



# Liberta!

2022年12月期 第2四半期

# 決算説明資料

株式会社リベルタ

証券コード 4935

2022年8月9日

**1** 会社概要

**2** 2022年12月期第2四半期業績ハイライト

・対前年同期比

・対計画比

**3** 2022年12月期第2四半期業績予想修正

**4** 2022年12月期第2四半期トピックス

**5** 株主還元

# 会社概要

1

会社概要

## 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  
社名は自由を意味する「Liberta」と名付けました。



# ヒット商品のメカニズム

## 「欲しいっ！」を作る商品企画

表現開発

自社企画

メーカー発掘

### 独自の「ヒット商品企画メソッド」

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から、過去にヒットした様々な商品を分析・蓄積。また、ヒット商品となりうる新商品の継続的な企画力向上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**しています。



## コミュニケーション設計

パッケージ

販促物

PR施策

SNS等

お客様に「伝える→伝わる」施策を最重要視「内製」で特化

パッケージ、店頭販促物、店舗入店で体感即売会、SNSなど、お客様の目に触れるタッチポイントを重要視し、「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て改善・修正**を図ります。



# コミュニケーション施策

## 「ユーザーコミュニケーション」からのブランド育成

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経営資源を投下しています。

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

長く多く購入いただける  
ロイヤルカスタマー作り

## お客様に「伝える→伝わる」施策を最重要視「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。

# 主要ブランド

## 【成長戦略注カブランド】



【ベビーフット】

※海外販路拡大中



【FREEZE TECH】

※海外販路拡大中



【DENTISTE】



【カビトルネード】



## 【メインブランド】



【クイックビューティ】

※海外販路拡大中



【カビダッシュ】



【アスミール】



【HeatMaster】



【Luminox】

# 国内の主な販路

## ■国内店舗数 (店舗卸)

# 22,550

(店舗)

■通販卸 (TV・カタログ・ネット)

■直営3店舗・EC会員約12.6万人



※ 会員数・店舗数は2022年6月30日時点



# 海外の主な販路

## ■海外店舗数

# 25,100

(店舗)

60カ国以上の国・地域と直接貿易  
(アジア・オセアニア・欧州・中東  
・北米・中米・南米)



■ ……主要な取引国

国ごとに異なるマーケティング手法、トレンドや商習慣、法的なレギュレーション、ニーズ、商流、販路、業界特性などのノウハウ蓄積

# 事業ジャンル

ジャンル別に企画開発を行い、新商品を年に30アイテム以上リリース



国内の店舗数  
22,550(店舗)

海外の店舗数  
25,100(店舗)

# ビジネススキームとリスク対策

(ヒット商品を確立で生み出す手法)

⑥ 同一カテゴリーで  
No.1 ブランドになる

⑤ 拡販〈量産〉

④ テスト販売〈小ロット生産〉

③ 表現企画・開発

② 商品開発

① 商品企画



# 第2四半期 業績ハイライト

2

2022年12月期第2四半期業績ハイライト

・対前年同期比  
・対計画比



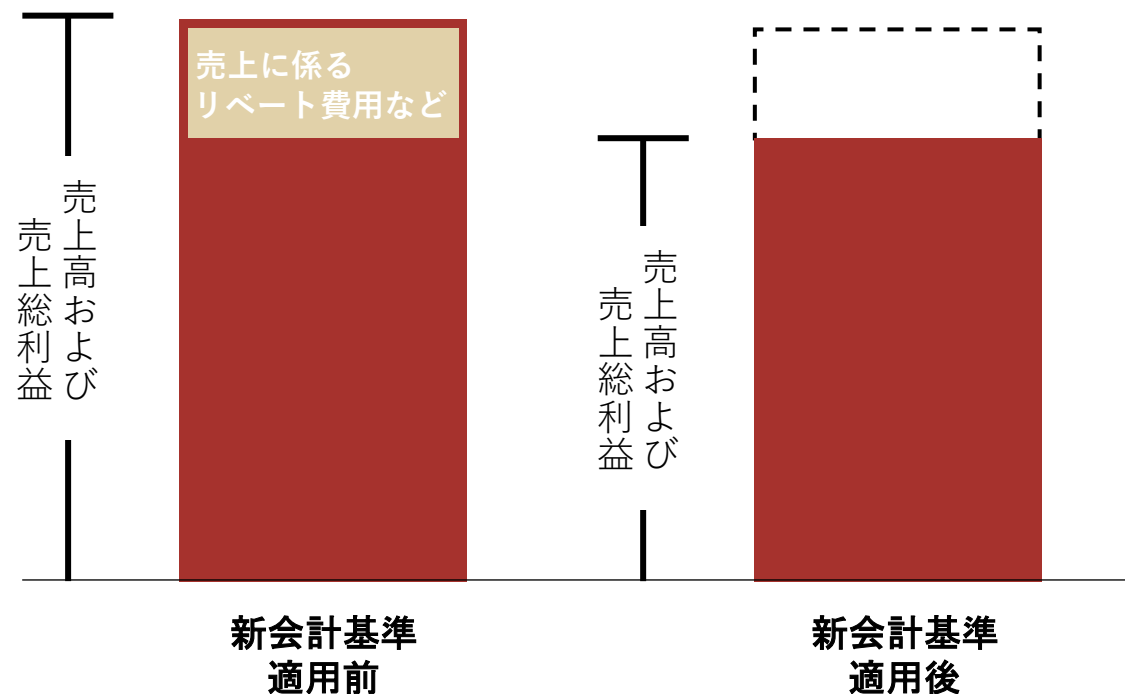
## 前年度からの変更点

✓ 2022年12月期の期首より「**収益認識に関する会計基準（企業会計基準第29号）**」（以降、**新基準と記載しております**）

を適用しており、連結業績予想および中期計画は、新基準に従い記載しています。

### ✓ 主な変更点

- ・ 商品売上高の計上方法
- ・ 販売費及び一般管理費に計上していた販売促進費のうち、リベート費用などを売上高および売上総利益から控除



# 連結損益計算書

(2022年12月期第2四半期累計 前年同期比)

単位：百万円

	従来基準（参考数値）				新基準（開示数値）
	2021/12 Q2	2022/12 Q2	増減額 （従来基準比）	増減率 （従来基準比）	2022/12 Q2
売上高	2,405	2,960	+555	+23.1%	2,883
売上総利益	998	1,176	+178	+17.9%	1,125
販売費および 一般管理費	907	1,151	+244	+26.9%	1,100
営業利益	91	25	▲66	▲72.5%	25
E B I T D A	108	65	▲43	▲39.9%	65
経常利益	98	33	▲65	▲66.1%	33
親会社株主に帰属する 当期純利益	57	5	▲51	▲90.1%	5

## 商品ジャンル別連結売上

(2022年12月期第2四半期累計 前年同期比)

単位：百万円

	従来基準（参考数値）						新基準（開示数値）
	2021/12 Q2	構成比	2022/12 Q2	構成比	増減額 (従来基準比)	増減率 (従来基準比)	2022/12 Q2
コスメ（ピーリングフットケア）	790	32.9%	615	20.8%	▲175	▲22.2%	615
コスメ（その他）	696	29.0%	736	24.9%	+39	+5.7%	736
トイレタリー	453	18.8%	350	11.8%	▲102	▲22.7%	350
機能衣料	249	10.4%	202	6.9%	▲46	▲18.7%	202
Watch	115	4.8%	133	4.5%	+18	+15.7%	133
加工食品	12	0.5%	14	0.5%	+1	+12.9%	14
浄水器・医療機器	—	—	181	6.1%	+181	—	181
生活雑貨	—	—	329	11.1%	+329	—	329
その他	86	3.6%	397	13.4%	+310	+358.3%	397
新会計基準影響額	—	—	—	—	—	—	▲77
合計	2,405	100.0%	2,960	100.0%	+555	+31.2%	2,883

※浄水器・医療機器ジャンルの数値に関しましては、「収益認識に関する会計基準」等を適用したことによる売上高への影響金額を控除した後の数値となっております。

# 商品ジャンル別連結売上

(2022年12月期第2四半期累計 前年同期比)

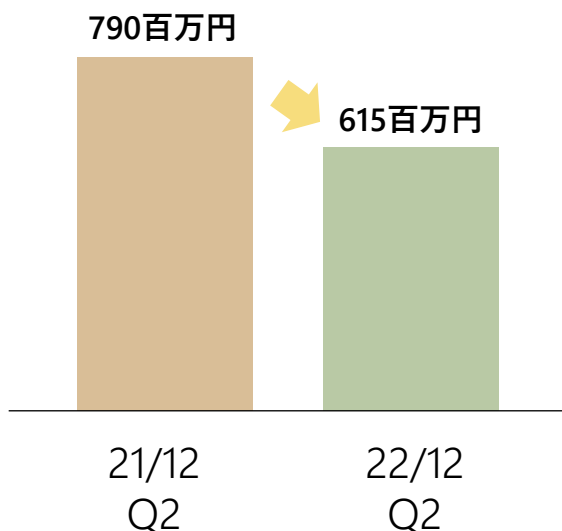
## コスメ (ピーリングフットケア)

前年同期比

▲22.2%

175 百万円

減少



## 国内

- ・前年は有名YouTuberの動画で紹介されたことによる特需に対する反動減があったが第3四半期以降はベビーフット25周年に合わせたプロモーション施策により増収を見込む。

## 海外

- ・前年は米国のコロナの影響による輸送問題に事前に備えたため受注が好調だった影響で米国総代理店における在庫調整が影響しているが小売店やAmazonなどのECのヘルアウトは堅調に推移している。また米国のインフレこついでの影響は軽微であるが今後の影響について注視していく必要がある。



ベビーフット



保湿密封ソックス



薬用殺菌消臭石鹸





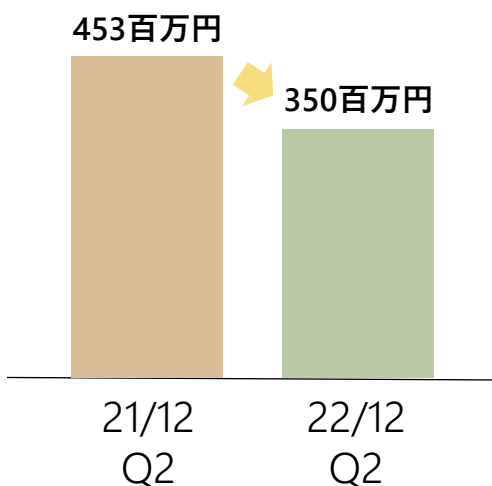
## トイレタリー

前年同期比

▲22.7%

102 百万円

減少



## カビトルネード

- ・競合品の相次ぐ参入が想定を上回ったが一段落し、1店舗当たりのセルアウトは競合品を凌いでいる為下半期は好調に推移すると想定。

## その他ブランド

- ・一部商品のパッケージリニューアルによる旧品の返品が想定を超えたことが影響。



カビトルネード



カビダッシュ



Qとくん

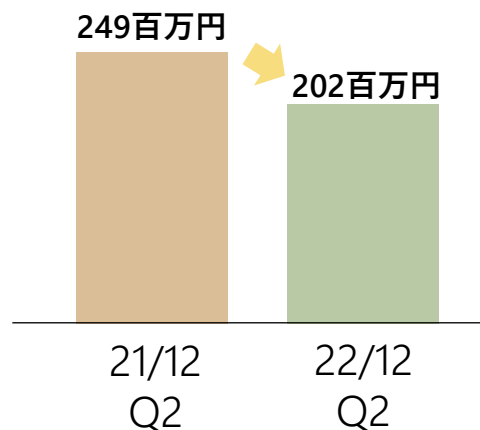
## 機能衣料

前年同期比

▲18.7%

46 百万円

減少



## フリーズテック

冷感ウェア類は特に6月下旬の猛暑とプロモーション効果により特にECが伸長するも、冷感マスクなどのコロナ特需品が鈍化した影響があったがTV等各種メディアへの露出増加と猛暑が予想される7月以降の売上伸長を見込む。



フリーズテック



冷感マスク

# 商品ジャンル別連結売上

(2022年12月期第2四半期累計 前年同期比)

## コスメ (その他)

前年同期比

**+5.7%**

**39 百万円**

増加

## Watch

前年同期比

**+15.7%**

**18 百万円**

増加

## その他

前年同期比

**+358.3%**

**310 百万円**

増加

### ✓ コスメ (その他)

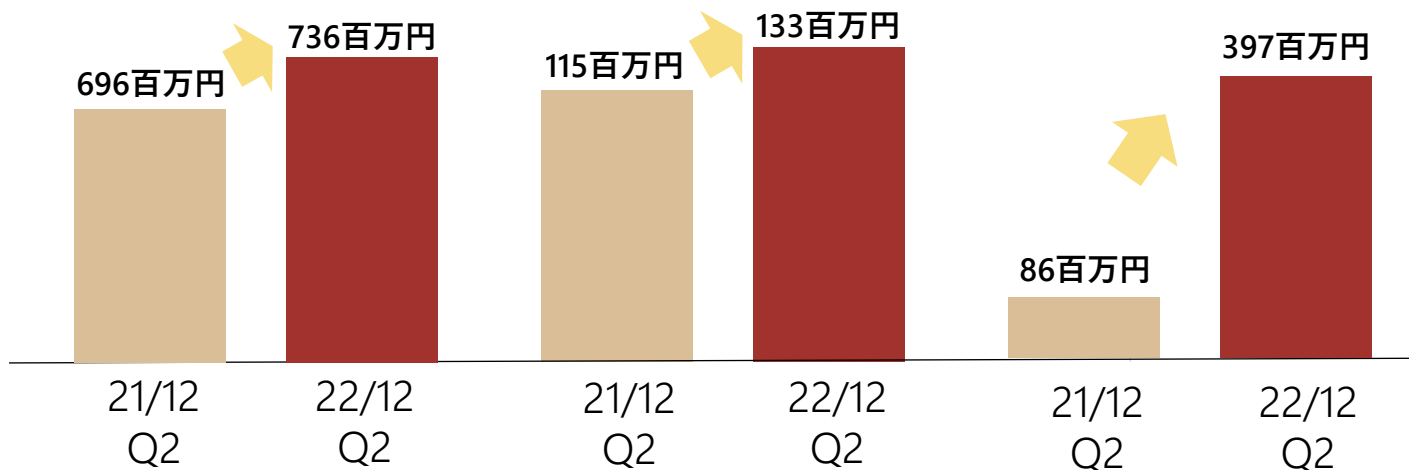
- ・クイックビューティのリニューアル品の導入が好調。
- ・各種SNS施策による認知度の向上により、デンティスが好調。

### ✓ Watch

- ・Luminox取扱い店舗の展開本数増加、販促強化によりセルアウトが伸長。

### ✓ その他

- ・さよならダニーなど仕入商品の強化により大幅に増収。



クイックビューティ



デンティス



Luminox



さよならダニー

# 商品ジャンル別連結売上

(2022年12月期第2四半期累計 前年同期比)

## 浄水器・医療機器

**181 百万円**  
純増

## 生活雑貨

**329 百万円**  
純増

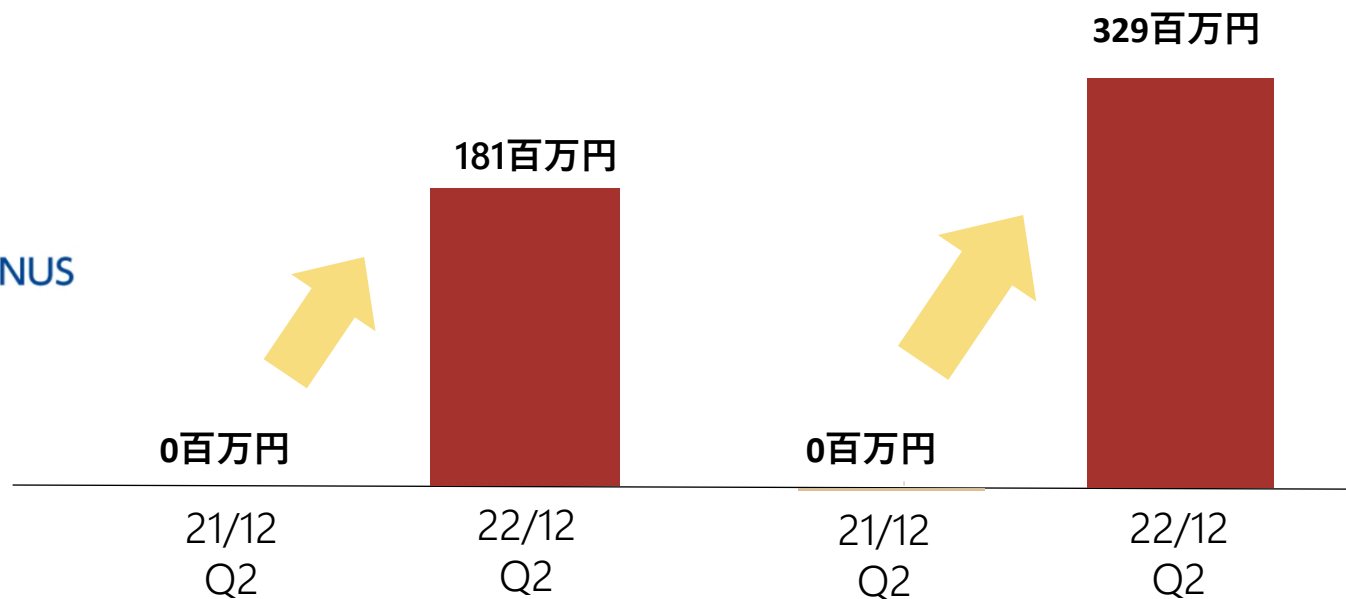


ウォーターワーク  
(浄水器)

MISTY VENUS



ミスティビーナス



- ✓ 浄水器・医療機器
- ✓ 生活雑貨

ファミリー・サービス・エイコー(株)を  
子会社化したことによる純増



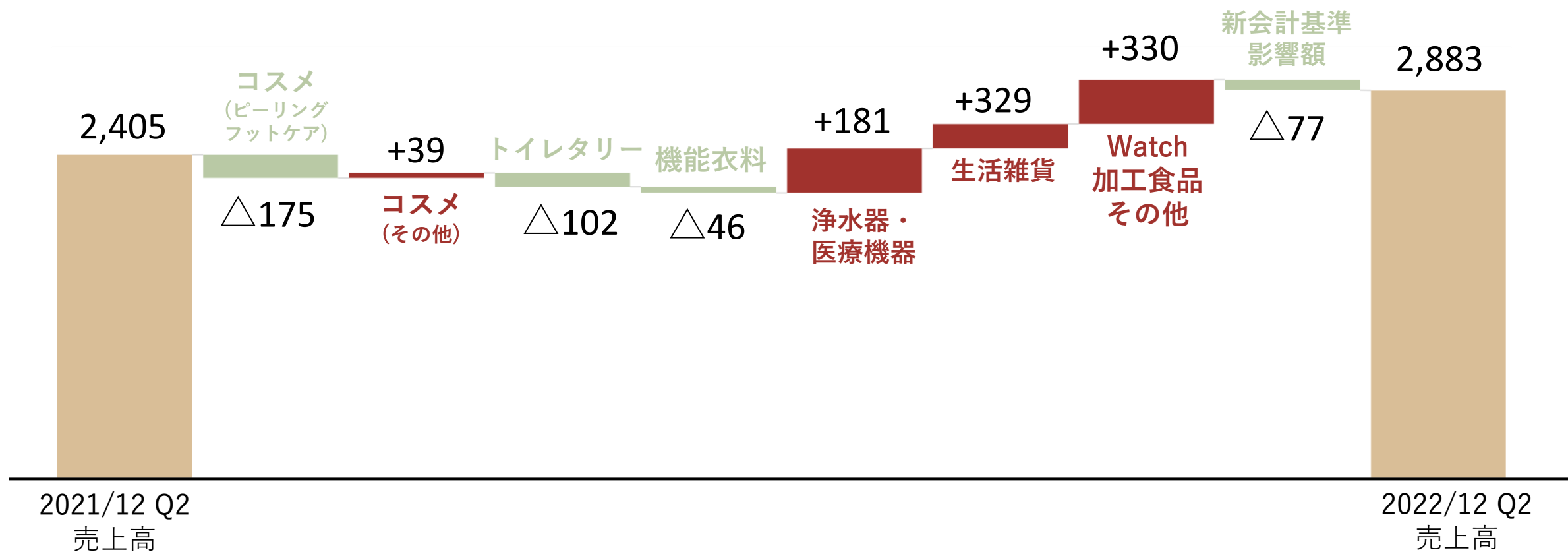
オーラクリーンミニ



# 商品ジャンル別連結売上

(2022年12月期第2四半期累計 前年同期比連結売上増減)

単位：百万円



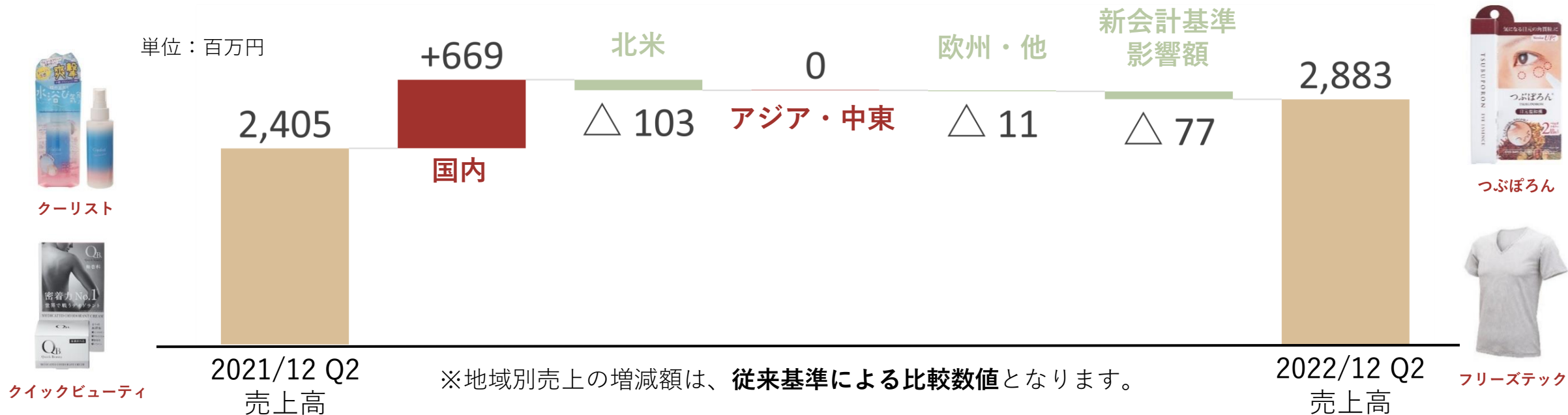
## 地域別連結売上

(2022年12月期第2四半期累計 前年同期比)

単位：百万円

	従来基準（参考数値）						新基準（開示数値）
	2021/12 Q2	構成比	2022/12 Q2	構成比	増減額 (従来基準比)	増減率 (従来基準比)	2022/12 Q2
国内	1,785	74.2%	2,454	82.9%	+669	+37.5%	2,380
海外	619	25.8%	505	17.1%	▲114	▲18.4%	502
内、北米	416	17.3%	313	10.6%	▲103	▲24.8%	313
内、アジア・中東	123	5.1%	124	4.2%	0	+0.7%	124
内、欧州・他	79	3.3%	68	2.3%	▲11	▲14.5%	65
新会計基準影響額	—	—	—	—	—	—	▲77
合計	2,405	100.0%	2,960	100.0%	+555	23.1%	2,883

## (2022年12月期第2四半期累計 前年同期比 連結売上増減)



### 売上増の主な要因

- ✓ 国内  
コスメ（その他）ジャンルのクイックビューティがリニューアルにより販売好調、各種SNS施策による認知度の向上により、デンティスが好調。Tiktokで話題となったクーリストはバラエティショップへの導入と販売が好調

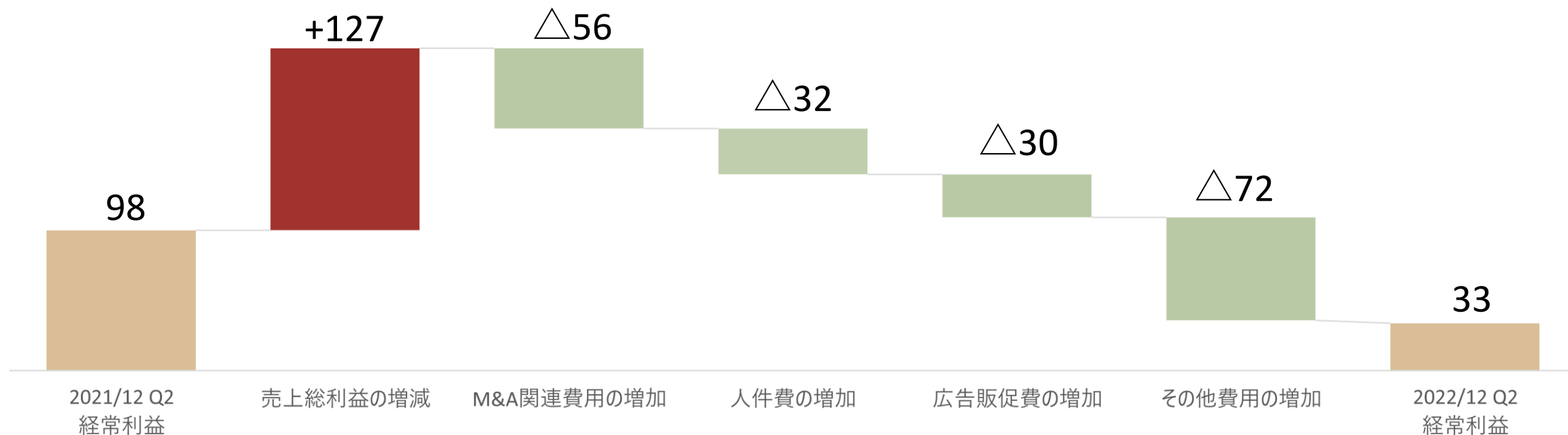
### 売上減の主な要因

- ✓ 北米  
コスメ（ピーリングフットケア）がAmazonなどのECにおいては前年を上回る水準で好調に推移するも、コロナの影響による輸送の混乱を想定し販売した為、米国総代理店における在庫調整が行われ減収。
- ✓ 欧州  
上海ロックダウンの影響でコスメ（ピーリングフットケア）の生産納期が遅延したことにより、下半期へ月ズレ。

# 連結経常利益増減

(2022年12月期第2四半期累計 前年同期比)

単位：百万円



- ✓ エイコー社の売上高が加わったことなどによる売上総利益の増加 +127百万円増加
- ✓ M&A関連費用の増加 △56百万円増加
- ✓ エイコー社連結による人件費の増加 △32百万円増加
- ✓ プロモーション強化による広告販促費の増加 △30百万円増加
- ✓ エイコー社連結によるその他費用の増加 △72百万円増加



# 連結貸借対照表

(2022年12月期第2四半期累計 前年比)

単位：百万円

	2021/12 通期	2022/12 Q2	増減		2021/12 通期	2022/12 Q2	増減
現預金	947	1,331	+384	仕入債務	282	635	+353
売上債権	468	1,109	+640	有利子負債	825	2,807	+1,981
たな卸資産	1,050	1,272	+221	その他負債	512	638	+126
その他流動資産	208	240	+32	負債合計	1,619	4,080	+2,461
固定資産	269	1,634	+1,364	資本金	192	195	+3
				剰余金他	1,126	1,071	▲55
				その他	6	241	+234
				純資産合計	1,325	1,508	+182
資産合計	2,944	5,589	+2,644	負債純資産合計	2,944	5,589	+2,644

- ✓ M & Aに伴い現預金が384百万円、売上債権が640百万円、その他流動資産が32百万円、固定資産が1,364百万円増加
- ✓ たな卸資産は、前年より持ち越されたフリーズテックなどの消化が進むも、M & Aに伴い221百万円増加
- ✓ M & Aに伴い有利子負債が1,981百万円、仕入債務が353百万円、その他負債が126百万円増加

# 連結キャッシュ・フロー計算書 (2021年12月期第2四半期累計)

単位：百万円

	2021/12 Q2	2022/12 Q2
税金等調整前四半期純利益	99	33
売上債権の増減	217	△220
たな卸資産の増減	88	△40
その他増減	△112	△606
営業キャッシュ・フロー	293	△866
投資キャッシュ・フロー	△17	△688
財務キャッシュ・フロー	△250	1,924
現金及び現金同等物の期末残高	708	1,015

✓ 営業キャッシュ・フロー 866百万円減少  
 主な要因

四半期純利益の増加 33百万円

売上債権の増加 220百万円

たな卸資産の増加 40百万円

役員退職慰労金の支払 443百万円

✓ 投資キャッシュ・フロー 688百万円減少

エイコー社連結に伴う支出による減少

✓ 財務キャッシュ・フロー 1,924百万円増加

新規借入などで資金が増加

# 連結損益計算書

(2022年12月期第2四半期累計 計画比)

単位：百万円

	新基準（開示数値）			
	2022/12 Q2 計画	2022/12 Q2 実績	差異	達成率
売上高	3,244	2,883	△361	88.9%
売上総利益	1,369	1,125	△244	82.2%
販売費および 一般管理費	1,376	1,100	△275	80.0%
営業利益	▲6	25	+31	384.2%
E B I T D A	20	65	+44	320.9%
経常利益	▲28	33	+61	119.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	▲40	5	+46	14.2%

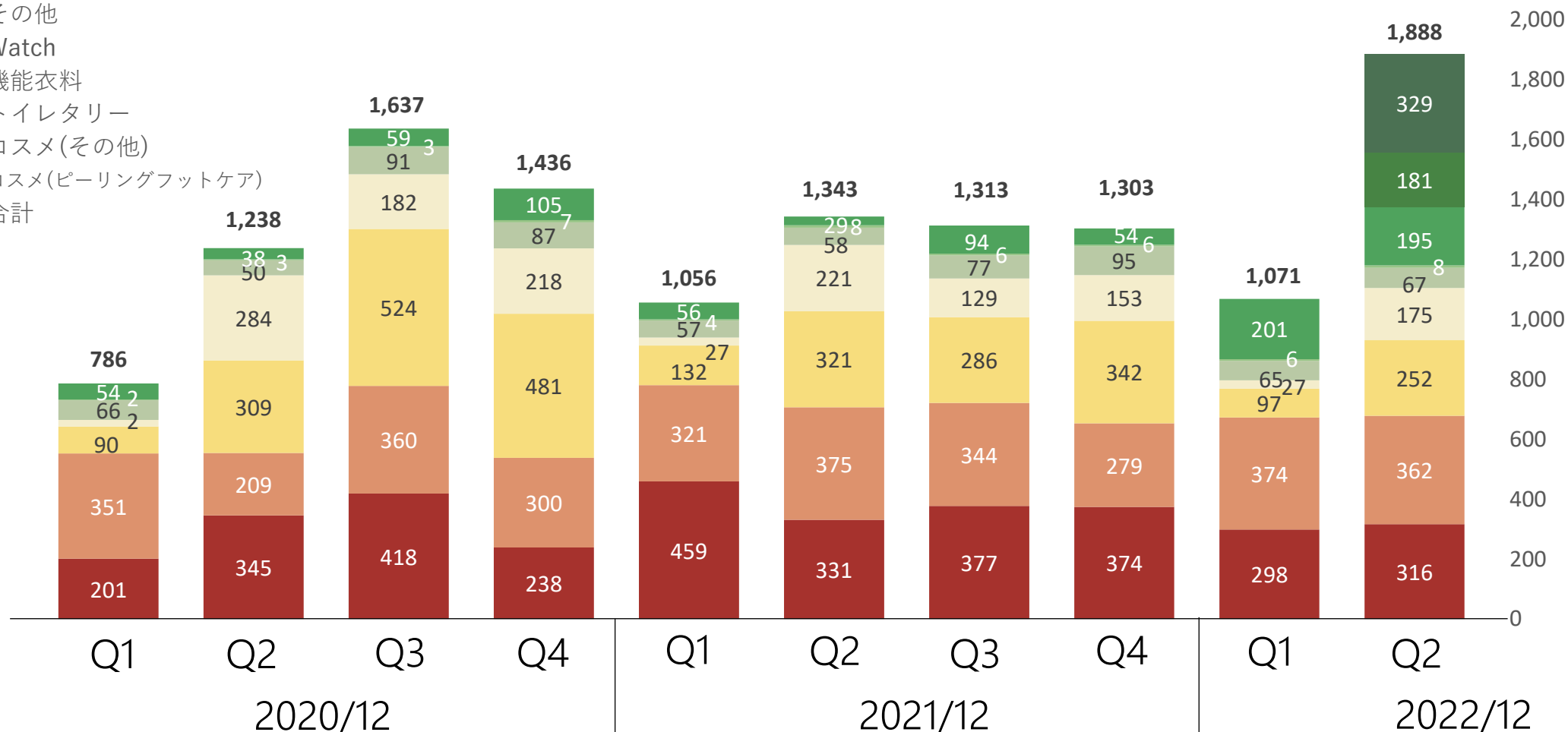
- ✓ **売上高**は、エイコー社浄水器事業につき、新収益認識基準を適用することになり計画では販売費及び一般管理費としていた代理店手数料を売上から控除した影響
- ✓ **営業利益**は、業績連動の賞与が減額され人件費負担が減少するなどし増益
- ✓ **経常利益**は、想定を超える円安による為替差益の発生などで計画を上回った

# 商品ジャンル別連結売上

(四半期推移)

(単位：百万円)

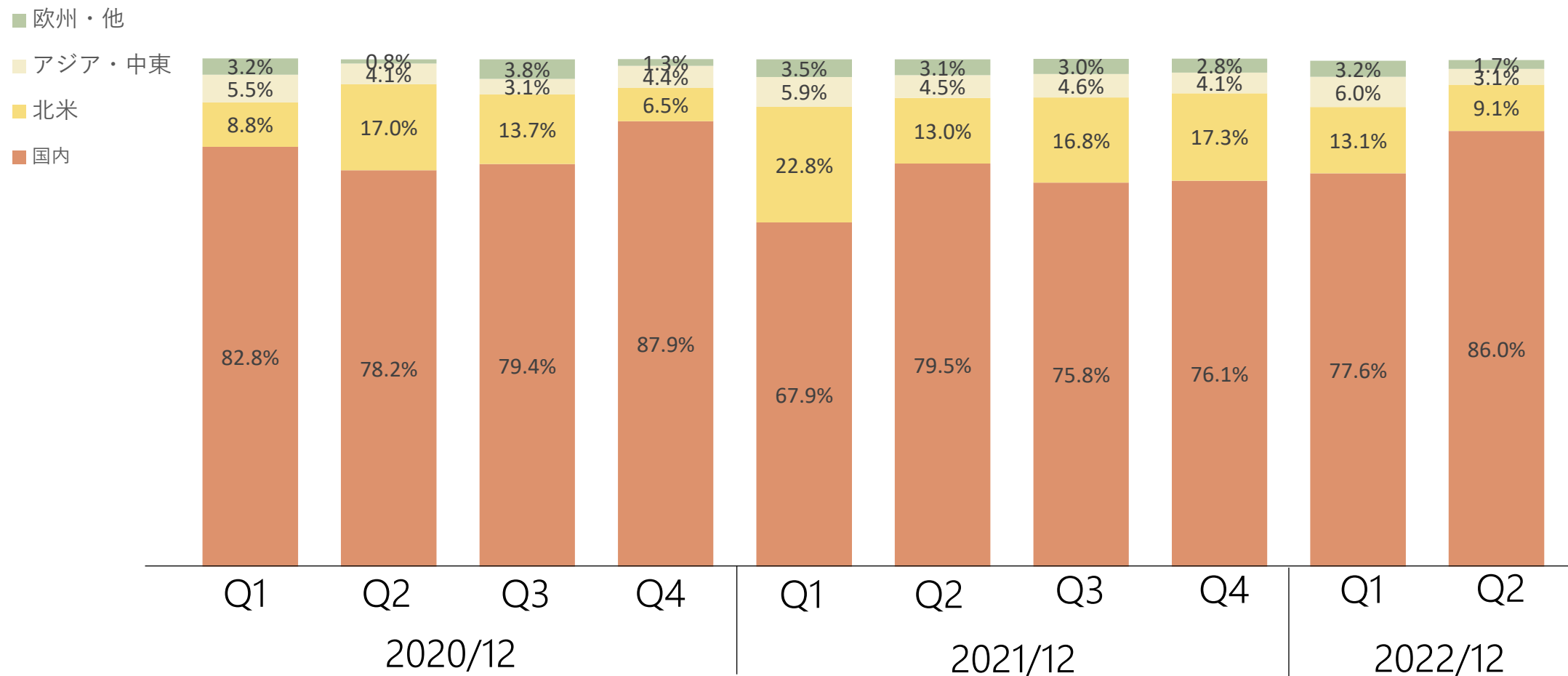
- 生活雑貨
- 浄水器・医療機器
- その他
- Watch
- 機能衣料
- トイレタリー
- コスメ(その他)
- コスメ(ピーリングフットケア)
- 合計



※2022/12 Q2を含め、**全て従来基準の数値**を記載しております。

# 地域別連結売上

(国内外売上比率四半期推移)



※2022/12 Q2を含め、**全て従来基準の数値**を記載しております。



# 2022年12月期通期 業績予想修正

3

2022年12月期通期 業績予想修正

# 連結損益計算書

## (2022年12月期通期 業績予想修正)

単位：百万円

	新基準（開示数値）				
	2022/12 通期 当初計画	2022/12 通期 修正計画(5/13)	2022/12 通期 修正計画(8/〇)	増減額 ※修正計画比	増減率 ※修正計画比
売上高	5,800	7,800	7,268	▲531	▲6.8%
売上総利益	2,355	3,530	2,998	▲531	▲15.1%
販売費および 一般管理費	2,140	3,204	2,672	▲531	▲19.7%
営業利益	215	326	326	-	-
E B I T D A	225	423	423	-	-
経常利益	200	300	300	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	135	161	161	-	-

✓ファミリー・サービス・エイコー(株)を連結子会社化したことに伴い、5月13日付で連結業績予想の修正を行いました。同社の売上高の計上方法につきまして、「収益認識に関する会計基準（企業会計基準第29号）」が適用されることとなったため、売上高と販売費及び一般管理費の表示区分の変更を行い、改めて連結業績予想を修正いたします。

※EBITDA=税前利益+支払利息+社債利息+減価償却費

## 商品ジャンル別連結売上

(2022年12月期通期 業績予想修正)

単位：百万円

商品ジャンル	2022/12 通期 当初計画	構成比	2022/12 通期 修正計画(5/13)	構成比	新基準（開示数値）			
					2022/12 通期 修正計画(8/〇)	構成比	増減額 ※修正計画比	増減率 ※修正計画比
コスメ（ピーリングフットケア）	1,602	27.6%	1,556	20.0%	1,556	21.4%	—	—
コスメ（その他）	1,397	24.1%	1,549	19.9%	1,549	21.3%	—	—
トイレタリー	1,347	23.2%	1,066	13.7%	1,066	14.7%	—	—
機能衣料	588	10.1%	597	7.7%	597	8.2%	—	—
Watch	319	5.5%	311	4.0%	311	4.3%	—	—
加工食品	38	0.7%	52	0.7%	52	0.7%	—	—
浄水器・医療機器	—	—	1,101	14.1%	570	7.8%	▲531	▲48.2%
生活雑貨	—	—	949	12.2%	949	13.1%	—	—
その他	660	11.4%	790	10.1%	790	10.9%	—	—
新会計基準影響額	△154	△2.7%	△175	△2.3%	△175	△2.4%	—	—
合計	5,800	100.0%	7,800	100.0%	7,268	100.0%	▲531	▲6.8%

# 第2四半期 トピックス

4

2022年12月期第2四半期トピックス

## トピックス①

## エイコー社の子会社化によるシナジー効果

✓2022年4月にファミリー・サービス・エイコー株式会社を子会社化。商品ジャンルにとらわれない企画力を有するリベルタと、高い開発力を有するファミリー・サービス・エイコー、それぞれの強みを活かしシナジー効果を生み出すプロジェクトを始動。

企画力	
開発力（6つのジャンル）	
コスメ	
トイレタリー	
健康美容雑貨	
機能衣料	
加工食品	
Watch	
開発力	
浄水器	
家庭用医療用具	
プロモーション力	
販売促進力・営業力	
マーケティング力	

✓リベルタの企画力・エイコーの開発力を融合し、コロナ禍が続くなか拡大市場である**医療用具・機器市場へ進出いたします。**

2023年春夏発売を目指し企画・開発を進行しております。

## トピックス②

## エイコー社が産学官連携で医療器具を商品化

一般医療機器 真空成形型式副木  
ボディーフィックス・スプリント

傷病者の疼痛緩和と医療チーム(DMAT)・救急隊の被覆・固定処置の迅速化！！

特許意匠商標申請中

**製品の  
特徴**

- ・ 充填されたビーズ材は複数の部屋に区分されかたよりを防いでいます
- ・ 日本人の体型に合ったサイズフォルム
- ・ しなやかな素材軽量化を実現

〈下肢の処置の場合〉




✓ファミリー・サービス・エイコー(株)は、北アルプス広域消防本部から依頼を受け、長野県産業振興機構や信州大学などと共に、救急現場で患部を固定する器具の「真空成形型式副木」を開発。

✓今回の商品開発は、長野県の医療機器産業振興ビジョンに基づき、地元の消防本部が抱えていた課題を解決するためのもの。日本人の体形に合う器具の開発に成功したことで今後、地元長野県内へ導入、その後国内の救急車全車両への搭載をめざします。



長野県庁での記者会見・実演の様子



✓ファミリー・サービス・エイコー(株)はかねてより家庭用医療機器の開発はおこなってきましたが、医療従事者向け商品の開発は初めて。新規分野への進出を進めてまいります。



## トピックス③

## フリーズテックプロモーション

## 横浜FC運営クラブとのパートナー契約を締結

- ✓ 一般社団法人横浜FCスポーツクラブが運営する女子サッカークラブ「ニッパツ横浜FCシーガルズ」2022シーズンのオフィシャルパートナーとなりました。



## 【ニッパツ横浜FCシーガルズ】

横浜市をホームタウンとする女子サッカークラブで、女性の生涯スポーツとしてサッカーができる環境をつくること、また女子サッカーの普及・強化を目的として、2013年に発足。2022シーズンはプレナスなでしこリーグ1部優勝を目指す。



- ✓ 当社の機能衣料ブランドである暑さ対策クーリングウェア「フリーズテック」の【冷感シャツ 半袖シャツクルーネック】と【冷感アームカバー】を、「ニッパツ横浜FCシーガルズ」の選手やスタッフの皆様に提供させていただくことになりました。

# 株主還元

5

株主還元

## ✓ 配当政策について

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ふ考えのもと、長期にわたる安定的な経営基盤の確保を目指し、業績に応じた適正な利益配分を継続的に実現することを基本方針としております。

上記方針に基づいた上、2022年12月期の実績、財務状況等を総合的に勘案し、日頃の株主の皆様のご支援に報いるため、配当予想を1株当たり18.00円とさせていただきます。この結果、連結配当性向※は33.1%となる予定です。

	2020年12月期	2021年12月期	2022年12月期 (配当予想)
配当金額	21円40銭	21円50銭	18円00銭
連結配当性向	40.1%	31.9%	33.1%

※連結配当性向 = 配当支払総額 ÷ 親会社株主に帰属する当期純利益

# 株主還元

## (株主優待制度)

### ✓ 株主優待制度について

当社は、2021年12月末基準日より株主優待制度を開始いたしました。  
株主の皆様からの日頃のご支援に感謝するとともに、当社への投資魅力を高め、事業へのご理解を深めていただき、中長期的に株式を保有いただくことを目的としています。

毎年12月末日の基準日に3単元（300株）以上の株式を保有されている株主様を対象としております。対象の株主様へのご案内は基準日翌年の3月下旬以降とさせていただきます。



※その他ご注意事項が複数ございますので 詳細は当社ホームページをご確認ください。



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、一定の前提およ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および不確実性により、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。

お問い合わせ  
IR窓口  
03-5489-7661

