



# 事業計画及び 成長可能性に関する事項

2025年9月30日

株式会社Lib Work（証券コード 1431）



# 会社概要

事業ポートフォリオ

成長戦略

中期経営計画・リスク情報

株主還元・財務方針

# 会社概要

社 名

株式会社 Lib Work（証券コード：1431）

代 表 者

代表取締役社長CEO 瀬口 力

設 立

1997年 8 月 1 日

資 本 金

13億2150万円

従業員数

355名（2025年 6 月現在）

売 上 高

160億 4 百万円（2025年 6 月期）

事 業 内 容

戸建住宅事業／3Dプリンターハウス事業／プラットフォーム事業

本店所在地

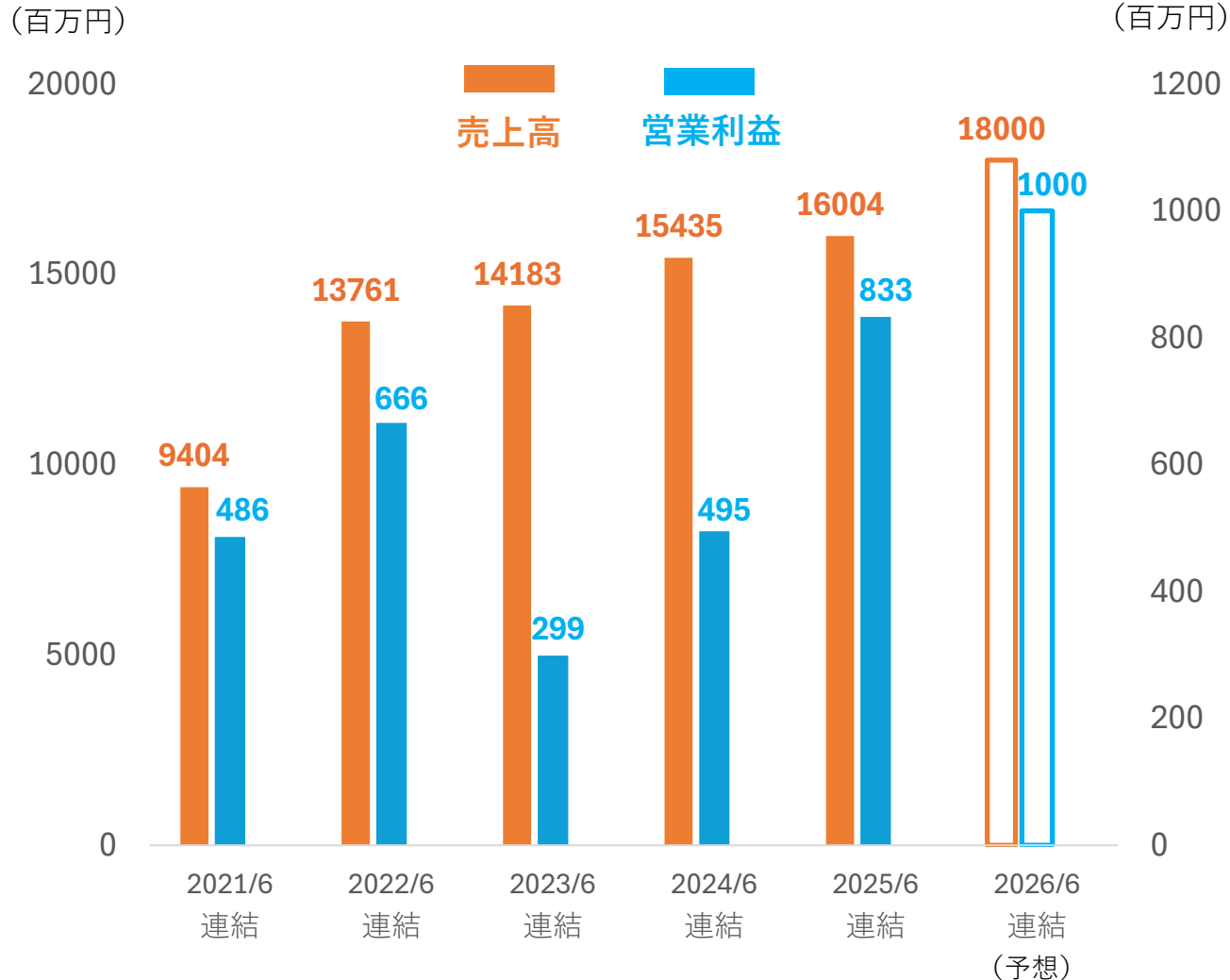
熊本県山鹿市鍋田178-1



# 財務ハイライト

5期連続での増収。過去最高の160億円の売上高を達成。また営業利益は2期連続の増収、過去最高8.3億円の営業利益を達成。営業利益率は23/6期（2.1％）比で2.5倍の5.2％まで上昇。

## 売上高と営業利益の推移



## 2025/6期のインパクトKPI実績

営業利益  
(億円)

8.3

(YoY+68.1%)

営業キャッシュフロー  
(億円)

13.8

(YoY+2.82億円)

YouTubeチャンネル  
(視聴数：万回)

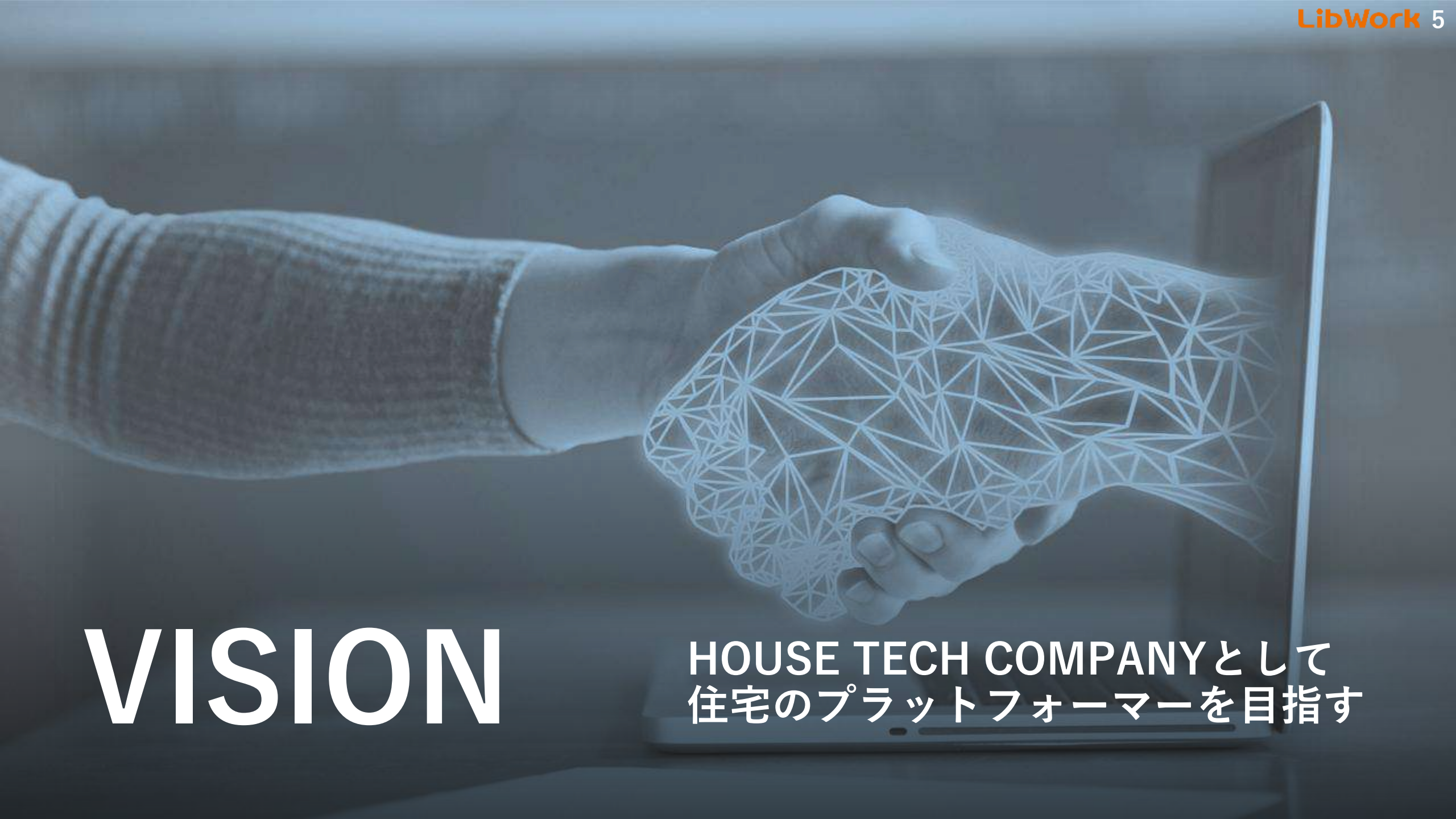
9303

(YoY+45%)

マイホームロボ  
(契約社数)

141

(YoY+2.8倍)

A conceptual image showing a human hand in a grey sweater sleeve shaking a digital wireframe hand that appears to be emerging from a laptop screen. The background is a soft, out-of-focus grey.

# 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。



▶ ハウステックカンパニーへ



# 戸建プラットフォームへ 加速する

当社は今まで自社で培ってきたノウハウや課題解決策をサービス化し、全国の住宅会社・工務店にプラットフォームとしてサブスク型で提供。

人手不足や  
残業増加

AIを活用した  
プラン提案システム

**マイホームロボ事業**

初回提案をAIがわずか5分に

 My Home Robo

集客減少  
自社で獲得する  
顧客層の限界

人気ブランドでの  
強い集客装置

**IPライセンス事業**

業界初のライセンスサービス

niko and ...   
**EDIT HOUSE**

全国の約 **35,000** 社の  
住宅会社・工務店をターゲット

収益化

2025/6期実績は、P57・P59に記載

サブスクリプションサービスであるため加盟店の増加に比例し、**安定収益**に。

# テクノロジーで 販売手法を変える

## Web

デジタルマーケティング集客は広告費を大幅に削減。  
高付加価値のある住まいの提供を実現。

## YouTube

登録者数13万人を突破。戸建ナンバーワンチャンネルへ。  
動画によるファン化から、受注の獲得まで。

## AI（人工知能）

ChatGPTをはじめとしたAIを活用し、業務効率化および初期提案システム構築。  
今後は世界初となるAIによるフルオートビルド（完全自動住宅建設）の実現を目指す。

## EC事業への参入

通販会社とのアライアンスにて、業界初の通販チャネルを活用した住宅販売へ。

## NFT化と暗号資産

設計データのNFT化と暗号資産（ビットコイン）による販売スキームを構想。  
グローバル市場における新たな住宅流通の仕組みの構築へ。



# テクノロジーで 家を再定義する

3Dプリンター住宅  
「Lib Earth House」のコンセプト

## 住宅版テスラ

テスラは単なる電気自動車メーカーではなく  
「未来の車」をつくる企業。

当社も同様に「**未来の家**」を開発する。

当社は今までにないイノベーティブな住まいと暮らしの実現を目指し、建設用3Dプリンターを活用した「未来の家」を開発。昨今の建築部材や物価上昇、職人の高齢化による人材不足などの社会的な課題解決策としても有効と考えているほか、未来の住まいと暮らしの提案を目指す。

今後は「常識を超える、新しい住まいのカタチ」NEXT INNOVATIONとして、AIで3Dプリンター住宅設計へ。  
**世界初のフルオートビルド（完全自動住宅建設）**を目指す。







▶ サステナブルカンパニーへ

# カーボンニュートラル の実現に向けて

## カーボンフットプリント (※) 全棟算出・明示 (業界初)

当社が提供する住宅の資材調達から解体に至るまでのライフサイクル全体を通じて排出された二酸化炭素の把握に取り組んでいる。今後は、自社で施工した住宅は前述の通り、カーボンフットプリントを全棟明示し、積極的なCO2削減に取り組む。

※Carbon Footprint of Productsの略称で、商品やサービスの原材料調達から廃棄・リサイクルに至るまでのライフサイクル全体を通して排出される温室効果ガスの排出量をCO2に換算して、商品やサービスに分かりやすく表示する仕組み

## SBT (Science Based Targets) 認定取得

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。

当社は、基準年を2020年とし、目標年である2030年までに、Scope 1 及び 2 において温室効果ガス排出量を42%削減し、Scope 3 については温室効果ガス排出量の算定及び削減することを目標とする。



## TCFD (※) 提言への賛同を表明 TCFDコンソーシアム (※) に参画

※1 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。

※2 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。



## カーボンニュートラル宣言

当社は、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する。

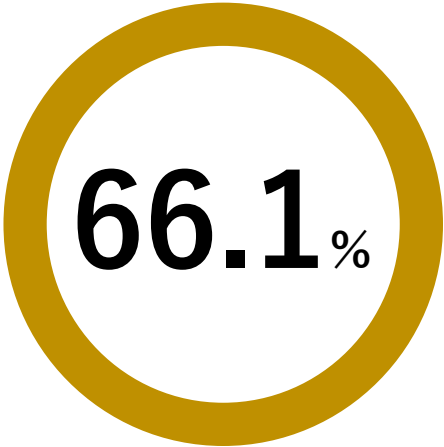
# 新築住宅に太陽光パネル 無料設置

## 新築住宅向けに太陽光パネル無料設置

当社が新築で施工販売する全てのお客様を対象とし、スマートハウス導入を加速。  
お客様は無料で住宅用太陽光発電システムが導入できるほか、契約期間15年経過後には本システムを無償で譲渡する仕組み。  
既存住宅への太陽光パネルおよび蓄電池販売も実施。SDGsの達成と脱炭素社会の実現に向けたサステナブルな住環境に貢献。



太陽光パネル設置率  
(2025年6月期Lib Work実績)



|        | 2023年度<br>(2023年4月1日～2024年3月末) | 2024年度<br>(2024年4月1日～2025年3月末) |
|--------|--------------------------------|--------------------------------|
| scope1 | 626.6                          | 783.6                          |
| scope2 | 435.2                          | 758.2                          |
| scope3 | 62,583.8                       | 35,468.4                       |
| 合 計    | 63,645.5                       | 37,010.1                       |

前年比4割超  
の削減

Scope1は企業が直接排出する温室効果ガス、Scope2は購入した電力や熱などのエネルギー使用に伴う間接排出、Scope3は原材料調達から廃棄に至るサプライチェーン全体で発生するその他の間接排出を指す。このscope 3については、当社の積極的な太陽光パネル設置及びZEH住宅の普及に伴い、GHG排出量（温室効果ガス：Green House Gas）は大幅に削減することに成功。



# リサイクルやアップサイクルした製品を積極採用

## セルロースファイバーを断熱材として標準採用

新聞紙の古紙をリサイクルした断熱材を利用。

高い断熱性能があるため北米などの寒冷地では採用率が高いが、国内では主にコスト高の課題からあまり利用されていない。当社は、施工を内製化することでコストダウンに成功。セルロースファイバーは断熱性能のほか、調湿性も高いため顧客満足度の高い製品。

## デニムの破材をアップサイクルした内壁

デニム工場から排出される端材の課題解決への取り組みから開発。

この排出されるデニムの端材を粉砕し、左官材へアップサイクル。また接着剤を使用していないため、古くなったら水をかけ再度練り直すと、また左官材としてよみがえる。排出される端材⇒アップサイクル⇒リユースというきれいな循環が可能な製品。

## ワインのコルクをアップサイクルした建具

飲食店等で日々消費されるワイン等のコルク栓をゴミとせず回収し、アップサイクルして生まれた建具。コルク栓を原料としているため、断熱性能・吸音性能・吸放湿性能に優れており、環境配慮の面だけでなく、製品の性能面でも優れた製品。



会社概要

 **事業ポートフォリオ**

成長戦略

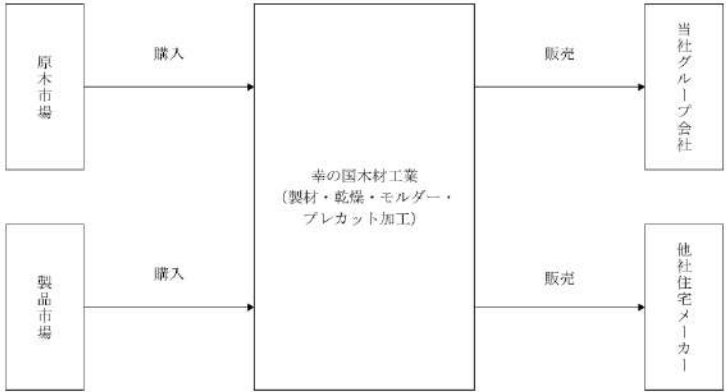
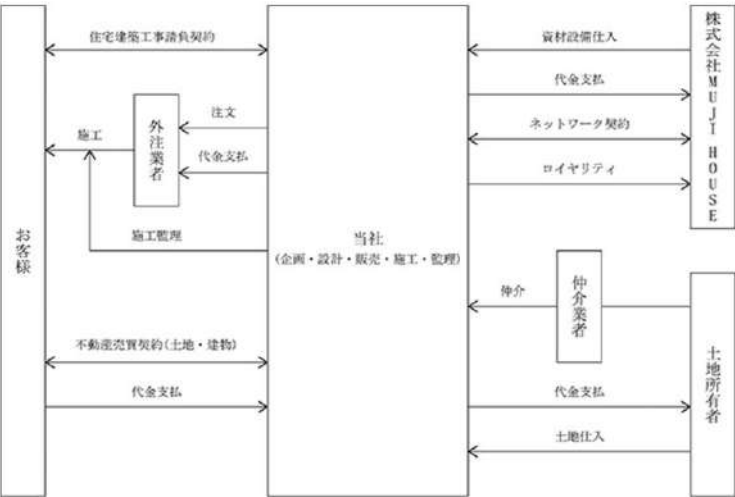
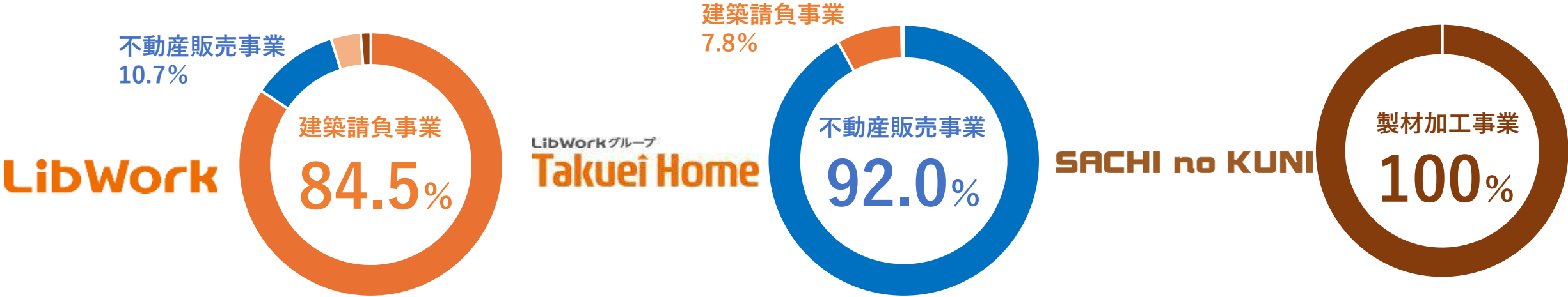
中期経営計画・リスク情報

株主還元・財務方針

# 事業概要

当社グループは、当社および連結子会社 4 社の計 5 社で構成。デジタルマーケティング集客を主体とし、戸建住宅事業および不動産販売事業をおこなっている。

## 売上構成比と事業系統図



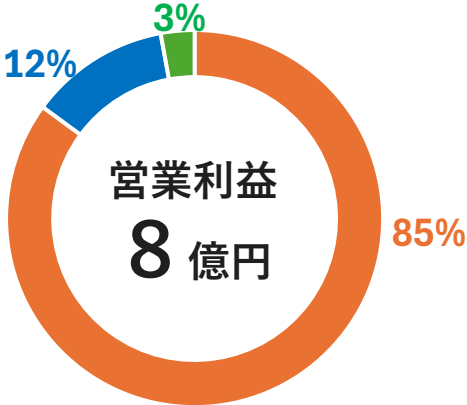


デジタルマーケティング集客を主体とし、戸建住宅事業および不動産販売事業をおこなっている。  
幸の国木材工業のグループ会社化後は、原価削減を含めグループシナジーが拡大中。

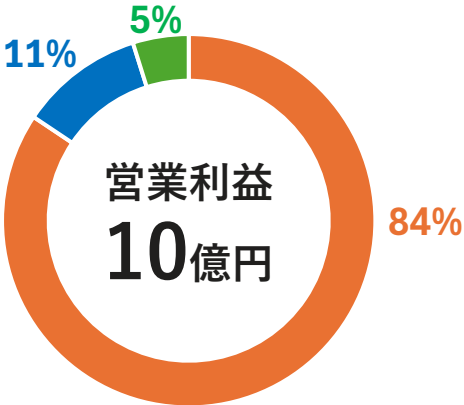
営業利益比率

- Lib Work（プラットフォーム含む）
- タクエーホーム
- 幸の国木材工業

2025年 6 月期（実績）



2026年 6 月期（予想）



コスト構造／2025年6月期（実績）

| Lib Work |       |                    |
|----------|-------|--------------------|
| 売上高      |       | 12,120百万円          |
| 粗 利      |       | 3,726百万円（粗利率30.7%） |
| 販管費      |       | 3,042百万円           |
|          | 人 件 費 | 1,229百万円（40.3%）    |
|          | 広告宣伝費 | 537百万円（17.6%）      |
|          | 支払手数料 | 278百万円（9.1%）       |
|          | 減価償却費 | 180百万円（5.9%）       |

| タクエーホーム |       |                  |
|---------|-------|------------------|
| 売上高     |       | 3,535百万円         |
| 粗 利     |       | 440百万円（粗利率12.4%） |
| 販管費     |       | 336百万円           |
|         | 人 件 費 | 100百万円（29.9%）    |
|         | 広告宣伝費 | 13百万円（4.0%）      |
|         | 支払手数料 | 114百万円（34.0%）    |
|         | 減価償却費 | 3 百万円（1.0%）      |

| 幸の国木材工業 |       |                  |
|---------|-------|------------------|
| 売上高     |       | 1,106百万円         |
| 粗 利     |       | 163百万円（粗利率14.7%） |
| 販管費     |       | 138百万円           |
|         | 人 件 費 | 51百万円（36.8%）     |
|         | 発送配達費 | 42百万円（30.9%）     |
|         | 支払手数料 | 6 百万円（4.4%）      |
|         | 保 険 料 | 5 百万円（3.7%）      |

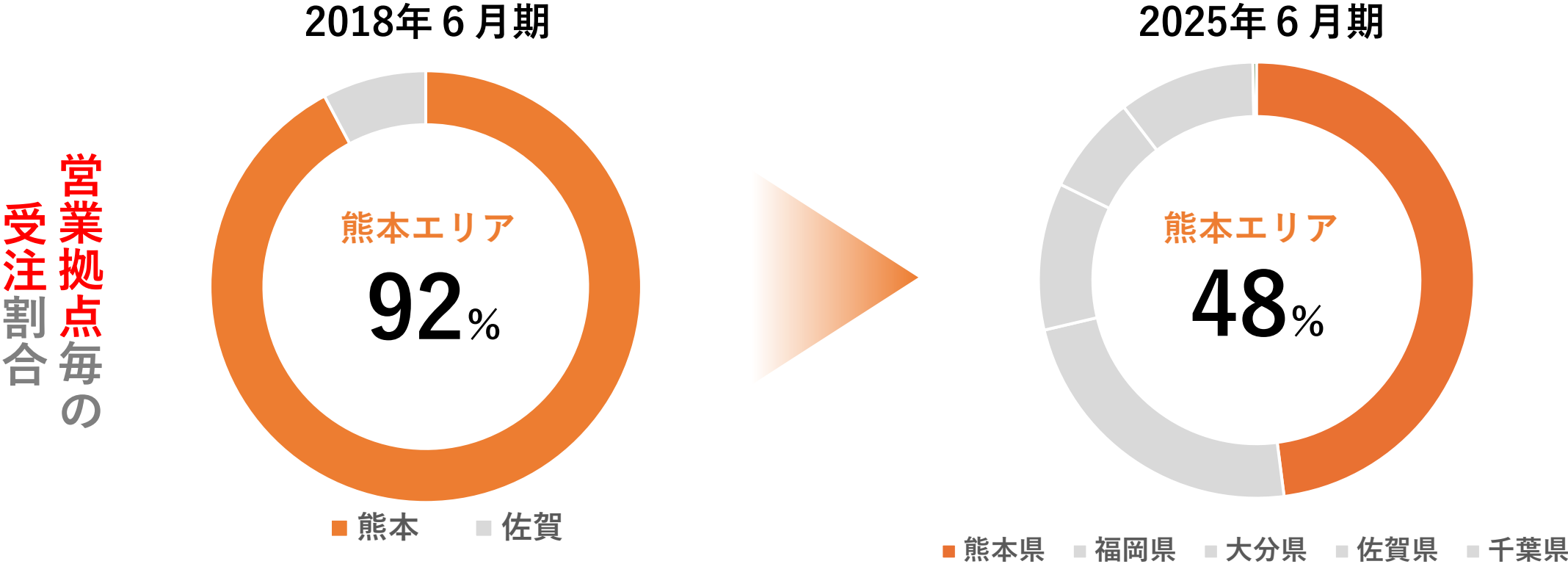
# 注文住宅事業



# 注文住宅事業

## ①売上構成比

Lib Workの営業拠点毎での受注割合の推移。7年前までは熊本+佐賀のみでの営業活動。  
 その後は、大分・福岡・千葉と営業拠点を順次拡大。すでに熊本以外で過半数のシェア。



熊本中心の事業から全国区の事業展開へ



# 注文住宅事業

## ②集客モデル カテゴリー別集客サイト

デジタルマーケティング集客は、堅調に拡大中。専門性の高い集客装置をWeb上に多数展開するほか、今後は動画マーケティングや異業種コラボなど複数のシナジーを高めていく。

### デジタル集客数



昨年比

108%

### 来場者数



昨年比

177%



# 注文住宅事業

## ②集客モデル ショッピングモール向けモデルハウス

ショッピングモール館内に原寸大のモデルハウス設置し、営業活動。気軽に立ち寄れると好評。



sketch イオンモール福岡店



sketch イオンモール熊本店



sketch パークプレイス大分店



skech イオンモール幕張新都心店



店内の内装（原寸大のモデルハウス）



# 注文住宅事業

## ②集客モデル 異業種コラボ商品モデルハウス

異業種コラボは強い差別化と高い集客装置に。また高付加価値商品であるため、安定した利益の確保に。

Afternoon Tea  
HOUSE

ink...  
collaborate with  
niko and ...

無印良品の家

BELLE MAISON DAYS  
house



再春館製薬所の家  
POSITIVE AGE HOUSE



TEIJIN

LIVELY VILLA Noki  
powered by TEIJIN





# 注文住宅事業

## ③ファン化マーケティング

YouTubeチャンネルに加え、TikTokをはじめとするショート動画が好調。シナジー効果へ。  
登録者数は13万人を超え、総視聴数は1億回へ。戸建ナンバーワンチャンネルを目指す。

### YouTubeチャンネル「Lib Work ch」



190万視聴超の動画も



TikTokは建売の  
受注に貢献。



登録者数

13万人



総視聴数

9303万回

### 住宅の専門家によるQ&Aメディア リブタイムズ



LINE NEWSをはじめ大手ポータルとの連携。



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。



## ④住宅版SPA（協力業者の減少対策・粗利率の増加へ）

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、建て方工事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。

### 主要 5 工種の工事内製化へ

☑ 給排水設備

☑ 基礎工事

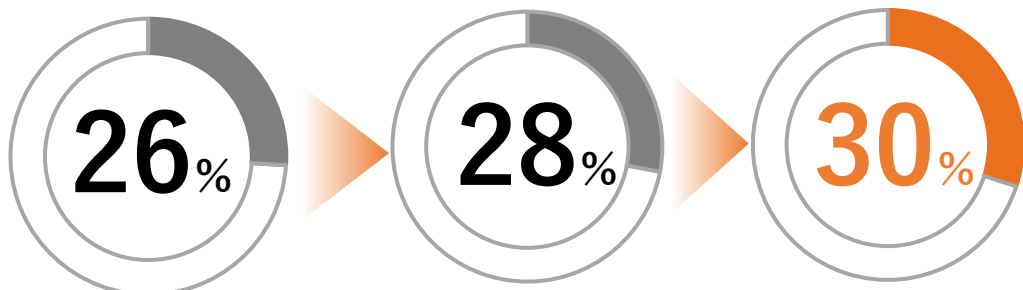
☑ 建て方工事

☐ サイディング工事

☐ 地盤改良工事

3 工種の  
内製化に成功。

粗利率の推移



2023年6月期（実績）

2024年6月期（実績）

2025年6月期（実績）

### 木材加工会社のM&Aを実施

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の「幸の国木材工業株式会社」の全株式を取得し、子会社化。グループ全体の原価コスト削減に貢献。



原木から製材し、プレカット加工を経て出荷へ。  
熊本県を代表するスギの木が主体。

粗利は2023年6月期比で **4 %改善**。建築資材は高止まりしているものの、住宅版SPA戦略の内製化や木材加工会社のグループ化におけるコスト削減が成果を出している。

# 注文住宅事業

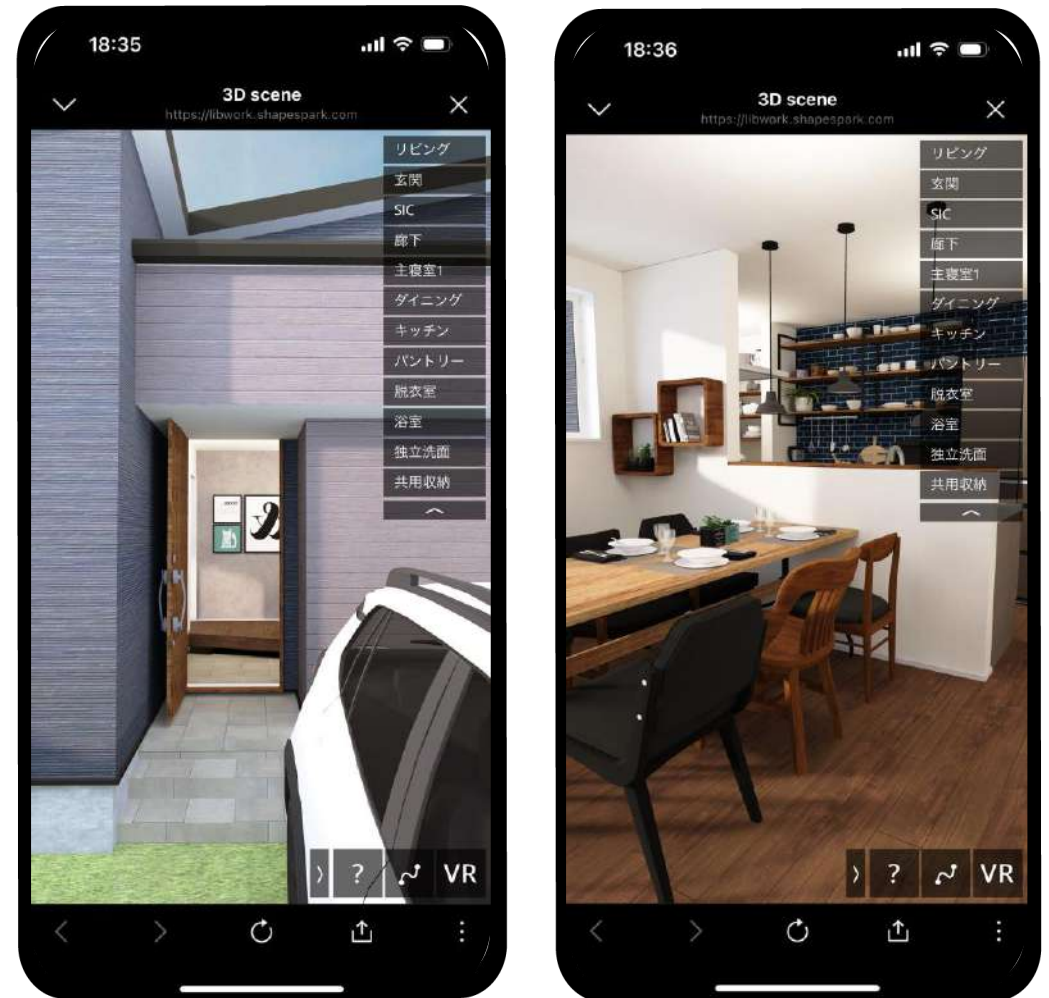
## ⑤CG・VRによる全棟提案（顧客満足度の向上）

高画質・高クオリティ。「家は建つまでわからない」という不安を払拭し、顧客満足の追及と感動の提供へ。

CG画像



VR画像



# 建売住宅事業

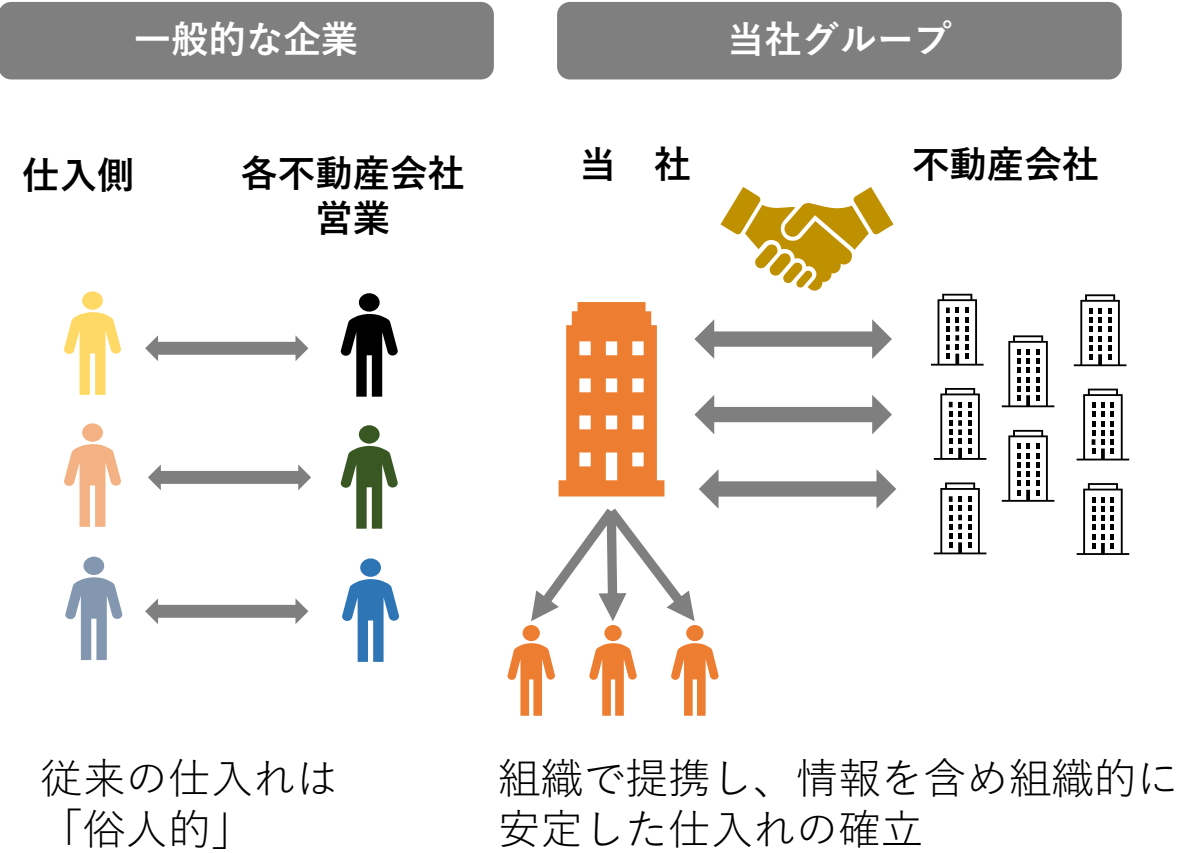




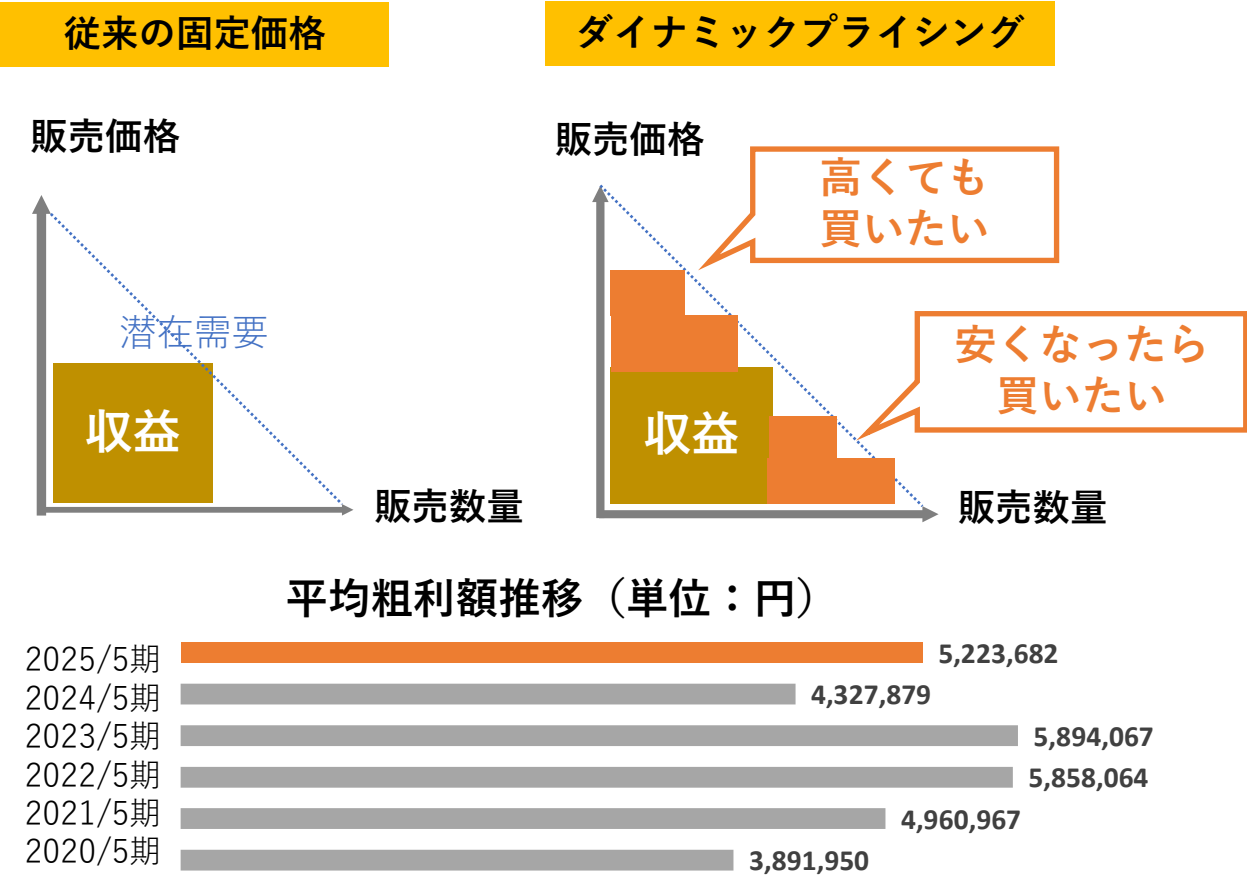
# 建売事業

## ①安定的な仕入れと戦略的な販売

個々の営業スタッフによる情報仕入れから組織仕入へ  
⇒安定的な土地の仕入れが可能



需給に合わせた利益の最大化と在庫削減を目的とし、ホテルの宿泊料金や航空券のように需要で価格が変更する「ダイナミックプライシング」をに導入。粗利額の改善へ。



2024年/5期はパワービルダーを中心とした大幅な価格調整の影響を受け、減少に転じたが、2025/5期は適正価格での販売に転向し、利益回復した。

# 建売事業

## ②差別化戦略（顧客層の拡大）

先行して注文住宅事業で展開していた異業種コラボを**建売住宅**へ拡大

niko and ...が完全プロデュースした住宅商品を建売として販売開始。  
今後はロープライス商品だけではなく、ブランド連動の商品により付加価値の高い商品も販売し、  
グループシナジーを高めていく。



グループシナジーの促進と建売商品の差別化を進める

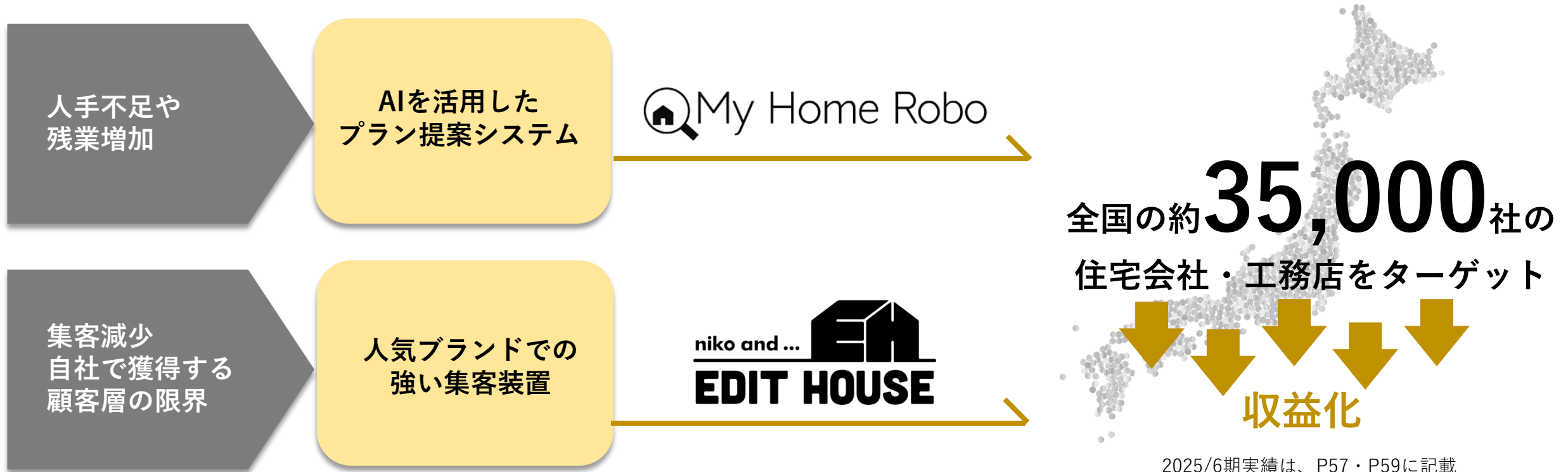
A white humanoid robot is seated at a desk, typing on a laptop. The robot has a human-like form with visible joints and mechanical components. The laptop screen displays a complex diagram or data visualization. The background is a soft, out-of-focus indoor setting.

# プラットフォーム事業



# プラットフォーム事業

当社は今まで自社で培ってきたノウハウや課題解決策をサービス化し、全国の住宅会社・工務店に対して、プラットフォームマーとしてサブスク型で提供。



サブスクリプションサービスであるため加盟店の増加に比例し、**安定収益**に。

# プラットフォーム事業

## ①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した初期提案システム。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。人材流動化により営業マン不足や設計士不足、慢性的な残業に悩む経営者支援へ。

間取り診断



お客様は簡単なアンケートに回答するだけ。

AIが、こたえをくれる。



My Home Robo



生成AI (ChatGPT) 対応  
提案文章も自動生成

初期提案をわずか 5 分に変える革新的ツール

# プラットフォーム事業

## ②IPライセンス事業（niko and ... EDIT HOUSE）

### 業界初の住宅会社向けライセンスサービス

20～30代の男女に絶大な人気を誇る「niko and ...」と共同商品した  
**圧倒的な集客装置**。集客力や差別化に悩む全国の住宅会社向けに提供。

| 知的財産                                                                              |                                                                                     |                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 商 標<br>(登録商標)                                                                     | 意 匠<br>(建築物や内装のデザイン)                                                                | 著作物<br>(カタログ等の販促物)                                                                   |
|  |  |  |

住宅FCと比較し、IPライセンスビジネスは一定の自由度を設けたサービス

|                  | 一般的な住宅FC | IPライセンス |
|------------------|----------|---------|
| 指定構造材の購入         | 有り       | 無し      |
| 1棟販売毎のロイヤルティの支払い | 有り       | 無し      |
| 住宅販売価格の取り決め      | 有り       | 無し      |

加盟メリット

特殊な工法

不要

加盟コスト

固定

プラン

自由

通常の「在来工法」で可能であり、一般的な住宅会社はどこでもすぐに導入可能。  
加盟金は固定であり、FCのような追加料金は発生しないため、加盟企業は  
**収益の伸びしろが大きい。**



# EC事業

## ①ECサイトや顧客データベースによる戸建住宅販売事業（業界初）

千趣会が運営する通販事業ベルメゾンのインテリア家具・雑貨のオリジナルブランド「ベルメゾンデイズ」とコラボレーションした共同商品開発し、その販売チャネルを活用した住宅販売をおこなう。  
 加えて、再春館製薬所とも共同商品開発。長きにわたり培ってきた会員（愛用者）のデータベースを活用したアプローチやリアルイベントなどを実施。新たな販売チャネルの拡大に取り組む。



# EC事業

## ②D2Cマーケティング（会員との会話を通じて商品開発）

千趣会・再春館製薬所の会員との対話を重ね、商品化へ。プラットフォーマーとしての事業拡大に。



D2Cとは、Direct to Consumerの略で、自ら企画、生産した商品を広告代理店や小売店を挟まず、消費者とダイレクトに取引する販売方法。ECサイトなどの直営で消費者とコミュニケーションを取り、生産した商品を販売。

### D2Cの主な メリット

- ・マーケティングコストを抑えやすい
- ・消費者へのダイレクトチャネルを確保できる
- ・高い利益率が期待できる
- ・顧客のデータの蓄積と分析が可能
- ・顧客の意見をダイレクトに取得でき、顧客満足の高い商品開発へ

プラットフォームを活用したダイレクト販売にて、  
顧客満足度の向上と粗利の高い商品販売へ

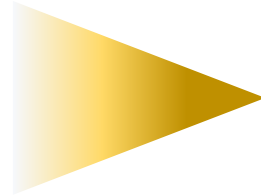
A large 3D printer is shown in the process of printing a house structure. The printer's arm, equipped with a nozzle, is positioned over a partially completed rectangular building. The building's walls are composed of many horizontal layers, giving it a textured, layered appearance. The printer is mounted on a tall, white metal frame. The background shows a grassy field with trees under a cloudy sky. An orange vertical bar is located to the left of the title text.

# 3Dプリンター住宅事業

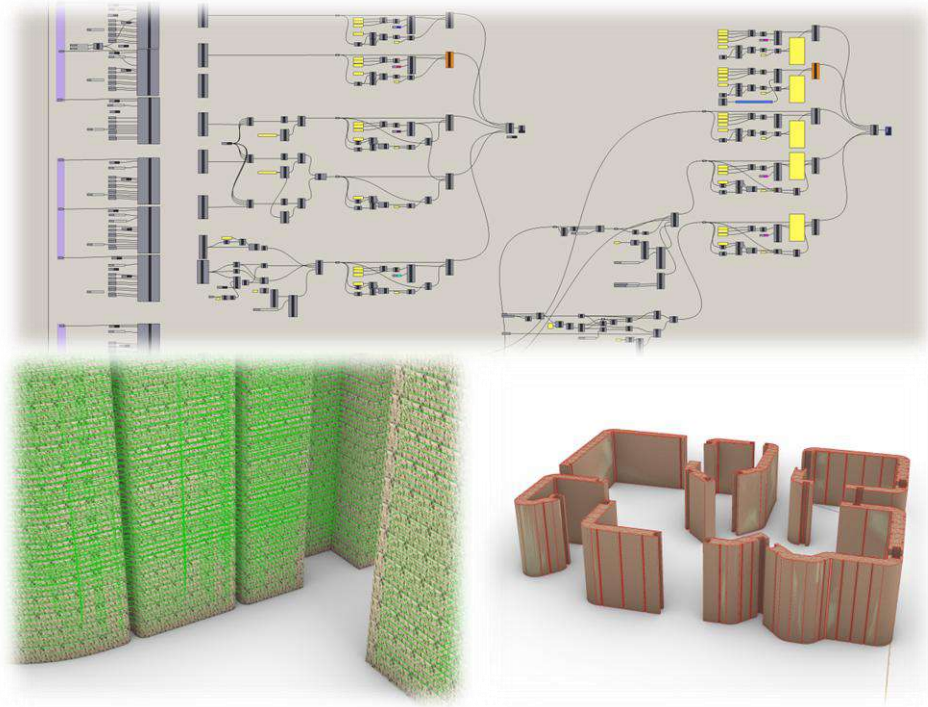


# 3Dプリンター住宅事業

3D CADなどで  
デジタルデータ作成



3Dプリンターで  
ダイナミックに現地施工  
(オンサイト)



従来の建設方法とは異なり、材料の浪費が少ないほか  
複雑な形状の部品を短期間で製造することが可能。

# 建設革命

# 3Dプリンター住宅事業

3Dプリンター住宅「Lib Earth House」のコンセプト



## 住宅版テスラ



## 「土」を主原料

テスラは単なる電気自動車メーカーではなく「未来の車」をつくる企業。当社も同様に「**未来の家**」を開発する。すべく、環境への配慮やIoTを兼ね備えた今までにない未来の家を開発する。

「土」は自然由来の資源で容易に入手でき、最後は自然に還せる再利用可能な資源であるため、廃棄物を最小限に抑えることができるほか、従来の建築に比べて二酸化炭素の排出量を大幅に削減でき、環境に優しい建築を実現する。このような取り組みは、資源を循環的に活用する**サーキュラーエコノミー**の理念にも合致し、持続可能な社会の実現へ貢献する。

当社の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」を体現

開発パートナー

# ARUP

Arup(アラップ)はロンドンに本社を構えるエンジニアリング・コンサルティング会社。設計者、アドバイザー、専門家を有し、世界140カ国で持続可能な開発プロジェクトに提携。







LibWork







# 土を主原料とした3Dプリンター住宅完成

**国内初**となる土を主原料とした約100㎡の一般住宅用の3Dプリンター住宅「Lib Earth House model B」が完成。今回の土壁は産業廃棄物になるセメントを一切使わず、土を主原料に天然由来の素材だけで実現。

持続可能な次世代の住まいに成功。

自然由来の土や石灰、繊維材を主成分に使用

土・石灰・自然繊維など、地球上で豊富に得られる素材で、環境負荷を抑制。

CO<sub>2</sub>排出を大幅に削減

これらの素材は地球上で豊富に得られ、製造時のCO<sub>2</sub>排出量を大幅に削減。100㎡の住宅における試算では、RC住宅に比べて約50%、**木造住宅よりも少ないCO<sub>2</sub>排出量で建設が可能。**

45,000  
kg-CO<sub>2</sub>

22,434  
kg-CO<sub>2</sub>

23,901  
kg-CO<sub>2</sub>

約**50.2%** 削減

木造住宅も下回る

RC住宅

3Dプリンター住宅

木造住宅



会社概要

事業ポートフォリオ

 **成長戦略**

中期経営計画・リスク情報

株主還元・財務方針



# 市場規模と拡大余地

国内は少子化や人口減少等の理由により、住宅市場規模自体の大きな伸びは期待できないが、シェア拡大における今後の成長余力は十分にある。さらに既存の住宅販売市場に依存しないプラットフォーム事業や3Dプリンター住宅事業を加速させることで、当社グループの業績は拡大できる。

## 3Dプリンティング建設の市場規模（世界）

2034年までにUSD **1,418.16** Billionに成長  
(147円換算＝約208兆円)

【出所】 3D Printing Construction Market Size and Forecast 2025 to 2034  
<https://www.precedenceresearch.com/3d-printing-construction-market>

約**50.3**兆円

非住宅を含む国内市場規模

【出所】 国土交通省総合政策局

「令和7年度（2025年度）建設投資見通し」抜粋

・民間非住宅建築投資：20兆9,500億円

約**29.4**兆円

国内住宅市場規模

（新築工事およびリフォームリノベーション工事）

【出所】 国土交通省総合政策局

「令和7年度（2025年度）建設投資見通し」抜粋

・民間住宅建築投資：16兆3,600億円

・民間建築補修（改装・改修）投資：13兆500億円

**160**億円

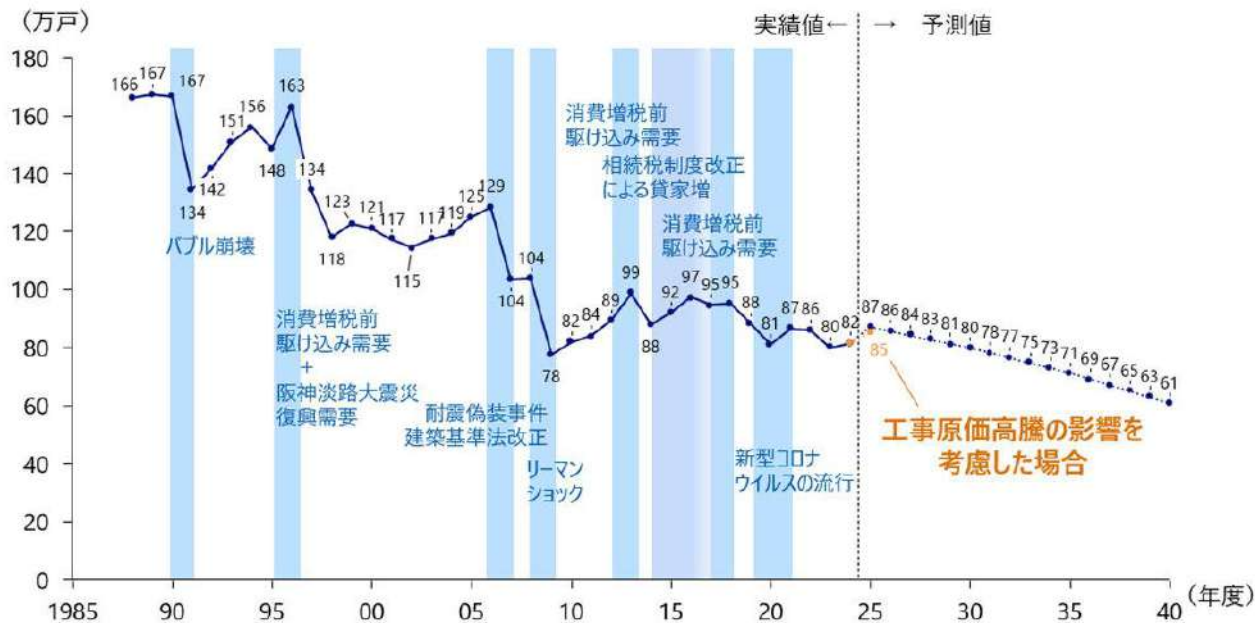
2025年6月期 連結売上実績

# 国内における戸建住宅市場の今後と契機

新設住宅戸数は、少子化と人口減少を背景に緩やかに縮小していく。また世界的なインフレから住宅資材の原価上昇および人件費の上昇が進んでおり、体力のない中小零細企業は淘汰が進んでいく。

2024年：82万戸⇒2040年：61万戸へ減少

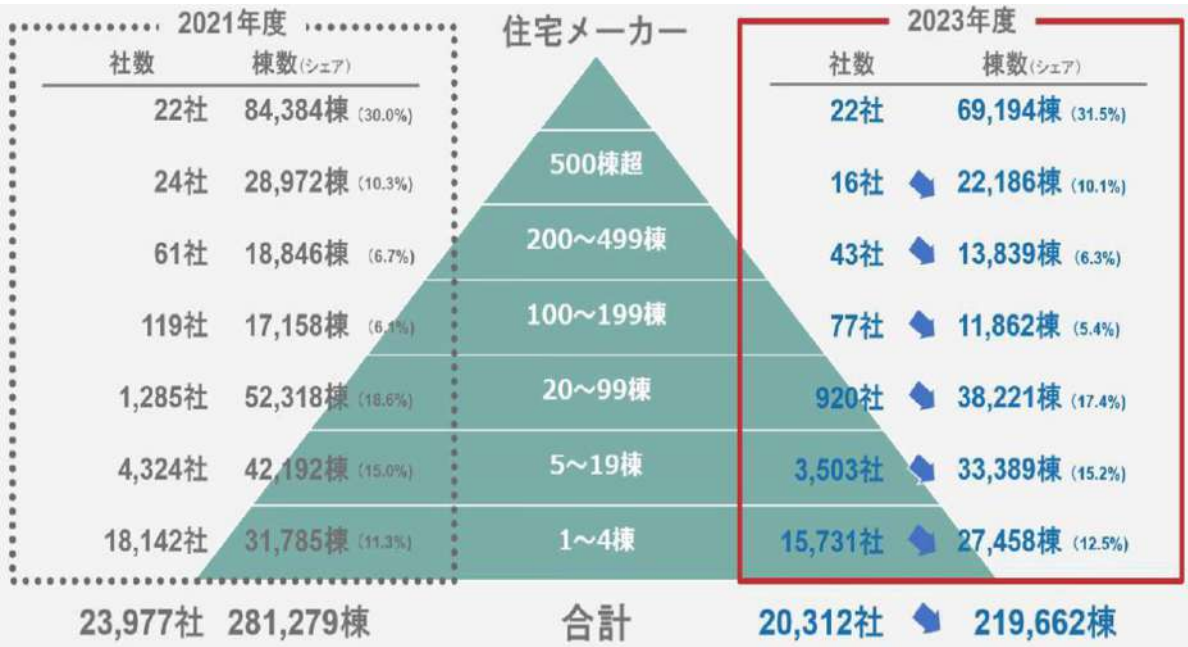
新設住宅着工数の実績と予測



【出所】野村総合研究所：新設住宅着工戸数の実績と予測（全体）2025/06/12

全カテゴリーで減少へ

持家の供給規模別住宅会社の推移（内訳）



【出所】住宅産業研究所 HM競争力分析

全国の工務店で  
経営課題が急増

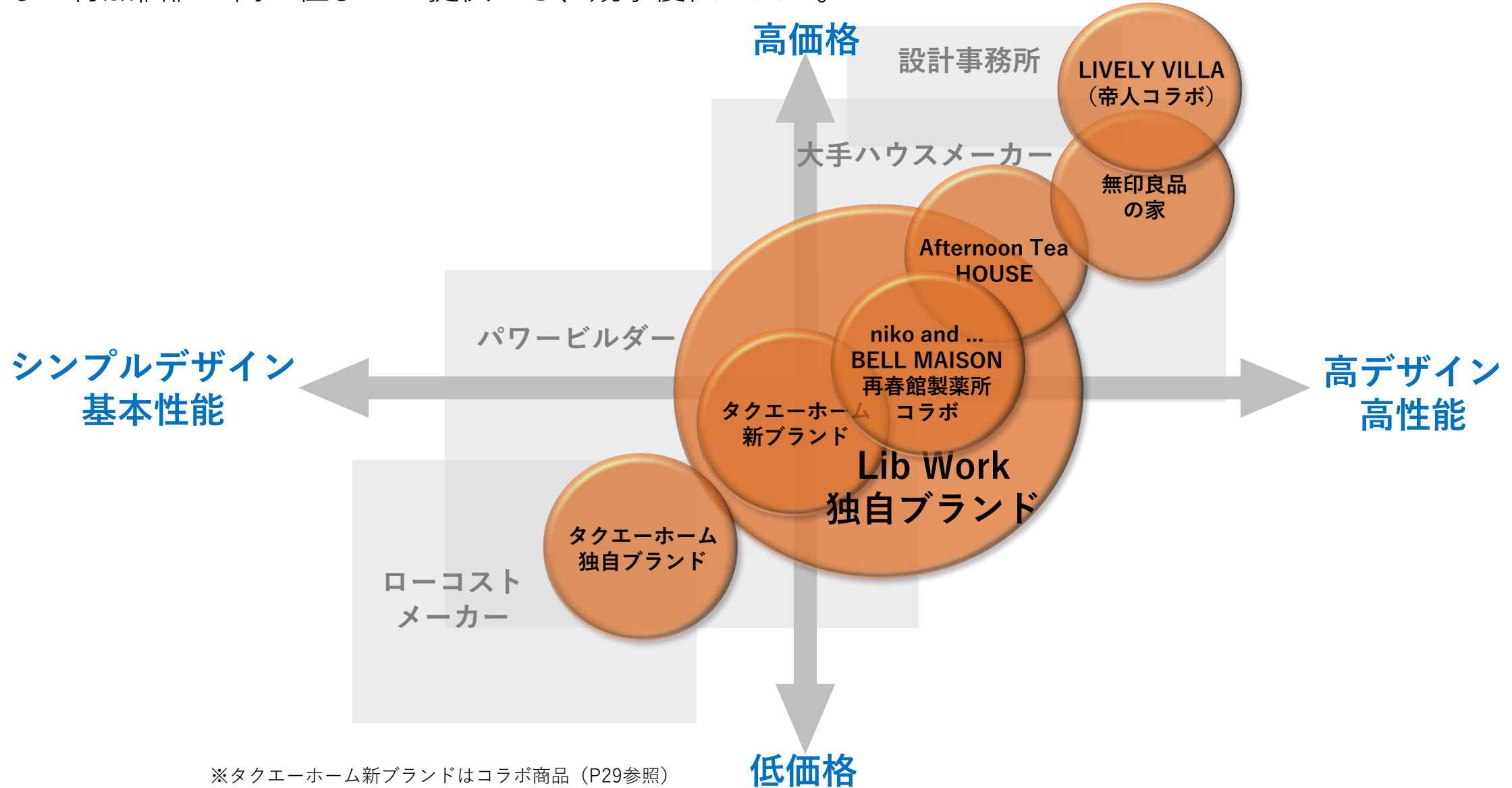
- ・ 集客減少
- ・ 人手不足
- ・ 残業増加 など

競争の激化

当社のプラットフォームサービス（業務効率化や集客装置）のニーズが高まる。  
その経営課題を解決。

# 競合環境（国内の戸建住宅）

今後も異業種とのコラボレーションにより、様々なライフスタイル（顧客層）の獲得を実現するほか、他社にない付加価値の高い住まいが提供でき、競争優位に立つ。





# 競合環境（3Dプリンター住宅）

今後の3Dプリンター住宅の市場規模は急拡大が見込まれるが、プレイヤーは限定的。  
また当社の特徴である「土」を主原料としたプレイヤーはごくわずか。

## 国内

- 株式会社大林組
- 株式会社竹中工務店
- 清水建設株式会社
- 會澤高圧コンクリート株式会社
- 株式会社Polyuse
- セレンディクス株式会社 など

ゼネコンとベンチャー企業が中心。  
**戸建住宅メーカーでは当社のみ。**

## 海外

- WASP srl
- 3D Systems Corporation
- COBOD INTERNATIONAL
- ICON Technology, Inc.
- Yingchuang Building Technique (Shanghai) Co. Ltd.
- Contour Crafting Corporation
- Apis Cor Inc.
- Sika AG
- CyBe Construction B.V.
- Renishaw PLC
- Materialise NV など

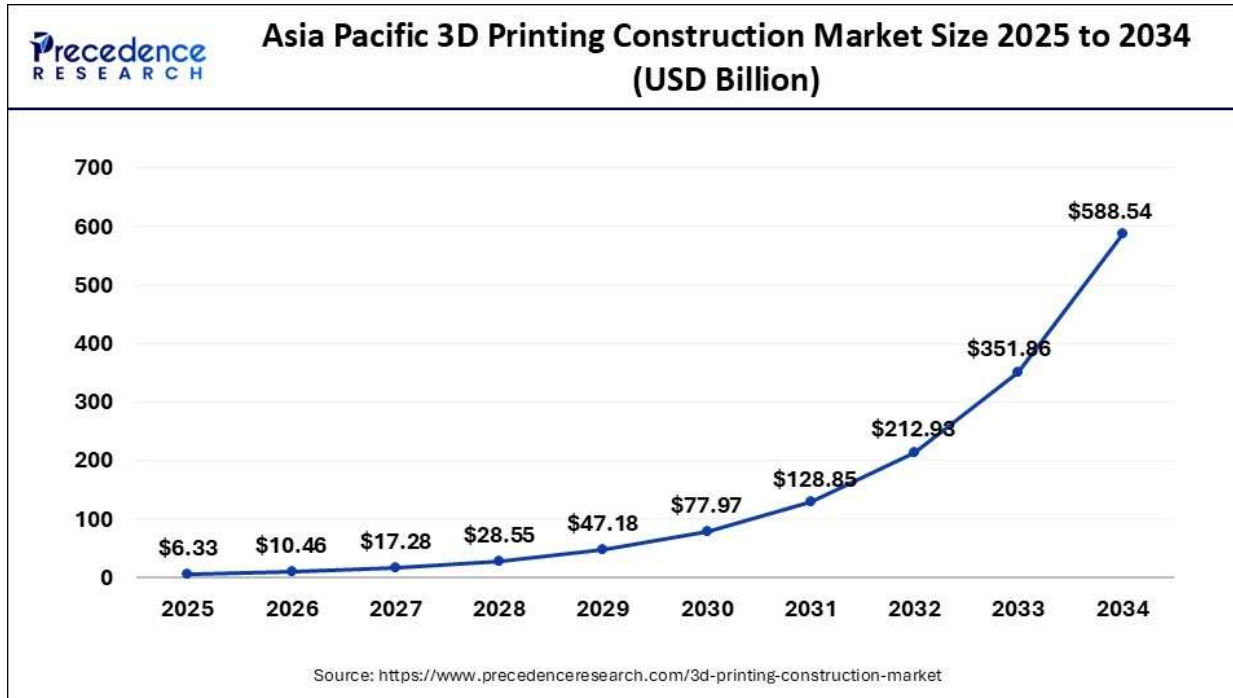
世界規模でもまだ推定100社も満たない。

世界規模での3Dプリンティング建設では材料はセメント中心であり、天然素材を主原料とした材料開発からオンサイトで施工ができるのは当社を含めたごくわずかな企業しかない。

（現地施工）

# 3Dプリンティング建設市場とエリア

今後の3Dプリンター住宅市場はアジア太平洋地域にて急成長。成長ドライバーは急速な都市化と人口増加。



## 3Dプリンティング建設市場は急成長。

特に「Asia Pacific  
(アジア太平洋地域)」  
での急速な市場拡大が見込まれる。

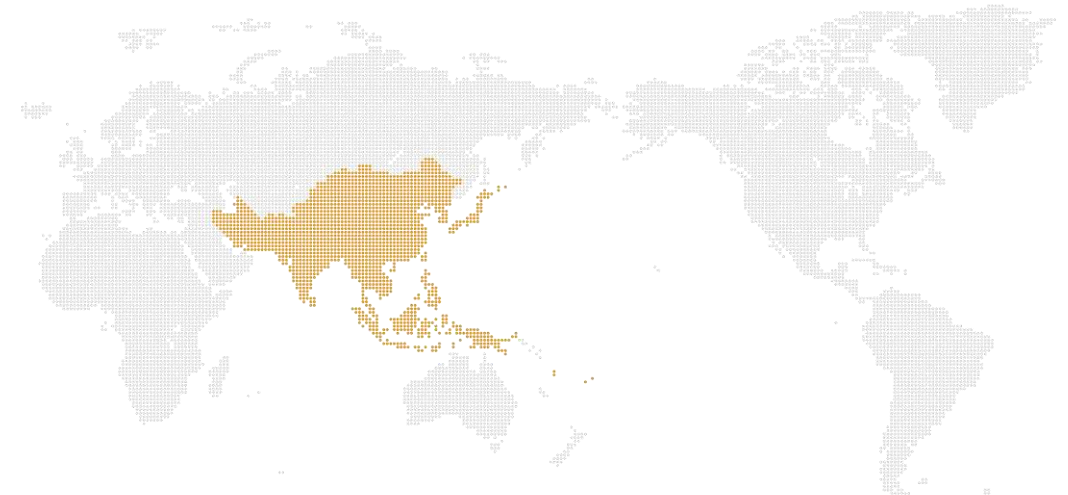
【出所】3D Printing Construction Market Size to hit USD 1,418.16 Bn by 2034

<https://www.precedenceresearch.com/3d-printing-construction-market>

(アジア諸国での住宅需要事例)

✓ 世界4位の2億8000万人の人口を抱えるインドネシアでは、住宅を買えない世帯は約1000万に上る。インドネシアのプラボウォ政権は格安住宅を年300万戸供給する計画。

✓ 2062年まで安定して人口増加が続くとされるフィリピンでは650万戸の住宅が不足。



# 3Dプリンター住宅事業の背景

## 住宅業界は50年以上、構造もデザインもほとんど変わっていない

自動車業界ではエンジンからEV・自動運転へと革新が進む一方、住宅業界は基本構造が数十年同じまま。

今こそ、抜本的な変革が求められています。

1970s → 2020s



CVCC

電子制御

ハイブリッド

EV

自動運転



→ 技術革新が連続する自動車業界



木造在来工法

プレハブ工法

高気密・高断熱

ZEH

HEMS



→ 50年前と基本変わらず、断熱・設備・認証制度が変化の中心の住宅業界



# 3Dプリンター住宅事業の背景

## 世界が直面する住宅課題を、私たちが変える

3Dプリンター住宅は、建設業界の **深刻な課題** を根本から解決 します。



### 世界規模での住宅不足

世界では家がない人々が10億人以上  
今後も増加するとされている



### 熟練労働者不足

日本国内をはじめ、熟練労働人口は激減  
労働力に依存した建築手法からの脱却は急務



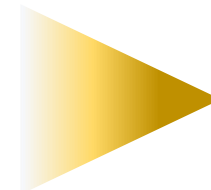
### 持続可能な世の中の実現

持続可能な社会実現に向け  
循環型・脱炭素な建築が重要



# 建設 革命 が不可欠

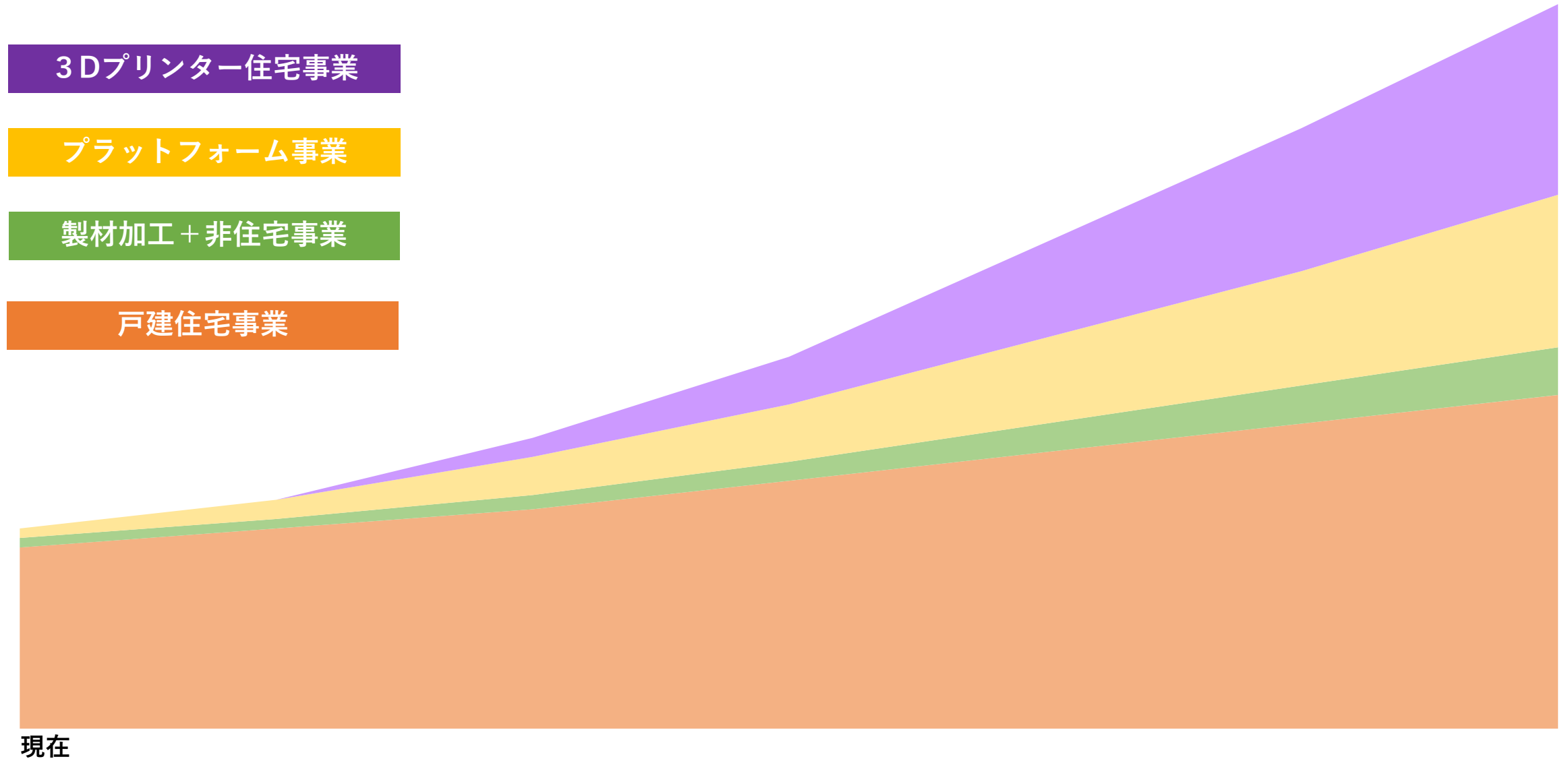
3Dプリンティング建設は  
これらの 世界共通の課題解決 となりえる



世界規模での  
市場成長促進へ

# 今後の成長戦略

既存事業である戸建住宅事業（注文住宅・建売住宅）は引き続き事業拡大を進めるほか、製材加工や非住宅事業に加え、プラットフォーム事業および3Dプリンター住宅事業を加速することで事業拡大をおこなう。



会社概要

事業ポートフォリオ

成長戦略

 中期経営計画・リスク情報

株主還元・財務方針



# 中期経営計画 NEXSTAGE2026の進捗について

|                |                      | 2024年 6 月期 |        | 2025年 6 月期 |         | 2026年 6 月期 |         |
|----------------|----------------------|------------|--------|------------|---------|------------|---------|
|                |                      | 予想         | 実績     | 予想         | 実績      | 当初予想       | 修正予想    |
| グループ<br>指標     | 売上高                  | 170億円      | 154億円  | 180億円      | 160億円   | 285億円      | 180億円   |
|                | 営業利益                 | 5.9億円      | 4.9億円  | 8 億円       | 8.3億円   | 30億円       | 10億円    |
|                | R O E                | 11%        | 9.8%   | 9.3%       | 10.7%   | 30%        | 11.4%   |
| 戸建住宅<br>事業     | WEB集客数               | 年率30%増     | 年率48%増 | 年率30%増     | 年率8%増   | 年率30%増     | 年率10%増  |
|                | Instagram<br>フォロワー数  | 年率50%増     | 年率40%増 | 年率50%増     | 年率100%増 | 年率50%増     | 年率100%増 |
|                | インサイドセールス<br>来場率     | 20.7%      | 22.4%  | 25%        | 21.9%   | 30%        | 25.5%   |
|                | YouTubeチャンネル<br>登録者数 | 10万人       | 9 万人   | 14万人       | 13万人    | 20万人       | 20万人    |
|                | YouTubeチャンネル<br>視聴数  | 2600万回     | 5047万回 | 8000万回     | 9303万回  | 1 億回       | 1.6億回   |
|                | リブタイムズ<br>セッション数     | 328万SS     | 868万SS | 1400万SS    | 1491万SS | 2000万SS    | 1541万SS |
| プラット<br>フォーム事業 | マイホームロボ<br>営業利益      | 4000万円     | 516万円  | 2.4億円      | 4190万円  | 4.5億円      | 9000万円  |
|                | IPライセンス<br>営業利益      | 1000万円     | 1099万円 | 4000万円     | 4587万円  | 1 億円       | 6000万円  |

# 中期経営計画 NEXSTAGE2026の修正について

当初2026年 6 月期に営業利益30億円を計画していましたが、その修正理由は以下の通りです。

## 外部環境の変化

### ▼原価上昇

建築費指数（BCCI）は前年同月比で+4～5%台の上昇月が継続。

資材・労務費の双方の上昇が背景。

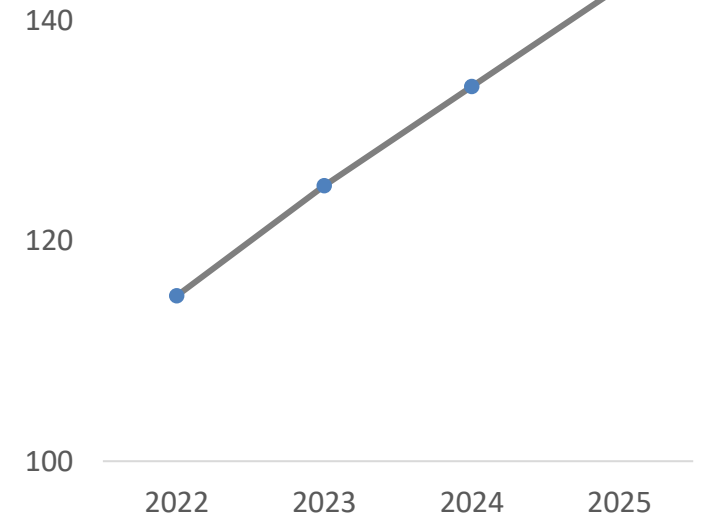
※原価上昇は販売価格の高騰に直結。

### ▼金利の上昇

日銀は2024年3月19日に金融政策を見直し、マイナス金利政策の解除と大規模金融緩和策の修正を決定し、17年ぶりの利上げを実施。住宅ローン金利も連動し、上昇へ。

※金利上昇により、住宅ローン支払額の上昇が発生。

原価上昇の推移  
建築費指数（2015年＝100とした場合）



< 中期経営計画の作成における基礎データ（新設着工数） >

2020年＝386,000戸（注文＋分譲）をもとに作成。

しかしながら2024年は330,000戸、2025年は320,000戸（推定）まで減少。

## その他

- ・プラットフォーム事業（マイホームロボ）の開発の遅れ（約1年ほど開発延長したが完了）
- ・3Dプリンター住宅「Lib Earth House modelB」完成の遅れ（当初2024年12月完成予定⇒2025年7月に完成）

# 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

## 2. 戸建住宅事業

- ・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
- ・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

## 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



# I. 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

# My Home Robo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）のサブスクリプションサービス。  
 代理店によるOEM提供も開始。

AIが、こたえをくれる。



AIにより初期提案をわずか 5 分に。

|                | 売上高                 | 営業利益                   | ライセンス数               |
|----------------|---------------------|------------------------|----------------------|
| 2024年 6 月期（実績） | 1171万円              | 516万円                  | —                    |
| 2025年 6 月期（実績） | 4,675万円             | 4,190万円                | —                    |
| 2026年 6 月期（計画） | 1 億円<br>（修正前：5.2億円） | 9,000万円<br>（修正前：4.5億円） | 300件<br>（修正前：1,550件） |



全国の住宅会社や  
工務店へ販売

# My Home Robo事業

全国の工務店向けプラットフォームである「My Home Robo（マイホームロボ）」の加盟社数は、前年比2.8倍の141社（有料利用のみ）まで大幅に拡大。またプラン数はまもなく1万プラン達成へ。

 My Home Robo

プラン数 **9,500**超

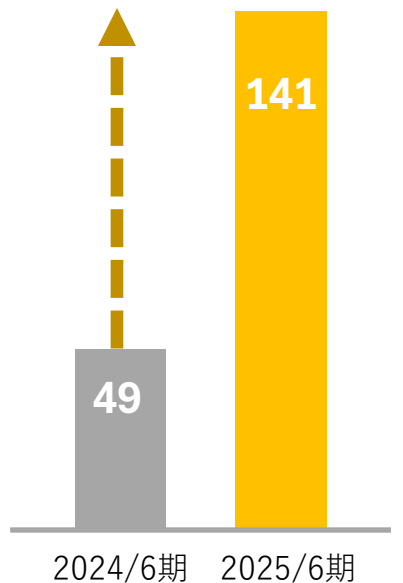
全プランに

**CG**（外観3種＋内観1種）＋**VR**

利用社数

※有料利用のみ

前年比 約**2.8**倍



My home Roboの提供（AI＋プラン＋CG＋VR）

月額利用料金（サブスク）



全国の住宅会社（加盟店）



# 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へ。

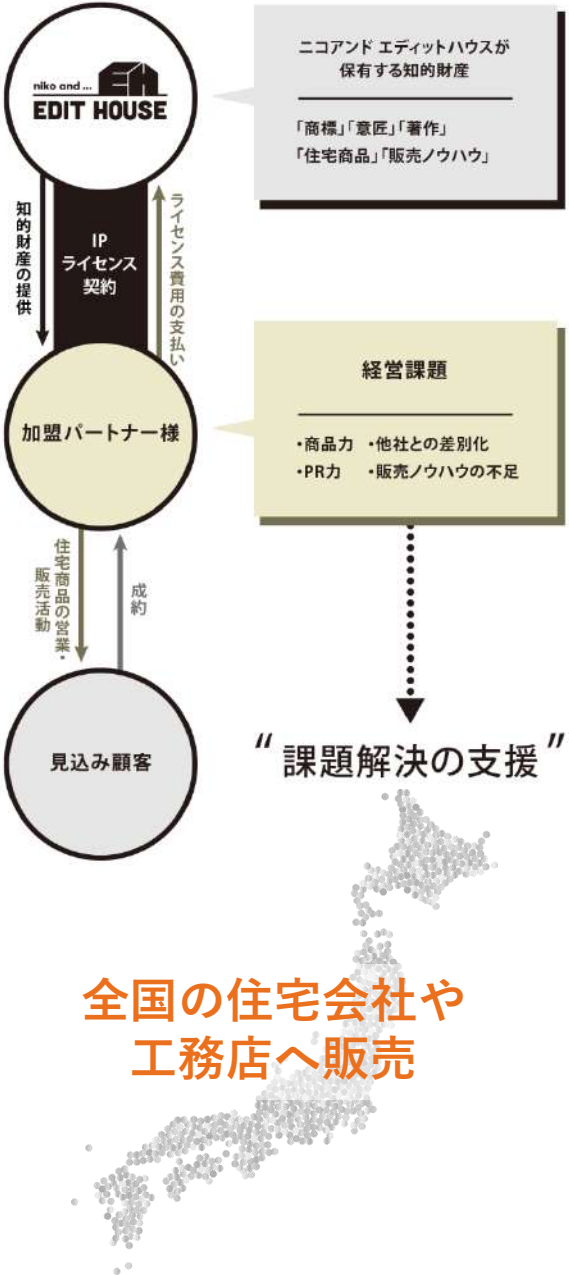
## 業界初のライセンスサービス

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niko and ...プロデュースの住宅による差別化と高い集客力
- ★niko and ...のファン層を呼び込むことで、自社の「顧客層」拡大へ
- ★費用は月額固定（FCのように販売棟数毎のロイヤルティ課金がない）

## 地方の戸建て事業者の経営支援へ

|                 | 売上高                 | 営業利益                | ライセンス数<br>(累計)   |
|-----------------|---------------------|---------------------|------------------|
| 2024年 6 月期 (実績) | 2338万円              | 1099万円              | 13件              |
| 2025年 6 月期 (実績) | 7000万円              | 4587万円              | 21件              |
| 2026年 6 月期 (計画) | 1 億円<br>(修正前：1.2億円) | 6000万円<br>(修正前：1億円) | 32件<br>(修正前：42件) |



# IPライセンス事業

住宅業界では初の「IPライセンス事業」を開始。累計21ライセンス受注し、堅調に拡大中。  
中期計画における営業利益目標も2か年達成。

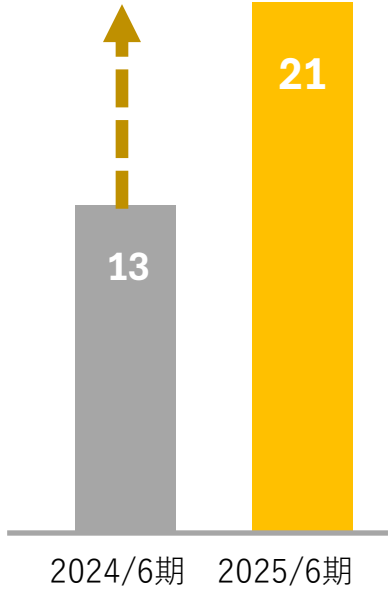
人気ブランド「niko and ...」が完全プロデュース。  
当社で**新規数4倍・初年度45棟受注**を実現した集客装置。

全国の住宅会社・工務店へライセンス提供



利用ライセンス数

前年比 約**1.6倍**



niko and ... ブランドホルダー

**A D A S T R I A**  
—  
Play fashion!

共同商品開発・販売契約

本サービス販売

**LibService**  
株式会社リブサービス

Lib Work100%出資の子会社



当社

ライセンス提供（商標・意匠・販促物等）

月額利用料金（サブスク）



全国の住宅会社（加盟店）

# IPライセンス事業

住宅業界で初の「IPライセンス事業」は堅調に事業拡大。全国の住宅メーカー・工務店への販売拡大が進み、各加盟店のモデルハウスが続々と公開。



全国 **16** 店舗



2025年6月末までにOPENした加盟店モデルハウス

静岡県（山田工務店）



・藤枝MH

愛知県（アーキテックス）



・岡崎南の家  
・豊川の家

香川県（中庭住宅）



・セトラ宇多津  
・三木町MH

鹿児島県（南日本ハウス）



・吉野MH

石川県（クラシノハウス）



・西松任駅前MH

広島県（フラワーホーム）



・海老園MH  
・川北MH  
・温品MH

鹿児島県（オーリック建設）



・始良展示場  
・鹿屋展示場

広島県（タナカホーム）



・伴東MH

栃木県（むぎくら）



・壬生町MH

宮崎県（オーリック建設）



・大王町MH

千葉県（Lib Work）



・幕張ハウジング  
パーク



## II. 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

## カテゴリサイトを充実

e土地net



リード獲得数 (KPI)

サイトの拡充

年率**10%増**  
修正前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。

デジタル集客数  
(2025/6期実績)

昨年比  
**108%**

## Lib Work公式Instagram



フォロワー数 (KPI)

SNS集客へ注力

年率**50%増**

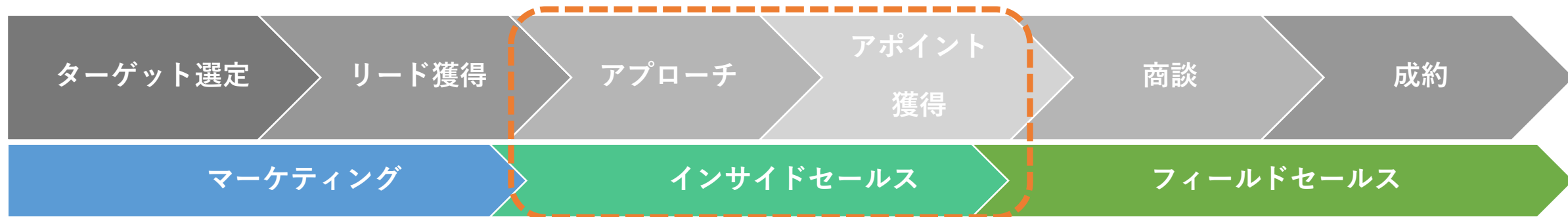
インスタグラムなどのSNS集客へ注力し、年率50%のフォロワー数増加へ。

フォロワー数  
(2025/6期実績)

昨年比  
**100%増**

# 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（2026/6期の計画）

21%

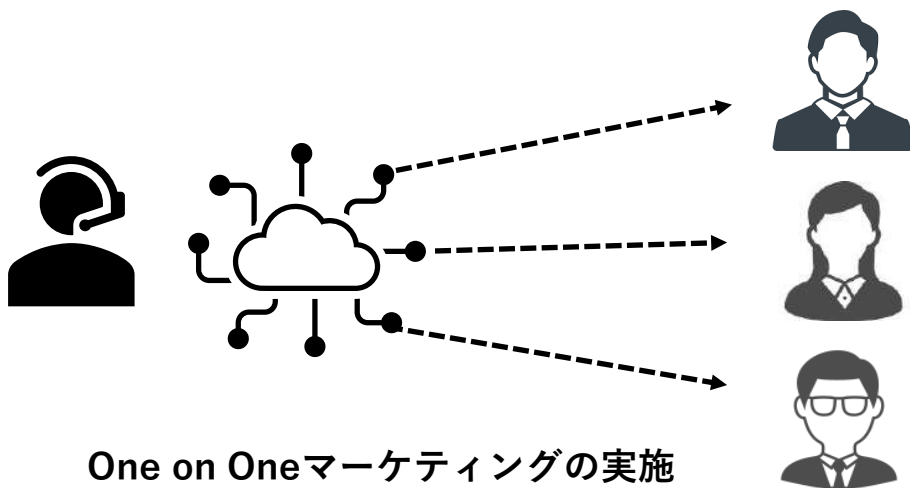
25.5%

修正前：30%

2025/6期実績

来場率

21.9%



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」



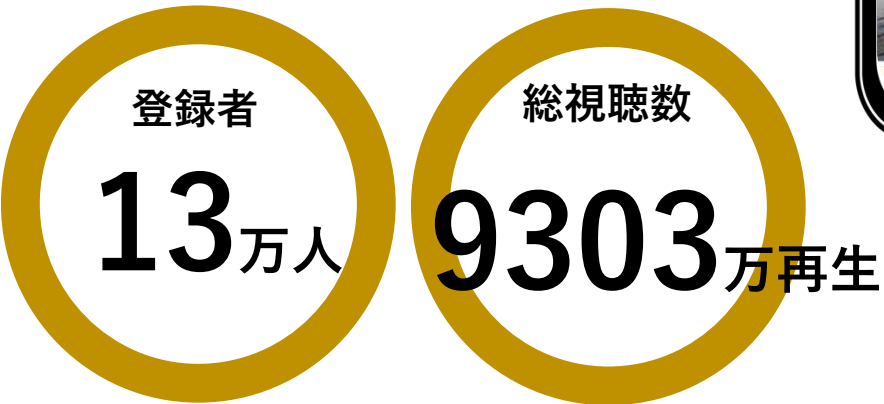
登録者数 (2026/6期の計画)



総視聴数 (2026/6期の計画)



2025/6期実績



## オウンドメディア「リブタイムズ」



セッション数 (2026/6期の計画)



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。提携媒体は以下の5つ。



2025/6期実績



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、BELLE MAISON DAYS・再春館製薬所・帝人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＝「顧客層の拡大へ」  
今後もアライアンスを進め、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（2026/6期の計画）

・九州中心＋関東の一部

- ・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

- ・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

- ・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

### ▼ショッピングモール内モデルハウス



イオンモール幕張新都心店（千葉）

### ▼建売型モデルハウス



四街道店（千葉）



# 建売事業の拡大

価格競争が主戦場になりがちな建売事業で、当社はコラボ住宅にて明らかな差別化戦略をおこなう。

## 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  
(差別化戦略)

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

LibWorkグループ  
**Takuei Home**

建売事業のタクエーホームも  
ニコアンドエディットハウスの  
活用を開始。

niko and ...  
**EDIT HOUSE**



ink...  
collaborate with  
niko and ...



Afternoon Tea  
HOUSE



BELLE MAISON DAYS  
house



再春館製薬所の家  
POSITIVE AGE HOUSE







## II. 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

## 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・給排水工事・建て方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停滞し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



# 木材加工製材事業（幸の国木材工業）の進捗

2023年7月にグループ会社となった幸の国木材工業は、グループシナジーによる売上拡大へ。今後はエリア拡大による受注棟数の最大化を目指す。

## SACHI no KUNI

- 九州全域のプレカット加工の開始
- 関東圏（千葉県）へのプレカット資材出荷開始
- Lib Work設計士の出向によるグループでの生産性向上



### ● 原木から製材が可能

豊かな自然に恵まれ育った肥後スギ・ヒノキは熊本県を代表する丈夫で質の高い木材。ウッドショック以降、不安定だった木材の安定供給が可能に。



### ● プレカット工場

高精度コンピューター制御によるプレカット加工により、高品質・高強度・高精度の構造躯体を提供。

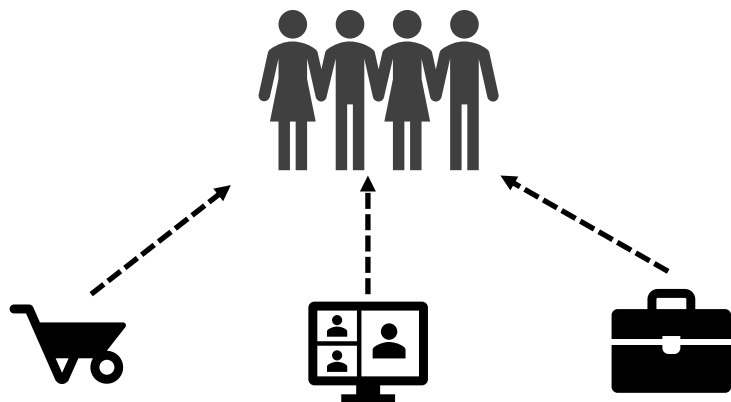
# ジョブ型雇用へ

## 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。

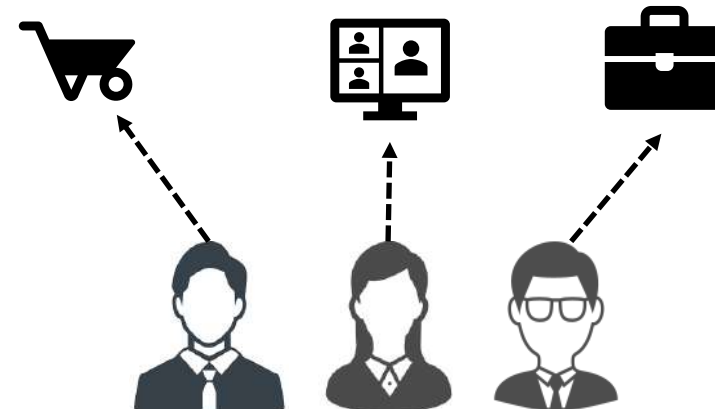
### メンバーシップ型雇用

- ◆ 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





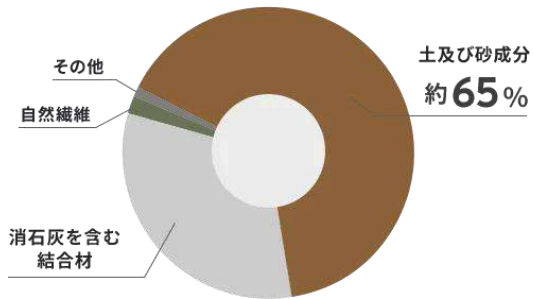
### III. 「家」を再定義する—未来の家をつくる— 3Dプリンター住宅





# Lib Earth House model Bの特徴

3Dプリンター住宅「Lib Earth House model B」は次世代の暮らしを担う革新的な住まい。



## ●家を再定義する—サステナブル素材と最先端テクノロジーで“未来の家をつくる”（特許出願中）

今回完成した「Lib Earth House model B」の壁は産業廃棄物になるセメントを一切使わず、土を主原料に天然由来の素材だけで作られたサステナブルな土壁の開発に成功。セメントを一部使用していた旧モデル（model A）に比べて**強度は約5倍**に向上したほか、製造プロセスそのもののCO<sub>2</sub>負荷を大幅に低減したことも大きな特徴。今回の開発に伴う発明は特許出願中であり、知的財産の保護及び競争優位性の確立へ。

## ●IoT技術を活用した次世代住宅管理システム

住宅内部には最新のセンサーを壁内に埋設し、壁内部の温湿度をリアルタイムでモニタリングする「壁内結露監視システム」を導入。このシステムにより、**住宅自らが自身の健康状態を管理**し、結露や素材の劣化を事前に察知することで、長寿命で快適な居住環境を維持します。さらに、IoT設備を標準装備し、エアコン、照明、お風呂の操作までスマートフォンや専用モニターで**遠隔操作可能**。住宅の利便性と快適性を劇的に向上。また、スマート玄関ドアには顔認証システムを導入し、鍵不要の安心で安全な暮らしを実現。

## ●自給自足型、サーキュラーエコノミーへの貢献

住宅には**テスラ社の蓄電池「Powerwall」**と太陽光発電パネルを組み合わせたオフグリッドシステムを採用。外部の電力会社に依存せずに電気の自給自足を実現したサーキュラーエコノミー志向の住宅が完成。これにより、居住者は環境に優しく持続可能な暮らしが実現。



# 3Dプリンター住宅事業の拡大

10,000棟  
by 2040

FC展開



グローバル展開

## ● 3Dプリンター住宅国内戸建事業

2040年までに累計着工棟数10,000棟を目指す。今後の3Dプリンター建設の需要は各リサーチにおいて非常に高い成長が予測されておりそれを取り込む。

Lib Earth House Model Bは2025年8月より販売予約を開始し2026年1月より受注を開始。

## ● 3Dプリンター住宅 F C（フランチャイズ）全国展開

当社が独自開発した3Dプリンター住宅技術を、フランチャイズ（F C）方式で全国の住宅会社やビルダーへ展開する構想。これにより、各地のパートナー企業でも当社と同品質の3Dプリンター住宅を建築できる体制を整え、全国規模での普及とスケール化を目指す。主な施策としては、3Dプリンター本体の導入支援、住宅設計用データの作成、加盟店向けの技術研修、さらには運用・メンテナンス体制の構築などを予定。

## ● 商業・宿泊・公共施設分野への展開

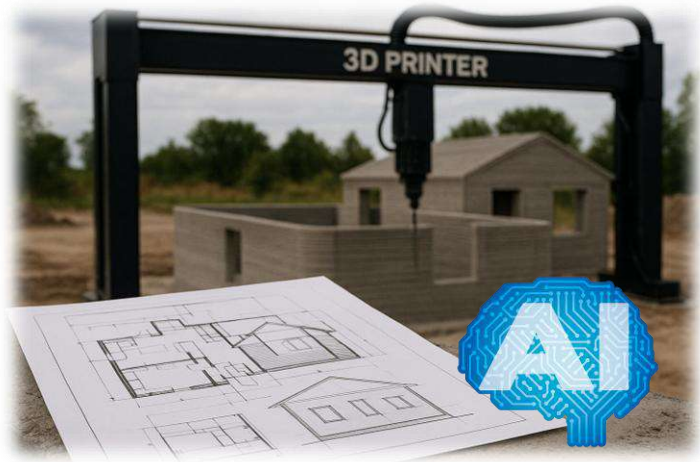
住宅分野にとどまらず、当社の3Dプリンター建築技術は商業施設や宿泊施設など、多様な分野にも積極的に展開していく方針。具体的には、グランピング施設やサウナ、ホテル、ファサード（建物外観パーツ）、商業店舗など、多用途に対応した新たな建築ソリューションを提供。これにより、観光や商業の分野でも、従来にない新たな価値の創出を目指す。

## ● グローバル事業展開

日本国内だけでなく、海外市場への進出も積極的に検討中。特にアジア諸国など、世界的な住宅不足や災害時の仮設住宅など社会的課題の解決に貢献できるエリアを中心に、グローバルな事業展開を進める。

# 3Dプリンター住宅事業の今後の展開

当社の3Dプリンター住宅は「常識を超える、新しい住まいのカタチ」NEXT INNOVATIONとして、AIで3Dプリンター住宅設計へ。さらにNFT化したうえ暗号資産で販売—**住まいに革新的な価値を。**



## 世界初のAIフルオートビルドを目指し、本格始動

当社は、**世界初となるAI（人工知能）によるフルオートビルド（完全自動住宅建設）の実現**に向け、本格的にプロジェクトを始動。3Dプリンター施工技術に加え、設計領域にも生成AIを導入。設計から施工までを一貫して自動化する仕組みを構築し、より持続可能で効率的な住まいづくりを通じて、住宅業界の新たな未来を切り拓く。



## 設計デジタルデータを資産に変える。 3Dプリンター住宅の**NFT化とBTC決済**

自然素材と3Dプリンターの技術を融合した住宅「Lib Earth House」において、**設計データのNFT化と暗号資産（ビットコイン）による販売スキーム**を構想。設計・所有・履歴の透明性を担保しながら、グローバル市場における新たな住宅流通の仕組みを構築。

**唯一無二の住宅が“資産”として世界を巡る時代へ。**



# 暗号資産（ビットコイン）の購入

当社は5億円の暗号資産（ビットコイン）を購入することを取締役会にて決議。

## 購入の理由

- 暗号資産（ビットコイン）は、近年「デジタルゴールド」としての評価が高まり、企業においても長期保有の動きが拡大中
- 日本国内においてはインフレーション傾向が継続し、資産を現預金のみで保有するリスクが懸念される
- 3DプリンターハウスのNFT化事業との連動、さらに同住宅のビットコイン決済対応によるグローバル取引への対応を含む「デジタル資産戦略」を推進する

| 項 目      | 内 容                |
|----------|--------------------|
| 購入する暗号資産 | ビットコイン             |
| 購入金額     | 5 億円               |
| 購入期間     | 2025年 9 月～2025年12月 |



## 保有方針について

当社は取得したビットコインを中長期的に保有することを基本方針とし、短期的な売買による利益追求は目的としない。取得にあたっては、手元資金の状況を考慮しつつ、定期的かつ段階的に順次取得する。加えて、当社が3Dプリンターハウス販売の対価として受領したビットコインについても、原則として中長期的な保有に努める。ただし、市場環境や事業環境に大幅な変化が生じた場合には、リスク管理の観点から一部売却を行う可能性がある。

## 保有残高について

今後ビットコインの保有残高は、四半期ごとに価値を時価評価し、その評価損益を損益計算書に計上する予定。



# 暗号資産（ビットコイン）の取引や運用

## SBI VCトレード社とのビットコイン取引・保管・運用における連携開始



当社は3Dプリンター住宅のビットコイン決済対応によるグローバル取引への対応を含む「デジタル資産戦略」を推進。今後安定したビットコインの取引・保管・運用を高度化していくこと、ビットコインだけでなく、ステーブルコインなどの暗号資産による決済や国際取引、NFT化事業等の強化するため、暗号資産の取引・保管・運用やWeb3関連ビジネスについて、SBI VCトレードとの連携を開始。

### 連携の目的

- Lib Workのデジタル資産戦略強化
  - ・ ビットコインの取得・保有・活用
  - ・ 3Dプリンターハウス × NFT × 暗号資産決済
- グローバル展開に向けた基盤整備

### パートナー選定理由

- 信頼性・安定性：SBIグループの法令準拠 & 金融実績
- OTC取引の優位性：英B2C2社による大口取引サポート
- 知見と実績：USDCなど先進的な暗号資産取扱い実績

### 今後の展望

- ビットコインの継続的取得及び中長期保有
- 3Dプリンター住宅NFT化事業
- 一般住宅へのNFTトークンの活用、ビットコインやステーブルコイン等での決済の推進
- グローバルな流通展開をはじめ、新たな取り組み確立

# 世界初・住宅資産デジタルプラットフォームの構築へ

## アステリア社と3Dプリンター住宅のNFT基盤開発で業務提携

Asteria

× LibWork

当社はアステリア社とNFT基盤開発で業務提携し、3Dプリンター住宅の設計データ等の改ざん防止を実現する「住宅資産デジタルプラットフォーム」の構築に着手する。またASTERIA Warpを採用することで3Dプリンター住宅をはじめとする同社が施工する住宅の支払いを、日本円建てステーブルコイン「JPYC」でも受け付けることを計画。

### 提携の目的と市場性

- 世界初の住宅NFTプラットフォーム構築（設計・施工・補修データをNFT化）
- 2034年には3Dプリンティング建設市場は約208兆円規模へ急拡大が予想

### プラットフォーム主要機能

- 設計図書の改ざん防止。真正性証明
- 補修履歴の透明化と資産価値化
- シリアルナンバーによる住宅資産流通
- メタバース活用によるデータ展開

### 支払いインフラ革新

- ASTERIA Warpを活用し、日本円建てステーブルコイン「JPYC」対応予定
- 将来的にUSDT・USDCによるグローバル決済も視野

### 今後の展開

- NFT住宅資産の一般化
- グローバル展開による住宅資産の国際流通モデル構築

『住宅 × ブロックチェーン × ステーブルコイン』による革新的な資産価値創造へ



# 今後の展開

## 3Dプリンター住宅事業モデル FC事業展開へ

2025年7月に「Lib Earth House model B」が完成したことを契機に**販売予約を開始**。  
その後は全国のハウスメーカー・工務店向けに3Dプリンター住宅のFC事業を計画。

2040年までに累計10,000棟着工目標

**LibWork**  
3Dプリンター住宅  
自社販売・施工後

全国のハウスメーカーや  
工務店へFC事業展開  
(構想段階)

当社  
(FC本部)



3Dプリンター/マテリアル/設計デザイン/印刷技術 など

加盟金/ロイヤリティ など

全国の住宅会社  
(加盟店)





## IV. コーポレートガバナンス 及びリスク情報

# コーポレートガバナンス（取締役スキルマトリックス）

中期経営計画の実現に向け、特に重視する分野を項目として定義。  
 個々の取締役メンバーのスキルについても適切に配置している。

| 氏 名 |    |      | 企業経営<br>経営戦略 | 営業<br>マーケティング | 財務会計<br>M&A | 法務<br>リスク管理 | 技術<br>品質 | DX<br>テクノロジー | ESG<br>サステナビリティ |
|-----|----|------|--------------|---------------|-------------|-------------|----------|--------------|-----------------|
| 取締役 | 社内 | 瀬口 力 | ●            | ●             |             | ●           | ●        | ●            | ●               |
|     |    | 瀬口悦子 | ●            | ●             | ●           |             | ●        |              |                 |
|     |    | 難家嘉之 | ●            | ●             |             |             |          | ●            | ●               |
|     |    | 塚本則幸 | ●            |               |             |             | ●        |              |                 |
|     |    | 城 浩輔 | ●            |               | ●           | ●           |          |              | ●               |
|     | 社外 | 松村伸也 | ●            |               | ●           | ●           |          | ●            |                 |
|     |    | 西村信男 | ●            |               | ●           | ●           |          |              |                 |
|     |    | 前田 隆 | ●            | ●             | ●           | ●           |          |              |                 |
|     |    | 杉山浩司 | ●            |               | ●           | ●           |          | ●            | ●               |



# 認識するリスクとその対応策

| 認識するリスク                                                                                                                                       | 対応策                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>(1) 経営成績の変動リスク</p> <p>世界的な木材需要の高まりを受けた木材価格の高騰（ウッドショック）をはじめとした原材料・資材の需要増加、または価格の高騰に伴い、それらの仕入価格が上昇した場合は、当社グループの業績等に影響を及ぼす可能性がある。</p>         | <p>仕入れの安定及び供給の確保を最優先に取り組んでいる。そのため仕入れルートの複数化に努め、リスクヘッジを進めている。木材においては「幸の国木材工業」をグループ傘下としたため、安定供給の確保と原価削減に繋げた。そのほかの資材高は販売価格を調整し、適正粗利の確保に努めている。</p>                                                      |
| <p>(2) 営業上のリスク</p> <p>自然災害や新型コロナウイルス感染症や伝染病の流行等による不測の事態が発生した場合は、当社グループの業績等に影響を及ぼす可能性がある。</p>                                                  | <p>新型コロナウイルス感染症に対しては、当社内の対応方針を定め、従業員の健康と安全を確保を最優先とする。またお客様への対応についても、リモート商談の推進・モデルハウスの事前予約制などの感染予防策を講じ、感染防止に努めている。またそれらに伴うライフスタイルの変化に対して、デジタルシフトを急速に進め、迅速かつ適切にニーズに対応する。</p>                          |
| <p>(3) 事業体制に関するリスク</p> <p>広範囲の専門的知識や資格を有した人材が不可欠。事業拡大を図るうえで優秀な人材を適切な時期に確保するとともに、その自在の育成に努める必要があるが、それが不調に終わった場合には、当社グループの業績等に影響を及ぼす可能性がある。</p> | <p>今後は徐々にジョブ型雇用へシフトし、適正な人材確保に努めるほか、従来通り研修・育成の充実に取り組み、組織を構成する一人一人の業務に対するレベルアップと、当社の経営理念及び役職員の行動規範を理解した責任のある自在の育成をおこなう。加えて、業務内容をマニュアル化し、それを「共有知」とするナレッジシェア経営を進めており、全国展開に向けた人材育成と教育のスピードアップをかけている。</p> |

その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」を参照ください。

会社概要

事業ポートフォリオ

成長戦略

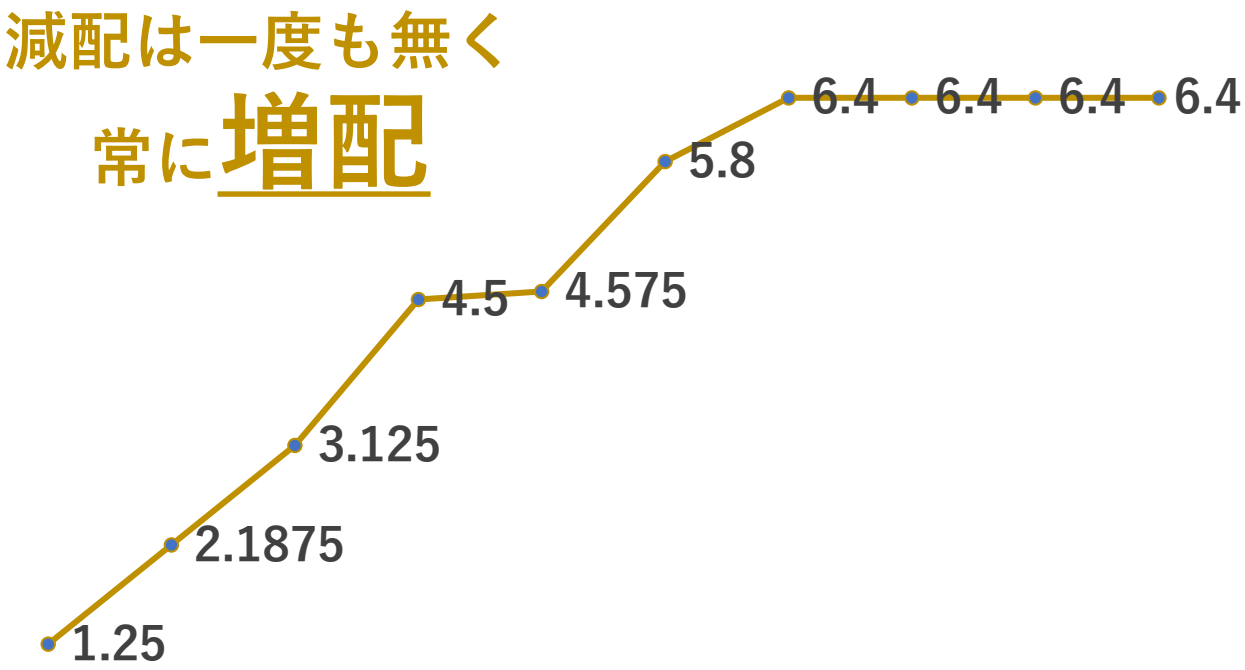
中期経営計画・リスク情報

 株主還元・財務方針

# 配当方針

配当性向は25%～30%へ。投資家の皆さまに当社株式を長期保有していただきたい思いから、四半期毎の配当を実施。

実質的な1株単位の年間配当 (単位：円)



2017/6期 2018/6期 2019/6期 2020/6期 2021/6期 2022/6期 2023/6期 2024/6期 2025/6期 2026/6期  
(予想)

配当性向

25~30%

成長と還元のバランス重視



# 株主優待制度（個人安定株主の増加へ）

事業年度末の株主名簿に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  
(年1回)

クオカード 1,000円分

1000株以上保有の場合、**プレミアム優待倶楽部ポイント**を3か月に一度進呈

1,000～  
1,999株

優待ポイント  
(3か月に1度)

5,000ポイント

2,000～  
4,999株

優待ポイント  
(3か月に1度)

12,000ポイント

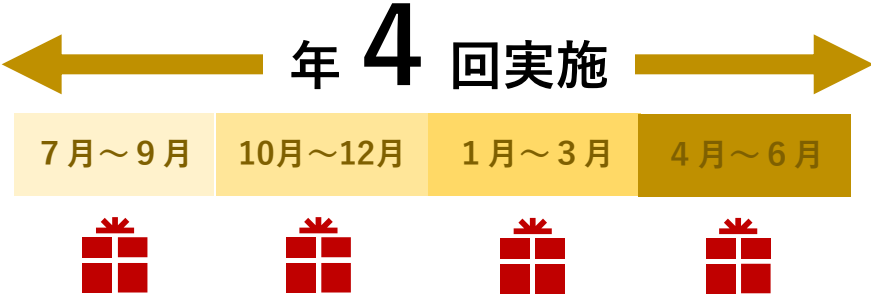
5,000株  
以上

優待ポイント  
(3か月に1度)

35,000ポイント



※食品・お酒、電化製品、ギフト・雑貨、旅行・体験など6,000種類を超える商品から交換が可能



※5000株以上お持ちの株主様は、35,000 × 4回＝年間**140,000**ポイント付与

# 株主優待制度の拡充（ビットコインの提供）

当社は3Dプリンターハウス「Lib Earth House Model B」の完成およびNFT化構想、デジタル資産戦略への財務戦略の方針転換を記念し、現行の株主優待制度に加えて、株主の皆様へ株主還元の拡充を実施する。

現行の優待内容に加え、下記優待内容を新たに導入。総額は30,000,000円相当の暗号資産（ビットコイン）

| 保有株式数   | 優待内容                                                                                                                                                                                                             | 当選者数    |
|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 500株以上  | 暗号資産（ビットコイン） 100,000円相当                                                                                                                                                                                          | 100名様   |
|         | 暗号資産（ビットコイン） 50,000円相当                                                                                                                                                                                           | 200名様   |
|         | 暗号資産（ビットコイン） 10,000円相当                                                                                                                                                                                           | 1,000名様 |
| 優待特設サイト | <a href="https://www.sbivc.co.jp/vct_libwork_cp202606/">https://www.sbivc.co.jp/vct_libwork_cp202606/</a><br>※現時点では、当社口座開設のみが可能です。当社より2026年9月下旬～10月初旬頃に発送される郵送物記載の情報をご確認いただき、エントリーください。エントリーページは2026年10月の公開予定です。 |         |

## ●拡充する株主優待制度の実施条件

- ①2025年12月末日、2026年3月末日及び2026年6月末日時点の株主名簿に同一株主番号で連続3回以上記載（6ヶ月以上の継続保有）され、かつ、その全ての株主名簿において500株以上を保有していること。
- ②2026年11月30日までSBI VCトレード株式会社で同社口座を開設し、維持していること。  
※未成年や非居住者の株主様は同社口座を開設できません。
- ③2026年10月1日～11月30日の期間中に優待特設サイトからエントリーを完了していること。  
※2026年12月末頃までに、当選された株主様のSBI VCトレード口座内に付与いたします。

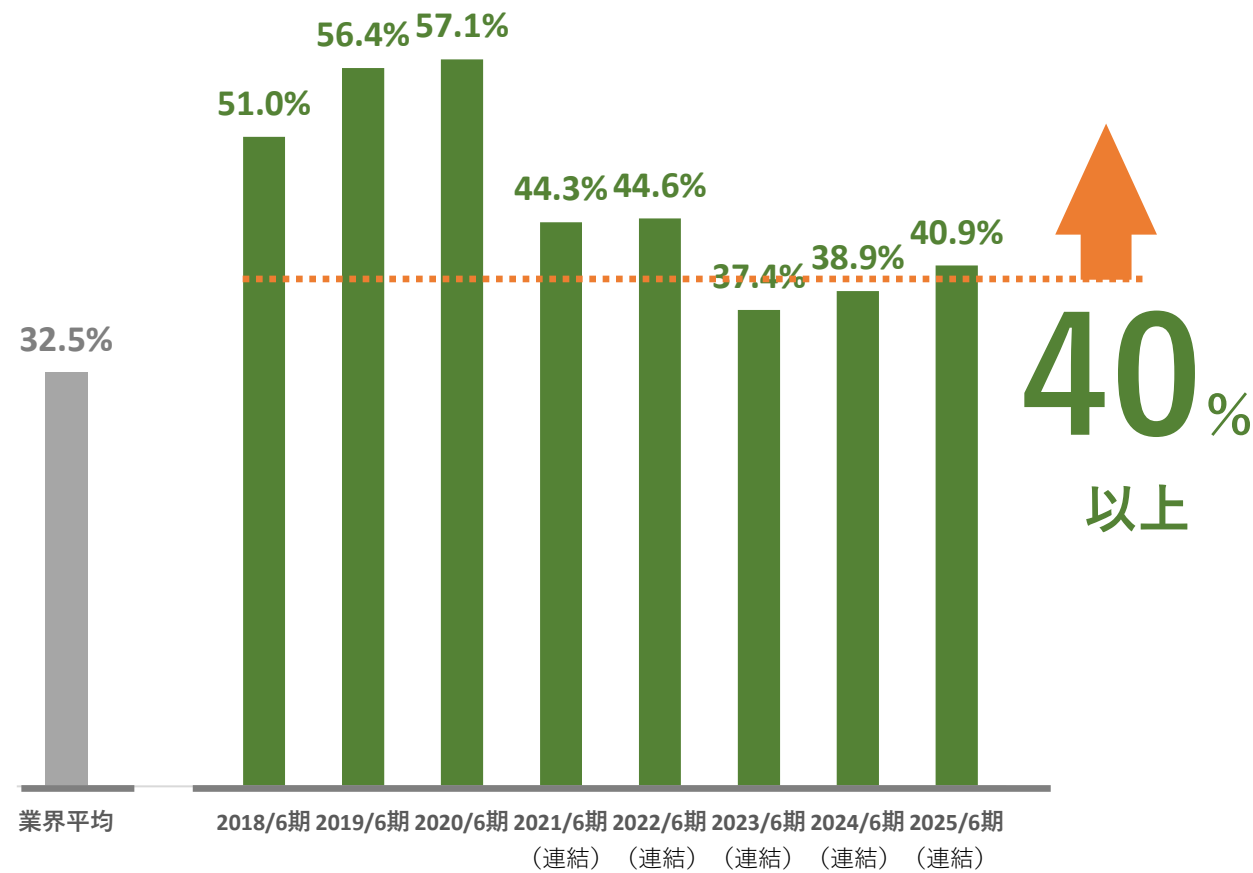


（ご注意）ビットコインの提供にあたっては、関係法令・規則等を遵守し、適切な運用方法を確保する方針です。なお、暗号資産（ビットコイン）の価格は市場の変動により変動する可能性がありますので、あらかじめご了承ください。

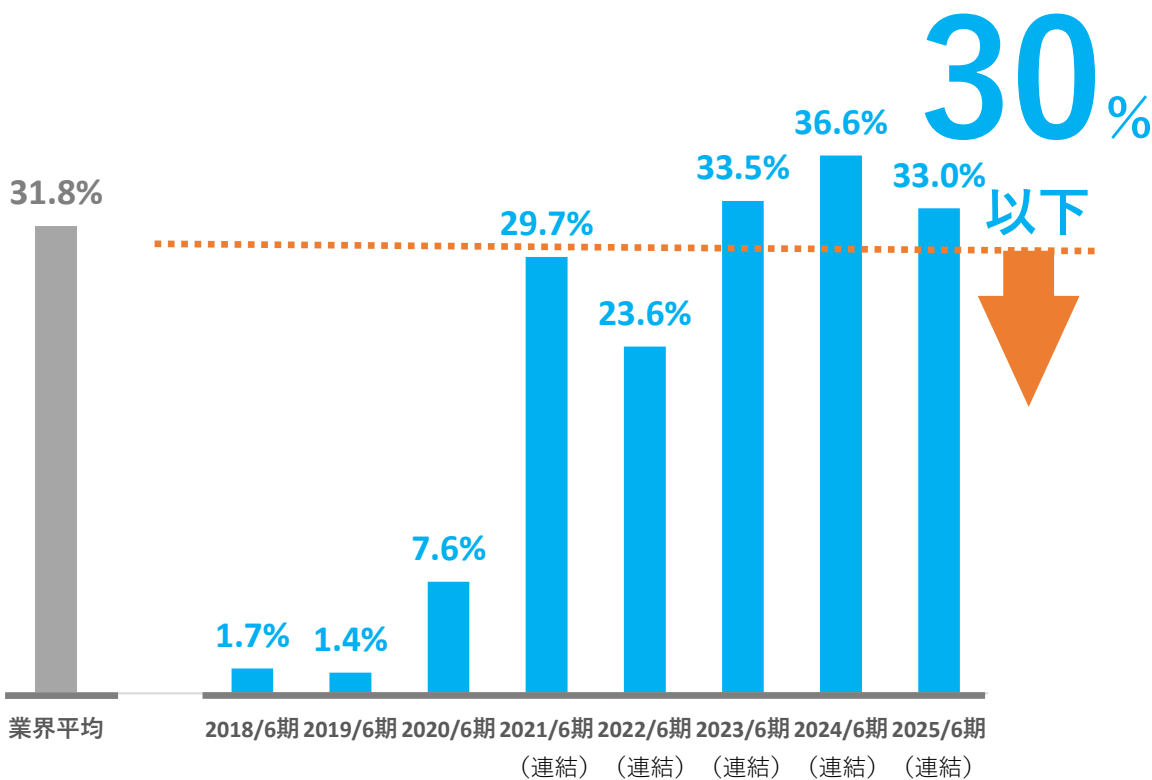
# 財務規律

自己資本比率は40%以上、借入金依存度は30%以下を指標。

自己資本比率（過年度実績）



借入金依存度（過年度実績）



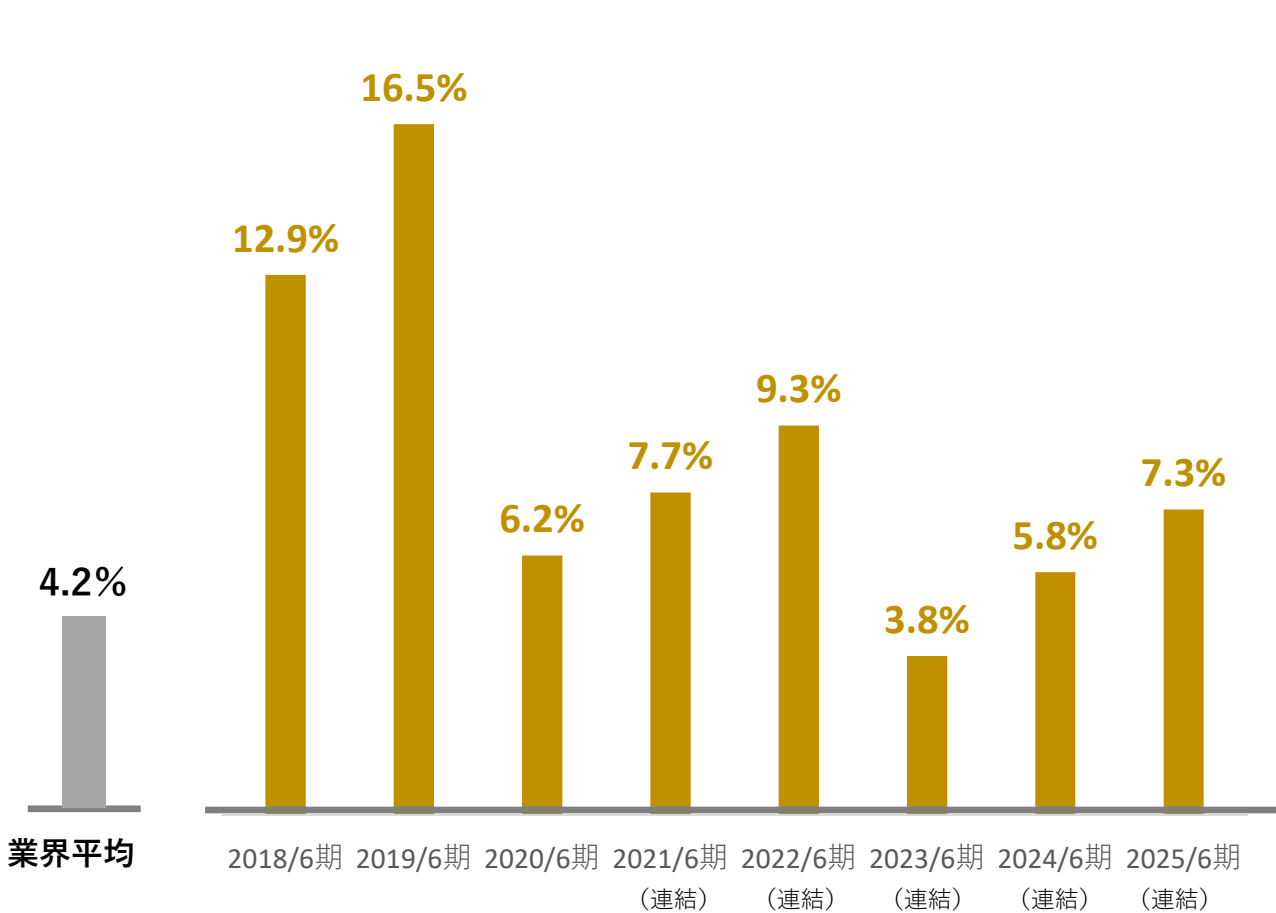
業界平均＝西日本建設業保証協会（令和1年データ引用）



# 目指すべき経営指標

財務指標としてはROA（総資産利益率）を重視。総資産の効率的運用（総資産回転率）と総合的な収益力向上（売上高経常利益率）を多面的に追究し、効率的に利益を捻出している企業を目指す。

ROA（過年度実績）



業界平均 = 西日本建設業保証協会（令和1年データ引用）

ROA  
(目標値) 20%

ROE  
(目標値) 30%

営業利益率  
(目標値) 10%

上記の目標値は中長期的に当社が目指す経営指標  
(現在のKPIは中期経営計画をご参照)

# appendix

# 高い採用力

「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、九州・沖縄エリアで上位にランク。

| 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 | Lib Work         |
| 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            |



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）／有効回答数：41,185名

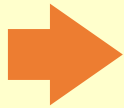
2026年卒当社へのエントリー数

3,043名

(2025年3月末日現在)

採用予定

40名





# リブ式ユニット経営

- **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

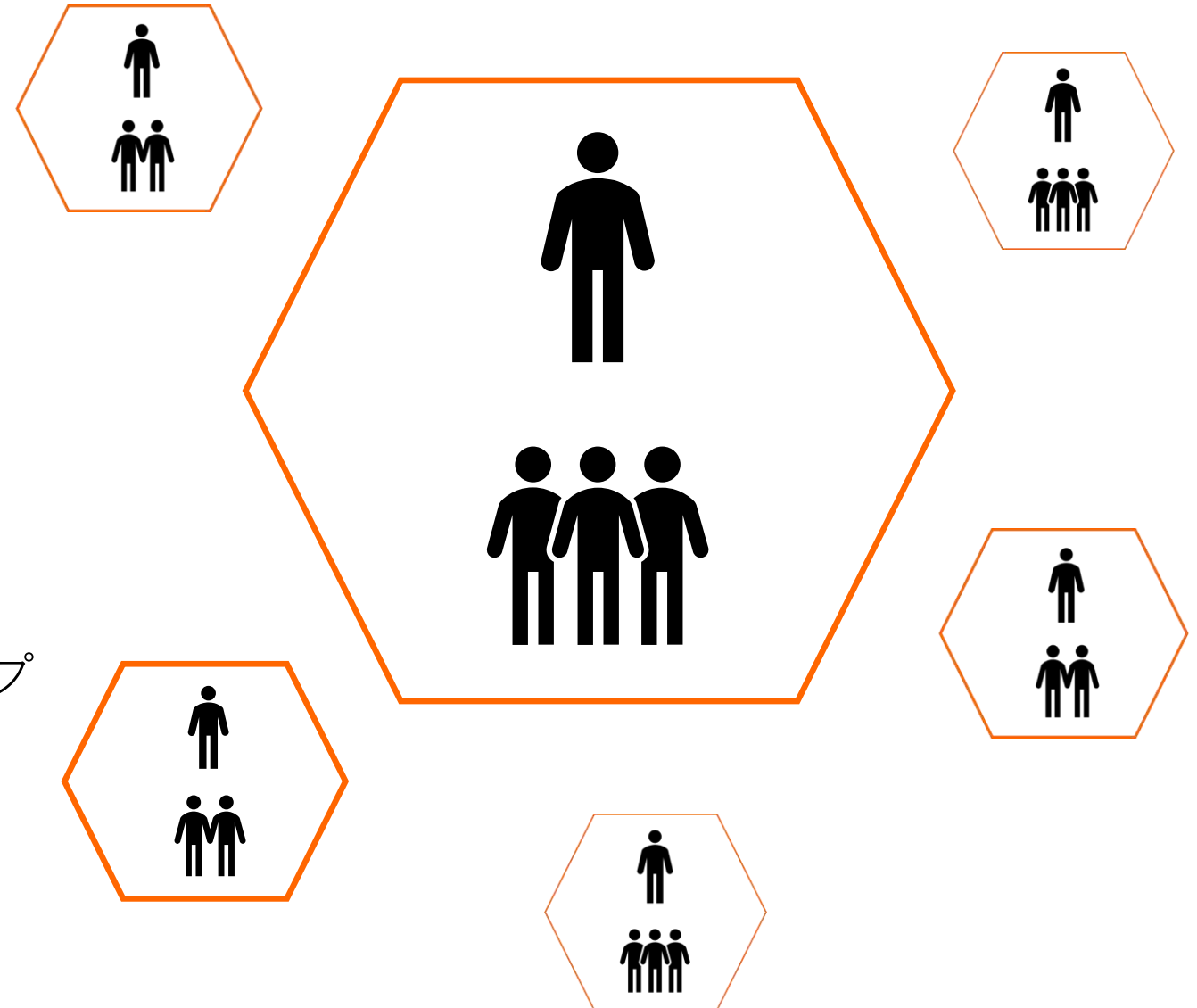
- **効果**

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



# ナレッジシェア経営

## 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

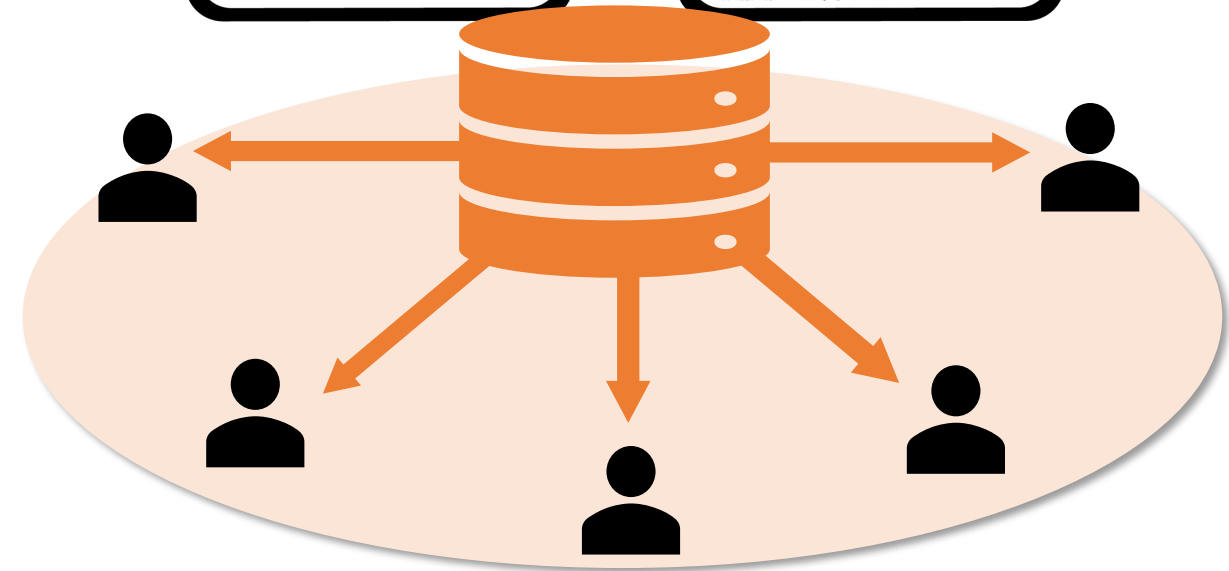
個々人が有していた知識を一元的に管理。蓄積されればされるほど資産となりえる。

### ● 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。



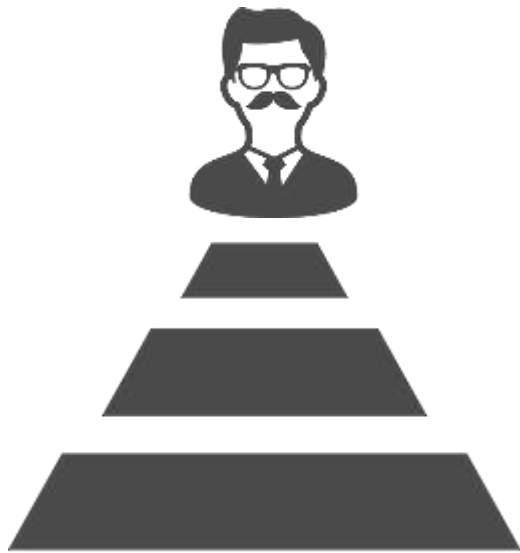
デジタルで蓄積されているため、全エリアで共有可能

# オーナーシップ経営

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<sub>(※注)</sub>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。



# ダイバーシティ経営

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)

# 国内初の「生成AI住宅」への取り組み

当社は、Maket Technologies Inc.（本社：カナダ国のモントリオール）と共同で、生成AIを活用した住宅設計の自動化プロジェクトを開始。本プロジェクトは、当社が保有する膨大な住宅図面データをAIプラットフォームに学習させ、日本市場向けの間取り自動生成システムの構築を目指す。

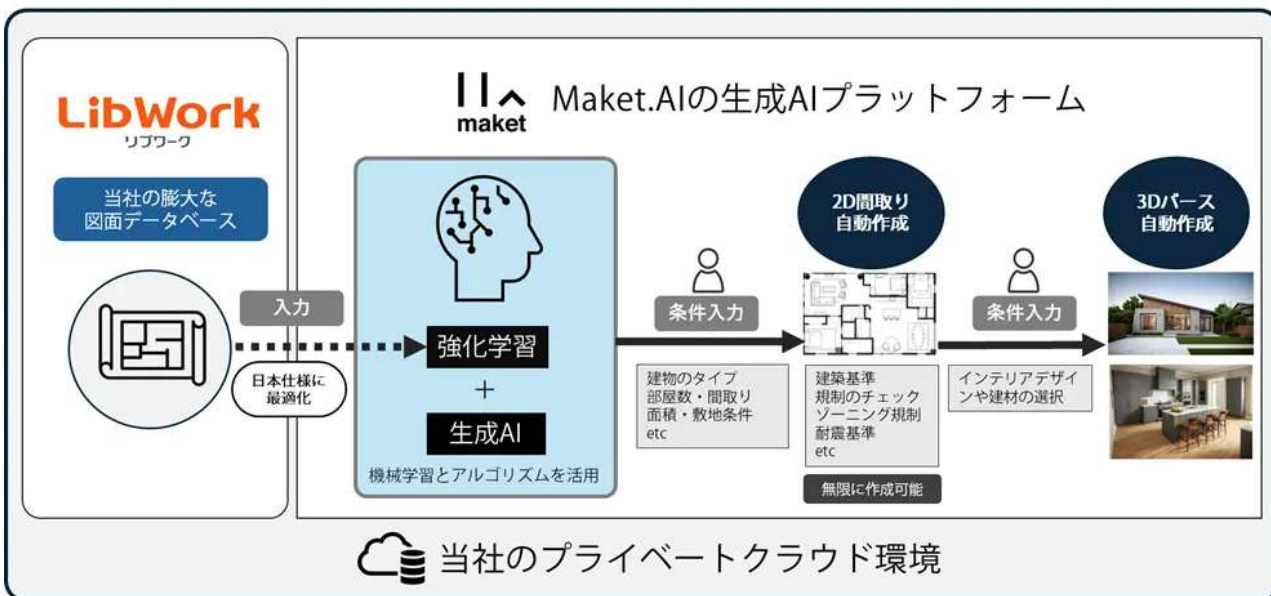


## ▼Maket Technologies社との協業理由

北米市場において建築設計に特化したAIプラットフォーム

（<https://maket.ai/>）を開発・運用しており、AIによる間取り生成、3Dデザイン、コスト試算の分野で高い技術力を誇り、実際に北米での運用実績を有するため。

## 日本版生成AI住宅プラットフォーム構築概要図



## AIにより自動生成されたフォトリアルな3Dパース



## 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。

## 今後の開示

当資料のアップデートは2026年9月を目途として開示を行う予定です。

本資料に関するお問合せ先

**株式会社Lib Work 管理部**

TEL：0968-44-3227

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