



事業計画及び 成長可能性に関する事項

HOUSE TECH PLATFORM COMPANY

住宅産業を再発明し、
地球に新しい住まいの供給システムを実装する。

2026年9月29日 | 株式会社Lib Work（証券コード：1431）



住宅会社から、Housing OS企業へ。

当社は「住宅販売棟数だけで評価される会社」ではない。

戸建住宅事業で培った実装力を基礎に、AI・データ・ライセンス・建設技術によって収益機会を拡張する企業へ進化している。

住宅事業の実装力

全国約35,000社の住宅会社・工務店が抱える経営課題を、当社自身が戸建住宅の現場で検証してきた。

データ・ノウハウ の製品化

集客・提案・設計・施工で蓄積した知見を、My Home Robo・IPライセンス・AI集客等のサービスへ転換。

収益機会の拡張

住宅販売という単一のフロー収益から、ストック型収益・非連続成長領域（3Dプリンター住宅）へ収益源を広げる。

現在の収益・次の利益・非連続成長

3つの事業は独立した多角化ではなく、役割の異なる収益レイヤーとして接続している。

現在の収益



住宅事業

直営の戸建住宅事業が、利益とキャッシュフローを支えとともに、新商品・AI提案・施工技術を実装・検証するフィールドとなる。

実装フィールド

次の利益



Housing OS

My Home Robo・IPライセンス・AI集客プラットフォームが、全国の住宅会社へサブスクリプションで提供され、高利益率・継続収益を生む。

高利益率・継続収益

非連続成長



3Dプリンター住宅 + Physical AI

天然土を主原料とする独自の建設技術を、国内FC・海外展開へと広げ、住宅供給の常識を変える非連続な成長機会をつくる。

国内外の非連続成長

市場の縮小が、Housing OSの機会へ

新築住宅市場は完全なシュリンク市場であり、全国約35,000社の住宅会社・工務店の淘汰が進む。
個社で抱えきれない機能を共同利用できるHousing OSの提供価値は、むしろ拡大している。

① 新築住宅市場は完全なシュリンク市場

新設住宅着工数
2024年82万戸 → 2040年61万戸（予測）

▲26%

新設住宅着工数の減少見通し

② 全国約35,000社の淘汰が進む

建設業倒産 2025年上半期986件
（前年同期比+7.5%、4年連続増加）

約35,000社

全国の住宅会社・工務店数

③ Housing OSの提供価値が拡大

My Home Robo 導入社数
2026年149社 → 2029年600社（計画）

986件

2025年上半期の建設業倒産件数
（前年同期比+7.5%）

縮小市場だからこそ、Housing OSの価値が高まる

資材高・後継者難による中小工務店の淘汰が加速する一方、集客・設計・原価管理といった個社で開発しきれない機能への需要は拡大する。Lib WorkのHousing OSは、全国約35,000社の住宅会社・工務店を接続可能な市場（SAM）と位置づけ、サブスクリプションで共同利用できる基盤を提供する。

出所：野村総合研究所「新設住宅着工戸数の実績と予測」、住宅産業研究所調べ、帝国データバンク「建設業」の倒産動向（2025年上半期）、Lib Earth Shot 2029（2026年8月21日公表）

世界的な住宅課題の解決へ

世界的な人口増加・自然災害の多発と、職人不足の進行が同時に起きている。

短工期で誰もが手の届く住まいと、災害対応も見据えた再現性の高い施工力への需要が、3Dプリンター住宅のニーズを押し上げる。

① 人口増加・災害多発・職人不足

世界人口 2026年約83億人 → 2050年約98億人
(予測) / 建設技能者55歳以上36.7%

28億人

世界で適切な住宅を持たない人々
(うちホームレス3.18億人)

② 短工期・再現性への需要拡大

誰もが手の届く短工期の住まいと、災害対応を見据えた再現性の高い施工力が必要に

36.7%

国内建設業の55歳以上就業者比率
(全産業32.4%、若手29歳以下は11.7%)

③ 3Dプリンター住宅ニーズの拡大

世界の3Dプリンティング建設市場
2025年154億ドル → 2035年1兆8,307億ドル

CAGR 61.2%

世界の3Dプリンティング建設市場における
高い成長率

人口・災害・職人不足が交差する場所に、3Dプリンター住宅の市場がある

天然土を主原料とする独自材料により、短工期・省人化・品質再現性を両立する「Lib Earth House」。

2025年7月には国内初となる一般住宅仕様のmodel Bが完成し、拡大する世界市場の中で、直営検証を経た国内FC展開・海外実証を進めている。

出所：UN, World Population Prospects；UN-Habitat（2025年5月、UN-Habitatアッセンブリー）；国土交通白書 令和7年版；[Precedence Research](#)；Lib Earth Shot 2029（2026年8月21日公表）

FOUNDATION → SCALE → MONETIZE

2027年 6 月期に基盤を整え、2028年 6 月期に全国・海外へ拡大し、2029年 6 月期に多層収益化を完成させる。3 事業に共通する実行順序。

FOUNDATION

2026.7 – 2027.6 基盤をつくる

SCALE

2027.7 – 2028.6 全国・海外へ拡大

MONETIZE

2028.7 – 2029.6 多層収益化を完成

	FOUNDATION	SCALE	MONETIZE
住宅事業	受注・粗利・在庫の改善で 高収益モデルを確立	高収益パッケージを 全拠点へ横展開	AI化と資本効率向上で キャッシュ創出事業へ
Housing OS	My Home Robo再設計・ AI集客ポータル立上げ	全国販売体制・IP拡充・ ビッグデータ基盤構築	第2の収益柱として 収益拡大を確立
3Dプリンター住宅	量産化準備・制度対応・ 海外実証地の選定	国内FC展開・ 海外建設を本格開始	多層収益モデルを確立し グローバル展開へ

本資料の構成

00	会社概要	P.08–11
01	事業ポートフォリオ	P.13–28
02	市場・競争優位	P.30–34
03	成長戦略	P.36–41
04	中期経営計画	P.43–51
05	経営基盤・資本政策・財務規律等	P.53–62

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	13億2,150万円
従 業 員 数	368名（2026年 6 月現在）
売 上 高	156億80百万円（2026年 6 月期）
事 業 内 容	戸建住宅事業／住宅プラットフォーム事業／3Dプリンター住宅事業
本店所在地	熊本県山鹿市鍋田178-1
上 場 市 場	東京証券取引所グロース市場／福岡証券取引所Q-Board

VISION

Lib Earth Shot — 住宅産業を再発明し、
地球に新しい住まいの供給システムを実装する。

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。

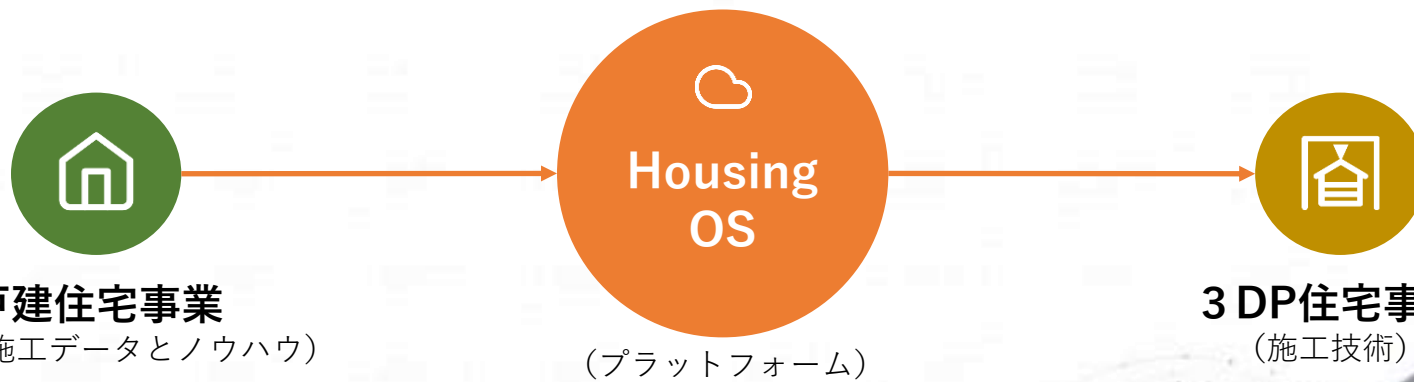
住宅会社から、ハウステック企業へ

デジタル集客・SaaS提案・異業種コラボ・木材内製化・3Dプリンター住宅開発を積み重ね、現在の事業構造につなげてきた。

- **1997.08** 有限会社瀬口工務店（現Lib Work）設立 熊本を拠点に戸建住宅事業を開始
- **2001.04** HPにて「インターネット展示場」を開設 インターネット集客へのトライ
- **2015.08** 福岡証券取引所Q-Boardへ上場 デジタルマーケティング集客への転換を本格化
- **2019.06** 東京証券取引所マザーズ（現グロース）へ重複上場 デジタル集客に加え、CG・VRを用いた営業手法の効率化
- **2020.06** SaaS開発・異業種コラボレーション 自動プラン提案システムを開発、niko and ... 等の異業種コラボ
- **2023.07** 幸の国木材工業を子会社化 木材加工・製材事業へ進出し、住宅版SPAモデルを強化
- **2024.01** 「Lib Earth House “model A”」完成 国内初、土を主原料とする3Dプリンター住宅が完成
- **2025.07** 「Lib Earth House “model B”」完成 国内最大級、土を主原料とした約100㎡の3Dプリンター住宅が完成
- **2026.08** 中期経営計画「Lib Earth Shot 2029」公表 Housing OS企業への進化を掲げる新中期計画を発表

自社で培ったデータとノウハウを、サービスへと転換

住宅販売で得る顧客・設計・施工のデータとノウハウを、Housing OS・3Dプリンター住宅のプロダクトへ転換し、全国へ提供する循環を築く。



本資料の構成

00	会社概要	P.08–11
01	事業ポートフォリオ	P.13–28
02	市場・競争優位	P.30–34
03	成長戦略	P.36–41
04	中期経営計画	P.43–51
05	経営基盤・資本政策・財務規律等	P.53–62

3 事業の役割

戸建住宅・Housing OS・3Dプリンター住宅は、提供価値も収益形態も異なる。役割を分けて評価する。

	戸建住宅事業	Housing OS	3Dプリンター住宅
提供価値	住宅の企画・設計・施工・アフター	集客・提案・業務効率化サービス	次世代の住宅供給システム
収益形態	フロー（受注・引渡ベース）	サブスクリプション（ストック）	直営＋FC＋材料・機器の多層収益
成長段階	成熟事業／収益性改善フェーズ	拡大フェーズ	立上げ・実証フェーズ
主要KPI	粗利率／在庫回転／販管費率	導入社数／営業利益／解約率	着工棟数／FC加盟数／原価削減率

2026年月6月期は住宅事業を中心とした収益構造。今後3年でHousing OS・3Dプリンター住宅の利益寄与を段階的に高める。

フロー収益とストック収益を、両輪で伸ばす

住宅事業＝フロー収益、Housing OS＝継続・高粗利収益、3DP住宅＝直営・FC・機器・材料等の多層収益。
主要コストと改善レバーは事業ごとに異なる。

戸建住宅事業

フロー収益。売上高124億円・粗利率30.9%（Lib Work単体・2026年6月期）。
販管費の主要コストは人件費40.5%・
広告宣伝費15.1%。粗利率と販管費率の
改善が最大のレバー。

Housing OS

ストック収益。月額サブスクリプション
で、加盟社数の増加に比例して収益が積
み上がる。原価が小さく限界利益率が高
い。解約率の低さが収益の質を決める。

3Dプリンター住宅

直営建設・FC加盟金・ロイヤリティ・
プリンター販売・リース・材料データ作
成料の多層収益。量産化と標準化により
住宅総コストを段階的に削減する。

参考 | Lib Work単体 コスト構造（2026年6月期実績）

売上高	売上総利益 (粗利率)	販売費及び一般管理費		
		人件費 (販管費人件費率)	広告宣伝費 (販管費広告宣伝費比率)	支払手数料 (販管費支払手数料率)
124億45百万円	38億54百万円 (30.97%)	13億80百万円 (40.5%)	5 億16百万円 (15.1%)	3 億円 (8.8%)

利益・キャッシュフローと、実装フィールド

直営住宅事業は、利益とキャッシュフローの中核であると同時に、新商品・AI提案・施工技術を顧客に実装し検証する場である。

グループ営業利益の構成（2026年6月期実績）

Lib Work（住宅・プラットフォーム含む）	92%
-------------------------	-----

幸の国木材工業	5%
---------	----

タクエーホーム（タクエーホーム子会社含む） ※タクエーホームは2026年6月1日で吸収合併	3%
--	----

5.28億円

グループ営業利益（2026年6月期実績）
※2027年6月期は5.8億円を予想

住宅事業が担う「実装フィールド」としての役割

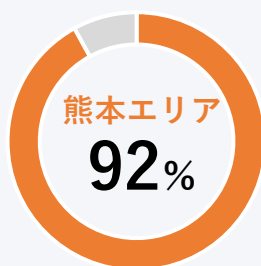
- CG・VR・AI提案など新しい営業ツールを、まず自社の住宅販売で検証する。
- 幸の国木材工業との連携による木材内製化・住宅版SPAモデルを、直営現場で確立する。
- 3Dプリンター住宅「Lib Earth House」の施工・品質・原価データを、直営建設を通じて蓄積する。
- 現場で磨いた知見が、Housing OSのプロダクト（My Home Robo・AI集客等）へ還流する。

展開地域・ブランド

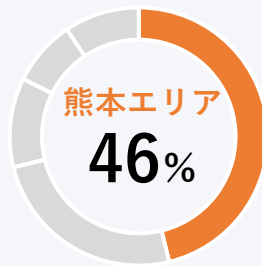
熊本中心の事業から、九州・関東を軸とした全国区の事業へ。異業種ブランドとの共同商品が、顧客層拡大の中心的な武器となっている。

受注エリアの変化（エリア別売上構成比：Lib Work）

2018年6月期



2026年6月期



重点展開エリア

九州（熊本・福岡・大分・佐賀・鹿児島）へのドミナント戦略を進め、さらに関東（千葉・神奈川）へ本格進出。熊本中心の住宅メーカーから、九州全域へ。横浜のタクエーホームを吸収合併し、さらに関東圏への拡大加速へ。



Lib Work主要ブランド

- NEOTELLA : New Retro — 懐かしさを、いまの暮らしに
- Nordi: 日本(和)と北欧を掛け合わせたトレンドのジャパンディスタイル
- Finole : 高級ホテルの上質な寛ぎを届けるラグジュアリーモダンスタイル
- 陽和（ひより）：家族と共に時を刻む、杉の香りが漂う木の住まい
- Archt : 本物の素材を設えた「建築家とつくる家」
- Laiton : 木・真鍮・モルタルをいかした心落ち着くカフェ風の家
- Z・E・N : モダンと和を融合させた新感覚のコンテンポラリースタイル

異業種コラボブランド

ink collaborate with niko and ...

アダストリアとの共同商品

Afternoon Tea HOUSE

サザビーリーグとの共同商品

BELLE MAISON DAYS house

千趣会との共同商品

再春館製薬所の家

再春館製薬所との共同商品

LIVELY VILLA NOKI

帝人との共同商品

デジタル集客 | 量から質へ

カテゴリーサイト・Instagram・YouTube・モデルハウスを一つの顧客導線として統合し、CPA・来場率・受注率で管理する。

認知

Instagram・YouTube・カテゴリーサイト

103.8%

デジタル集客数（前年比）

興味・比較

My Home Robo・電子カタログ・異業種コラボ

100.6%

来場者数（前年比）

来場

インサイドセールス・各ブランド別のモデルハウスへ送客

16.6万人

YouTube登録者数
（戸建住宅業界トップクラス）

成約

フィールドセールス・CG・VR提案

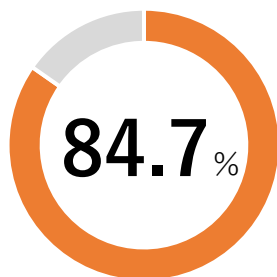
自社商品

7 ブランド

異業種コラボ

5 ブランド

多彩な商品による顧客層拡大

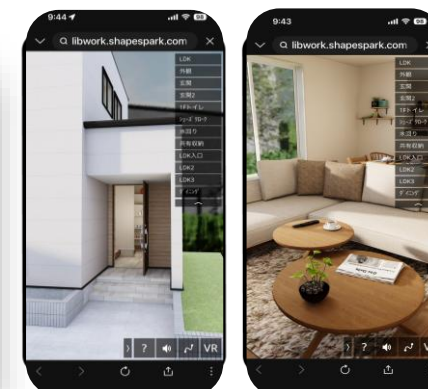


理想の住宅を建てる
うえで、SNSによる
情報収集は効果的

戸建業界トップクラスのYouTube運営



フォトリアルなCG・VRを全棟提案



出所：ゼンリン東海「家づくりにおけるSNSの活用実態調査」

異業種コラボ | 集客力・差別化強化

「niko and ...」等の人気ブランドの世界観を住宅商品に取り込み、顧客層拡大と高付加価値化を同時に実現する。

5 ブランド

異業種コラボブランド数

45 棟

niko and ... コラボ住宅 初年度受注棟数

全国 **30** 棟

niko and ... EDIT HOUSEとして商品化。
全国の加盟店拡大へ

異業種コラボレーションの広がり = 多方面からの集客を実現し、価格競争になりにくい高付加価値商品へ

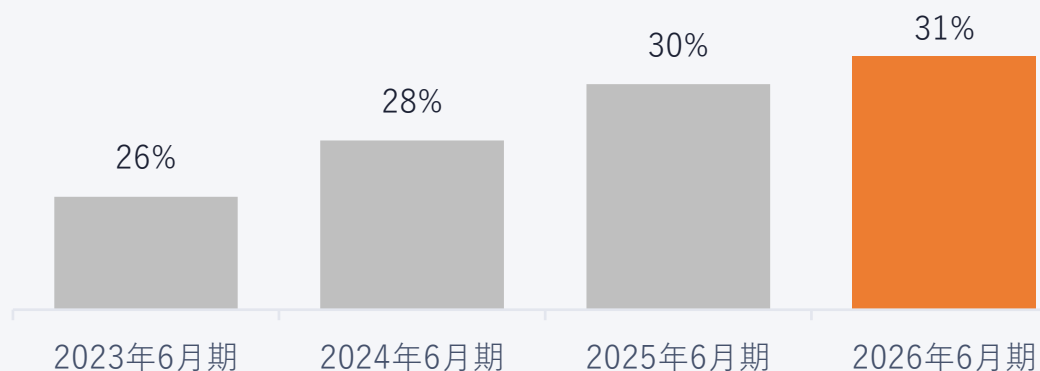
niko and ...、Afternoon Tea HOUSE、BELLE MAISON DAYS house、再春館製薬所の家、LIVELY VILLA Noki（帝人）等、住宅とは異なる顧客接点を持つブランドと共同商品を開発。自社の獲得顧客層に依存しない集客と、価格競争になりにくい高付加価値商品を両立させる。



住宅版SPA | 品質・工期・粗利の改善

幸の国木材工業（2023年7月子会社化）との調達・加工連携、主要工種の内製化、標準化・DXにより、粗利率は3期連続で改善している。

粗利率の推移（Lib Work単体）



2023年6月期比 + 5 pt改善。資材価格は高止まりするが、内製化とグループ化によるコスト削減が寄与。

※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。

取り組みの柱

- 主要5工種のうち、給排水設備・基礎工事・建て方工事の3工種を内製化。
- 幸の国木材工業を子会社化し、原木からプレカット加工までを一貫。木材の安定供給と原価削減を実現。
- 九州全域へのプレカット加工に加え、関東圏（千葉県）への資材出荷を開始。
- 稼働率・品質・投資回収の3指標で、内製化投資を管理。



CG・VR・AI提案 | 営業生産性を高める

全棟にCG・VRを標準提供し、「家は建つまでわからない」という不安を払拭する。提案品質の標準化と、提案時間の短縮を両立する。

完成前の体験価値

外観CG 3種・内観CG 1種に加え、スマートフォンで住空間を歩き回れるVRを全棟提供し、契約前の完成イメージのズレを防ぐ。

提案品質の標準化

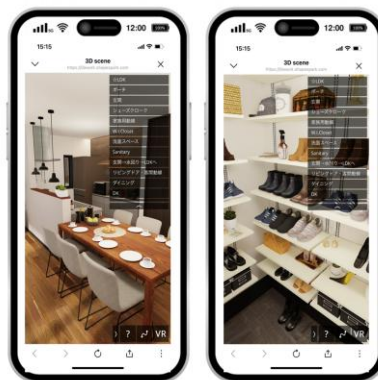
My Home Roboの生成AIが、間取り・提案文章・CG・VRを短時間で自動生成。担当者の経験に依存しない提案品質を確保する。

提案時間の短縮

初期提案を最短5分で作成できる体制により、営業担当者1人当たりの対応可能顧客数を増やし、営業生産性を高める。

My Home Robo 登録プラン数

11,500超

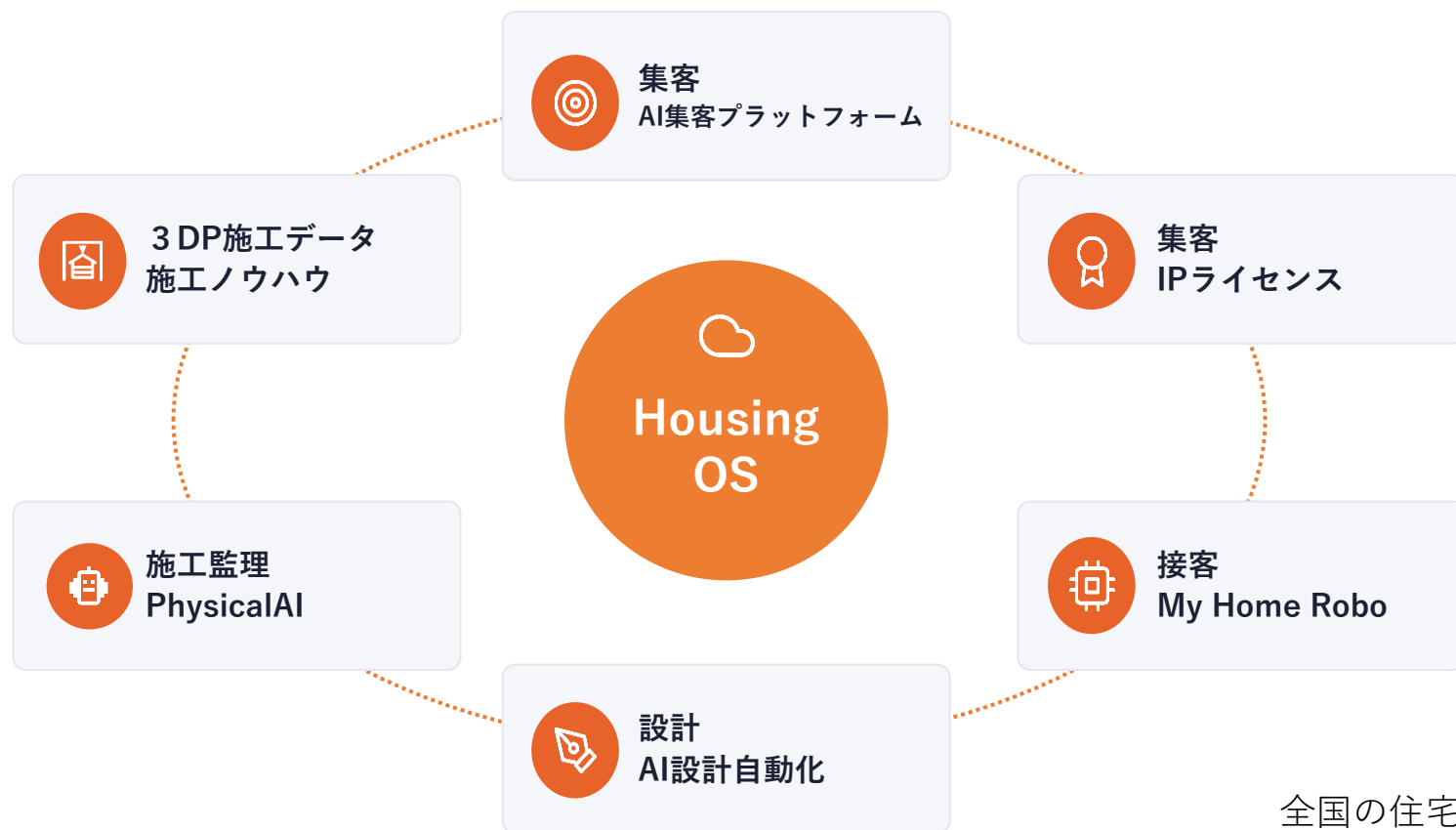


AI活用でCGは
無限大∞に生成



住宅会社の経営インフラへ

集客・商品・営業・設計・施工のデータを接続し、全国の住宅会社が共同利用するAI住宅プラットフォームの全体像。



全国の約35,000社の
住宅会社・工務店へ提供

↓ ↓ ↓ ↓ ↓

収益化

全国の住宅会社・工務店が、個別に開発するには負担の大きい機能を、サブスクリプションで安価に提供し、共同利用する。

AI住宅プラン提案から、統合ソリューションへ

11,500超の登録プランと生成AIにより、初期提案を最短5分に短縮。
 今後は提案システムから、住宅建築AIソリューションへ再設計する。

指 標	2026/6期（実績）	2027/6期（計画）	2028/6期（計画）	2029/6期（計画）
導入社数	149社	250社	400社	600社
営業利益	2,350万円	5,000万円	1.2億円	2億円

現在価値から、次の展開へ

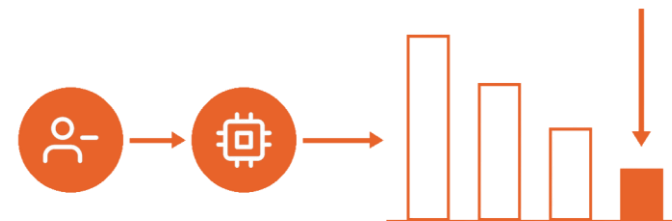
現在

AI・CG・VR等を組み合わせ、間取り診断から提案書作成までを最短5分で自動化。月額固定のサブスクリプションで、全国の工務店・建築事業者へ提供。大幅な生産性向上と人件費削減へ。

今後

単体の提案システムから、集客・営業支援・設計・見積までを一気通貫で支える「住宅建築AIソリューション」へ再設計し、Housing OSの中核サービスへ進化させる。

作業をAIに代替することで
大幅な人件費削減を実現



ブランドを、住宅会社の集客力へ

「niko and ...」等の人気ブランドを、住宅FCとは異なる自由度の高いライセンスモデルで全国の住宅会社へ提供する。

指 標	2026/6期（実績）	2027/6期（計画）	2028/6期（計画）	2029/6期（計画）
加盟店舗数	20社	30社	50社	100社
営業利益	4,500万円	6,000万円	1 億円	2 億円

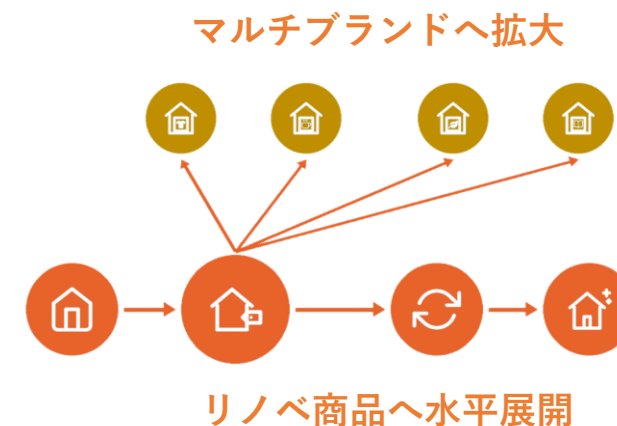
今後の収益機会の拡張

現在

新築ブランド（niko and ... EDIT HOUSE）が中心。一般的なFCとは違い、指定構造材の購入義務や棟数販売連動でのロイヤリティ課金がない。加盟店にとって収益の伸びしろが大きいスキームを維持し、需要拡大に繋げる。

今後

新たな異業種とのマルチブランド展開をおこなうほか、リフォーム・リノベーション領域へ水平展開し、市況変動に左右されにくい収益機会を広げる。



顧客ニーズにマッチした施工店を自動提案するAIプラットフォーム

見込み顧客と住宅会社を接続し、送客・来場・成約までを支援する新プラットフォーム。
出店数・送客数・来場率・成約率・獲得コストで管理する。

指 標	2026/6期（実績）	2027/6期（計画）	2028/6期（計画）	2029/6期（計画）
出店数	—	30社	45社	60社
営業利益	—	2,000万円	6,000万円	1.5億円

位置づけ

住宅総合展示場への来場減少が進む中、AIによる住宅総合展示場を開設。住宅購入検討者が比較・検討段階で接する「ゼロ次接客」を担い、顧客ニーズに合う住宅会社・工務店へ送客する。

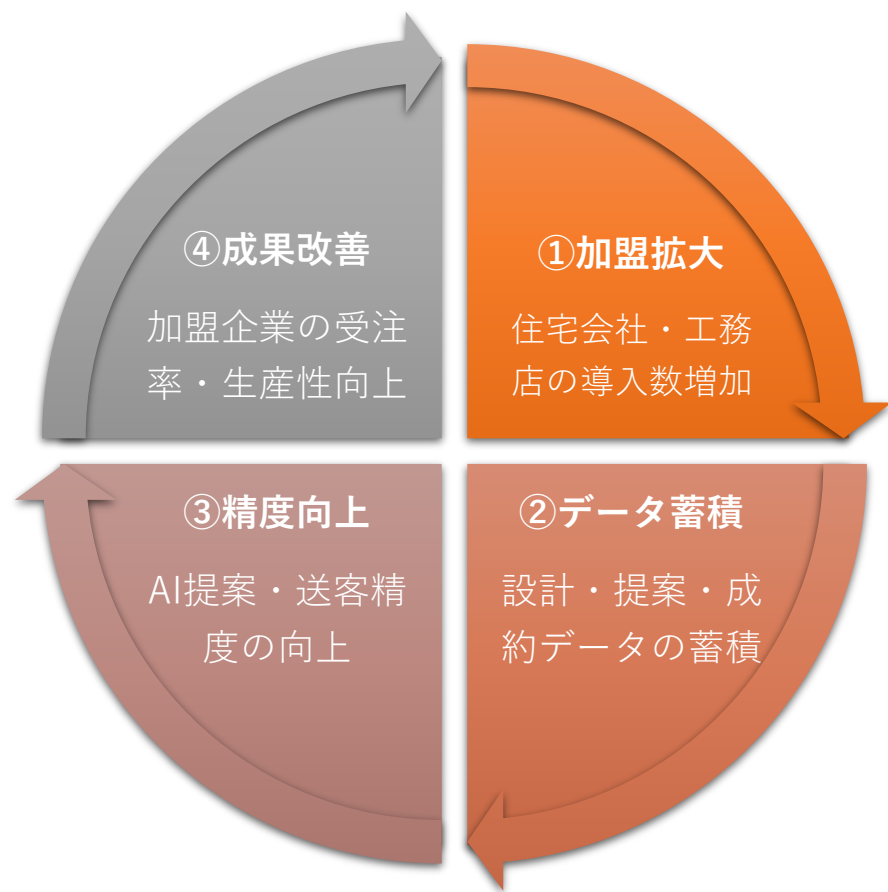
My Home Robo・IPライセンスと合わせ、Housing OSの3本柱として、集客から成約までの一連の機能をカバーする。

住まい選びの手法が変化
AI展示場を開設し、最適な施工会社を提案



ネットワーク効果を設計する

加盟企業・商品・顧客接点が増えるほど、データが蓄積し、AI提案・販促の精度が上がり、成果改善が新規加盟を呼ぶ循環をつくる。



④ 成果改善 → 新規加盟の増加 → (① 加盟拡大へ)

好循環が回るほど、単独の住宅会社では持てない規模のデータ資産が競争優位になる。

管理指標

導入社数・ライセンス数・出店数（規模）、ARPU・営業利益（収益性）、解約率・利用継続率（定着度）の3系統で進捗を管理する。

「住宅」ではなく、「生産システム」を提供する

世界の住宅不足・熟練工不足・災害・環境負荷という構造課題に対し、設計・材料・施工・教育・保守を統合した供給モデルを提示する。



世界の住宅不足

住宅を持たない人々が世界で10億人以上存在し、人口増加とともに拡大が見込まれる。



熟練工の不足

日本国内をはじめ、建設現場の熟練労働人口は減少が続き、労働力に依存した工法の限界が近づく。



頻発する災害

自然災害の増加により、迅速に供給できる住宅・仮設住宅への需要が高まっている。



建設の環境負荷

建設産業のCO2排出・廃棄物は大きく、環境負荷の小さい工法への転換が求められている。

Lib Workが提供するのは、住宅そのものではなく、「**設計データ×材料×3Dプリンター×施工技術×教育・保守**」を**一体化した生産システム**である。国内外のパートナー企業が、このシステムを通じて自ら住宅を供給できるようになる。

Lib Earth House | 商品・技術コンセプト

天然土を主原料とする独自材料により、短工期・省人化・品質再現性を両立。

2025年7月、国内初・国内最大級となる約100㎡の一般住宅仕様の3Dプリンター住宅「Lib Earth House “model B”」が完成。

材料・強度・環境性能

- 土・石灰・自然繊維など、地球上で豊富に得られる天然由来の素材を主原料とし、産業廃棄物になるセメントを不使用。
- 旧モデル（model A）比で強度は約5倍に向上（特許取得）。
- 100㎡住宅の試算でRC住宅比約50.2%、木造住宅を下回るCO2排出量での建設が可能。
- IoTセンサーによる「壁内結露監視システム」を標準搭載し、住宅自らが劣化を検知する。

強度 **5倍**

旧モデル（model A）比の強度

CO2 **50.2%**削減

CO2排出量（RC住宅比／100㎡試算）

開発パートナー

ARUP

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参画。



素 材
（土が主原料）



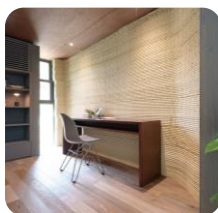
オンサイト
（現地施工）



木 造
（建築基準法準拠）



日本の風土への調和
（日本の気候風土）



[3Dプリンター住宅特設サイト](#)



商用化へのゲート | 技術実証から制度対応へ

第三者評価・認証・保険対応など、住宅として販売するための「制度対応」を段階的にクリアしていく。

区 分	完 了	進行中	次段階
商用化ステータス	model B完成（2025年 7 月） 販売商品開発へ	受注開始（2026年 1 月～） 標準施工体制の構築	長期優良住宅・瑕疵保険対応 量産化・FC展開への準備

商用化に向けた基本方針

技術実証で終わらせず、一般住宅として長期にわたり安心して住める品質・保証体制を優先する。長期優良住宅の認定基準や瑕疵保険への対応を、量産化・FC展開に先行して整備し、住宅事業としての信頼性を確立したうえで全国・海外展開を進める。

3DP住宅総コスト（㎡単価・2029/6期目標）

40%削減

コストダウンは「本格的受注解禁のトリガー」
となる

本資料の構成

00	会社概要	P.08–11
01	事業ポートフォリオ	P.13–28
02	市場・競争優位	P.30–34
03	成長戦略	P.36–41
04	中期経営計画	P.43–51
05	経営基盤・資本政策・財務規律等	P.53–62

世界が直面する住宅課題を、供給システムの再設計で解く

人口増加・住宅不足・建設費上昇・熟練工不足・災害・環境負荷が世界規模で拡大。
日本ではこれに、集客から施工・アフターまでの工程の分断・属人化という産業構造課題が重なる。

10億人+

世界で住宅を持たない人々
(今後も増加見込み)

 人口増加

世界人口の拡大に伴い、住宅需要は中長期で拡大。

 建設費・資材
コスト上昇

資材価格・人件費の高騰が、住宅供給コストを押し上げている。

 熟練工・職人の
不足

建設現場の熟練労働人口は世界的に減少。労働力依存の限界が近づく。

 頻発する自然
災害／環境負荷

迅速な住宅供給と、循環型・脱炭素な建築への要請が同時に高まる。

日本の産業構造課題 | 工程の分断と属人化

集客・営業・設計・見積・資材調達・施工・アフターサービスが分断され、多くの業務が人の経験と個別最適に依存している。これが生産性とビジネスの拡張性を制約してきた。Lib Workは、この構造そのものをHousing OSによって変える。

TAM・SAM・SOM | 巨大市場を、公開KPIまで接続する

国内住宅ライフサイクル市場と世界の3Dプリンティング建設市場を起点に、接続可能な顧客基盤（SAM）、中期経営計画で開示した2029年目標（SOM）へと絞り込む。

TAM

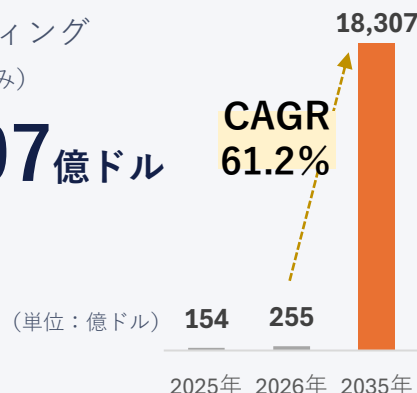
獲得可能な最大市場

国内住宅市場（新築+リフォーム・リノベ）

約**29.4**兆円

世界の3Dプリンティング
建設市場（2035年見込み）

約**1兆8,307**億ドル



SAM

Lib Workが接続しうる市場

国内の住宅会社・工務店

約**35,000**社

東南アジア等

3Dプリンター住宅の重点展開地域

SOM

2029年6月期 公開KPI

Housing OS 導入社数計画（2029/6期）

マイホームロボ**600**社

IPライセンス**100**社

AI集客**60**社

3Dプリンター住宅 FC加盟数計画
（2029/6期）

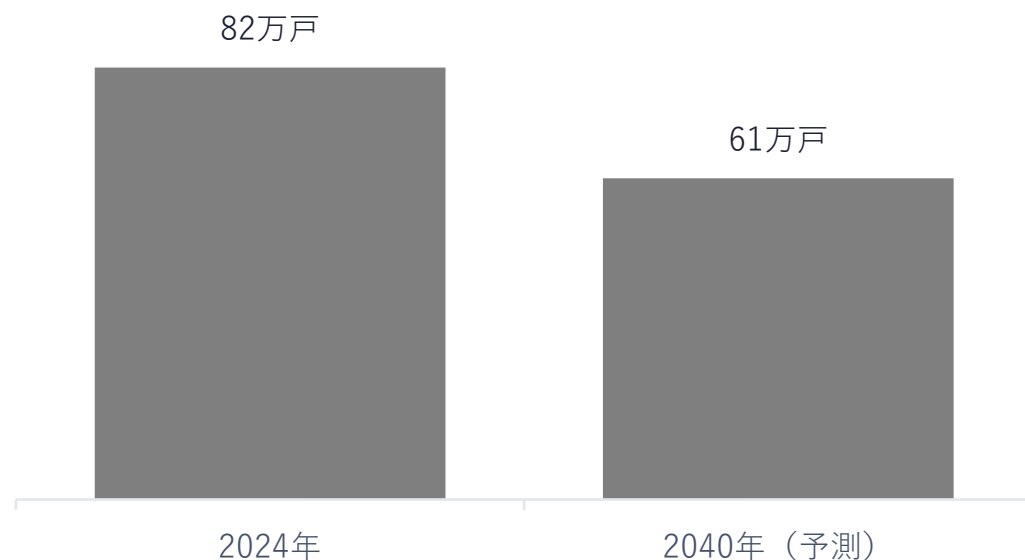
3DP住宅 FC加盟**50**社

出所：TAM＝世界の3Dプリンティング建設市場予測 [Precedence Research](#) 調べ。SAM＝全国の住宅会社・工務店数（住宅産業研究所調べ） SOM＝2026年8月21日公表「Lib Earth Shot 2029」

国内住宅市場の縮小を、プラットフォームの機会へ

新設住宅着工は人口減少を背景に緩やかな縮小が続く見込み。

原価・金利の上昇で体力のない中小工務店の淘汰が進む一方、業務効率化・集客支援へのニーズはむしろ拡大する。



新設住宅着工数（全国）

出所：野村総合研究所「新設住宅着工戸数の実績と予測」

全国の工務店で経営課題が急増

集客の減少、人手不足、残業の増加など、単独では解決が難しい経営課題を抱える工務店が増えている。原価・金利上昇の局面では、体力のない中小零細事業者の淘汰も進む。

競争の激化 → プラットフォーム需要の拡大

業務効率化と集客装置を、自社で持てない住宅会社・工務店ほど、Housing OSを共同利用する経済合理性が高い。

市場の縮小は、Lib Workの顧客基盤を狭めるのではなく、むしろ押し広げる方向に働く。

大手ハウスメーカー・地域工務店との違い

デジタル集客力、異業種とのコラボレーション、直営の現場から得るデータ、集客から施工までの実装力の 4 軸で差別化する。

比較軸	大手ハウスメーカー	地域工務店	LibWork
集客力	マスメディア・展示場・デジタル集客	紹介・地域密着中心	Web・SNS・YouTube等を自社運用。 モデルハウス送客まで一気通貫
顧客層の拡大	自社ブランドを軸に、 商品・技術単位の協業も展開	自社ブランドが 中心	自社ブランドのほか、niko and ...や Afternoon Teaなど、人気ブランドが多数
直営の現場データ	豊富なデータ蓄積があるが、 自社グループ内での活用中心	データ蓄積は 工務店により異なる	直営で得た設計・原価・ 施工データをHousing OSへ還元
実装力と 拡張性	自社住宅事業内での 実装力は高いが 他社への外部提供は限定的	地域内での施工対応力はあるが、 外部展開は制約	集客～設計～施工～アフターを 自社実装し、他社にもサービス提供

当社調べ（2026年9月時点）。一般的な特徴の整理であり、優劣を断定するものではない。

3Dプリンター建設プレイヤーとの違い

国内はゼネコン・大手建設会社とベンチャー企業が中心。世界規模でもまだ発展途上の市場。
「天然土」を主原料とするプレイヤーは限定的。

比較軸	国内プレイヤー	海外プレイヤー	LibWork
主要材料	セメント系が中心	セメント系が中心。 一部、土系・樹脂系で実用化あり	天然土を主原料とする独自材料を 独自開発（特許取得）
主な事業	技術開発・土木・非住宅 利用が中心	装置・材料・ソフトウェア販売、 ライセンス、建設・住宅提供など	既存の住宅事業で培った販売・施工・ アフター体制を活用し、事業化
収益モデル	実証から個別プロジェクト への展開	装置販売、施工ネットワーク、 パートナー展開など	国内FCモデルの構築、東南アジアで 現地パートナー展開を推進

主要プレイヤー（国内・海外）

大林組・竹中工務店・清水建設・會澤高圧コンクリート・Polyuse・セレンディックス 等

WASP、ICON、COBOD International、CyBe Construction、Apis Cor、XtreeE、WinSun、LUYTEN、Tvasta 等

本資料の構成

00	会社概要	P.08–11
01	事業ポートフォリオ	P.13–28
02	市場・競争優位	P.30–34
03	成長戦略	P.36–41
04	中期経営計画	P.43–51
05	経営基盤・資本政策・財務規律等	P.53–62

3つの事業レイヤーを、データで接続する

住宅事業の高収益化、Housing OSの全国展開、3Dプリンター住宅+Physical AIの商用化。3つのレイヤーは、顧客・設計・施工データを介して互いの精度を高め合う。

住宅事業



高収益・高回転モデルへ転換し、
キャッシュ創出力を高める

Housing OS



My Home Robo・IP・AI集客を統合し、
全国の住宅会社へ展開

3 DP + Physical AI



生産システムとしての住宅供給を
商用化し、国内外へ展開



3事業は、顧客データ・設計データ・施工データで接続される。ひとつの事業で得たデータが、
他の事業のAI提案・原価精度・施工品質を高め、事業間の相乗効果を生む。

行動データ

集客・来場・成約プロセスで得られる
顧客行動データ

設計データ

AI提案・CG/VR・間取り診断から
蓄積される設計データ

施工データ

直営建設・3Dプリンティングから
得られる原価・工程データ

高収益・高回転モデルへ | 受注率・粗利率・在庫回転を管理

受注率、粗利率、販管費率、在庫回転、営業生産性を重点管理指標とし、不採算な店舗・商品・広告投資を見直すことで、収益性と資本効率を高める。

受注率・生産性の向上

営業プロセスの可視化・標準化（トークスクリプト・AIフィードバック）により受注率を高め、リード獲得から受注までのリードタイムを短縮する。

粗利率の向上

住宅版SPA（企画・設計・調達・施工の垂直統合）の拡大により、外注依存を減らし粗利率を高める。
2026年6月期のLib Work単体粗利率は30.9%。

販管費率の改善

採算性の低い店舗・商品・広告投資を厳格に見直し、選択と集中を徹底することで販管費率を改善する。

在庫回転の短縮

土地・完成在庫の回転期間短縮に取り組み、資本効率を高める。
新エリア拡大から、既存エリアでのシェア拡大へと重心を移す。

個別サービスから、統合基盤へ

My Home Robo、IPライセンス、AI集客プラットフォーム、外部サービス連携を束ね、導入社数・利用率・ARPU・解約率で進捗を管理する統合基盤へ再設計する。

- My Home Roboを再設計：プラン検索サービスから、住宅建築AIソリューションへ
- IPライセンス事業で、リフォーム・リノベーション向け商品を開発し、水平展開。収益機会を拡張
- AI集客プラットフォームを本格稼働させ、送客から成約までを一気通貫で支援
- 導入企業間で使える住宅データ基盤を構築し、ビッグデータを活用
- カスタマーサクセス機能を強化し、チャーンレート（解約率）を低減

管理指標

導入社数（規模）

My Home Robo・IPライセンス・AI集客の各サービス導入数

ARPU（収益性）

加盟企業あたりの平均収益。サブスクリプションの単価向上

解約率（定着度）

チャーンレートの低減。カスタマーサクセスによる継続利用の促進

直営での実証から、FC展開へ

直営建設で商品・施工・原価・顧客体験を検証し、標準施工・教育・保守をパッケージ化したうえで、地域の施工パートナーへ展開する。

直営で検証

商品・施工品質・原価・顧客体験を直営建設で確立

標準化・パッケージ化

標準施工体制、材料配合、教育・保守プロセスを整備

FC・地域展開

国内FC施工パートナーを募集し、地域別の供給体制を構築

区 分	FOUNDATION (～2027/6)	SCALE (～2028/6)	MONETIZE (～2029/6)
3 DP住宅 国内の状態	自社開発・材料標準化、 FC・施工パートナー選定	国内FC施工パートナー募集開始、 地域別供給体制構築	国内外FCパートナー網を確立

段階投資で、不確実性を管理する

市場・法規・材料の調査から現地実証を経て、直営・JV・FCの展開形態を選択する順序で進め、各段階での継続判断を重ねる。

①調査

市場・法規・材料を調査

②現地実証

パートナー選定
モデルハウス建設

③展開形態の選択

直営・JV・FCから
最適な形態を選択

④継続判断

実証結果に基づき
投資継続を判断

重点地域 | 東南アジア

インドネシア・マレーシア等でパートナー選定・実証・モデルハウス建設を進める。世界4位・約2.8億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が約1,000万世帯に上る。

市場の成長ドライバー

アジア太平洋地域は急速な都市化と人口増加により、3Dプリンティング建設市場が急成長する見込み。フィリピンでは約650万戸の住宅が不足している。

Digital AI × Housing OS × Physical AI

需要創出・商談・設計を担うDigital AIと、プリント・搬送・施工・検査を担うPhysical AIを、Housing OSのデータ基盤で統合する。



Digital AI

My Home Roboによる住宅提案の自動化、AI集客プラットフォームによる需要創出、カナダのMaket Technologies Inc社との協業による設計自動化を推進する。



Housing OS



Physical AI

3Dプリンターによる施工の自動化、開発パートナーとのフィジカルAI実証、材料配合・施工品質の標準化を進め、省人化施工モデルを確立する。

AI企業・ロボティクス企業としての価値

2029年、Lib Workは住宅会社としての価値に加え、AIによる設計自動化（AI企業）、3DプリンターとフィジカルAIによる建設自動化（ロボティクス企業）を併せ持つ企業へ進化する。



本資料の構成

00	会社概要	P.08–11
01	事業ポートフォリオ	P.13–28
02	市場・競争優位	P.30–34
03	成長戦略	P.36–41
04	中期経営計画	P.43–51
05	経営基盤・資本政策・財務規律等	P.53–62

前中期経営計画 | 主要KPIの総括

「NEXT STAGE 2026」は主要KPIが計画未達となった。市場環境の変化と課題を検証し、次期成長戦略へ反映する。

区分／指標	2023年（当初予想）	2025年11月（修正予想）	2026/6期（実績）
売上高	285億円	150億円	156.8億円
営業利益	30億円	5 億円	5.3億円
ROE	30%	4.0%	2.2%
My Home Robo 営業利益	4.5億円	9,000万円	2,350万円
IPライセンス 営業利益	1 億円	6,000万円	4,500万円

進捗した基盤

計画は未達となった一方、デジタル集客力の強化、IPライセンスの全国27店舗までの展開、3Dプリンター住宅の技術開発など、次の成長を支える事業基盤は着実に進展した。

※My Home Robo及びIPライセンスの修正予想は、2025年8月12日公表値
出所：Lib Earth Shot 2029、

未達要因を分析し、新計画へ反映する

外部環境要因と内部要因を切り分け、収益性・資本効率・事業化スピードを重視する管理体制へ反映した。

外部要因

資材・労務費の上昇（建築費指数は前年同月比+4～5%台）、住宅ローン金利の上昇、新設住宅着工数の継続的な縮小（2024年82万戸→2040年61万戸予測）が、販売価格・受注環境に影響した。

内部要因

My Home Roboは生成AIの急速な進化で機能単体の差別化が困難に。IPライセンスは加盟候補企業の投資判断の慎重化。
3Dプリンター住宅は品質検証を優先し、商品化・市場投入が計画から約1年遅延した。

新計画（Lib Earth Shot 2029）への反映

- ・ 粗利率・在庫回転・販管費率を重点管理指標として明確化し、店舗・商品・広告投資の採算性を厳格に検証
- ・ 3事業それぞれに年度別KPIを設定し、3DP住宅は技術実証ゲート、海外展開は段階投資・撤退基準を導入

基本方針 | 収益構造を転換する4つの柱

建設・不動産業からHousing OS企業へ。収益性・資本効率・生産性・市場評価の4方針で企業価値を再構築する。

01 高収益体質への転換

建設・不動産業からHousing（住宅）OS企業へ

ROE **20%**・営業利益率 **10%**以上

02 ROA・キャッシュフロー重視経営

資本効率とキャッシュ創出力を高める

ROA **15%**・営業CFマージン **15%**以上

03 AI活用による生産性向上

設計・営業・施工プロセスをAIで再構築

労働生産性 2026年対比 **200%**以上

04 プライム市場変更基準要件への適合

2029年6月期を直前期としてプライム市場変更を目指す

時価総額 **500**億円以上を目標

2029年 6 月期 | 定量目標

収益性・効率性／財務体質・成長性の3つの視点で、2029年6月期の到達水準を定める。



ROA

15%以上



ROE

20%以上



営業利益率

10%以上



労働生産性 (2026/6期 = 100)

200



営業CFマージン

15%以上



ストック利益比率

25%以上



海外売上高比率

3%以上

(※1) 労働生産性は年間引渡棟数を戸建住宅事業人員で除した値。2026/6期 = 100とした計画値。

(※2) スtock利益比率は3DP住宅ロイヤリティ・My Home Robo・IPライセンス・AI集客の各営業利益等、継続課金利益の比率。

FOUNDATION | 利益を生み出す土台をつくる

技術・商品・オペレーションを標準化し、拡大可能な事業基盤を完成させる。

3Dプリンター建設事業 量産化準備

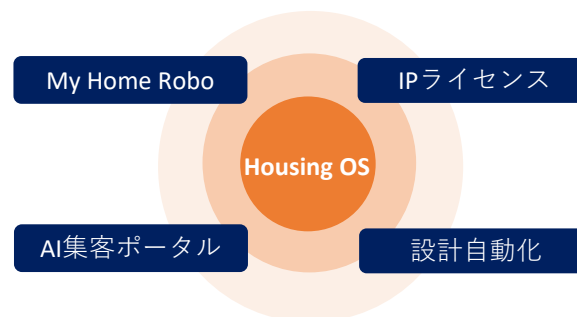
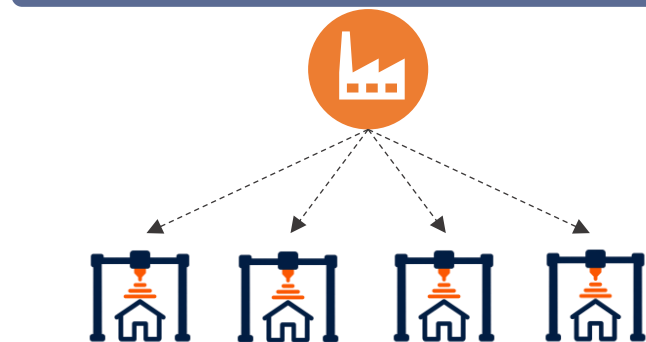
- ・ 建設用3Dプリンター自社開発、材料配合・施工品質の標準化
- ・ 国内FC施工パートナー選定、収益モデル設計
- ・ 東南アジア（インドネシア・マレーシア）でパートナー選定・実証・モデルハウス建設
- ・ Physical AI開発パートナー選定、FC事業マニュアル策定

Housing OS 事業基盤整備

- ・ My Home Roboを再設計：プラン検索サービス→住宅建築AIソリューションへ
- ・ IPライセンス事業でリフォーム・リノベーション商品を開発
- ・ AI集客ポータルをローンチ
- ・ カナダのMaket Technologies Inc社との設計自動化実証実験フェーズ2完了

住宅事業 高収益モデル確立

- ・ 営業の可視化・標準化（トークスクリプト・AIフィードバック）で受注率向上
- ・ リード～受注までのリードタイム短縮
- ・ 住宅版SPA拡大による粗利率向上
- ・ 不採算店舗・商品・広告の見直し、土地・完成在庫の回転期間短縮



SCALE | 成功モデルを一気に拡大する

FC・データ連携・全拠点展開により、再現性のある成長へ移行する。

3 DP建設事業 国内FC・海外展開

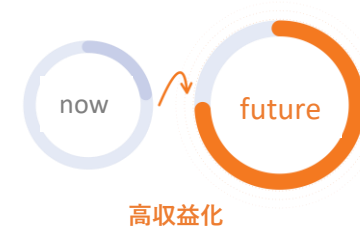
- ・ 国内FC施工パートナー募集開始
- ・ 地域別の材料供給・施工体制を構築
- ・ フィジカルAIによる施工実証
- ・ 海外での建設を本格開始

Housing OS 本格拡大

- ・ 新My Home Robo全国販売体制を確立
- ・ IPライセンス商品を拡充
- ・ AI集客ポータルを本格稼働
- ・ 導入企業間で使える住宅データ基盤を構築し、ビッグデータを活用

住宅事業 高収益モデルの横展開

- ・ 高収益パッケージモデルを全拠点に展開
- ・ 販売費及び一般管理費を削減
- ・ 新エリア拡大から、既存エリアシェア拡大へ転換
- ・ AIによる営業・設計・積算・施工プロセスの標準化



MONETIZE | Housing OS企業として収益を確立する

3Dプリンター住宅の高収益化。Housing OSを第2の収益柱へ成長させ、高収益住宅事業を確立する。

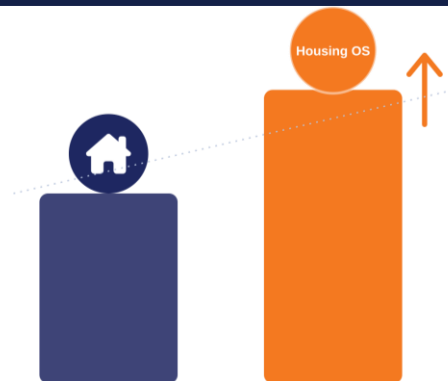
3DP住宅事業 グローバル展開へ

- ・ 国内外のFCパートナー網を確立
- ・ 材料・プリンター・データ作成によるストック収益化
- ・ Physical AIによる省人化施工モデルを確立
- ・ 世界展開可能な3DP標準施工モデルを確立



Housing OS 第2の収益柱へ

- ・ 集客・営業支援・設計・見積をAIにより統合
- ・ カスタマーサクセス注力でチャーンレートを低減
- ・ AI集客ポータル事業の収益を拡大



住宅事業 高収益キャッシュ創出事業へ

- ・ 営業・設計・生産プロセスの大部分をAI化
- ・ 低採算案件・店舗・事業からの撤退を完了
- ・ 在庫回転率と資本効率を業界トップ水準へ
- ・ 直営住宅事業をHousing OSの実証フィールドとして活用



Housing OS・住宅事業 | 年度別計画

公開済みのHousing OS 3事業の導入社数・営業利益と、住宅事業の粗利率・生産性・販管費率を年度別に示す。

指標	2026/6期（実績）	2027/6期（計画）	2028/6期（計画）	2029/6期（計画）
My Home Robo（導入社数）	149社	250社	400社	600社
My Home Robo（営業利益）	2,350万円	5,000万円	1.2億円	2億円
IPライセンス（加盟店舗数）	20社	30社	50社	100社
IPライセンス（営業利益）	4,500万円	6,000万円	1億円	2億円
AI集客PF（出店数）	—	30社	45社	60社
AI集客PF（営業利益）	—	2,000万円	6,000万円	1.5億円
戸建粗利率	30%	31%	33%	35%
労働生産性（※）	100	135	160	200
販管費売上比率	25.1%	24%	22%	20%以下

（※）労働生産性は年間引渡棟数を戸建住宅事業に係わる人員で除した値。2026/6期を100とした場合の計画値。

3Dプリンター住宅事業 | 年度別計画

国内外の直営建設に加え、FC加盟金・ロイヤリティ、プリンター販売・リース、材料・データ作成料など、複数の収益源を創出する。加盟金・ロイヤリティ収入は、FC加盟数の拡大とともにストック収益として積みあがる。

指 標	2026/6期（実績）	2027/6期（計画）	2028/6期（計画）	2029/6期（計画）
3DP建設直営売上（国内）	—	0.5億円	8億円	20億円
3DP建設直営売上（海外）	—	—	2億円	7.2億円
3DP住宅FC加盟数	—	—	20社	50社
3Dプリンター販売・リース売上	—	—	1億円	5億円
3DP住宅加盟金	—	—	2,000万円	5,000万円
3DP住宅 材料・データ作成料	—	—	5,000万円（20棟）	2.5億円（100棟）
3DP住宅 ロイヤリティ収入	—	—	1,000万円	5,000万円
3DP住宅総コスト（㎡単価）削減率	—	20%削減	30%削減	40%削減

出所：Lib Earth Shot 2029

本資料の構成

00	会社概要	P.08–11
01	事業ポートフォリオ	P.13–28
02	市場・競争優位	P.30–34
03	成長戦略	P.36–41
04	中期経営計画	P.43–51
05	経営基盤・資本政策・財務規律等	P.53–62

先行指標から、財務成果へ

導入社数・加盟店舗・認証取得などの先行指標の積み上げが、ストック利益比率・営業利益率・ROA・営業CFへとつながる。

①規模の先行指標

導入社数・利用率・加盟店舗数・FC加盟数

②実装の先行指標

認証取得・標準施工体制・FC展開の進捗

③収益性の指標

粗利率・在庫回転・販管費率・労働生産性

④財務成果

ストック利益比率・営業利益率・ROA・営業CF

因果関係の考え方

Housing OSの導入社数が増えるほどストック収益（利益比率）が積み上がり、3 DP住宅の認証取得・FC展開が進むほど直営・ロイヤリティ収益が拡大する。住宅事業の粗利率・在庫回転・生産性の改善は、営業利益率・ROAに直接寄与する。これらの先行指標を定期的の開示し、財務成果との接続を継続的に検証する。

計画差と次の打ち手を、定型開示する

財務指標・事業KPI・技術/海外マイルストーンを計画対比で開示し、未達が生じた場合は原因・修正施策・次の12か月の確認点を示す。

区 分	開示する項目	基準年（2026/6期）
財務指標	ROA・ROE・営業利益率・営業CFマージン・ストック利益比率	ROA2.3%/ROE2.2%/営業利益率3.4%
事業KPI	Housing OS導入社数・3 DP FC加盟数・戸建粗利率・労働生産性	MHR149社/IP20社/粗利率30%
マイルストーン	3 DP認証取得状況、海外実証の進捗	model B完成・受注開始

開示の型 | 計画差が生じた場合

- ① 計画値と実績値の差異を定量的に示す
- ② 差異の主な要因（外部要因／内部要因）を特定する
- ③ 修正施策と、その効果が確認できる時期を示す
- ④ 次の12か月で確認すべき指標・マイルストーンを明示する

※MHR = My Home Roboの略。

AI時代の身軽な組織体制へ

AI・標準化により一人あたりの生産性を高め、少人数でも成長を支えられる組織へ転換する。
専門人材の確保とリスクリングを並行して進める。

生産性を高める

設計・営業・施工プロセスをAIで再構築し、労働生産性を2026年6月期対比200%以上（2029年目標）へ引き上げる。
ジョブ型雇用への移行を段階的に進め、適正な人材配置を図る。

専門人材を確保する

営業、3Dプリンター施工、材料開発、ロボティクス、海外事業など、新たな成長領域に必要な専門人材の確保を進める。

研修・育成とリスクリング

従来の研修・育成に加え、業務内容のマニュアル化・動画化による「共有知」の蓄積（ナレッジシェア経営）を通じて、組織全体の学習速度を高める。経営理念・行動規範を理解した人材の計画的な育成を継続する。

出所：Lib Earth Shot 2029

属人知を、Housing OSへ転換する

営業・設計・施工のベストプラクティスを動画・マニュアルで組織知へ転換し、プロダクトそのものへ還流させる。

①現場の知見

営業・設計・施工の
個人ノウハウ

②デジタル蓄積

動画・マニュアルで
「共有知」化

③全社で共有

全エリアでデジタル共有し
教育を加速

④プロダクトへ還流

Housing OSのAI提案精度
を向上

属人化の防止

特定の人物しか分からない知識・情報
の属人化を防ぐ

業務の効率化

一元管理された知識を組織で活用し、
誰もが同水準の業務を担当できる

組織としての資産化

個々人が持つ知識を一元管理し、
蓄積されるほど組織の資産となる

非連続成長を、規律をもって取り込む

Housing OS、3Dプリンター住宅、材料、AI、地域基盤を重点領域とし、戦略適合性・期待収益・回収期間・PMI進捗・撤退基準で審査する。

重点領域

Housing OS関連サービス、3Dプリンター住宅の材料・技術、AI・データ活用、地域展開を支える施工・材料供給基盤を重点対象とする。

実績 | 幸の国木材工業のグループ化

木材の安定供給と原価削減を目的に、木材加工会社をグループ傘下とした実績を持つ。仕入れルートの数化によるリスクヘッジも重視する。

審査の規律

- ・ 戦略適合性・期待収益・回収期間を事前に定量評価
- ・ PMI（統合後）のKPIを設定し、進捗をモニタリング。未達時は撤退・縮小基準に基づき判断

成長投資を優先し、規律をもって配分する

住宅事業の高収益化、Housing OSの拡大、3 DP住宅・海外展開の順に優先順位を置き、資本コストを意識した審査を行う。

①住宅事業の高収益化

既存の実装力を磨き、CF創出力を高める

②Housing OS の拡大

ストック収益の積み上げに投資

③ 3 DP住宅・海外展開

段階投資でリスクを管理しながら拡大

投資審査の考え方

個別投資案件は、資本コストを上回るリターンが見込めるかを基準に審査する。投資上限、回収期間、下方リスクシナリオを事前に設定し、想定を下回った場合の縮小・撤退基準もあわせて定める。3 Dプリンター住宅・海外展開は、技術実証・現地実証の結果を踏まえた段階投資とし、一度に大きな資本を投じない。

自己資本比率・借入金依存度を軸に、財務健全性を維持する

自己資本比率40%以上、借入金依存度30%以下を財務規律の目安とし、営業CFマージンの改善とあわせて資本効率を高める。



40%以上

自己資本比率（財務規律の目安）



30%以下

借入金依存度（財務規律の目安）



15%以上

営業CFマージン（2029年6月期目標）

月次管理と大型投資のゲート審査

棚卸資産（土地・完成在庫）、設備投資、借入金の状況を月次で管理し、回転期間の短縮と資本効率の改善を継続的に検証する。
3Dプリンター住宅事業・海外展開など大型投資は、技術実証・市場実証の結果を踏まえたゲート審査を経て実行する。資金調達を行う場合は、使途・時期・想定される効果・既存株主への希薄化影響を開示する方針とする。

成長投資とのバランスを重視した株主還元

配当性向35～40％を目安に、四半期ごとの配当を継続。減配は一度もない実績を持つ。
株主優待制度も継続的に拡充。プレミアム優待倶楽部のポイントも四半期毎に進呈。

配当方針

配当性向35～40％を目安に、株主の皆さまに長期保有いただきたいとの考えから、**四半期ごとの配当**を実施。これまで減配は一度もなく、安定した配当を継続して実施していくことを基本方針としている。

株主優待制度

100株以上保有の株主にクオカード1,000円分を年1回進呈。
1,000株以上保有の株主には、プレミアム優待倶楽部ポイントを**四半期ごとに進呈**する制度を設けている。

5,000株を1年間保有した場合



クオカード 1,000円分

+



株主優待ポイント
(年4回) 140,000円相当

+



配当金 32,000円

年間合計還元額

173,000円

相当（税引前）

取締役スキルマトリックス

中期経営計画の実現に向けて特に重視する分野を項目として定義し、取締役メンバーのスキルを適切に配置。

	氏 名	経営戦略	営業・マーケ	財務・M&A	法務・リスク	技術・品質	DX	ESG
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	●		●	●		●	●

認識する主要リスクと対処法

住宅需要・資材価格、3 DP技術・認証、海外展開、人材、災害等のリスクを、影響・対応策とともに整理する。

認識するリスク	対応策
資材価格・金利の変動 資材高騰・金利上昇が販売価格・受注に影響。	仕入ルート複数化と木材加工会社のグループ化で安定供給。 販売価格の見直し等により、適正粗利の確保に努める。
3 DP技術実証・認証取得の遅延 制度対応が計画から遅延する可能性。	第三者試験・認証取得を段階管理し、商用化ゲートで品質・信頼性を最優先。
海外事業の不確実性 現地法規制・為替等が事業計画に影響する可能性。	市場・法規調査→現地実証→展開形態選択の順で段階投資し、継続判断基準を設定。
人材確保・専門人材の不足 専門人材の確保・育成が計画通り進まない可能性。	ジョブ型雇用への移行と研修充実、ナレッジシェア経営で育成を加速。
自然災害・感染症等 災害・感染症等の不測の事態が業績に影響する可能性。	社内対応方針の整備、リモート商談の推進等で事業継続体制を維持。

その他のリスクについては、有価証券報告書をご参照ください。

投資家のみなさまへ | Lib Workの投資価値

Lib Workの投資価値は、住宅市場でシェアを拡大することだけではない。住宅事業を通じて蓄積した現場データと顧客接点を、Housing OSへ転換し、全国の住宅会社へ提供できることにある。

住宅事業

がキャッシュフローを支える

Housing OS

が利益率と安定収益を高める

3 DP + Physical AI

が企業価値の上限を大きく押し上げる

つまりLib Workは、安定した住宅事業基盤を持ちながら、SaaS・AI・プラットフォーム・ロボティクスの成長機会を併せ持つ企業へと進化していく。

免責事項

本資料は、株式会社Lib Work（以下「当社」といいます）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き作成したものであり、その正確性・完全性を保証するものではありません。また、当社の将来の業績、計画、経営目標・戦略等について記載した箇所は、本資料作成時点における仮定・見通しに基づく将来見通しであり、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、経済情勢、市場環境、その他様々な要因により、これらの記載と大きく異なる可能性があります。

本資料に記載の市場データ・統計数値は、公表されている第三者機関の調査等に基づくものであり、独自に推計した数値については、その算出方法を脚注に明示しています。KPIの数値は、それぞれの定義・対象範囲・基準日に基づいて記載しており、決算短信、決算説明資料及び有価証券報告書に記載の数値と整合させています。

本資料の内容は、本資料の作成基準日（2026年9月22日）時点のものであり、当社は本資料の内容を更新する義務を負うものではありません。本資料は投資勧誘を目的としたものではなく、投資に関する最終決定は、投資家ご自身の判断でなされますようお願いいたします。

次回の更新

本資料は、2027年9月を目途に開示を行う予定です。