
2025年12月期 通期 決算説明資料

2026年2月13日

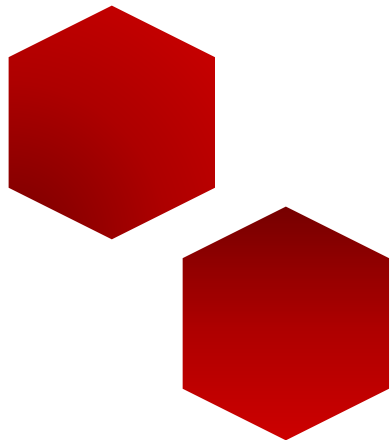


株式会社リベルタ

証券コード：4935

会社概要

Company Profile







1. 会社概要
2. 2025年12月期通期 業績ハイライト
3. 2025年12月期通期トピックス
4. 2026年12月期通期 業績予想
5. 中期経営計画
6. 「氷撃」および「氷撃α」プロジェクト展望
7. 株主還元

会社概要

会社名	株式会社リベルタ （LIBERTA CO.,LTD.）	
設立	1997年 2 月	
所在地	〒150-8512 東京都渋谷区桜丘町26- 1 セルリアンタワー 5F	
従業員数	136名（連結） ※2025年12月31日時点	
経営陣	代表取締役	佐藤 透
	専務取締役	二田 俊作
	常務取締役	筒井 安規雄
	取締役	栗林 聡一
	取締役	山下 耕平
	社外取締役（監査等委員）	阿部 洋
	社外取締役（監査等委員）	山本 龍太郎
	取締役（監査等委員）	海野 容子
事業内容	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	
関係会社	上海李瑠多贸易有限公司、 ファミリー・サービス・エイコー株式会社 、 株式会社アフラ 、LIBERTA USA INC.、株式会社粧和	



グループ一丸となって事業成長を図り、中期経営計画の実現を目指しています。

事業分野	成長の軸	概要
 ファミリー・サービス エイコー株式会社	医療機器 ヘルスケア製品の 企画・開発・製造	産学官連携による医療機器の共同開発 重金属イオンやPFOS/PFOA対応の浄水器事業
 AFURA CO.,Ltd	化粧品 OEM/ODM製造	革新的な処方や原料の研究・開発
 Liberta! USA	機能衣料商品等の 企画販売	機能衣料の米国市場拡大
上海李瑠多貿易 有限公司	化粧品等の企画販売	アジア市場への化粧品展開の強化
 Showa!	化粧品/美容器具/ 衣料品/日用雑貨品/ 健康食品の販売	地域卸との連携による販売力 収益力の最大化

- ・長野県長野市に本社を構え、40年以上にわたり医療機器やヘルスケア製品の開発・製造を行う。
- ・産学官連携を通じて、地域医療や健康分野への貢献を目指す。
- ・唯一無二の化粧品を創造することを理念とし、最先端のテクノロジーや原料の研究を重ねている。
- ・アパレルブランドとのコラボレーションや、純国産ヒト幹細胞培養上清を使用した製品開発の実績を持つ。
- ・北米市場への事業展開を担う海外子会社。
- ・米国での販路開拓・パートナーシップ構築に注力しながら、グローバルサプライチェーンを確保。機能衣料商品の海外展開を支える。
- ・中国市場におけるブランド認知と売上拡大を目指し、現地法人として設立。
- ・日本で培った商品企画力と現地ニーズを融合させた製品展開により、アジア市場全体におけるグループの成長ドライバーを担う。
- ・九州を中心に地域密着型の卸売事業を展開し、1994年創業以来、安定した営業基盤と取引ネットワークを構築。
- ・当社グループとの融合により、企画・営業力と卸機能を活かし、販売・マーケティング力の強化に貢献。

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)

前年比

＼ 約10,050店舗増！ ／

2024年12月期

2025年12月期

32,300

42,350

店舗以上

■ 海外店舗数

2025年12月期

26,000

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。

※ 店舗数は2025年12月31日時点



FREEZE TECH * ブランド概要

汗と風で驚きの冷感が持続*する『氷撃』クーリング・ギア。

接触冷感の生地に着感プリントを施すことで、気化熱・接触冷感・冷感プリントによる3つの冷感効果を発揮。

猛暑対策に特化した冷感ウェア・ギアブランド。

コラボレーション・OEM・生地売り・加工売り等、様々な企業様との商品の共同開発も行っています。

※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。

2017年の発売開始より、
冷感ウェア
累計 **167万枚** ※
以上販売

前年比
約37万枚以上増! /

2020年の発売開始より、
冷感ミスト
累計 **76万本** ※
以上販売

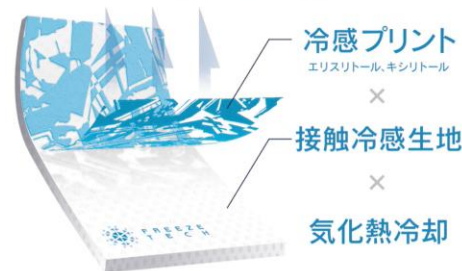
前年比
約26万本以上増! /

※ 2025年12月31日時点

FREEZETECH®

独自のトリプル冷感テクノロジー

汗と風で冷感が持続



【衣類用冷感ミスト】
世界初! 独自の技術で
特許取得*

※特許 第7649496号



ブランドアンバサダー魔裟斗氏



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29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

前年比
約150万個以上増！
3,250万個※
以上販売

※ 2025年12月31日時点



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、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

前年比
約360万個以上増！
1,560万個※
以上販売

※ 2025年12月31日時点

+ DENTISTE'

多数の著名人・インフルエンサーも愛用！



ブランドアンバサダー Snow Man・渡辺翔太氏



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

1,280万個※
 以上販売

※ 2025年12月31日時点

前年比
 \ 約280万個以上増! /



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190万個超(※)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

前年比
約140万個以上増！

310万個[※]

以上販売

※ 2025年12月31日時点

Coolist



※塗布後の冷感イメージ。個人差があります。



「swee」
公式キャラクター
『スウィーネ』

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

前年比
約1,300台以上増！
4,300台※
以上販売

※ 2025年12月31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。





2025年12月期通期 業績ハイライト

Financial Highlights

方針

2025年2月14日公表の2030年12月期を最終年度とする中期経営計画の実現に向け、先行者メリット獲得による競争優位性を確保すべく、2025年も引き続き投資の加速を図る。

※詳細は2025年2月14日に開示いたしました「2025年12月期を最終年度とする中期経営計画の修正に関するお知らせ」をご確認ください。

当初の狙い

BUZZMADE AI活用による商品企画プラットフォーム開発投資

CAMPFIRE社との業務提携による人材投資

営業活動強化による人材投資

注カブランドへのプロモーション投資

「デンティス」

「FREEZE TECH/氷撃α」

「カピトルネード」

2025

2030

2025年に実際に進めた方針

◆AI開発投資の推進

- ・BUZZMADEの2026年再リリースに向けたAI開発

◆CAMPFIRE社との協業推進

- ・リベルタ×CAMPFIRE共同企画
「商品流通戦略プログラム」説明会の実施
- ・CAMPFIRE社プラットフォームで新商品数量限定先行発売

◆人材投資・育成強化

- ・採用教育活動強化により2025年の人件費は前年比9.7%増

◆注カブランド強化施策

- ・渡辺翔太氏（デンティス）、藤本美貴氏（カピトルネード）、魔装斗氏（FREEZE TECH 中心とした機能衣料ジャンル）などアンバサダーの起用
 - ・新商品の店頭プロモーションの強化
- これらにより2025年広告販促費は前年比31.9%増

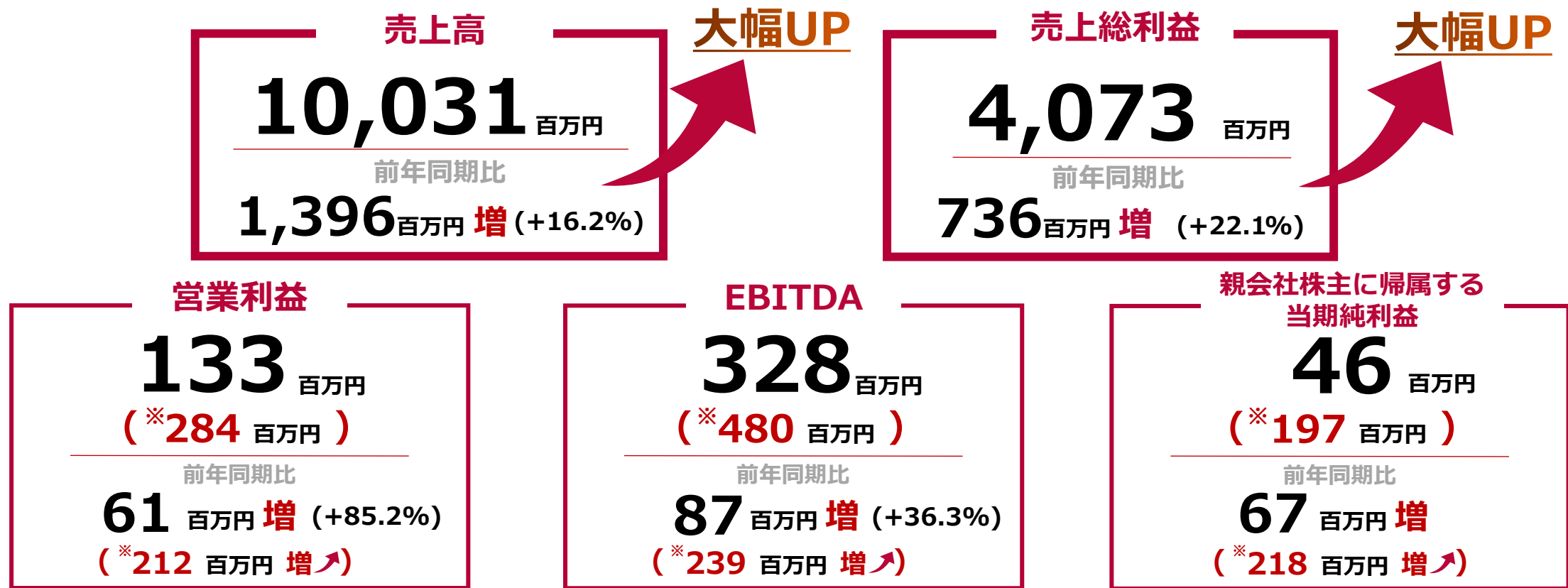
単位：百万円

	2025/12 通期 予想値	2025/12 通期 実績値	増減額	増減率
売上高	11,000	10,031	▲968	▲8.8%
営業利益	345	133	▲212	▲61.5%
E B I T D A	507	328	▲178	▲35.2%
経常利益	300	49	▲250	▲83.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	161	46	▲114	▲71.2%

差異の理由

- ・売上高は、トイレタリージャンルが新商品の大ヒットにより計画を上回った。
機能衣料ジャンルはEC売上の未達および海外においては基盤構築・商談は順調に進行しているものの売上計画としては未達。
生活雑貨・家電他ジャンルでは一部ブランドにおける店舗戦略変更や新商品の売上未達が影響。
- ・利益面は、売上高未達の影響により売上総利益が計画を下回ったことに加え、為替変動の影響等により、
営業利益・経常利益・親会社株主に帰属する当期純利益はいずれも計画を下回る。

なお、詳細は2026年2月13日発表の「法人税等調整額（益）の計上及び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。



(※) 貸倒引当金繰入額の影響を除いた場合の金額となります

- ・売上高は、機能衣料ジャンルの「FREEZE TECH」が、厚生労働省による熱中症対策の周知強化などを背景に、社会的ニーズと合致し、法人・個人需要ともに拡大したこと、トイレタリージャンルの新商品「ヘドロトルネード」の販路の大幅拡大などにより大幅に増収。
- ・売上総利益は、売上高の増収要因に加え、「ヘドロトルネード」、「さよならダニー」など **高利益率商品の構成比が上がり、粗利率が2.0ポイント改善** したことなどで大幅に増益。
- ・親会社株主に帰属する当期純利益は、Q3に引き続き主要ブランドのプロモーション強化に伴う広告販促費の増加や、Q2に売掛債権に対して **貸倒引当金繰入額150百万円の計上** といった減益要因は発生したものの、売上総利益の増加により増益。

単位：百万円

	2024/12 実績	2025/12 実績	増減額	増減率	2025/12 計画
売上高	8,635	10,031	+1,396	+16.2%	11,000
売上総利益	3,337	4,073	+736	+22.1%	4,465
販売費及び一般管理費	3,265 (※3,114)	3,940 (※3,788)	+674 (※+523)	+20.7%	4,119
営業利益	71 (※223)	133 (※284)	+61 (※+212)	+85.2%	345
EBITDA	241 (※392)	328 (※480)	+87 (※+239)	+36.3%	507
経常利益	50 (※202)	49 (※201)	△1 (※+150)	△2.7%	300
親会社株主に帰属する当期純利益	▲21 (※130)	46 (※197)	+67 (※+218)	—	161

※EBITDA = 税前利益 + 支払利息 + 社債利息 + 減価償却費 + のれん償却費

(※) 貸倒引当金繰入額の影響を除いた場合の数値となります

単位：百万円

	2024/12 実績	構成比	2025/12 実績	構成比	増減額	増減率	2025/12 計画
コ ス メ	4,141	48.0%	4,237	42.2%	+95	+2.3%	4,532
ト イ レ タ リ ー	1,465	17.0%	2,636	26.3%	+1,170	+79.9%	2,293
機 能 衣 料	549	6.4%	989	9.9%	+439	+80.1%	1,288
浄水器・医療機器	827	9.6%	929	9.3%	+101	12.3%	879
生活雑貨・家電他	1,874	21.7%	1,575	15.7%	▲298	▲15.9%	2,261
リベート等控除他	▲223	▲2.6%	▲336	▲3.4%	▲113	—	▲256
合計	8,635	100.0%	10,031	100.0%	+1,396	+16.2%	11,000

トイレタリー

2025年12月期通期
実績

(前年同期比 増減率)

+79.9%
1,170 百万円増収

2,636 百万円

1,465 百万円

24/12
実績

25/12
実績

▶ 対前年比 増

- ・「FREEZE TECH 衣類用冷感ミスト」は、**ホームセンター流通を中心に戦略的な強化を実施したことや、新規ゴルフ流通への販路拡大** 等で増収。
- ・新商品の風呂釜クリーナーブランド「ヘドトルネード」は、2025年4月の発売開始より**ホームセンターを中心に想定を大幅に上回る売上となり純増。**
加えて、年末商戦での**大掃除需要も追い風となり、10月から12月にかけて販路が拡大。**
- ・竜巻洗浄発泡パワーの洗濯槽クリーナーブランド「カビトルネード」は、大手ホームセンターで実物洗濯槽を活用した店頭プロモーションに加え、**藤本美貴氏をアンバサダーに起用した大々的なプロモーションの実施**（6月下旬開始の店舗での等身大パネルの販促施策等）等で増収。
- ・2024年10月に発売したフレグランスブランド「MELLOW CHARM（メロウチャーム）」（『ドン・キホーテ』専売商品）は、新商品の発売等により販売好調となり増収。
- ・「さよならダニー」は、上半期は2025年8月8日に開示した貸倒引当金繰入額計上の過程で売上が伸び悩んだものの、2025年7月よりリニューアルを実施。適正な表示、表現に基づくさよならダニーの発売が開始され、**下半期の拡販が進み増収、収益性も大幅改善。**



FREEZE TECH
衣類用冷感ミスト



ヘドトルネード



カビトルネードNeo



MELLOW CHARM シリーズ



さよならダニー シリーズ

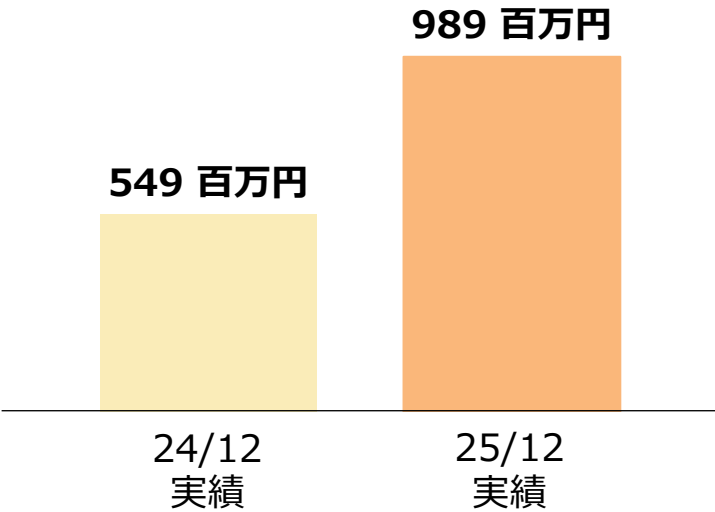
機能衣料

2025年12月期通期
実績

(前年同期比 増減率)

+80.1%

439 百万円 増収



▶ 対前年比 増

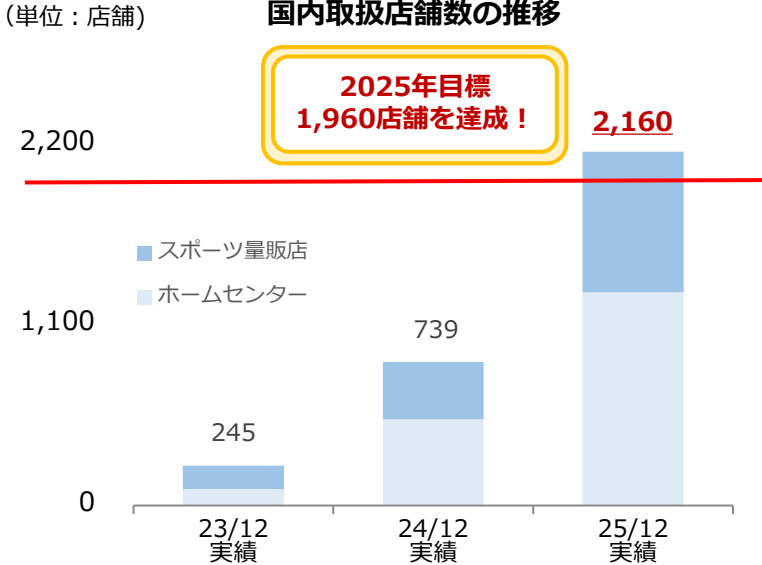
- ・ 汗と風で驚きの冷感が持続する冷感ウェアブランド「FREEZE TECH」は、国内取扱店舗数の目標達成等、計画以上にBtoB販路への展開が大幅に増加したほか、スポーツ量販店と新規ゴルフ流通での販売も好調に加えて、自動車ディーラーや製造工場への新規導入等で大幅に増収。
- ・ Q4以降は10月より販売開始したリカバリーウェアブランド「REENERGY (レナジー)」の計画外の売上を目論んだ営業強化が功を奏し、ホームセンターを中心に想定を大幅に上回る売上となり純増。

▼某バイク用品総合専門店での店頭プロモーション



FREEZE TECH

国内取扱店舗数の推移



※「FREEZE TECH」ブランド「氷撃」「氷撃α」の今後の展望については、当資料P.63-66に詳細を記載しております

コスメ

2025年12月期通期
実績

(前年同期比 増減率)

+2.3%

95 百万円 増収

4,141 百万円

4,237 百万円

24/12
実績

25/12
実績

▶ 対前年比 増

- ・新感覚の暑さ対策ブランドの「クーリスト」は、**コンビニエンスストアへの販路拡大とSNSプロモーションの実施に加え、例年より気温の高い期間が長く続いたこともプラス要因となり、EC販売も含め全体的に販売が好調に推移し増収。**
- ・フットケアブランドの「ベビーフット」は、海外販路において大規模小売店の消費回復傾向を受け前年を上回ったことや、店頭プロモーション施策の強化により増収。
- ・OEMブランドでは、ドン・キホーテ向けの口腔ケア商品「ティースマスター」がインバウンド需要の高まりを受け売上が伸長、また同じくドン・キホーテ向けのクール商品「アイスラッシュ」も**香港や台湾での販売が好調に推移**したことにより増収。
- ・“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、昨年、ブランドアンバサダーとしてSnow Man・渡辺翔太氏を起用した大型プロモーションにより導入店舗数が拡大し、初回導入による売上が伸長したが、今年は反動減。引き続き同氏を起用し店頭プロモーションを強化することでリピート購入の促進を図る。



クーリスト アセダレーヌ/スカルプクーラー
(コンビニエンスストア展開商品)



ベビーフット
イージーバック



ティースマスター



デンティスシリーズ

生活雑貨・家電他

2025年12月期通期

実績

(前年同期比 増減率)

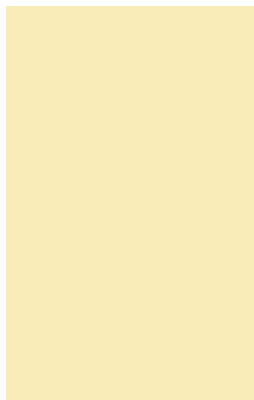
▲15.9%

298 百万円減収

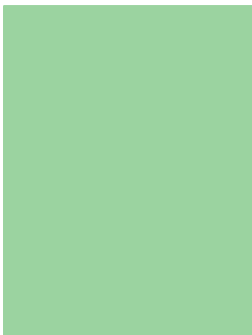
▶ 対前年比 減

- ・ミリタリーウォッチブランド「**Luminox (ルミノックス)**」は、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販売延期、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。
- ・ヘルス&ビューティー家電ブランド「**La Luna (ラ・ルーナ)**」は、12月に新商品「イヤーヒーター」の発売開始などはあったものの、ECサイトでの広告施策実施による売上獲得が想定を下回ったことや、他の新商品の発売がイベント需要を取り込むため2026年に計画変更となったことなどで減収。
- ・生活雑貨ジャンルは、靴下など冬物商材は堅調に推移した一方、年末商戦などに向けた企画品が伸び悩んだことで減収。

1,874 百万円

24/12
実績

1,575 百万円

25/12
実績La Luna
イヤーヒーター
(家電)

Luminox



Luminox

La Luna
エアーアイマスク
(家電)La Luna
筋膜リリースガン
(家電)

単位：百万円

	2024/12 実績	構成比	2025/12 実績	構成比	増減額	増減率
国内	8,245	95.5%	9,633	96.0%	+1,387	+16.8%
海外	613	7.1%	735	7.3%	+122	+19.9%
内、北米	302	3.5%	396	4.0%	+94	+31.2%
内、アジア・欧州・他	311	3.6%	338	3.4%	+27	+8.9%
リベート等控除	▲223	▲2.6%	▲336	▲3.4%	▲113	—
合計	8,635	100.0%	10,031	100.0%	+1,396	+16.2%

北米

2025年12月期
通期 実績

(前年同期比 増減率)

+31.2%

94 百万円 増収

396 百万円

302 百万円

24/12
実績

25/12
実績

アジア・ 欧州・他

2025年12月期
通期 実績

(前年同期比 増減率)

+8.9%

27 百万円 増収

338 百万円

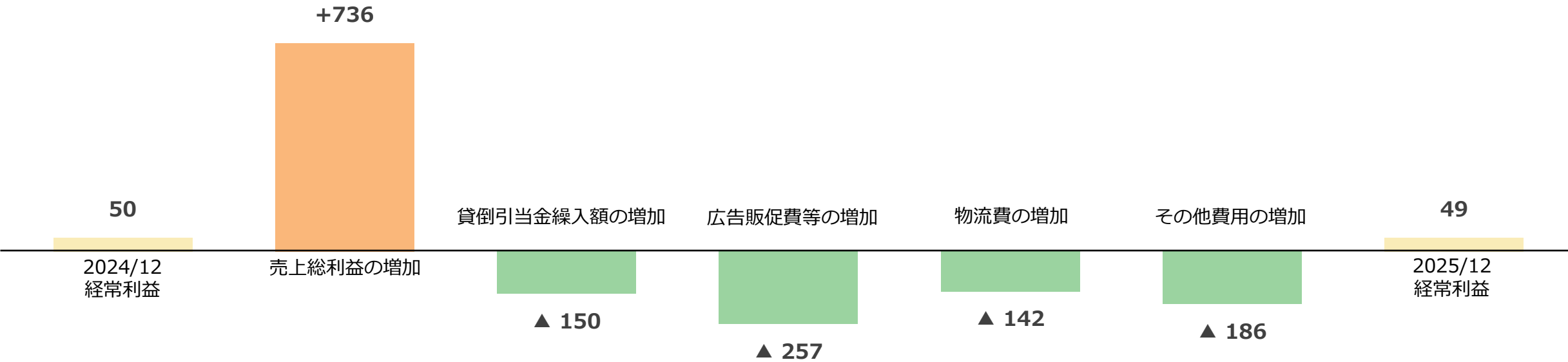
311 百万円

24/12
実績

25/12
実績

- ・ **北米**では、予定していたフットケアブランド「ベビーフット」の輸出が、大規模小売店の消費回復傾向を受け前年を上回ったことや、店頭プロモーション施策の強化により増収。
- ・ **アジア・欧州・他**では、中国の越境ECでは「ベビーフット」やデオドラントブランド「Quick Beauty」のSNS施策効果で増収。また、台湾では「カビトルネード」が洗濯槽の実機を利用した店頭プロモーション強化や取扱店増加により増収。一方、前年にサウジアラビア向けに輸出していた「RaioS」の反動等により減収。

単位：百万円



- ・売上総利益は、売上高増収や高利益率商品の構成比が高まったこと、棚卸資産評価損が縮小したこと等により大幅に増加
- ・イースマイル社に対する売掛債権の貸倒引当金繰入額が増加
- ・主要ブランドのプロモーション強化等に伴い、広告販促費等が増加
- ・売上高増収に伴い、物流費が増加
- ・金利上昇に伴う支払利息の増加および為替変動の影響を受け為替差損が発生したことによる営業外費用の増加など、その他費用が増加

単位：百万円

	2024/12 期末	2025/12 期末	増減		2024/12 期末	2025/12 期末	増減
現預金	1,005	1,200	+195	仕入債務	551	1,004	+452
売上債権	1,804	2,565	+760	有利子負債	3,441	4,116	+674
棚卸資産	1,824	2,379	+554	その他負債	871	1,096	+224
その他流動資産	168	△12	△180	負債合計	4,864	6,216	+1,352
固定資産	1,632	1,676	43	資本金	207	215	+7
				剰余金他	1,364	1,377	+12
				純資産合計	1,572	1,592	+20
資産合計	6,436	7,809	+1,373	負債純資産合計	6,436	7,809	+1,373

- ・Q4の「ヘドロトルネード」の想定を大幅に上回る売上などにより、売上債権が760百万円増加
- ・売上好調な「ヘドロトルネード」や、大型プロモーションを実施中の「デンティス」、「カビトルネード」の販売に備えた仕入などにより、棚卸資産が554百万円、仕入債務が452百万円それぞれ増加
- ・「ヘドロトルネード」の仕入代金や大型プロモーション施策等の投資を目的とした運転資金の調達により、有利子負債が674百万円増加

単位：百万円

	2024/12 期末	2025/12 期末
税金等調整前当期純利益	50	42
売上債権の増減（▲は増加）	▲530	▲756
棚卸資産の増減（▲は増加）	▲509	▲547
その他増減（▲は減少）	412	956
営業キャッシュ・フロー	▲577	▲305
投資キャッシュ・フロー	▲202	▲90
財務キャッシュ・フロー	885	570
現金及び現金同等物の期末残高	628	799

- ✓営業キャッシュ・フロー

305百万円減少

＜主な要因＞

▲756百万円

売上債権の増加

▲547百万円

棚卸資産の増加

668百万円

仕入債務等の増加

268百万円

のれん等減価償却費の増加

151百万円

貸倒引当金の増加
- ✓投資キャッシュ・フロー

90百万円減少

＜主な要因＞

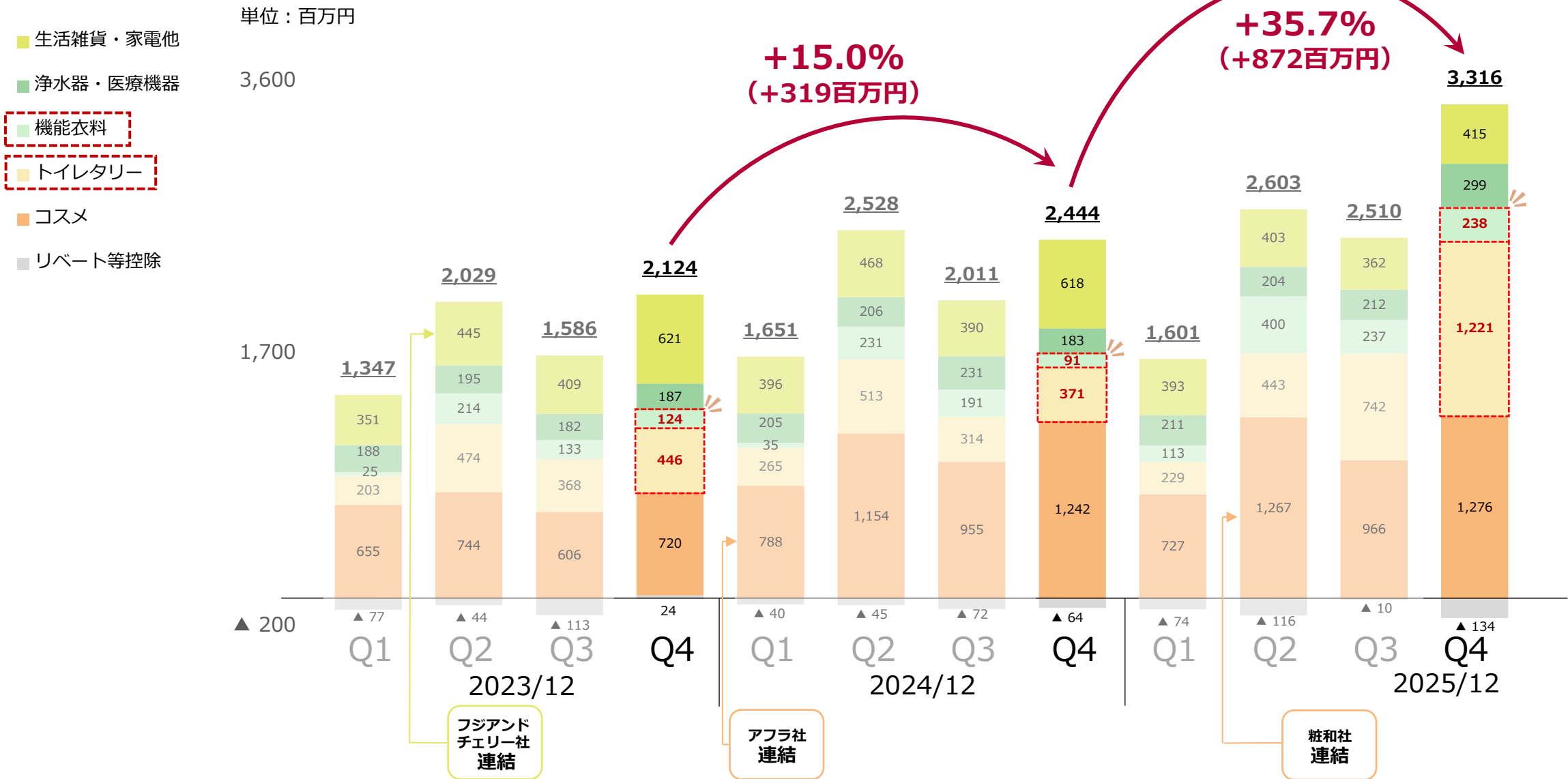
▲105百万円

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

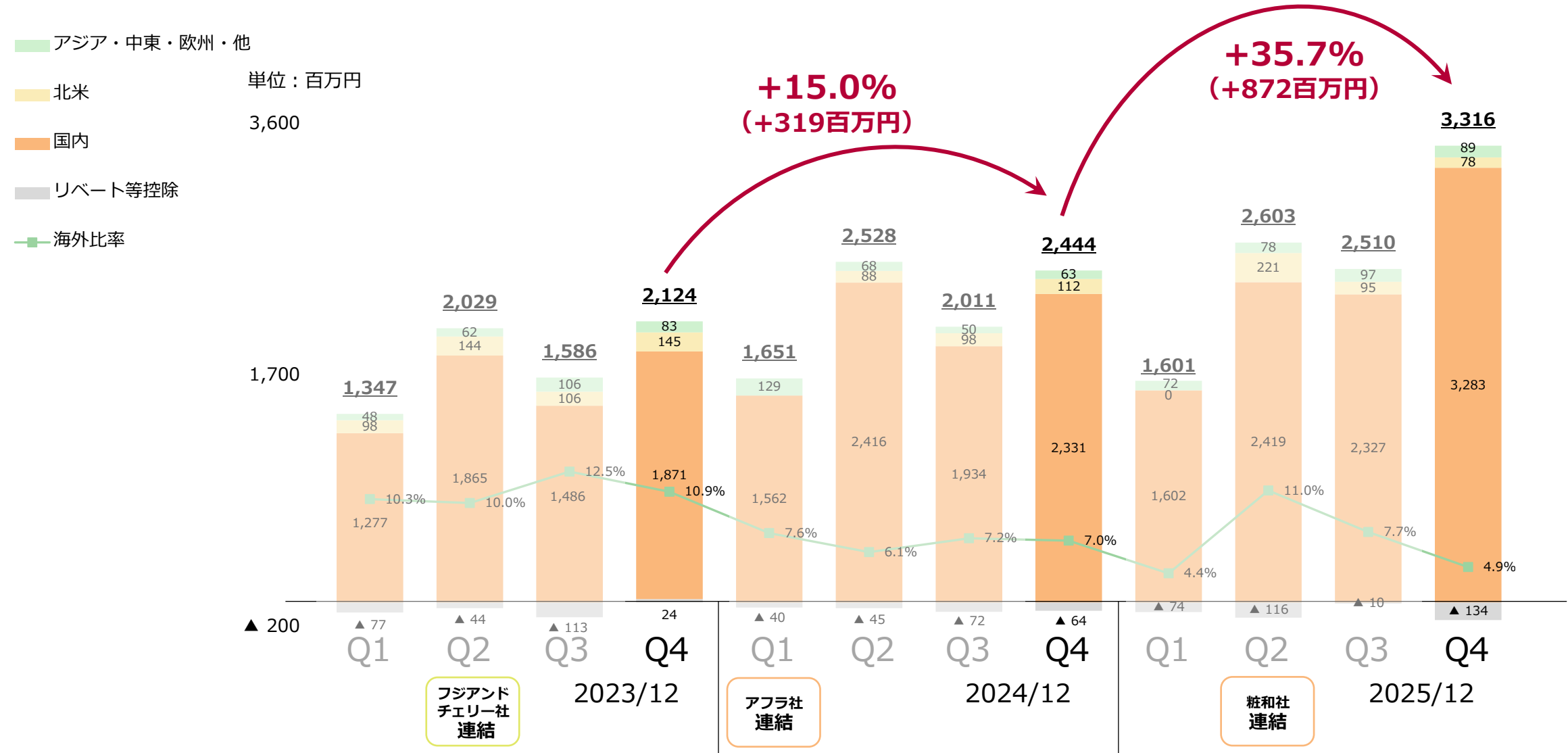
570百万円増加

＜主な要因＞

新規借入等で資金が増加



※2025年12月期時点のジャンル区分にて表示しております。



※2025年12月期時点の地域区分にて表示しております。

2025年12月期通期 トピックス

Topics

ヘドロトルネード

2025年4月発売の新商品『ヘドロトルネード 風呂釜洗浄』は、**発売からわずか9ヶ月で累計販売個数50万個を突破。**
予想を上回る初速で、通期業績へ貢献いたしました。

製品使用事例（動画キャプチャ）▼

単位：万個

月別販売累計個数（2025年4月～12月）

60

発売からわずか9ヶ月で
累計販売個数60万個目前！

商品の供給が
増えたことに
より伸長率UP！

在庫欠品
解消

予想以上の反響により
一時的に供給が
逼迫した影響で
売上の伸長が鈍化

在庫欠品発生



▲某スーパーマーケットでの
店頭プロモーション



各種プロモーション施策（インフルエンサー活用、WEB広告配信、店頭展開）の強化により、SNS上での話題喚起が進み、当該商品の認知度が向上。

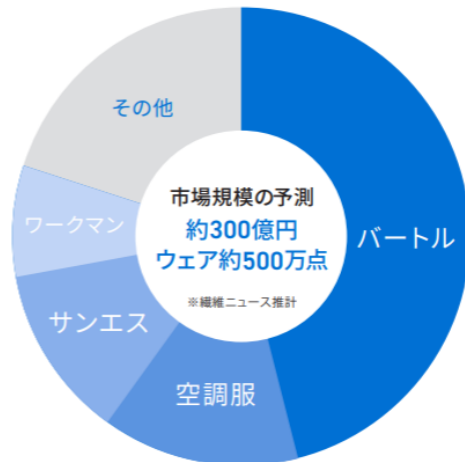
5月末から7月末にかけては一時的な欠品が発生するほどの高い需要が見られ、8月初旬の在庫復活以降も販売は好調に推移。

通期業績へ貢献した。

汗と風で驚きの冷感が持続*するクーリングウェアブランド「FREEZE TECH（フリーズテック）」は、
2026年4月に独自開発の電動ミニファン付きウェア【FREEZE TECH Air】を発売。
従来の“氷撃”・“氷撃α”シリーズとの併用により冷感性能を一層強化できる製品ラインアップを構築します。

市場規模 約300億円へ

電動ファン付きウェアのメーカー出荷金額に基づく
2026年の市場規模は、24年の約200億円から
約300億円へと成長すると推測。



※メーカー出荷金額の準拠。出荷金額はウェアとファン・バッテリーの
デバイスを含む全体で試算。デバイスはウェアの3分の1程度の販売量となる。

デザイン監修



■世界が注目する 吉井秀雄氏がデザインを担当

吉井氏は国際的に評価される日本のデザイナーであり、着用者主体と機能性・美意識を重視したユニフォームデザインに強みがある。

STAY CREATIVE
HI·DE·SIGN

Hideo Yoshii

製品概要

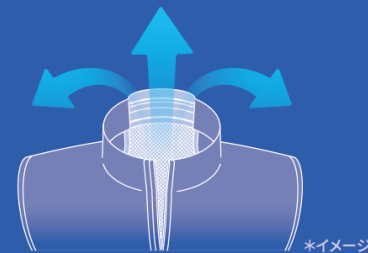
▶ <https://lodef.jp/freezetech/>



■小型化＝汎用性の拡大

小型ファンの採用により多様な商品展開が可能となった。これにより各業種で作業着・ユニフォームとして導入しやすくなり、活用領域は大きく拡大している。また、ファッションアパレルや子供服への応用も見込まれる。

[特許出願中] 通風機構※2



衣服内で発生した熱気を背面の通風機構から効率良く排出することで、常に快適な空気循環を実現。



本製品は、ハイドサイン(株)と、当社子会社であるファミリー・サービス・エイコー(株)により共同開発された独自技術のものです。

グループの技術力を結集し、シナジーを最大限に活かした製品です。

※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。

※1 特願2024-098187号 ※2 特願2024-072914号

ダニ対策ブランド「さよならダニー」は、**展開店舗数は10,500店舗（※1）、シリーズ累計販売個数は500万個（※2）を突破。**

これまで、外部に付与していた独占販売権の契約を解消し、当社が直接販売をすることとなりました。

これにより、販売体制の主導権が当社に移り、収益構造の改善および利益率の向上が見込まれます。

▶ 詳細は開示資料をご確認ください。

パッケージリニューアル

ブランドの世界観をより親しみやすく伝えるため、パッケージをリニューアル。新キャラクターは、ダニが好む環境や栄養源が詰まった風呂敷を背負って家から出ていく“旅立つダニー”。

「さよならダニー」の世界観をユーモラスに表現した、遊び心のあるデザインとし、手に取りやすさを高めた。

今後も、ダニ対策ブランドとして、生活者の声に寄り添いながら発信と商品開発を進めていく方針である。

さよならダニー®



「さよならダニー」シリーズ・新パッケージ

▶ <https://sayonara-danny.jp/>

今後の展開

SNSタイアップやWEB広告、TikTokアニメーションによるデジタルプロモーションを展開し、「さよならダニー」の効果性と世界観を訴求していく。



接点拡大により、生活者のダニ悩みに寄り添うブランドとして認知と理解の向上を図る。



当社子会社、ファミリー・サービス・エイコー(株)が医療機器としての品質管理・開発プロセスを主導。

グループの技術力を結集し、シナジーを最大限に活かした製品です。

▶ 詳細は開示資料をご確認ください。

RENERGY いじふ 働く男のエネルギーウェア

一般医療機器



着用する医療機器「RENERGY」: <https://lodef.jp/renergy/>

一般医療機器認定

製造販売届出番号: 20B2X00028000012

着るだけで疲労回復効果を発揮する**家庭用遠赤外線血行促進用衣**。
富士山御厨溶岩粉練込繊維と鉱石トルマリンパウダープリント加工による、ダブルの遠赤外線効果で血行促進・筋肉疲労の軽減を実現*。

※効果には個人差があります。

☀ Day 生地が薄いので、仕事中のインナーとして着用可能

🌙 Night 綿・レーヨン生地の快適な肌触りで部屋着としても着用可能

市場性と成長要因



拡大するリカバリーウェア市場

スポーツ選手から一般労働者まで、裾野を拡大中の成長市場へ参入



幅広いターゲット層

“業界初”※のノンデスクワーカーを主対象に、スポーツ愛好家から一般消費者まで幅広く訴求 ※2025年10月時点



多チャネル展開

ホームセンター、バイク・釣り具用品店からスタートし、順次販路を拡大予定



成長戦略

医療機器認定による差別化を武器に、ヘルスケア関連商品の成長を加速



「RENERGY 長袖クルーネック
／フルレングスタイツ」
¥8,800 (税抜)



▲某釣り具用品店での
店頭プロモーション

“手軽に使える目に見えて効果が実感できる”洗濯槽クリーナー「カビトルネード」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展開。

Web CMの公開や、藤本氏のYouTubeチャンネルでの複数動画配信など、話題性のある施策でブランド認知度を大きく高めています。

▶ [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

家事を軸にしたお悩み相談YouTube施策では、カビトルネード使用中の15分間に藤本美貴氏による「お悩みトルネード！相談室」を展開。

使用後のリアルな効果も発信し、共感と信頼を通じて購買意欲の向上を図った。



【ジメジメ悩み編】夫が洗濯物を裏返して出して困っています【ミキティ人生相談】

ハロー！ミキティ / 藤本美貴

チャンネル登録者数 102万人 ※2026年2月13日時点

シリーズ累計1,200万個突破！

各SNS施策に加え、ホームセンターやドラッグストアへの等身大パネル導入や、実物の洗濯槽を展示する販促施策が注目を集め、来店促進につながっている。

さらに、店頭プロモーション展開実績数の増加による効果もあり**カビトルネードシリーズは累計販売個数1,200万個を突破した。**今後もブランド価値の向上とさらなる成長を目指していく。



▲某ホームセンターでの店頭プロモーション

上半期比
約3,000店舗増！

店頭プロモーション
展開実績 累計

約 **9,000**

店舗以上

※2025年12月31日時点

“目覚めてすぐキスできる”オーラルケアブランドの「デンティス」は、
ブランドアンバサダーとして渡辺翔太氏が2024年に引き続き、継続してご就任いただき、大々的なプロモーションを展開。
 コンビニ市場参入や店頭施策強化で、ブランド浸透を加速してまいります。

コンビニ一部店舗でラインナップ拡充

外出や旅行で高まる口腔ケアニーズに応え、当社はファミリーマート一部店舗で『デンティス トラベルセット』を展開。その後11月に**コンビニ限定サイズのラインナップを拡充**、さらにはファミマビジョンでのCM放映により認知度と購買意欲を向上。
 今後もライフスタイルに寄り添う製品を幅広く展開していく。

ファミマビジョンでの
店頭放映▶



取扱商品一覧



「デンティス トラベルセット」
¥858 (税込)



「デンティス
マウススプレー 3mL」
¥660 (税込)



「デンティス 60g」
¥968 (税込)

シリーズ累計1,500万個突破！

各メディア露出やSNS施策、等身大パネルによる販促展開を引き続き強化。昨年は初回導入によるセルイン増が売上を牽引したが、今年は店舗数が拡大する中で安定した推移に。

一方で、ファミリーマート一部店舗でのラインナップ拡充の効果もあり**デンティスシリーズは累計販売個数1,500万個を突破**。今後もブランド価値の向上とさらなる成長を目指していく。

某ドラッグストアでの店頭プロモーション▼



前年比

約450店舗以上増！

店頭プロモーション
展開実績 累計

約 **10,000**

店舗以上

※2025年12月31日時点

第1四半期において、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1四半期発売（コスメ・トイレタリー・時計）

※新商品、一部抜粋



／ 新色追加！ ／
サッとひと塗り、自然なまとめ髪へ
SUMIDAY
HAIR BALM
by shuco

ヘアケア
コラボ製品

「SUMIDAY HAIR BALM（スミデー ヘアバーム）」
¥ 2,970（税込）



Coolist

ボディケア
既存ブランド

「クーリスト アセダレーヌフロズンモヒートの香り」
¥ 935（税込）



Coolist

ボディケア
既存ブランド

「クーリスト スカルプクーラー
シャイニー ラ・フランスの香り」
¥ 1,320（税込）



RaioS

ボディケア
既存ブランド

「RaioS サンスクリーンスプレー」
¥ 1,980（税込）



MELLOW
CHARM

ボディケア
既存ブランド

「メロウチャーム フレグランスUVミスト」
¥ 1,100（税込）



LUMINOX
SWISS MADE

Watch
既存ブランド

「NAVY SEAL FOUNDATION 3600 SERIES」
¥ 113,850（税込）

第2四半期においては、20商品以上の新商品を市場に投入いたしました。

第2四半期発売（コスメ）

※新商品、一部抜粋



QB.
Quick Beauty

ボディケア
既存ブランド

「QB ワキ用ディープクレンザー」
¥1,320（税込）



Coolist

ボディケア
既存ブランド

「クーリスト ヘッドクーラー」
¥1,320（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 ベルガモットの香り」
¥1,760（税込）



Baby Foot

ボディケア
既存ブランド

「ベビーフット 炭酸泡フットドライシャンプー」
¥1,540（税込）



Baby Foot

ボディケア
既存ブランド

「ベビーフット かかと用」
¥1,760（税込）



Baby Foot

ボディケア
既存ブランド

「ベビーフット足裏&足指リフレソックス」
¥2,420（税込）

第2四半期発売（コスメ・トイレタリー）

※新商品、一部抜粋



「DULAB (デュラボ) リキッドアイブロウ」
 カラー： ナチュラルブラウン・オリーブブラウン
 ￥3,520（税込）



「COSCOS UHDフルカバレッジクッション532
 (ナチュラルベージュ)」
 ￥3,520（税込）

COSCOS

コスメ
 既存ブランド



「OLE FIRST スカルプ男魂」
 ￥1,540（税込）

OLE FIRST

ボディケア
 既存ブランド



「メロウチャーム ファブリックミスト」
 ￥748（税込）

MELLOW
CHARM

トイレタリー
 既存ブランド



「ニオイトルネード エアコン用バイオ防カビ消臭剤」
 ￥1,078（税込）



トイレタリー
 既存ブランド



「ヘドロトルネード 風呂釜洗浄」
 ￥2,970（税込）



トイレタリー
 既存ブランド
 新シリーズ

第2四半期発売（機能衣料・Watch）

※新商品、一部抜粋

FREEZETECH®

機能衣料

繊維専門商社
モリリン(株)との
コラボ製品



「氷撃マルチケット」
¥ 14,800（税込）

／ エイコー社開発！ ／

FREEZETECH®

機能衣料
既存ブランド



「フリーズテック 空調エアーマット」
¥ 39,800（税込）

FREEZETECH®

機能衣料

紳士服量販店
（株）コナカとの
コラボ製品



「氷撃シャツ」
長袖：8,690円（税込）／半袖：7,590円（税込）

FREEZETECH®

機能衣料

ウィッグ・毛髪ケア
総合企業
（株）アデランスとの
コラボ製品



「ウィッグ冷感持続ミスト」
¥ 1,760（税込）


Luminox
SWISS MADE

Watch
既存ブランド



「Luminox Navy SEAL 3500 SERIES」
¥ 84,150（税込）


Luminox
SWISS MADE

Watch
既存ブランド



「RED BULL AMPOL RACING LIMITED」
Luminox 0321 AMPOL RB LIMITED：¥ 69,850（税込）
Luminox 3501 AMPOL RB LIMITED：¥ 98,340（税込）

第3四半期においては、10商品以上の新商品を市場に投入いたしました。

第3四半期発売（コスメ）

※新商品、一部抜粋



恋する♡ハミガキ
+ DENTISTE'

デンティス

オーラルケア
既存ブランド

「デンティス マスカットミント チューブタイプ」
¥1,595（税込）



恋する♡ハミガキ
+ DENTISTE'

デンティス

オーラルケア
既存ブランド

「デンティス マウススプレー 15mL」
¥1,320（税込）



恋する♡ハミガキ
+ DENTISTE'

デンティス

オーラルケア
既存ブランド

「デンティス マウススプレー 3mL」
¥660（税込）



Baby Foot

ボディケア
既存ブランド

「ベビーフット 60分タイプMサイズ
シナモロール パッケージ」
¥2,200（税込）



Baby Foot

ボディケア
既存ブランド

「ベビーフット かかとひび割れ予防セット
クロミ パッケージ [医薬部外品]」
¥1,540（税込）

第3 四半期発売（トイレタリー・機能衣料）

※新商品、一部抜粋

**OLE FIRST**ボディケア
既存ブランド「OLE FIRST 消臭パウダー Mu-shu」
¥ 2,420（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Neo
大型洗濯機用 洗濯槽クリーナー 縦型」
¥ 1,210（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 浴室用カビ取りジェル」
¥ 2,640（税込）**FREEZETECH**機能衣料
既存ブランド「FREEZE TECH 氷撃+（プラス）
PCMクーリングベスト001/BLK（F）」
¥ 16,280（税込）**LUMINOX**
SWISS MADEWatch
既存ブランド「Luminox NAVY SEAL
FOUNDATION 3200 SERIES」
¥ 117,810（税込）**LUMINOX**
SWISS MADEWatch
既存ブランド「Luminox Navy SEAL COLORMARK 3050 SERIES」
¥ 98,010（税込）

第4四半期においては、15商品以上の新商品を市場に投入いたしました。

第4四半期発売（コスメ・トイレタリー）

※新商品、一部抜粋



Baby Foot

ボディケア
既存ブランド



Baby Foot

ボディケア
既存ブランド



恋する♥ハミガキ
+ DENTISTE!
デンティス

オーラルケア
既存ブランド

「ベビーフット イージーパックカシス&シャルドネの香り」
¥1,760（税込）

「ベビーフット 足爪プロテインパック」
¥1,980（税込）

「デンティス ピーチ&ミント チューブタイプ」
¥1,595（税込）



サッとひと塗り、自然なまとめ髪へ
SUMIDAY
HAIR BALM
by shuco

ヘアケア
コラボ製品



MELLOW
CHARM

トイレタリー
既存ブランド

「SUMIDAY ニュアンスメイキング&ベーススプレー」
¥3,300（税込）

「メロウチャーム フレグランスペーパー」
¥438（税込）



ミズアカトルネード

トイレタリー
既存ブランド

新シリーズ

「ミズアカトルネード 浴室用壁洗浄剤」
¥1,980（税込）

第4四半期発売（機能衣料・家電・時計）

※新商品、一部抜粋



RENERGY

機能衣料

新ブランド

「RENERGY 長袖クルーネック／フルレングスタイツ」
¥9,680（税込）

THERMOLIFE

機能衣料
既存ブランド「LDM_TO_ニールソックス_BLK」
¥3,190（税込）La Luna
ラルーナ家電
既存ブランド「La Luna イヤーヒーター」
¥9,900（税込）Luminox
SWISS MADEWatch
既存ブランド「Luminox BEAR GRILLS SURVIVAL LAND 3710 SERIES」
¥91,300（税込）Luminox
SWISS MADEWatch
既存ブランド「Luminox ICE-SAR 1080 SERIES」
¥95,150（税込）Luminox
SWISS MADEWatch
既存ブランド「Luminox F-117 NIGHTHAWK™ 3400 SERIES」
¥182,600（税込）

2026年12月期通期 業績予想

Earnings Forecast

売上高

2026年12月期通期 計画

13,200 百万円

2025年12月期通期 実績

10,031 百万円

3,168 百万円 増 (+31.6%)

EBITDA

2026年12月期通期 計画

541 百万円

2025年12月期通期 実績

328 百万円

212 百万円 増 (+64.5%)

経常利益

2026年12月期通期 計画

250 百万円

2025年12月期通期 実績

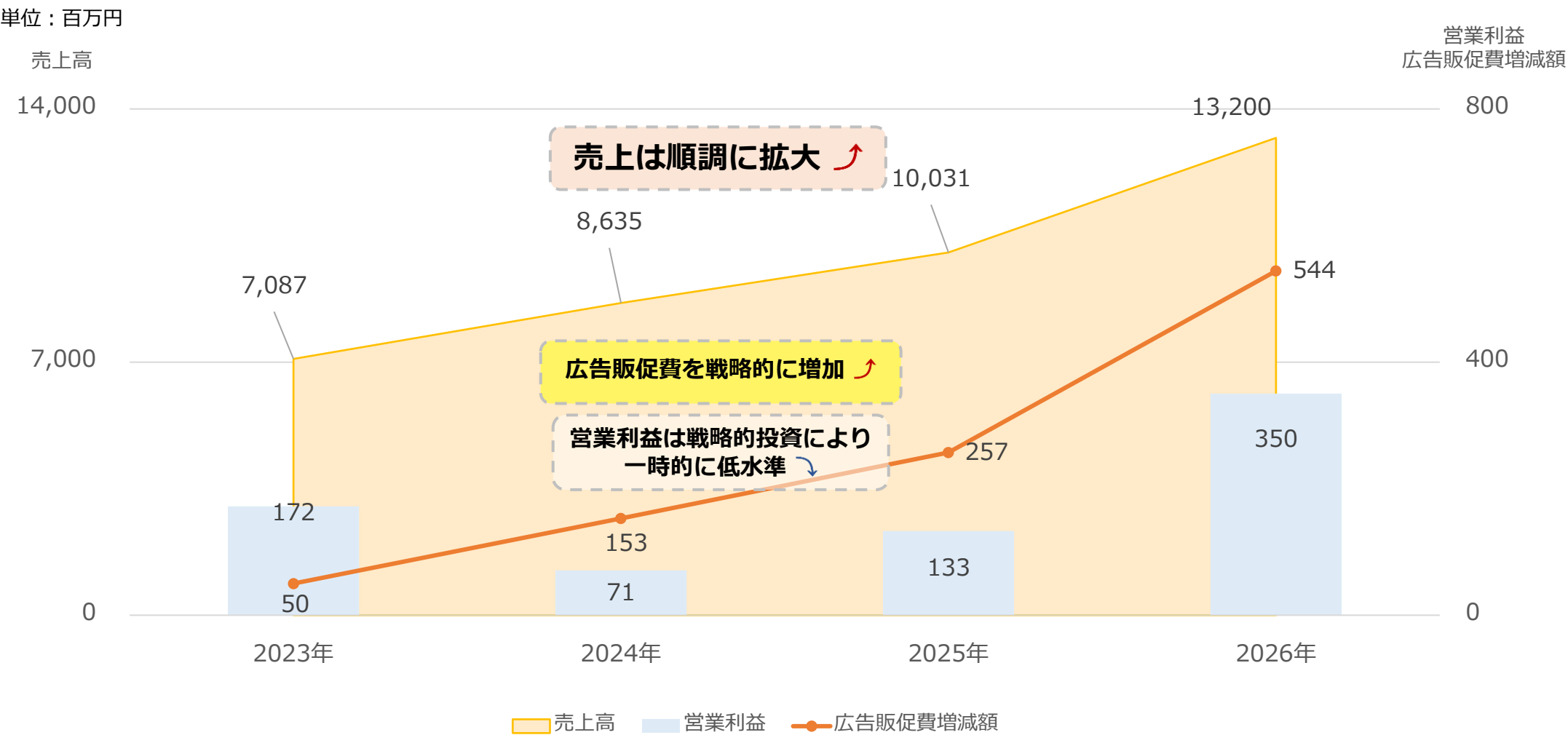
49 百万円

200 百万円 増 (+404.2%)

✓売上高増収の主な要因

- ・主要ブランドの育成と活性化を狙い
ー機能衣料ジャンルでは、冷感ウェア「FREEZE TECH（フリーズテック）」の**大型プロモーション**を計画するとともに、昨年発売のリカバリーウェア「レナジー」の拡販により**成長を加速**させる。
- ーコスメジャンルでは、**ヘアケア市場への参入**による新商品投入や新カテゴリー展開を進めるほか、(株)粧和とのシナジーを活用し**新商品開発を強化**。
- ートイレタリーでは、大ヒット商品「ヘドロトルネード」の**拡販**に加え、「FREEZE TECH」の冷感ミストおよび「さよならダニー」の**プロモーションを強化**。
- ・上記プロモーション効果で実店舗での拡販を狙う等、営業活動強化のため人員増 **(人件費 前年比32.7%増)**
(広告販促費 前年比52.4%増) を計画。

中期経営計画達成に向けた先行投資として、ブランド認知拡大を目的とした広告販促を強化している。



単位：百万円

	2025/12 実績	2026/12 予想	増減額	増減率
売上高	10,031	13,200	+3,168	+31.6%
売上総利益	4,073	5,610	+1,536	+37.7%
販売費及び一般管理費	3,940	5,260	+1,319	+33.5%
営業利益	133	350	+216	+162.7%
EBITDA	328	541	+212	+64.5%
経常利益	49	250	+200	+404.2%
親会社株主に帰属する当期純利益	46	127	+80	+174.1%

※EBITDA = 税前利益+支払利息+社債利息+減価償却費+のれん償却費

単位：百万円

	2025/12 実績	構成比	2026/12 予想	構成比	増減額	増減率
コスメ	4,237	42.2%	5,200	39.4%	+963	+22.7%
トイレタリー	2,636	26.3%	3,195	24.2%	+559	+21.2%
機能衣料	989	9.9%	2,018	15.3%	+1,028	+103.9%
浄水器・医療機器	929	9.3%	1,280	9.7%	+351	+37.8%
生活雑貨・家電他	1,575	15.7%	2,070	15.7%	+494	+31.9%
リベート等控除	▲334	▲3.3%	▲566	▲4.3%	▲232	—
合計	10,031	100.0%	13,200	100.0%	+3,168	+31.6%

中期経営計画

Medium-term Management Plan



ダイバーシティー思想で、
広く一般個人の閃きやアイデアを集め、
それらを具現化できるモノづくり企業が集う
プラットフォーム【BUZZMADE[®]】を開発。

そこから誕生する商品を流通させ
様々な市場ジャンルの販路と
合理的な物流システムの構築により、
個人がモノ作りのアイデアで収入が得られる社会と
モノづくり産業を発展させる。

2030年目標

売上高300億円

経常利益20億円

単位：百万円

【売上高】

30,000

20,000

10,000

0

■ 売上高

■ 経常利益

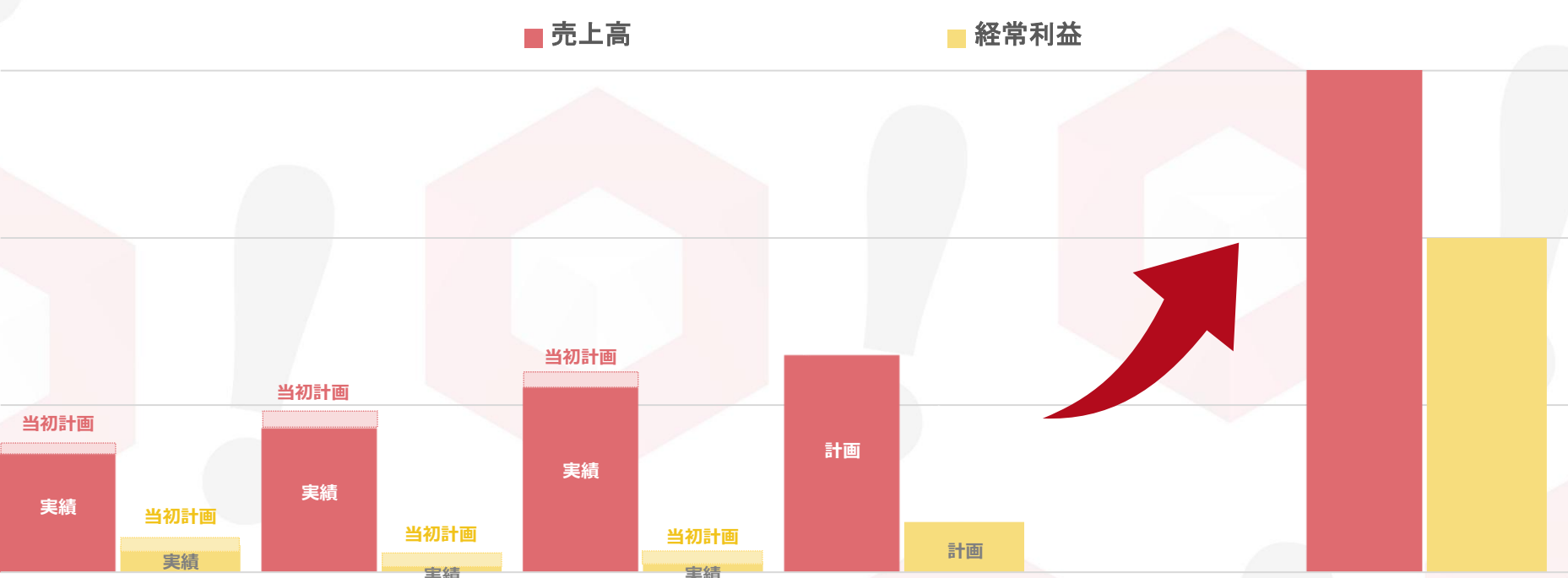
【経常利益】

3,000

2,000

1,000

0



2023年実績

2024年実績

2025年実績

2026年計画

2030年計画

売上高

7,087
(当初計画7,600)

8,635
(当初計画7,600)

10,057
(当初計画11,000)

13,000

30,000

経常利益

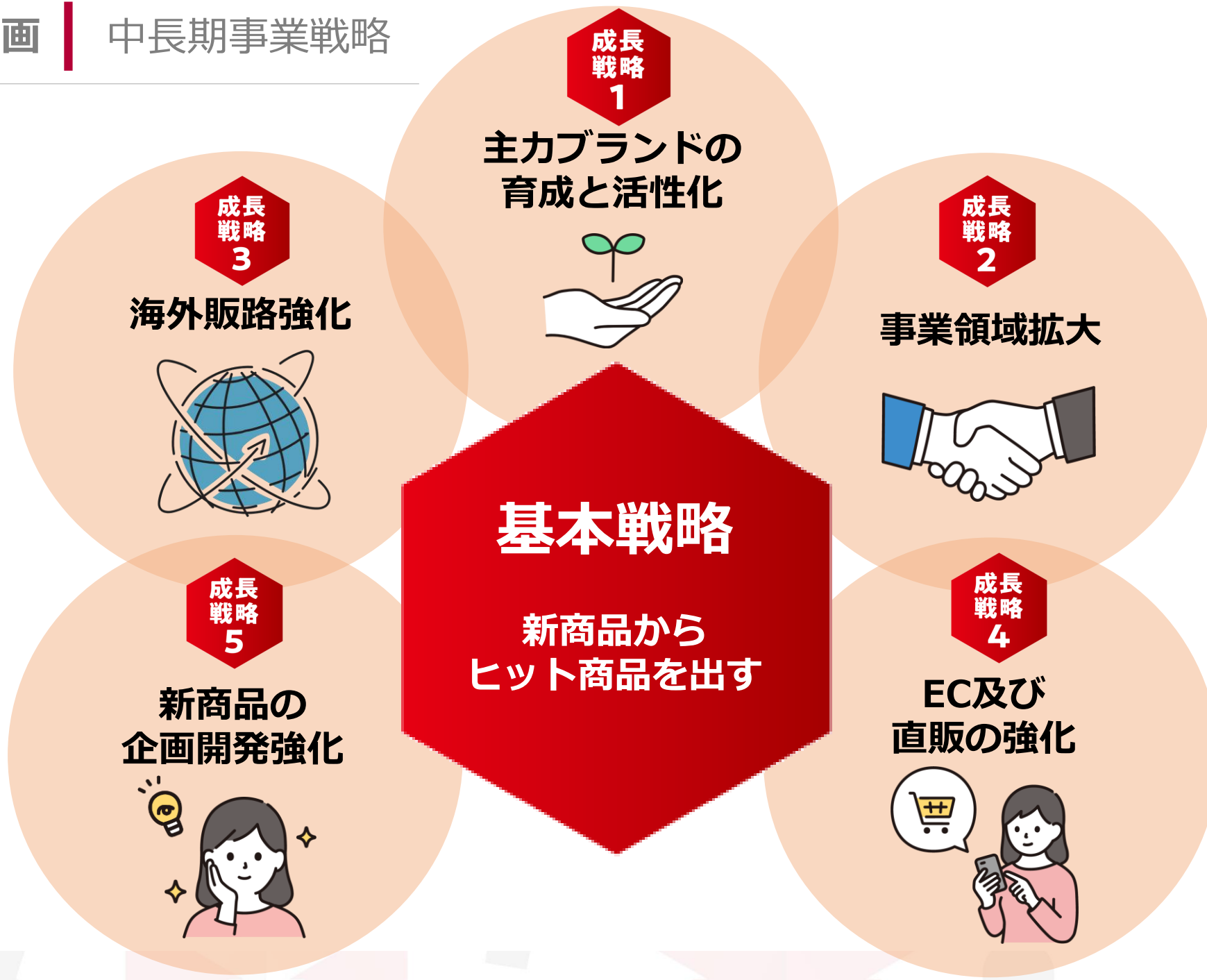
161
(当初計画300)

50
(当初計画250)

62
(当初計画300)

300

2,000



基本
戦略

「新商品からヒット商品を出す」

1

新商品企画開発

- ・事業領域ごとのブランド整理（美容、日雑、時計、美容健康家電、生活雑貨、医療用具、機能衣料他）
- ・既存ブランドのシリーズ強化に重点を置いた企画開発
- ・ブランドコンセプトを重視した新規ブランド企画開発
- ・スポットブランドの商品企画開発
- ・ODMやプライベートブランドの商品企画の強化

2

新商品企画とテスト&ロールの新ルール

- ・新商品の発売にあたり、事前リサーチ（既存競合ブランドの有無や売上規模、全体の市場性の検証）で、商品の発売に向けた事前確認を行う
- ・テスト販売からのNo. 1 施策を効果的に実施する（店頭展開前に実績を作って優位な商談と売り場獲得を進める）

3

クラウドファンディングによる「BUZZMADE[®]」発商品のテスト販売

※[成長戦略5](#)「新商品の企画開発強化」（P.61）にて、詳細をご説明しております。

成長
戦略
1

主力ブランドの育成と活性化

1

プロモーション活動（PR、SP、宣伝）の強化

重点ブランドを選定し、効果的なプロモーションを展開する。

2

付加価値向上に伴う価格改定の実施

リニューアル機会を活用し、付加価値の増強とともに価格最適化を実施する。

3

価値を維持した上での海外生産活用

ブランドの世界観と商品価値を踏まえつつ、海外生産へのシフトにより原価低減を進める。

成長
戦略
2

事業領域拡大

リベルタの商品企画力とマーケティング力、
既存の流通販路を最大限活用するために、
積極的にファブレスメーカーとのM&Aを実施し、
新たな商品ジャンル（事業領域）の拡大を推し進めていく。



さらなる販路拡大、
取扱ジャンル拡大へ！

成長
戦略
3

海外販路強化

1 国内で生み出されたヒットブランドのシリーズ商品拡充によるブランド認知度向上

- ・ 削らない角質ケアブランド「Baby Foot」
- ・ やさしいUVケアブランド「RaioS」
- ・ お悩み解決スキンケアブランド「Quick Beauty」
- ・ 冷感ウェアブランド「FREEZE TECH」

2 実行組織の強化

2024年3月に米国現地法人を設立、スピーディーな意思決定と営業活動を強化する。

3 価格競争力の強化

アジア地域の提携工場を積極的に開拓予定。

Baby Foot

QB
Quick Beauty

RaioS

FREEZETECH



成長
戦略
4

EC及び直販の強化

- 1 フジアンドチェリー(株)をリベルタのECおよび直販部門に統合し、販売体制の効率化と収益性の向上を図る
- 2 ブランドを軸としたDtoC展開の強化



La Luna エアーアイマスク



La Luna イヤーヒーター



DULAB



METASUI

成長
戦略
5

新商品の企画開発強化



BUZZMADE[®] (バズメイド) × AI による商品企画の実現

これまでに1,000を超える商品企画・販売のノウハウを有する当社が、
そのノウハウをAIで活用できる形にしたスキームとして公開。
誰もが自由な発想で商品を企画でき、成功報酬を狙える商品企画プラットフォームです。

業務提携



リベルタの経営目標（Vision）と中期経営計画の基本戦略に基づき、
CAMPFIRE、BUZZMADE[®]、リベルタの発展が加速する提携を目指しています。

モノづくりの自動化
BUZZMADE

企画販売
ノウハウ

Liberta!

国内外の
小売流通網



シナジー効果

アライアンス先

業務提携
資本提携
M&A

非連続的な成長

- 商品ジャンルの拡大
- 海外販路の強化
- EC販売の強化
- 企画販売の強化
- 企画販売のDX化

「氷撃」および「氷撃α」 プロジェクト展望

『FREEZE TECH』の
ターゲット

ノンデスクワーカー※

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



※多様な現場で私たちの生活基盤を支え、社会の安全と快適さを維持する重要な役割を担う人

ワーク

商品	取引先	内容	2025年	2026年	2027年～
氷撃α 冷感ミスト	大手鉄鋼メーカー	採用に向け、複数ルートでの協議を進行中	提案中		
氷撃	航空機地上支援業務会社	試験導入済	試験導入済		
氷撃	航空機地上支援業務会社 (ANA成田エアポートサービス(株))	従業員の方々による試験着用中	試験着用開始		
氷撃α 冷感ミスト	大手航空会社	採用検討に向け まずはNB製品での試験着用を開始	試験着用開始		試験導入目標
氷撃	作業服専門店	フランチャイズ各店に取扱い打診中 さらにOEM製造の採用に向けて提案中	試験導入目標		
氷撃α	作業ユニフォーム アパレルメーカー	OEM製造に向けて進行中 まずは通常商品の試験導入を継続、評価を実施	試験導入済		
冷感ミスト	大手ガソリンスタンド	「大容量衣類用冷感ミスト」の試験導入を継続、 評価を実施	契約締結済 試験導入済		
冷感ミスト	自動車関連会社 (トヨタモビリティパーツ(株) 愛知支社)	冷感ミストの配荷を開始	契約締結済 試験導入済	本格導入目標	
氷撃α	テーマパーク	氷撃アームカバーと冷感ミストの 試験導入を継続、評価を実施	契約締結済 試験導入済		
氷撃α	行政機関	特定行政機関のユニフォーム標準仕様規格に 登録完了（2026年1月）		ユニフォーム標準 仕様規格に登録	
冷感ミスト	行政機関	冷感ミストの試験導入中	試験導入済		
氷撃α	農業従事者と地域をつなぐ 全国的な流通団体	農業流通から全国展開を目指し提案中			本格導入目標
冷感ミスト	大手健康飲料販売会社	販売員向けに冷感ミストの導入を開始	契約締結済 試験導入済		
氷撃 冷感ミスト	大手道路事業会社	地方の支店に氷撃アームカバー・ 冷感ミストの試験導入を開始	契約締結済 試験導入済		
氷撃 冷感ミスト	大手運送会社	ウェアと冷感ミストが来シーズン本格導入予定		本格導入予定	
氷撃 冷感ミスト	産業機器・住設機器の総合専門 商社（ユアサ商事(株)）	全国に住設・空調・産業機器などの幅広い 販売網を持つ同社と本契約を締結		2026年1月 契約締結済	

※ 赤字の箇所は、2025年に状況が更新された項目、または新たに追加されたプロジェクトを示しています。また、当該プロジェクトの一環として段階的な展開を進める中で、具体的な進捗が見られたタイミングも反映しております。

※ 黄色ハイライトの箇所は各プロジェクトの契約締結や試験(テスト)導入開始等を目標としている時期を示しており、単なる希望的観測ではなく、商談や導入に向けた具体的な協議が進行している案件に基づいています。ただし、あくまでも当資料の開示時点の想定であり、状況の変化によっては当社の予想と異なる結果となる可能性がございます。また、各プロジェクトの進捗状況につきましては随時IRとして適時開示をしていく方針でございますが、契約に係る情報の開示につきましては、契約先企業の承諾をいただく必要があり、必ずしも全てを開示できるとは限りませんので、ご了承ください。

※一部抜粋 ※2025年12月31日時点

『FREEZE TECH』の
ターゲット

ノンデスクワーカー※

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



※多様な現場で私たちの生活基盤を
支え、社会の安全と快適さを維持
する重要な役割を担う人

- スポーツ
- スポーツ
- アパレル
- その他

商品	取引先	内容	2025年	2026年	2027年～
氷撃 α	大手スポーツウェアメーカー	特注/OEM製品の製造に向けて提案中	試験 販売目標		
氷撃 α 氷撃	大型スポーツ用品店	主要店舗での導入が進み、本格展開段階へ移行	本格導入済		
氷撃 冷感ミスト	ゴルフ用品店	OEM製品販売中 さらに冷感ミストは全店舗導入済	本格導入済		
氷撃 冷感ミスト	広範なゴルフ販路を持つ総合 サプライヤー（キャスコ㈱）	㈱二木ゴルフや㈱太平洋クラブ等 大手ゴルフ関連企業での導入済	契約締結済 試験導入済		
氷撃 α	ゴルフアパレルブランド	OEM製品（アームカバー/氷撃タグ付き） 販売中	オリジナル製品 販売開始済		
氷撃 α	横浜FC ニッパツ横浜FCシーガルズ	オフィシャルサプライヤー契約締結 選手の練習着として提供	契約締結済		
氷撃 α 冷感ミスト	プロ野球球団	オリジナルデザイン製品が販売開始済(冷感ミスト) 来年に向けた提案を進行中	オリジナル製品 販売開始済		
氷撃	紳士服量販店（㈱コナカ）	「コナカ・フタタ」全店舗で「氷撃シャツ」販売開始 来年の新規アイテムに向けて協議中	本格導入済		
氷撃 α	大阪・関西万博	万博での展開実績を活かし、 今後の展開に向けた基盤を構築	オリジナル製品 販売開始済		
氷撃 α	国立大学	冷感ウェア市場国内初となる 訴求を目指すためエビデンス試験を開始	試験開始		エビデンス 取得目標
冷感ミスト	ウィッグ・毛髪ケア 総合企業 （㈱アデランス）	ウィッグ用ミストの販売開始済 来年に向けた提案を進行中	オリジナル製品 販売開始済		

※ 赤字の箇所は、2025年に状況が更新された項目、または新たに追加されたプロジェクトを示しています。また、当該プロジェクトの一環として段階的な展開を進める中で、具体的な進捗が見られたタイミングも反映しております。

※ 黄色ハイライトの箇所は各プロジェクトの契約締結や試験(テスト)導入開始等を目標としている時期を示しており、単なる希望的観測ではなく、商談や導入に向けた具体的な協議が進行している案件に基づいています。ただし、あくまでも当資料の開示時点の想定であり、状況の変化によっては当社の予想と異なる結果となる可能性がございます。また、各プロジェクトの進捗状況につきましては随時IRとして適時開示をしていく方針でございますが、契約に係る情報の開示につきましては、契約先企業の承諾をいただく必要があり、必ずしも全てを開示できるとは限りませんので、ご了承ください。

氷撃および氷撃α | 2025年～2030年のプロジェクト展望（海外）

※一部抜粋 ※2025年12月31日時点

『FREEZE TECH』の
ターゲット

ノンデスクワーカー※

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



※多様な現場で私たちの生活基盤を支え、社会の安全と快適さを維持する重要な役割を担う人

	商品	取引先	内容	2025年	2026年	2027年～
ワーク	氷撃	(CAN) CIMA社 Public Safety流通(行政機関) 代理店	カナダ国内の公共安全機関に向けた OEM製品が試験販売開始済 新規案件の提案に向け進行中	契約締結済 試験販売開始済		
	氷撃	(DEU) 建築業界向けBtoB企業	製品導入に向け協議中	試験 導入予定		
	氷撃	(UK)防衛・治安分野に特化した 専門代理店	現地販売に向けた準備を進行中	契約締結予定		
	氷撃	(USA)ワーク流通代理店	世界最大手物流企業をはじめ ワーク流通顧客への導入提案を推進	契約締結済		
スポーツ	氷撃	(USA)プロアメリカン フットボールリーグ	マーケティングプラン協議中	契約締結予定	試験 導入目標	
	氷撃	(USA)大学フットボール市場	マーケティングプラン協議中	契約締結予定	試験 導入目標	
	氷撃	(DEU)ゴルフブランド	試験着用に向けて進行中	契約締結予定	試験 着用開始予定	
	氷撃	(ITA)モータースポーツ アパレル	氷撃生地の導入に向けて協議中	試験 導入予定		
	氷撃	(USA)乗馬用アパレル・ フットウェアメーカー	生地採用に向け協議中			契約締結予定
	氷撃	(USA)武道用アパレルメーカー	剣道具としての生地提案中	試験 販売目標		

※ 赤字の箇所は、2025年に状況が更新された項目、または新たに追加されたプロジェクトを示しています。また、当該プロジェクトの一環として段階的な展開を進める中で、具体的な進捗が見られたタイミングも反映しております。

※ 黄色ハイライトの箇所は各プロジェクトの契約締結や試験(テスト)導入開始等を目標としている時期を示しており、単なる希望的観測ではなく、商談や導入に向けた具体的な協議が進行している案件に基づいています。ただし、あくまでも当資料の開示時点の想定であり、状況の変化によっては当社の予想と異なる結果となる可能性がございます。また、各プロジェクトの進捗状況につきましては随時IRとして適時開示をしていく方針でございますが、契約に係る情報の開示につきましては、契約先企業の承諾をいただく必要があり、必ずしも全てを開示できるとは限りませんので、ご了承ください。

氷撃および氷撃a

※一部抜粋 ※2025年12月31日時点

『FREEZE TECH』の ターゲット

ノンデスクワーカー※

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



※多様な現場で私たちの生活基盤を支え、社会の安全と快適さを維持する重要な役割を担う人

その他

商品	取引先	内容	2025年	2026年	2027年～
氷撃	(FRA)世界最大級 スポーツ用品小売企業	試験着用で高評価を獲得 サイクリングウェアやランニングウェア への採用に向けて提案中	試験 販売目標		
氷撃	(KOR)グローブメーカー	モータサイクル用グローブの生地として提案中	試験 導入目標		
氷撃α	(CHE)スポーツ用品メーカー	冷感プリント加工の技術検証を進行中		試験 導入目標	
氷撃α	(UK)レーシングチーム	初回試験着用のフィードバックを基に改良 再試験を実施中	試験 着用開始		
氷撃	(USA)Universal	来シーズンに向けた 新規製品の採用に向け協議中	契約締結済 商品納品済		
氷撃	(KOR) TVショッピング	来シーズンの露出に向け協議中	テレビ露出済		
氷撃	(MYS)ヒジャブメーカー	市場ニーズに合わせた仕様変更を進行中 新仕様の協議を通じて販売強化を図っていく	本格導入開始済		
氷撃	(MYS)アパレル代理店	学生服生地として提案中		試験 導入目標	
氷撃	男性向け中東諸国民族衣装 製造への冷感プリント提供	ハイエンド向けの高品質生地としての採用に向け 試験着用中	試験 販売目標		本格導入目標

※ 赤字の箇所は、2025年に状況が更新された項目、または新たに追加されたプロジェクトを示しています。また、当該プロジェクトの一環として段階的な展開を進める中で、具体的な進捗が見られたタイミングも反映しております。

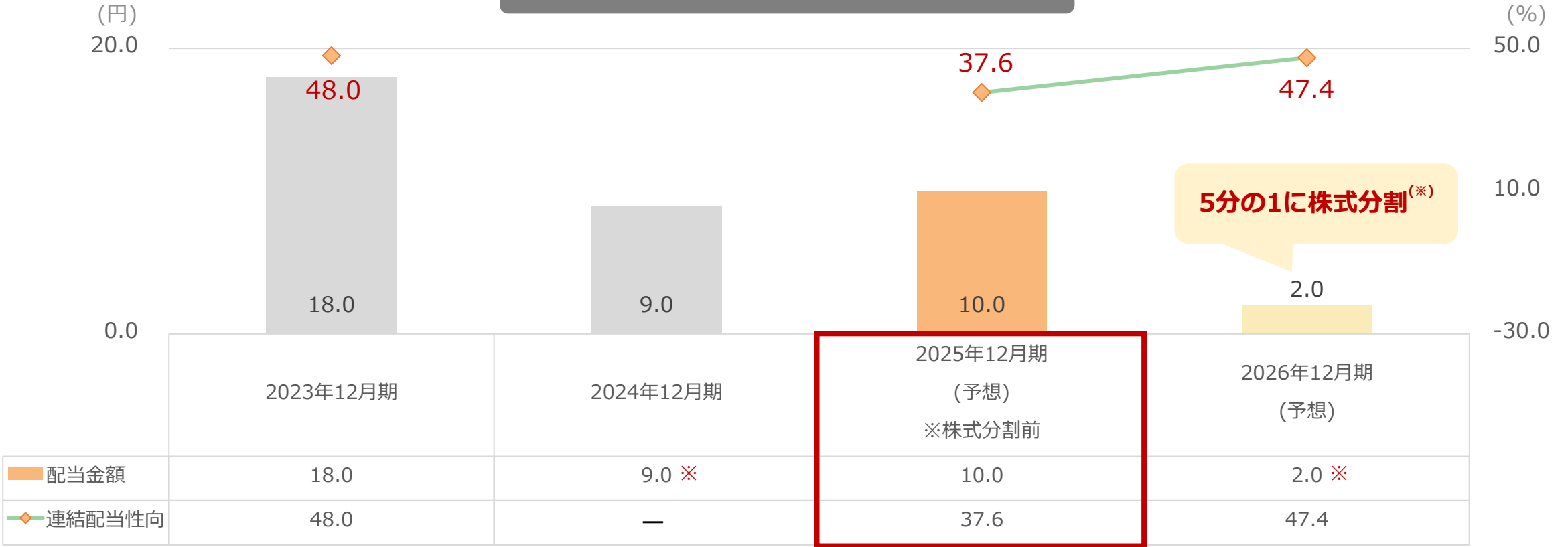
※ 黄色ハイライトの箇所は各プロジェクトの契約締結や試験(テスト)導入開始等を目標としている時期を示しており、単なる希望的観測ではなく、商談や導入に向けた具体的な協議が進行している案件に基づいています。ただし、あくまでも当資料の開示時点の想定であり、状況の変化によっては当社の予想と異なる結果となる可能性がございます。また、各プロジェクトの進捗状況につきましては随時IRとして適時開示をしていく方針でございますが、契約に係る情報の開示につきましては、契約先企業の承諾をいただく必要があり、必ずしも全てを開示できるとは限りませんので、ご了承ください。

株主還元

Shareholder Return

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、2025年12月期の配当は前期から増配し、年間10.00円、配当性向37.6%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。

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す。**

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。

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**いたします。

対象株主様は、2025年12月末の基準日に 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**

お好きな商品と交換が出来ます

※優待ポイントご利用期限：会員登録日から1年間

公表日	リリースタイトル
2025/10/01	「ベビーフット カシス&シャルドネの香り」数量限定発売のお知らせ
2025/10/02	“目覚めてすぐキスできる”恋するハミガキ「デンティス」ブランドアンバサダー渡辺翔太さん出演の新Web CM第二弾公開のお知らせ
2025/10/08	ヘアスタイリスト・shuco氏監修のヘアケアブランド「SUMIDAY(スミデー)」より「ニュアンスメイキング&ベーススプレー」発売のお知らせ
2025/10/09	機能衣料ブランド『LIDEF（リデフ）』より新シリーズブランド「REENERGY（レナジー）」発売のお知らせ
2025/10/10	ミリタリーウォッチブランド「Luminox（ルミノックス）」より「Luminox RECON NAV SPEC 8830 SERIES」新モデル発売のお知らせ
2025/10/21	手軽に使える目に見えて効果が実感できる洗濯槽クリーナー「カビトルネード」シリーズ累計1200万突破のお知らせ
2025/10/22	「デンティス ピーチ&ミント チューブタイプ」発売のお知らせ
2025/10/29	トルネードLABOシリーズ「ヘドロトルネード 風呂釜洗浄」累計販売個数20万個突破のお知らせ
2025/10/30	「ベビーフット 足爪プロテインパック」発売のお知らせ
2025/10/31	ドイツ・デュッセルドルフ開催「A+A 2025」に初出展世界最大級の国際労働安全衛生展に挑戦
2025/11/04	口臭予防ケア、コンビニでより手軽に！「デンティス」シリーズ、ファミリーマートの一部店舗でラインナップ拡充のお知らせ
2025/11/05	台風第15号災害に対する義援金寄付に関するお知らせ
2025/11/13	ミリタリーウォッチブランド「Luminox（ルミノックス）」より「Luminox ICE-SAR 1080 SERIES」新モデル発売のお知らせ
2025/11/14	2025年12月期第3四半期決算短信〔日本基準〕(連結)
2025/11/14	2025年12月期第3四半期決算説明資料
2025/11/19	@cosmeベストコスメアワード2025 ベストオーラルケア《第1位》を獲得「デンティス」ギフトセット発売のお知らせ
2025/11/21	ミリタリーウォッチブランド「Luminox（ルミノックス）」より新モデル発売のお知らせ
2025/11/21	「La Luna（ラルーナ）イヤークヒーター」『Makuake（マクアケ）』での先行販売開始のお知らせ

公表日	リリースタイトル
2025/11/28	「さよならダニー」累計500万個突破、キャラクター刷新で新たな一歩
2025/12/12	ミリタリーウォッチブランド「Luminox（ルミノックス）」より「Luminox PACIFIC DIVER 3120 SERIES」新モデル発売のお知らせ
2025/12/17	機能衣料ブランド『LIDEF』の「ThermOne（サーモワン）」より「膝上ロング丈ソックス」発売のお知らせ
2025/12/18	ミリタリーウォッチブランド「Luminox（ルミノックス）」より「Luminox F-117 NIGHTHAWK 3400 SERIES」新モデル発売のお知らせ

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