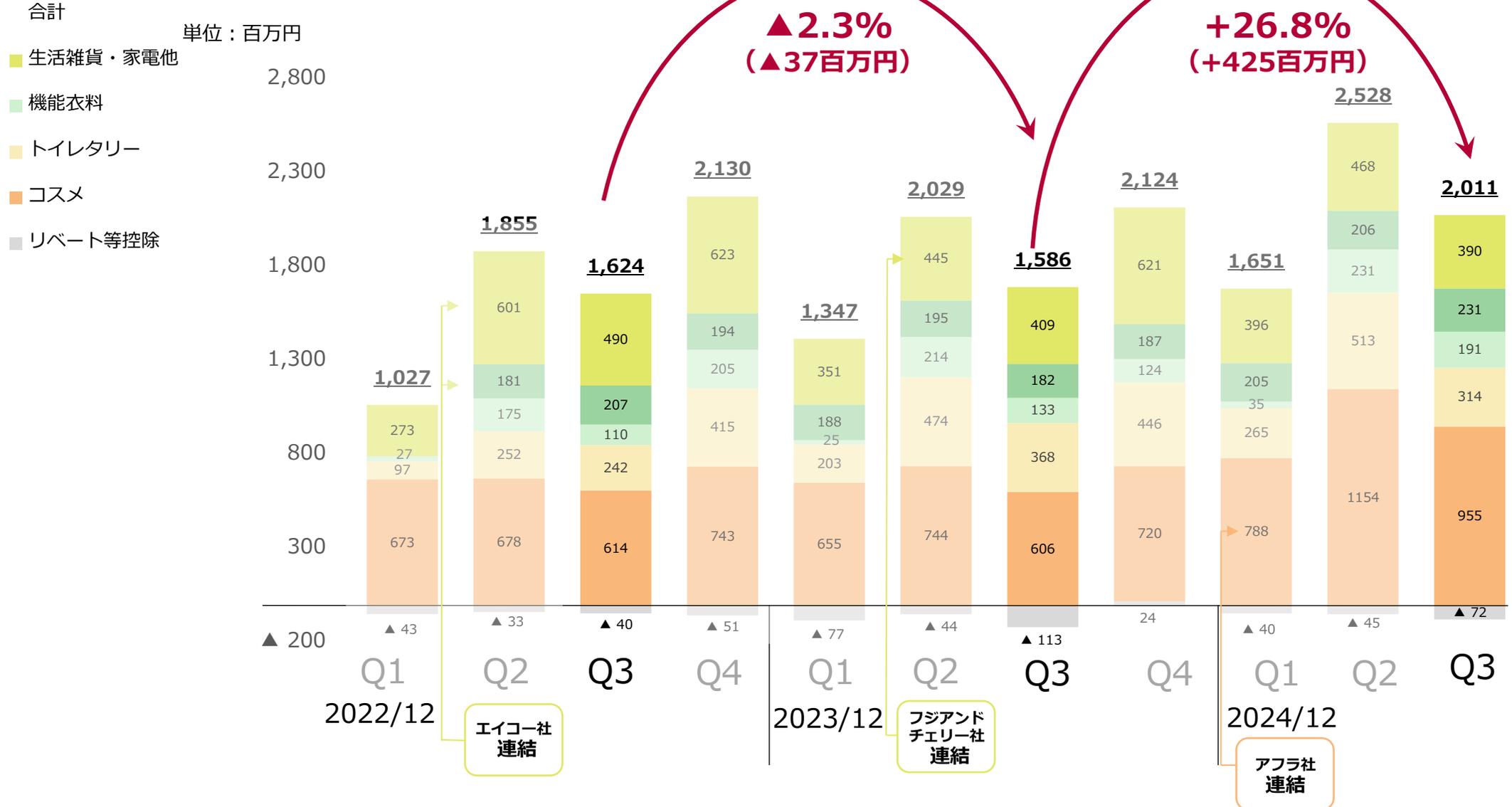
単位：百万円

	2023/12 期末	2024/12 Q3	増減		2023/12 期末	2024/12 Q3	増減
現預金	880	<b>1,042</b>	+161	仕入債務	742	<b>603</b>	▲138
売上債権	1,261	<b>1,310</b>	+48	有利子負債	2,487	<b>3,670</b>	+1,183
棚卸資産	1,305	<b>2,133</b>	+827	その他負債	653	<b>859</b>	+205
その他流動資産	445	<b>450</b>	+4	負債合計	3,883	<b>5,133</b>	+1,250
固定資産	1,627	<b>1,723</b>	+95	資本金	199	<b>207</b>	+8
				剰余金他	1,438	<b>1,318</b>	▲120
				純資産合計	1,637	<b>1,526</b>	▲111
資産合計	5,520	<b>6,659</b>	+1,139	負債純資産合計	5,520	<b>6,659</b>	+1,139

- ・売上好調な「デンティス」のQ4以降の拡販の為の仕入に備えた運転資金の調達等により、現預金が161百万円増加
- ・「デンティス」の仕入等により、棚卸資産が827百万円増加
- ・(株)アフラのM&Aによるのれんの計上等で、固定資産が95百万円増加
- ・Q3までの債務の支払い等により、仕入債務が138百万円減少
- ・仕入運転資金等の調達に伴い、有利子負債が1,183百万円増加
- ・配当や四半期純損失の計上に伴う利益剰余金減少により、純資産が111百万円減少

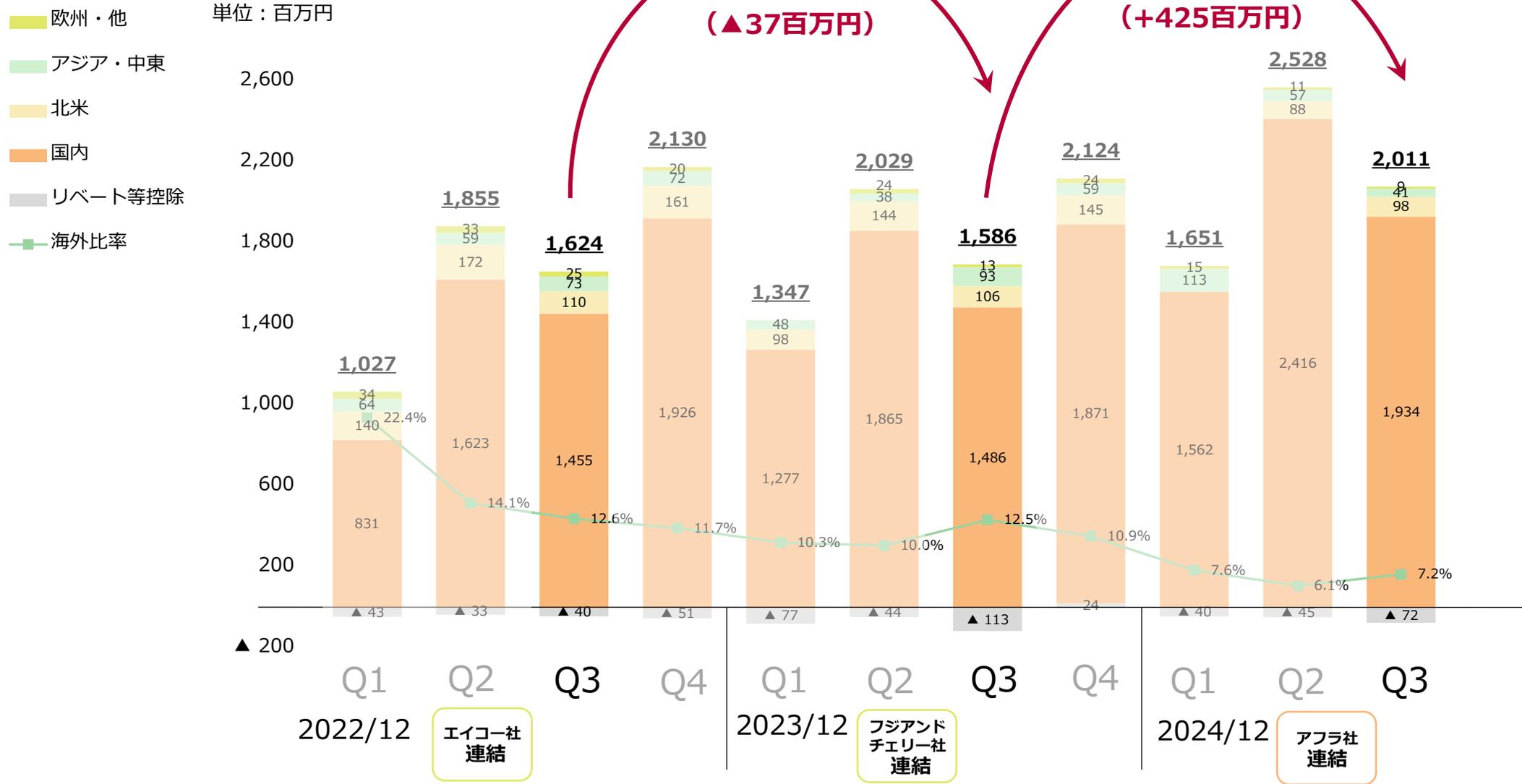
# 商品ジャンル別連結売上高

(四半期推移)



※2024年12月期第3四半期時点のジャンル区分にて表示しております。

# 地域別連結売上高 (四半期推移)



※2024年12月期第3四半期時点の地域区分にて表示しております。

# 2024年12月期第3四半期 トピックス

Topics



# トピックス01 | ファミリー・サービス・エイコー(株)とのシナジー効果



リベルタ×エイコー社  
協同企画商品を  
リベルタの流通販路で販売！

来年以降、現在企画中の商品の発売が続々と予定されています。  
さらなる成長と新たな展開をお届けできることを目指します。

生協流通でのテスト販売好調！  
今後さらに拡販を見込む



蛇口取付型浄水器  
「METASUI」

スカルプキャップ  
「Hair Cure all」



「ベビーフット」シリーズ

管理医療機器  
「足軽ちゃん  
土ふまずサポーター」 保湿密封ソックス

フットケア  
「ベビーフット  
保湿密封ソックス」



バイク流通向け  
「あったか  
ニーハイソックス  
メンズ」  
来期発売予定

ジャンルを超える  
企画力

計画的ユーザー  
コミュニケーション

安定供給を実現する  
品質基準

医療機器認可を備え  
た高度な開発力



「FREEZE TECH」シリーズ

国内外の  
豊富な販路

自社開発の  
販促力

## シナジー効果

医療機器認可を備えた高度な開発力により信頼性のある製品を提供

国内外の豊富な販路と自社工場保有による機動力が  
迅速な市場対応を可能に

生協流通に  
特化した販路

産官学連携の  
取り組み





**来年以降、現在企画中の商品の発売が続々と予定されています。**  
**さらなる成長と新たな展開をお届けできることを目指します。**

### 販売チャネルの拡大 -アフラ製品をリベルタ流通へ-

当社はM&Aを通じて、これまでサロンのみで販売されていたアフラ製品が、**9月度から当社の量販店販路にて販売が開始され、新たな市場へ進出することに成功しています。**



▲国内最大級のインテリアテーマパークでの店頭展開

### 販売チャネルの拡大 -リベルタ製品をアフラ流通へ-

サロン市場に特化したリベルタ商材を、アフラの持つサロン市場に展開することができ、売上の増加が期待できます。

#### ✓主な販路の市場規模

	美容サロン	<b>1兆3,558億</b>
	エステサロン	<b>3,384億</b>
	美容クリニック	<b>3,990億</b>

M&Aの効果を最大化し、  
 企業全体の成長に  
 繋ぐことを目指します

### 技術・ノウハウの共有

サロン向け商材の開発で培った技術やノウハウを既存製品に生かすことができるため、新たな製品の開発や既存製品の改良が可能に。  
 また、自社の製造技術や生産効率の向上を図ることを目指します。

Skīnimalist®

(スキニマリスト)



be10®  
 Cell some nano-capsule

(ビーマイナステン)



### OEM製品開発の強化

展示会に積極的に出展し、ブランド認知度の向上と市場開拓に取り組んでいます。

**展示会を通して、アフラだけでなくリベルタの海外販路におけるOEM案件の獲得に成功しています。**

#### ▶展示会実績

- ✓ 5月 ビューティーワールド ジャパン
- ✓ 8月 JAPANドラッグストアショー
- ✓ 11月 Cosmoprof Asia Hong Kong 2024



▲ビューティーワールド ジャパン @東京ビッグサイト

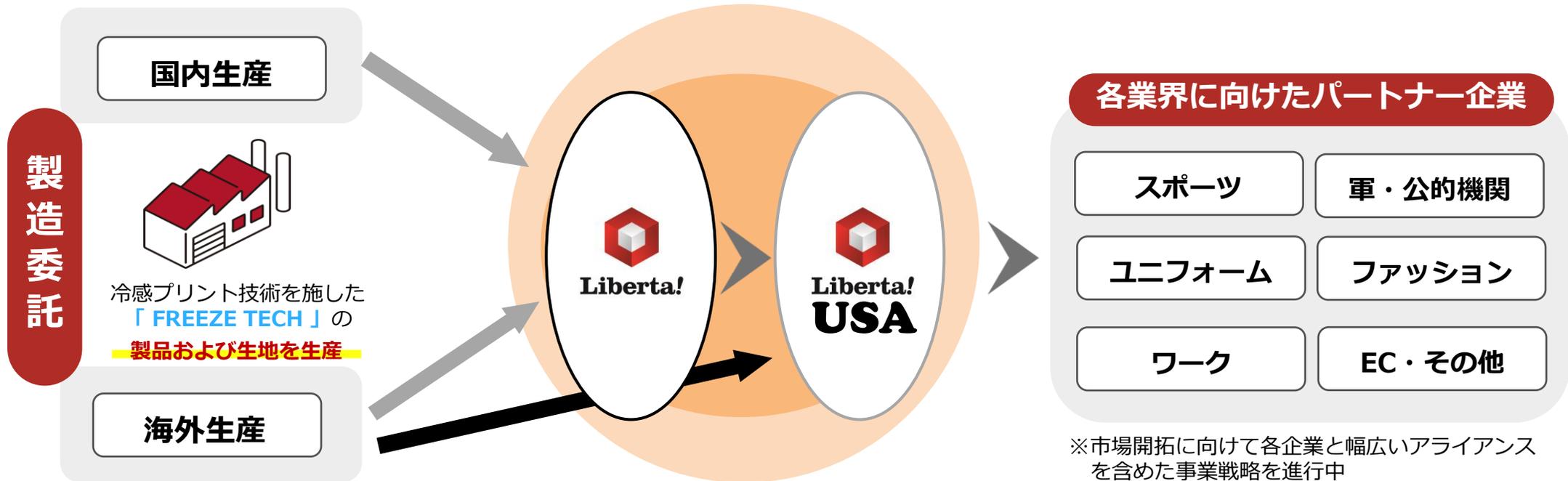
## 事業概要

- 〈 会社名 〉 LIBERTA USA INC.
- 〈 所在地 〉 米国 カリフォルニア州
- 〈 事業内容 〉 機能衣料商品等の企画販売
- 〈 設立年月 〉 2024年 3月
- 〈 出資比率 〉 当社100%

## 事業戦略

- ・ 各種展示会を通して「スポーツ」「ユニフォーム」「ワーク」流通等への各業界に向けたパートナー企業を開拓し、各販路への流通を目論む。
- ・ 国内だけでなく海外の製造委託先から直接の仕入れルートを確認。
- ・ 米国Amazonを通して、販売EC販路の拡大を図る。  
[米国Amazonページ](#)  
[米国版FREEZE TECHブランドページ](#)

## ビジネスモデル



さまざまな業界への流通を開拓するため、「スポーツ」「ユニフォーム」「ワーク」等、各種展示会を通して新規販路の獲得を進めています。



▲ 『CACP』

ワーク流通で世界最大級の展示会『NSC』へ出展

警察や警備会社向けの展示会『CACP』へ出展

米Universal社へ「FREEZE TECH」出荷開始！

北米ユニフォーム・作業服企業が集まる展示会『NAUMD』へ出展

米国現地法人LIBERTA USA INC.を設立

✓ 米国において販路開拓の基盤となる

2024年 3月

2024年 5月

2024年 6月

2024年 8月

2024年 9月

2024年 11月

米国市場の開拓

ユニフォーム作業服販路の開拓

新規販路の獲得

ユニフォーム作業服販路の開拓

ワーク流通販路の開拓

Joyful USAが出展する建築流通の展示会『STAFDA』へ出展予定

✓ 建築系の作業服としての流通販路の開拓を目論む



▲ 『NSC』



◀ 『NAUMD』

# トピックス04 | 【FREEZE TECH】 営業・販促活動の強化

## 福岡ソフトバンクホークスとFREEZE TECHの コラボウェアを発売！

限定コラボ商品は、スポーツファンとFT製品愛用者の双方から高い関心を集め、好評を博しました。

**ファン層へのブランド認知向上にも大きく貢献しております。**



## 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予定



▲ 住友館 建築外観デザイン

「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を販売予定。

※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

## 衣類用冷感ミスト 累計販売本数約40万本突破！

バラエティショップ・ドラッグストア・ホームセンター・ゴルフショップなどで予想を超える反響と実績をあげたこと、また、**大手自動車販売店の整備士への支給が広がったことを受け、全国的に販路拡大中！**



## 今年も暑さ対策の専門展『第10回 猛暑対策展』へ出展！ 魔裊斗さんとのトークセッションも開催

7月24日（水）～26日（金）の期間に東京ビッグサイトにて開催された、『第10回 猛暑対策展』で、温調素材×冷感プリントを用いたクーリングウェア「氷撃α（アルファ）」を展示。

また、メディア向け特別イベントとして元K-1世界チャンピオン、格闘技解説者である**魔裊斗氏**による、「氷撃 FREEZE TECH」シリーズのトークセッションを行いました。





“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にSnow Man・渡辺翔太氏を起用する大々的なプロモーションを開始。**

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。](#)

## Snow Man・渡辺翔太氏 出演 新Web CM第二弾を公開



### 9月30日(月)に新ビジュアルおよびWeb CMを公開。

ネットニュースにも取り上げられ、SNSを中心に大きな反響を呼びました。公開直後から多くのユーザーの間で話題となり、短期間で拡散され、関連投稿のいいね数やシェア数が急増。ブランド認知度向上や購買意欲の喚起に大きく貢献いたしました。

## 某コンビニエンスストアへの展開を開始！ 幅広い層への訴求を目指した、交通広告の活用も

幅広い層への認知拡大を目指し、交通広告を活用しながら、**コンビニエンスストアでの流通展開も開始。**より多くの消費者にリーチし、利便性とブランド認知の向上を図ります。

2024年9月末時点売上高

(売上高前年同期比)

**96.7%増**

秋冬店頭プロモーション  
実施店舗数

約 **8,500**  
店舗



▲10/14(月)~20(日) 渋谷ハッピーボード交通広告

## Coolist

記録的高温が各所で相次ぎ、昨年を上回るほどの猛暑となった今年も

**新感覚の暑さ対策ブランド「クーリスト」が、多数の人気テレビ番組で紹介され、大きく話題となりました！**



シリーズ累計販売個数150万※個突破！

お風呂上がりや外出先での、夏の救世主クールアイテムブランドとして2018年に誕生した「クーリスト」は、現在7アイテム全21SKUでの展開となり、

**累計販売個数150万個※を突破！**

販売店舗数・販売個数ともに伸ばし続けています。

※クーリストシリーズ累計出荷実績、2024年9月30日時点

2024年9月末時点売上高

(売上高前年同期比)

**134%増**

取扱い店舗数  
前年比

約 **9,000**

店舗 増

＼テレビ各局で続々露出！／

- |   |      |     |                       |
|---|------|-----|-----------------------|
| ① | 7/2  | (火) | 「ひるおび! (TBS)」         |
| ② | 7/3  | (水) | 「ドデスカ! (名古屋テレビ)」      |
| ③ | 7/9  | (火) | 「THE TIME, (TBS)」     |
| ④ | 7/10 | (水) | 「ノンストップ! (フジテレビ)」     |
| ⑤ | 7/24 | (水) | 「Nスタ (TBS)」           |
| ⑥ | 7/24 | (水) | 「Live News a (フジテレビ)」 |
| ⑦ | 7/25 | (木) | 「THE TIME, (TBS)」     |
| ⑧ | 7/27 | (土) | 「中居正広の土曜日な会 (テレビ朝日)」  |



「アセダレーヌ」各種フレグランス  
¥880 (税込)

第3四半期発売 (コスメ・機能衣料)



Baby Foot



ボディケア  
既存ブランド

「ベビーフット 保湿密封ソックス 限定ラベンダー」  
¥990 (税込)



Baby Foot



ボディケア  
既存ブランド

「ベビーフット ハローキティパッケージ  
60分タイプM オリジナル靴下付き」  
¥1,760 (税込)



Baby Foot



ボディケア  
既存ブランド

「ベビーフット 靴の消臭除菌パウダー」  
¥1,320 (税込)



ウィッグ用冷感アイテム

コラボ製品

医療用ウィッグ向け「フラウクーリングミスト」  
¥1,650 (税込)



洗濯槽クリーナー  
既存ブランド

「カビトルネード Hyper」  
¥1,078 (税込)

第3 四半期発売 (Watch)

オーストラリアで行われているスーパーカーズ選手権にて快走する「Red Bull Ampol Racing」チームとパートナーシップを結んだコラボレーションウォッチが3種類登場!



「NAVY SEAL CHRONOGRAPH 3580 SERIES Luminox 3583 AMPOL RB LIMITED」  
¥ 100,980 (税込)

アメリカの独立記念日と米海軍特殊部隊ネイビーシールズの海上作戦の復活を記念したモデルを発売!



「Luminox NAVY SEAL FOUNDATION 3250 SERIES Ref.3255.CB.NSF」  
¥ 120,230 (税込)

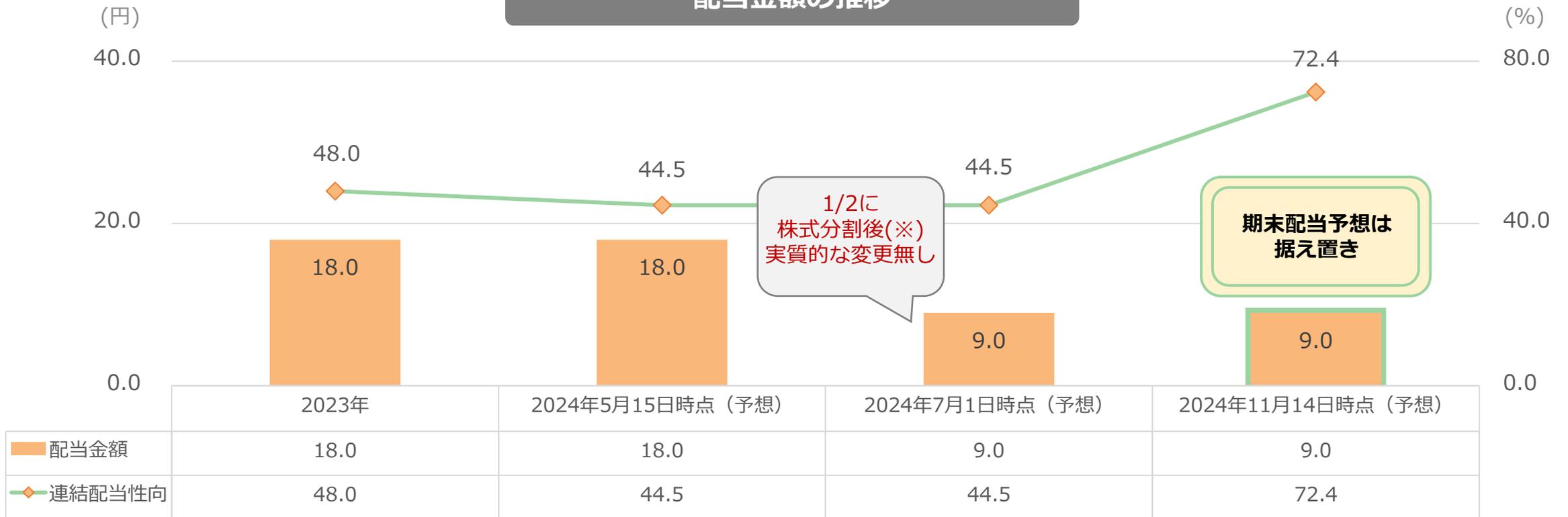
# 株主還元

Shareholder Return

---

当社は、連結配当性向20～30%の範囲を目安として、長期にわたり安定した配当を維持することを第一に、財務体質の一層の改善や将来に備えた技術開発、設備投資等を図るための内部留保の充実を勘案のうえ、自己株式取得も含め、業績に応じた利益還元を行うことを基本方針としております。連結配当性向の目安については中長期的に20%から30%とすることを目指します。

## 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。

2023年12月期末の基準日からは、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**することを決定いたしました。  
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下記特典

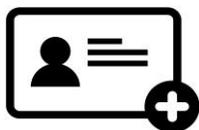
変更前（2023年12月末基準）

- ① 5,000円分のポイント贈呈
- ② 購入代金10%割引



変更後（2024年12月末基準）

- ＼ 2,500円UP! ／
- ① **7,500円** 分のポイント贈呈
  - ② 購入代金10%割引（※変更なし）



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



- 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

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。

**お問合せ**  
**IR窓口**  
03-5489-7661