



2024年12月26日

各位

会社名 株式会社リベルタ

代表者名 代表取締役社長 佐藤 透

(コード番号 4935 東証スタンダード市場)

問合せ先 専務取締役 二田 俊作

(TEL. 03-5489-7661)

2024年12月期第3四半期決算説明会（動画配信）において 投資家の皆様よりいただいたご質問と回答について

当社が2024年11月14日に開催いたしましたYouTube動画配信による決算説明会の中で投資家の皆様よりいただいたご質問につきまして、配信内では取り上げきれなかったご質問への回答を、下記のとおり公表させていただきます。

※本開示には、12月26日時点での情報を掲載しております。

記

Q1：大統領選が終わりましたが、新大統領による影響や恩恵はありますか。

A1：トランプ氏の新大統領就任に対する当社の解釈といたしましては、今のところトランプ氏は輸入を抑制し米国の製造業を強化する考えのため、その影響で工場勤務者などノンデスクワーカーからの FREEZE TECH の需要が高まる可能性があるかと想定しております。ただし、今後のトランプ氏の方向性によってどのように動いていくかは依然不透明であるため、当社は今後の状況を注視し、市場の変化に柔軟に対応していく所存でございます。

Q2：ロングヒット商品が増えていく見込みについては、今のところどのような状況でしょうか。

A2：当社は「新商品からヒット商品を出す」を基本戦略とし、新商品企画開発、フジアンドチェリー社から得たEC販売ノウハウを活用したテスト&ロールの新ルール、クラウドファンディングによる「BUZZMADE」発商品のテスト販売を掲げています。

これまでと同様に、新商品の発売が決定いたしましたら随時適時開示を行い、その後売上に影響を与える状況が発生した場合には決算説明資料にてご説明するなど、必要に応じて進捗をご報告させていただきますので、現時点での言及は控えさせていただければ幸いです。

Q 3 : ユニバーサル社との契約締結については、開示されますか。

A 3 : 「FREEZETECH」ブランドの氷撃および氷撃 α 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。しかしながら契約に係る情報の開示につきましては、あくまでも契約先企業の承諾をいただく必要がございますので、必ずしも全てを開示できるとは限らない、という点をご了承いただけますと幸いです。

なお、米 Universal 社につきましては既に出荷を開始している旨を 2024 年 12 月期第 3 四半期決算説明資料にて記載させていただいております。

また、FREEZE TECH に限らず当社のメインブランドの商品に関する営業活動やトピックスにつきましては、公式 X (@liberta_ir) 等で適宜発信しておりますので、ご注目いただければ幸いです。

氷撃および氷撃α | 2024年～2030年のプロジェクト展望（海外）

特に、米国では今年7月にバイデン大統領によって、屋内外の労働者を酷暑から守る連邦規則案を発表されたことから、労働者向けのユニフォームとしての採用に向け、各種企業と商談が進行中。

『FREEZE TECH』のターゲット		商品	取引先	2025年	2026年	2027年～
ノンデスクワーカー※	D-1	氷撃	(CAN) Public Safety 流通 (行政機関)代理店	商品導入に向けて提案中	★ 契約締結予定	★ テスト導入開始目標
		氷撃	(ITA) モーター スポーツアパレル	商品導入に向けて提案中	★ テスト着用高評価	★ テスト導入開始目標
		氷撃	(USA) 電動工具 メーカー	商品導入に向けて提案中	★ テスト着用依頼中	★ テスト導入開始目標
プロスポーツ	D-2	氷撃	(USA) フーク流通 代理店	UPS, BP ほか 顧客へのアプローチを自論む	★ テスト導入開始目標	
		氷撃	(USA) プロアメリカン フットボールリーグ	ウェア供給企業へ 商品導入に向けて提案中	★ 契約締結予定	★ テスト導入開始目標
その他	D-3	氷撃	(USA) Universal	パークスタッフ向け衣装、社販製品、パーク内で販売されるグッズなどの採用に向けて進行中	★ 契約締結完了 / 出荷開始済み	★
		ミスト	(KOR) TVショッピング	露出に向けて提案中	★ 露出目標	
		氷撃	(MYS) ヒジャブメーカー	スポーツ用ヒジャブのラインナップとして販売を自論む	★ テスト販売開始予定	★ 導入開始目標
		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	高品質な中東民族衣装向け生地 (日本製) への冷感プリント供給を自論む	★ テスト販売開始予定	★ 導入開始目標

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

※一部抜粋

Q 4 : ヒット商品を次々と産み出す人材育成について伺いたいです。

A 4 : ヒット商品を継続的に生み出すために、リベルタ流マーケティングのコアとなる技術を会得する「表現開発研修」を実施しております。初級、中級、上級に区分した「リベルタ企画マスター認定制度」を設け、「売れる」商品企画のスペシャリストを目指す教育プログラムの実践を継続しております。



Q 5 : 国内はもちろん海外展開を拡大していくにあたって、人材確保の面は問題ないのでしょうか。

A 5 : 当社グループでは、国内外問わず今後想定される事業拡大や新規事業の展開に伴い、中途・新卒問わず、優秀な人材の継続的な確保が必要であると考えております。特に、新商品開発や営業に関わる人材、マネジメント能力を有する人材の確保に努めると共に、教育体制の整備を進め、人材の定着と能力の底上げに取り組んでおります。

また、海外における採用活動においては、各種リサーチを行いながら計画的な採用を実施できる体制を構築しております。

Q 6 : 現在の株価はどのように捉えていますか。

A 6 : 株価は市場の状況により変動するため当社は関与できませんが、当社の成長に対する現時点での市場からの評価であると真摯に受け止めております。

当社といたしましては中期経営計画に定めた持続的な成長の実現に向けた取り組みを推進し、企業価値の向上を図ることが中長期的に株価の上昇に繋がると考えており、株主の皆様のご期待に添いますよう、全力で取り組んでまいります。

以上