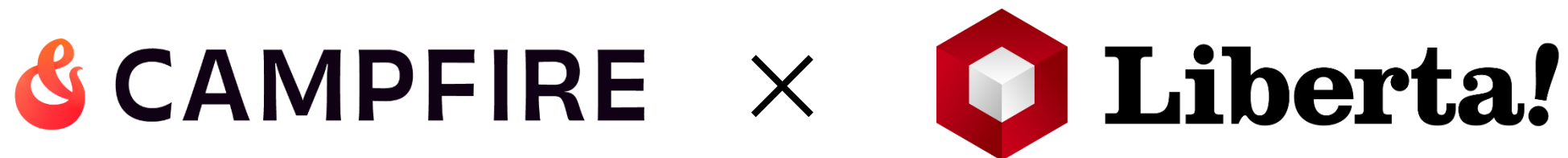


業務提携



2024年11月14日

株式会社リベルタ

Executive Summary

- 1 本業務提携はリベルタの経営目標（Vision）と中期経営計画の基本戦略に基づいた提携**
 - ・ 経営目標（Vision）『個人のアイデアで収入が得られる社会とモノ作りの産業を発展させる』
 - ・ 中期経営計画の基本戦略『新商品からヒット商品を生み出す』

- 2 本業務提携はリベルタの強み『①強固な小売流通網、②企画販売ノウハウ』を活かした提携**

- 3 本業務提携の概要**
 - ・ 国内最大級のクラウドファンディング事業者キャンプファイヤーとの提携
 - ・ リベルタの販路を最大限活かし、キャンプファイヤーの魅力ある商材を世の中に展開していく

- 4 本業務提携は新商品取扱い数の増加ペースを格段に上げる提携**

- 5 本業務提携でリベルタの業績向上を見込む**

- 6 非連続的な成長のため、今後もM&Aや業務提携を含めたアライアンスを推進していく**
 - ・ 販路拡大、EC強化を目的に過去3件のM&Aを実施
 - ・ 世の中に貢献する企業となるため、今後も事業戦略に基づきアライアンスを推進

1

**本件はリベルタの経営目標（Vision）と
中期経営計画の基本戦略に基づいた提携**

1.リベルタの経営目標（Vision）と中期経営計画の基本戦略に基づいた提携

キャンプファイヤー、バズメイド、リベルタの発展が加速する提携を目指す

経営目標（ビジョン）

ダイバーシティー思想で、
一般の方から新商品のアイデアを集め、
それらを商品化するモノづくり企業が集う
プラットフォーム【BUZZMADE】を開発。

そこから生み出される様々なジャンルの商品を
より多くの販路に流通させることにより、
個人のアイデアで収入が得られる社会と
モノ作りの産業を発展させる。



ビジネススキーム

ヒットブランドメーカーになる3要素

1. 新商品開発

バズメイドの始動で
質・量の飛躍的向上

商品戦略

- NB(自社ブランド)
- 他メーカー
- ODM
- PB

モノづくりの自由化

BUZZMADE

- ・企業
- ・インスタグラマー
- ・ユーチューバー
- ・一般の個人
- ・他

2. 販売・拡販

創業以来培ったノウハウ
(圧倒的な小売流通網・営業力)

営業戦略

■ 国内店舗数
(店舗卸)

32,300
店舗以上

■ 海外店舗数
(60カ国以上に輸出)

25,600
店舗以上

- ・「欲しい」をつくる販促物表現開発

3. 市場シェア拡大

ブランド認知と価値向上
(ヒット商品を育てシェアを拡大)

プロモーション戦略

- ・店頭
- ・メディア
- ・SNS施策 等

ロイヤルカスタマー戦略

- ・NPSの分析・施策立案と実行
- ・顧客座談会を通し関係構築と商品改良の実施
- ・口コミによる宣伝効果

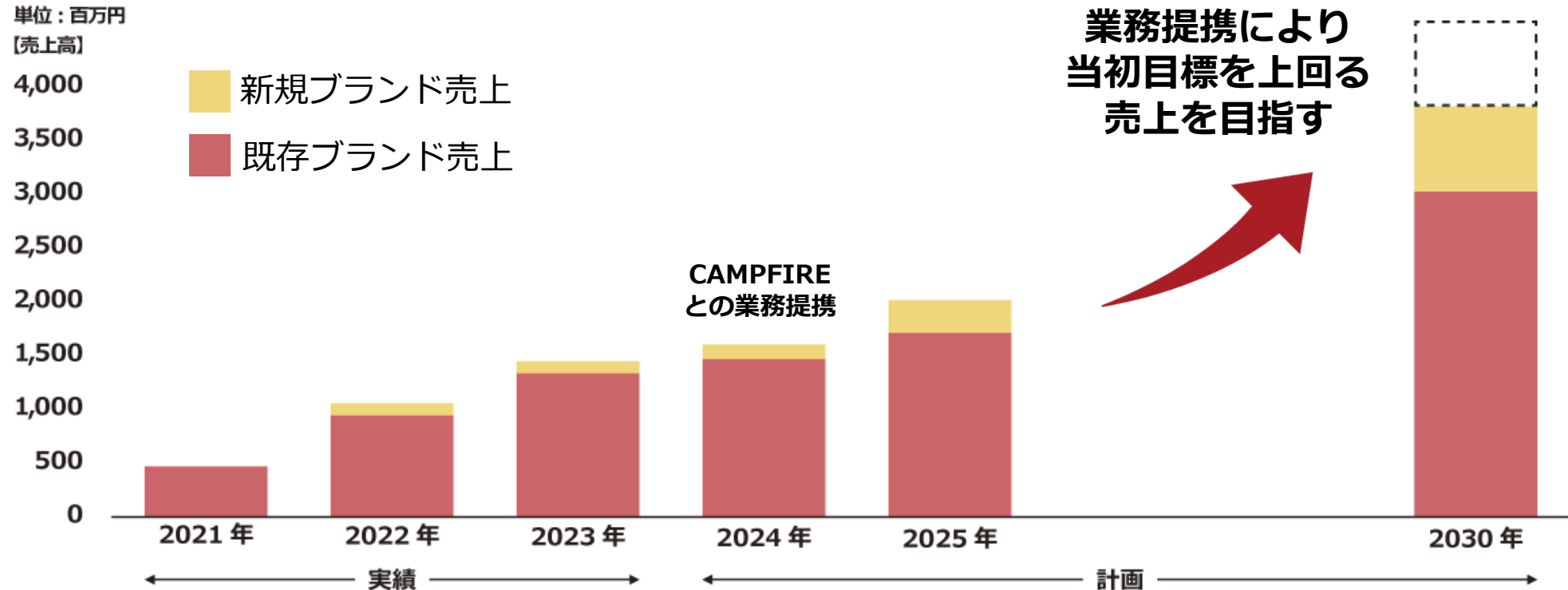
1.リベルタの経営目標（Vision）と中期経営計画の基本戦略に基づいた提携

基本戦略

「新商品からヒット商品を出す」

業務提携により新規ブランドの販売を増やし、当初目標を上回る売上を目指す

当初目標 **2030年目標** 売上高 300 億円 経常利益20億円



2

本件はリベルタの強み

- ① 強固な小売流通網
- ② 企画販売ノウハウ

を活かした提携

2. 『①強固な小売流通網、②企画販売ノウハウ』を活かした提携

小売流通網

リベルタの持つ強固な小売流通網を活かしてキャンプファイヤーの商材を展開する

豊富な国内販路

国内に様々なカテゴリーのチャネルを有しているため、ジャンルに合わせての新企画もしやすく、商品ごとに多様なチャネルへの販売が可能です。各種店舗販売に加え3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。

取扱店舗 **32,300** 以上展開

主要店舗ジャンル

ドラッグストア、バラエティショップ、GMS、スーパー、コンビニエンスストアチェーン、ホームセンター、百貨店、雑貨店、スポーツ店、時計店、バイク用品、通販会社、EC、等

2. 『①強固な小売流通網、②企画販売ノウハウ』を活かした提携

小売流通網

リベルタの持つ強固な小売流通網を活かしてキャンプファイヤーの商材を展開する

拡大する海外販路

直接貿易による海外販路を有しており、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。

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。

世界 **60** カ国^{以上} 取扱店舗 **25,600** 以上 展開

展開国名

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、ミャンマー中東UAE、サウジアラビア、バーレーン、ヨルダン、クウェート、イエメン、イスラエル、パレスチナ、トルコ、レバノンオセアニアオーストラリア、ニュージーランド欧州ノルウェー、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、ベリーズ、北米アメリカ、カナダアフリカモロッコ、コンゴ

※（日本を含む）

2. 『①強固な小売流通網、②企画販売ノウハウ』を活かした提携

企画販売ノウハウ

編集力で「企画販売」をチューニング

私たちリベルタは創業以降、ファブレスメーカーという立場から、多面的に「編集力」で商品を創造してきました。その時代時代に合わせて、消費者を、素材を、店舗を、宣伝を、チューニングしてお届けしています。

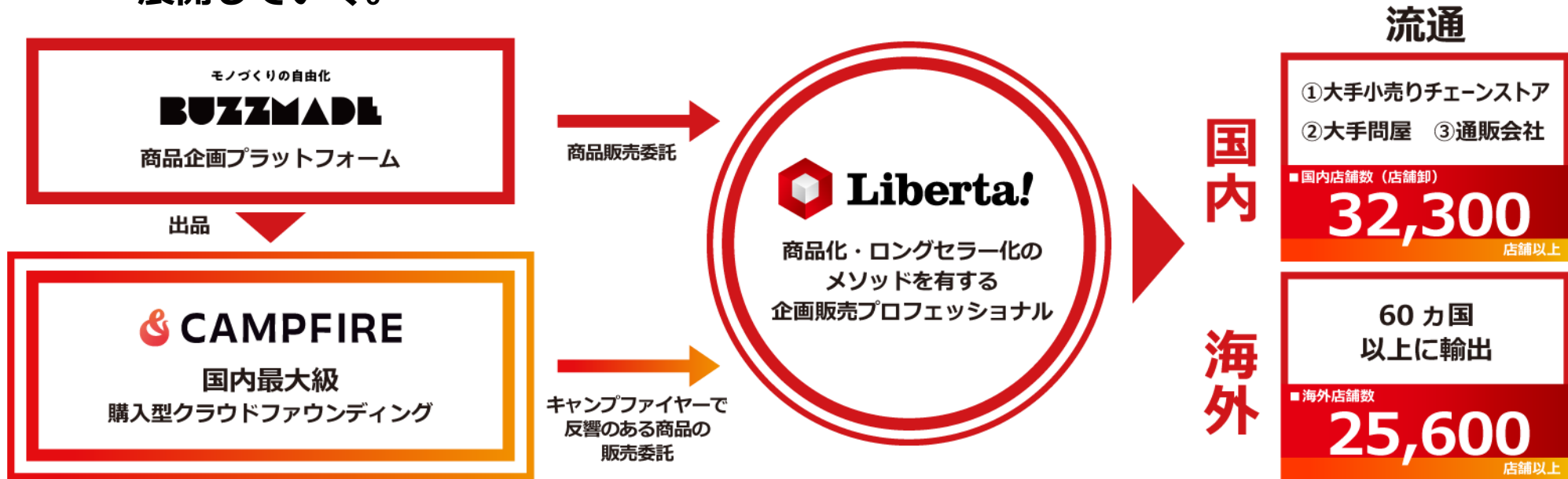


 3

本業務提携の概要

3.本業務提携の概要

1. リベルタの強みである販路を最大限に活かし、キャンプファイヤーの魅力ある商材を世の中に展開していく。
2. バズメイトで誕生した商材をリベルタの販路のみならず、キャンプファイヤーでも展開していく。



流通（流通販売）

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、通販会社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る

3.本業務提携の概要 CAMPFIRE社について

CAMPFIRE社のミッション

一人でも多く一円でも多く、想いとお金がめぐる世界をつくる。

私たちは、インターネットの可能性を信じ、誰もが声をあげられるプロダクトを創り続けます。どんなに小さな声であろうと、自由に表現や発信ができるように。どんな立場の人であろうと、等しく金融にアクセスできるように。テクノロジーを駆使して、共感や仲間、お金集めを支える新たなインフラになっていく。そこから生まれる多様な経済圏を、毛細血管のように社会にめぐらすことで、すべての人が自己表現するように生きられる経済を実装します。

国内最大級のクラウドファンディングを運営

一般個人、クリエイター、企業、NPO、大学、地方自治体などのPJを支援

- ・ 2011年から9.2万件以上のPJを支援
- ・ 890億円以上の調達を実現
- ・ 会員数400万人以上

CAMPFIRE社の会社概要

社名 株式会社CAMPFIRE (CAMPFIRE, Inc.)

設立 2011年01月14日

資本金 73億4,935万円 (資本剰余金含む)
※2023年12月末時点

事業内容 クラウドファンディング事業の
企画・開発・運営

代表取締役 中島 真

従業員数 260人 (2024年10月末時点)

グループ会社 Livefor株式会社

3.本業務提携の概要 CAMPFIRE社について

提携の背景

CAMPFIRE

- ・商品化できていないアイデア保有者にBUZZMADEを提供することでクラファンPJ実現のサポートができる
- ・小売流通での販売支援でクラウドファンディング後も起案者に貢献できる

リベルタ

- ・企画販売ノウハウと小売流通網を活用頂くことでクラウドファンディングの起案者に貢献できる
- ・BUZZMADEの参加者に、テスト販売（CAMPFIRE）⇒小売流通網（リベルタ）という商品化から流通販売までの一気通貫なプラットフォームを提供できる

想定する提携効果

CAMPFIRE

- ・更なるプレゼンス向上と起案者の増加
- ・クラウドファンディング後の収益機会の創出

リベルタ

- ・新商品取扱数との増加と増収
- ・起案者の新商品で小売流通網を更に拡大できる
- ・BUZZMADEの機能向上と参加者増加



3.本業務提携の概要 CAMPFIREとの共同イベントの概要

積極的に説明会などを行うことにより認知拡大を目指す

BUZZMADE CAMPFIRE 共同企画

あなたの閃いたアイデアを商品化に導く BUZZMADE が完全サポート

 **CAMPFIRE**

モノづくりの自由化
BUZZMADE



キャンプファイヤーバズメイド



説明会

CAMPFIRE をきっかけにクラウドファンディングから全国の店舗販売の可能性も！

00/00 (mon)

00:00 - 00:00

無料

Online

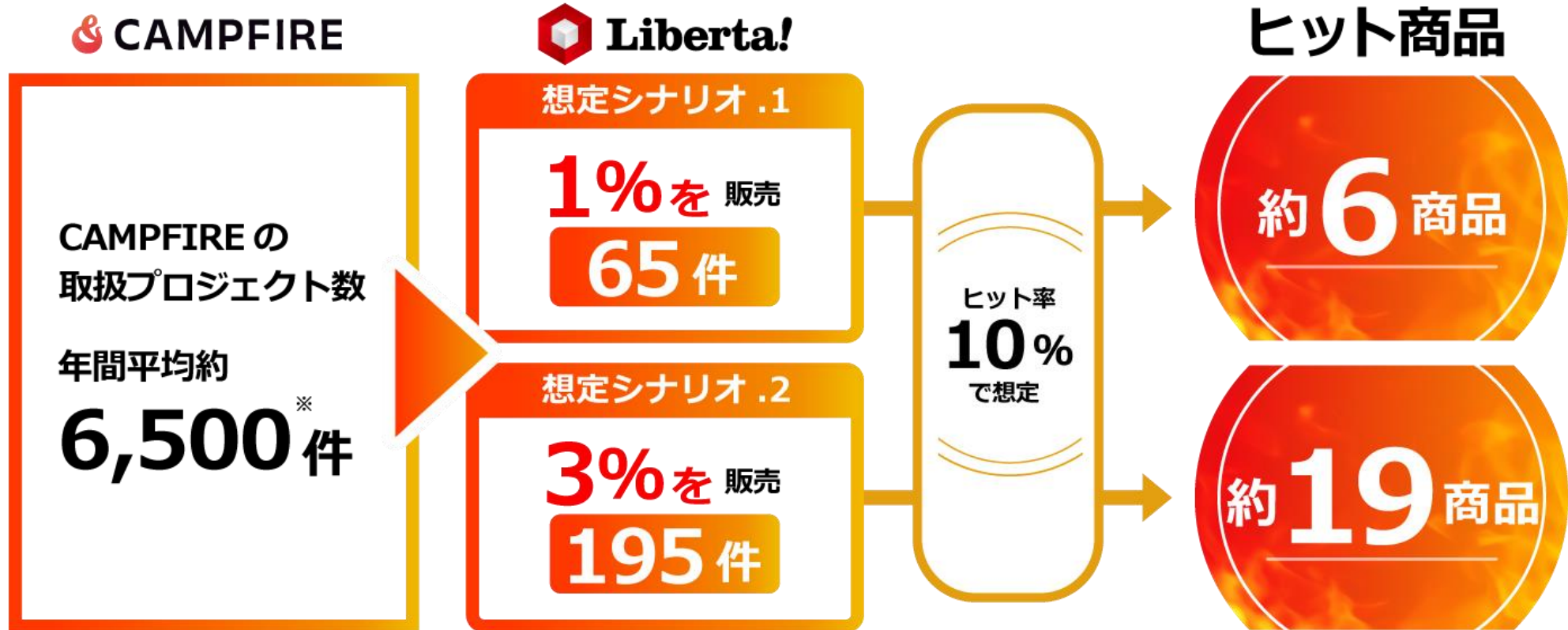
4

**本件は新商品取扱い数の増加ペースを
格段に上げる提携**

4. 新商品取扱い数の増加ペースを格段に上げる提携

キャンプファイヤー社の圧倒的な取り扱いプロジェクト数を背景にヒット商品量産を目指す

ヒット商品量産スキーム



※2011年6月から2023年9月までの12年4か月の実績を元に算出
取扱プロジェクト数は累計で81,000件、年間平均にすると6,569件

出所：CAMPFIRE社の開示情報よりリベルタ作成

4.新商品取扱い数の増加ペースを格段に上げる提携

過去の新商品売上高の推移と今後の推移

2030年に年間50商品以上の発売を目指す

単位：百万円
[売上高]

4,000
3,500
3,000
2,500
2,000
1,500
1,000
500
0

■ 新規ブランド
■ 既存ブランド
□ 業務提携により
発売される商材



50商品以上
増加

CAMPFIRE
との業務提携

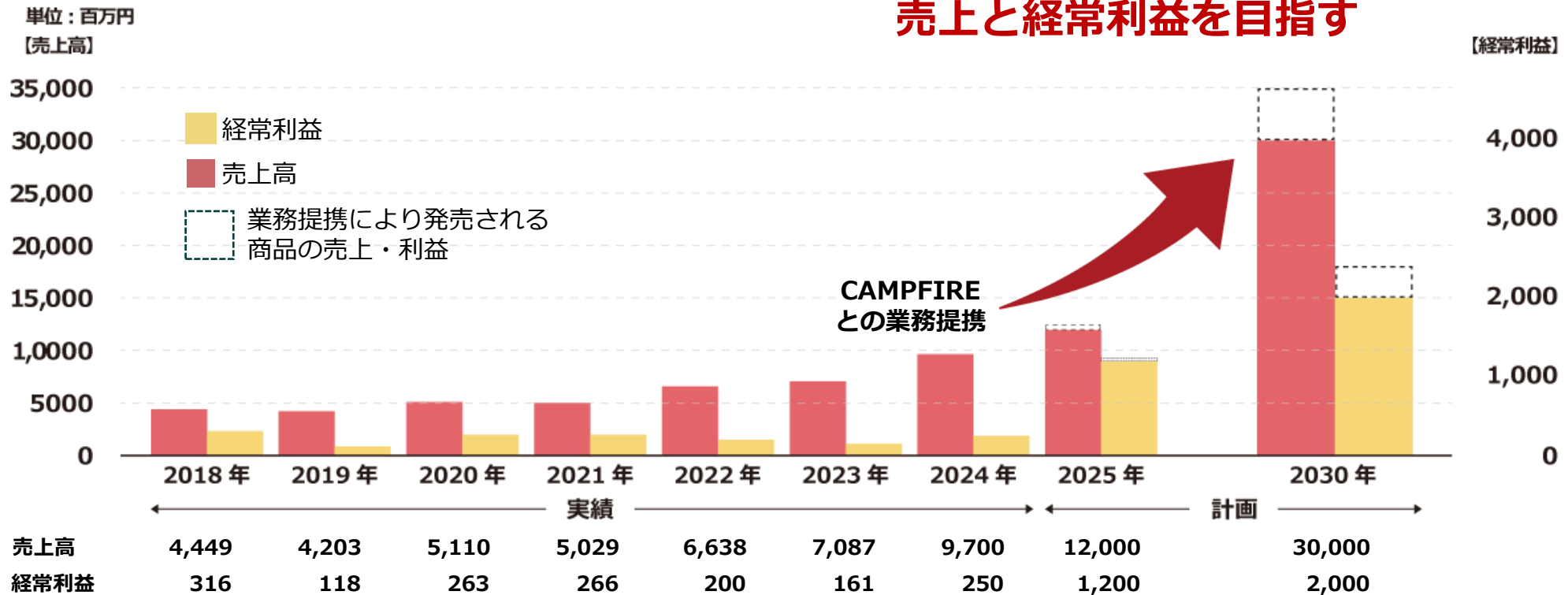
5

本業務提携でリベルタの 業績向上を見込む

5.本業務提携でリベルタの業績向上が見込めること

2030年目標 売上高 300億円 経常利益20億円

**業務提携により
当初目標を上回る
売上と経常利益を目指す**



※2022年実績以降は新会計基準適用後の数値となります。

6

非連続的な成長のため、今後もM&Aや
業務提携を含めたアライアンスを推進していく

6.非連続的な成長のため、今後もM&Aや業務提携を含めたアライアンスを推進していく

2022年12月期 ファミリー・サービス・エイコー社の子会社化

- ① 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
- ② 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

リベルタ × エイコー社
協同企画商品



蛇口取付型浄水器
METASUI



スカルプキャップ
Hair Cure all

リベルタの
流通販路で販売!



管理医療機器
足軽ちゃん
土ふまずサポーター



フットケア
ベビーフット
保湿密封ソックス



ジャンルを超える
企画力

自社開発の
販促力

国内外の
豊富な販路

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

生協流通に
特化した販路

産官学連携の
取り組み



生協流通でのテスト販売好調!
今後さらに拡販を見込む



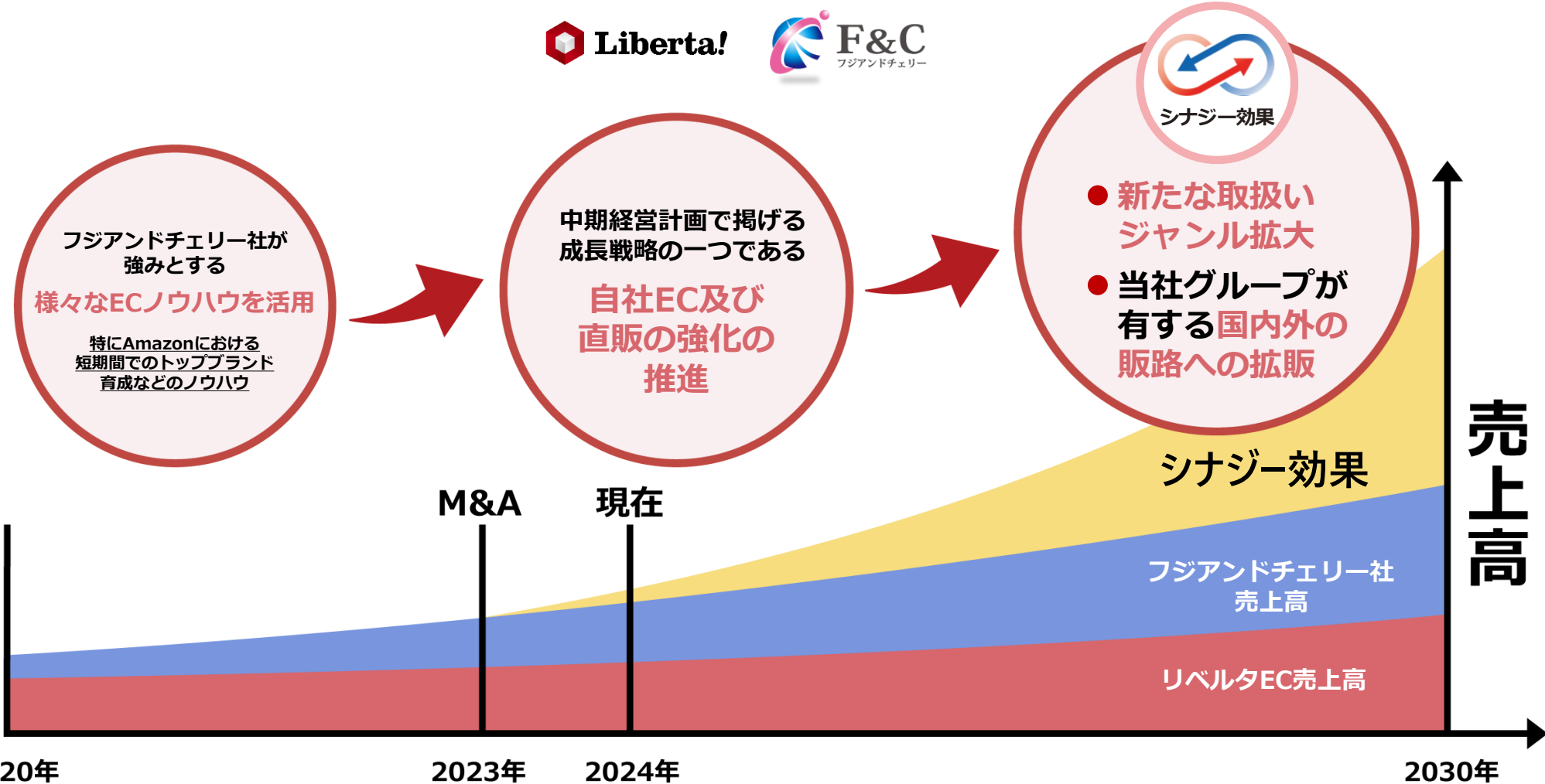
「ベビーフット」シリーズ



「FREEZE TECH」シリーズ

6.非連続的な成長のため、今後もM&Aや業務提携を含めたアライアンスを推進していく

2023年4月28日 フジアンドチェリー社の子会社化



6.非連続的な成長のため、今後もM&Aや業務提携を含めたアライアンスを推進していく



2024年12月期 アフラ社の子会社化

1

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	1兆3,558億
エステサロン	3,384億
美容クリニック	3,990億

2

3

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。



(スキニマリスト)

(ビーマイナステン)

シナジー効果

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。



▲ビューティーワールドジャパン@東京ビッグサイト

▶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

4

6.非連続的な成長のため、今後もM&Aや業務提携を含めた アライアンスを推進していく

経営目標『個人のアイデアで収入が得られる
社会とモノ作りの産業を発展させる』



経営理念

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。

