

# 2023年6月期通期 決算説明資料

2023年8月10日

福岡証券取引所Q-Board／東京証券取引所グロース  
証券コード 1431

**LibWork**

# 財務狀況



	2022年6月期	2023年6月期	前年同期比 増減額 増減率	
売上高	13,761百万円	14,183百万円	422百万円	+3.1%
営業利益	666百万円	299百万円	▲367百万円	▲55.1%
経常利益	706百万円	314百万円	▲392百万円	▲55.5%
純利益	444百万円	173百万円	▲271百万円	▲61.0%

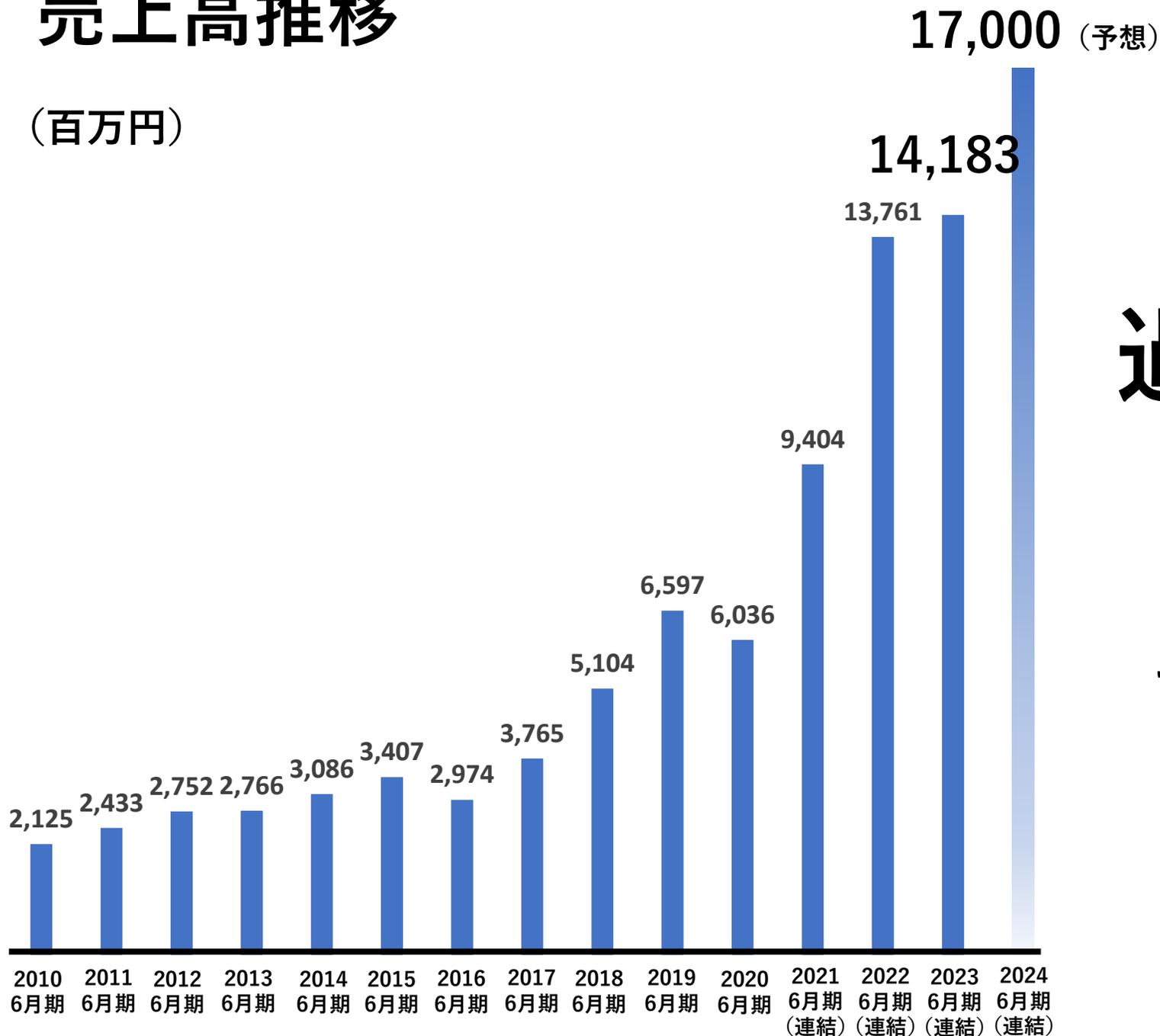
# 2023年5月11日に開示した修正予想比

	2023年6月期 (5月11日の修正予想)	2023年6月期	修正予想比 増減額 増減率	
売上高	14,200百万円	14,183百万円	▲17百万円	▲0.1%
営業利益	266百万円	299百万円	33百万円	+12.4%
経常利益	280百万円	314百万円	34百万円	+12.1%
純利益	155百万円	173百万円	18百万円	+11.6%

# 2024年6月期通期 連結業績予想

	2023年6月期	2024年6月期 (予想)	増減額 (予想)	増減率 (予想)
売上高	14,183百万円	17,000百万円	+2,817百万円	+19.9%
営業利益	299百万円	590百万円	+291百万円	+97.2%
経常利益	314百万円	600百万円	+286百万円	+91.0%
純利益	173百万円	370百万円	+197百万円	+113.2%

(百万円)



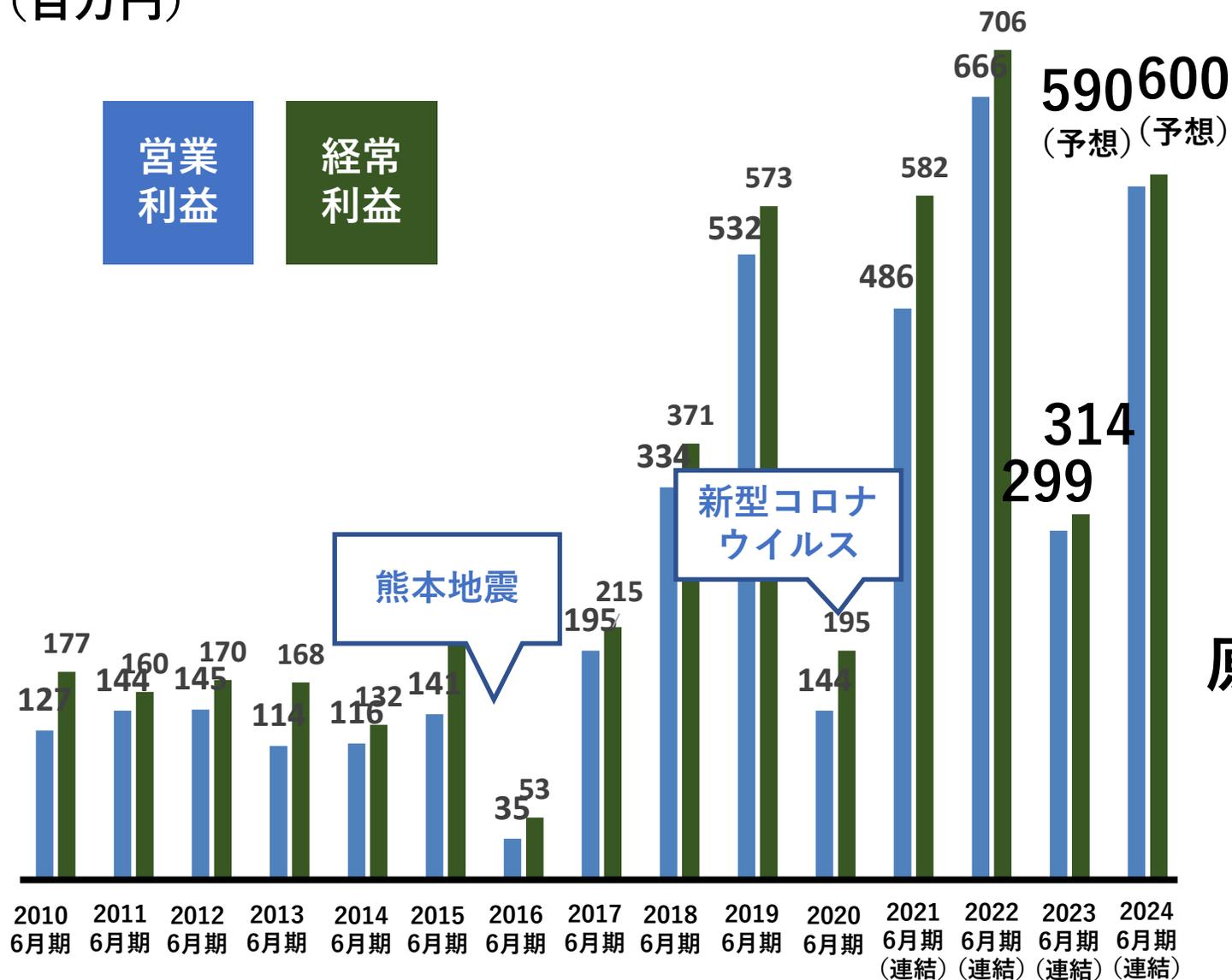
## 3年連続増収 過去最高を達成

期初予想は未達成  
エリア拡大＋顧客層の拡大  
にて集客は好調

2024年6月期は  
過去最高の売上高を予想

# 営業利益・経常利益推移

(百万円)



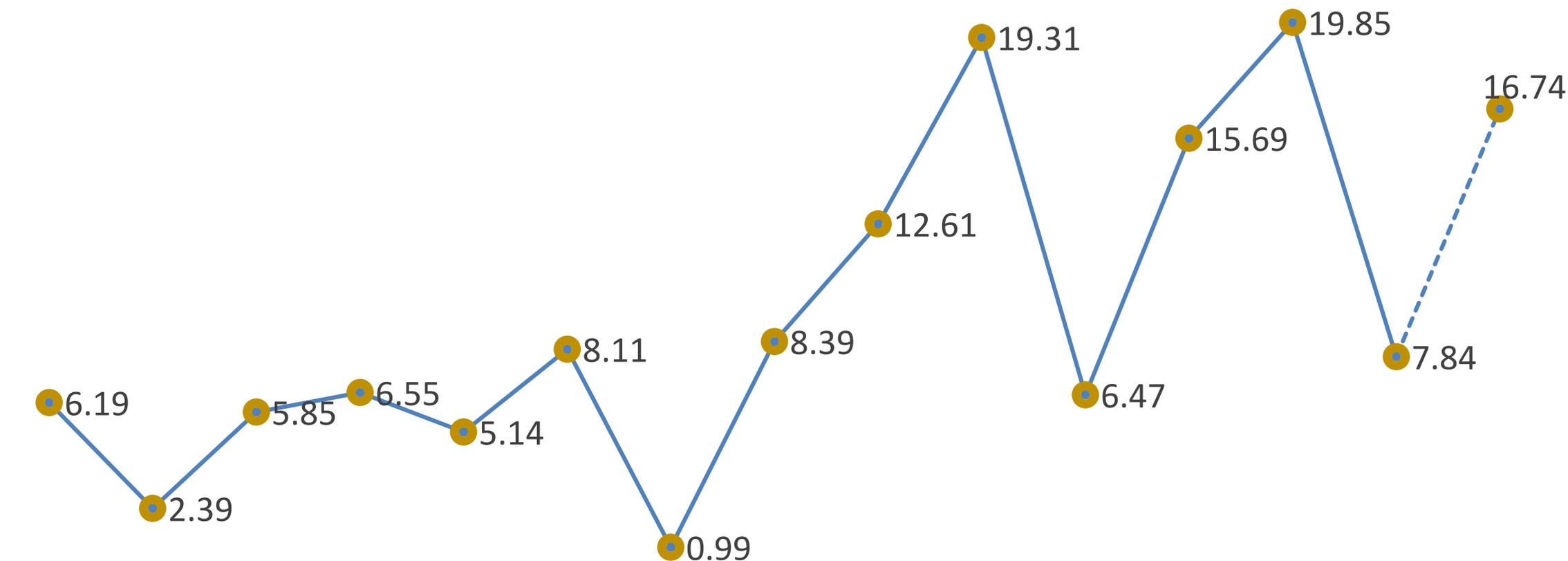
## 営業利益 55%減少

開発コストや人件費の増加  
世界的なインフレによる  
原価高にて営業利益は目標未達

2024年6月期の経常利益は  
V字回復へ

## 1株当たり当期純利益(EPS)

(円)



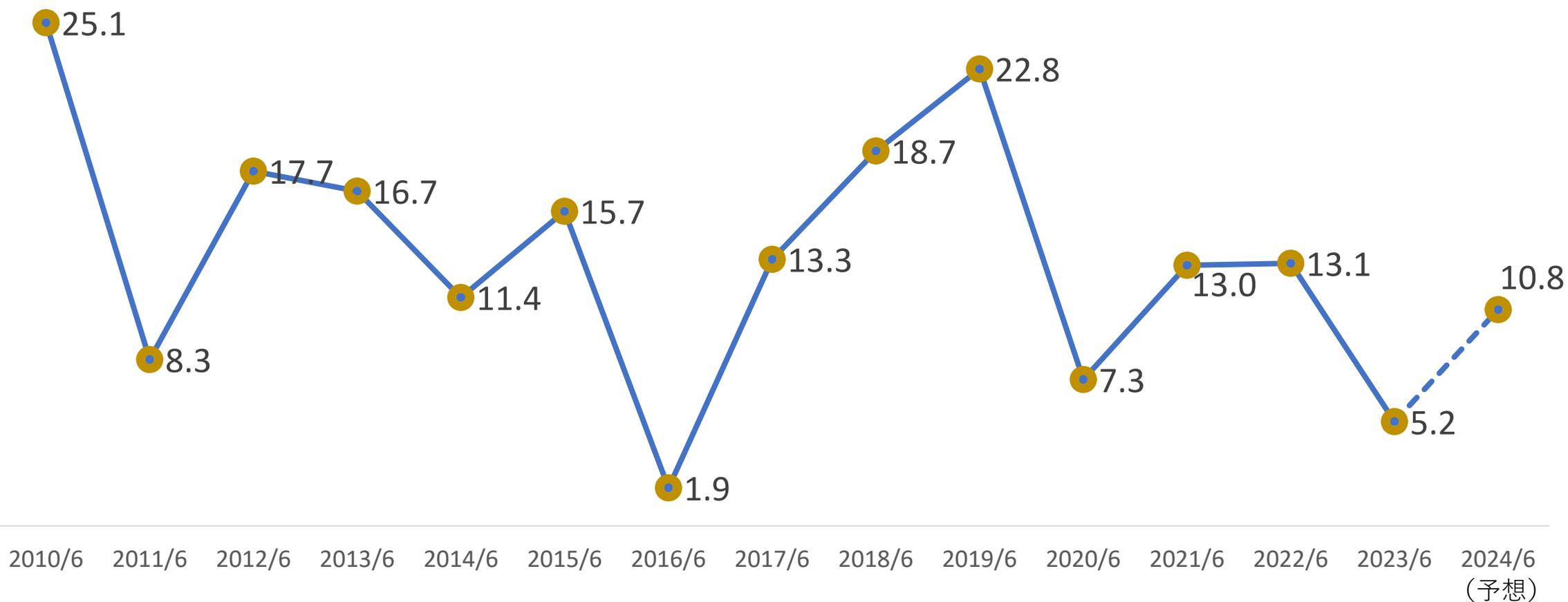
2010/6 2011/6 2012/6 2013/6 2014/6 2015/6 2016/6 2017/6 2018/6 2019/6 2020/6 2021/6 2022/6 2023/6 2024/6

※2021年6月期までに実施した株式分割が、2010年6月期の期首に行われたと仮定し、1株当たり当期純利益を算定している。

(予想)

(%)

自己資本利益率(ROE)



	2017/6月期	2018/6月期	2019/6月期	2020/6月期	2021/6月期	2022/6月期	2023/6月期	2024/6月期 (予想)
第1四半期末	—	—	5.5円	9円	4.50円	1.4円	1.6円	1.6円
第2四半期末	—	15円	6円	9円	2.25円	1.4円	1.6円	1.6円
第3四半期末	—	—	6円	4.5円	2.25円	1.5円	1.6円	1.6円
期 末	20円	10円	7.5円	4.5円	1.20円	1.5円	1.6円	1.6円
合 計	20円	—	25円	—	—	5.8円	6.4円	6.4円
配当性向	14.9%	17.4%	16.2%	69.6%	29.2%	29.2%	81.6%	38.2%
(実質) 1株単位の年間配当	1.25円	2.1875円	3.125円	4.5円	4.575円	5.8円	6.4円	6.4円

当社は2020年1月1日付で普通株式1株につき2株の株式分割を実施し、2020年6月期の3Q末及び期末の1株当たり配当金は、当該株式分割の影響を考慮した金額を記載し、年間配当金合計は「—」とした。さらに当社は2020年10月1日付及び2021年4月1日付で普通株式1株につき2株の株式分割を実施し、2021年6月期の2Q末及び3Q末、年度末の1株当たり配当金は当該株式分割の影響を考慮した金額。年間配当金合計は「—」とした。

# 株主優待制度

2023年6月末の株主名簿に100株以上お持ちの株主様には、通常優待としてクオカード1,000円分を進呈。  
さらに、1000株以上お持ちの株主様には、プレミアム優待倶楽部で利用可能なポイント（1ポイント＝1円相当）を四半期毎に進呈。

100株以上

通常優待 クオカード **1,000円分**（年に1回）

プレミアム優待倶楽部ポイント （四半期末日ごとに付与）

1,000～  
1,999株

優待ポイント **5,000ポイント**

2,000～  
4,999株

優待ポイント **12,000ポイント**

5,000株  
以上

優待ポイント **35,000ポイント**

Premium  
プレミアム優待倶楽部

※ポイントで交換可能な商品例



← 年4回実施 →

7月～9月

10月～12月

1月～3月

4月～6月



35,000P



35,000P



35,000P



35,000P

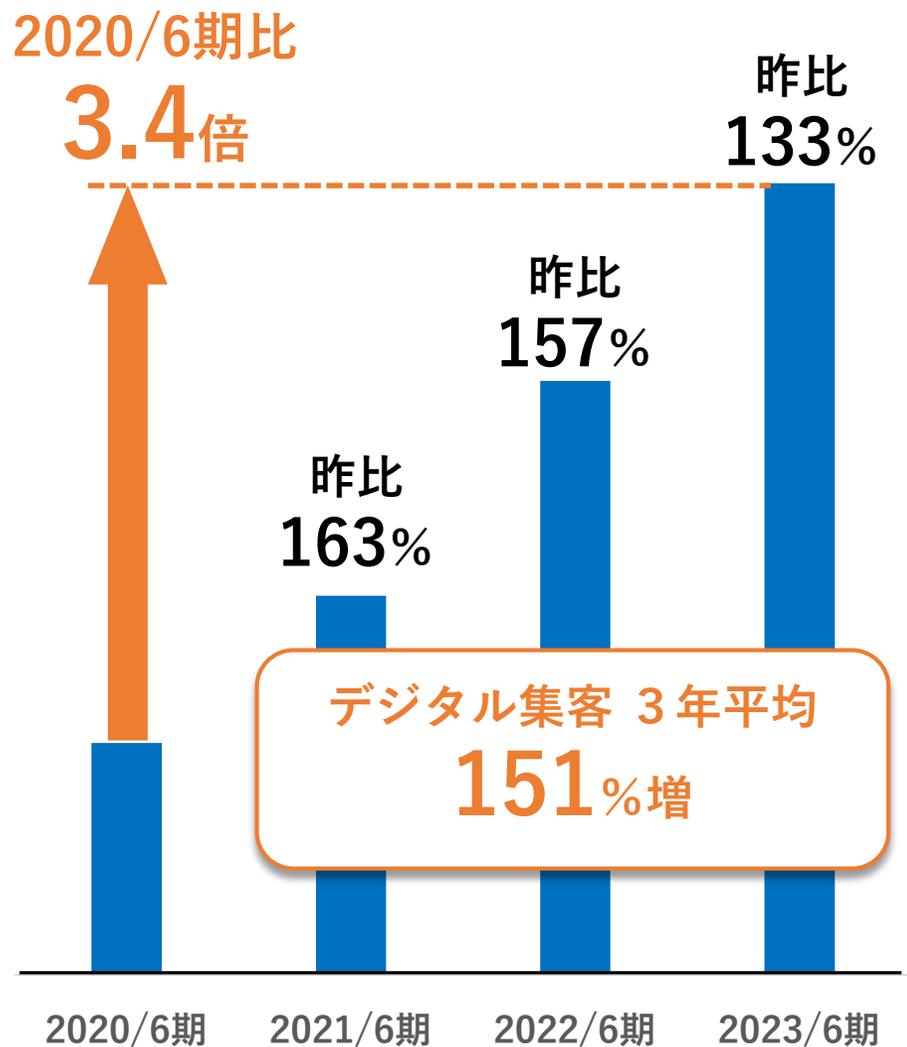
※5000株以上お持ちの株主様は、年間**140,000**ポイント付与

# 事業報告



# デジタルマーケティング集客

デジタルマーケティング集客は好調に拡大。オウンドメディア「リブタイムズ」はYahoo! JAPANと連携し、トップページのタイムラインへの配信を開始。セッション数の急拡大へ。



YAHOO!  
JAPAN



Yahoo!JAPANは月間アクティヴユーザー8,400万人を誇るメガポータル。同社が運営するニュースメディア「Yahoo!タイムライン」に「リブタイムズ」の記事が掲載

リブタイムズ



リブタイムズへリポートすることで新築戸建の見込み客としてナーチャリング（育客）が進む。

「リブタイムズ」の記事コンテンツ提供元は合わせて3媒体に拡大

- Yahoo! JAPANトップページのタイムライン
- SmartNews
- News Suite

# ファン化マーケティング

YouTubeチャンネル「Lib Work ch」は順調に拡大。ショート動画は、すき間時間で視聴ができるため、若年層の拡大にも貢献し、ブランド認知とファン化を促進。

登録者数

6 万人

総再生数

2,613 万回

2023年6月30日現在



100万再生超える動画も

### YouTubeチャンネル「Lib Work社長の投資&株Ch」

## 社長、株を語る

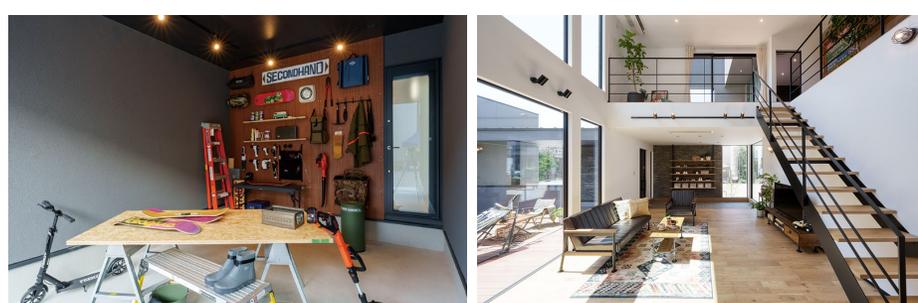
Lib Work社長の瀬口が語る「投資や株」に関するYouTubeチャンネル。IRや3Dプリンターハウスにおける補足説明についても公開中。



大分最大級のショッピングモール内にモデルハウスを出店。また千葉最大級の総合住宅展示場へモデルハウスを出店。いずれもniko and ...コラボ商品のため顧客層の拡大に寄与。



34店



2020年に策定した中期計画目標の35店にはわずかに届かなかったが着実なエリア拡大に。

## ●パークプレイス大分店

大型ショッピングモールへのモデルハウス出店は、イオンモール福岡に次いで2店舗目。

## ●幕張ハウジングパーク店

千葉エリアでの出店は、千葉北店に次いで2店舗目。今後も関東圏は重点エリアとして出店を継続する。

# 顧客層の拡大（コラボレーション戦略）

コラボレーション戦略を拡大。無印良品・Afternoon Tea・niko and ...に加えて、あらたに千趣会および再春館製薬所と提携。共同商品開発へ。各ブランドそれぞれが持つ顧客層の獲得へ。

Afternoon Tea  
HOUSE



ink...  
collaborate with  
niko and ...



無印良品の家



各ブランドそれぞれが持つ価値観やライフスタイルを踏襲した特徴のある住まいを開発。また千趣会および再春館製薬所は、多数の通販会員を保有しているため、D2Cも進める。

*Belle Maison*

「BELLE MAISON DAYS」の世界観とサステナブルの視点から商品開発を行う。商品リリース後、千趣会の通販カタログ、通販サイトなどを通じ日本全国のお客様に販売を開始する。

## 再春館製薬所

日々の暮らしの中で、心も身体もいきいきと年齢を重ねるといふ価値観を反映したライフスタイルを提案し、介護の軽減、コミュニティの創造、生活の質向上などの社会課題の解決に取り組むことを目指す。

3年前にグループ会社となったタクエーホームは約4倍の売上高に拡大。  
今後はグループでのシナジー効果を高めるべく、コラボ商品での建売事業へ拡大。

LibWorkグループ  
**Takuei Home**



タクエーホーム単体での直前期（2023年5月期）実績

売上高	<b>3,663</b> 百万円
営業利益	<b>77</b> 百万円



Afternoon Tea HOUSEとコラボレーションした建売の販売に着手。  
今後はロープライス商品だけではなく、コラボ商品により高価格帯  
の商品も販売し、グループシナジーを高めていく。

**Afternoon Tea**  
HOUSE



サブスクリプションサービス「マイホームロボ」にChatGPT機能を追加。その他、あらたに住宅業界では初の「IPライセンス事業」を開始。今後は、戸建プラットフォームへ加速。



初回提案の準備時間をわずか5分にする  
住宅営業支援ツール

## ●ChatGPTコメントアシスト機能を追加

仮に同じプランであっても、ChatGPTのAIがお客様それぞれのご要望に合わせて自動作成が可能。

山田様のご希望を考慮して、以下の特徴を持つ住宅の提案をいたします。

まずは日当たりのよい間取りに関してですが、リビングスペースを南向きに配置し、窓を大きく取ることで、十分な日当たりを確保できるようにしました。さらにリビングとダイニングを仕切らないことで、広々とした開放感のある空間を実現しました。

リビングは専用の収納を配置することでスッキリとした空間を実現するとともに、収納力も確保しました。さらに、家事動線に配慮し、洗面室からキッチンへの動線を短くし、家事の効率化を図りました。そしてシューズインクローゼットを設置することで靴や荷物などの収納を効率的に行い、より多くの収納スペースを確保できるようにしました。

田中様のご希望を考慮して、以下の特徴を持つ住宅の提案をいたします。

まず機能的で合理的な間取りを実現するために、シューズインクローゼットとリビング収納を設けました。これにより靴の収納や日常使いのグッズの保管がスムーズに行え、生活のストレスを軽減させることができます。リビングには家電製品や書籍などを収納できる「リビング収納」があり、スッキリとした空間を提供します。

またキッチンや洗面所など、各部屋のつながりを把握しやすいように配置し、家事効率を高めた設計にしました。このようなプランは、家族みんなが快適に過ごせる上に、家事や収納の面でも使い勝手の良い空間を提供できるものと思います。

## IPライセンス事業（住宅業界初）

●niko and ...コラボ住宅をライセンス化  
商標を「niko and ... EDIT HOUSE」とし、全国の住宅会社や工務店向けに当該商標・意匠デザイン・販促ツールの利用権を販売する。  
集客をはじめとした経営課題解決の支援へ。  
記者会見の実施後、日経新聞をはじめ15媒体を超えるマスメディアにて掲載され、話題に。



2023年5月17日 記者会見の様様

## SDGs宣言

Lib Workは  
国連が定めた持続可能な開発目標であるSDGsの趣旨に賛同し、  
サステナブルな住まいづくりを通じて  
お客様の豊かな暮らしと地域の幸せの実現、  
さらに地球環境への配慮に貢献します。

### 4つの基本方針と今後の取り組み

#### ● サステナブルな家づくり

- ・カーボンフットプリントの削減、最終的にゼロへ
- ・資材や工事の調達の際に価格のみではなく環境への取り組み（環境ランクを設定）も考慮し発注
- ・雨水を再利用した家づくり
- ・空き家をリノベーションし活用する新規事業への取り組み

#### ● 地球温暖化による気候変動への取り組み

- ・無料全棟太陽光パネル設置
- ・新規事業として当社の施主に対しグリーン電気の供給

#### ● 働きがいのある企業へダイバーシティ推進

- ・LGBTQの人々に対し働きやすい環境を整備
- ・女性管理職比率30%以上の達成
- ・社員平均所得の倍増計画の推進
- ・週休3日、テレワーク、超時短勤務制度など、さまざまな働き方の提案
- ・健康経営企業・ダイバーシティ2.0取得へ

#### ● 地域社会や子どもたちへのCSR活動

- ・全国にある子ども食堂への継続的な支援
- ・経済的に困窮している才能ある子どもへの支援事業
- ・全国の自治体の環境への取り組みの評価を行い、積極的に企業版ふるさと納税制度を活用し寄付を実施

## くまもとSDGs牽引部門：優秀賞

事業活動を通じて、社会課題の解決及び持続可能な経済発展につながるSDGsに関する独自の先導的な取り組みを行う熊本県SDGs登録事業者として、くまもとSDGsアワード2022「くまもとSDGs牽引部門：優秀賞」に選出。



### くまもとSDGsアワード2022

熊本県におけるSDGsの取り組みのさらなる深化と質の向上を目指し、SDGsに関する独自の先導的な取り組みをおこなう県内事業者や地域社会に貢献する優れた取り組みをおこなう個人・団体等を表彰する取り組み。

くまもとSDGs  
牽引部門

#### 株式会社 Lib Work

家づくりを通じたサステナブルな社会実現への取り組み

【取り組み内容】

- 「サステナブルな家づくり」
- 地球温暖化による気候変動への取り組み
- 3Dプリンターによる住宅開発
- 働きがいのある企業への取り組み
- 地域社会や子供たちへのCSR活動



#### 評価項目ごとの取り組みの特徴・ポイント

普遍性	・太陽光パネルの設置は全国的にますます拡大 ・カーボンフットプリントの明示による企業間のCo2削減競争への期待
包摂性	・環境への取り組みはステークホルダーを問わず社会全体へ影響 ・自治体や子ども食堂への寄付、「子ども未来サポーター」の創設
協働性	・ソーラー事業者と協同し、無償で太陽光パネルを提供 ・地元金融機関と協力しSDGs私募債を発行し自治体へ寄付
統合性	・サステナブルな家づくりにより、環境課題の解決 ・社内制度の整備やCSR活動により、経済及び社会課題の解決へ寄与
透明性	・ホームページや有価証券報告書にて取り組みについて公表 ・TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）への賛同

#### 貢献するSDGsのゴール



## カーボンニュートラル宣言

当社グループは、地球環境及び地域の持続可能性向上に向け、2030年までに自社事業活動で排出するCO<sub>2</sub>排出量を実質ゼロとするカーボンニュートラルを達成することを宣言。

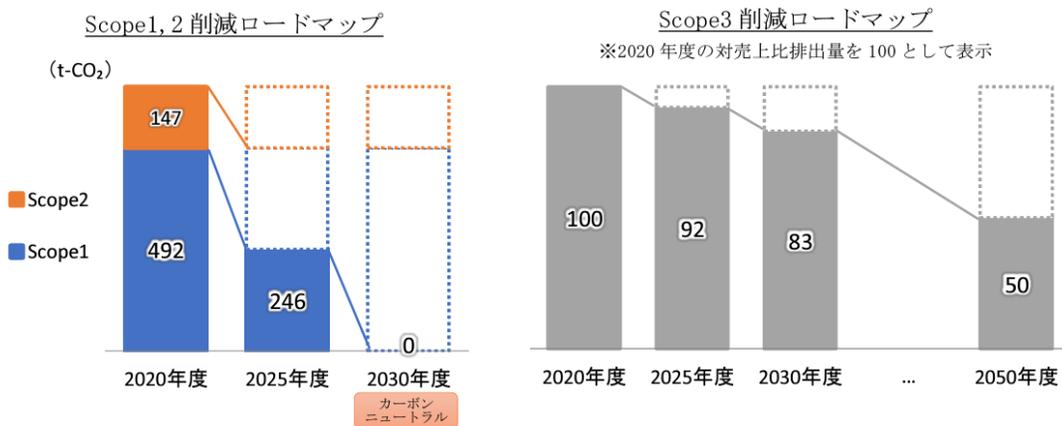
	達成年度	CO <sub>2</sub> 排出量 (2020年度) 単位: t-CO <sub>2</sub>	削減目標 (2020年度比)
Scope1	2030年度	492	▲100%
Scope2	2025年度	147	▲100%
Scope3	2050年度	69,417	▲50% ※対売上比

【CO<sub>2</sub>排出量の算定範囲について】

Scope1: 自社の燃料使用に伴う直接排出 (主にガソリン)

Scope2: 他社から共有されたエネルギーの使用に伴う間接排出 (主に電気)

Scope3: 商品・サービスの購入やサプライチェーン全体の間接排出



### 達成に向けた具体的な取り組み

- ◆ EV車への転換：社用車からのCO<sub>2</sub>排出量削減
- ◆ 再生可能エネルギー電力の調達
- ◆ 住宅のカーボンフットプリントの明示及び削減
- ◆ ZEH及び太陽光発電推進による施工物件の省エネ化

## TCFD提言への賛同

TCFD (気候関連財務情報開示タスクフォース) 提言への賛同を表明し、併せてTCFDコンソーシアムに参画。



### ※TCFD

気候関連財務情報開示タスクフォース 気候関連情報の情報開示および対応をどのように行うかを検討すべく設立されたタスクフォースを指す。2017年6月に公表された最終報告書で、企業等に対し、気候変動関連リスク及び機会について、①ガバナンス ②戦略 ③リスクマネジメント ④指標と目標の4項目について開示することを推奨している。

### ※TCFDコンソーシアム

TCFD提言に賛同した企業が、本コンソーシアムを通じて、効果的な情報開示に在り方について活発に議論する場として2019年に設立。2022年8月25日時点で681団体が参画。

## 業界初のCFP宣言登録

戸建て住宅建築におけるCO2排出量を算定し、木造戸建てモデル住宅についてSuMPO環境ラベルプログラムのCFP (Carbon Footprint of Products) 宣言登録を実施。

カーボンフットプリント(CFP)  
CFP宣言  
登録番号: JR-AA-22001C

SuMPO環境ラベルプログラム  
一般社団法人サステナブル経営推進機構  
東京都千代田区錦糸町2-2-1  
https://ecoleaf-label.jp

**株式会社 Lib Work**  
Lib Work Co.,Ltd

Lib Work 木造戸建てモデル住宅  
Lib Work Wooden separate model house

登録番号: JR-AA-22001C

適用PCR番号: PA-241000-AA-04

PCR名: 建築物 (躯体および仕上げ材)

公開日: 2022年12月9日

検証合格日: 2022年11月29日

検証方式: 個別検証方式

検証番号: JV-AA-22001

検証有効期間: 2027年11月28日

PCRレビューの実施  
認定日時: 2022年6月27日  
委員長: 神崎 昌之  
(一般社団法人サステナブル経営推進機構)

第三者検証者\*  
外部検証員: 内田 裕之  
ISO/TS14067に従った本宣言及びデータの独立した検証  
■内部 ■外部

問い合わせ先  
株式会社 Lib Work (https://www.libwork.co.jp/) 山鹿本社  
熊本県山鹿市鎮田178-1 TEL:0968-44-3559

登録番号: JR-AA-22001C

カーボンフットプリント(CFP)  
CFP宣言  
登録番号: JR-AA-22001C

SuMPO環境ラベルプログラム  
一般社団法人サステナブル経営推進機構  
東京都千代田区錦糸町2-2-1  
https://ecoleaf-label.jp

1. CFP算定結果  
算定単位: 建築物 1棟 耐用年数60年あたり

項目	数値	単位
CFP算定結果	74	t-CO <sub>2</sub> eq
① 資材製造	43	t-CO <sub>2</sub> eq
② 施工	0.34	t-CO <sub>2</sub> eq
③ 修繕・改修	26	t-CO <sub>2</sub> eq
④ 廃棄・リサイクル	4.4	t-CO <sub>2</sub> eq
数値表示	0.66	t-CO <sub>2</sub> eq
表示単位:	床面積1㎡・耐用年数60年あたり	

※数値等により、CFP算定結果と実際の合計値は若干異なる場合があります。

3. その他の環境関連情報

なし

2. 算定結果に関する追加情報

- ① 資材製造: 設計情報に基づいた算定結果ですが、外機および設備工事、建築工事等事前の計画情報に基き算定していません。また、当該物件の施工事につきましては、養生工の少ないエコシロ工法を採用しているため、汚泥処理については計上しておりません。
- ② 施工: 廃棄・リサイクル機能につきましては、国産による再利用率を参考に、再利用されるものと廃棄されるものとに分けて算定しております。
- ③ 修繕・改修
- ④ 廃棄・リサイクル

4. CFP算定結果の解釈

資材製造段階及び③修繕・改修段階におけるGHG排出量内訳(内訳率) (全LCIに対する内訳率: 資材製造段階58.3%、修繕・改修段階35.4%)を示しました。資材製造段階においては、基礎のコンクリートサイディング、住宅設備(システムキッチン・システムバス)、資材の輸送(陸運)が特に大きく寄与(陸運内訳率: 合計35.2%)しており、将来的にCO2を削減するコンクリート改修用GHG削減量の少ない資材の使用や、施工場所と現場内で生産された資材の使用による輸送距離の短縮により、当該段階の削減効果が期待されます。また、③修繕・改修段階においても大規模な修繕(設備内訳率: 合計25.2%)を想定しており、資材の再利用率を高めることにより、GHG削減量を削減できると考えられます。

以上の結果について、建築材料の購入および施工上のエネルギー投入については当該データを参照していますが、建築材料製造時のGHG排出量は一定のデータを用いているため、実際のGHG削減量は異なる場合があります。そのため、この算定結果を最終的な目標としてご活用ください。

5. 使用した二次データの考え方

IDEA v2.1.3を使用した。

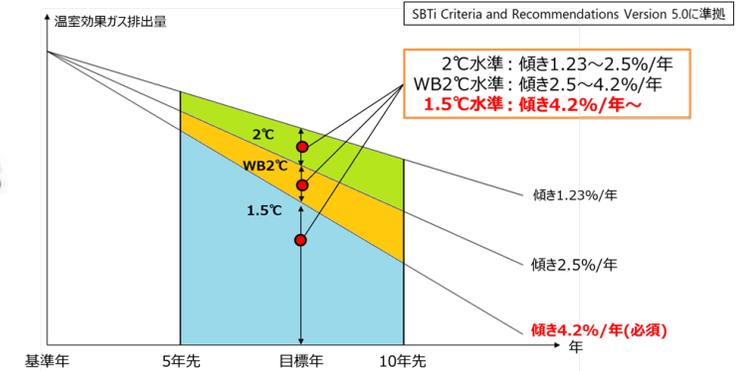
6. 備考

- データ算定の方法は、PCRおよび算定・宣言規程を参照してください。
- 比較については、算定・宣言規程に規定された条件を満たした場合にしか認められません。(参照URL: https://ecoleaf-label.jp/regulation/)
- 製品の提供により生じる気候変動以外のその他の潜在的な社会的/経済的/環境的影響の評価は行っていません。

登録番号: JR-AA-22001C

## SBT登録

パリ協定の目標達成を目指したSBT (Science Based Targets) 認定を取得。SBTとは、気候変動問題の国際的な枠組みである「パリ協定」で定めた目標を達成するための基準のこと。5~10年先を目標として各企業が設定し、科学的な根拠に基づいて企業の温室効果ガス削減を可視化するもの。



SBTの目標設定イメージ (出所: 環境省)

## GXリーグ 基本構想への賛同



※ GX: 「グリーントランスフォーメーション」の略。2050年カーボンニュートラルや、2030年の国としての温室効果ガス排出削減目標の達成に向けた取り組みを経済の成長の機会と捉え、排出削減と産業競争力の向上の実現に向けて、経済社会システム全体の変革を表す。

※ GXリーグ: 2050年カーボンニュートラル実現と社会変革を見据えて、GXへの挑戦を行い、現在および未来社会における持続的な成長実現を目指す企業が、同様の取り組みを行う企業群や官・学とともに協働する場として、2022年2月1日に基本構想を公表。

当社がフロントランナーとなり、戸建住宅建築に伴うCO2排出量を全棟明示することで、当業界のCO2削減への競争を促進させる

## こども食堂への寄付

「一般社団法人熊本県こども食堂ネットワーク」及び「一般社団法人ひのくにスマイルプロジェクト」へ寄付を実施。



2012年頃から「子ども食堂」という取り組みが全国各地に拡大。両親が共働き、もしくはひとり親で食事の支度がままならないという家庭環境により「孤食」をせざるを得ない子どもや、経済的理由などにより満足な食事を得られていない貧困世帯の子どもたちに対し、地域の大人らが中心となって食事とだんらんの場を提供する活動。当社はこの取り組みに賛同し、後述の2団体に対し、少しでも地域社会や将来を担うこどもたちへの一助となるべく、寄附を実施。



今後は買い取った廃校（現：Lib Work LAB）にて、こども食堂の運営へ

## 子ども未来サポーター

山鹿市の子どもたちのスポーツ、文化活動、学業などを支援する任意団体として「子ども未来サポーター」を発足。

毎年、山鹿市教育委員会に寄付を実施。スポーツと文化活動においては、九州大会以上に出場する子どもたちを支援するほか、海外留学や国際交流活動などへの参加費用を支援する。



# 中期経営計画 NEXTSTAGE 2026

# サマリー

---

A hand in a dark sweater holds a glowing, wireframe sphere. The sphere is composed of many small, interconnected triangles, creating a mesh-like structure. The hand is positioned over an open laptop, which is visible in the lower right corner. The background is a dark, blurred surface, possibly a desk. The overall lighting is dim, with the sphere providing the primary light source.

# VISION

HOUSE TECH COMPANYとして  
住宅のプラットフォームを目指す



# MISSION

サステナブル&テクノロジーで  
住まいにイノベーションを起こす

# SLOGAN

暮らしを変える、世界を変える、未来をつくる。

# 全社方針

---

# 戸建プラットフォームへ加速化

さまざまな住宅ソリューションサービスを  
全国の工務店・ビルダーに提供していく

# 戸建住宅事業

- エリア・顧客層・販売チャネルの拡大
- 利益率の改善  
(住宅版SPAモデルの再構築)

# 「家」を再定義する —未来の家をつくる—

3Dプリンターハウスの開発・販売

# 定量目標

	2023年6月期 (実績)	2026年6月期 (計画)
売上高	141.8億円	285億円
営業利益	2.99億円	30億円
ROE	5.2%	30%

# NEXT STAGE 2023の総括

売上高

2.4倍

WEB集客が年率50%以上増加し、出店数も34店舗（計画35店舗）とほぼ計画通りに進捗したため、売上高は60億円（2020年6月期）から141.8億円（2023年6月期）と大幅伸長。

営業利益

2.9億円

営業利益は1.4億円（2020年6月期）から2.99億円（2023年6月期／当初計画は12億円）となり、開発コストや人件費の増加、世界的なインフレによる原価高をうけて目標未達。

ROE

5.2%

当期純利益率の低下に伴い7.3%（2020年6月期）から5.2%（2023年6月期／当初計画は25%）と目標未達。

時価総額

184億円

時価総額は109億円（2020.7.1時点）から184億円（2023.6.30時点）と168%増加したが目標の500億円に届かず。

# 現状の課題認識

売上高は大幅伸長  
要・利益改善

売上高はNEXTSTAGE2023策定時の目標150億円にはわずかに届かなかったものの、大幅に伸長。しかしながら開発コスト・人件費の増加やインフレによる製造原価高により利益率が低下（営業利益率2.4%→2.1%）。原価コストを削減し粗利率の改善が必要。

住宅プラットフォーム  
投資回収へ

マイホームロボ事業やIPライセンス事業など住宅プラットフォーム事業開始。今後は投資回収フェーズへ。

重点エリアでの  
シェア拡大

関東エリアなどの営業エリアの新規拡大に成功。今後は重点エリア（関東エリア・福岡エリア）でのシェア拡大へ。

# NEXT STAGE 2026の基本方針

## 1. 戸建プラットフォームへ加速化

- ・マイホームロボ事業
- ・IPライセンス事業

(収益率の改善・拡大)

- ・住宅版SPAへ再加速・木材事業への進出
- ・メンバーシップ型雇用

## 2. 戸建住宅事業

(エリア・顧客層・販売チャネル拡大へ)

- ・デジタルマーケティング集客
- ・販売チャネル拡充
- ・顧客層の拡大
- ・エリア拡大
- ・建売事業の拡大

## 3. 「家」を再定義する 未来の家をつくる

- ・3Dプリンターハウス開発
- ・今後の戦略

# 1. 戸建プラットフォームへ加速化

住宅ソリューションサービスであるマイホームロボ事業やIPライセンス事業などの住宅プラットフォーム事業を開発フェーズから投資回収フェーズへ

# 1. 戸建プラットフォームへ加速化

## マイホームロボ事業

全国の工務店や建築事業者向けに開発。毎月の定額料金制のため、費用を最小限に抑えた導入が可能。利用価格は1ライセンスにつき月額68,000円～（税抜）。

パートナー企業の安心計画のCADユーザーへのアプローチを進め、今後は代理店による営業も開始。



AIにより初期提案をわずか5分に。

	売上高 (計画)	営業利益 (計画)	アカウント数 (累計)
2024年6月期	1億円	4000万円	510件
2025年6月期	3億1000万円	2億4000万円	980件
2026年6月期	5億2000万円	4億5000万円	1,550件

AIが、こたえをくれる。



My Home Robo



# 1. 戸建プラットフォームへ加速化

## IPライセンス事業

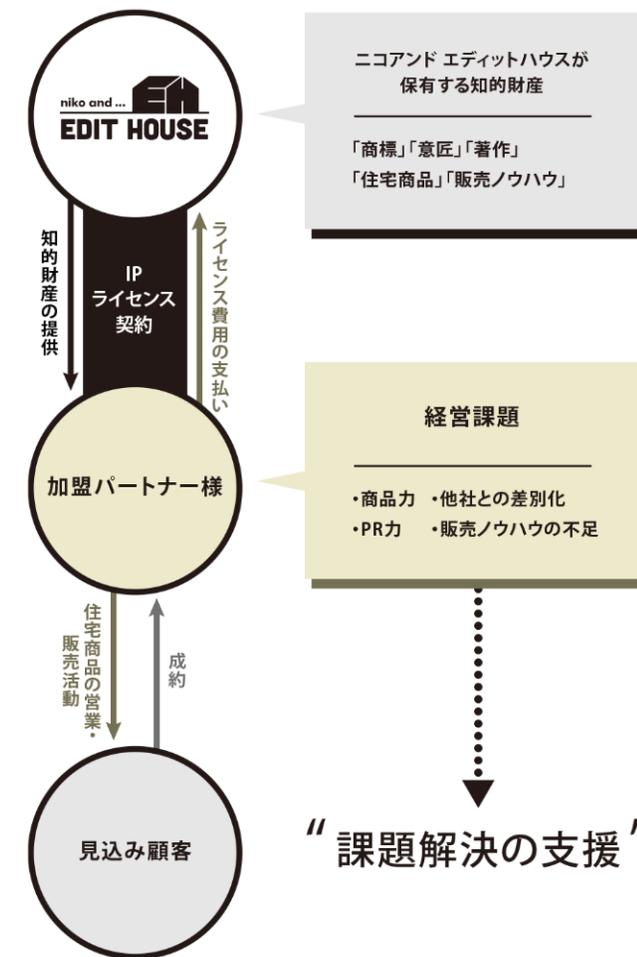
今後さまざまな企業ブランドと提携し、新たな新商品の開発

### 業界初のライセンスサービス

一般的な住宅FCとは異なり、基本デザイン（外観・内観）や素材・設備を仕様として設定。商品の世界観を表現するものであれば、加盟事業者が価格を自由に設定・受注し、建築することができる。

- ★人気ブランドとのコラボによる圧倒的な集客力
- ★niko and ...のファンを呼び込むことができ、自社の「顧客層」拡大へ
- ★利用費は月額固定。FCのように販売棟数毎のロイヤルティ課金がないため、販促コストの管理がしやすい
- ★地方の戸建て事業者の経営支援へ

	売上高 (計画)	営業利益 (計画)	アカウント数 (累計)
2024年6月期	3000万円	1000万円	15社
2025年6月期	1億円	4000万円	30社
2026年6月期	1億8000万円	1億円	54社



## 2. 戸建住宅事業 (エリア・顧客層・販売チャネルの拡大へ)

- ・ デジタルマーケティング戦略
- ・ 販売チャネルの拡充
- ・ 顧客層の拡大
- ・ エリア拡大
- ・ 建売事業の拡大

### デジタルマーケティング集客

### ▶ デジタル集客

（例）e土地net・・・土地ナビサイト

（例）Lib Work公式Instagram



エリア

カテゴリサイト  
eシリーズ

エリア拡大

（例）e土地net  
現在は福岡・熊本・佐賀・大分・千葉・神奈川の地域限定で展開中。これを全国エリアに拡大へ。

リード獲得数

サイトの拡充

年率30%増

住宅関連サイトを拡充し、年率30%増のデジタル集客を目指す。



フォロワー数

SNS集客へ注力

年率50%増

InstagramなどのSNS集客へ注力し、年率50%のフォロワー数増加へ。

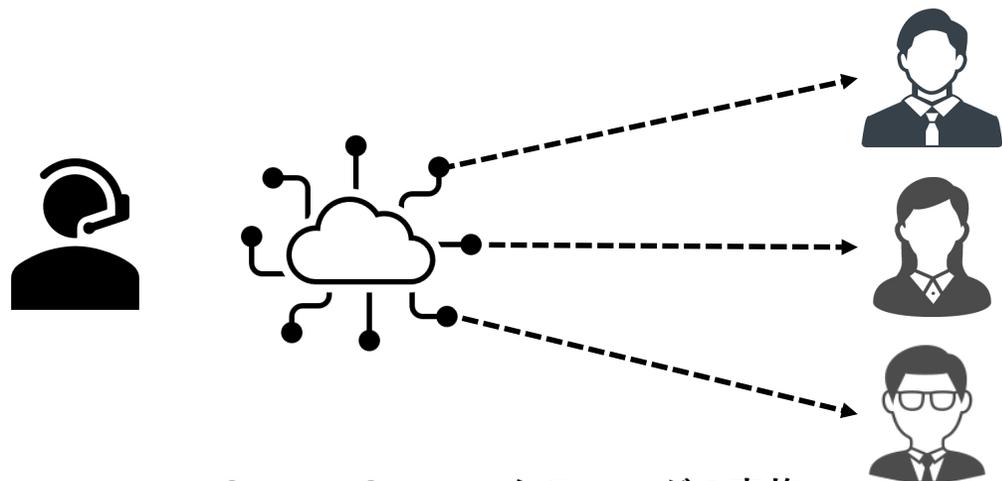
# デジタルマーケティング集客

# ▶ インサイドセールス

リード（見込み客）獲得優先からネット経由来場数優先へ



デジタルマーケティングツールを活用し、顧客ひとりひとりにマッチしたOne on Oneマーケティングを駆使し、ナーチャリング。リード獲得からの来場率を41%まで引き上げる。



One on Oneマーケティングの実施



# デジタルマーケティング集客 顧客エンゲージメント

YouTubeやオウンドメディアを活用し顧客エンゲージメントを高める

### YouTubeチャンネル「Lib Work ch」



登録者数

6万人

20万人

総視聴数

2600万再生

1億再生

YouTubeチャンネル (LibWork ch)  
戸建住宅チャンネルNO.1へ

100万再生超える動画も

### オウンドメディア「リブタイムズ」



セッション数

328万ss

2,000万ss

リブタイムズはこれから戸建てを考える方のためのオンラインフリーマガジン。家を建てる時のアイデアやヒント、お金のことや間取り、Room tourなどの「これが知りたかった」という内容が満載。ユーザーが本当に必要としている情報を提供し、住宅購入検討時に当メディアで疑問や不安を解決できるメディアを目指し、日々掲載記事を更新中。

# 販売チャネルの拡充

### 販売チャネル

- ・ WEB・SNS・YouTube
- ・ 総合展示場
- ・ ロードサイド型単独展示場
- ・ ショッピングモール内モデルハウス
- ・ 建売型モデルハウス

- ・ WEB・SNS・YouTube
- ・ 総合展示場
- ・ ロードサイド型単独展示場
- ・ ショッピングモール内モデルハウス
- ・ 建売型モデルハウス

上記に加え、

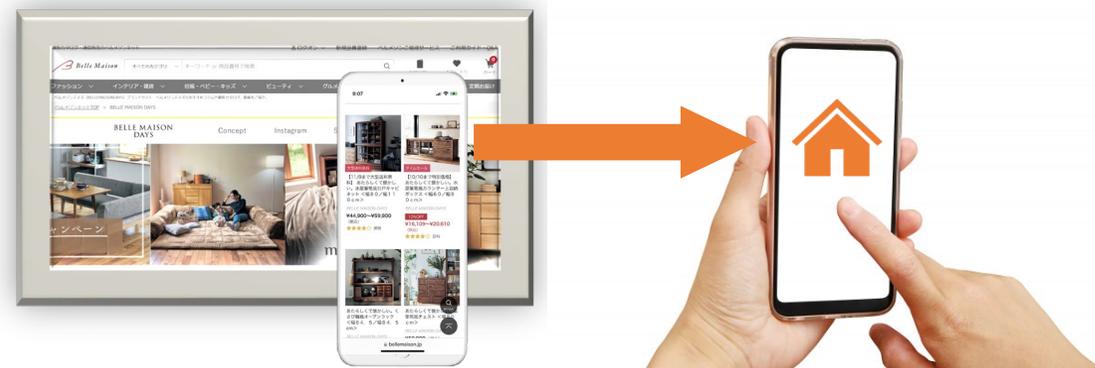
- ★通販チャネルに販路を拡大へ
- ★通販会社会員様へアプローチ
- ★D2C商品の開発・販売

*Belle Maison*  
再春館製薬所

デジタルマーケティング戦略による集客に加え、  
今後は通販会社とのアライアンスによる「通販  
チャネル」を活用した住宅販売へトライ。

販路拡大へ。

※D2Cとは「Direct to Consumer」の略で、製造者が  
ダイレクトに消費者と取り引き（開発や販売）をすること。

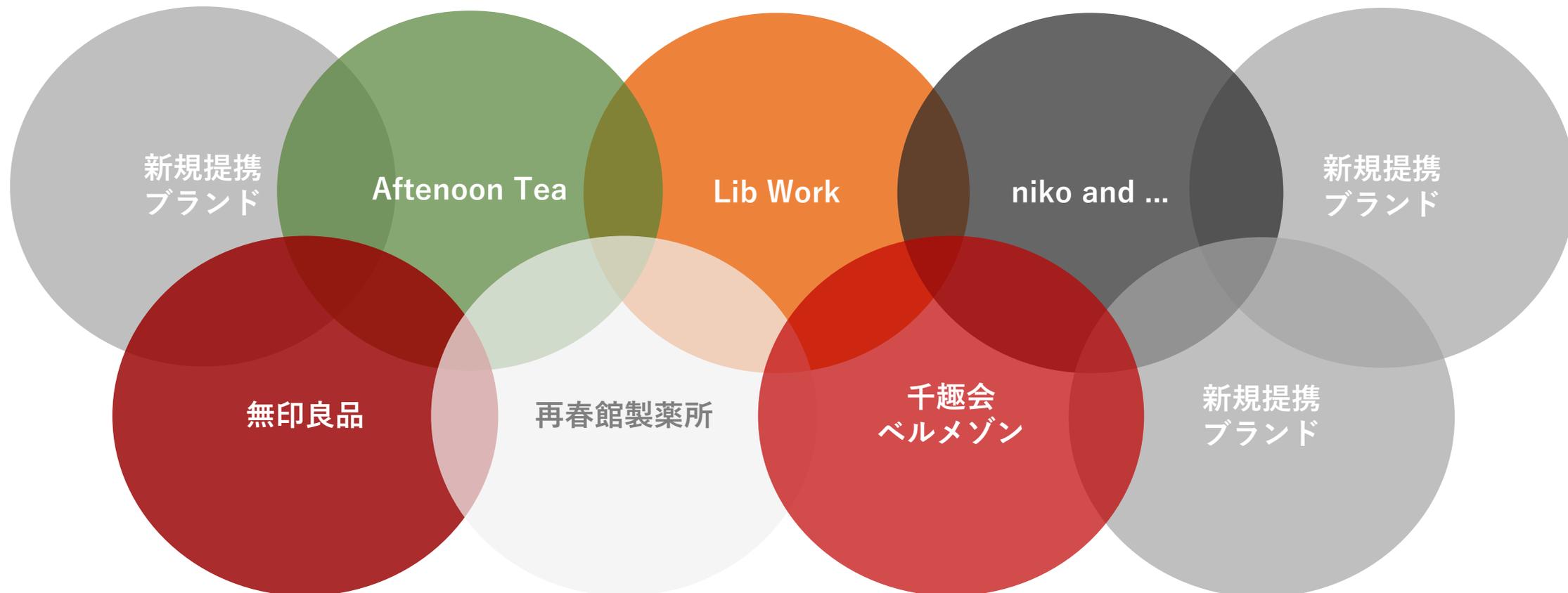


### 顧客層の拡大

異業種コラボレーションを推進。Afternoon Tea・niko and ...・無印良品」をはじめ、再春館製薬所・千趣会とも共同商品を開発。

→自社の顧客層のみならず、さまざまな顧客層へ訴求可能

今後も企業連携を進め、多くのコラボレーションブランドを創出していく



# エリア拡大

（出店方針）

総合展示場出店➡建売モデル・ショッピングモールへの出店を加速。

来場数が年々下がってきている総合展示場への出店を抑え、集客好調のショッピングモール出店を加速していく。またクロージング率が高く、固定コストが抑えられる建売型モデルハウスを積極的に出店。

将来的な海外へのエリア拡大に向けアジアマーケットをマーケティングリサーチ。

### エリア拡大

九州中心＋関東の一部

- ・ 総合住宅展示場
- ・ ショッピングモール内モデルハウス
- ・ 建売型モデルハウス

- ・ 関東エリアの本格的進出（千葉・埼玉・神奈川）
- ・ 将来的な海外進出に向けアジアマーケット調査へ

- ・ ショッピングモール内モデルハウス出店を加速
- ・ 建売型モデルハウスの積極活用

### 建売事業の拡大

（外部環境）  
建売マーケットの伸長  
グループ全体で建売事業へ注力

国内の戸建住宅市場の内、建売のシェア

2015年度

2022年度



※出所：国交省の建築着工統計調査データ

建売事業の拡大

注文住宅中心  
建売は自社商品のみ

コラボ商品での  
建売を拡大

Afternoon Teaやniko and...とのコラボを建売住宅へ拡大  
→建売商品の差別化を進める



Afternoon Tea  
HOUSE



ink...  
collaborate with  
niko and ...

## 2. 戸建住宅事業 (収益率の改善・拡大へ)

- ・住宅版SPAへ再加速・木材事業への進出
- ・メンバーシップ型雇用

### 住宅版SPAへ再加速

コロナ禍により実習生の受け入れが滞っていたが再開。それに伴い基礎工事や給排水工事などの自社施工を再拡大。

※SPAとは、ファッション商品の企画から生産、販売までの機能を垂直統合したビジネスモデル。ZARA、H&M、ユニクロなど多くの衣料品小売業がSPA事業者であり、業績拡大している。その住宅版として推進。

### 木材事業への進出（木材プレカット工場の買収）

ウッドショックにより下がっていた粗利率の大幅改善へ

当社は、2023年7月3日にて木材供給等を主力事業とした製材加工販売会社である「幸の国木材工業株式会社」の全株式を取得し、子会社化。当住宅業界はウッドショック以降、資材価格の高騰と不安定な供給が継続。この取り組みにより、グループ全体の原価コスト削減に寄与することはもちろんのこと、受託の独自工法の開発への取り組みなど、当社グループの経営ビジョンの1つである住宅版SPAモデル・垂直統合モデルの確立を加速していく。

原価削減  
粗利向上

木材の  
安定供給

熊本県産材  
地産地消

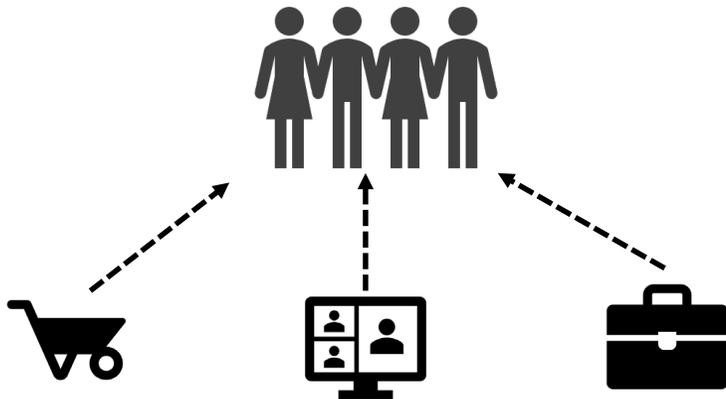
独自工法  
の新開発

### メンバーシップ型雇用→ジョブ型雇用へ

今後の中長期的な成長を見据えた積極的な人的投資は継続。当社グループは過去の常識にとらわれず、新しいものへチャレンジし、それに伴う変化に対しスピーディに対応するため、人材は重要な経営資源である。社内組織としてジョブ型雇用を推進しており、中途採用も強化。

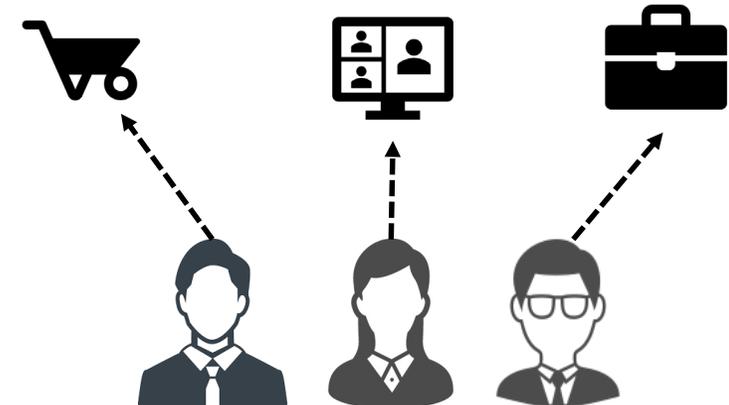
#### メンバーシップ型雇用

- ◆ 人に仕事をつける
- ◆ 日本では主流な働き方
- ◆ 新卒一括採用
- ◆ 年功序列制度
- ◆ 終身雇用制度



#### ジョブ型雇用

- ◆ 仕事に人をつける
- ◆ 欧米で主流な働き方
- ◆ 業務内容が明確
- ◆ 専門スキルが必要
- ◆ スキルに応じた報酬



A close-up, low-angle shot of a 3D printer nozzle, which is a white cylindrical component with a red nozzle tip, positioned above a concrete structure. The printer's blue frame is visible in the background. The scene is dimly lit, with the printer's light source illuminating the nozzle and the concrete. The background is blurred, showing a factory or industrial setting.

3. 「家」を再定義する—未来の家をつくる—  
3Dプリンターハウス

### 3. 「家」を再定義する -未来の家をつくる-

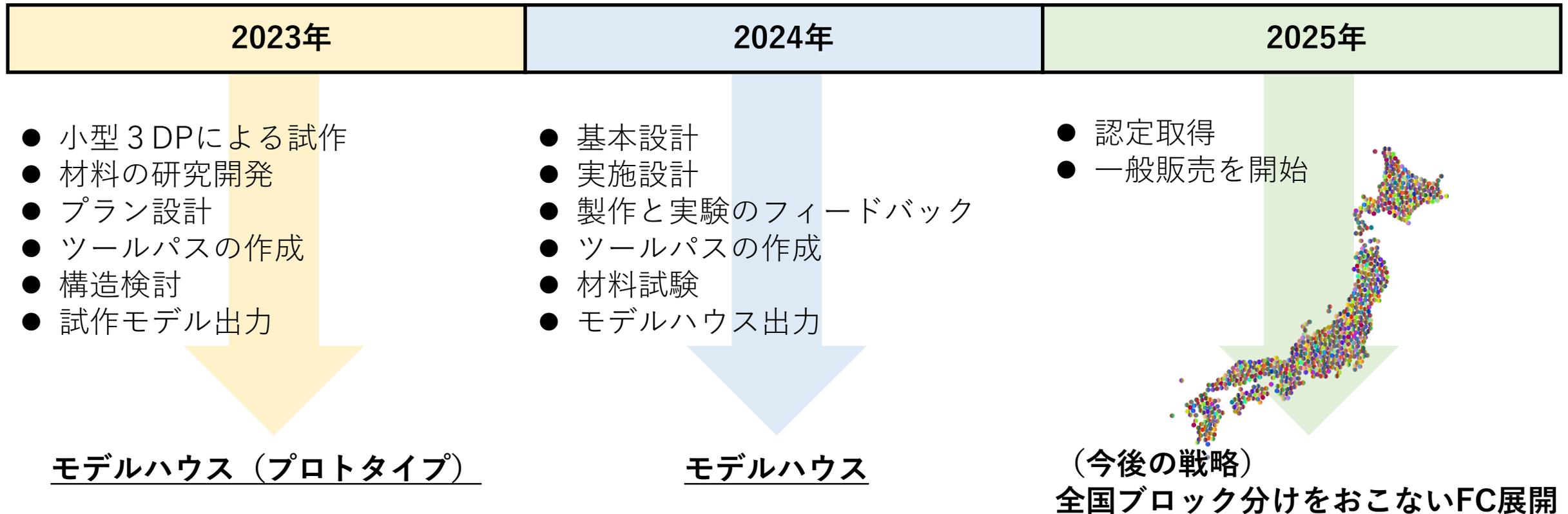
## 3Dプリンターハウス

ARUPと共同で3Dプリンターハウス—**Earth House**—の開発

(開発～販売までのプラン)

### 開発パートナー **ARUP**

ARUPはシドニーのオペラハウスをはじめ、パリのポンピドゥー・センター、中国の北京国家体育場などの世界有数の建築物の構造設計を手掛けた優れたグローバル企業。

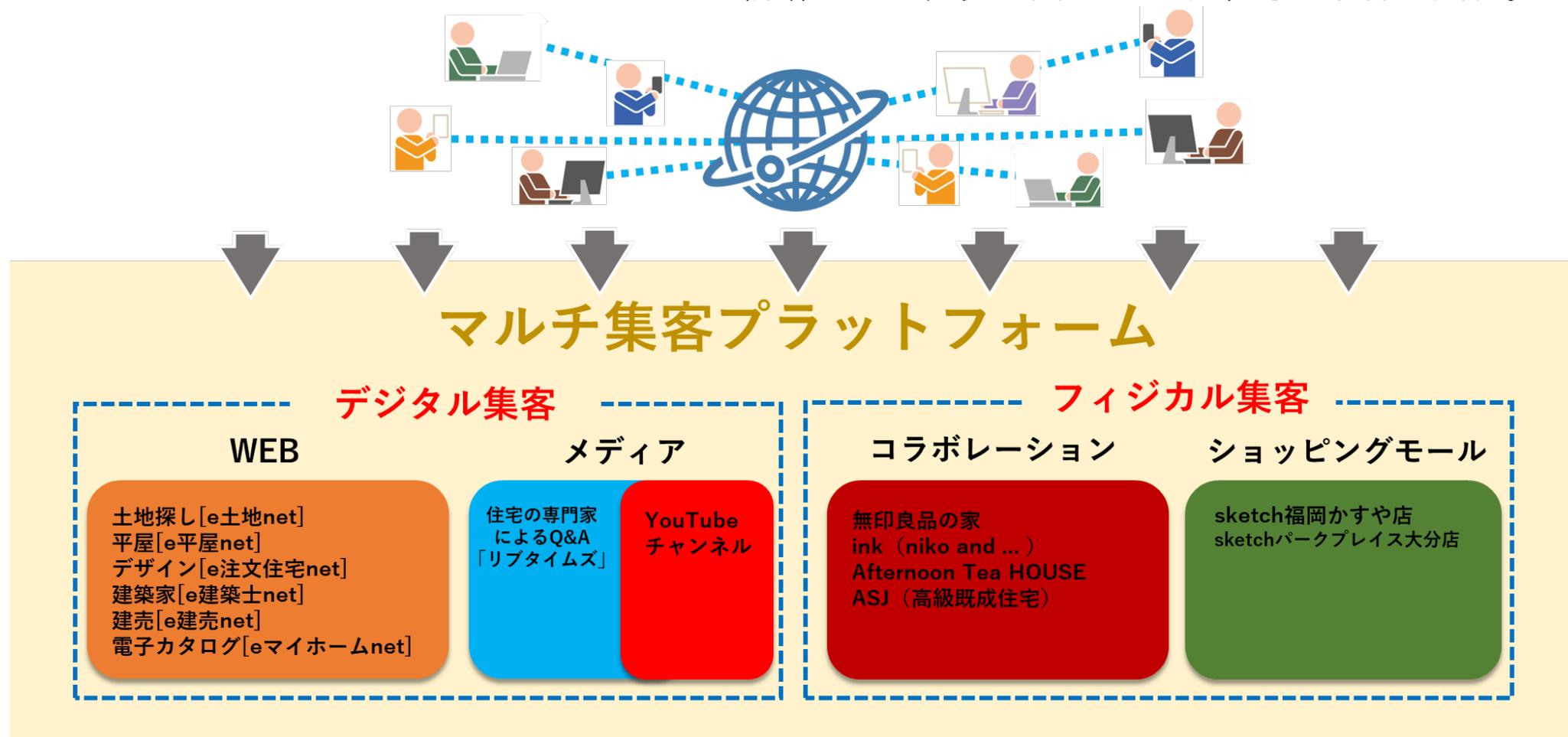


# Appendix



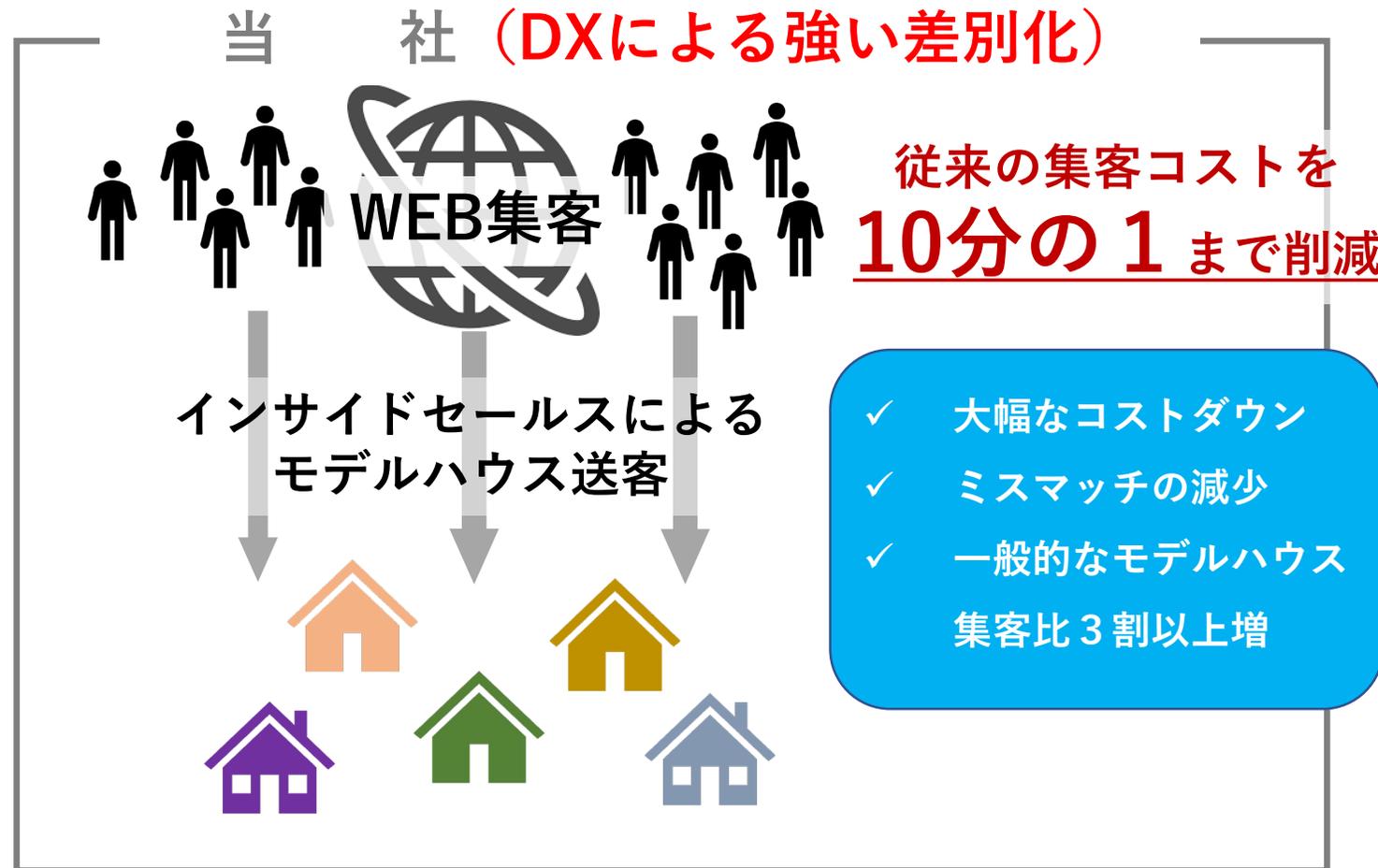
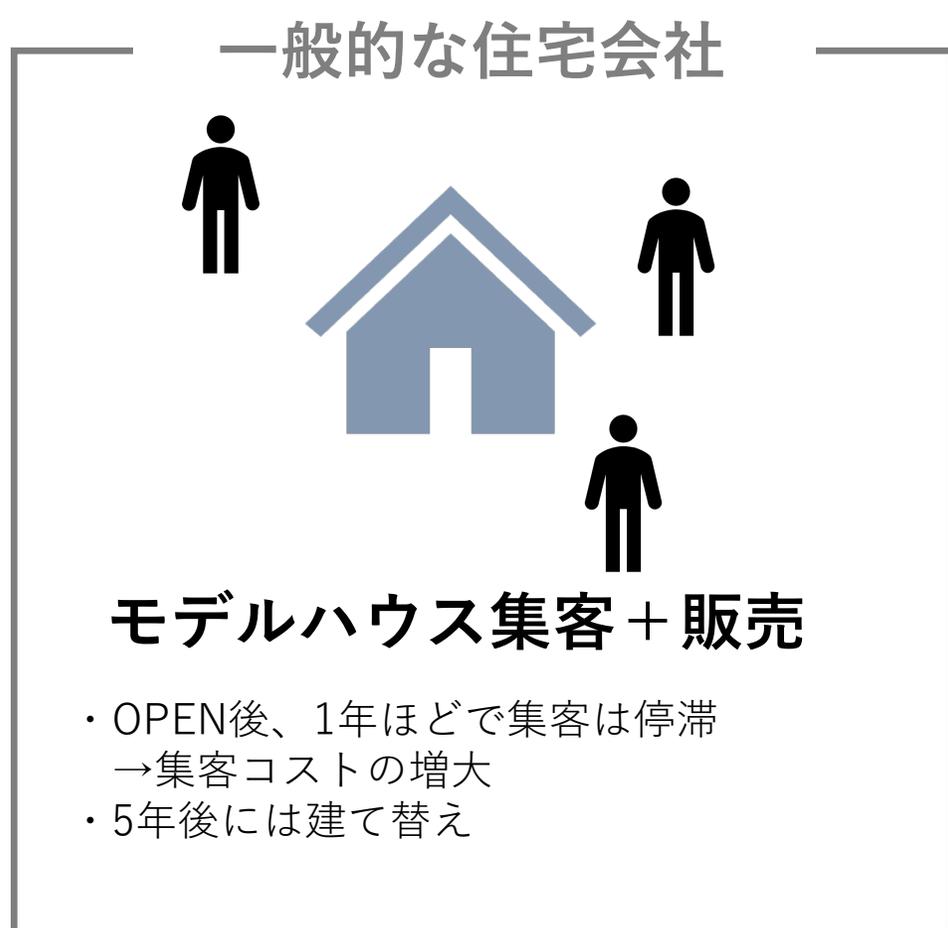
社名	株式会社 Lib Work（証券コード：1431）
代表者	代表取締役社長 瀬口力
設立	1997年8月1日
資本金	10億1477万3198円
従業員数	332名（2023年6月現在）
売上高	141億83百万円（2023年6月期）
事業内容	デジタルマーケティング集客を特色とした戸建て住宅の企画、施工、販売および不動産関連事業等
本店所在地	熊本県山鹿市鍋田178-1

戸建関連カテゴリー（土地探し「e土地net」など）に特化したサイトの充実・拡大。住宅の専門家によるオンラインメディアやYouTubeチャンネルでの動画配信、異業種コラボによる顧客層の拡大や実店舗による体験など、顧客の様々なニーズに応えるマルチプラットフォーム戦略により、多方面からの効率的な集客を実現。



今後もデジタル集客の拡大＋全国のパートナーとの提携促進を進める

当社は、戸建関連カテゴリポータルサイトのプラットフォームを運営し、デジタルマーケティングによる効率的な集客を実現。集客コストを下げることによってコストパフォーマンスの高い家を提供。



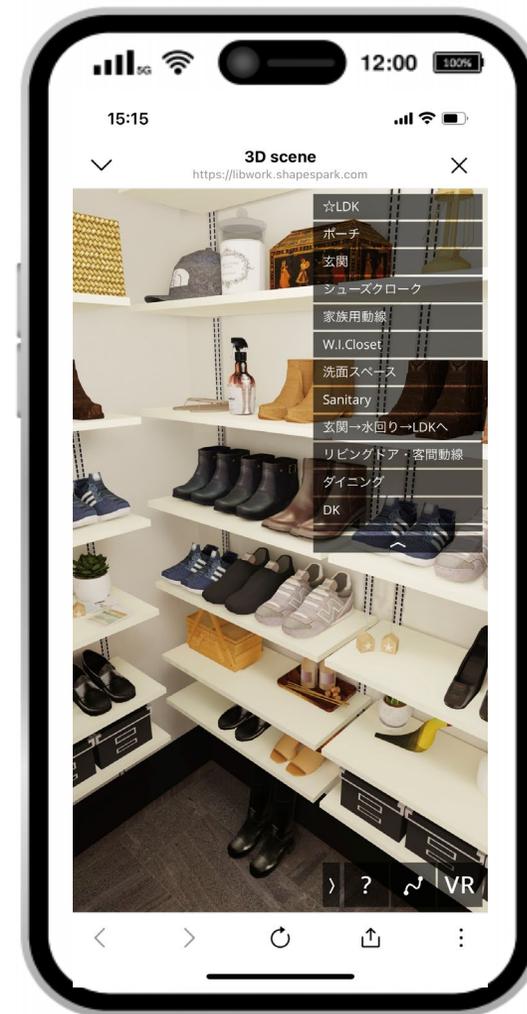
WEBはエリアに依存しないため、全国展開が容易

# CG・VRを活用した全棟提案

全棟でCG・VRのご提案を実施。長年のノウハウ蓄積により、大幅なコストダウンを実現。  
「家は建つまでわからない」という不安を解消し、お客様満足の追及へ。



## VR画像



順位	企業名
1位	アイ・ケイ・ケイホールディングス
2位	ふくおかフィナンシャルグループ
3位	西日本シティ銀行
4位	コスモス薬局
5位	西日本鉄道
6位	九州電力
7位	TOTO
8位	ANA福岡空港
8位	九州旅客鉄道 (JR九州)
10位	西原商会
11位	レベルファイブ
12位	九州フィナンシャルグループ
13位	QTnet
13位	福岡トヨタ自動車
15位	久原本家グループ
16位	九電工
17位	安川電機
18位	福岡大学
19位	福岡ソフトバンクホークス
19位	<b>Lib Work</b>
21位	西部ガス
22位	アダル
22位	ハウステンボス
24位	麻生
24位	霧島酒造/霧島ホールディングス
26位	キューサイ
26位	総合メディカル
26位	トライアルカンパニー
26位	やずや
30位	ハンズマン

「マイナビ・日経 2024年卒大学生就職企業人気ランキング」にて、  
当社は九州・沖縄エリアの**総合で19位、住宅・不動産で1位。**



九州・沖縄エリア  
(総合)



九州・沖縄エリア  
(住宅・不動産)

### 「マイナビ・日経 2024年卒大学生就職企業人気ランキング」調査概要

調査期間：2022年12月1日（木）～2023年3月26日（日）

調査対象：2024年3月卒業見込みの全国大学3年生、大学院1年生（調査開始時点）

有効回答数：41,185名

- **ユニット制**

最大4名までの1ユニットを構成

- **狙い**

上長が目が届く範囲

ユニット単位で目標の明確化が実現

一人一人の成果の見える化

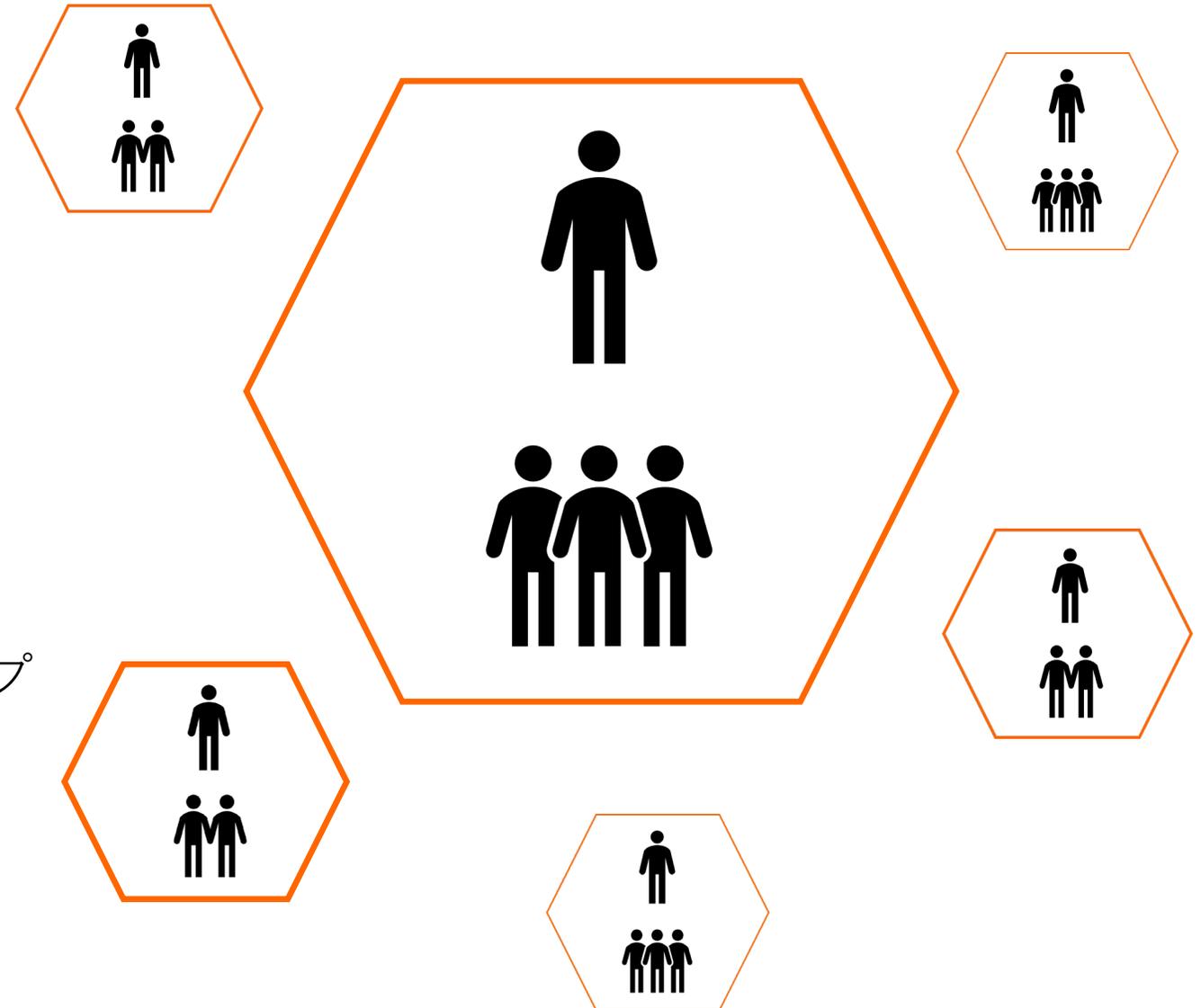
- **効果**

高い透明性

タスクの優先順位の明確化

目標達成への個々のモチベーションアップ

環境変化への対応力



## マニュアル作成ツールの活用

社内のノウハウを集約。誰でも簡単に動画等でマニュアル作成と共有が可能。「共有知」で社員教育を加速。

- **組織としての知識の蓄積**

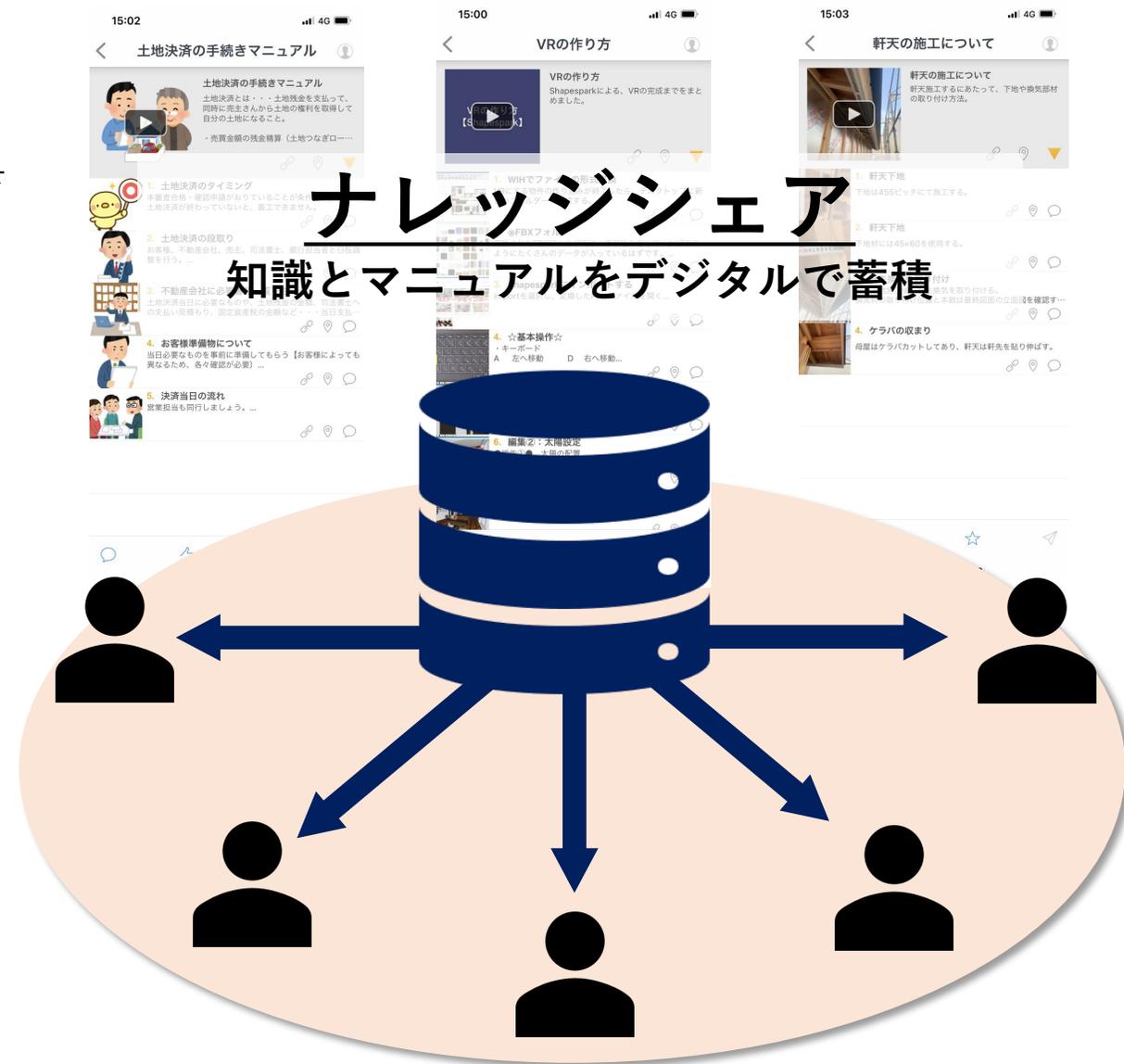
個々人が有していた知識を一元的に管理。蓄積されればされるほど資産となりえる。

- **属人化の防止**

特定の人物しか分からないといった知識や情報の属人化を防止できる。

- **業務の効率化**

一元管理される知識や経験を組織で利用でき、だれもが同じ水準の業務を担当できる状況ができあがれば、あらゆる業務が効率化される。

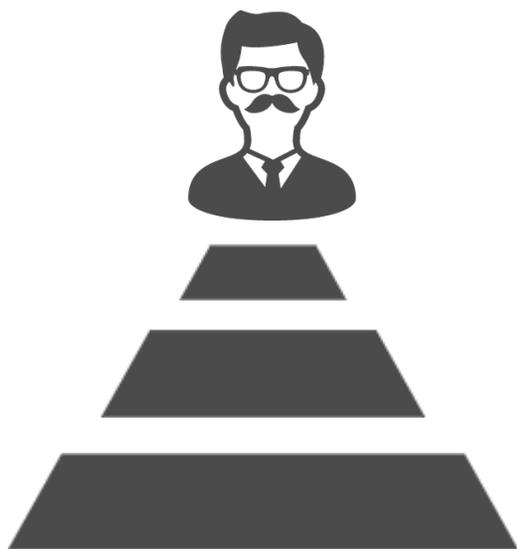


デジタルで蓄積されているため、全エリアで共有可能

従業員持株会 + 取引先持株会に加え、当社ではESOP制度を導入し、「毎年全従業員に株式を付与」することで、オーナー的思考で行動する仕組み。

一般的な企業

## 経営陣中心



当社

## 従業員及び取引先持株会 + ESOP<sup>(※注)</sup>によるオーナーシップ (全員経営)



※注：ESOPとは、「Employee Stock Ownership Plan（従業員による株式所有計画）」の略。企業拠出による従業員に対する退職時雇用者株式給付制度を指す。

住宅・不動産業界では珍しく、女性社員が全従業員の約半数を占め、女性活躍企業と認定。購買決定権者の目線での「動線提案」「暮らしの提案」を実施。



経済産業省主催の「ダイバーシティ経営企業100選」を受賞

※「ダイバーシティ経営」とは、多様な人材を取り込み、その人材が実力を十二分に発揮でき、正当な評価を受け、企業価値向上を果たすこと。熊本県下では初の受賞。  
(同年受賞企業：富士通、P&G、日本マイクロソフト等)



# 本資料についてご注意

本資料は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社としてその実現を約束する趣旨のものではありません。  
実際の業績等は経営環境の変化等により大きく異なる可能性があります。

本資料に関するお問合せ先

**株式会社Lib Work 管理部**

TEL : 0968-44-3559

<https://www.libwork.co.jp/>