

2022年12月期 通期
決算説明資料

証券コード 4935



Liberta!

株式会社リベルタ

2023年2月14日

1. 会社概要

2. 2022年12月期通期 業績ハイライト

3. 2022年12月期通期 トピックス

4. 2023年12月期通期 業績予想

5. 中期経営計画

6. 株主還元



会社概要

Company Profile

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。



「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。**

「ユーザーコミュニケーション」からのブランド育成

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

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ず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。

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」

An advertisement for FREEZE TECH LIDEF cold-temperature clothing. It features a white long-sleeved shirt against a blue background with ice cubes. The text includes '冷感PRINT 氷撃' (Cold feeling PRINT Ice strike), 'Liberta!', '汗と風で 驚きの冷感' (Surprising cold feeling with sweat and wind), and 'FREEZE TECH LIDEF'. There are also icons for '冷感機能プリント' (Cold feeling function print), '接触冷感' (Contact cold feeling), and '気化熱冷却' (Evaporative cooling).

冷感ウェアブランド「FREEZE TECH」

カビトルネード



洗濯槽掃除ブランド「カビトルネード」

負けない、
ニオわない **QB.**
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」



10秒発熱
驚きの暖かさ



電熱ウェアブランド「Heat Master」



#EVERY
SECOND
COUNTS



ミリタリーウォッチブランド「Luminox」



■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13.1万人



※ 会員数・店舗数は2022年12月31日時点

海外店舗数

25,100

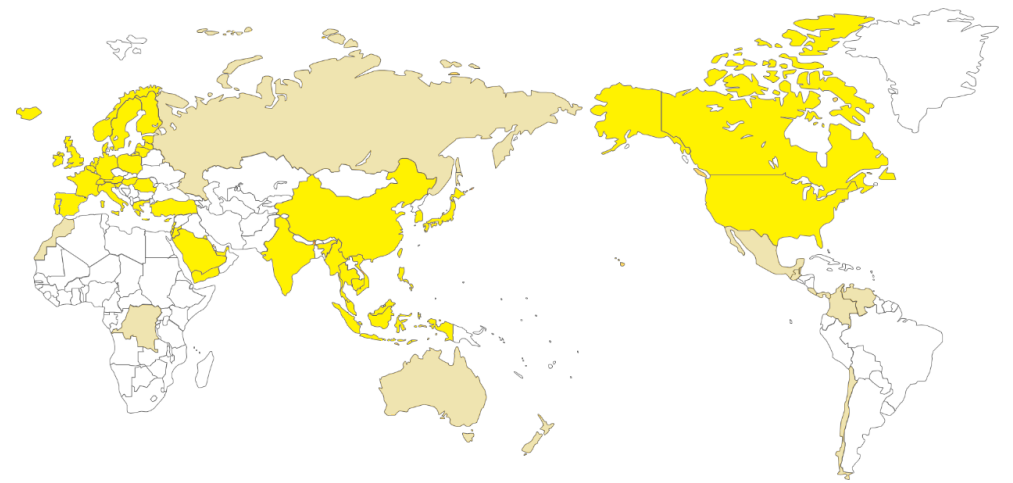
(店舗以上)

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)

- パラエティショップ
- 通販会社
- GMS
- 百貨店
- スーパー
- ホームセンター
- ドラッグストア

…… 主要な取引国

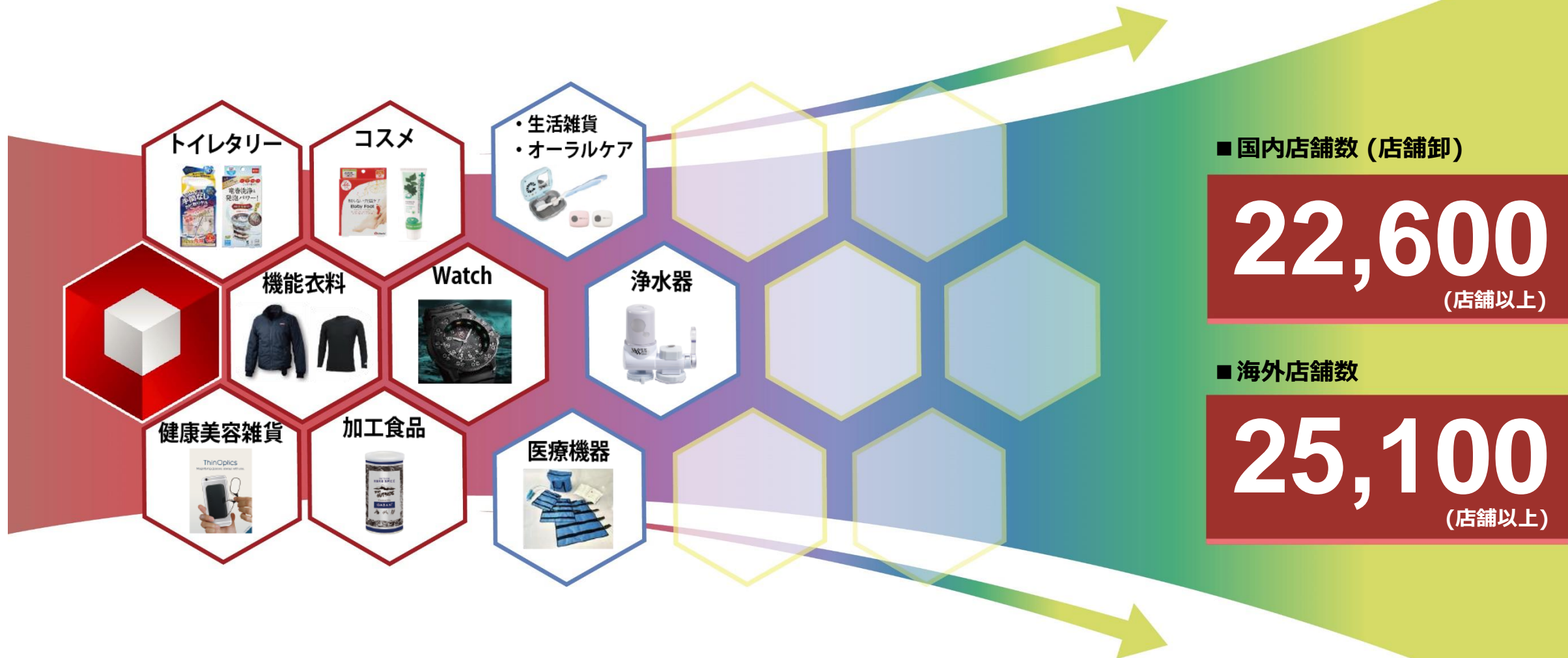


※ 店舗数は2022年12月31日時点

国ごとに異なるマーケティング手法、トレンドや商習慣、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

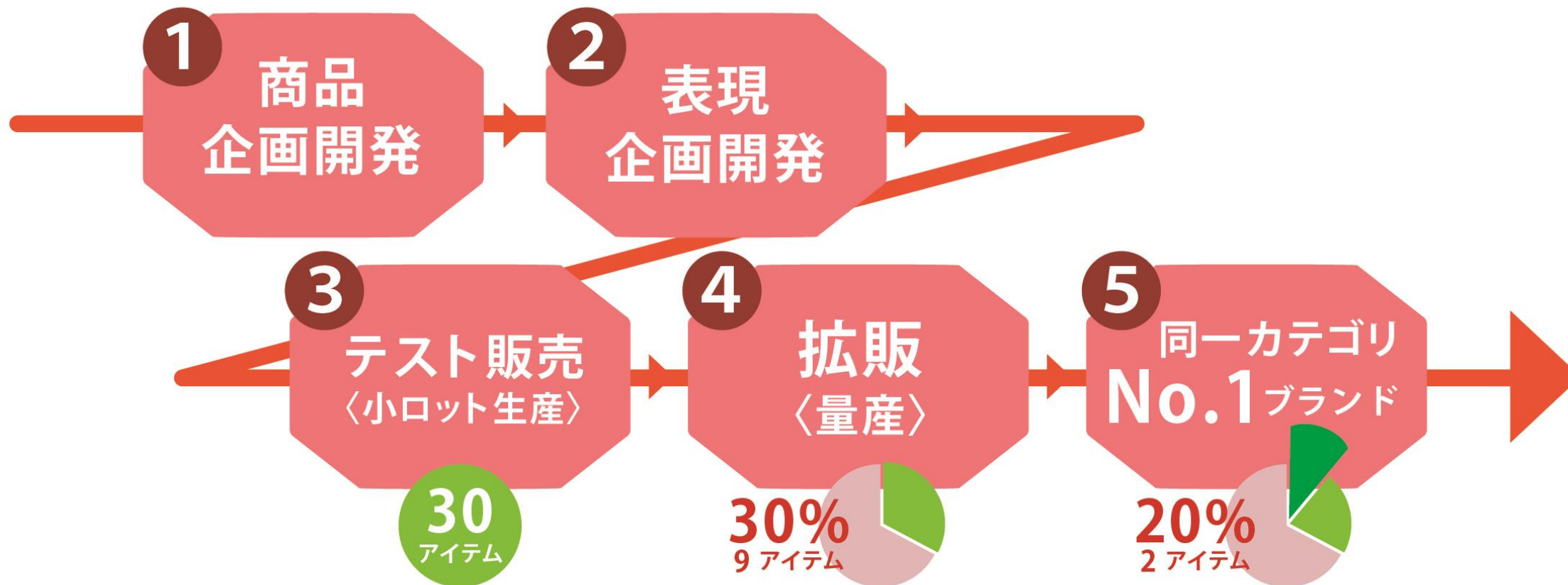
ジャンル別に企画開発を行い、
新商品を年に **30** アイテム以上リリース



※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

(ヒット商品を確率で生み出す手法)



2022年12月期 通期 業績ハイライト

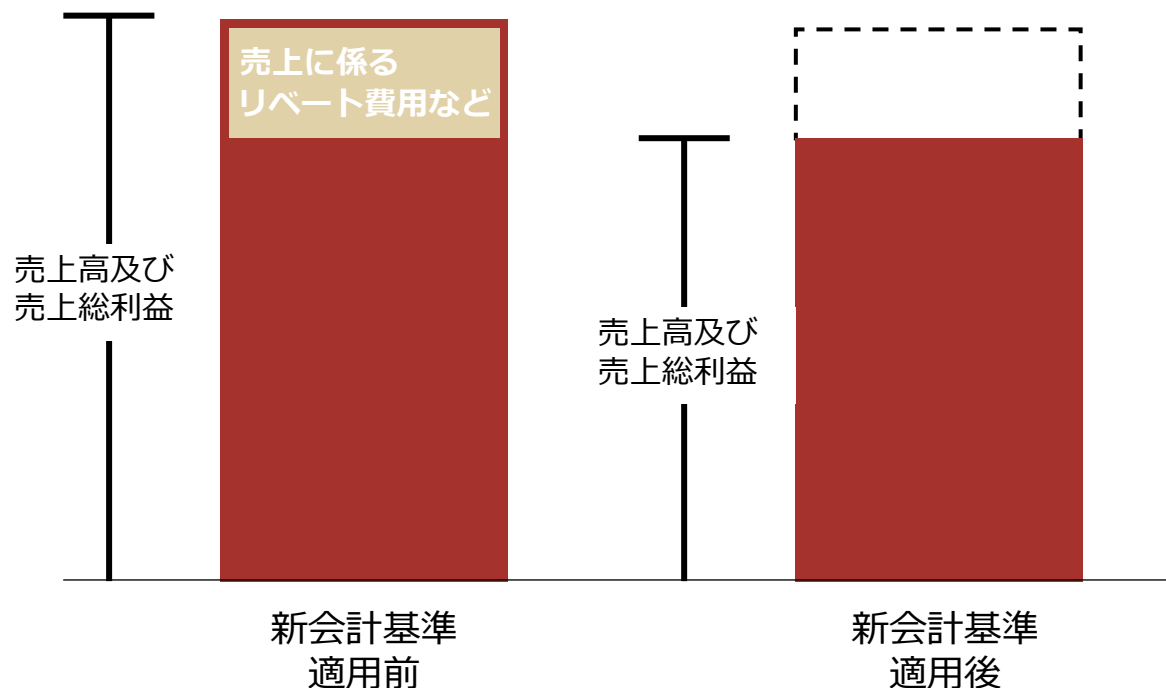
Financial Highlights

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月期通期)

単位：百万円

	従来基準（参考数値）				新基準（開示数値）	
	2021/12通期 実績	2022/12通期 実績	増減額 (従来基準比)	増減率 (従来基準比)	2022/12通期 計画※	2022/12通期 実績
売上高	5,029	6,808	+1,778	+35.4%	7,268	6,638
売上総利益	2,154	2,751	+596	+27.7%	2,998	2,600
販売費及び一般管理費	1,903	2,583	+680	+35.7%	2,672	2,433
営業利益	251	167	△84	△33.4%	326	167
E B I T D A	286	288	+2	+0.8%	422	288
経常利益	266	200	△65	△24.8%	300	200
親会社株主に帰属する 当期純利益	200	114	△85	△42.8%	161	114

※EBITDA=税前利益+支払利息+社債利息+減価償却費

※2022年8月9日付で開示しました修正予想を計画値としております。

地域別連結売上高

(2022年12月期通期 前年比)

単位：百万円

地域	従来基準（参考数値）						新基準（開示数値）
	2021/12通期 実績	構成比	2022/12通期 実績	構成比	増減額 （従来基準比）	増減率 （従来基準比）	2022/12通期 実績
国内	3,773	75.0%	5,837	85.7%	+2,064	+54.7%	5,677
海外	1,256	25.0%	970	14.3%	△285	△22.7%	960
内、北米	862	17.1%	585	8.6%	△277	△32.1%	585
内、アジア・中東	238	4.7%	270	4.0%	+32	+13.6%	270
内、欧州・他	155	3.1%	115	1.7%	△40	△26.1%	104
新会計基準影響額	—	—	—	—	—	—	△170
合計	5,029	100.0%	6,808	100.0%	+1,778	+35.4%	6,638

商品ジャンル別連結売上高

(2022年12月期通期 前年比)

単位：百万円

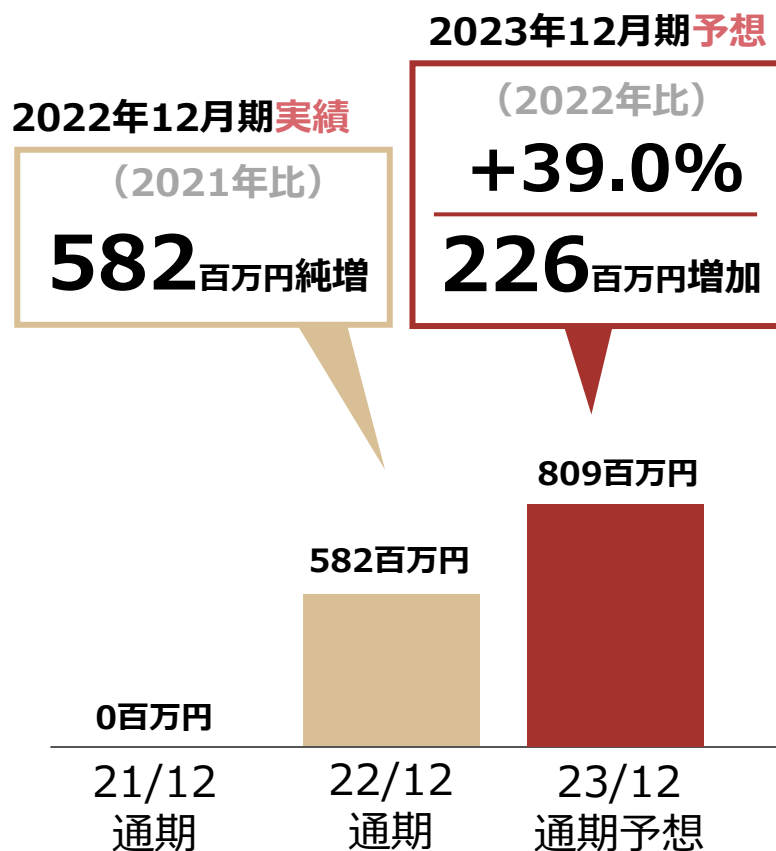
商品ジャンル	従来基準（参考数値）						新基準（開示数値）
	2021/12 通期実績	構成比	2022/12 通期実績	構成比	増減額 （従来基準比）	増減率 （従来基準比）	2022/12 通期実績
コスメ（ピーリングフットケア）	1,543	30.7%	1,199	17.6%	△343	△22.3%	1,199
コスメ（その他）	1,320	26.3%	1,509	22.2%	+188	+14.3%	1,509
トイレタリー	1,082	21.5%	1,009	14.8%	△73	△6.8%	1,009
機能衣料	532	10.6%	519	7.6%	△12	△2.4%	519
Watch	289	5.7%	292	4.3%	+3	+1.3%	292
加工食品	26	0.5%	24	0.4%	△1	△5.2%	24
浄水器・医療機器	—	—	582	8.6%	+582	—	582
生活雑貨・オーラルケア	—	—	981	14.4%	+981	—	981
その他	235	4.7%	688	10.1%	+453	+192.4%	688
新会計基準影響額	—	—	—	—	—	—	△170
合計	5,029	100.0%	6,808	100.0%	+1,778	+35.4%	6,638

※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。

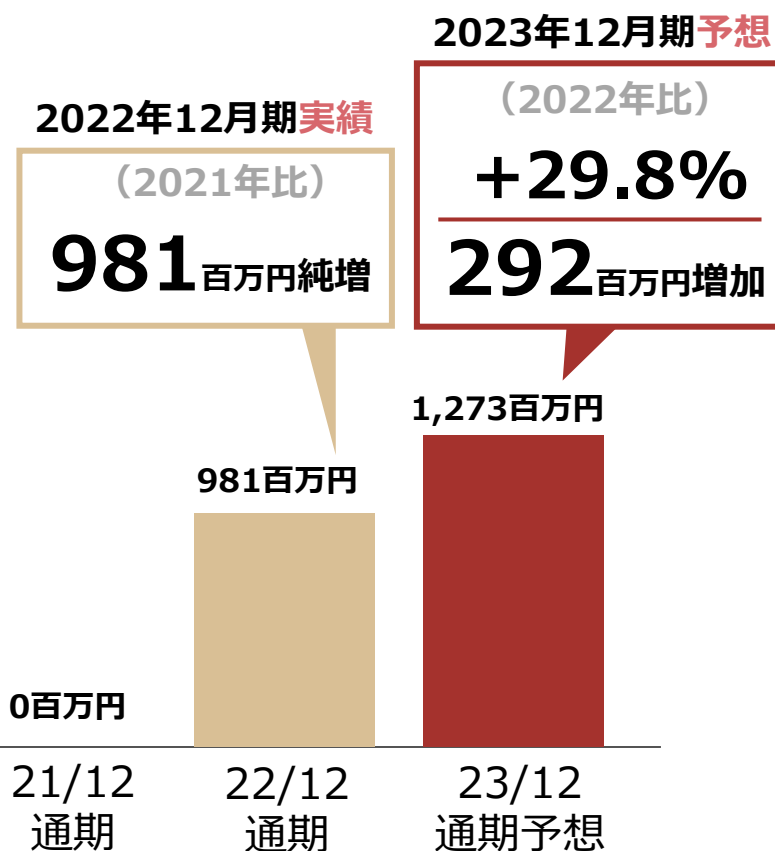
浄水器・医療機器／生活雑貨・オーラルケア

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。2022年度は、4月～12月までの**9か月**が連結対象。2022年10月に**完全子会社化**し、2023年からはリベルタとのシナジー効果を見込み、**年間を通し**業績に寄与し増収の予想。

浄水器・医療機器



生活雑貨・オーラルケア



※以下、2022年3月24日開示資料より
安定的な成長に、リベルタとのシナジー
効果を見込み成長を加速してまいります。

決算期	2019年3期	2020年3期	2021年3期
純資産	1,395百万円	1,475百万円	1,608百万円
総資産	2,310百万円	2,433百万円	2,700百万円
1株当たり純資産	10,805.63円	11,431.19円	12,460.85円
売上高	2,366百万円	2,365百万円	2,655百万円
営業利益	104百万円	117百万円	213百万円
経常利益	112百万円	135百万円	225百万円
当期純利益	74百万円	87百万円	139百万円
1株当たり当期純利益	573.50円	675.56円	1,079.65円
1株当たり配当金	50.00円	50.00円	50.00円

※上記資料は新会計基準適用前の参考数値となります。



ウォーターワーク
(浄水器)



オーラルドクター O-SENSE
(生活雑貨)

コスメ (その他)

2022年12月期実績

(2021年比)

+14.3%

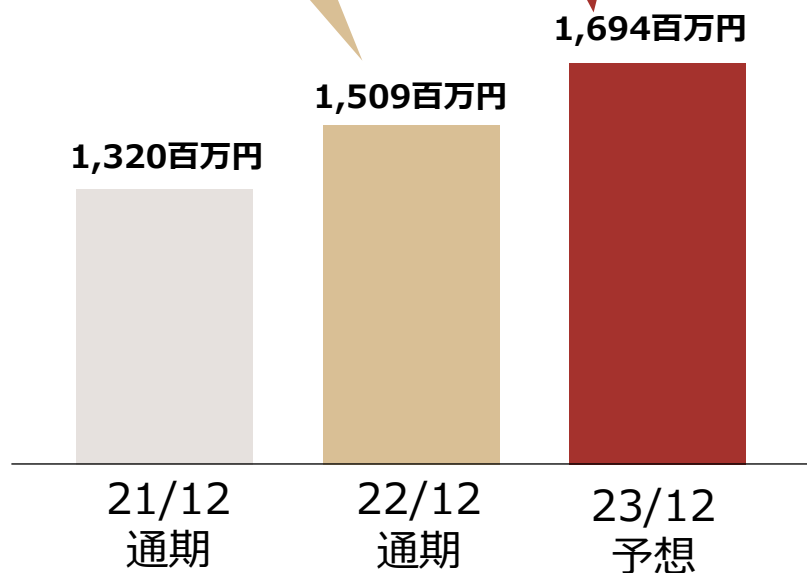
188百万円増加

2023年12月期予想

(2022年比)

+12.3%

185百万円増加



2021年比 14.3%増

- ・目覚めてすぐキスできるハミガキブランドの「デンティス」は、SNSを中心とした施策により主要量販店やドラッグストアでの売上が伸長。
- ・新感覚の暑さ対策ブランドの「クーリスト」は、ニッチニーズに特化した各種認知度向上施策の効果で夏物季節商品としての需要が高まり好調。
- ・ニオイの悩みに向き合い続ける「クイックビューティー」は、パッケージなどを一新し、販売が好調。

2023年12月期予想 12.3%増

- ・「デンティス」は、2022年10月より展開を開始した国内最大手ドラッグストア1,500店舗での拡販など、取扱店舗数の増加による増収の予想。
- ・コロナ感染拡大以前に高いインバウンド需要のあった頑固な角質粒ケアブランドの「つぶぽろん」などのインバウンドの回復と、シリーズ新商品の発売による増収の予想。

コスメ (ピーリングフットケア)

2022年12月期実績

(2021年比)

▲22.3%

343百万円減少

2023年12月期予想

(2022年比)

▲7.3%

87百万円減少

1,543百万円

1,199百万円

1,111百万円

21/12
通期

22/12
通期

23/12
予想

国内：2021年比 5.9%減

- ・水際対策緩和によるインバウンド需要の回復を見込んだ各種施策、ベビーフット25周年企画品の発売やSNS施策により、第4四半期は前年同期比23.4%を超える増収効果があったものの、2021年に有名YouTuberに紹介された特需の反動減が大きく影響。通期では前年比を下回る結果となった。

海外：2021年比 28.4%減

- ・Amazonや富裕層向けのマーケットでは引き続き好調だが、急激なインフレによる米国の個人消費の鈍化と、金利上昇に伴う資産圧縮に動いた大手小売企業からの受注が減少。
- ・2021年はコロナによる物流混乱に備えた米国総代理店の在庫確保に伴う輸出増があったが、2022年はその在庫調整が影響し減収。

2023年12月期予想 7.3%減

- ・国内 2022年比 3.5%増

2022年第4四半期から実施しているベビーフット25周年の各種施策の効果の継続と、シリーズ新商品の拡販を見込み増収の予想。

- ・海外 2022年比 12.6%減

引き続きインフレの影響を想定し減収の予想。

トイレットリー

2022年12月期実績

2023年12月期予想

(2021年比)

▲6.8%

73百万円減少

(2022年比)

+6.9%

69百万円増加

1,082百万円

1,009百万円

1,079百万円

21/12
通期22/12
通期23/12
予想

2021年比 6.8%減

- ・ 竜巻洗浄と発泡パワーによる洗濯槽のカビ・汚れ除去ブランドの「カビトルネード」は、競合品の相次ぐ参入が想定を上回る中、販売力が認められ確固たる地位を築くことができたことで、ホームセンターへの導入が進んだものの、売上は前年を下回った。
- ・ 浴室のカビの悩み即効解決ブランドの「カビダッシュ」は、第4四半期は大手ホームセンターでの年末大掃除企画の採用、テレビでの全国放送の露出効果で好調だったが、2021年のリニューアルに伴う返品が想定を超え、前年を下回った。
- ・ 衣類に付着したペットの抜け毛吸着ブランドの「Q (吸) とくん」は、香港や台湾などアジア圏での販路拡大により好調となり増収。

2023年12月期予想 6.9%増

- ・ 「カビトルネード」は、他社競合品発売の影響を見込みながらも、2022年下半期に販売した新商品の拡販を狙い、増収の予想。
- ・ アルコールフリーで長時間冷感効果が得られる「FREEZE TECH 衣類用冷感ミスト」の国内での展開や海外でのテスト販売の結果が好調であったため、拡販による増収の予想。

機能衣料

2022年12月期実績

(2021年比)

▲2.4%

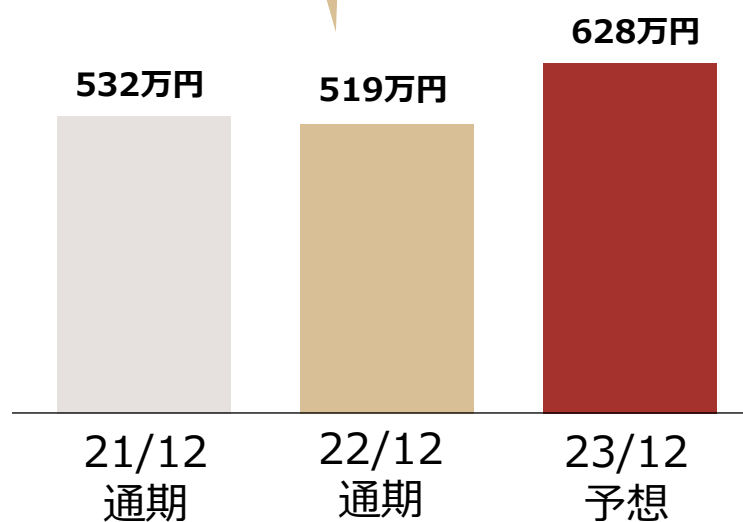
12百万円減少

2023年12月期予想

(2022年比)

+21.1%

109百万円増加



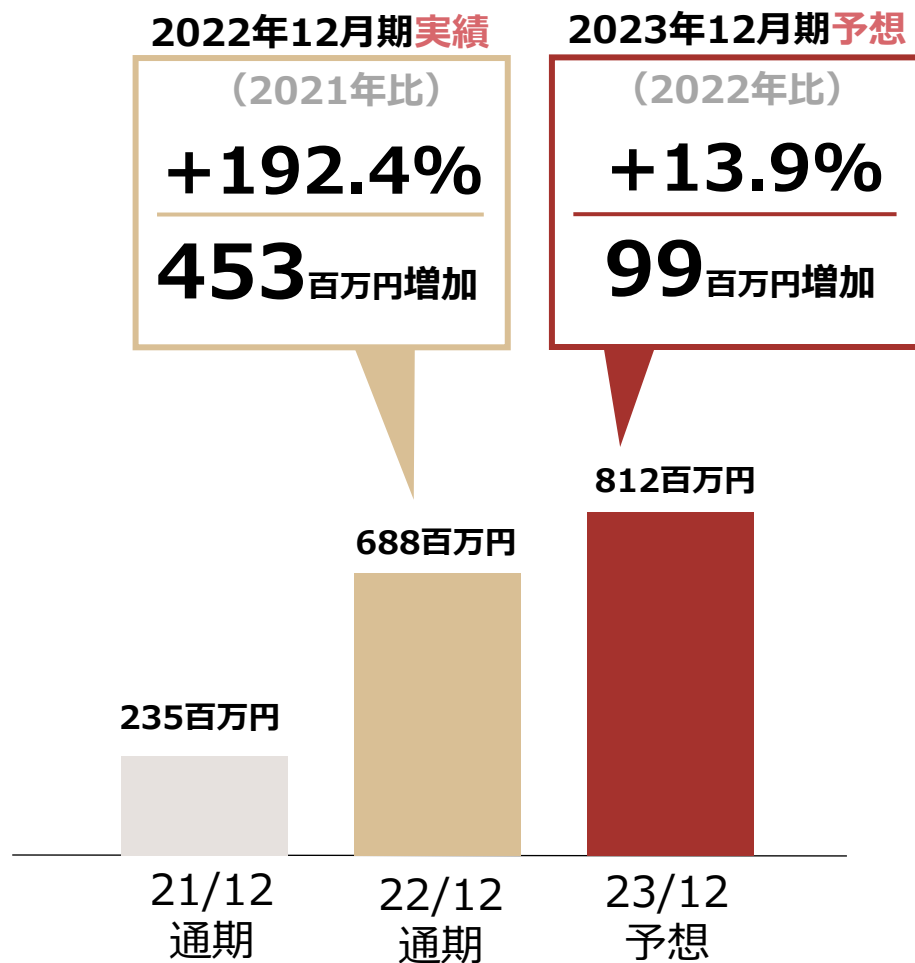
2021年比 2.4%減

- ・汗と風で驚きの冷感が得られる特殊冷感プリントを施した機能衣料ブランドの「FREEZE TECH」は、注カブランドとして展示会への出店、メディア露出などプロモーションを強化。売上は想定を下回ったが、来期に向け認知度が向上したことにより大手ホームセンターなど販路開拓が進む形となった。

2023年通期予想 21.1%増

- ・「FREEZE TECH」は、国内では2022年に実施した積極的なプロモーションの効果によるホームセンター及びスポーツ量販店の取扱い店舗数の拡大、また海外では2022年の展示会出展により開拓された新規大手取引先との取引開始を見込み増収の予想。
- ・画期的なプリント技術による消臭機能に特化した臭い対策機能衣料ブランドの「DEODORIZE TECH(デオドライズテック)」の新商品「消臭ランドリーバッグ」がテスト販売の結果が好調だったため拡販による増収の予想。

その他

**2021年比 192.4%増**

- ・「さよならダニー」など仕入商品の取扱いの拡充により売上増加に大きく貢献。

2023年予想 13.9%増

- ・「OEM・ODM」の新規受注を見込み増収の予想。
- ・「加工食品」のスーパーマーケット、コンビニエンスストア流通への販路拡大により増収の予想。
- ・「仕入商品」の販売強化により増収の予想。

※ 2023年12月期よりジャンル区分を変更いたします。そのため23/12通期予想のみ新ジャンル区分の数値を記載しております。
「その他」ジャンルに関しましては、2022年までの「加工食品」ジャンルを吸収する予定でございます。

地域別連結売上高

(2022年12月期通期 前年比／2023年通期予想)

北米

2022年12月期実績

2023年12月期予想

欧州・他

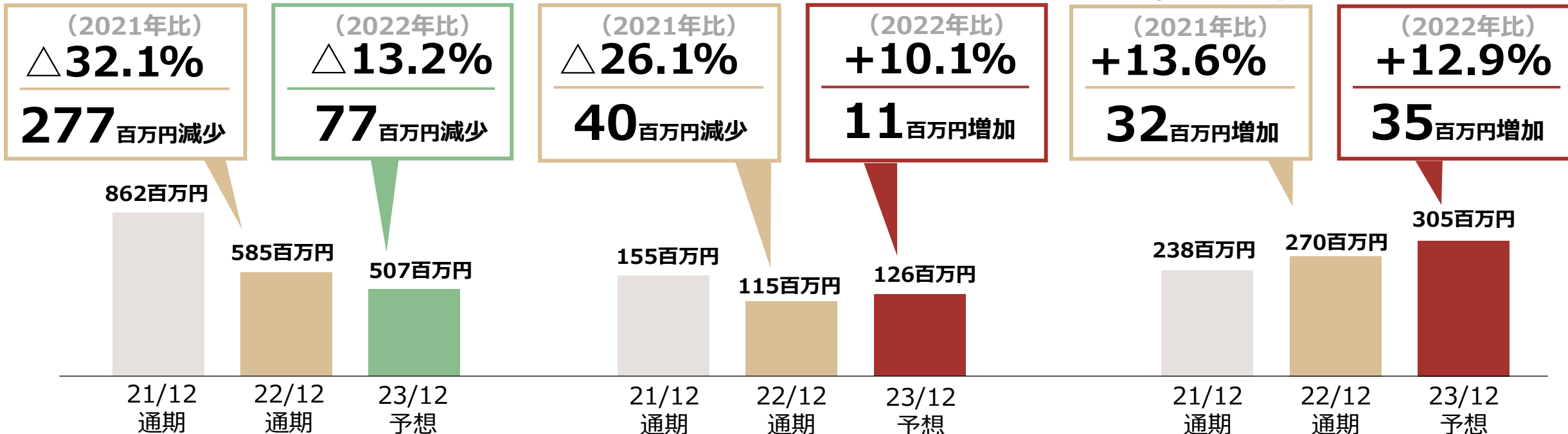
2022年12月期実績

2023年12月期予想

アジア・中東

2022年12月期実績

2023年12月期予想



2021年比

- ・北米は急激なインフレによる個人消費の鈍化と、金利上昇に伴う資産圧縮に動いた大手小売企業からの受注が減少したことで減収。
- ・欧州・他においても、急激なインフレによる個人消費が鈍化したことで減収。
- ・アジア・中東では、越境ECでの販売が好調であったことに加え、イスラエルでのインフルエンサー施策により「ベビーフット」が販売好調。

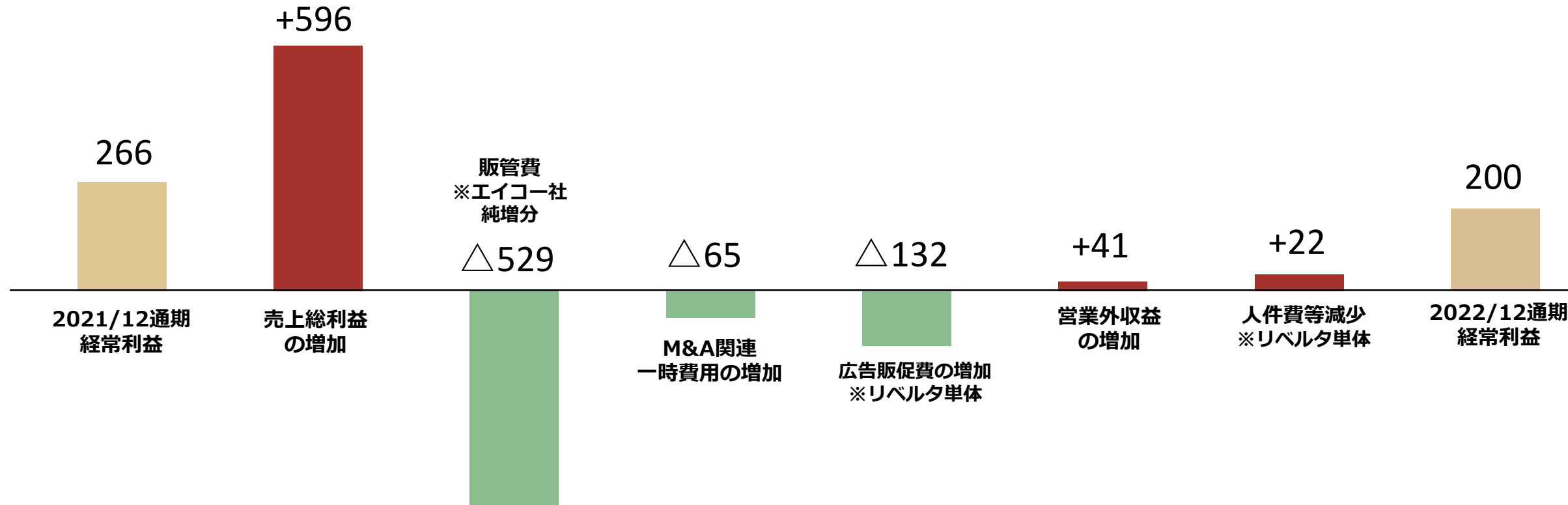
2023年予想

- ・2022年から中期的に海外に向けた注カブランドとして「FREEZE TECH」をゴルフ市場、作業服市場、スポーツ市場へ販路拡大に向け営業活動の強化を実施し販路拡大を狙う。これによりアジア・中東、欧州・他は増収の予想。北米では「FREEZE TECH」の増収を見込むも「ベビーフット」が引き続きインフレによる消費の鈍化を見込み、減収の予想。

連結経常利益増減

(2022年12月期通期 前年比)

※全て従来基準の数値を記載しております。



- ・ エイコー社子会社化による売上総利益の増加
- ・ エイコー社連結に伴う販売費及び一般管理費の増加
- ・ M&Aに伴う手数料など一時費用の増加
- ・ 主要ブランド再活性化のための広告販促費の増加
- ・ 為替差益、補償金の受取りなどによる営業外損益の改善
- ・ エイコー社への役員転籍などによる人件費の減少

+596百万円増加 (内、エイコー社分 +681百万円)

△529百万円増加

△ 65百万円増加

△132百万円減少

+ 41百万円改善

+ 22百万円減少

連結貸借対照表

(2022年12月期通期 前年比)

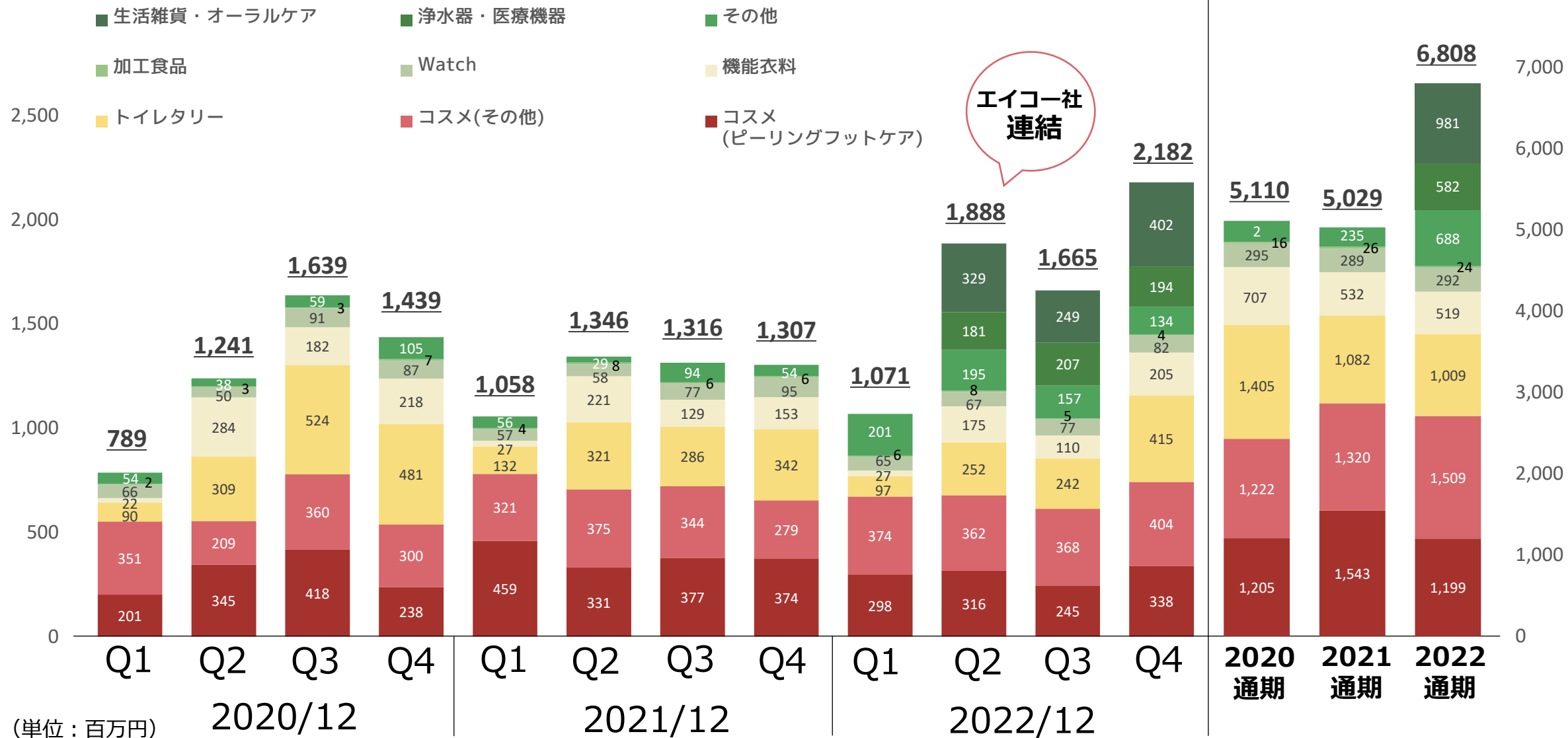
単位：百万円

	2021/12 期末	2022/12 期末	増減		2021/12 期末	2022/12 期末	増減
現預金	947	986	+38	仕入債務	282	639	+357
売上債権	468	1,214	+745	有利子負債	825	2,435	+1,609
たな卸資産	1,050	1,252	+201	その他負債	512	661	+149
その他流動資産	208	339	+131	負債合計	1,619	3,736	+2,116
固定資産	269	1,519	+1,249	資本金	192	195	+3
				剰余金他	1,133	1,380	+247
				純資産合計	1,325	1,575	+250
資産合計	2,944	5,311	+2,367	負債純資産合計	2,944	5,311	+2,367

- ・ M&Aに伴い売上債権が745百万円、固定資産が1,249百万円増加
- ・ たな卸資産は、前年より持ち越されたFREEZE TECHなどの消化が進むも、M&Aに伴い201百万円増加
- ・ M&Aに伴い有利子負債が1,609百万円、仕入債務が357百万円、その他負債が149百万円増加

商品ジャンル別連結売上高

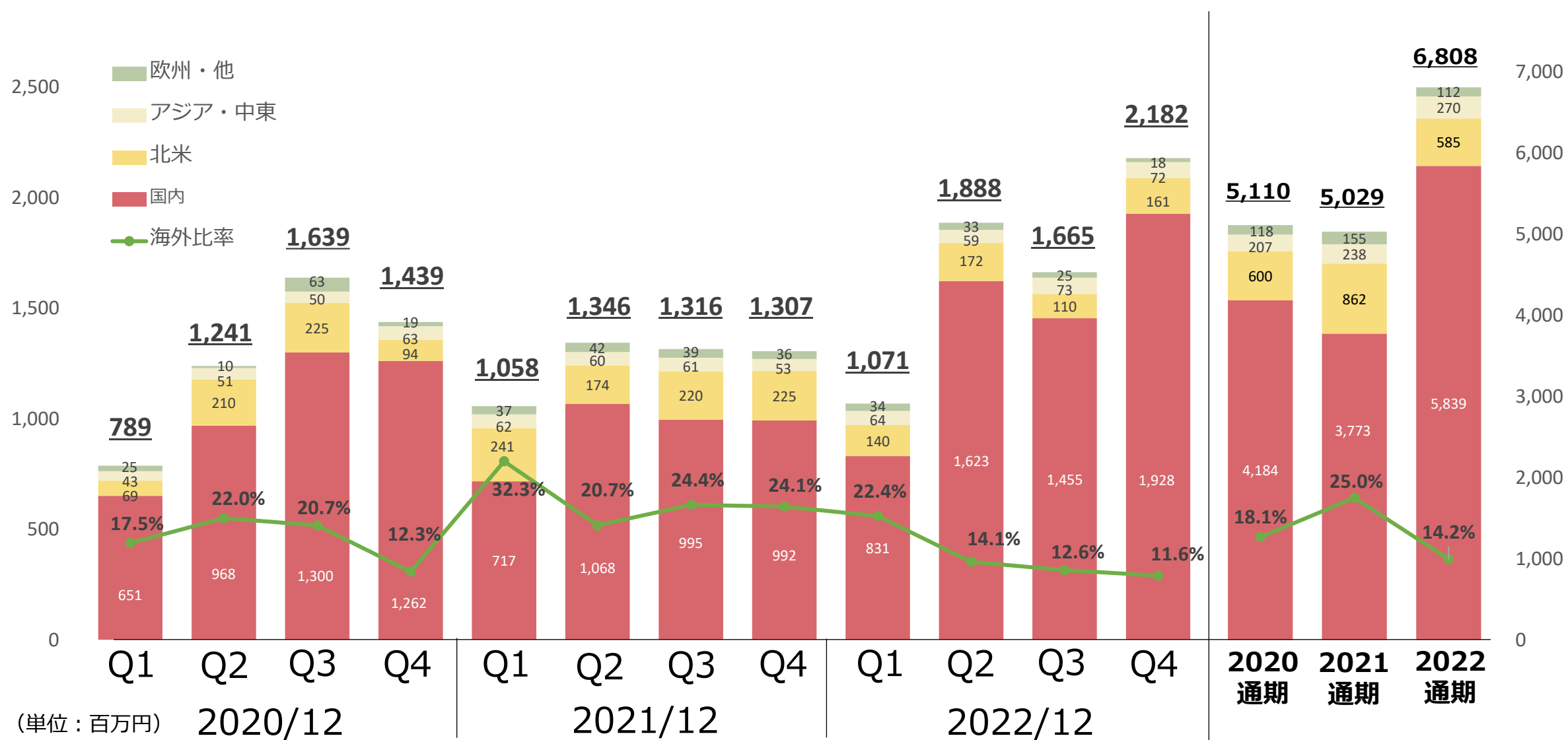
(商品ジャンル別四半期推移)



※2022/12 Q4を含め、全て従来基準の数値を記載しております。

地域別連結売上高

(地域別四半期推移)



※2022/12 Q1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 トピックス

Topics

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)の株式の86.8%を取得して子会社化、2022年10月には、**13.2%の同社による自己株式取得を実施し完全子会社化**。親会社株主に帰属する当期純利益の増加要因となりました。



【ファミリー・サービス・エイコー株式会社】

ファミリー・サービス・エイコーは1971年の創業以来、浄水器、医療機器、生活雑貨、歯ブラシ及び除菌装置など様々な商品ジャンルの企画・製造・販売を事業とし、高品質な製品の提供を通じて安定的に成長を続けております。

Liberta!
GROUP

企画力

**豊富な販路
ブランド戦略**

■ 開発力

■ プロモーション力

■ 販売促進力・営業力

■ マーケティング力

新規領域

- ・ 浄水器
- ・ 家庭用医療用具

既存領域

- ・ コスメ
- ・ トイレタリー
- ・ ライフスタイル
- ・ その他

新規領域企画商品

**2023年春夏
発売予定**

長野市や信州大学などの産学官連携により、真空成形型式副木など医療機器の開発を強化し国内にとどまらず海外にも販路拡大を図ります。

今後の具体的な取り組み

- 協同企画しエイコー社にて開発・リベルタにて販売
 - ・ 医療用具としてのリカバリーウェア、健康器具および健康雑貨
 - ・ 一般生活雑貨としてのスポーツ向け機能性ソックス
- リベルタにて企画しエイコー社にて販売
 - ・ 生協向け各種商品

FREEZE TECHの販路拡大

【海外】 展示会へ積極的に出展

機能衣料ブランド・FREEZE TECHの海外販路の拡大を目的とし、世界各地の展示会への出展を積極的におこなっています。2022年は、米国、シンガポール、韓国をはじめ多数の展示会に出展。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など、FREEZE TECHの海外における可能性を見出しています。



有名スポーツキャスター・Jim Kelly氏からのインタビュー



米国ゴルフ流通展示会PGA Show2023



横浜FC × 氷撃のコラボイベント



猛暑対策展への出展

【国内】 販路の拡大

2022年は複数の有名ゴルフウェアブランドとのコラボ商品の企画販売の実施、また広告販促費を戦略的に増額投下し、各種メディアに大きく露出がなされた結果、ホームセンターなどの新たな販路開拓につながり、2023年は拡販を予定しています。

トピックス③

(2022年12月期通期 新商品)

第2四半期発売

【フットケア】
【既存ブランド】



Baby Foot

「足用石けん (クールタイプ)」
¥990 (税込)

※夏季限定

【化粧品】
【既存ブランド】



COSCOS

「シェーディング」
¥1,650 (税込)

【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)

【ヘアケア】
【新ブランド】



「前髪矯正
トリートメント」
オープン価格



「アホ毛しつけ
トリートメント」
オープン価格

第3四半期発売

【オーラルケア】
【既存ブランド】



+DENTISTE'

「マウススプレー」
¥495 (税込)

【化粧品】
【新ブランド】



N&M
New Normal & me

「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

「オールインワン
ヘアカラーパック」
¥1,760 (税込)

第4四半期発売

【ネイルケア】
【既存ブランド】



「1Day密封ネイル
ケアパック」
¥1,650 (税込)

【ヘアケア】
【新ブランド】

Guuuey Seaglossy
グーイ シーグロッシー



「シーウィード
シャンプー &
トリートメント
モイスト」
各 ¥1,540 (税込)

トピックス③

(2022年12月期通期 新商品)

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)

第4四半期発売

【お掃除カビ掃除】

【既存ブランド】



FS ファイナルシャイン

「ステンレス
ポリッシャー」
¥1,980 (税込)



FS ファイナルシャイン

「浴室カラン・蛇口用
カルキクラッシャー」
¥1,078 (税込)



FS ファイナルシャイン

「浴室鏡の
カルキクラッシュ」
¥968 (税込)



【洗濯機のカビ掃除】

【既存ブランド】



カビトルネード
Neo

「ダイナマイトバブル
排水ホースクリーナー」
¥807 (税込)

トピックス③

(2022年12月期通期 新商品)

第2四半期発売

【冷感ウェア】
【既存ブランド】

「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)

FREEZE
T E C H
LIDEF

冷感PRINT
氷撃

汗と風で驚きの冷感が持続
FREEZETECH TECHNOLOGY

トリプル冷感テクノロジー

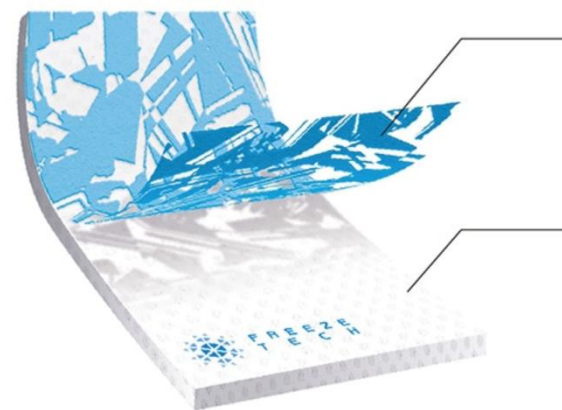
第3四半期発売

【冷感ウェア】
【既存ブランド】

「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)



冷感プリント
エリスリトールキシリトール配合
+
接触冷感生地

接触冷感の生地に冷感プリントを施すことで、猛暑対策に特化したウェア。



有名ブランド × FREEZE TECHのコラボレーション商品

JUN (NERGY) × FREEZE TECH

スポーツファッションブランド

NERGY



「美脚パンツ」



「キャミソール」

JUN&ROPE' × FREEZE TECH

ゴルフウェアブランド

JUN & ROPE



「ポロシャツ」



「モックネックシャツ」

CLUNK × FREEZE TECH

ゴルフウェアブランド

oclunk



「ハイネックZIPポロシャツ」

FIDRA × FREEZE TECH

ゴルフウェアブランド

FIDRA



「ハイネックシャツ」



「プリントポロシャツ」



「ショートパンツ」

「ドットプリント
ポロシャツ」

「ボクサーパンツ」

2023年12月期 通期 業績予想

Earnings Forecast

単位：百万円

	新基準（開示数値）		前期比増減額	前期比増減率
	2022/12 通期実績	2023/12 通期予想		
売上高	6,638	7,600	+961	+14.5%
売上総利益	2,600	3,092	+492	+18.9%
販売費および 一般管理費	2,433	2,753	+320	+13.2%
営業利益	167	339	+171	+102.6%
EBITDA	288	422	+133	+46.2%
経常利益	200	300	+99	+49.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	114	199	+84	+74.0%

※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

(2023年12月期通期 業績予想)

単位：百万円

新基準（開示数値）

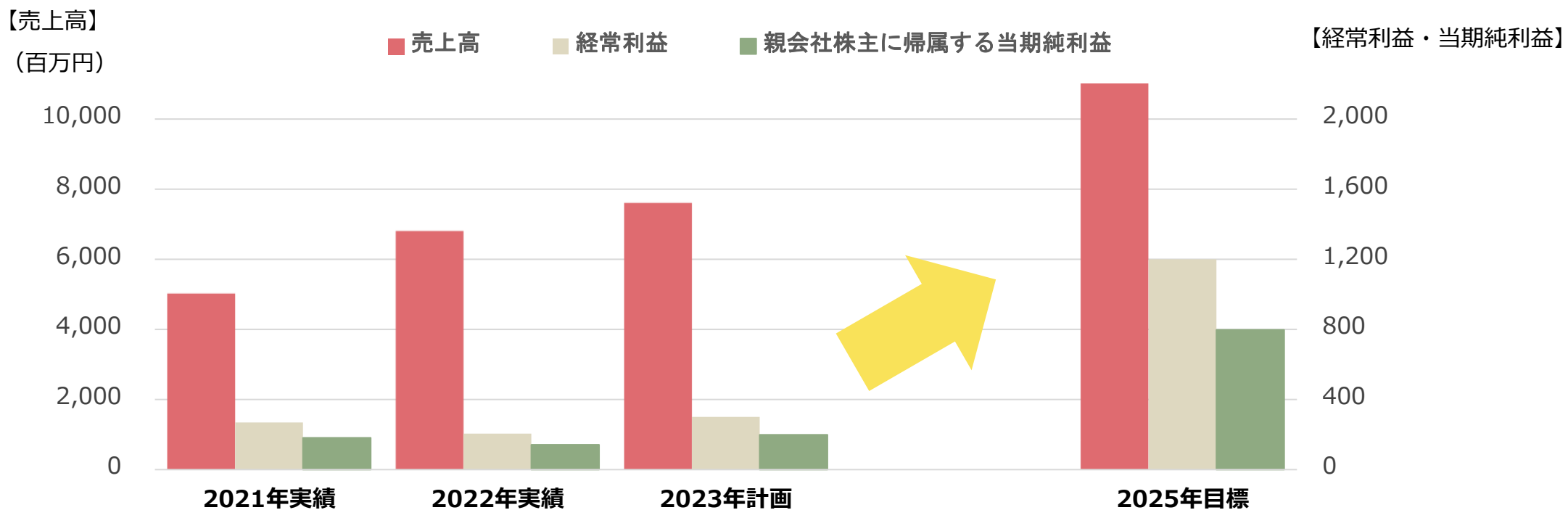
商品ジャンル	2022/12 通期実績	構成比	2023/12 通期予想	構成比	前期比増減額	前期比増減率
コスメ（ピーリングフットケア）	1,199	18.1%	1,111	14.6%	△87	△7.3%
コスメ（その他）	1,509	22.7%	1,694	22.3%	+185	+12.3%
トイレタリー	1,009	15.2%	1,079	14.2%	+69	+6.9%
機能衣料	519	7.8%	628	8.3%	+109	+21.1%
Watch	292	4.4%	290	3.8%	△1	△0.6%
浄水器・医療機器	582	8.8%	809	10.7%	+226	+39.0%
生活雑貨	981	14.8%	1,273	16.8%	+292	+29.8%
その他	713	10.7%	812	10.7%	+99	+13.9%
新会計基準影響額	△170	△2.6%	△100	△1.3%	+69	△40.7%
合計	6,638	100.0%	7,600	100.0%	+961	+14.5%

中期経営計画

Medium-term Management Plan

中期数値目標

2021年4月に定めました中期経営計画
 (2025年12月期：売上高100億円、経常利益10億円) について、2022年4月の
 ファミリー・サービス・エイコー(株)とのM&A(同年10月100%子会社化)を踏まえ、
 2025年12月期：売上高**120**億円、経常利益**12**億円へ**上方修正**致します。



売上高

5,029

6,638

7,600

12,000

経常利益

268

200

300

1,200

親会社株主に帰属する
当期純利益

181

114

199

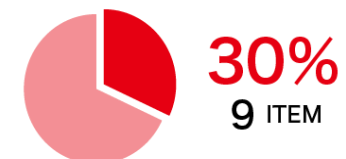
797

※2022年実績以降は新会計基準適用後の数値となります。

年間 30 商品以上の新商品の企画販売



30%以上を継続販売商品化

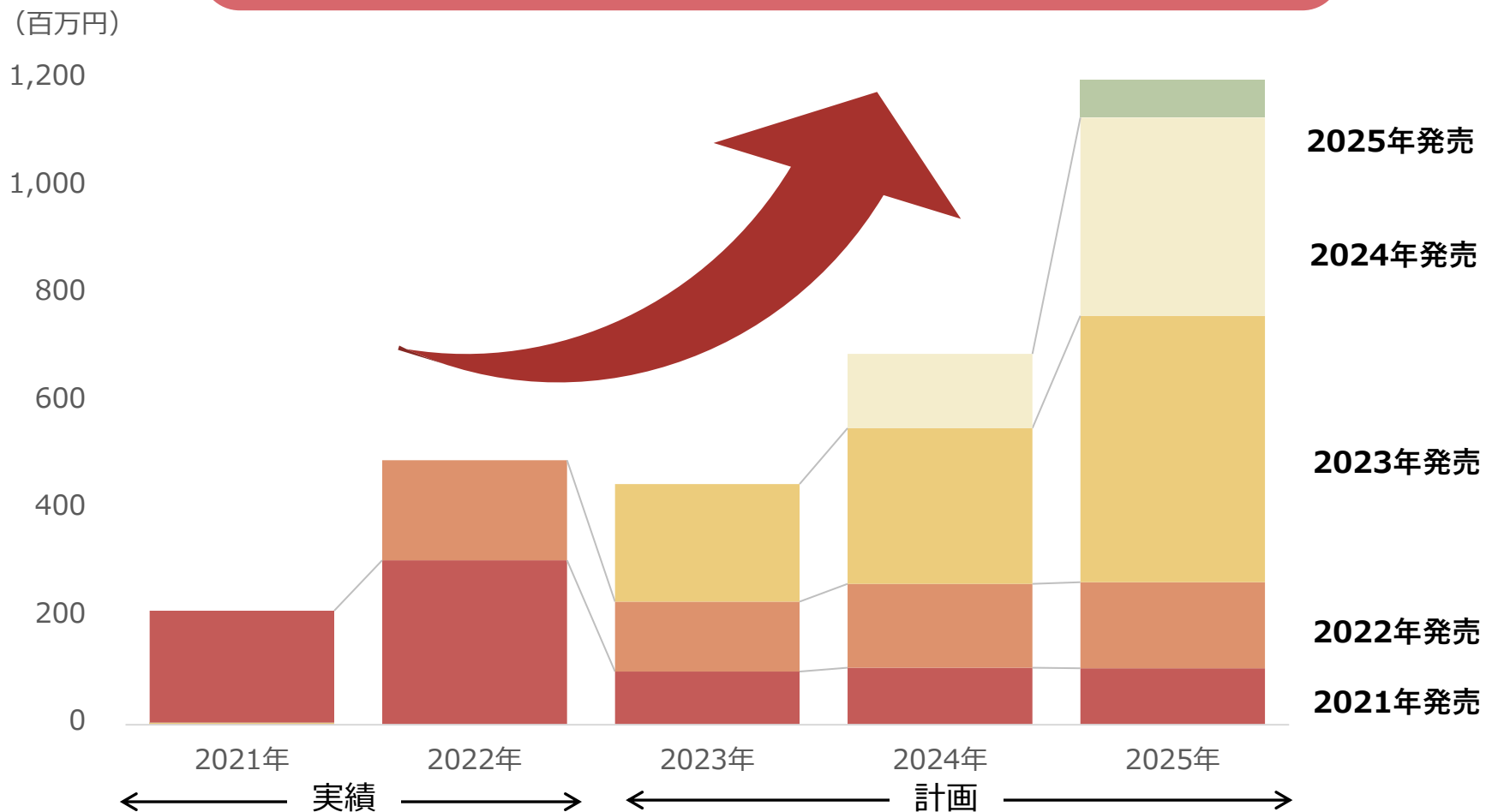


継続販売商品の 20%を
発売後 3 年以内に年間 1 億円以上の
ヒット商品化

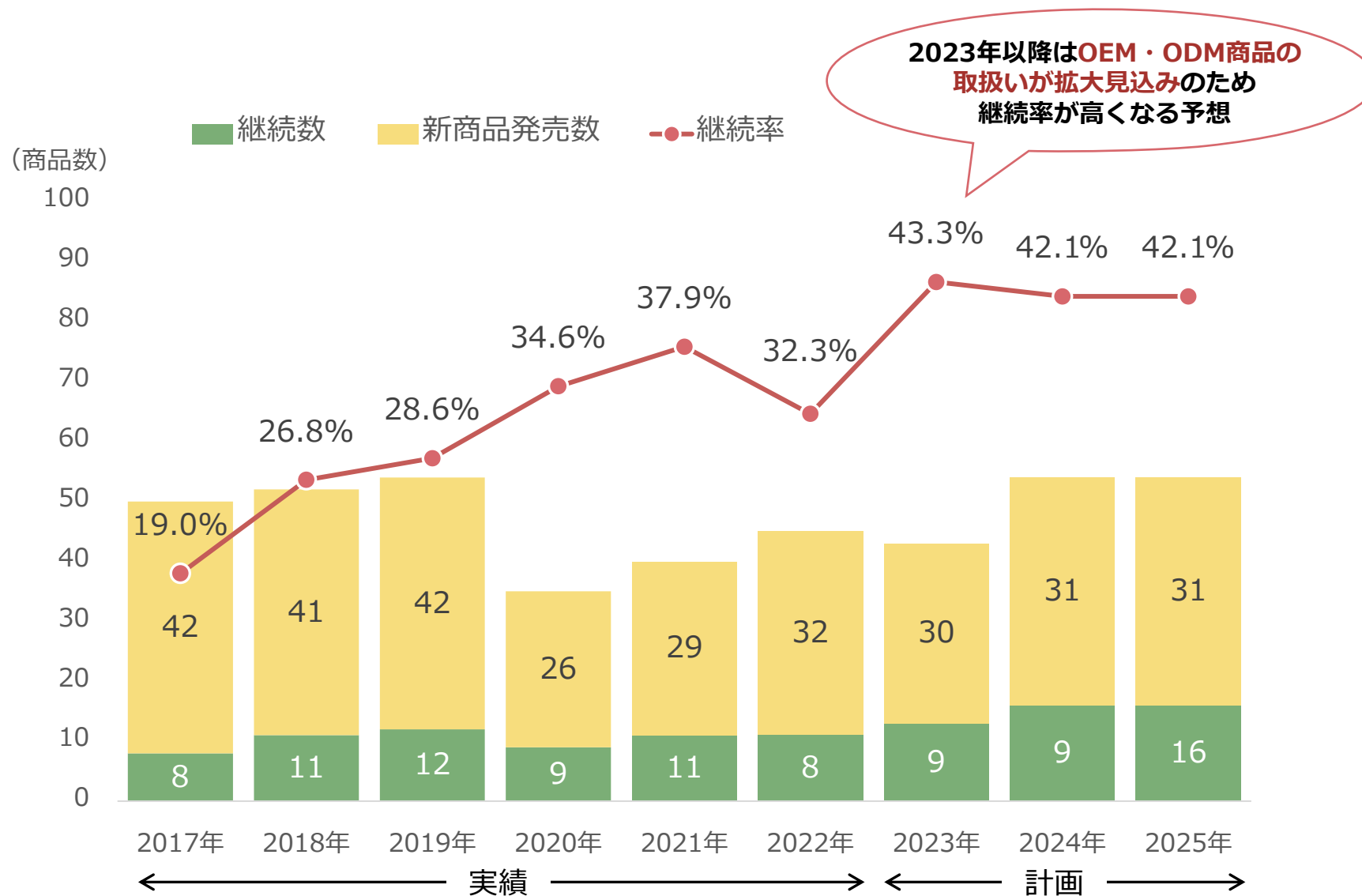


(新商品売上の推移)

年間30アイテム以上の新商品を
継続的にリリース



(新商品の年間リリース数と継続率)



※継続数・・・テスト販売から拡販へ至った新商品
 継続率・・・新商品発売数に対して継続販売が確定した商品数の割合

新規顧客層の開拓をはかる

積極的ブランディングとプロモーションを実施

ヒット商品の育成

【FREEZE TECH】



【カビトルネード】



主要商品の再活性化

【ベビーフット】



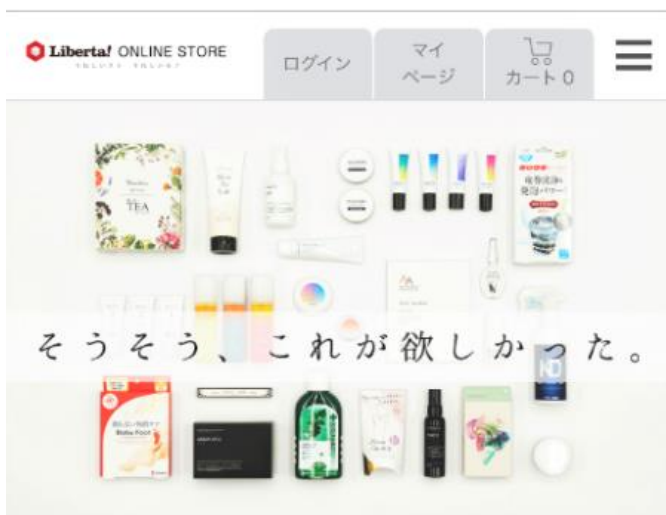
【デンティス】



EC限定の新アイテムを発売



2023年には軌道に乗せ、好調な商品は
SNS・PR・広告・キャンペーン促進を実施



寝苦しい夜を解消する
冷感ナイトウェア



各ジャンルの開発型メーカーを積極的にM&Aを実施



新ジャンル参入



国内で生み出される ヒット商品を海外へ展開

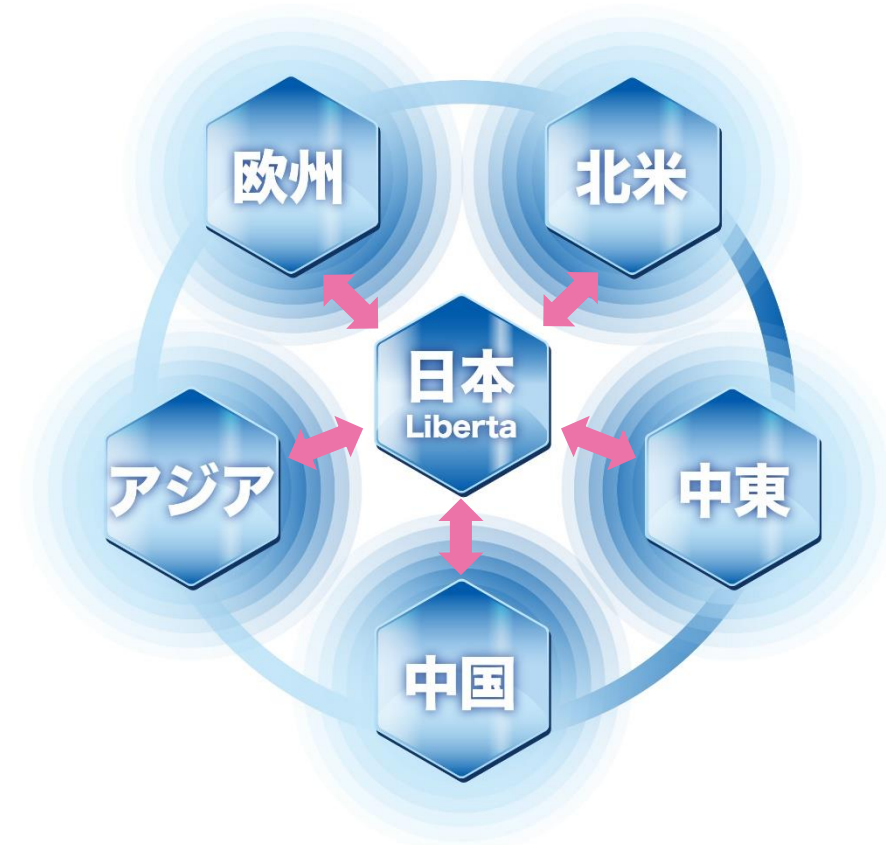
現地にローカライズした
商品を企画販売



BabyFoot



FREEZE TECH



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った考えのもと、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46.8%となる予定です。

	2020年12月期	2021年12月期	2022年12月期	2023年12月期 (予想)
配当金額	21円40銭	21円50銭	18円00銭	22円00銭
連結配当性向	40.1%	31.9%	46.8%	33.0%

※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

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。

当社はこの度、株主の皆様への更なる感謝と、自社商品へより一層ご理解いただくことを目的として、株主優待制度の一部を拡充することを検討しています。

2023年12月期基準日より 株主優待制度の拡充を予定

※詳細が決まり次第、別途開示いたします。



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

