



**Liberta!**

**2022年12月期 第3四半期  
決算説明資料**

**株式会社リベルタ  
証券コード 4935**

2022年11月14日

**1** 会社概要

**2** 2022年12月期第3四半期累計 業績ハイライト

**3** 2022年12月期第3四半期累計 新商品発売状況

**4** 2022年12月期第3四半期 トピックス

**5** 2022年12月期通期 業績予想

**6** 株主還元

# 会社概要



# 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

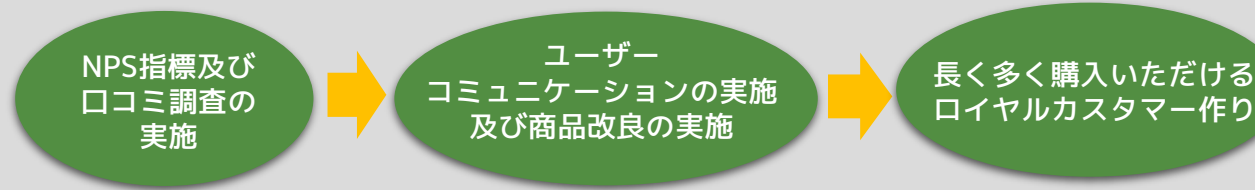
パッケージ、店頭販促物、店舗入店で体感即売会、SNSなど、お客様の目に触れるタッチポイントを重要視し、「欲しいっ！」につなげるまでのコミュニケーションツールを制作。そのためのデザイン販促チームを体制強化し、**臨機応変に状況に合わせて改善・修正**を図ります。



## 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

商品改良から新企画にいたるまで、ファンのニーズや要望を採用することが、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や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。



### 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「欲しいっ！」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

削らない角質ケア  
**Baby Foot**®



フットケアブランド「ベビーフット」

恋する♥ハミガキ  
**+DENTISTE'**



オーラルケアブランド「デンティス」

## 成長戦略注カブランド

冷感PRINT  
**氷撃**  
Liberta!

汗と風で  
**驚きの冷感**

トリプル冷感テクノロジー

- 冷感機能プリント
- 接触冷感
- 気化熱冷却

**FREEZE TECH LIDEF**

冷感ウェアブランド「フリーズテック」



洗濯槽掃除ブランド「カビトルネード」

### カビトルネード



# 主要ブランド

負けない、ニオわない Quick Beauty



ニオイケアブランド「クイックビューティー」

「カビ、汚れ対策」お風呂掃除にハマります



徹底効果主義



お風呂掃除ブランド「カビダッシュ」



ボディメイク食品ブランド「アスミール」

# メインブランド



10秒発熱 驚きの暖かさ

電熱ウェアブランド「ヒートマスター」

HEAT MASTER LIDEF



#EVERY SECOND COUNTS

ミリタリーウォッチブランド「ルミノックス」

LUMINOX Luminox SWISS MADE



Liberta!



## 国内の主な販路

### ■国内店舗数（店舗卸）

# 22,600

（店舗以上）

### ■通販卸（TV・カタログ・ネット）

### ■直営3店舗・EC会員約12.9万人



※ 会員数・店舗数は2022年9月30日時点

## 海外の主な販路

### ■海外店舗数

# 25,100

(店舗以上)

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



※ 店舗数は2022年9月30日時点

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



## 店舗数

国内 22,600 (店舗以上) 海外 25,100 (店舗以上)

※赤枠：2022年3月31日までの事業ジャンル  
 青枠：2022年4月1日付M&Aによって増加した事業ジャンル  
 破線：テスト販売中の事業ジャンル

# ビジネススキームとリスク対策

(ヒット商品を確認率で生み出す手法)

## ⑥ 同一カテゴリーで No.1ブランドになる

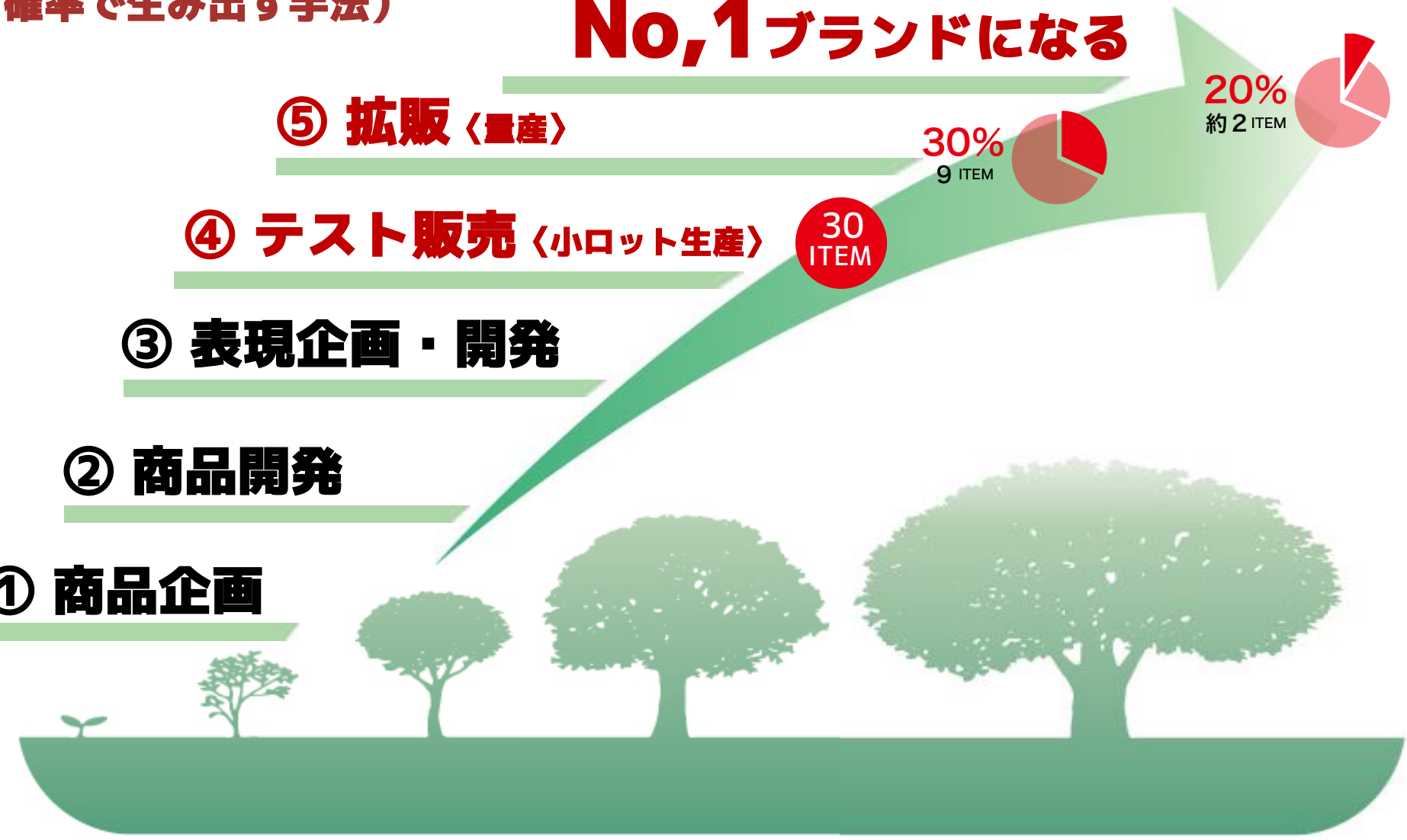
⑤ 拡販 <量産>

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





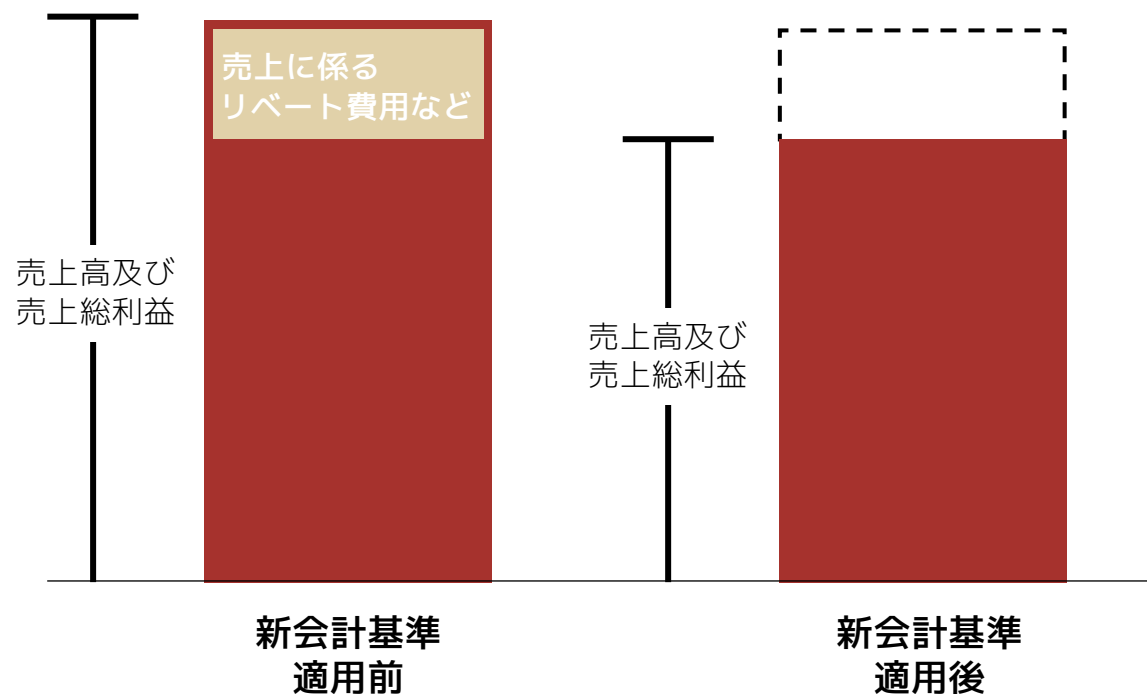
# 第3四半期累計 業績ハイライト

## 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及び売上総利益から控除



# 連結損益計算書

## (2022年12月期第3四半期累計 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 Q3	2022/12 Q3	増減額 （従来基準比）	増減率 （従来基準比）	2022/12 Q3
売上高	3,721	4,626	+904	+24.3%	4,507
売上総利益	1,577	1,879	+301	+19.1%	1,786
販売費及び 一般管理費	1,407	1,858	+450	+32.0%	1,765
営業利益	169	21	▲148	▲87.6%	21
E B I T D A	193	95	▲98	▲50.7%	95
経常利益	178	38	▲140	▲78.7%	38
親会社株主に帰属する 当期純利益	105	▲1	▲106	▲101.0%	▲1

## 地域別連結売上高

## (2022年12月期第3四半期累計 前年同期比)

単位：百万円

地域	従来基準（参考数値）						新基準（開示数値）
	2021/12 Q3	構成比	2022/12 Q3	構成比	増減額 （従来基準比）	増減率 （従来基準比）	2022/12 Q3
国内	2,780	74.7%	3,910	84.5%	+1,129	+40.6%	3,910
海外	940	25.3%	715	15.5%	▲225	▲23.9%	715
内、北米	636	17.1%	423	9.2%	▲213	▲33.5%	423
内、アジア・中東	185	5.0%	197	4.3%	+12	+6.9%	197
内、欧州・他	119	3.2%	94	2.0%	▲24	▲20.8%	94
新会計基準影響額	—	—	—	—	—	—	▲118
合計	3,721	100.0%	4,626	100.0%	+904	+24.3%	4,507



## 商品ジャンル別連結売上高

(2022年12月期第3四半期累計 前年同期比)

単位：百万円

商品ジャンル	従来基準（参考数値）						新基準（開示数値）
	2021/12 Q3	構成比	2022/12 Q3	構成比	増減額 （従来基準比）	増減率 （従来基準比）	2022/12 Q3
コスメ（ピーリングフットケア）	1,168	31.4%	860	18.6%	▲307	▲26.3%	860
コスメ（その他）	1,041	28.0%	1,105	23.9%	+64	+6.2%	1,105
トイレタリー	740	19.9%	593	12.8%	▲146	▲19.8%	593
機能衣料	378	10.2%	313	6.8%	▲65	▲17.2%	313
Watch	193	5.2%	210	4.6%	+17	+9.0%	210
加工食品	19	0.5%	20	0.4%	+1	+6.3%	20
浄水器・医療機器	—	—	388	8.4%	+388	—	388
生活雑貨・オーラルケア	—	—	578	12.5%	+578	—	578
その他	180	4.9%	554	12.0%	+373	+206.4%	554
新会計基準影響額	—	—	—	—	—	—	▲118
合計	3,721	100.0%	4,626	100.0%	+904	+24.3%	4,507

※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高

(2022年12月期第3四半期累計 前年同期比)



## コスメ (ピーリングフットケア)

前年同期比

▲26.3%

307百万円

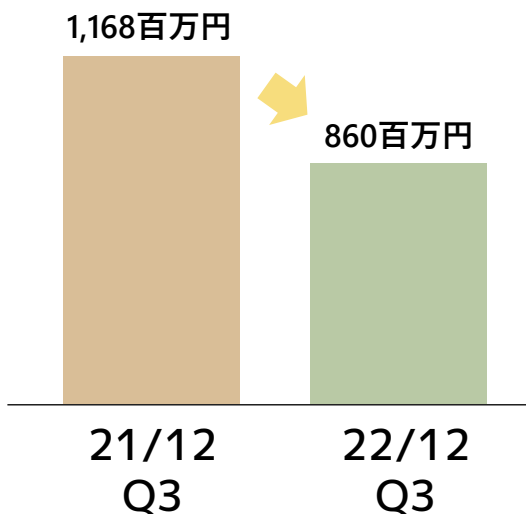
減少



あけてすぐわかる  
“豪華賞品”当たり付き！  
25周年記念限定パッケージ



ベビーフット25周年  
足裏コンテスト



## 国内：前年同期比 14.3%減

- ・前年の有名YouTuberの動画で紹介されたことによる特需に対する反動減の影響。
- ・第4四半期には、ベビーフット25周年の企画品の発売によるキャンペーンの実施やプロモーション施策の実施、水際対策緩和によるインバウンド需要の回復を見込み、多言語での販促物を設置するなどの施策を実施し、売上増を見込む。

## 海外：前年同期比 31.0%減

- ・前年はコロナによる米国における物流混乱に備え米国総代理店での在庫確保による輸出増があったが、今期はその在庫に対する調整が影響し減収。
- ・急激なインフレにより北米の消費活動が鈍化し、小売店の仕入れ控えが顕著となり、大手小売企業からの受注が減少。
- ・一方で、Amazonや富裕層向けのマーケットでは引き続き好調。

## 商品ジャンル別連結売上高

(2022年12月期第3四半期累計 前年同期比)

## トイレタリー

前年同期比

▲19.8%

146百万円

減少



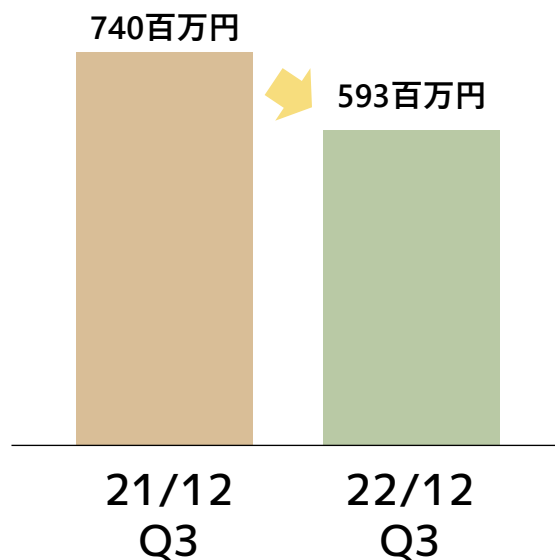
カビダッシュ



カビトルネード



Q (吸) とくん



## カビダッシュ

- ・ Amazon等のECでは販促施策の実施により好調となる一方で、ホームセンター流通でのお掃除需要売り場獲得時期が第4四半期へ後ろ倒しとなったことによる影響。

## カビトルネード

- ・ 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。

## Q (吸) とくん

- ・ ECによる販売強化を行っていることに加え、海外で一部取扱店舗への販路拡大により売上好調。

■ 第4四半期には、「カビダッシュ」「カビトルネード」等トイレタリージャンルにおいて年末のお掃除商品需要拡大時期に合わせて販売強化し、売上増を見込む。

## 機能衣料

前年同期比

▲17.2%

65百万円

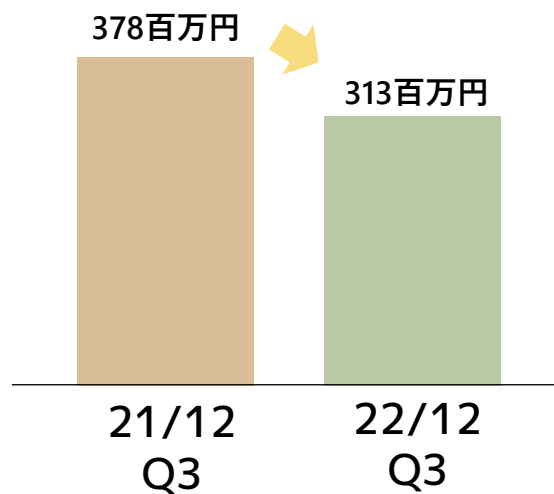
減少



フリーズテック



ヒートマスター



### FREEZE TECH

- ・冷感ウェア類はスポーツチーム向け販路における大型受注があった影響で好調。
- ・その一方、工場勤務者向けのBtoB販路で追加注文が想定よりも伸び悩み売上が鈍化。
- ・新規開拓としてホームセンターやスポーツ用品店に対し実施しているテスト展開において好調な実績となり、来シーズンは拡販による売上伸長を見込む。

### HeatMaster

- ・第4四半期には、第3四半期末までに前年を超える受注があること、展開店舗数が拡大していること、バイク市場が拡大傾向であることなどから、売上伸長を見込む。



## 商品ジャンル別連結売上高

(2022年12月期第3四半期累計 前年同期比)

## コスメ (その他)

前年同期比

**+6.2%****64百万円**

増加

## Watch

前年同期比

**+9.0%****17百万円**

増加

## その他

前年同期比

**+206.4%****373百万円**

増加

## コスメ (その他)

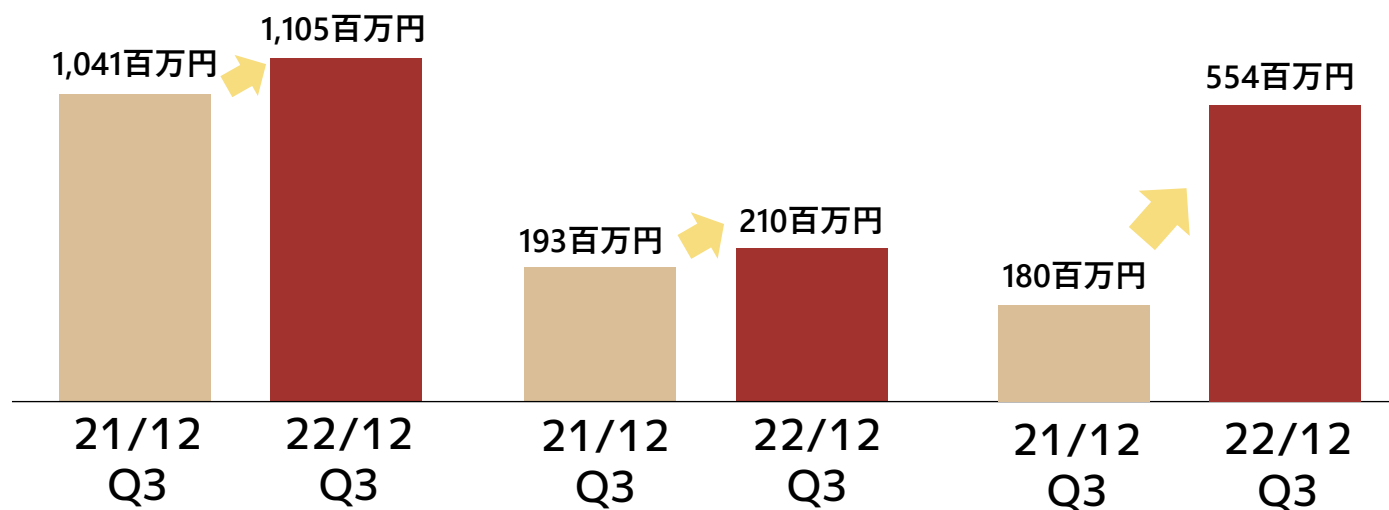
- ・「デンティス」は、マスク着用下における口臭意識の高まり、著名人のSNSでの紹介などにより主要量販店・ドラッグストアの売上が伸長。
- ・「クーリスト」は、TikTokの露出により需要が高まり好調。
- ・「クイックビューティ」のリニューアル品の店舗への展開および販売が好調に推移。
- ・主要量販店におけるOEM商品の採用が決定し引き続き好調を見込む。

## Watch

- ・新商品の販売が好調であったことに加えて、Luminox会員向けイベントを開催した店舗が販売好調。
- ・アウトドアスポーツ店での展開が拡大し、売上が伸長。
- ・コロナ禍落ち込んでいた直営店の来店者数が回復し、販売好調。

## その他

- ・「さよならダニー」など仕入商品の取扱いの拡充が売上増加に大きく貢献。



クーリスト



デンティス



Luminox



さよならダニー

## 商品ジャンル別連結売上高

(2022年12月期第3四半期累計 前年同期比)

ウォーターワーク  
(浄水器)

## 浄水器・医療機器

**388百万円**  
純増

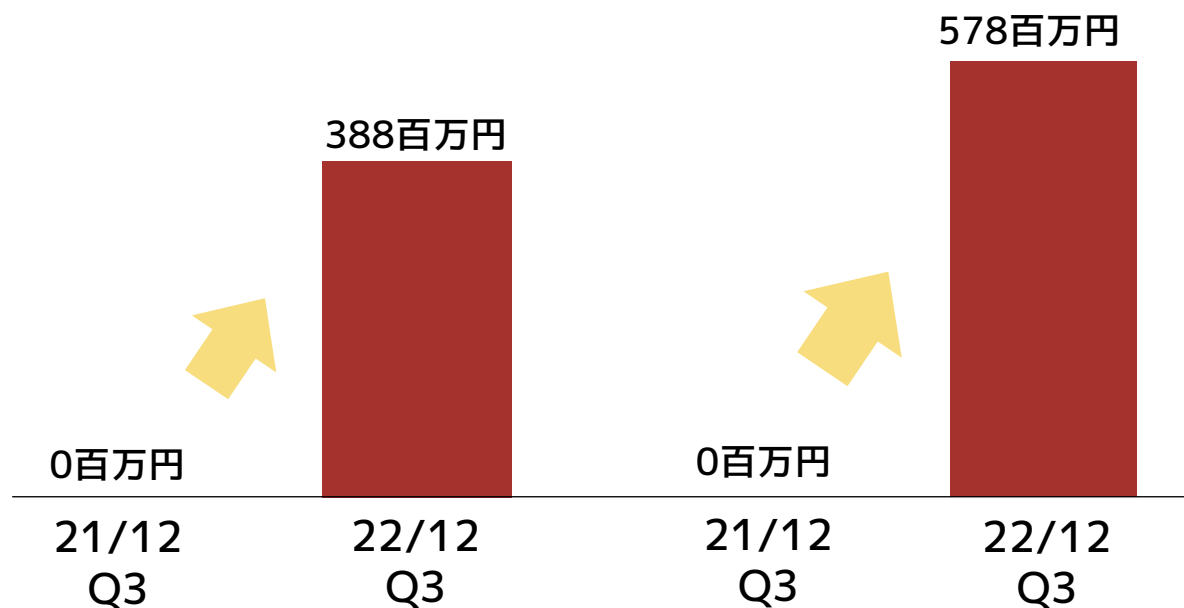
## 生活雑貨・オーラルケア

**578百万円**  
純増

## 浄水器・医療機器

## 生活雑貨・オーラルケア

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。  
浄水器は新規契約件数の増加により  
第4四半期以降さらに伸長を見込む。

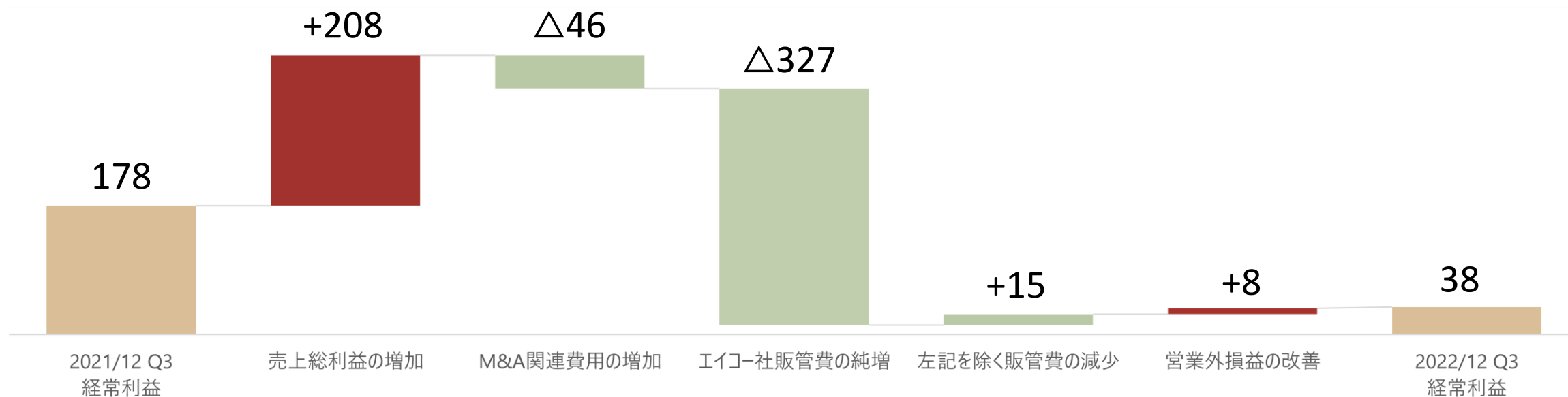
真空成型形式副木  
ボディー・フィックス・スプリント  
(医療機器)

※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。

オーラルドクター O-SENSE  
(生活雑貨)

# 連結経常利益増減 (2022年12月期第3四半期累計 前年同期比)

単位：百万円



- ・ 売上増に伴う売上総利益の増加
- ・ M&Aに伴う一時的費用の増加
- ・ エイコー社連結に伴う販管費の純増額
- ・ 業績連動型賞与減少などによる販管費の減少
- ・ 円安による為替差益の発生などによる営業外損益の改善

+208百万円増加  
 △46百万円増加  
 △327百万円増加  
 +15百万円減少  
 +8百万円改善

# 連結貸借対照表

## (2022年12月期第3四半期累計 前期末比)

単位：百万円

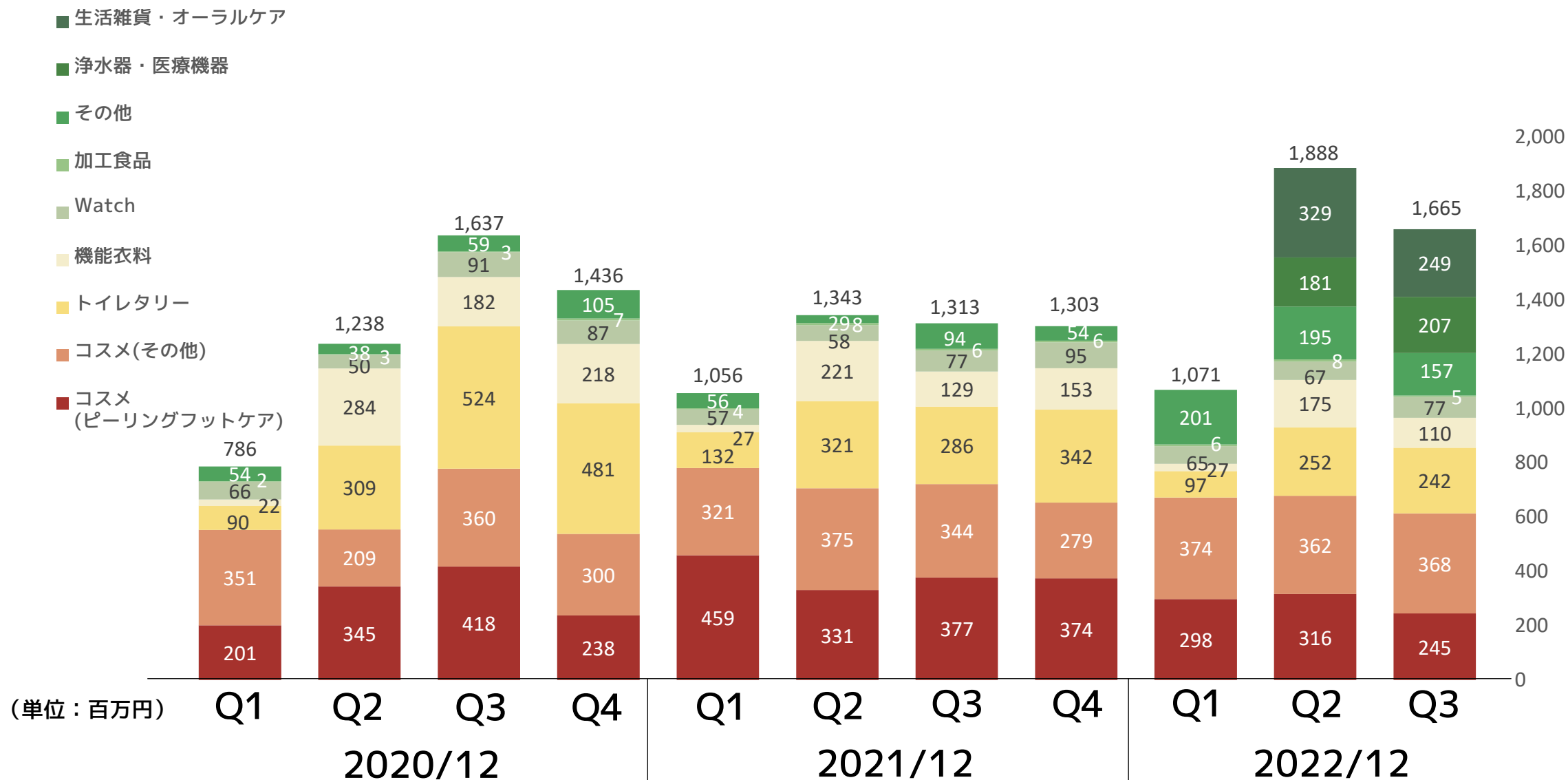
	2021/12 期末	2022/12 Q3	増減		2021/12 期末	2022/12 Q3	増減
現預金	947	1,158	+210	仕入債務	282	683	+401
売上債権	468	896	+428	有利子負債	825	2,656	+1,831
たな卸資産	1,050	1,617	+566	その他負債	512	595	+83
その他流動資産	208	181	▲27	負債合計	1,619	3,936	+2,316
固定資産	269	1,587	+1,317	資本金	192	195	+3
				剰余金他	1,133	1,309	+176
				純資産合計	1,325	1,505	+179
資産合計	2,944	5,441	+2,496	負債純資産合計	2,944	5,441	+2,496

- ・ M&Aに伴い現預金が210百万円、売上債権が428百万円、固定資産が1,317百万円増加
- ・ 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566百万円増加
- ・ M&Aに伴い有利子負債が1,831百万円、仕入債務が401百万円、その他負債が83百万円増加



## 商品ジャンル別連結売上高

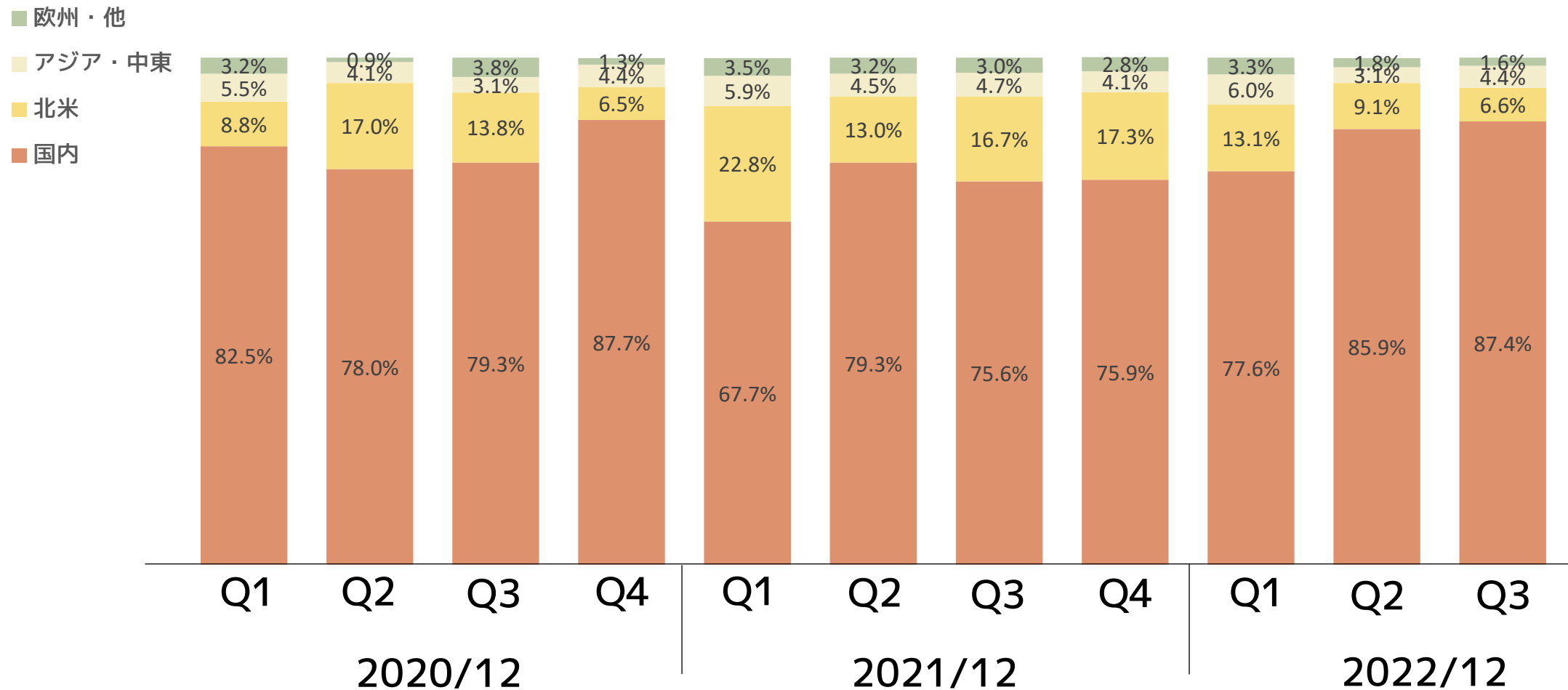
## (商品ジャンル別四半期推移)



※2022/12 Q3を含め、全て従来基準の数値を記載しております。

# 地域別連結売上比率

## (地域別四半期推移)



※2022/12 Q3を含め、全て従来基準の数値を記載しております。

# 第3四半期累計 新商品発売状況

# 新商品発売状況

(2022年12月期第3四半期累計 発売済商品)

発売済み 22商品

年間目標数 31商品

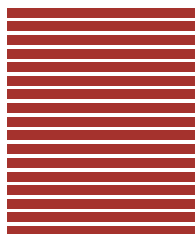
= 達成率 71%

通期見込発売数 35商品

年間目標数 31商品

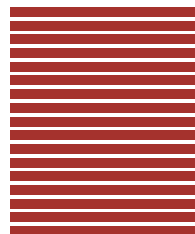
= 通期見込達成率  
113%

17商品



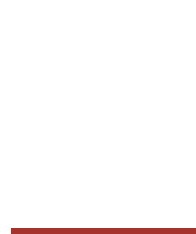
美容  
ジャンル

4商品



トイレタリー  
ジャンル

1商品



食品  
ジャンル



継続販売率27%

※合否の判定期間は発売後、半年間程度

# 新商品発売状況

## (2022年12月期第3四半期累計 発売済商品)

### 第2四半期発売

#### 【フットケア】 【既存ヒットブランド】



Baby Foot

「足用石けん（クールタイプ）」  
¥990（税込）

※夏季限定

#### 【化粧品】 【既存ヒットブランド】



COSCOS

「シェーディング」  
¥1,650（税込）

#### 【ボディケア】 【既存ヒットブランド】



SLINKY TOUCH  
self spa

「薬用アフターケアジェル」  
¥1,540（税込）

#### 【化粧品】 【新ブランド】



pufeel

「メイク直し用  
カラストイック」  
¥1,540（税込）

#### 【ヒップケア】 【新ブランド】



MOTEPDU

「おしり磨き  
せっけん」  
¥990（税込）



イメージ

#### 【オーラルケア】 【新ブランド】



「ハミガキジェル」  
¥1,210（税込）

「マウススプレー」  
¥880（税込）



# 新商品発売状況

## (2022年12月期第3四半期累計 発売済商品)

### 第3四半期発売

【オーラルケア】  
【既存ヒットブランド】



**+DENTISTE'**

「マウススプレー」  
¥495 (税込)

【化粧品】  
【既存ヒットブランド】



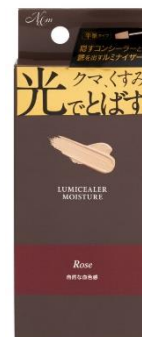
「シークレットカバー  
コンシーラー」  
¥1,650 (税込)



「パーフェクトカラー  
コントロールベース」  
¥1,540 (税込)



【化粧品】  
【新ブランド】



**N&m**  
New Normal  
& me

「N&m ルミシーラー  
モイスチャー」  
¥1,980 (税込)



【ヘアケア】  
【新ブランド】



**Chérieveil**  
CHÉRIEVEIL

「オールインワン  
ヘアカラーパック」  
¥1,760 (税込)

### 第2四半期発売

【洗濯物のニオイ対策】  
【新ブランド】



**洗技**  
ARAWAZA

「衣類のニオイ除去剤」  
¥1,408 (税込)



**洗技**  
ARAWAZA

「生乾き臭防止スプレー」  
¥1,078 (税込)

【お風呂のカビ掃除】  
【既存ヒットブランド】



**KD** カビダッシュ

「防カビ・  
バイオバスター」  
¥1,078 (税込)



**KD** カビダッシュ

「壁ピタッ！  
ゲルスプレー」  
¥1,650 (税込)

# 新商品発売状況

## (2022年12月期第3四半期累計 発売済商品)

### 第2四半期発売

【冷感ウェア】  
【既存ヒットブランド】



「冷感シャツ 長袖クルーネックPro」  
¥6,380 (税込)

NEW  
color



「冷感カップ付きタンクトップ」  
¥8,580 (税込)



「冷感ジョガーパンツ」  
¥8,800 (税込)



氷撃<sup>®</sup>  
冷感プリント



### 第3四半期発売



「冷感ヘッドキャップ」  
¥3,850 (税込)



「冷感ナイトウェア」  
¥11,990 (税込)

# 新商品発売状況

## (2022年12月期第3四半期累計 発売済商品)



### 有名ゴルフウェアブランド × FREEZE TECHのコラボレーション商品

#### JUN (NERGY) × FREEZE TECH



「美脚パンツ」  
¥12,430 (税込)



「キャミソール」  
¥9,900 (税込)

#### JUN&ROPE' × FREEZE TECH



「ポロシャツ」  
¥13,200 (税込)



「モックネックシャツ」  
¥13,200 (税込)

#### CLUNK × FREEZE TECH



「プリントポロシャツ」  
¥12,100 (税込)



「ドットプリント  
ポロシャツ」  
¥12,100 (税込)



RED



GRY

#### FIDRA × FREEZE TECH

「プリントポロシャツ」  
¥13,200 (税込)

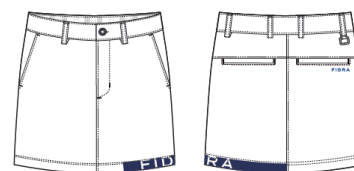


NVY

BLK

LIM

「スカート」  
¥13,200 (税込)



WHT  
裏地 WHT



GRY/14-4107TCX  
裏地 WHT



TQG/18-4538TCX  
裏地 NVY



NVY  
裏地 NVY

# 第3四半期 トピックス



# フリーズテック×農家 共同開発商品の発売！

## 農家との共同開発商品「フリーズテック 冷感ヘッドキャップ」

2021年6月より始動している「**HEAT RESCUE PROJECT**」。その一環として、日本国内指折りの酷暑地域である埼玉県深谷市の農家様とともに、暑さおよび日焼け対策が可能なアイテムを共同開発しました。年々酷暑が増す中、日本の農家の方々にとって安心して快適な環境を提供するべく、フリーズテックと深谷市が連携して、農家向けの商品提供や暑さ対策セミナーの実施、暑さ対策についての意見交換をしていく中で、新たな商品として「**フリーズテック 冷感ヘッドキャップ**」が生まれました。



『深谷ねぎ』などのブランド野菜をはじめ、多種多様な農産物の生産地として知られる深谷市では、将来にわたり発展し続ける次世代農業を創出するために「DEEP VALLEY」というアグリテック集積都市を目指しています。本市産業の強みである「農業」に、外部からの新しいテクノロジーを掛け合わせて、地域の農業課題の解決、そして生産性の向上を目指します。

### 【HEAT RESCUE PROJECT】

ヒートレスキュープロジェクトは、年々過酷さを増す夏の環境下において、「服の力」に着目して、ニッポンの夏を涼しくする新常識を発信するべく2021年より誕生した、当社機能衣料ブランド「フリーズテック」による取り組みです。

## トピックス②

## フリーズテック 猛暑対策展へ出展！

機能衣料ブランド「フリーズテック」は、2022年7月20～22日に東京ビッグサイトで開催された「**猛暑対策展**」に出展。開催3日間で計4,200人（※）を超える方にご来場いただきました。

当日はたくさんのお客様にフリーズテックを体感していただき、また多くのメディアから取材を受けるなど、大きな反響がありました。今後も各種イベントや展示会への出展を通して、日本における暑さ対策の大切さ、「着る」ことによる暑さ対策の魅力を発信していきます。



フリーズテックの商品を体感している様子



フリーズテック出展ブース

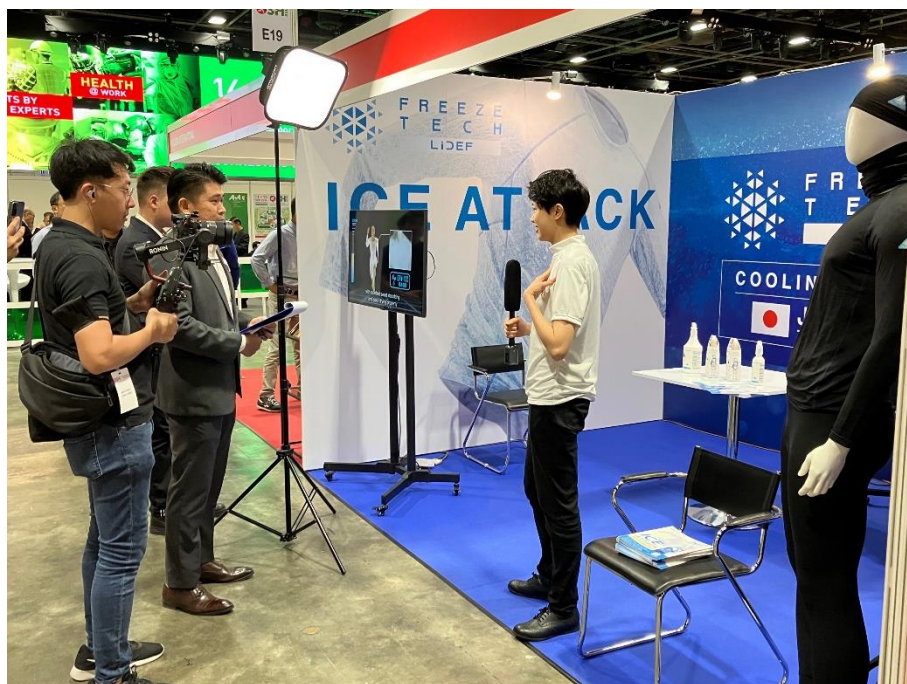
※ 猛暑対策展全体での人数



# フリーズテック 海外販路の拡大

## 海外での展示会へ積極的に出展

機能衣料ブランド「フリーズテック」の海外販路の拡大を目的とし、世界各地における展示会への出展を積極的におこなっています。2022年は、シンガポール、米国、韓国をはじめ多数の展示会に出展。展示会で興味を持っていただいた海外大手企業との商談が進行中であることなどから、フリーズテックの海外における可能性を見出しています。



シンガポールでの展示会



米国での展示会

# 2022年12月期通期 業績予想

# 連結損益計算書

## (2022年12月期通期 業績予想)

単位：百万円

	新基準（開示数値）		2022/12 通期予想	Q3における 進捗率
	2021/12 実績	2022/12 Q3 実績		
売上高	5,029	4,507	7,268	62.0%
売上総利益	2,154	1,786	2,998	59.6%
販売費および 一般管理費	1,903	1,765	2,672	66.1%
営業利益	251	21	326	6.5%
EBITDA	286	95	422	22.6%
経常利益	266	38	300	12.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	200	▲1	161	▲0.7%

※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高

## (2022年12月期通期 業績予想)

単位：百万円

商品ジャンル	従来基準				新基準		Q3における進捗率
	2021/12実績	構成比	2022/12 Q3 実績	構成比	2022/12 通期予想	構成比	
コスメ（ピーリングフットケア）	1,543	30.7%	860	19.1%	1,556	21.4%	55.3%
コスメ（その他）	1,320	26.3%	1,105	24.5%	1,549	21.3%	71.3%
トイレタリー	1,082	21.5%	593	13.2%	1,066	14.7%	55.6%
機能衣料	532	10.6%	313	7.0%	597	8.2%	52.5%
Watch	289	5.7%	210	4.7%	311	4.3%	67.6%
加工食品	26	0.5%	20	0.5%	52	0.7%	39.5%
浄水器・医療機器	—	—	388	8.6%	570	7.8%	68.1%
生活雑貨	—	—	578	12.8%	949	13.1%	60.9%
その他	235	4.7%	554	12.3%	790	10.9%	70.2%
新会計基準影響額	—	—	▲118	▲2.6%	▲175	▲2.4%	67.3%
合計	5,029	100.0%	4,507	100.0%	7,268	100.0%	62.0%

- ・コスメ(ピーリングフットケア)ジャンルではベビーフット25周年の企画品の発売、水際対策緩和によるインバウンド需要の回復を見込み多言語での店頭販促物を設置するなどの施策を実施、トイレタリージャンルでは年末のお掃除商品需要拡大時期に合わせ販売強化し、売上獲得を見込む。また、機能衣料ジャンルでは「HeatMaster」が第4四半期において前年を超える受注があること、展開店舗数が拡大していることから売上伸長を見込む。

# 株主還元

## 株主還元 (配当政策)

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)

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。

お問合せ  
IR窓口  
03-5489-7661

