



2026年12月期 第2四半期

決算説明資料

2026年8月7日

株式会社リベルタ

証券コード：4935

INDEX

- ① 2026年12月期第2四半期
連結業績予想値と実績値との差異
- ② 決算サマリー
- ③ 業績ハイライト
- ④ トピックス
- ⑤ 株主還元
- ⑥ 参考資料

2026年12月期第2四半期 連結業績予想値と実績値との差異

Difference between Consolidated Forecast and Actual Results

単位：百万円

	26/Q2 予想値	26/Q2 実績値	増減額	増減率
売上高	5,535	4,837	▲697	▲12.6%
営業利益	▲425	▲375	+50	—
E B I T D A	▲314	▲246	+67	—
経常利益	▲490	▲407	+83	—
親会社株主に帰属する 中間純利益	▲301	▲303	▲2	—

差異の理由

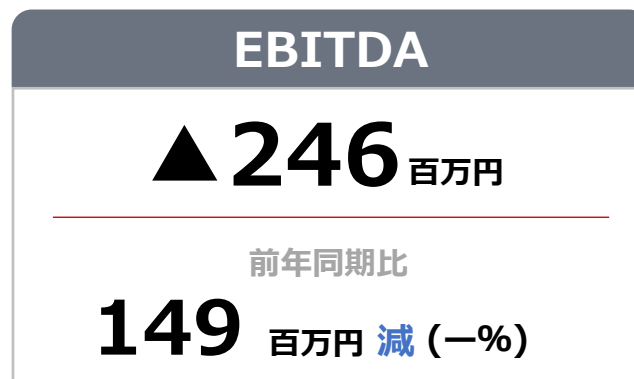
- ・売上高は、コスメジャンルは「デンティス」の伸長や『ドン・キホーテ』向け限定商品の取り扱いの拡大とヒットにより計画を上回った。一方で、機能衣料ジャンルの「FREEZETECH（フリーズテック）」がホームセンターにて販路拡大が進むものの、前年と比較し夏季の気温上昇時期の遅れの影響により、スポーツ流通の販路でのプロモーション展開時期の遅れやEC売上が未達。
- ・利益面は、売上高未達の影響により売上総利益・親会社株主に帰属する中間純利益は計画を下回った一方で、広告販促施策の実施時期・内容の見直し等で営業利益・経常利益はいずれも計画を上回る。

なお、詳細は2026年8月7日発表の「連結業績予想値と実績値との差異に関するお知らせ」をご参照ください。



決算サマリー

Financial Results Summary



- ・売上高は、コスメジャンルにおいて「デンティス」は2026年上半期に販売開始した「**マスカットミント チューブタイプ**」の好調な初回導入や**会員制倉庫型店舗等への大型配荷**による伸長、トイレタリージャンルにおいて2025年4月に販売開始した「ヘドロトルネード」は第1四半期分が純増、「さよならダニー」シリーズは**前年からのプロモーション効果による取扱店舗増**、さらに機能衣料ジャンルでは「FREEZETECH（フリーズテック）」の**ホームセンター及びゴルフ流通等への需要拡大・販路強化で大きく伸長**。また浄水器・医療機器ジャンルの主力商品の伸長が寄与し、大幅に増益。
- ・売上総利益は、売上の増加により増益。
- ・営業利益、EBITDA、親会社株主に帰属する中間純利益は、夏場に向けた主要ブランドへの計画的な**プロモーション実施による広告販促費の増加**、**積極的な人員投資による人件費が増加**、また**クレア社のM&A費用の発生等により販売費及び一般管理費が増加**、減益ではあるものの、**計画通り**。



業績ハイライト

Financial Highlights

単位：百万円

	25/Q2 実績	26/Q2 実績	増減額	増減率	25/12 通期 実績	26/12 通期 予想
売 上 高	4,204	4,837	+632	+15.1%	10,031	13,200
売 上 総 利 益	1,724	1,964	+240	+13.9%	4,073	5,610
販 売 費 及 び 一 般 管 理 費	1,859	2,340	+480	+25.8%	3,940	5,260
営 業 利 益	▲135	▲375	△239	—%	133	350
E B I T D A	▲97	▲246	△149	—%	328	541
経 常 利 益	▲193	▲407	△213	—%	49	250
親会社株主に帰属する 中 間 （ 当 期 ） 純 利 益	▲201	▲303	△101	—%	46	127

※EBITDA = 税前利益+支払利息+社債利息+減価償却費+のれん償却費

商品ジャンル別連結売上高 | (2026年12月期 第2四半期)

単位：百万円

	25/Q2 実績	構成比	26/Q2 実績	構成比	増減額	増減率	25/12 通期 実績	26/12 通期 予想
コ ス メ	1,841	43.8%	2,143	44.3%	+301	+16.4%	3,328	4,601
トイレタリー	679	16.2%	891	18.4%	+211	+31.1%	2,605	3,169
機 能 衣 料	517	12.3%	682	14.1%	+165	+32.0%	977	2,043
浄 水 器 医 療 機 器	481	11.5%	514	10.6%	+32	+6.8%	1,081	1,280
そ の 他	683	16.3%	605	12.5%	▲78	▲11.5%	2,038	2,103
合計	4,204	100.0%	4,837	100.0%	+632	+15.1%	10,031	13,200

※2025年12月期までの「生活雑貨・家電他」「リベート等控除」ジャンルは、2026年12月期Q1より「その他」ジャンルに統合しました。
表内の2025年12月期Q1実績の「その他」ジャンル数値は、旧「生活雑貨・家電他」「リベート等控除」ジャンルを合計した数値となります。

※一部ブランドにおいてジャンルの変更を行なった影響で、表内の2025年12月期Q2実績が修正されております。影響額は以下の通りです。
コスメ：△153百万円、トイレタリー：+6百万円、機能衣料：+3百万円
浄水器・医療機器：+65百万円、その他：+77百万円
また、同様の理由により2025年12月期の通期実績および、2026年12月期の通期予想数値が組替されております。

機能衣料

2026年12月期第2四半期
実績

(前年同期比 増減率)

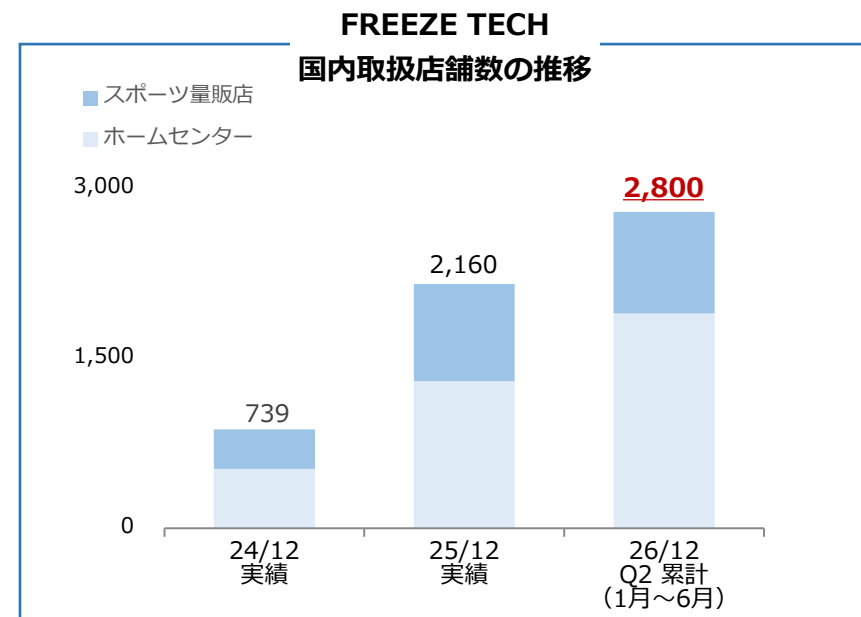
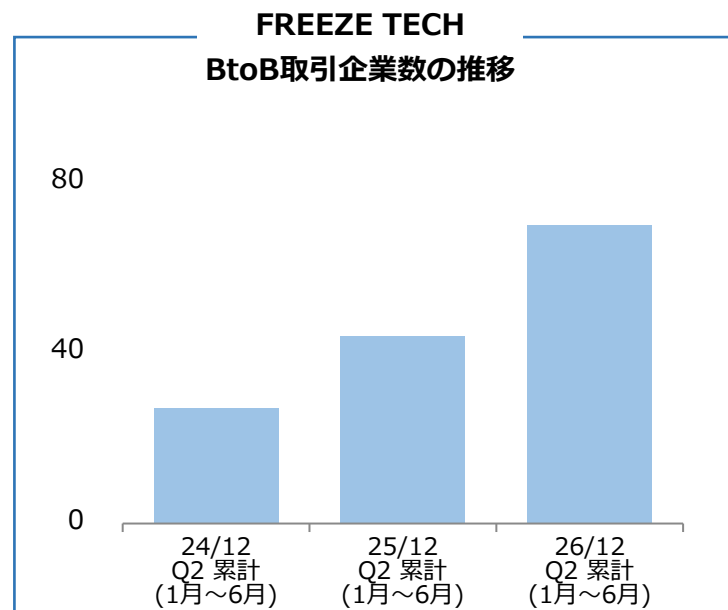
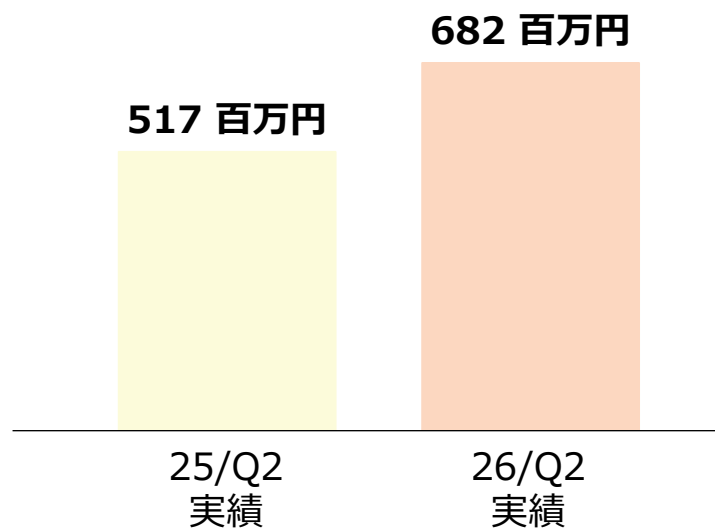
+32.0%

165 百万円 増収

▶ 対前年比 増

・汗と風で驚きの冷感が持続する冷感ウェア・ギアブランド「**FREEZETECH (フリーズテック)**」は、**ホームセンター及びゴルフ流通を中心とした需要拡大や販路強化**により増収。

全国への認知度向上を目的に、ブランド初のテレビCMを特定地域限定でテスト放映し、デジタル・交通広告の展開を強化し、導入拡大が進み、増収。



トイレタリー

2026年12月期第2四半期
実績

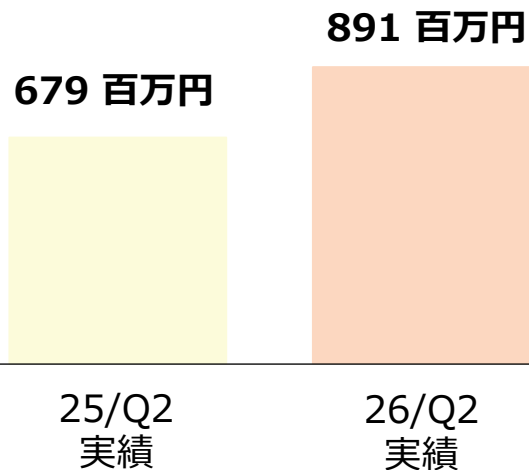
(前年同期比 増減率)

+31.1%

211 百万円 増収

▶ 対前年比 増

- ・ 2025年4月に販売開始した風呂釜クリーナーブランド「ヘドロトルネード」は、第一四半期分が純増。
- ・ 「さよならダニー」は、前年からのプロモーション効果により取扱店舗数が前年を上回ったこと等で増収。
- ・ 「MELLOW CHARM (メロウチャーム)」は、後藤真希氏プロデュース商品の発売を契機にブランド認知度が拡大し、SNSでの拡散も寄与し増収。



ヘドロトルネード



さよならダニー シリーズ



MELLOW CHARM
後藤真希氏プロデュースの限定シリーズ

コスメ

2026年12月期第2四半期
実績

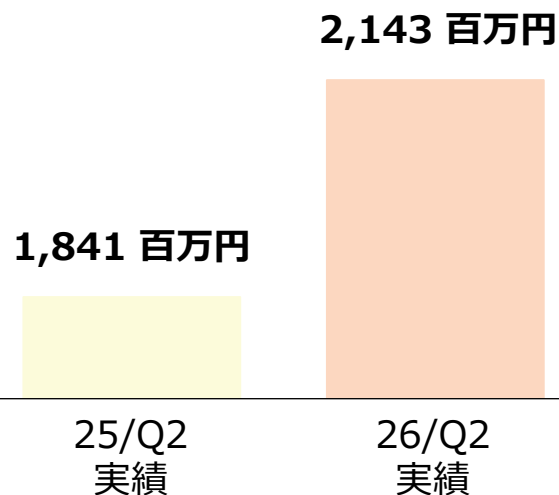
(前年同期比 増減率)

+16.4%

301 百万円 増収

▶ 対前年比 増

- ・ “目覚めてすぐキスできる”オーラルケアブランド「**デンティス**」は、2024年からの大型プロモーション効果で、**愛用者が増加したことによるリピート増**や、シリーズ新商品「マスカットミント チューブタイプ」の発売、**会員制倉庫型店舗等への大型配荷**が大きく貢献し増収。
- ・ 『ドン・キホーテ』向け限定商品の取り扱い商品数の拡大により増収。



デンティス シリーズ



ティースマスター
ホワイトクリーンブラシ

浄水器・医療機器

2026年12月期第2四半期
実績

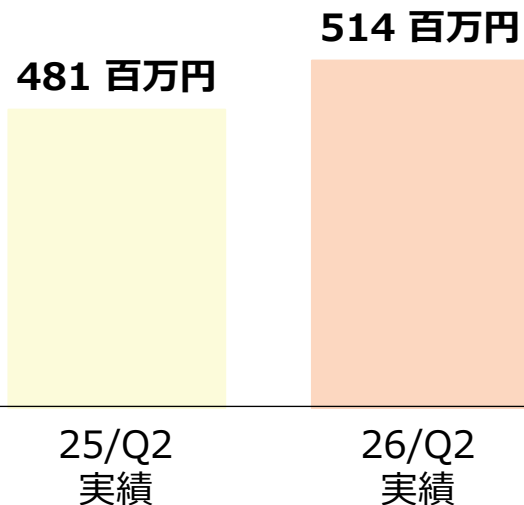
(前年同期比 増減率)

+6.8%

32 百万円 増収

▶ 対前年比 増

- ・ 浄水器が **PFOS・PFOA対策への関心の高さ等から引き続き堅調に推移** し増収。
- ・ オーラルケア製品にてOEM受託をした新商品の販売開始等で増収。
Q3以降も、浄水器やOEM受託の新商品販売が計画されており、更なる増収を見込む。



EK11タイプ (家庭用浄水器)



METASUI (リベルタオリジナル商品)



真空成型型式副木
ボディフィックス・スプリント
(医療機器)

その他

2026年12月期第2四半期

実績

(前年同期比 増減率)

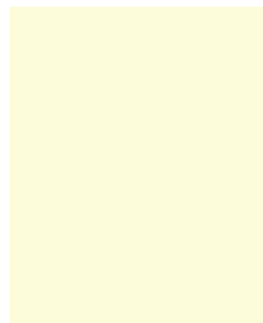
▲11.5%

78 百万円 減収

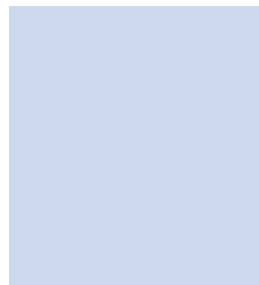
▶ 対前年比 減

- ・ミリタリーウォッチブランド「Luminox (ルミノックス)」が、直営店舗の新店である「Luminox Lounge」の開店に伴い、経営効率化を目的とした2店舗（大阪・名古屋）の閉店や、日本限定モデルの一部商品の発売延期、前年の好調要因であったコラボレーションウォッチやブランド創設35周年を記念したコレクションの反動等により減収。

683 百万円

25/Q2
実績

605 百万円

26/Q2
実績LaLuna
イヤークヒーター
(家電)

Luminox

LaLuna
エアアイマスク
(家電)

Luminox

LaLuna
筋膜リリースガン
(家電)

単位：百万円

	25/Q2 実績	構成比	26/Q2 実績	構成比	増減額	増減率
国内	3,830	91.1%	4,501	93.1%	+670	+17.5%
海外	373	8.9%	336	6.9%	▲37	▲10.1%
内、北米	222	5.3%	130	2.7%	▲92	▲41.4%
内、アジア・欧州・ 他	151	3.6%	205	4.3%	+54	+36.1%
合計	4,204	100.0%	4,837	100.0%	+632	+15.1%

※2025年12月期までの「リベート等控除」は、2026年12月期Q1より「国内」に統合し表示しております。
表内の2025年12月期Q2実績の「国内」の数値は、旧「国内」と旧「リベート等控除」の合計となっております。

北米

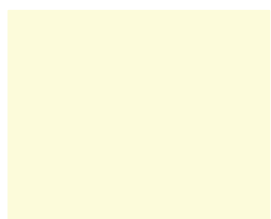
2026年12月期第2四半期
実績

(前年同期比 増減率)

▲41.4%

92 百万円 減収

222 百万円



25/12
Q2 実績

130 百万円



26/12
Q2 実績

アジア・ 欧州・他

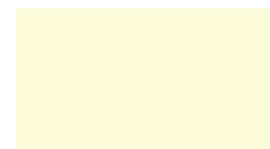
2026年12月期第2四半期
実績

(前年同期比 増減率)

+36.1%

54 百万円 増収

151 百万円



25/12
Q2 実績

205 百万円



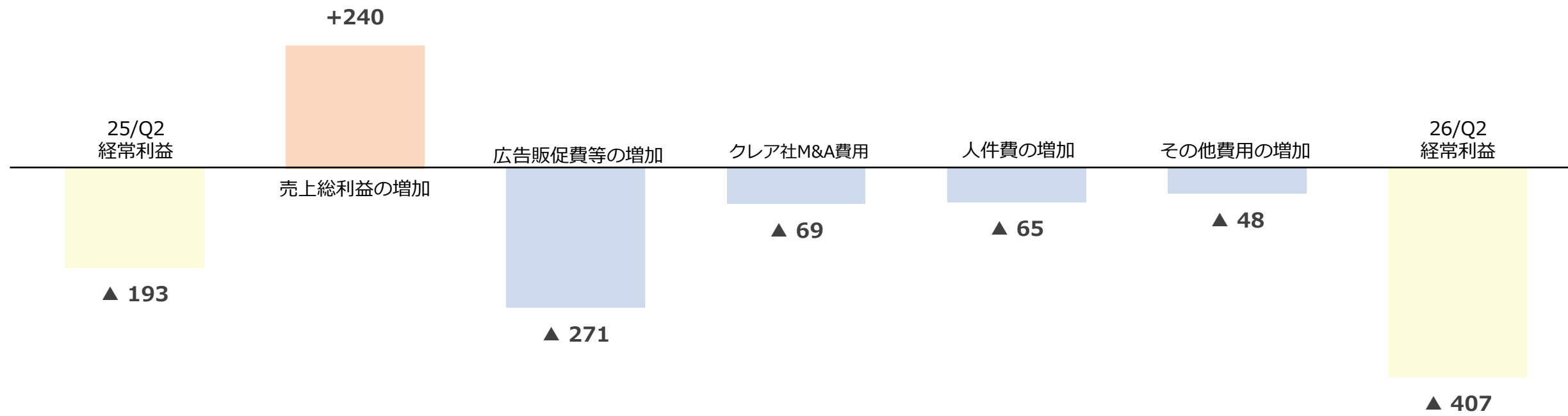
26/12
Q2 実績

- ・北米では、前年同期の大幅増収の要因となった、大規模小売店の消費回復傾向を受けた受注の反動減。
- ・アジア・欧州・他では、「ベビーフット」のノルウェー向けリピート注文が計画を上回ったことや、『ドン・キホーテ』向けOEM商品が香港や台湾での販売において好調に推移したこと、機能衣料ジャンルでは「FREEZETECH」のタイでのワーク流通や、台湾のアウトドアショップでのテスト販売開始等、新規販路の開拓が進んだことにより増収。

連結経常利益増減 (2026年12月期 第2四半期)



単位：百万円



- ・売上総利益は、売上高の増収等により増加
- ・積極的な人員投資により、人件費が増加
- ・主要ブランドの認知拡大を目的とした計画的なプロモーション施策の実施により、広告販促費等が大幅に増加
- ・クレア社のM & Aに伴い、のれん償却や仲介手数料等の費用が発生
- ・エイコー社の新オフィスで使用する備品購入や「BUZZMADE (バズメイド)」のシステム導入等で、その他費用が増加

連結貸借対照表 (2026年12月期 第2四半期 前年比)

単位：百万円

	25/12 期末	26/Q2	増減		25/12 期末	26/Q2	増減
現預金	1,200	1,343	+143	仕入債務	1,004	1,104	+100
売上債権	2,565	1,770	△794	有利子負債	4,120	4,828	+707
棚卸資産	2,379	3,569	+1,190	その他負債	1,092	1,113	+21
その他流動資産	△12	213	+226	負債合計	6,216	7,046	+830
固定資産	1,676	1,662	△14	資本金	215	341	+125
				剰余金他	1,377	1,171	△205
				純資産合計	1,592	1,513	△79
資産合計	7,809	8,560	+750	負債純資産合計	7,809	8,560	+750

- ・売掛金の回収が進み、売上債権が794百万円減少
- ・売上好調な「ヘドロトルネード」、「デンティス」、「さよならダニー」や、商盛期を控えた「FREEZETECH」のQ3以降の販売に備えた仕入等により、棚卸資産が1,190百万円増加、有利子負債が707百万円増加
- ・新株予約権の行使による増資により、資本金が125百万円増加
- ・親会社株主に帰属する中間純損失の計上や、配当金の支払いにより、剰余金他が205百万円減少

単位：百万円

	25/Q2	26/Q2
税金等調整前中間純利益	▲200	▲424
売上債権の増減（▲は増加）	206	818
棚卸資産の増減（▲は増加）	▲522	▲1,142
その他増減（▲は減少）	475	209
営業キャッシュ・フロー	▲40	▲1,077
投資キャッシュ・フロー	▲33	301
財務キャッシュ・フロー	301	908
現金及び現金同等物の期末残高	854	930

✓営業キャッシュ・フロー 1,077百万円減少

＜主な要因＞

▲1,142百万円 棚卸資産の増加

✓投資キャッシュ・フロー 301百万円増加

＜主な要因＞

652百万円 固定資産売却に伴う収入による増加

▲147百万円 クレア社M&A時の子会社株式の取得に伴う支出による減少

▲72百万円 当社本社移転時の保証金の差入に伴う支出による減少

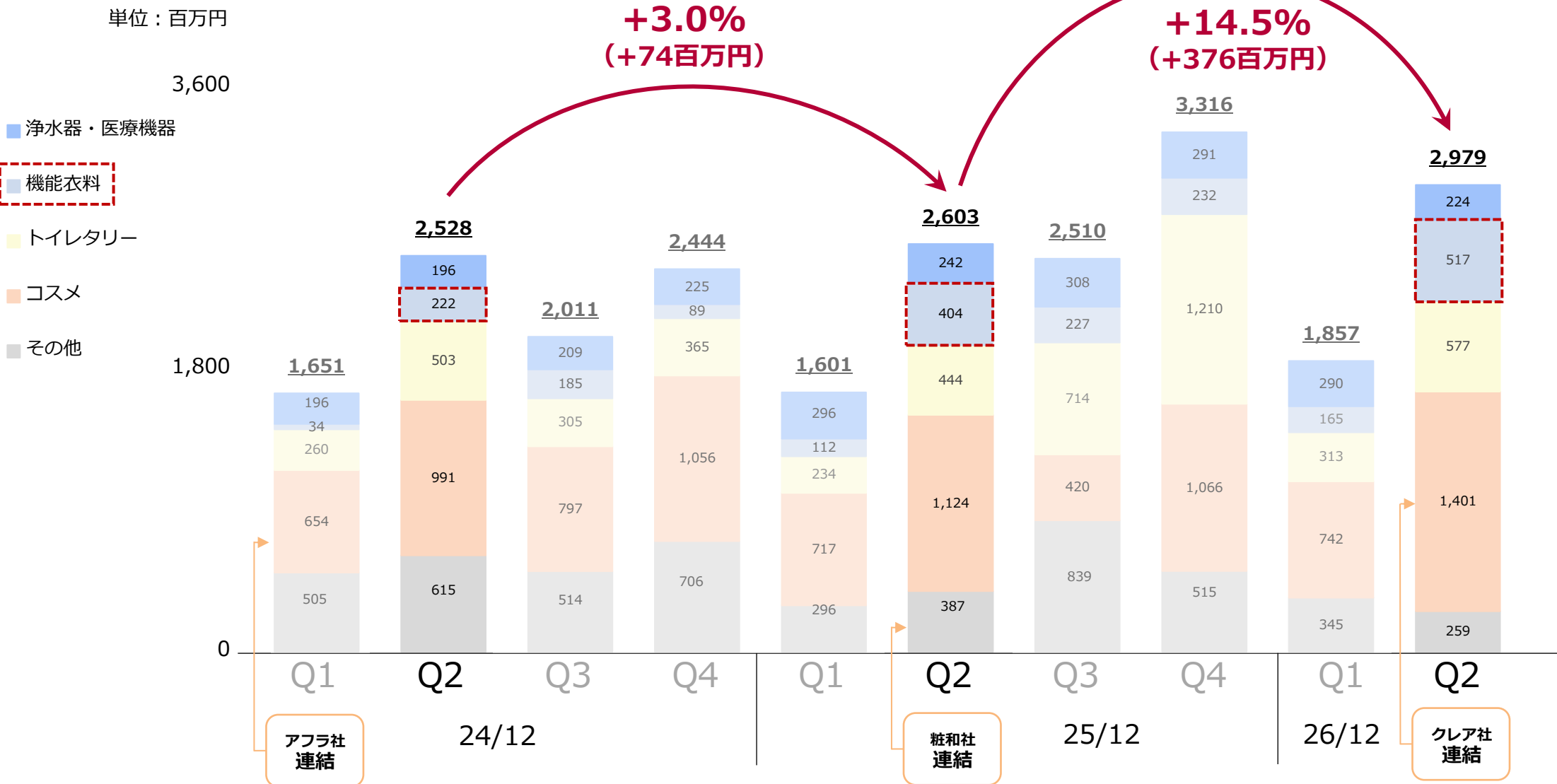
▲62百万円 固定資産購入に伴う支出による減少

✓財務キャッシュ・フロー 908百万円増加

＜主な要因＞

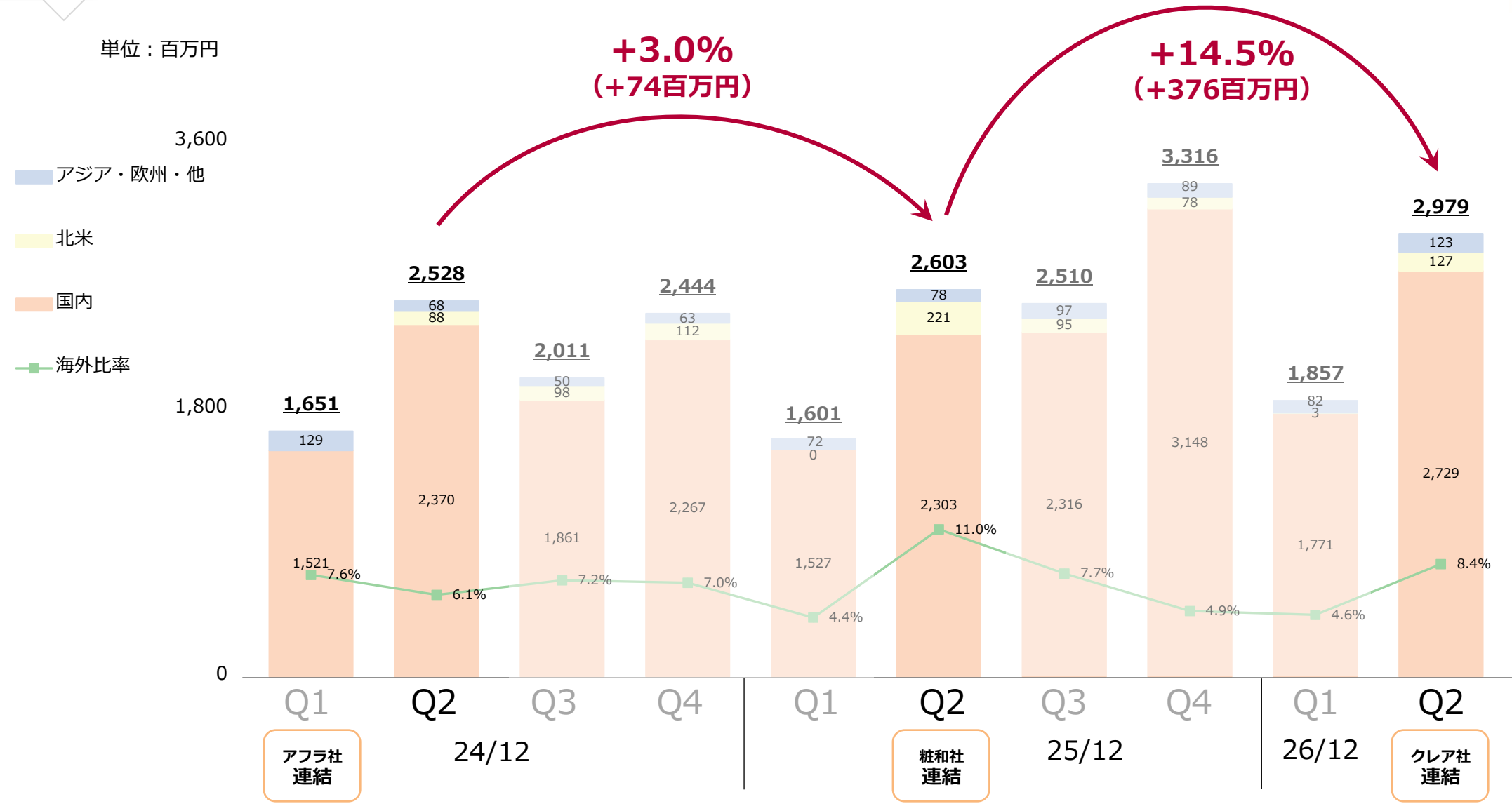
新規借入や新株予約権の行使による増資等で資金が増加

商品ジャンル別連結売上高 (四半期推移)



※2026年12月期Q2時点のジャンル区分にて表示しております。

地域別連結売上高（四半期推移）



※2026年12月期Q2時点の地域区分にて表示しております。



トピックス

Topics

造船現場における「火気作業」と「酷暑環境」という二重リスクへの対応として、4社の専門技術を融合。

リベルタ独自の冷感プリント技術「FREEZETECH（氷撃）」を活用し、安全性と快適性を両立する新たな機能衣料の開発を推進いたします。

現場課題・検証

今治造船

現場課題の起点

監修・着用検証（約500名）



火気作業のリスク

溶接スパッタなどの
火花が常に飛散



酷暑環境

直射日光や照り返しにより
現場全体が高温化

「難燃性」と「酷暑対策」の両立が課題

技術提供・開発パートナー



難燃素材 BREVANO 開発・提供

- 約40年超の難燃素材開発技術
- 基盤素材「BREVANO」のインナーウェア用ニット素材を開発
- 難燃性と速乾性・通気性を両立



冷感プリント開発・製品販売

- 冷感プリント技術「FREEZETECH（氷撃）」
- 難燃素材に対応した冷感プリントを開発
- 汗や風に反応し、持続的に冷感を付与



製品設計・デザイン

- 造船現場の動作・姿勢を考慮した設計
- 安全性と快適性を両立する製品設計
- 縫製・パターン設計で快適な着用性を実現

共同開発

難燃 × 冷感
プリントインナーウェア
難燃性能と冷感機能の両立



- ✓ 火花から身を守る高い安全性（難燃性）
- ✓ 汗と風で持続する冷感で快適性を確保
- ✓ 造船現場の酷暑環境での負担軽減

開発スケジュール

2026年4月
共同開発契約締結



2026年夏～
着用試験（約500名）



今治造船グループの
作業員・約500名を対象に
着用試験を実施し、
最終仕様を決定

2027年～
本格導入予定



今治造船グループでの
本格導入開始予定
（その後、一般販売も予定）

4社共同開発プロジェクト発足 会見（2026年6月11日）



酷暑が深刻化する中、“着る暑さ対策”の認知拡大へ。

全国への認知度向上を目的に、ブランド初のテレビCMを特定地域限定でテスト放映し、デジタル・交通広告によるプロモーションも展開しました。



実績

発売初年度（2017年1月～7月）と比較して、**売上は約43倍へと成長。**
 シリーズ累計販売数は280万※点を突破！

※2026年6月30日時点

プロモーション展開先

地上波テレビCM
 中京・静岡
 広島・福岡
 エリア

コネクテッド TVCM
 TVer・DAZN

デジタル広告
 YouTube・TikTok・
 Meta (Instagram/
 Facebook)・Google・Yahoo!

OOH広告
 品川駅デジタルサイネージ
 ・タクシー広告・ゆりかもめ
 車内広告

TVCM・公式サイト

FREEZETECH公式サイト：<https://lidef.jp/freezetechn/>

TVCM YouTube
 ✓ <https://youtu.be/mXsS8rYYIJU> (30秒Ver.)
 ✓ <https://youtu.be/Tg4XYhFEM1o> (15秒Ver.)

「MELLOW CHARM」のブランド価値向上に向け、

香りにこだわった柔軟剤・ファブリックミスト限定シリーズを2026年7月上旬より展開いたしました。



市場環境

柔軟剤市場では、商品の差別化・高付加価値化が進行

- ✓ 各メーカーが消費者ニーズに対応した商品開発を推進
- ✓ 香り・機能性等、商品の特徴を訴求した展開が進む

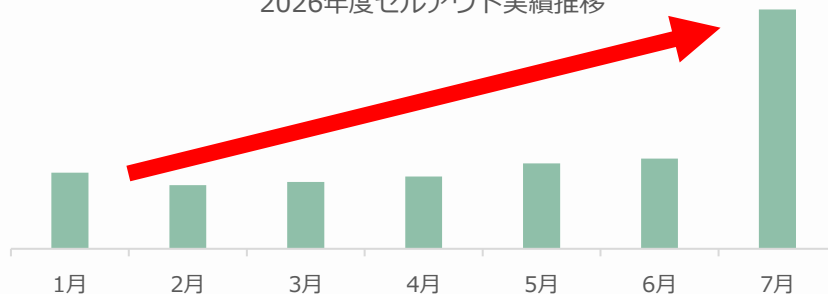
※出典：富士経済「[トイレタリー&ライフスタイルグッズマーケティング要覧](#)」

実績

後藤真希氏プロデュース商品の発売を契機に、注目度が向上。
SNS等での情報拡散も追い風となり、ブランド全体の販売が伸長。

2026年度セルアウト実績推移

販売実績
(セルアウト金額)
約 **315%**
(2026年1~6月平均比)
※前年同月比：146%



今後の展開

中長期的なブランド成長へ

- ✓ 商品・販促施策による、さらなるブランド認知向上
- ✓ 顧客基盤拡大による継続的な売上成長を目指す



当社は、中期経営計画において「EC及び直販の強化」を成長戦略の一つに掲げております。

その具体的な実行施策として、各ブランド及び自社ECサイトを順次リニューアルオープン。
顧客との直接接点を強化するとともに、ブランド情報の発信力向上を通じて、EC売上の拡大及び顧客基盤の拡充を図ってまいります。

Liberta! ONLINE STORE うれしいコトうれしいモノ

自社ECサイトを刷新し、ブランド横断での商品展開・情報発信を強化することで、EC売上の拡大と顧客基盤の拡充を推進。

※リニューアルサイト トップ画面

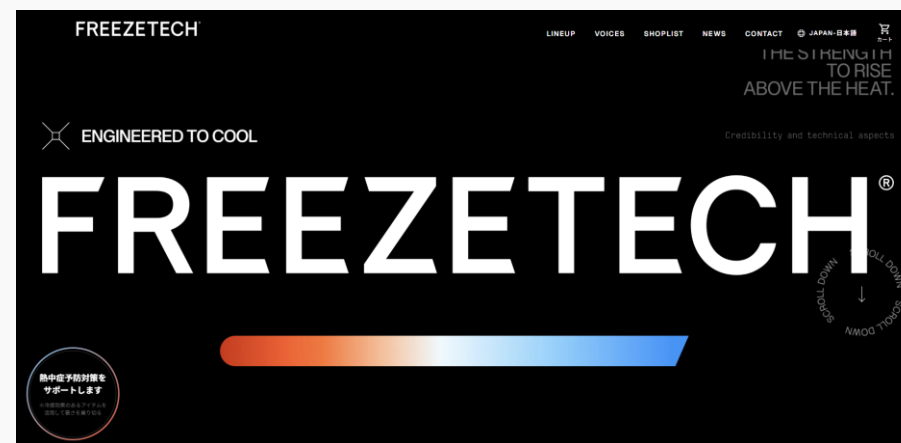


▶ <https://liberta-online.jp/>

FREEZETECHの国内・北米サイトを同時リニューアル

ブランドロゴ・ビジョンの刷新とあわせ、グローバルでの直販基盤を整備。
引き続き、北米市場における認知拡大を図る。

※国内リニューアルサイト トップ画面



▶ 国内サイト : <https://lidef.jp/freezotech/>
▶ 北米サイト : <https://www.freezotech.com/>

▶ ユーザー体験の向上とブランド価値の発信強化により、直販チャネルを成長ドライバーとして確立してまいります。

お風呂の追い焚き配管内部の汚れ・雑菌を剥がし落とす洗浄剤『ヘドロトルネード 風呂釜洗浄』は、
ブランドアンバサダーに藤本美貴氏を起用する大々的なプロモーションを開始しました。

▶ [詳細は開示資料をご確認ください。](#)

視聴者参加型コンテンツで商品理解と購買意欲を促進

動画コンテンツを通じて商品の魅力を発信。
共感と理解を獲得し、購入意欲の向上につなげる。

生活者の共感を生む動画施策を展開



【正解わからない】夫婦の『掃除の価値観』のズレ、集めてみました
ハロー!ミキティ / 藤本美貴
チャンネル登録者数 104万人 ※2026年8月7日時点



店頭露出強化による購買接点の創出

カビトルネードは前年同期比で実施店舗数が大幅増。
今期からヘドロトルネードも加わり、両ブランド合計で
さらなる規模の展開となった。

全国規模での売場展開を推進



カビトルネード

店頭プロモーション
実施店舗数

前年同期比

約 **117%**

※2026年8月7日時点

ヘドロトルネード

カビトルネード

店頭プロモーション
実施店舗数

合計 **15,827**

店舗

※2026年8月7日時点

▼某ホームセンターでの店頭プロモーション



▶ SNSでの“共感・発見”から、店頭での“体験・納得”へ。両施策の相乗効果で、さらなる売上拡大を目指します。

CLAIR

商品力・収益力

100%株式取得による買収*1

株式会社クレア

設立	2007年10月
所在地	東京都豊島区西池袋2-39-6 池袋ツルミビル4階
大阪支店	大阪府大阪市都島区東野田町1-21-14 ニュー若杉ビル501号室
事業内容	化粧品や美容関連雑貨の企画及び卸売、通信販売等



Liberta!

CLAIR

1. スキンケアに特化した営業

- バラエティショップやドラッグストアを中心に**全国約10,000店舗**に自社商品を展開
- 発売15周年を迎えたロングランのヒット商品をはじめ、優れた商品力を保有



Santa Marché
Natural Beauty

サンタ・マルシェ

売上の90%前後を占める代表的なブランド
「ディープクレンジング」の販売累計出荷数
550万本超

2. 盤石な財務基盤

銀行借入れに頼ることなく、**自己資金**で賄う資金繰り

想定シナジー

**スキンケア関連
バリューチェーン強化**

**スキンケアに特化した
営業人財の獲得**



Liberta!

1. 強力な営業網

国内店舗数 **43,100店舗以上***2
海外店舗数 **26,900店舗以上***2

世界**60か国**以上展開



2. マーケティング・企画力

インフルエンサー活用、WEB広告配信、SNSプロモーション、
店頭展開等の強化された**各種プロモーション施策**

店頭プロモーション カビトルネード 約**9,000店舗**以上*2
デンティス 約**10,000店舗**以上*2

*1：対象会社は2026年6月1日付で吸収合併いたしました。
詳細は[開示資料](#)をご確認ください。

*2：2026年6月30日時点

従来は個別案件ベースで進捗をご説明しておりましたが、案件数の増加とフェーズの多様化を踏まえ、今期からは事業全体の進捗がより伝わる形へと内容を見直しております。

FREEZETECHのターゲット

ノンデスクワーカー

国内

日本の労働人口の
57%にあたる
3,900万人の
ノンデスクワーカー市場を
見据えています



海外

世界の労働人口の
80%にあたる
27億人の
ノンデスクワーカー市場を
見据えています



※「Works Report 2022」「The Rise of the Deskless Workforce2018」より

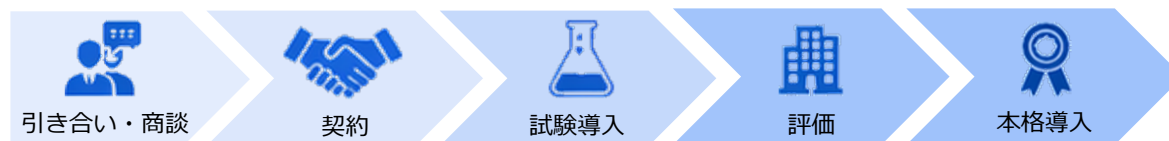
国内における展開状況

主な展開領域

- 建築・土木・製造
- 物流・インフラ
- 自動車関連
- 行政・公共
- ユニフォーム/作業服

導入の進展イメージ

※各ステップの幅は実際の期間を示すものではありません。販路等により進行ステップは異なります。



現状の特徴

- ✓ 造船現場の安心・安全向上に向けた**4社共同開発プロジェクト開始** ✓ 大手企業・公共領域での採用実績が蓄積
- ✓ 住設・物流・自動車・行政等複数業界で試験導入が進行 ✓ 作業服・ユニフォームとしてのOEM採用が拡大

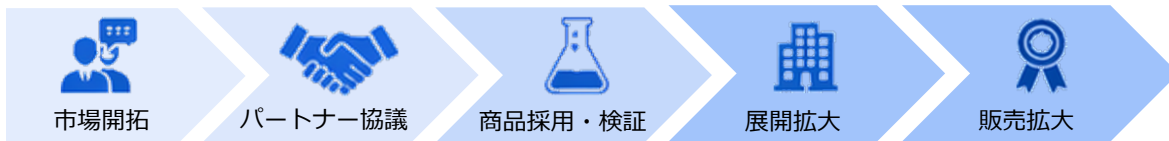
海外における展開状況

主な展開領域

- 建築・製品・物流
- スポーツ・プロチーム
- アパレル・ブランド
- 行政・公共

展開の進展イメージ

※各ステップの幅は実際の期間を示すものではありません。販路等により進行ステップは異なります。



現状の特徴

- ✓ 香港市場にて**販売代理店契約を締結**、販売チャネルを拡充 ✓ 一部市場において定番商品化が進展
- ✓ スポーツ・アパレル領域での採用拡大 ✓ 欧米・アジアの複数企業・公共領域で検証が進行

主な用途／提供価値



暑熱環境における
冷却機能の提供



作業環境の快適性向上



パフォーマンス・
集中力の維持



安全性向上
(熱中症対策)※

※冷感効果のあるアイテムを活用して暑さを乗り切る。



幅広い用途・
シーンへの対応

FREEZETECHの強み



独自の冷却技術による
高い製品力



幅広い製品ラインナップ
(ウェア・ミスト等)



国内外での
実績と信頼



現場ニーズに応じた
カスタマイズ対応



社会課題の解決と
持続的な成長の両立

第2 四半期において、当社は10商品以上の新商品を市場に投入。

短期間でこれほど多くの新規開発・販売を実現したことは、当社の企画力・開発力・実行力の高さを示すものです。

第2 四半期発売（コスメ）



Baby Foot



ボディケア
既存ブランド

「ベビーフット足爽快ロールオンジェル」
¥1,760（税込）



Baby Foot



ボディケア
既存ブランド

「ベビーフットイージーパック スイカの香り」
¥1,760（税込）

「シンデレラ」限定パッケージ／



Baby Foot



ボディケア
既存ブランド

「ベビーフットイージーパック
シンデレラデザインパッケージ」
¥1,760（税込）

「新フレグランス追加！」／



Coolist

ボディケア
既存ブランド

「クーリスト アセダレーヌ
ウッディマリンの香り/フレッシュシトロン」
¥880（税込）

「アナと雪の女王」限定パッケージ／



Coolist

ボディケア
既存ブランド

「クーリスト アセダレーヌ
フローズンホワイトの香り」
¥880（税込）



DULAB

コスメ
新ブランド

「DULAB（デュラボ） リキッドアイライナー」
カラー：クラシックブラック・ディープブラウン
¥3,520（税込）

第2 四半期発売（コスメ・トイレタリー）



COSCOS

コスメ
既存ブランド

「COSCOS ポアレスベース」
¥2,200（税込）



カビトルネード

トイレタリー
既存ブランド

「カビトルネード Premium
塩素系洗濯槽クリーナー」
¥1,848（税込）



ヌメリトルネード

トイレタリー
新ブランド

「ヌメリトルネード 排水管洗浄タブレット」
¥1,078（税込）



ニオイトルネード

車エアコン用
トイレタリー
既存ブランド

「ニオイトルネード 消臭防カビロング
車エアコン用」
¥1,518（税込）



**MELLOW
CHARM**

トイレタリー
既存ブランド

「MELLOW CHARM ノーブルウッディアンバー
柔軟剤/ファブリックミスト」
¥1,099（税込） / ¥748（税込）

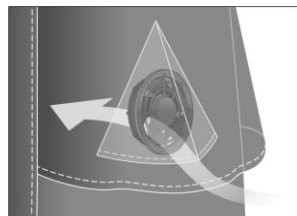


にゅ〜P

トイレタリー
新ブランド

「にゅ〜P パチシャキ」
¥990（税込）

第2 四半期発売（機能衣料・時計）



FREEZETECH®

機能衣料
既存ブランド

「FREEZETECH Air
電動ミニファン付きウェア Work Vest」
¥ 29,480（税込）

KONAKA



「氷撃シャツ」 「氷撃BIZポロ」 「氷撃BIZ Tシャツ」

「氷撃シャツ」

※商品ごとに価格が異なります

FREEZETECH®

機能衣料

紳士服・ビジネス
ウェアの小売企業
（株）コナカとの

コラボ製品



 **Luminox**
SWISS MADE

Watch
既存ブランド

「Luminox NAVY SEAL FOUNDATION 3500 SERIES」
¥ 104,500（税込）



 **Luminox**
SWISS MADE

Watch
既存ブランド

「Luminox MIL-SPEC 3350 SERIES」
¥ 176,000（税込）



 **Luminox**
SWISS MADE

Watch
既存ブランド

「Luminox Pacific Diver 3120
Transformative Teal Edition」
¥ 154,000（税込）



株主還元

Shareholder Return

当社株式の投資単位当たりの金額を引き下げることにより、投資家の皆様がより投資しやすい環境を整え、投資家層のさらなる拡大と当社株式の流動性の向上を図ることを目的とし、**株式分割を実施いたしました。**

分割基準日

2025年12月31日(水)

※なお、基準日である2025年12月31日（水）は休日扱いとなるため、実質的には、2025年12月30日（火）となります。

効力発生日

2026年1月1日(木)

分割比率
1 対 5

発行済株式数

分割前： 6,052,520株

分割後： 30,262,600株

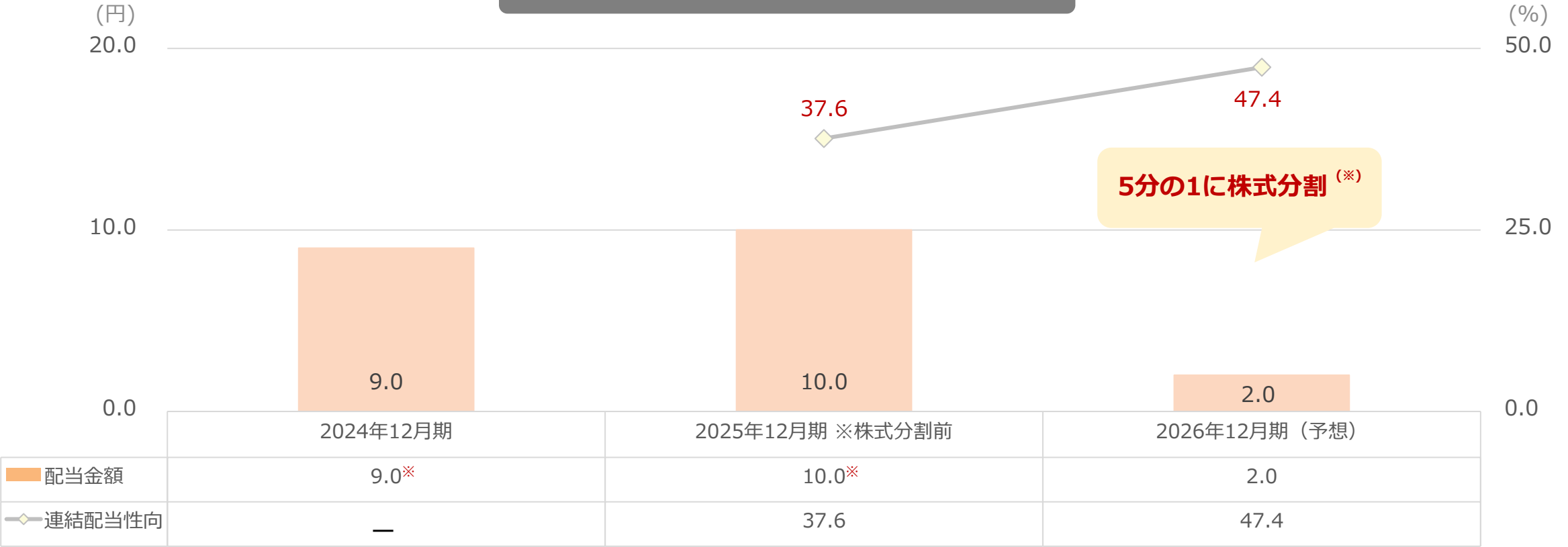
分割後の発行可能株式数

80,000,000株

※株式分割の詳細につきましては、[2025年9月12日](#)及び[2025年9月16日](#)開示の資料をご覧ください。

当社は、株主資本利益率の向上に努めながら、配当性向を考慮した安定的な配当を重視し、長期的な経営基盤の確保と業績に応じた適正な利益配分を継続的に行うことを基本方針としています。この方針に基づき、2026年12月期の配当は前期から実質的な変更はなく、前期と同水準の年間2.00円、配当性向47.4%といたします。

配当金額の推移



※2024年7月1日を効力発生日として、普通株式1株につき2株の割合で株式分割。詳細は[2024年5月15日](#)開示の資料をご確認ください。
また、2026年1月1日を効力発生日として、普通株式1株につき5株の割合で株式分割。詳細は[2025年9月12日](#)及び[2025年9月16日](#)開示の資料をご覧ください。

2024年12月期末の基準日から、株主の皆様へのさらなる感謝と、当社商品をより身近に感じていただきたいという思いから、**株主優待制度を拡充**いたしました。

対象株主様は、2026年12月末の基準日に15単元（1,500株）以上の株式を保有されている株主様といたします。

特典の詳細

特典①



特典②



※所有株式を全て売却された場合でも継続して利用可能



当社オンラインショップへ
会員登録

ご登録ページは[こちら](#)です

※会員登録期限：基準日翌年の8月末日まで



① 優待ポイント
② 購入代金10%割引特典
プレゼント

[ONLINE STORE](#)で利用できます



リベルタ商品と**交換**

好きな商品と交換が出来ます



参考資料

Appendix

会社概要

会社名	株式会社リベルタ
上場市場	東証スタンダード：4935
所在地	東京都渋谷区桜丘町26-1 セルリアンタワー 5F
代表者	代表取締役 佐藤 透
従業員数	連結：149名（2026年6月30日時点）
事業概要	・美容、日雑、機能衣料商品等の企画販売 ・輸入腕時計日本総代理店業務 ・通信販売業務 ・PRマーケティング企画事業 ・その他、上記に関わる一切の業務

沿革

1997	○	会社設立
2020	○	東京証券取引所JASDAQ新規上場 （2022年東証スタンダード市場へ移行）
2022	○	ファミリー・サービス・エイコー(株) 子会社化
2023	○	フジアンドチェリーグループ(株) 子会社化
2024	○	(株)アフラ 子会社化 現地法人LIBERTA USA INC. 再設立 フジアンドチェリー(株) 合併
2025	○	(株)粧和 子会社化
2026	○	(株)クレア 子会社化・合併

商品企画・マーケティング
多領域の商品・サービスを企画開発し、国内外で展開



証券コード：4935

グループ経営を通じて事業領域の拡張と収益基盤の強化を推進

連結
子会社

医療機器・ヘルスケア企画開発・販売



化粧品OEM/ODM



化粧品ブランド企画販売

CLAIR

国内販売基盤



中国販売拠点

上海李瑠多貿易
有限公司

機能衣料商品等の米国販売拠点



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。





多種多様な販路へ流通！
世界 60か国 以上へ展開！

■ 国内店舗数 (店舗卸)

約3ヶ月で

約750店舗増！

2026/12 Q1

2026/12 Q2

42,350

43,100

店舗以上

■ 海外店舗数

約3ヶ月で

約700店舗増！

2026/12 Q1

2026/12 Q2

26,200

26,900

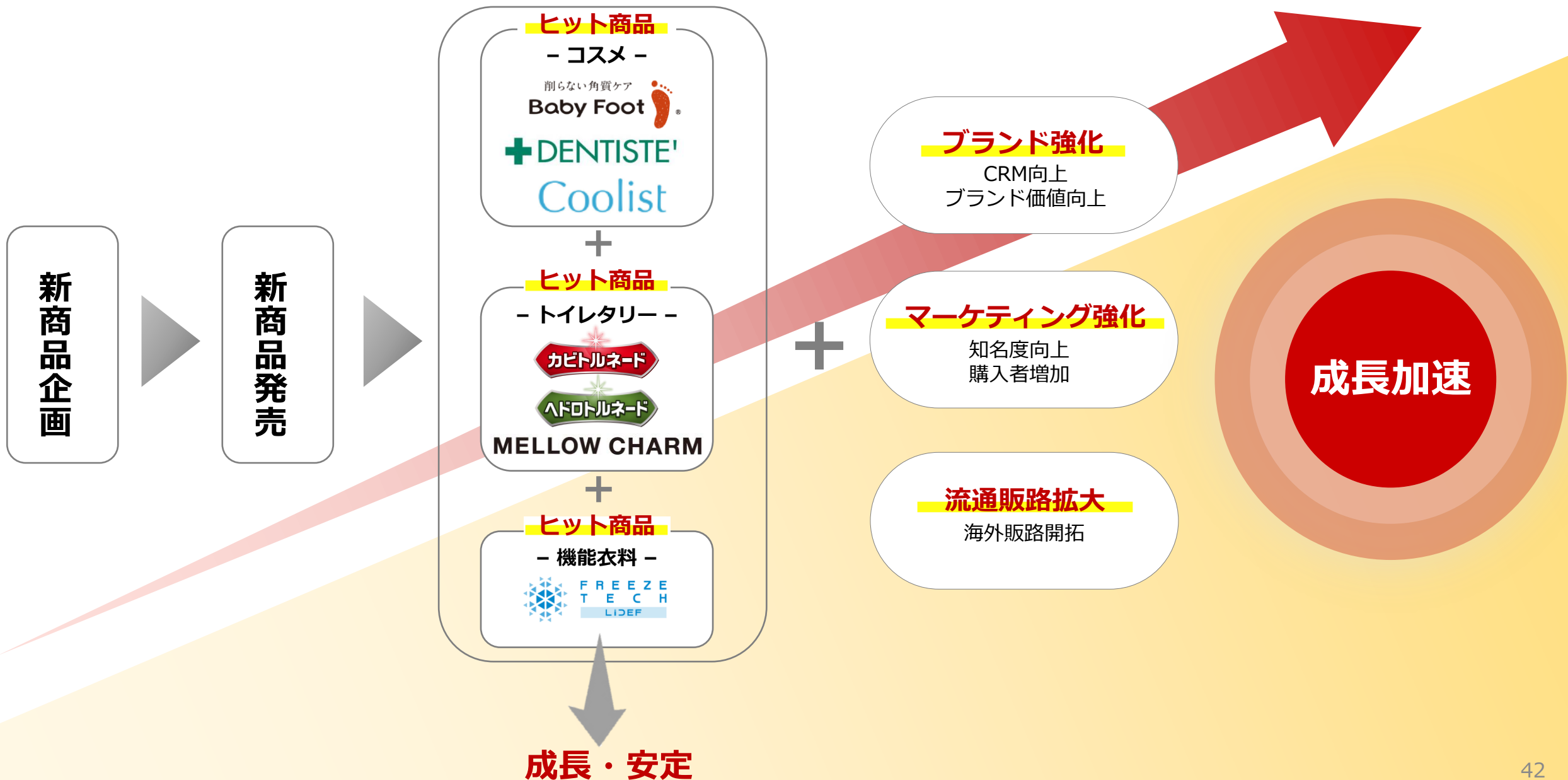
店舗以上

既存ブランドのシリーズ強化に重点を置きつつ、
積極的なM&Aを実施することにより

新たな商品ジャンルの拡大を推し進め、
ニッチトップのヒットブランドを数多く創出します。

※ 店舗数：2026年6月30日時点





※1 冷感プリントが水分に反応している間。メーカー調べ、涼感性能評価試験。
実使用環境では冷感の感じ方に個人差があります。※2 実使用環境では冷感の感じ方に個人差があります。

2017年の発売開始より、
冷感ウェア
累計 **190万枚** ※ 以上販売

2020年の発売開始より、
冷感ミスト
累計 **90万本**※ 以上販売

※ 2026年6月30日時点

FREEZETECH®

ENGINEERED TO COOL
JAPANESE-ENGINEERED COOLING TECHNOLOGY
THAT PRESERVES YOUR PERFORMANCE



公益社団法人
日本プロゴルフ協会
推薦品



ブランドアンバサダー 魔裟斗氏

トリプル冷感テクノロジー

接触冷感素材に冷感プリントを施すことで、
接触冷感・汗の気化熱・冷感プリントの
3つの要素により、冷感性を高めています。

※実使用環境では冷感の感じ方に個人差があります。

※寒使用環境では冷感の感じ方に個人差があります。

氮化熱冷却

冷感プリント

接触冷感牛地

触るとひんやり感じる生地

生地の上に冷感プリント
※実際は透明なプリントになります

*写真・イラストはイメージです





世界初
独自の技術で
特許取得
※1

衣類用冷却スプレー
アルコール
0%
※2



アルコール0%
※2
だから引火しにくい

火を使う場所
でも使える
※3

アルコール0%
※2
だから揮発しにくい

冷感
※4 長持ち
3.5倍
※5

※1 特許取得済 特許 第764946号 ※2 アルコール0%とはエタノール0%を意味します。 ※3 火の直ぐに置いていても、大丈夫に冷めてくれます。パッケージ裏面に記載の使用方法を準拠してください。 ※4 テンセル®による測定の結果。 ※5 アルコール系以外の製品と比較して当社比較：冷却スプレー（無臭性記録）（自社記録） ※写真はイメージです。

FREEZETECH事業 = 暑熱対策ソリューション

独自の冷感技術で、ウェアからアクセサリまで幅広く展開し、“着る暑さ対策”で快適な毎日をサポート。

ウェア



組み合わせて使うことで、より高い冷却効果を発揮

レイヤリングクーリングシステム

- ・汗を吸収すると生地温度が下がり、風を受けることでさらに冷感を得られる冷感ウェア・ギアブランド。
- ・「氷撃α」は、**冷感温度調節プリント**を施しており、素材自体が衣服内の温度上昇を自動で抑制。冷感効果をより高く実感できる。

アクセサリ



衣類用冷感ミスト 2020年より発売

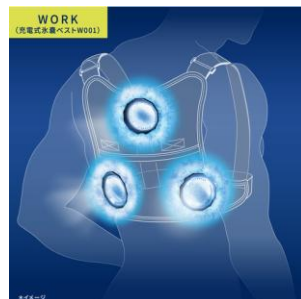
メントールをナノカプセル化することでアルコールフリーを実現した業界初の衣類用冷感スプレー。
国内特許を取得済み。ウェアと併用すれば相乗効果でより冷感冷感をブーストできる。

※特許 第7649496号



充電式氷嚢（ペルチェ）ベスト 2024年より発売

「電気を流すと熱を吸い取る金属の特性（＝ペルチェ効果）」を利用した冷却デバイスを搭載したベスト。



PCMクーリングベスト 2025年より発売

外気温に左右されず、一定時間※の涼しさをキープできるクーリングベスト。電源も充電も不要。

※使用環境により前後する場合があります



電動ミニファン付きウェア 2026年より発売

従来のファン付きウェアが抱える騒音・重量・デザイン性の課題をすべて改善する 次世代ウェア。



✓NEXT

今後も進化を続け、より強力な**暑熱対策ソリューション**を展開します。



ベビーフット * ブランド概要

“美しい素足づくりを応援したい”という想いで誕生。

「履くだけ簡単、足裏つるり。」をキャッチコピーに、足型のパックを一回履いて、洗い流すだけで、徐々に角質が柔軟化してツルスベ足になる、削らない足の角質ケアアイテム。

創業当初から販売を開始して今年発売30年目となる、当社を代表するロングセラー商品です。

1997年の発売開始より、
シリーズ累計

3,300万個※
以上販売

※ 2026年6月30日時点

Baby Foot 

グローバルシェアNo.1を獲得

美しい素足づくりを応援する



「履くだけ簡単、足裏つるり。」図解



デンティス * ブランド概要

“目覚めてすぐキスできる”オーラルケアブランドの口臭予防ハミガキ。

口臭の原因をしっかりマスキングし、目覚めの朝もスッキリ！

口臭予防をサポートする複数種類の植物エキスをより、口内を潤すことで口臭予防を保ちます。

2006年の発売開始より、
シリーズ累計

1,680万個※
以上販売

※ 2026年6月30日時点

+ DENTISTE'

多数の著名人・インフルエンサーも愛用！



カビトルネード * [ブランド概要](#)

洗濯機周りの清掃に特化した日用雑貨品ブランド「カビトルネード」。
“竜巻洗浄と発泡パワー”の力で効果が目に見えて実感できる洗濯槽クリーナー
は、**2021年に「(社)日本洗濯機クリーニング協会」の推奨品にも認定。**
2022年には『カビやニオイが気になる時に使いたい No.1』『安心感 No.1』
『知人に紹介したい No.1』※を獲得しています。

※調査会社:日本マーケティングリサーチ機構

2018年の発売開始より、
シリーズ累計
1,330万個※
以上販売

※ 2026年6月30日時点



ブランドアンバサダー 藤本美貴氏



カビがめっちゃ取れると
SNSで話題!

! 取れすぎ注意



クーリスト

* ブランド概要

暑さ対策として夏のさまざまなシーンで活躍する冷感アイテム。

中でも、“塗るネッククーラー”として話題の「アセダレーヌ」は、**累計販売
個数200万個超(※)を記録**し、ブランド内でも圧倒的な人気を誇っている。

フレグランスのバリエーションも豊富で、誰しもが自分のお気に入りを見つけられるところも人気のポイント。

2018年の発売開始より、
シリーズ累計

360万個[※]

以上販売

※ 2026年6月30日時点

Coolist



※塗布後の冷感イメージ。個人差があります。

浄水器

* ブランド概要

安全とおいしさを追求した浄水器。

昨今のニュースでも話題となっているPFAS問題等の全国様々な水の問題に関する提起を受け止め、PFOS・PFOAの除去も可能な浄水器を開発。

特に、「METASUI」は、信州大学が生み出した、「信大クリスタル®」という最新の浄水技術を搭載。それ以外にも、**信州大学と産学共同開発したウォーターサーバー「swee（スウィー）」を全国展開中。**

2023年の発売開始より、

累計

4,600台[※]

以上販売

※ 2026年6月30日時点



METASUIとは・・・
「すごい水」
“めた”は長野の方言で
“すごい”という意味。
「信大クリスタル®」の
浄水テクノロジーを
組み込んだ
「METAフィルター」
を搭載。

リベルタ×エイコーの
共同開発品



「swee」
公式キャラクター
『スウィーネ』

Sweeとは・・・
「SHINSHU WATER
for
ECOLOGY and
ENVIRONMENT」

信州のおいしい水を
マイボトルで手軽に。



公表日	リリースタイトル
2026/4/1	“氷撃”クーリングウェア「FREEZETECH（フリーズテック）」魔裟斗さんのブランドアンバサダー継続起用に関するお知らせ
2026/4/1	連結子会社の吸収合併（簡易合併・略式合併）に関するお知らせ
2026/4/3	ライフスタイルフレグランスブランド「メロウチャーム」後藤真希さんプロデュースの柔軟剤発売のお知らせ
2026/4/7	ミリタリーウォッチブランド「Luminox（ルミノックス）」より世界限定モデル発売のお知らせ
2026/4/14	法定事前開示書類（合併）（株式会社クレア）
2026/4/21	ミリタリーウォッチブランド「Luminox（ルミノックス）」より「MIL-SPEC 3350 SERIES」新モデル発売のお知らせ
2026/4/21	ミリタリーウォッチブランド「Luminox（ルミノックス）」より「Navy SEAL Chronograph 3580 SERIES」新モデル発売のお知らせ
2026/4/22	「La Luna（ラルーナ）骨盤底筋トレーニングパンツ」一般販売開始のお知らせ
2026/4/24	譲渡制限付株式報酬としての自己株式の処分の払込完了に関するお知らせ
2026/4/27	「さよならダニー」ダニ対策実態調査に関するお知らせ
2026/4/28	「ベビーフット 足爽快ロールオンジェル」発売のお知らせ
2026/4/28	「にゅ〜P パチシャキ」発売のお知らせ
2026/4/28	風呂釜洗浄剤「ヘドロトルネード」がドラッグマガジン主催 第38回「ヒット商品賞・話題商品賞」の受賞のお知らせ
2026/4/30	当社、今治造船、クラボウ、ハイドサイン4社による造船現場の安心・安全向上に向けた共同開発契約締結のお知らせ
2026/5/1	第7回新株予約権（行使価額修正条項付）の月間行使状況に関するお知らせ
2026/5/14	「カビトルネード Premium 塩素系洗濯槽クリーナー」発売のお知らせ
2026/5/15	当社と株式会社コナカが共同開発したビジネスウェア「氷撃シャツ」新ラインナップ発売のお知らせ
2026/5/15	2026年12月期第1四半期決算説明資料
2026/5/15	特別利益及び法人税等調整額（益）の計上に関するお知らせ
2026/5/15	2026年12月期第1四半期決算短信〔日本基準〕（連結）
2026/5/21	財務上の特約が付された金銭消費貸借契約の締結に関するお知らせ
2026/5/26	「Liberta! ONLINE STORE うれしいコトうれしいモノ」リニューアルオープンのお知らせ

公表日	リリースタイトル
2026/5/27	「ヌメリトルネード 排水管洗浄タブレット」発売のお知らせ
2026/5/27	「ベビーフット スイカの香り」数量限定発売のお知らせ
2026/5/28	「DULAB リキッドアイライナー」発売のお知らせ
2026/3/6	株式会社クレアの株式の取得（子会社化）に関するお知らせ
2026/6/1	「ヘドロトルネード 風呂釜洗浄」ブランドアンバサダーに藤本美貴さん就任のお知らせ
2026/6/1	法定事後開示書類（吸収合併）（株式会社クレア）
2026/6/1	第7回新株予約権（行使価額修正条項付）の月間行使状況に関するお知らせ
2026/6/3	機能衣料クーリングウェア・ギアブランド「FREEZETECH」オフィシャルサイトリニューアルオープンのお知らせ
2026/6/4	「公益財団法人 ハタチ基金」への寄付に関するお知らせ
2026/6/8	ミリタリーウォッチブランド「Luminox（ルミノックス）」より「Pacific Diver 3120 Transformative Teal Edition」発売のお知らせ
2026/6/8	北米向け「FREEZETECH」オフィシャルサイトリニューアルオープンのお知らせ
2026/6/11	当社、今治造船、クラボウ、ハイドサイン4社による「難燃×冷感プリントインナーウェア」共同開発に関する記者発表会実施のお知らせ
2026/6/18	「ニオイトルネード 消臭防カビロング 車エアコン用」発売のお知らせ
2026/6/18	財務上の特約が付されたコミットメントライン契約の延長に関するお知らせ
2026/6/18	財務上の特約が付された金銭消費貸借契約の締結に関するお知らせ
2026/6/18	機能性クーリングウェア・ギアブランド「FREEZETECH（フリーズテック）」、6月20日よりTVCM放映を開始 全国プロモーションを展開
2026/6/30	「COSCOS ポアレスペース」発売のお知らせ
2026/6/30	第30回定時株主総会開催動画の公開について

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、一定の前提及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及び不確実性により、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。

IRお問い合わせ窓口

MAIL : ir@liberta.net