

目次

I 会社概要

II 2021年12月期第2四半期累計トピックス

III 2021年12月期第2四半期累計業績ハイライト
対前年比
対当初計画比

IV 2021年12月期通期業績予想修正

V 基本成長戦略進捗

VI 中期計画

P3

P7

P17

P29

P35

P40

P43





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。



事業ジャンル



主要ブランド



【Baby Foot】



【DENTISTE】



【クイックビューティ】



【COSCOS】



【DEXT】



【カビトルネード】



【Luminox】



【HeatMaster】



【FREEZE TECH】

国内外の主な販路

国内では

店舗卸 約**21,000**店舗
 通販卸 (TV・カタログ・ネット)
 直営3店舗・EC会員 約8.3万人



バラエティ
ショップ



通販会社



GMS



スポーツ店



百貨店



スーパー



バイク用品店



雑貨店

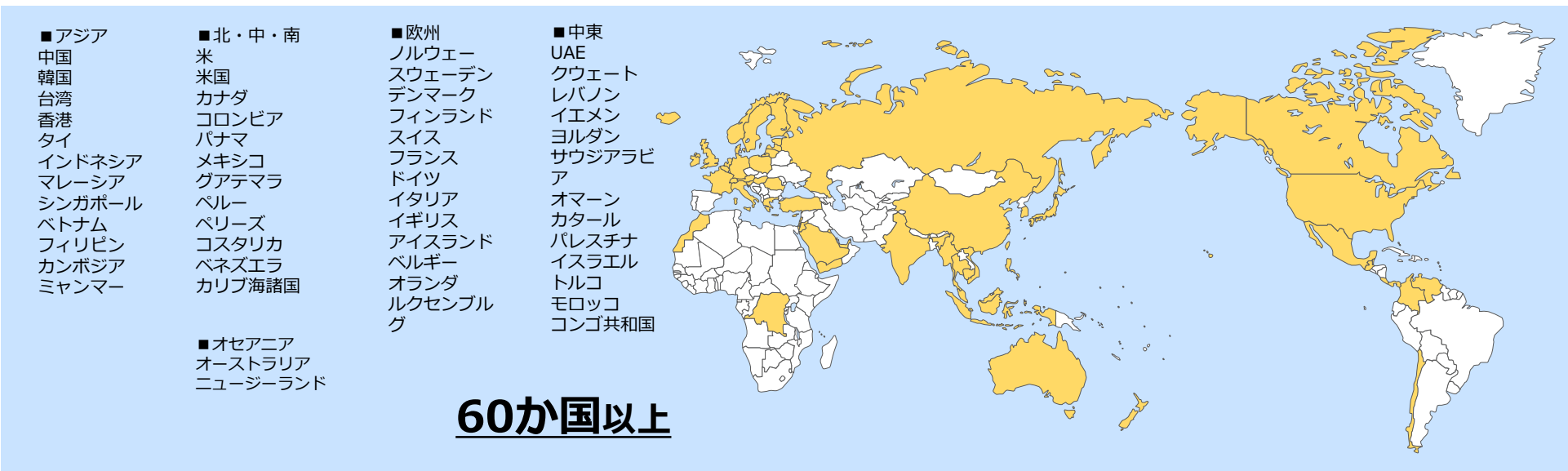


ホームセンター

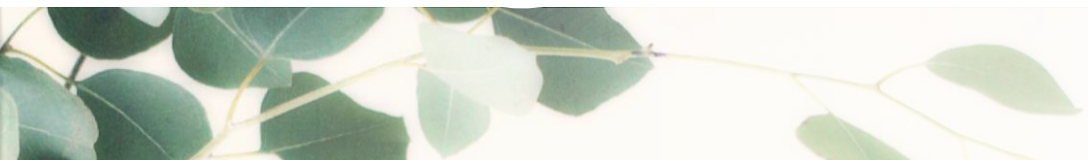
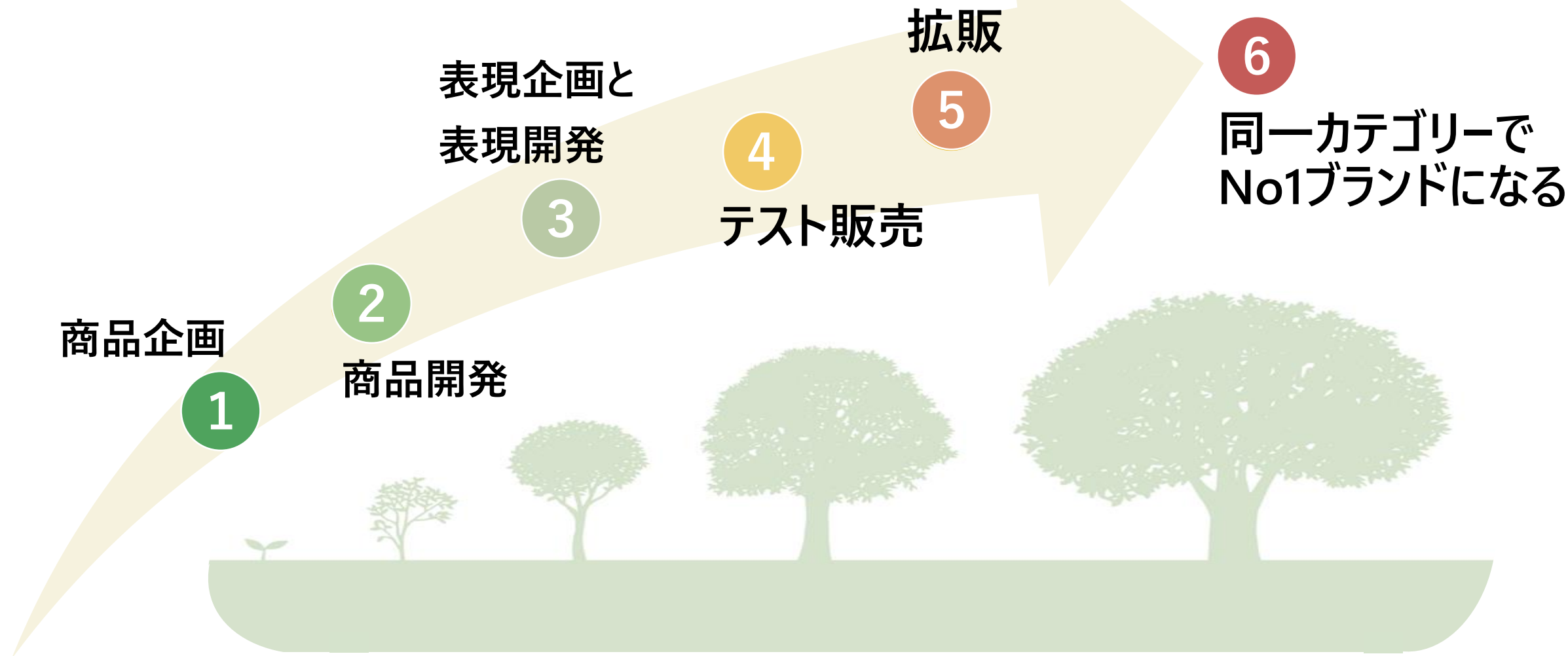


ドラッグストア

海外では約**25,000**店舗 60か国以上の国と地域と直接貿易



ビジネスモデル（マーケティングの内製プロセス）





2021年12月期第2四半期累計 トピックス

トピックス①

ニッポンの夏を涼しく変える！『HEAT RESCUE PROJECT』始動

✓2021年6月、機能衣料ブランド「FREEZE TECH(フリーズテック)」は、日本の夏を涼しくする取り組みを行う『HEAT RESCUE PROJECT(ヒートレスキュープロジェクト)』を始動。



✓衣類を「着る」ことによる暑さ対策を訴求するアンバサダーとして、普段からランニングをされる東国原英夫さん、DIYで人気を誇るタレントのヒロミさんが就任。アンバサダー、企業、自治体、スポーツ団体、研究機関などとともにニッポンの夏を涼しくする取り組みや対策を発信してまいります。

トピックス②

東大ウォリアーズクラブとのスポンサー契約を締結



Liberta!



✓ 東京大学のアメリカンフットボール部を運営する「一般社団法人 東大ウォリアーズクラブ」とスポンサー契約を締結



リベルタの持つ様々な企画や商品を通して、学生スポーツの支援をすること、また、東大ウォリアーズクラブとタッグを組むことで、スポーツの分野から発展する商品の企画開発、共同研究することを目的としています。

✓ 第一弾!!!

「FREEZE TECH(フリーズテック)」との取り組みを開始。
フリーズテックを着ることで暑さ対策と運動パフォーマンス低下の抑制に繋がる(※)ことから、部員の練習着として採用。また、東大ウォリアーズの選手による夏の運動パフォーマンスにおけるエビデンスを取得します。

※：NPO 法人コンディショニング科学研究所 笠原政志博士『氷撃の着用がランニング時の筋温および皮膚温に及ぼす影響』（2019）より

【東大ウォリアーズクラブ】

64年の歴史があり、所属人数は200名を超え、東京大学運動会所属の運動部で最大規模。関東の学生チームの中で、常にトップ10に入る実力を持つ。



トピックス③

ベビーフット販路拡大とマーケティング

海外

- ✓ 米国にて大手小売チェーンへの販路拡大
 - ・ 世界最大のスーパーマーケットチェーンWalmart 約2,500店舗
 - ・ 米国大手美容品専門店Sally Beauty 約1,200店舗



国内

- ✓ 登録者数約100万人の某有名YouTuberによる紹介動画の配信や全国書店発売でのムック本発売
- ✓ シリーズ新商品「シトラスの香り」数量限定発売
- ✓ 「ティーツリーの香り」スギ薬局グループ限定で発売



トピックス④

2021年12月期第2四半期累計の新商品



- ベビーフット
「美人はかかとから！
Foot Care Beauty Book」
¥1,848 (税込)



- カビダッシュ
「防カビ リカバリーマジック」
¥770 (税込)



- ファイナルシャイン
「水垢ジェルパックスプレー」
¥1,320 (税込)

- ファイナルシャイン
「ウロコクラッシャー」
¥1,430 (税込)



- himecoto
「美バスト姫」
¥1,540 (税込)



- Qとくん
「吸毛スポンジ」
¥999 (税込)



トピックス④

2021年12月期第2四半期累計の新商品



■ クーリスト
「ALFREEZE
冷感ボディウォーター」
¥1,375 (税込)



■ クーリスト
「ファブリッククーラー」
¥1,320 (税込)



■ クーリスト
「セナッシュ」
¥1,210 (税込)



■ スリンキータッチ セルフスパ
「スクラブウォッシュ
(ボディ用)」
¥1,320 (税込)



■ クーリスト
「アセダレーヌ
アイスレモンミント」
¥880 (税込)



■ クーリスト
「アセダレーヌ
シャイニーラ・フランス」
¥880 (税込)



■ スリンキータッチ セルフスパ
「除毛クリームメンズ」
¥1,018 (税込)

トピックス④

2021年12月期第2四半期累計の新商品



■ DEXT
「リフレッシュシート
ビターローズの香り」
¥1,320 (税込)



■ DEXT
「歯磨きジェル」
¥1,980 (税込)



■ DEXT
「両刃カミソリ/専用スタンド付」
¥12,650 (税込)



■ DEXT
「スキンケアミスト」
¥3,080 (税込)



■ DEXT
「シェービングクリーム」
¥3,080 (税込)



トピックス④

2021年12月期第2四半期累計の新商品



■ FREEZE TECH
「冷却シャツ 半袖Vネック
メッシュインナー」
¥6,380 (税込)



■ FREEZE TECH
「冷却ポケット付き
半袖Tシャツ」
¥6,380 (税込)



■ FREEZE TECH
「冷却シャツ
ノースリーブVネック」
¥5,720 (税込)



■ FREEZE TECH
「冷却フェイスカバー
イヤーループ付き」
¥3,080 (税込)



■ FREEZE TECH
「マスク用クールミスト」
¥990 (税込)



■ FREEZE TECH
「冷却フルフェイスカバー」
¥3,850 (税込)



トピックス④

2021年12月期第2四半期累計の新商品



■ Fista
「アウトサイド
ハーブスパイス」
¥755 (税込)



■ Luminox
「ORIGINAL NAVY SEAL
3000 SERIES」
¥54,450 (税込)



■ Luminox
「BEAR GRYLLS
SURVIVAL 3760
AIR SERIES」
¥88,000~93,500 (税込)



2021年12月期第2四半期累計 業績ハイライト



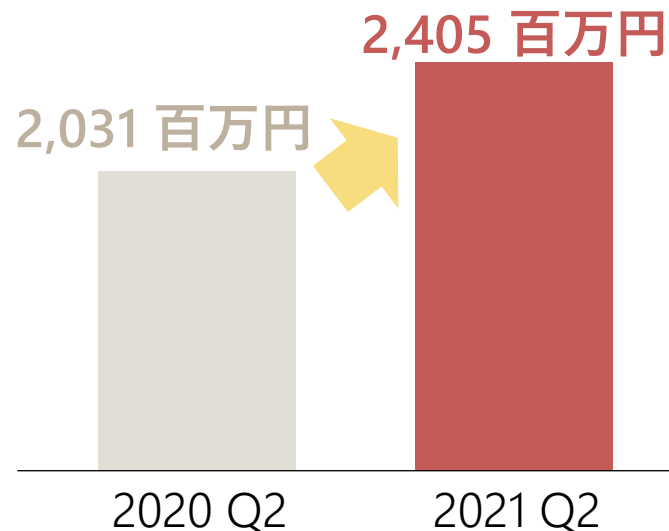


2021年12月期第2四半期累計 業績ハイライト 対前年同期比

連結業績ハイライト 前年同期比 (2021年12月期第2四半期累計)

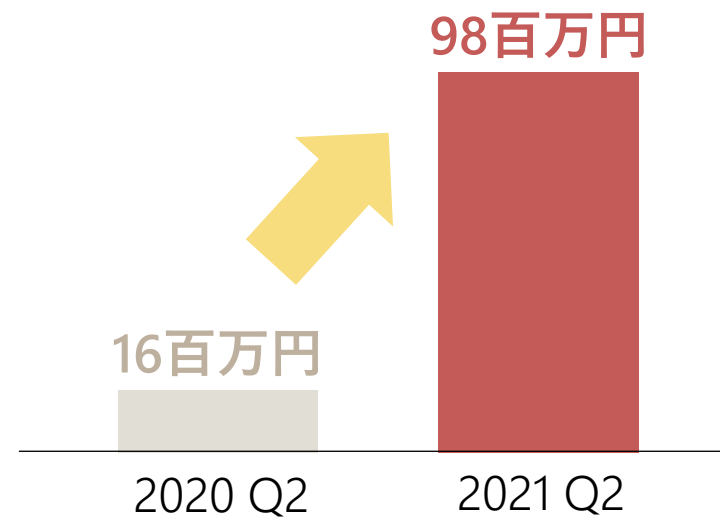
連結売上高

前年同期比 **+18.4%**
374百万円増加



連結経常利益

前年同期比 **+508.9%**
82百万円増加



連結損益計算書 対前年同期比 (2021年12月期第2四半期累計)

単位：百万円

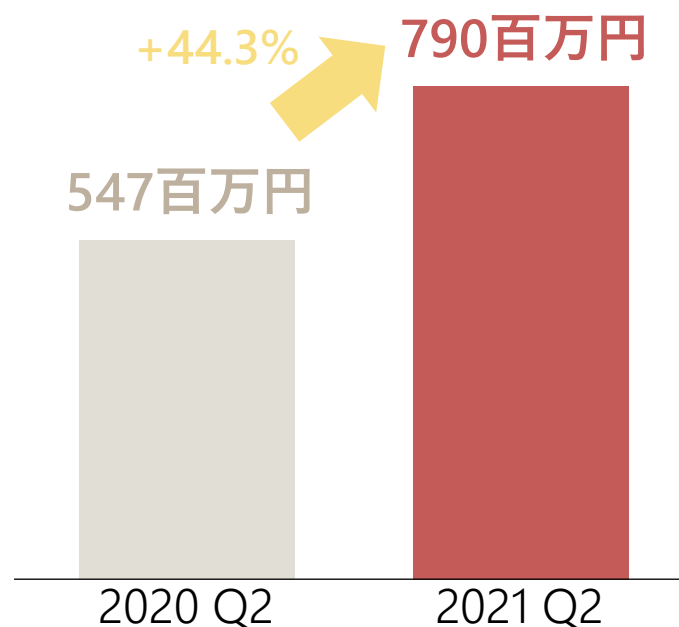
	2020/12 Q2	売上比	2021/12 Q2	売上比	増減額	増減率
売上高	2,031	100.0%	2,405	100.0%	+374	+18.4%
売上総利益	897	44.2%	998	41.5%	+100	+11.2%
営業利益	28	1.4%	91	3.8%	+62	+223.4%
経常利益	16	0.8%	98	4.1%	+82	+508.9%
親会社株主に帰属 する四半期純利益	5	0.3%	57	2.4%	+52	+927.8%

連結業績ハイライト 対前年同期比（商品ジャンル別売上）

コスメ（ピーリングフットケア）

前年同期比 **+44.3%**

242百万円増加

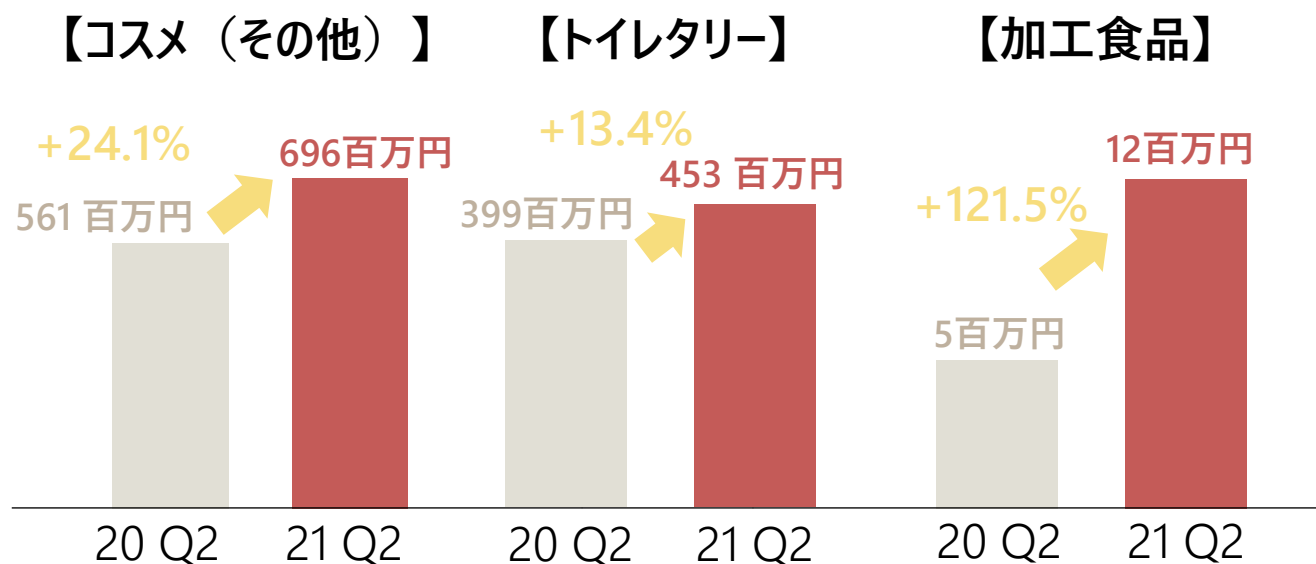


- ✓ 国内では有名YouTuberの動画配信やムック本の全国書店での販売などの施策により販売好調
- ✓ 海外では特に米国にて、SNSやメディアでのPR施策によりメディア露出が増加したことでAmazonでの販売や、販路を拡大した大手小売り法人での販売が好調

連結業績ハイライト 対前年同期比（商品ジャンル別売上）

コスメ（その他）
トイレットリー
加工食品

前年同期比
2桁増収



✓ コスメ（その他）

「デンティス」がWEB、SNSのプロモーション施策の効果と日本限定商品レモングラスの販売好調により前年同期比43.6%増

「クーリスト」が各種PR施策の効果で販売好調により前年同期比84.6%増

✓ トイレットリー

「カビトルネード」の取扱店舗数が前年同期よりドラッグストアなど約6,800店舗増加し販売好調により前年同期比15.8%増

✓ 加工食品

新商品「Fistaアウトサイドハーブスパイス」がアウトドアユーザー向けに販売好調

商品ジャンル別売上 対前年同期比 (2021年12月期第2四半期累計)

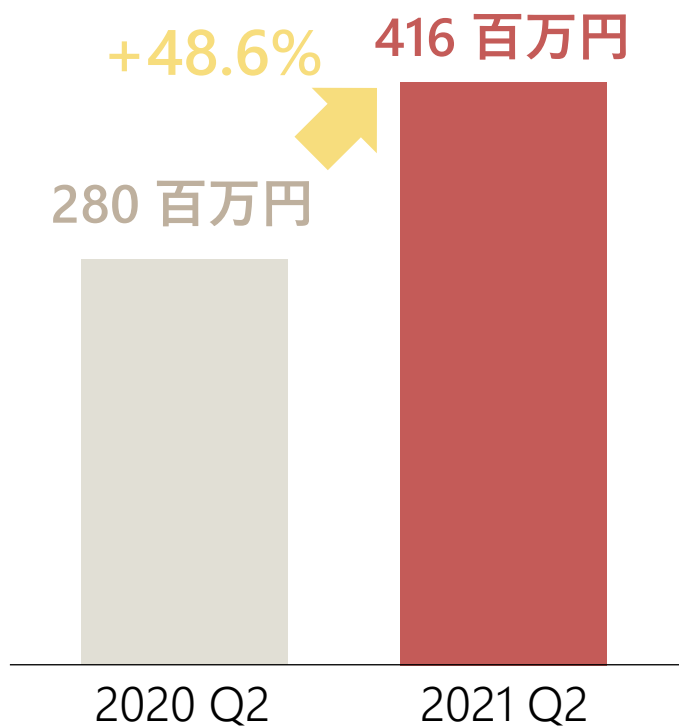
単位：百万円

商品ジャンル	2020/12 Q2	構成比	2021/12 Q2	構成比	増減額	増減率
コスメ (ピーリングフットケア)	547	27.0%	790	32.9%	+242	+44.3%
コスメ (その他)	561	27.6%	696	29.0%	+135	+24.1%
トイレタリー	399	19.7%	453	18.8%	+53	+13.4%
機能衣料	306	15.1%	249	10.4%	△ 57	△18.6%
Watch	116	5.8%	115	4.8%	△ 1	△1.3%
加工食品	5	0.3%	12	0.5%	+7	+121.5%
その他	92	4.6%	86	3.6%	△ 6	△6.6%
合計	2,031	100.0%	2,405	100.0%	+374	+18.4%

連結業績ハイライト 対前年同期比（地域別売上）

北米 前年同期比 +48.6%

136百万円増加



コスメ（ピーリングフットケア）

✓ Q1より実施しているSNS等によるコロナ禍ホームケア需要の掘り起こしで認知度・愛用者が増加。

✓ メディアへの露出増により認知度アップ

- ・ 全国ネットNBCの朝の情報番組「The Today Show」
- ・ 米国オンラインメディア「US Weekly」
- ・ 米国オンラインメディア「BuzzFeed」

これらの要因により世界最大の小売り大手Walmart 約2,500店舗や米国大手美容品専門店Sally Beauty 約1,200店舗での販売開始など米国大手小売チェーンでの販売が大きく伸長

連結業績ハイライト 対前年同期比（地域別売上）

アジア・中東 欧州・他

前年同期比 2桁増収

コスメ（ピーリングフットケア）

✓ スイス・ドイツ

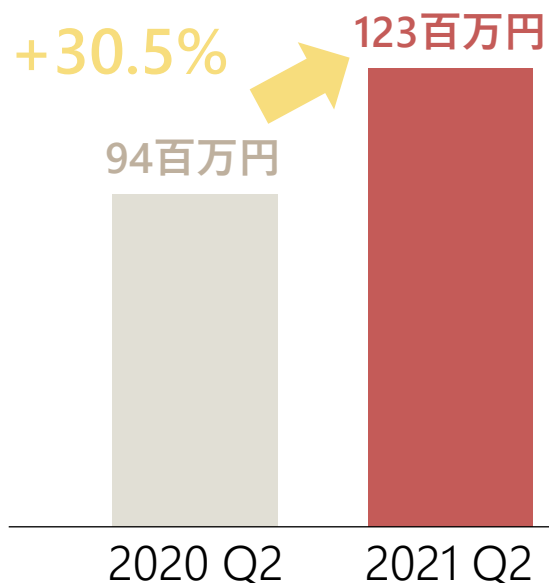
Amazon含むEC強化により販売好調
（前年同期比234%）

コスメ（その他）

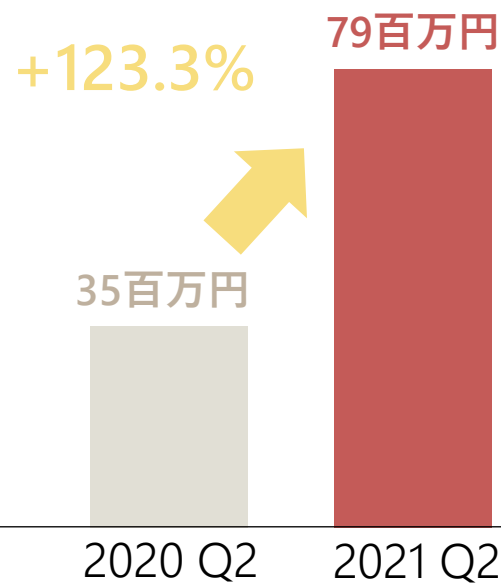
✓ ベトナム

Q1に引き続き、取扱い店舗の拡大により
「つぶぽろん」「himecoto」が販売好調
（前年同期比 4,981%）

【アジア・中東】



【欧州・他】



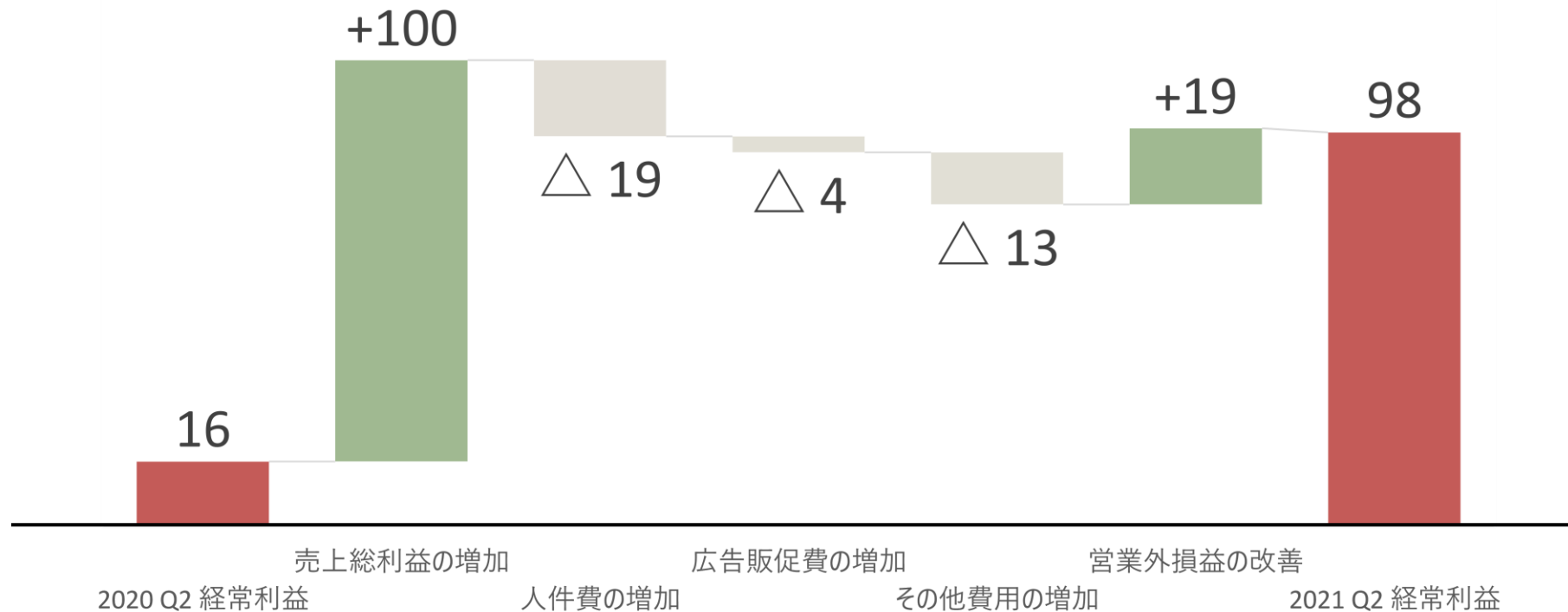
地域別売上 対前年同期比 (2021年12月期第2四半期累計)

単位：百万円

地域	2020/12 Q2	構成比	2021/12 Q2	構成比	増減額	増減率
国内	1,620	79.8%	1,785	74.2%	+165	+10.2%
海外	410	20.2%	619	25.8%	+209	+51.0%
内、北米	280	13.8%	416	17.3%	+136	+48.6%
内、アジア・中東	94	4.7%	123	5.1%	+28	+30.5%
内、欧州・他	35	1.8%	79	3.3%	+44	+123.3%
合計	2,031	100.0%	2,405	100.0%	+374	+18.4%

連結経常利益増減 対前年同期比 (2021年12月期第2四半期累計)

単位：百万円



- ✓ 増収により売上総利益が増加 +100百万円
- ✓ 人件費、広告販促費、その他の費用が増加 △37百万円
- ✓ 為替差益発生による営業外収益の改善 +19百万円
- ✓ 経常利益は前年同期比 +82百万円増加

連結貸借対照表 (2021年12月期第2四半期累計)

単位：百万円

	2020/12	2021/12 Q2累計	増減		2020/12	2021/12 Q2累計	増減
現預金	959	1,001	+42	買掛金	263	284	+20
売上債権	635	417	△218	有利子負債	1,189	1,000	△188
たな卸資産	1,273	1,181	△91	その他負債	555	563	+8
その他流動資産	107	174	+66	負債合計	2,008	1,848	△159
固定資産	200	239	+38	資本金	183	183	0
				剰余金他	984	981	△3
				純資産合計	1,168	1,165	△3
資産合計	3,176	3,014	△162	負債純資産合計	3,176	3,014	△162

- ✓ 債権の回収が進み売上債権が218百万円減少
- ✓ 機能衣料の販売が進みたな卸資産が91百万円減少
- ✓ 借入金の返済や社債の償還が進み有利子負債が188百万円減少

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

	2020/12 Q2	2021/12 Q2累計
税金等調整前四半期純利益	16	99
売上債権の増減	70	217
たな卸資産の増減	△392	88
その他増減	193	△112
営業キャッシュ・フロー	△112	293
投資キャッシュ・フロー	△11	△17
財務キャッシュ・フロー	211	△250
現金及び現金同等物の期末残高	528	708

✓ 営業キャッシュ・フロー 293百万円増加

主な要因

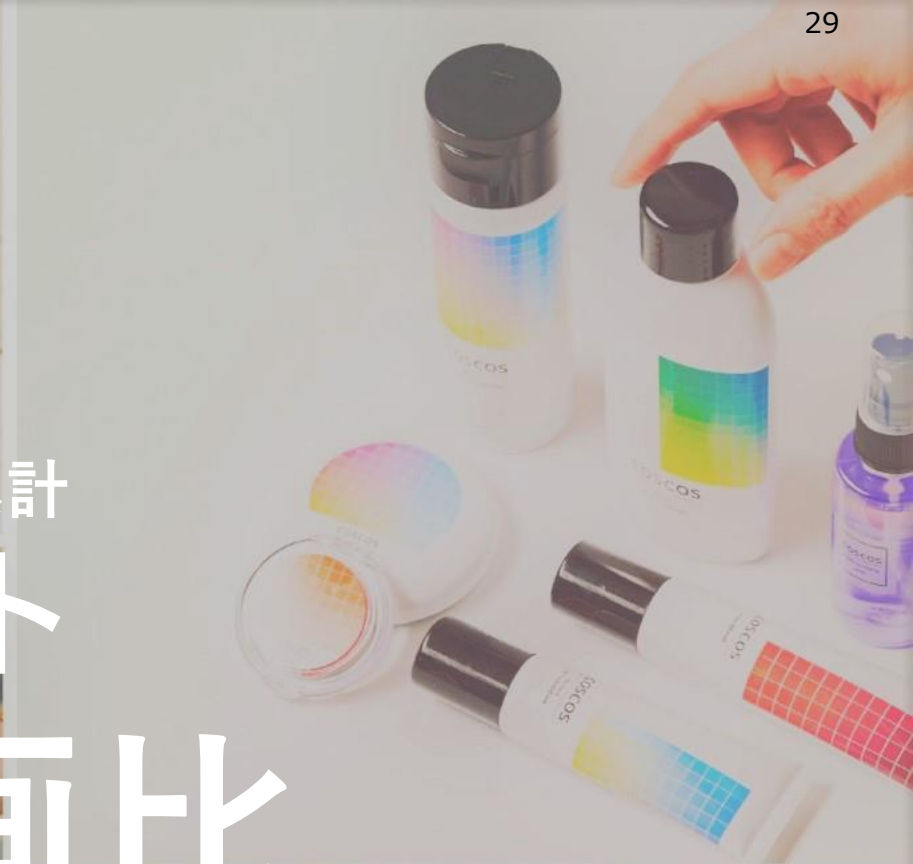
四半期純利益の増加 99百万円

売上債権の減少 217百万円

たな卸資産の減少 88百万円

✓ 投資キャッシュ・フロー 17百万円減少

✓ 財務キャッシュ・フロー 250百万円減少
借入金返済や社債の償還が進み資金が減少



2021年12月期第2四半期累計 業績ハイライト 対当初計画比

連結損益計算書 対当初計画比 (2021年12月期第2四半期累計)

単位：百万円

	2021/12 Q2 当初計画	売上比	2021/12 Q2 実績	売上比	差異	達成率
売上高	2,771	100.0%	2,405	100.0%	△ 365	86.8%
売上総利益	1,196	43.2%	998	41.5%	△ 198	83.5%
営業利益	105	3.8%	91	3.8%	△ 14	86.6%
経常利益	95	3.4%	98	4.1%	+3	103.6%
親会社株主に帰属 する四半期純利益	53	1.9%	57	2.4%	+4	108.6%

商品ジャンル別売上 対当初計画比 (2021年12月期第2四半期累計)

単位：百万円

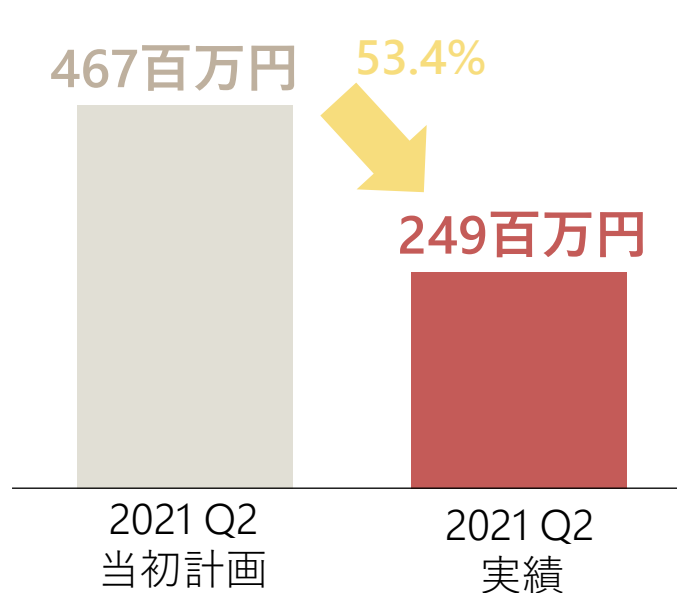
商品ジャンル	2021/12 Q2 当初計画	構成比	2021/12 Q2 実績	構成比	差異	達成率
コスメ (ピーリングフットケア)	684	24.7%	790	32.9%	+106	115.6%
コスメ (その他)	707	25.5%	696	29.0%	△ 10	98.5%
トイレットリー	662	23.9%	453	18.8%	△ 209	68.4%
機能衣料	467	16.9%	249	10.4%	△ 217	53.4%
Watch	129	4.7%	115	4.8%	△ 14	88.8%
加工食品	40	1.5%	12	0.5%	△ 27	31.6%
その他	79	2.9%	86	3.6%	+7	109.0%
合計	2,771	100.0%	2,405	100.0%	△ 365	86.8%

対当初計画 売上未達主要因①

機能衣料

当初計画比 **53.4%**

217百万円未達



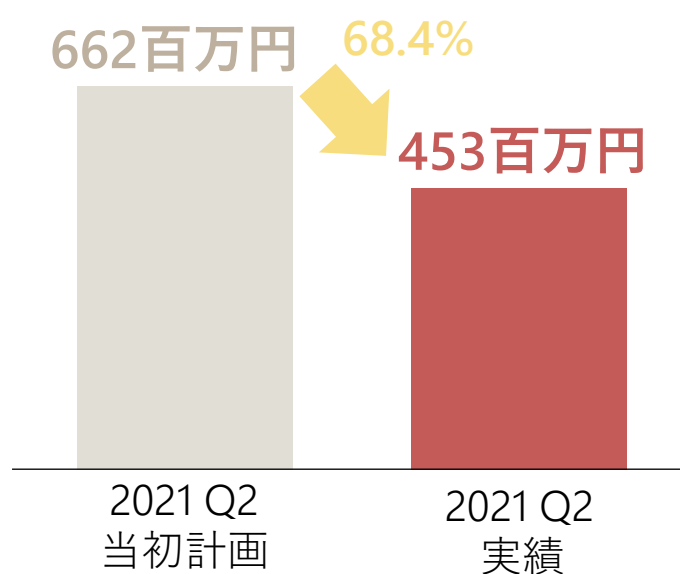
✓ 当初計画にて想定していた2回目の緊急事態宣言における休業要請レベルを3回目を超えて発出された影響により、各種プロモーション施策の中止を余儀なくされたことやスポーツチームなどの活動が大きく抑制され売上減

対当初計画 売上未達主要因②

トイレタリー

当初計画比 **68.4%**

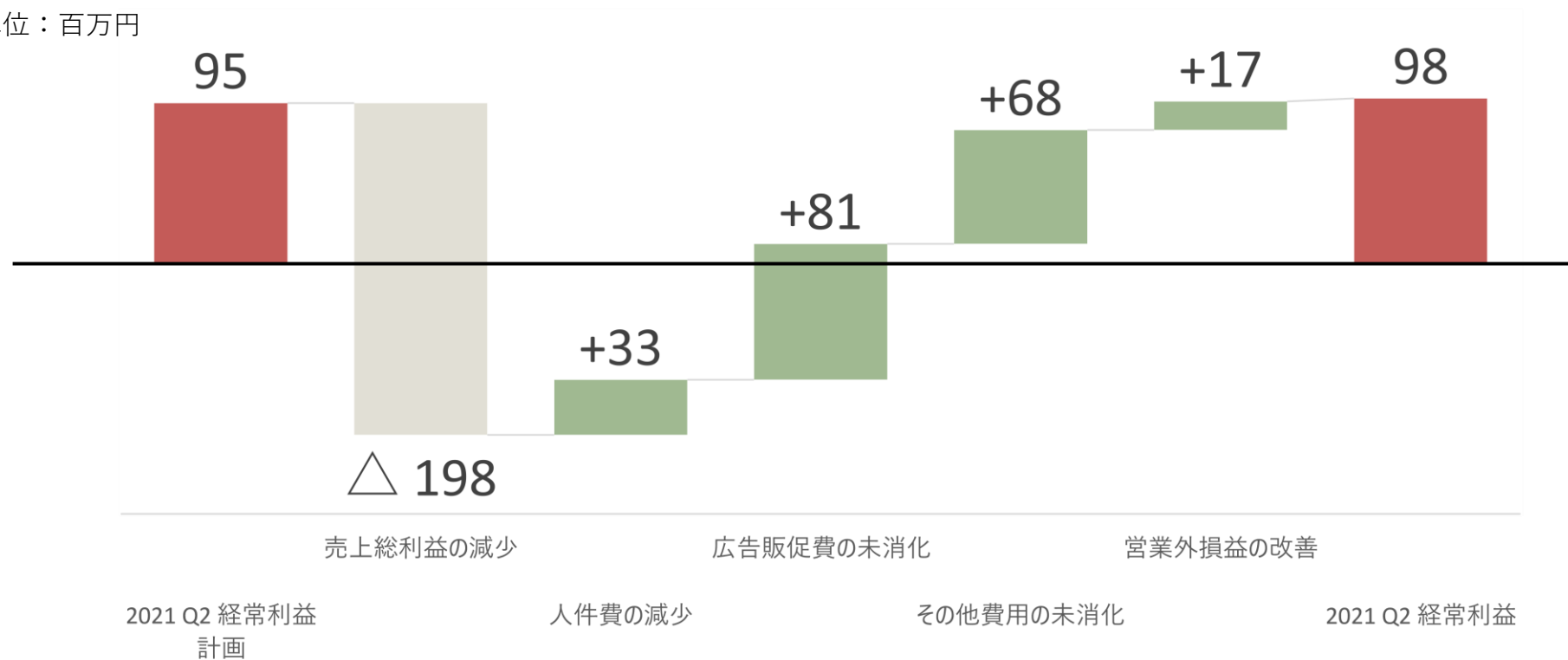
209百万円未達



- ✓ 主力のカビトルネードは好調
- 一方、その他トイレタリージャンル商品はコロナ特需により前期に売上を伸ばした商品がホームセンターなど平常時の売場展開に戻りつつあり売場縮小などの影響により計画を下回った

連結経常利益増減 対当初計画 (2021年12月期第2四半期累計)

単位：百万円



- ✓ 売上未達による売上総利益の減 Δ 198百万円
- ✓ 人件費、広告販促費、その他の費用の未消化による減 +183百万円
- ✓ 為替差益発生による営業外収益の改善 +17百万円
- ✓ 経常利益は当初計画比 +3百万円増



2021年12月期通期 IV 業績予想修正



連結損益計算書 業績予想修正 (2021年12月期通期)

単位：百万円

	2021/12通期		2021/12通期		
	当初計画	修正予想	増減額	対当初計画増減率	対前期増減率
売上高	5,750	5,400	△350	△6.1%	+5.7%
営業利益	370	301	△69	△18.6%	+2.0%
経常利益	350	300	△50	△14.3%	+13.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	208	180	△29	△13.7%	+15.8%

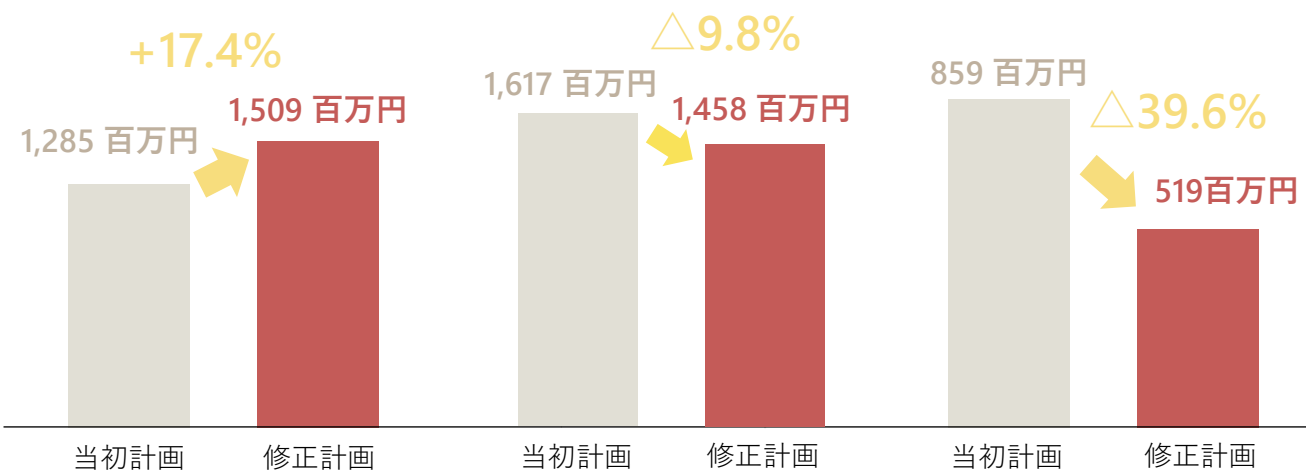
業績予想修正要因 (2021年12月期通期)

コスメ (ピーリングフットケア) トイレットリー 機能衣料

【コスメ (ピーリングフットケア)】

【トイレットリー】

【機能衣料】



✓コスメ (ピーリングフットケア)
引き続き北米、欧州、中東などでの販売が好調に推移すると想定

✓トイレットリー
「カビトルネード」のリニューアルによる展開拡大を想定しつつも、新商品やその他ブランドは慎重な予想にとどめる

✓機能衣料
コロナの影響を大きく受けた夏物商材の「フリーズテック」は、商戦期となるQ3も高い不確実性から慎重な予想にとどめる

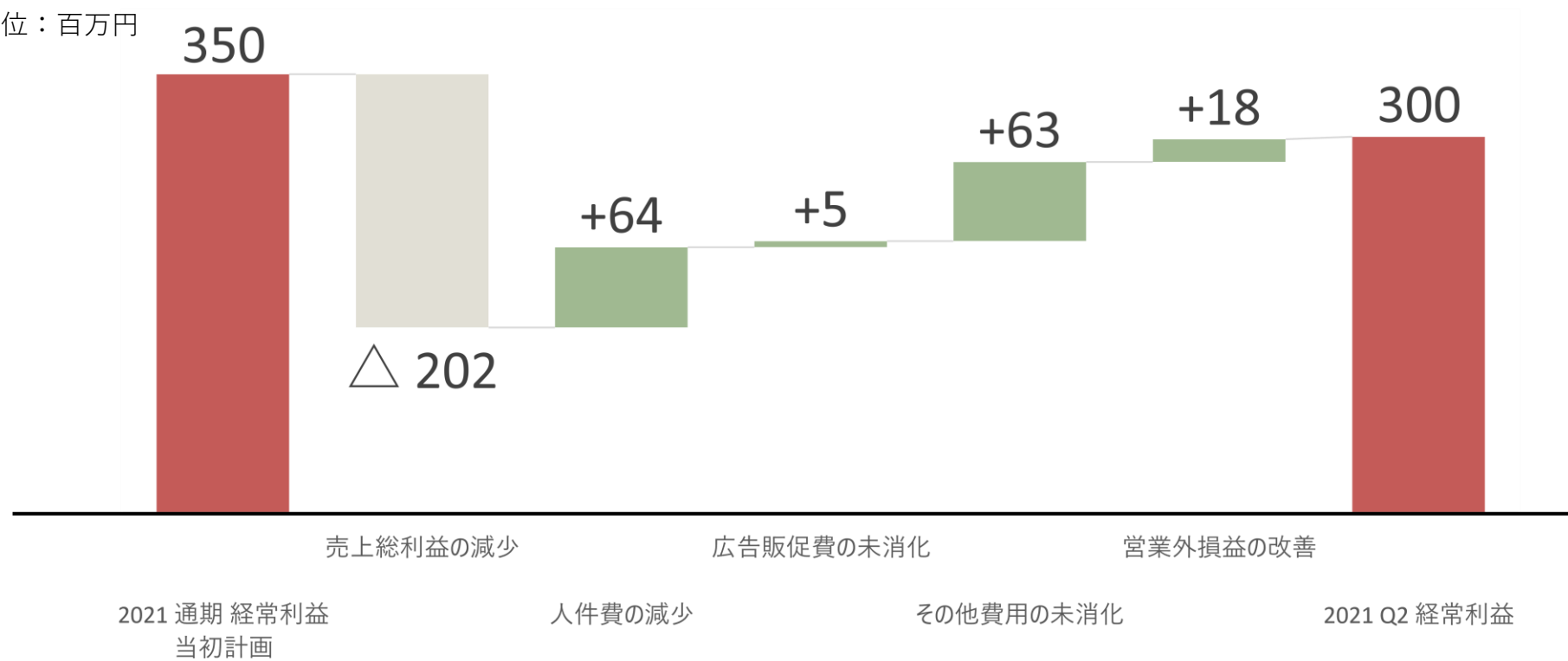
商品ジャンル別売上 業績予想修正 (2021年12月期通期)

単位：百万円

商品ジャンル	2021/12 通期 当初計画	構成比	2021/12 通期 修正予想	構成比	差異	当初 計画比	対前年 増減率
コスメ (ピーリングフットケア)	1,285	22.4%	1,509	27.9%	+223	117.4%	+25.2%
コスメ (その他)	1,365	23.8%	1,355	25.1%	△ 10	99.2%	+10.9%
トイレタリー	1,617	28.1%	1,458	27.0%	△ 159	90.2%	+3.8%
機能衣料	859	15.0%	519	9.6%	△ 340	60.4%	△25.7%
Watch	309	5.4%	280	5.2%	△ 28	90.8%	△4.8%
加工食品	79	1.4%	36	0.7%	△ 43	45.7%	+116.3%
その他	231	4.0%	239	4.4%	+8	103.5%	△9.9%
合計	5,750	100.0%	5,400	100.0%	△ 350	93.9%	+5.7%

連結経常利益増減 修正計画 (2021年12月期通期)

単位：百万円



- ✓ 売上未達による売上総利益の減 Δ 202百万円
- ✓ 人件費、広告販促費、その他の費用の削減による増 +134百万円
- ✓ 為替差益発生による営業外収益の改善 +18百万円
- ✓ 経常利益は当初計画比 Δ 50百万円減



2021年12月期第2四半期 V 基本成長戦略進捗

基本成長戦略

発売済み	21商品
年間目標数	33商品

進捗率
= 63.6%
(2021年12月期第2四半期累計)

21商品中6商品：継続販売確定
他12商品：合否判定中
※合否の判定期間は発売後、半年間程度

基本成長戦略（2021年発売の主な新商品）

【コスメ（その他）】



- クーリスト
「アセダレーヌ
アイスレモンミント」
¥880（税込）



- クーリスト
「セナッシュ」
¥1,210（税込）



- クーリスト
「ファブリッククーラー」
¥1,320（税込）

【トイレタリー】

- Qとくん
「吸毛スポンジ」
¥999（税込）



- FREEZE TECH
「マスク用クールミスト」
¥990（税込）



【加工食品】

- Fista
「アウトサイド
ハーブスパイス」
¥755（税込）

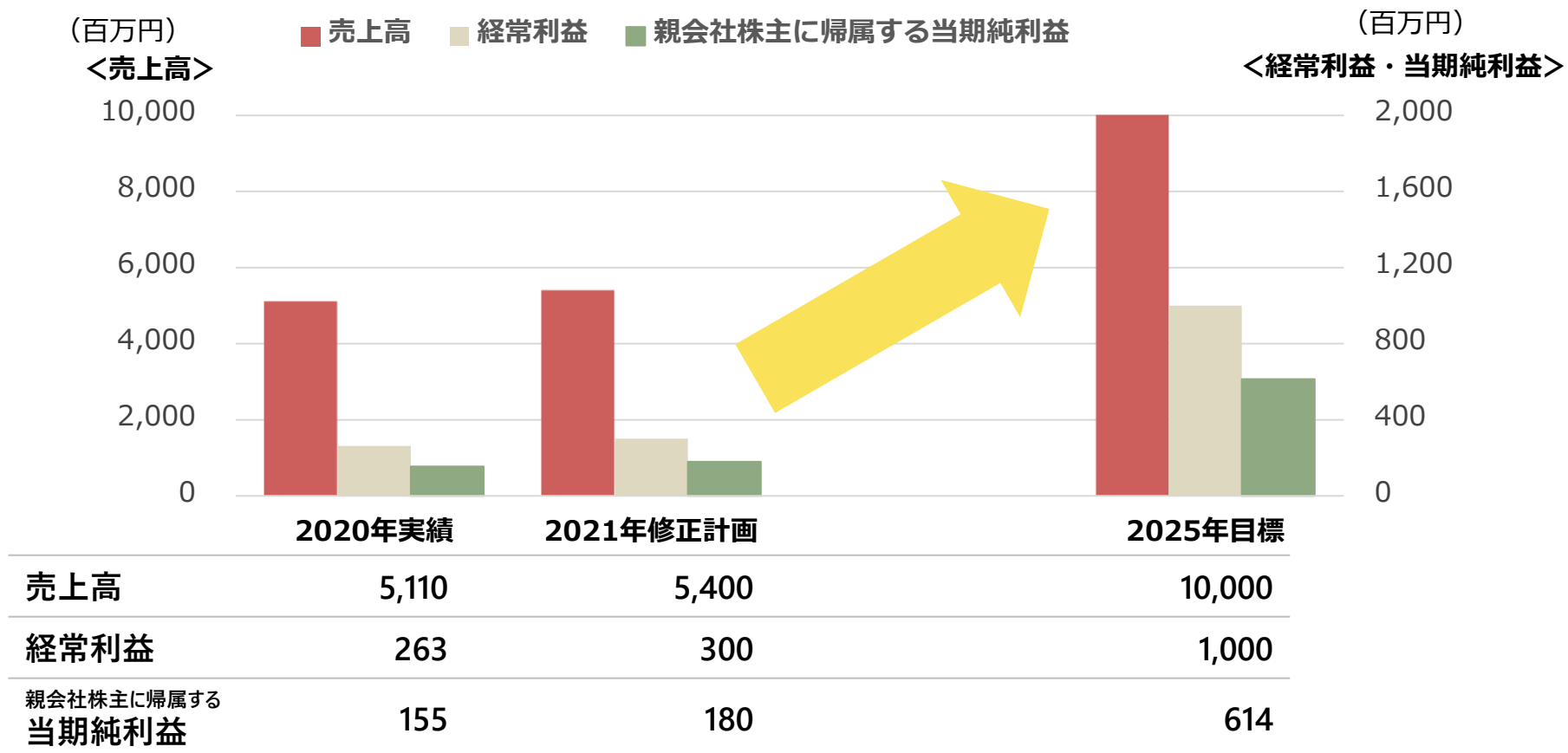




VI 中期計画

中期ビジョン

CAGR（年平均成長率）12%（2016年～2020年実績値）以上を継続し、2025年12月期は売上高100億円、経常利益率10%を目指します。

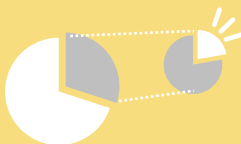


基本成長戦略

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

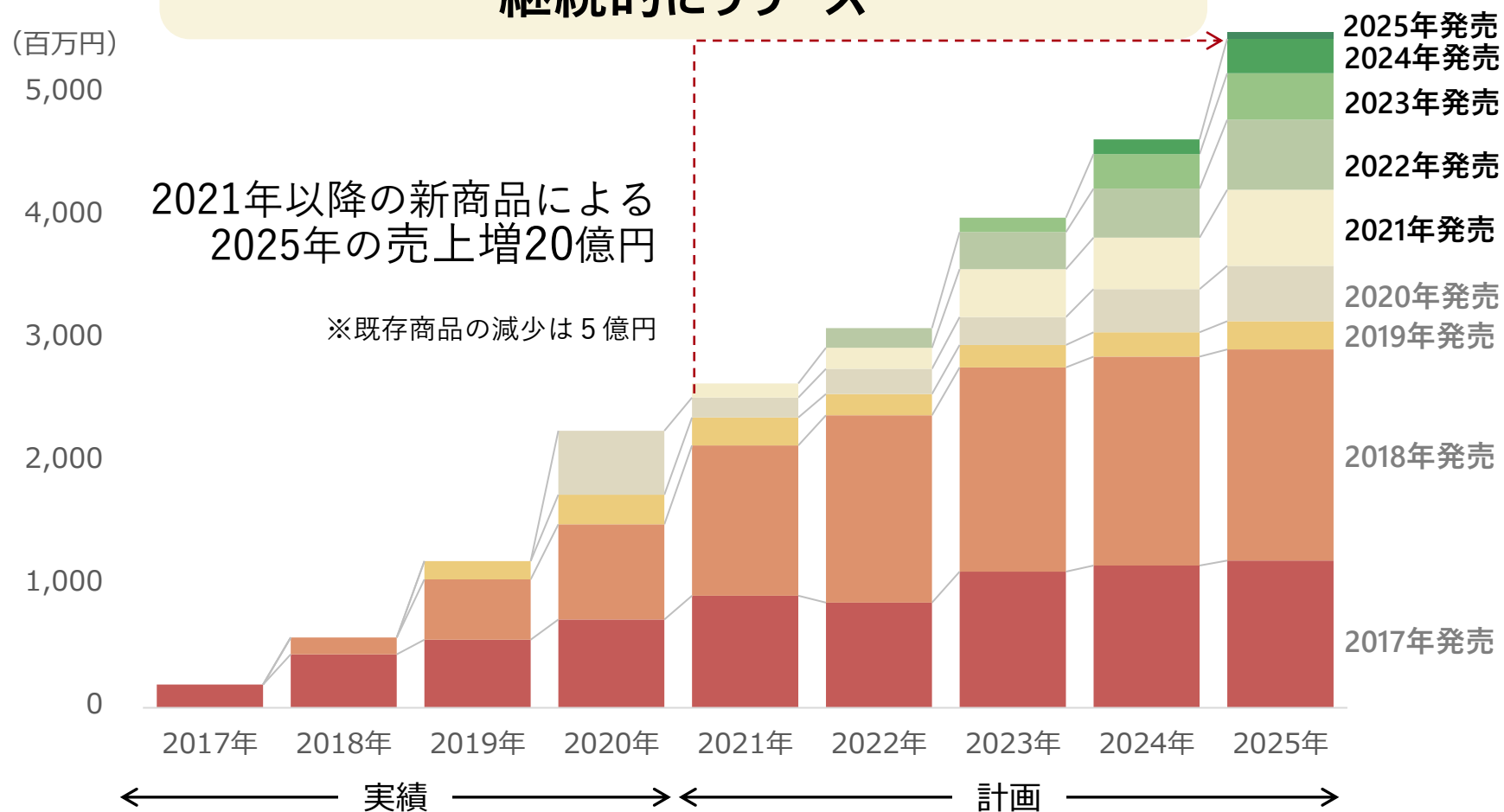


継続販売商品の20%を
発売後 3年以内に年間 1億円以上の
ヒット商品化

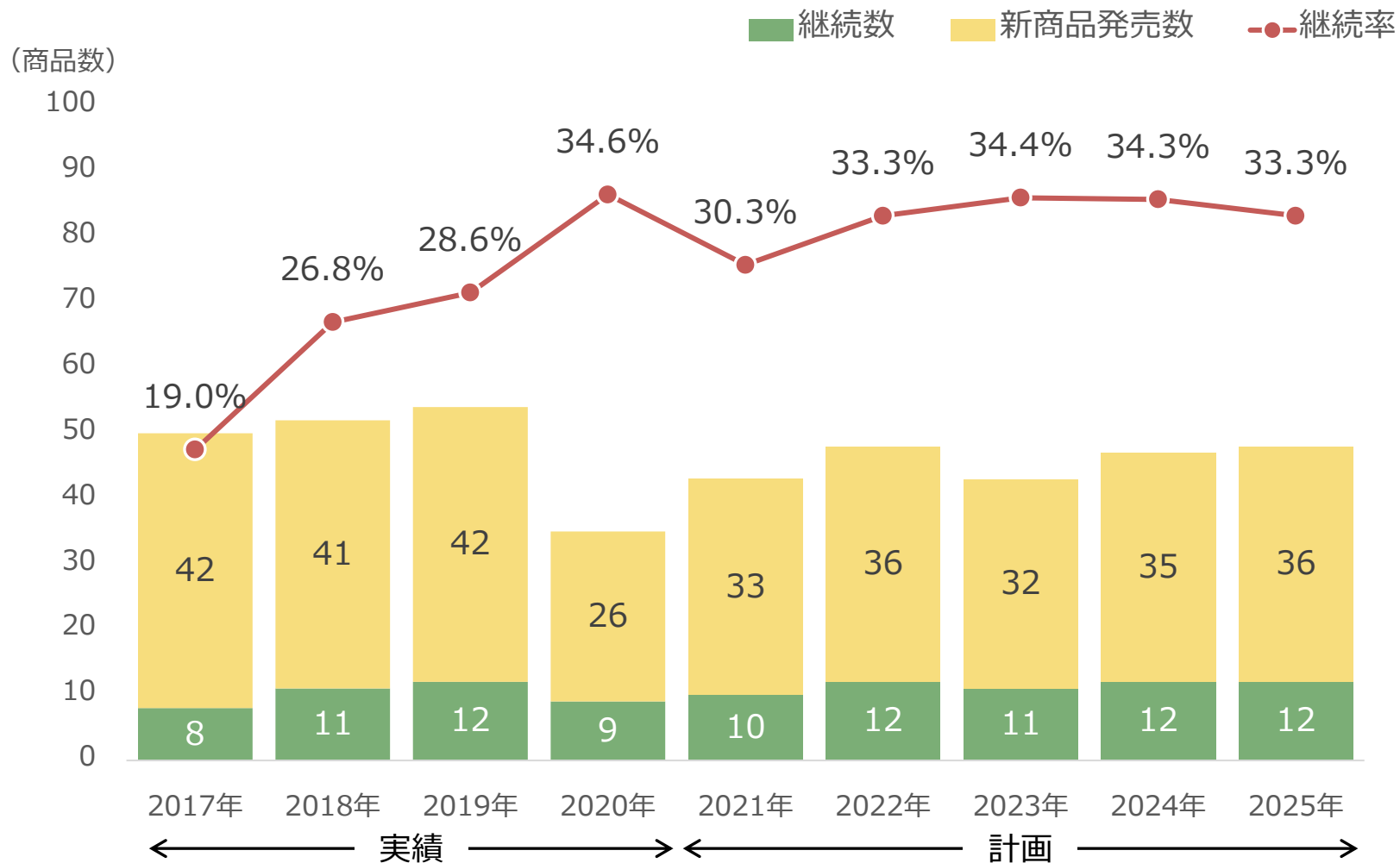
2021年以降の
新商品による2025年の売上増加15億円

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



2025年売上高100億円実現のための基本成長戦略と4つの戦略

① ヒット商品の育成と 主要商品の再活性化

施策 ヒット商品からカテゴリのNo.1へ

目標 2025年目標
20億円増加（2020年比）

③ 新規ジャンル参入

施策 オーガニックサプリ、生活家電、
ダイエット、ヘアケア、他

目標 2025年目標
2億円増加（2020年比）

基本成長戦略

施策 年間30商品以上の新商品の企画販売

目標 2025年目標
15億円増加（2020年比）

② 自社EC強化

施策 EC限定の新アイテムを強化

目標 2025年目標
8億円増加（2020年比）

④ 海外販路の強化

施策 ヒット商品を海外へ、ローカライズ

目標 2025年目標
5億円増加（2020年比）

戦略①ヒット商品の育成と主要商品の再活性化

ヒット商品の育成 (No.1)

【FREEZE TECH (フリーズテック)】



2025年に2020年比 8 億円増

【カビトルネード】



2025年に2020年比 3 億円増

積極的ブランディングとプロモーションを実施

戦略①ヒット商品の育成と主要商品の再活性化

主要商品の再活性化

【Baby Foot（ベビーフット）】



2025年に2020年比 7 億円増

【DENTISTE（デンティス）】

+DENTISTE'

目覚めてすぐ
Kiss出来る
恋する♥ハミガキ

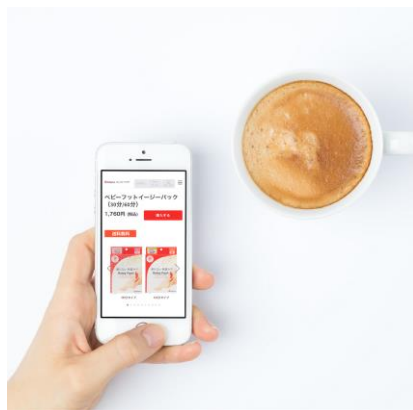


2025年に2020年比 2 億円増

新規顧客層の開拓をはかる積極的プロモーションを実施

戦略② 自社EC強化

EC限定の新アイテムを販売開始



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



2025年に2020年比 8 億円増



戦略③新規ジャンル参入

2025年に2020年比 2 億円増



戦略④海外販路の強化

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

2025年に2020年比 5 億円増



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

