

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

Lib Work

1431 福証Q-Board市場/東証グロース市場

企業情報はこちら >>>

2025年11月5日 (水)

執筆：客員アナリスト

水田雅展

FISCO Ltd. Analyst Masanobu Mizuta



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. デジタルマーケティングをコアコンピタンスとする独自の集客手法	01
2. 2025年6月期は売上総利益率改善効果で大幅増益着地	01
3. 2026年6月期は大幅増収増益で連続過去最高予想	02
4. 「住宅資産デジタルプラットフォーム」構築を目指す	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	04
■ 事業概要	05
1. 事業概要	05
2. 特長・強み	07
3. リスク要因・収益特性と課題・対策	08
■ 業績動向	09
1. 2025年6月期連結業績の概要	09
2. 財務の状況	10
■ 今後の見通し	11
● 2026年6月期連結業績予想の概要	11
■ 成長戦略	12
1. 今後の成長戦略	12
2. 弊社の視点	15
■ 株主還元策	16
■ サステナビリティ経営	17

要約

戸建プラットフォームへの進化を加速。 戸建住宅事業の成長がけん引

Lib Work<1431>は戸建プラットフォームを目指すHOUSE TECH COMPANYである。VISIONに「HOUSE TECH COMPANYとして住宅のプラットフォームを目指す」、MISSIONに「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に「暮らしを変える、世界を変える、未来をつくる。」を掲げ、主力の戸建住宅事業の成長とともに戸建プラットフォームへの進化を加速している。

1. デジタルマーケティングをコアコンピタンスとする独自の集客手法

同社は熊本県を地盤として九州圏及び首都圏に展開する戸建住宅メーカーで、デジタルマーケティングをコアコンピタンスに第一次取得層を主たるターゲットとして高品質の戸建住宅を提供している。さらに戸建住宅事業をベースとしてMy Home Robo (マイホームロボ) 事業、IPライセンス事業、3Dプリンター住宅事業といった収益性や成長性の高い新規ビジネスの展開にも注力している。特長・強みは、デジタルマーケティングをコアコンピタンスとする独自の集客手法によってモデルハウスへ送客し、展示場とのシナジーを高めて受注拡大につなげるマルチプラットフォーム戦略を推進していること、顧客層及び販売チャネルの拡大に向けて異業種の人気ブランドとのコラボレーションを積極活用していることである。またグループ全体の売上総利益率向上策として「住宅版SPA※」を目指し、主要5工種の内製化やDX活用による施工管理業務の効率化を推進しているほか、幸の国木材工業(株)を子会社化してグループ内の木材安定調達体制を構築している。

※ Speciality store retailer of Private label Apparelの略。元はアパレル業界で使われていた垂直統合ビジネスモデルを指し、「製造小売業」と訳される。

2. 2025年6月期は売上総利益率改善効果で大幅増益着地

2025年6月期の連結業績は売上高が前期比3.7%増の16,004百万円、営業利益が同68.1%増の833百万円、経常利益が同42.9%増の854百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同27.6%増の494百万円となった。売上高は複数の物件の引き渡し及び融資等の手続きの関係で翌期にずれ込んだ影響で小幅増収にとどまったものの、利益面は値引き競争を避けて売上総利益の確保に努めた戦略の成果やプラットフォーム事業の拡大などにより大幅増益過去最高となった。また計画(2024年8月9日付の期初計画値)との比較では、売上高は期ずれ影響で計画を下回ったが、各利益は売上総利益率改善効果によって計画を上回る水準で着地した。この結果、営業利益率は前期比2.0ポイント上昇して5.2%となった。

要約

3. 2026年6月期は大幅増収増益で連続過去最高予想

2026年6月期の連結業績予想は、売上高が前期比12.5%増の18,000百万円、営業利益が同20.0%増の1,000百万円、経常利益が同19.3%増の1,020百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同13.2%増の560百万円となっている。大幅増収増益で過去最高予想である。戸建住宅業界を取り巻く事業環境は厳しいものの、値引き競争を避けて売上総利益の確保に努めるほか、幸の国木材工業を活用した木材価格削減効果、DX活用による業務効率化効果、プラットフォーム事業の拡大なども見込んでいる。なお半期別に見ると、引き渡し時期の季節要因を考慮して下期偏重の計画としている。同社が強みとするデジタルマーケティング集客によって展示場新規来場者数が増加基調であり、好業績が期待できるだろうと弊社では考えている。

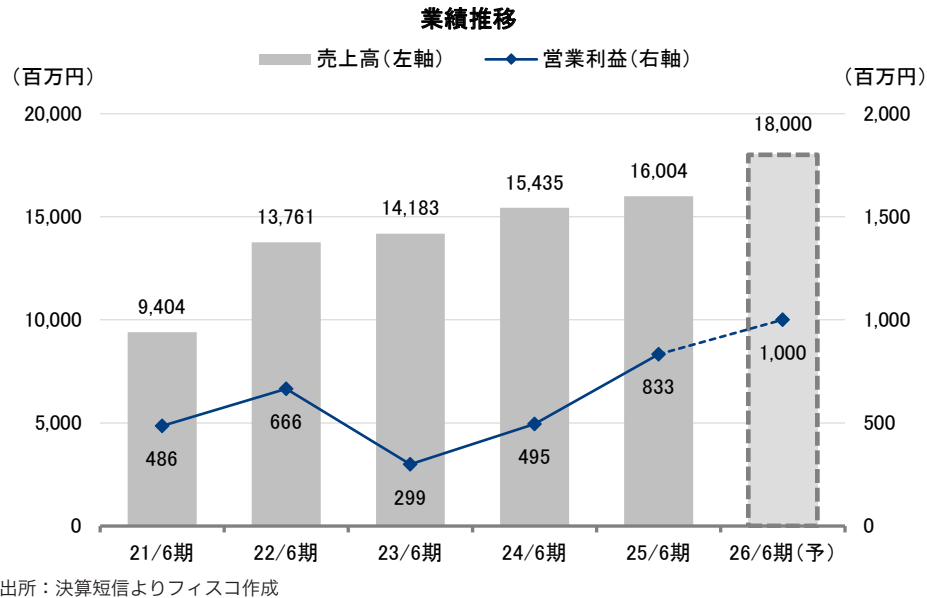
4. 「住宅資産デジタルプラットフォーム」構築を目指す

同社は2023年8月に策定した中期経営計画「NEXT STAGE 2026」(2024年6月期～2026年6月期)について、戸建住宅業界を取り巻く事業環境の悪化(資材価格・労務費など建築コストの高騰、住宅ローン金利の上昇など)を受けて、最終年度2026年6月期業績目標値を下方修正した。ただし新たな成長ステージに向けて、既存の戸建住宅事業の拡大・利益率改善、新規ビジネスとしてのプラットフォーム事業(マイホームロボ事業、IPライセンス事業)及び3Dプリンター住宅事業の拡大により、HOUSE TECH COMPANYとして戸建住宅プラットフォームへの進化を加速し、さらにAIや暗号資産も活用して「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向上を推進することで、同社は世界初の「住宅資産デジタルプラットフォーム」構築を目指す方針を打ち出した。なお株主優待制度については2025年9月に拡充(優待の追加)を発表し、暗号資産(ビットコイン)を抽選で贈呈する。

Key Points

- ・ 2025年6月期は売上総利益率改善効果で大幅増益着地
- ・ 2026年6月期は大幅増収増益で過去最高予想
- ・ 世界初の「住宅資産デジタルプラットフォーム」構築を目指す

要約



会社概要

戸建プラットフォームを目指すHOUSE TECH COMPANY

1. 会社概要

同社は戸建プラットフォームを目指すHOUSE TECH COMPANYである。VISIONに「HOUSE TECH COMPANYとして住宅のプラットフォームを目指す」、MISSIONに「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に「暮らしを変える、世界を変える、未来をつくる。」を掲げ、主力の戸建住宅事業の成長とともに戸建プラットフォームへの進化を加速している。

本社は熊本県山鹿市で、このほかの拠点として熊本市中央区にサクラマチオフィス、熊本県山鹿市に廃校をリニューアルした「Lib Work Lab (リブワークラボ)」を展開している。グループは同社、連結子会社4社の合計5社で構成されている。連結子会社のタクエーホーム(株)(神奈川県横浜市)は神奈川県において建売を中心とする戸建住宅事業、幸の国木材工業(熊本県山鹿市)は木材プレカット等の製材加工販売事業、(株)リブサービスはIPライセンス事業等を展開している。連結ベースの2025年6月期末時点の資産合計は11,523百万円、純資産合計は4,714百万円、自己資本比率は40.9%、発行済株式数は24,151,540株(自己株式902,155株を含む)である。なお2024年10月1日～2024年12月10日に自己株式として合計287,700株を取得した。

会社概要

2. 沿革

同社は熊本県山鹿市に瀬口工務店を創業（1974年3月）した後、組織変更（1997年8月に有限会社化、2000年6月に株式会社化）及び（株）エスケーホームへの商号変更（2004年11月）を経て、2018年4月に現在の「（株）Lib Work」へ商号変更した。株式関係では2015年8月に福岡証券取引所Q-Boardへ株式上場、2019年6月に東京証券取引所（以下、東証）マザーズへ株式上場、2022年4月の東証の市場区分見直しに伴ってグロース市場へ移行した。

事業展開では2020年7月にタクエーホームを連結子会社化したのを足掛かりに、本格的に首都圏への展開を進めた。2022年6月には全国の住宅会社・工務店向け住宅ソリューションサービスのマイホームロボ事業を開始した。2023年5月には連結子会社のリブサービスにおいて住宅業界初のIPライセンス事業を開始した。2023年7月に幸の国木材工業を連結子会社化して木材の安定供給体制を確立した。2024年12月には帝人<3401>と戦略的パートナーシップ契約を締結した。また国内初となる土を主原料とした一般住宅用3Dプリンター住宅に関して、2024年1月に完成した「Lib Earth House model A」での実証・検証を経て、2025年7月には強度・施工性・意匠性を高めた「Lib Earth House model B」を完成させた。

沿革

年月	項目
1974年 3月	熊本県山鹿市に瀬口工務店を創業
1997年 8月	瀬口工務店を法人化して（有）瀬口工務店を設立
2000年 6月	（有）瀬口工務店を株式会社に組織変更
2001年 4月	ホームページにおいて「インターネット展示場」を開設
2001年12月	熊本県山鹿市に子会社の（株）エスケーファクトリーを設立（2007年12月に吸収合併）
2004年11月	（株）エスケーホームへ商号変更
2010年 8月	本店を熊本県山鹿市鍋田192番地1から熊本県山鹿市鍋田178番地1に移転 旧本店所在地にギャラリー「INDEX」をオープン
2014年 7月	「無印良品の家ネットワーク」に加入
2015年 8月	福岡証券取引所Q-Boardへ株式上場
2018年 4月	（株）Lib Workに商号変更
2019年 6月	東京証券取引所マザーズへ株式上場
2020年 7月	タクエーホーム（株）の全株式を取得して子会社化
2021年 3月	SDGs宣言を公表
2022年 2月	戸建のWebメディア「リブタイムズ」を開設
2022年 4月	東京証券取引所の市場区分見直しに伴いグロース市場へ移行
2022年 6月	住宅プラン提案サービス「My Home Robo（マイホームロボ）」の提供開始
2022年12月	業界初のCFP「カーボンフットプリント」宣言登録
2023年 5月	子会社の（株）リブサービスにおいて住宅業界初のIPライセンス事業を開始
2023年 7月	幸の国木材工業（株）の全株式を取得して子会社化 廃校をリニューアルしたセカンドオフィス「Lib Work Lab（リブワークラボ）」を開所
2024年 1月	国内初の土を主原料とした3Dプリンターモデルハウス「Lib Earth House model A」が完成
2024年 8月	「Lib Earth House model A」が建築確認済証を取得 3Dプリンター企業であるWASP S.r.l.（イタリア）の世界初の公認ディストリビューターに選定
2024年12月	帝人（株）と戦略的パートナーシップ契約を締結
2025年 7月	国内初となる土を主原料とした一般住宅用3Dプリンター住宅「Lib Earth House model B」完成

出所：有価証券報告書、会社リリースよりフィスコ作成

■ 事業概要

戸建住宅事業を主力に、プラットフォーム事業の拡大に注力

1. 事業概要

同社は熊本県を地盤として九州圏及び首都圏に展開する戸建住宅メーカーで、デジタルマーケティングをコアコンピタンスに第一次取得層を主たるターゲットとして高品質の戸建住宅を提供している。2025年6月期末時点の営業エリアは熊本県、佐賀県、福岡県、大分県、千葉県と、子会社タクエーホームが展開する神奈川県である。常設型展示場は26拠点で、このうち福岡県粕屋郡、大分県大分市、千葉市美浜区、熊本県上益城郡は、イオンモールなど大型ショッピングモール館内に原寸大のモデルハウスを建築するインショップ型の展示場である。熊本県以外への事業展開により、熊本エリアの受注割合は2018年6月期の92%から2025年6月期には48%まで低下し、熊本県以外の割合が過半を超えている。さらに2026年6月期は千葉県・埼玉県・神奈川県に新拠点を計画しており、首都圏への展開を進める。

戸建住宅事業の単一セグメントのため連結ベースの事業別売上高等は開示されていないが、参考値として同社資料(2025年9月30日付「事業計画及び成長可能性に関する事項」)によると、2025年6月期の会社別業績(連結調整前)は同社が売上高12,120百万円で営業利益684百万円、タクエーホームが売上高3,535百万円で営業利益104百万円、幸の国木材工業が売上高1,106百万円で営業利益25百万円となった。

ブランドとしては、自社ブランド(注文住宅)のLib Work事業、セカンドブランドと位置付けているsketch事業、子会社のタクエーホームが展開する建売中心のタクエーホーム事業のほか、(株)MUJI HOUSEとのフランチャイズ契約による「無印良品の家ネットワーク」事業や、異業種とのコラボレーション(戸建新商品の共同開発)なども活用して積極的な商品・出店戦略を推進している。

さらに戸建住宅事業をベースとして、マイホームロボ事業、IPライセンス事業、3Dプリンター住宅事業といった収益性や成長性の高い新規ビジネスの展開(成長戦略の章で後述)にも注力し、HOUSE TECH COMPANYとして戸建住宅プラットフォームへの進化を加速している。

(1) 自社ブランド住宅

Lib Work事業はコンセプト別に商品企画・開発を行い、同じ間取り・外観であればどの商品を選んでも同じ価格で購入できる「ワンプライス」で提供している。同社が展開する住宅スタイルのコンセプトは多岐にわたる。主なブランドとして、「Archt(アクト)」(流行に左右されない普遍的なデザイン)、「Laiton(レトン)」(木・真鍮・モルタルを生かしたカフェ風の家)、「陽和(ひより)」(杉の香りが漂う木の住まい)、「Z・E・N(ゼン)」(モダンと和を融合させたコンテンポラリースタイル)、「Nordi(ノルディ)」(日本(和)と北欧を掛け合わせたジャンパニスタイル)、「Finole(フィノル)」(高級ホテルのようなラグジュアリーモダンスタイル)などがある。

事業概要

sketch事業は「人々の暮らしを、未来を、スケッチする」をコンセプトとして、トレンドを意識したデザイン性の高い商品を低価格で提供している。2020年6月にショッピングモール向け新ブランドとして立ち上げ、インショップ型モデルハウスとして展開（福岡県粕屋郡、大分県大分市、千葉市美浜区、熊本県上益城郡）している。またタクエーホーム事業は、子会社タクエーホームが神奈川県を中心に戸建販売を展開している。

(2) 異業種とのコラボレーション住宅

異業種とのコラボレーション住宅としては、フランチャイズ契約の「無印良品の家」、(株) アダストリアと共同開発した「ink」、(株) サザビーリーグと共同開発した「Afternoon Tea House」、千趣会<8165>と共同開発した「BELLE MAISON DAYS house (ベルメゾンデイズハウス)」、(株) 再春館製薬所と共同開発した「再春館製薬所の家 (Positive Age House)」などがある。また2024年12月には帝人と大空間を実現した木造住宅の展開に向けた戦略的パートナー契約を締結した。

「無印良品の家」はフランチャイズ契約で、熊本エリアと福岡エリアでの独占営業権を取得している。「ink」はアダストリアのブランド「niko and ...」とのコラボレーションとして、「住む場所やデザインをもっと自由に。あなたのカラーで暮らしをデザイン」をブランドコンセプトに掲げて共同開発した。「Afternoon Tea House」はサザビーリーグのブランド「Afternoon Tea」とのコラボレーションとして、「サステナブルな暮らし」をブランドコンセプトに共同開発した。「BELLE MAISON DAYS house」は千趣会のブランド「BELLE MAISON DAYS」とのコラボレーションとして、「家族と共に前向きに成長していく家」をブランドコンセプトに共同開発し、2024年8月に販売開始した。新しい販売チャネルとして千趣会の通販チャネルを活用する。また「再春館製薬所の家 (Positive Age House)」は「長く、健やかに、美しく、いつまでも自分らしく生きる」ことをテーマとして設計し、2025年4月に販売開始した。熊本発の新しいライフスタイルブランドとして、再春館製薬所の顧客基盤と社集客プラットフォームを連携させ、多角的な販売戦略を展開する。

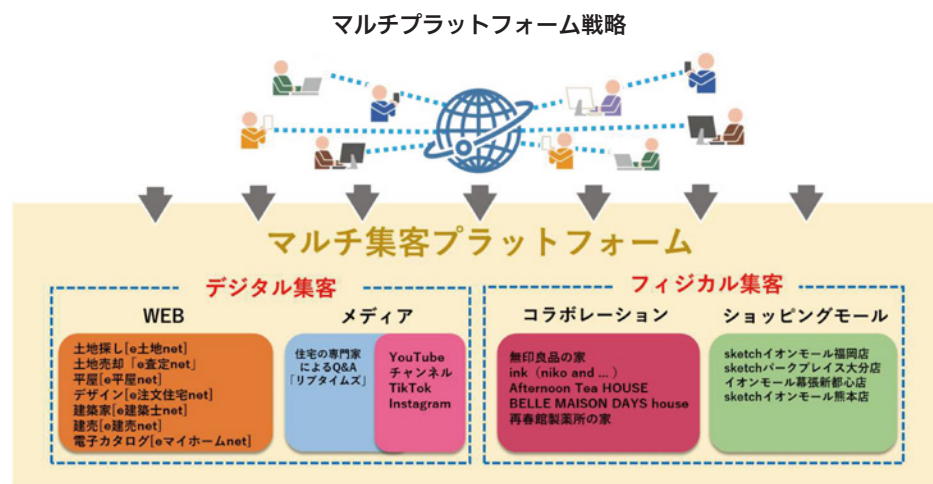
帝人との戦略的パートナー契約では、第1弾として帝人が企画・設計した木造住宅「LIVELY VILLA Noki (ライブリーヴィラ ノキ)」を同社が販売する。2025年7月に福岡県糸島市と熊本県阿蘇郡西原村の2ヶ所にモデルハウスをオープンした。帝人が開発した「LIVELY WOOD (ライブリーウッド)」(国産木材と炭素繊維を組み合わせた高機能繊維強化集成材) を利用し、木造住宅でありながらRC (鉄筋コンクリート) 造並みの豊かな大開口・大空間を実現できる新しい住宅で、国内の森林資源の活用やサーキュラーエコノミーにつながる事業となる。また「LIVELY VILLA Noki」に続く新しいシリーズの展開を計画しており、将来的には素材を提供する形でのFC展開の可能性も検討する。

事業概要

マルチプラットフォーム戦略と異業種コラボレーションによる集客強化

2. 特長・強み

同社の特長・強みは、デジタルマーケティング（Web、メディア）をコアコンピタンスとする独自の集客手法によってモデルハウスへ送客し、展示場とのシナジーを高めて受注拡大につなげるマルチプラットフォーム戦略を推進していること及び、顧客層及び販売チャネルの拡大に向けて異業種の人気ブランドとのコラボレーションを積極活用していることである。住宅業界全体では展示場への新規来場者数が減少傾向だが、同社の2025年6月期のデジタルマーケティング集客は前期比108%、デジタルマーケティング集客からの展示場新規来場者数は前期比177%となった。デジタルマーケティング集客は質を重視する方針に変更したため小幅増にとどまったが、デジタルマーケティング集客からの展示場新規来場者数は、デジタルマーケティングで獲得した多くの見込み客を、その後のマイホームロボも活用したインサイドセールスによって、顧客の要望をヒアリングしたうえでアポイントを取得し、各モデルハウスへ送客する戦略が奏功して大幅増となった。



出所：決算説明資料より掲載

デジタルマーケティングについては、戸建関連のカテゴリー別ポータルサイトとして、土地探しサイトの「e土地net」、施工例サイトの「e注文住宅net」、平屋特化型サイトの「e平屋net」、建売物件に特化した「e建売net」、多種多様な住宅ブランドのカタログを電子カタログとしてまとめた「eマイホームnet」、土地査定サイトの「e土地査定net」などを開設し、住宅購入希望者等に各種情報を提供することで多方面からの効率的な集客を実現している。

またファン化マーケティング手法として2020年1月に開設したYouTubeチャンネル「Lib Work ch」は、2025年10月20日現在で登録者数が14万6千人、総視聴回数が1億948万回となっている。専属のYouTubeクリエイターを増員し、リフォーム、インテリア、建築家などカテゴリーを拡充する方針であり、投資家に向けたYouTubeチャンネル「Lib Work社長の投資&株Ch」も開設している。また、家づくりに関する専門性の高い情報を提供する専門メディアとして2022年2月に開設したオウンドメディア「リブタイムズ」は、外部のキュレーションメディアとの記事連携が5媒体（2024年8月時点、LINE NEWS、YAHOO! JAPAN、SmartNews、News Suite、ラナーヌ）となっている。

事業概要

デジタルマーケティングを活用するメリットとしては、モデルハウス集客とのシナジーを高めるだけでなく、一般的な集客方式に比べて全体としての広告宣伝費を大幅に削減できること、エリアに依存しないため全国展開も容易になること、多数の最新の土地情報が集まりやすいことなどがある。そして今後も専門性の高い集客装置としてWeb上の専門サイトを多数展開する方針としている。

そのほかの特長としては、多数の集客が期待できるだけでなく見込み客の獲得効率も高い大型ショッピングセンター館内インショップ型の展示場を展開していること、同社が施工販売するすべての新築住宅を対象に無料の太陽光パネル設置を提案していることなどがある。またグループ全体の売上総利益率向上策として「住宅版SPA」を目指し、主要5工種（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）の内製化やDX活用による施工管理業務の効率化を推進しているほか、幸の国木材工業を子会社化してグループ内の木材安定調達体制を構築している。なお2025年8月には同社Webサイト上において「AIアバターによる新しい接客サービス」を開始した。実在する社員をモデルとしたAIアバター「AI松永さん」を活用し、24時間365日、AIによる接客で顧客体験（CX）の価値向上を実現するデジタル施策である。この取り組みを通じて新たなコミュニケーション基盤を構築するとともに、住宅業界全体のDXを推進する。

自然災害等がリスク要因

3. リスク要因・収益特性と課題・対策

戸建住宅業界の一般的なリスク要因としては、経済動向・不動産市況、金利動向、木材等の建築資材価格動向、自然災害、カーボンニュートラルや地震対策等に関する建築基準改正や法的規制などが挙げられる。また季節要因として戸建住宅の引き渡しは会計年度末の12月と6月に偏重する傾向がある。

自然災害の影響として2016年6月期に熊本地震の影響、2020年6月期にコロナ禍の影響、2023年6月期に「第3次ウッドショック」と呼ばれる木材価格高騰と調達難の影響で、いずれも業績が落ち込んだが、こうした自然災害の一時的要因を除けば、日本全体の住宅市場（特に持家市場）が伸び悩むなかでも、同社の業績はおおむね拡大トレンドとなっている。これは、同社のデジタルマーケティングをコアコンピタンスとする独自の集客手法の競合優位性を示すものと考えられる。

また同社は建築資材価格高騰への対応策及び売上総利益率向上策として、主要5工種の内製化やDX活用による施工管理業務効率化を推進するとともに、幸の国木材工業を子会社化してグループ内の木材安定供給体制を構築した。さらに、同社が展開する営業エリアの経済動向として、半導体受託製造の世界最大手である台湾TSMCが熊本県菊陽町に進出し、これに伴って関連企業の進出も相次いでいるため、熊本県を中心に九州圏における住宅需要が増加している。この点も同社にとって業績拡大の追い風になると考えられる。

業績動向

2025年6月期は売上総利益率改善効果により大幅増益で着地

1. 2025年6月期連結業績の概要

2025年6月期の連結業績は売上高が前期比3.7%増の16,004百万円、営業利益が同68.1%増の833百万円、経常利益が同42.9%増の854百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同27.6%増の494百万円となった。売上高は複数の物件の引き渡しが融資等の手続きの関係で翌期にずれ込んだ影響で小幅増収にとどまったものの、5期連続増収で過去最高となった。利益面は値引き競争を避けて売上総利益の確保に努めた戦略の成果やプラットフォーム事業の拡大などにより大幅増益で過去最高となった。また計画（2024年8月9日付の期初計画値、売上高18,000百万円、営業利益800百万円、経常利益810百万円、親会社株主に帰属する当期純利益440百万円）との比較では、売上高は期ずれ影響で計画を下回ったが、各利益は売上総利益率改善効果により計画を上回る水準で着地した。

売上総利益は前期比18.1%増加し、売上総利益率は同3.3ポイント上昇して27.4%となった。競合他社との過度な値引き競争を避け、一定の販売価格を維持することで売上総利益を確保する戦略にシフトしたほか、幸の国木材工業と連携した木材原価削減効果及び内製化進展による外注費削減効果、DXによる業務効率化効果、タクエーホームの在庫削減による営業損益改善効果、プラットフォーム事業の拡大も寄与した。販管費は人件費の増加などで同10.4%増加し、販管費比率は同1.3ポイント上昇して22.2%となった。この結果、営業利益率は同2.0ポイント上昇して5.2%となった。売上総利益率改善効果で販管費増加を吸収した形である。

2025年6月期連結業績の概要

(単位：百万円)

	24/6期		25/6期		前期比		計画比		
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率	計画	達成額	達成率
売上高	15,435	100.0%	16,004	100.0%	569	3.7%	18,000	-1,996	88.9%
売上総利益	3,718	24.1%	4,390	27.4%	672	18.1%	-	-	-
販管費	3,222	20.9%	3,557	22.2%	334	10.4%	-	-	-
営業利益	495	3.2%	833	5.2%	337	68.1%	800	33	104.2%
経常利益	598	3.9%	854	5.3%	256	42.9%	810	44	105.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	387	2.5%	494	3.1%	107	27.6%	440	54	112.4%

注：計画は2024年8月9日付の期初計画値

出所：決算短信よりフィスコ作成

財務の健全性を維持

2. 財務の状況

財務面で見ると2025年6月期末の資産合計は217百万円減少して11,523百万円となった。主に現金及び預金が増加、未成工事支出金が増加、販売用不動産が増加、建物及び構築物（純額）が増加した一方で、仕掛販売用不動産が減少した。負債合計は361百万円減少して6,808百万円となった。主に未成工事受入金が増加した一方で、有利子負債残高（長短借入金と社債の合計）が減少して3,806百万円となったほか、未払法人税等が減少した。純資産合計は143百万円増加して4,714百万円となった。利益剰余金が増加した一方で、自己株式取得によって自己株式（減算）が増加した。この結果、自己資本比率は同2.0ポイント上昇して40.9%となった。

なお同社は財務戦略の一環として、資産ポートフォリオの多様化と中長期的な価値保全を目的に、2025年8月に暗号資産（ビットコイン）の継続的取得及び中長期保有方針を決定し、SBIホールディングス<8473>の連結子会社で暗号資産交換業を営むSBI VC トレード（株）とビットコイン取引・保管・運用で連携を開始した。そして同年9月末に約5億円のビットコイン取得を完了した。今後は3Dプリンター住宅のNFT化事業との連動、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拡大を含む「デジタル資産戦略」を推進する。中長期的には有利子負債の削減や自己資本比率のさらなる向上が課題となるものの、現時点でキャッシュ・フローの状況を含めて特に懸念材料は見当たらず、財務の健全性が維持されていると弊社では判断している。

貸借対照表及びキャッシュ・フロー計算書（簡易版）

（単位：百万円）

	21/6期末	22/6期末	23/6期末	24/6期末	25/6期末	増減
資産合計	7,604	7,620	8,855	11,741	11,523	-217
（流動資産）	6,642	6,444	7,445	9,744	9,304	-440
（固定資産）	962	1,175	1,409	1,996	2,219	222
負債合計	4,233	4,220	5,540	7,170	6,808	-361
（流動負債）	2,893	3,413	4,856	5,178	4,866	-311
（固定負債）	1,339	806	683	1,992	1,942	-49
純資産合計	3,371	3,400	3,315	4,570	4,714	143
（株主資本）	3,371	3,400	3,315	4,570	4,714	143
自己資本比率	44.3%	44.6%	37.4%	38.9%	40.9%	2.0pp

	21/6期	22/6期	23/6期	24/6期	25/6期
営業活動によるキャッシュ・フロー	134	138	-1,559	1,102	1,384
投資活動によるキャッシュ・フロー	-599	-281	-334	-923	-496
財務活動によるキャッシュ・フロー	3,046	-887	903	2,290	-856
現金及び現金同等物の期末残高	3,324	2,293	1,303	3,778	3,809

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

2026年6月期は大幅増収増益で連続過去最高予想

● 2026年6月期連結業績予想の概要

2026年6月期の連結業績予想は、売上高が前期比12.5%増の18,000百万円、営業利益が同20.0%増の1,000百万円、経常利益が同19.3%増の1,020百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同13.2%増の560百万円としている。大幅増収増益で連続過去最高予想である。戸建住宅業界を取り巻く事業環境は厳しいものの、値引き競争を避けて売上総利益の確保に努めるほか、幸の国木材工業を活用した木材価格削減効果、DX活用による業務効率化効果、プラットフォーム事業の拡大なども見込んでいる。

なお半期別に見ると、上期が売上高8,500百万円、営業利益300百万円、経常利益310百万円、親会社株主に帰属する当期純利益170百万円、下期が売上高9,500百万円、営業利益700百万円、経常利益710百万円、親会社株主に帰属する当期純利益390百万円である。引き渡し時期の季節要因を考慮して下期偏重の計画としている。同社が強みとするデジタルマーケティング集客によって展示場新規来場者数が増加基調であり、好業績が期待できると弊社では考えている。

2026年6月期連結業績予想の概要

(単位：百万円)

	25/6期		26/6期		前期比		上期 予想	下期 予想
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率		
売上高	16,004	100.0%	18,000	100.0%	1,996	12.5%	8,500	9,500
営業利益	833	5.2%	1,000	5.6%	167	20.0%	300	700
経常利益	854	5.3%	1,020	5.7%	166	19.3%	310	710
親会社株主に帰属する 当期純利益	494	3.1%	560	3.1%	66	13.2%	170	390

出所：決算短信よりフィスコ作成

成長戦略

世界初の「住宅資産デジタルプラットフォーム」構築を目指す

1. 今後の成長戦略

同社は2023年8月に策定した中期経営計画「NEXT STAGE 2026」(2024年6月期～2026年6月期)について、戸建住宅業界を取り巻く事業環境が悪化(資材価格・労務費など建築コストの高騰、住宅ローン金利の上昇など)していることを踏まえ、最終年度2026年6月期業績目標値を下方修正し、連結ベースの売上高180億円、営業利益10億円、ROE11.4%、戸建住宅事業のWeb集客数年率10%増、プラットフォーム事業としてのマイホームロボ事業の営業利益0.9億円、IPライセンス事業の営業利益0.6億円などとした。

中期経営計画NEXT STAGE 2026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
	ROE	11%	9.8%	9.3%	10.7%	30%	11.4%
戸建住宅事業	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 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 来場率	20.7%	22.4%	25%	21.9%	30%	25.5%
	YouTubeチャンネル 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 視聴数	2,600万回	5,047万回	8,000万回	9,303万回	1億回	1.6億回
	リブタイムズセッ ション数	328万SS	868万SS	1,400万SS	1,491万SS	2,000万SS	1,541万SS
プラット フォーム事業	マイホームロボ 営業利益	4,000万円	516万円	2.4億円	4,190万円	4.5億円	9,000万円
	IPライセンス 営業利益	1,000万円	1,099万円	4,000万円	4,587万円	1億円	6,000万円

出所：事業計画及び成長可能性に関する事項よりフィスコ作成

ただし新たな成長ステージに向けて、既存の戸建住宅事業の拡大・利益率改善、新規ビジネスとしてのプラットフォーム事業(マイホームロボ事業、IPライセンス事業)及び3Dプリンター住宅事業の拡大により、HOUSE TECH COMPANYとして戸建住宅プラットフォームへの進化を加速し、さらにAIや暗号資産も活用して「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向上を推進することで、世界初の「住宅資産デジタルプラットフォーム」構築を目指す方針を打ち出した。

(1) 戸建住宅事業

戸建住宅事業は、営業エリア拡大、デジタルマーケティング強化による展示場新規来場者数拡大、異業種との連携も活用した商品バリエーション拡充や販売チャネル・顧客層拡大を推進するとともに、内製化などのグループシナジーやDX活用による利益率改善を推進する。

営業エリア拡大については、2026年6月期に千葉県・埼玉県・神奈川県での新拠点開設を計画しており、首都圏への展開を本格化させる。また将来的な海外進出に向けてアジア市場の調査に着手する。デジタルマーケティング強化については、今後も戸建関連のカテゴリー別ポータルサイト、YouTubeチャンネルやオウンドメディアのコンテンツ充実等によって顧客エンゲージメントを高める。さらに、顧客一人ひとりにマッチしたOne on Oneマーケティング等により、リード獲得からの来場率の引き上げを推進する。商品バリエーション拡充や販売チャネル・顧客層拡大については、今後も異業種とのアライアンスを活用して多くのコラボレーションブランドを創出し、様々な顧客層への訴求を推進する。直近では2025年4月に「再春館製菓所の家 (Positive Age House)」の販売を開始した。利益率改善では、引き続き値引き競争を避けて売上総利益の確保に努めるほか、主要5工種の内製化や幸の国木材工業による木材安定調達体制構築など「住宅版SPA」モデル構築に向けた施策、DX活用による施工管理業務効率化なども推進する。

(2) プラットフォーム事業

マイホームロボ事業はパートナー企業の安心計画 (株) と共同開発し、2022年6月に開始した全国の住宅会社・工務店向け住宅ソリューションサービスである。1ライセンスごとの月額課金 (税抜6.8万円〜) 型サブスクリプションサービスとして、AIを活用した住宅プラン提案サービス「My Home Robo」を提供している。顧客の要望に対してAIがわずか5分で初期プランを提案できる機能を持つ革新的なツールである。また2023年10月には、理想の住宅プラン (生活動線) をスマホゲームで体験できる「My Room tour」を開発した。無料アプリとして提供し、「My Home Robo」と連動して加盟事業者の集客を支援する。

マイホームロボ事業の加盟社数 (有料利用のみ) は2025年6月期末時点で前期比2.8倍の141社まで拡大した。年商500億円以上の大手ビルダーの加盟や1社で複数アカウントを利用する大手ビルダーも増加傾向であり、今後は加盟社数の増加とともに1社当たり複数アカウント利用を促進する方針だ。またマイホームロボ事業における蓄積プランデータ数は2025年6月期末時点で9,500超となった。約1万件のプランは「圧倒的なデータ資産」と「営業現場の標準化」を同時に生み出し、競合優位性と経済優位性 (解約率低下・安定収益拡大など) を実現する。

IPライセンス事業はアダストリアと提携し、2023年5月に開始した住宅業界初の住宅IPライセンスサービスである。20代〜30代の男女に人気を誇るアダストリアのスタイルエディトリアルブランド「niko and ...」がプロデュースする戸建商品「niko and ... EDIT HOUSE」のライセンス (当該商標・意匠デザイン・販促ツールの利用権) を全国の住宅会社・工務店向けに提供している。一般的な住宅FCと異なり、指定構造材の購入はなく、基本デザイン (外観・内観) や素材・設備を仕様として設定し、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し、受注・建築できる。加盟事業者にとっては、人気ブランドとのコラボレーションによる集客力の向上や顧客層の拡大が可能になり、業績の向上につながるというメリットがある。利用費は月額固定で、1棟販売ごとのロイヤリティ課金もないため、同社 (同社の子会社リブサービスが当該事業を運営) の管理コスト負担も小さい。

IPライセンス事業のライセンス数は2025年6月期末時点で17社・21ライセンスまで拡大した。また加盟パートナーによる直近の当該モデルハウス完成実績としては、2024年6月に(株)山田工務店が静岡県に、同年7月にアーキテックス(株)が愛知県に、同年8月に南日本ハウス(株)が鹿児島県に、同年9月に中庭住宅(株)が香川県に、同年10月に(株)クラシノハウスが石川県に、同年11月に(株)BJCが広島県に、(株)オーリック建設が鹿児島県に、2025年3月にタナカホームズ(田中建設(株)の新築住宅ブランド)が広島県に、(株)むぎくらが栃木県に、同年6月にオーリック建設が宮崎県に、同年8月に(株)丸尾建築が兵庫県に、タクエーホームが神奈川県に、(株)アルプスピアホームが長野県に完成して累計モデルハウス数は全国20店舗となった(2025年10月20日時点)。今後は地方の戸建事業者の経営支援として展開するとともに、様々な企業ブランドと提携して新商品開発を推進する。2025年6月には、さらなる集客力向上及び受注支援として「niko and ... EDIT HOUSE」規格商品(60プラン)を開発した。

プラットフォーム事業(マイホームロボ事業、IPライセンス事業)は全国の約35,000社の住宅会社・工務店向けに提供する事業であり、市場規模は大きくまた市場開拓余地も大きい。さらに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て高利益率のストック収益となる。したがって今後も加盟店拡大に向けて機能・利便性を強化する方針だ。

(3) 3Dプリンター住宅事業

3Dプリンター住宅事業は大幅な工期短縮・コスト削減を実現し、大工をはじめとする職人の高齢化や人材不足といった建設業界が抱える主要な課題の解決に貢献する事業である。一般的な3Dプリンティング建設では材料にセメントを使用しているが、同社の3Dプリンター住宅は土を主原料として使用するため環境にやさしいほか、現地施工のため建築現場の状況に合わせた建築も可能という特長・強みがある。

同社は2022年8月に、世界有数の建築物の構造設計を手掛けたグローバル企業であるオーヴ・アラップ・アンド・パートナーズ・ジャパン・リミテッドと業務委託契約を締結し、建設用3Dプリンターを活用する住宅の開発を進めてきた。2024年1月には国内初の土を主原料とする3Dプリンターモデルハウス「Lib Earth House model A」の建築に成功し、同年8月には都市計画区域内における建築確認済証を取得した。また世界的3Dプリンター製造販売企業であるイタリアのWASP S.r.l.の世界初の公認ディストリビューター(販売店)に選定され、日本におけるクレーン型3Dプリンター「CRANE WASP」の販売店となった。

2025年7月には国内初の土を主原料とした約100m²の一般住宅用3Dプリンター住宅「Lib Earth House model B」が完成し、同年8月に販売予約を開始(2026年1月より受注開始予定)した。第1作の「model A」での実証・検証を経て強度・施工性・意匠性を高めた。特に「model B」の壁に関しては、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し、セメントを一部使用していた「model A」に比べて約5倍の強度を実現した。同社が目指す、生成AIによる設計と3Dプリンターによる施工を融合した世界初の完全自動化住宅建設の実現に向けた第一歩となる。また同年7月にEV大手であるTesla<TSLA>の家庭用蓄電池Powerwallの認定販売会社として登録された。3Dプリンター住宅「Lib Earth House model B」の販売に合わせてPowerwallを販売する。

今後の展開としては、全国のハウスメーカー・工務店向けに3Dプリンター住宅のフランチャイズ・ライセンス展開も進め、2040年までに国内で3Dプリンター住宅累計着工棟数10,000棟を目指す。また住宅分野にとどまらず、3Dプリンター建築技術により商業施設や宿泊施設など多様な分野へ展開するほか、グローバル展開も検討する。

土を主原料とした3Dプリンター住宅完成



出所：事業計画及び成長可能性に関する事項より掲載

(4) AIや暗号資産を活用した世界初の「住宅資産デジタルプラットフォーム」構築

同社はプラットフォーム事業や3Dプリンター住宅事業の拡大を推進するほか、将来的にはAIや暗号資産も活用して世界初の「住宅資産デジタルプラットフォーム」構築を目指す。2025年3月には、先進的な生成AI技術を有するカナダのMaket Technologies Inc.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した。同社が保有する膨大な住宅図面データをMaket TechnologiesのAIプラットフォームに学習させ、日本市場向けの最適な間取り自動生成システムを構築する。

同年7月には3Dプリンター住宅「Lib Earth House model B」において、デジタル設計データをNFT（非代替性トークン）として発行することにより設計・所有の透明性と価値を革新するとともに、グローバルでの販売拡大に向けて暗号資産（ビットコイン等）による決済を可能にする方針を打ち出した。同年9月にはアステリア<3853>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」の構築に着手した。またアステリアのASTERIA Warpを活用し、3Dプリンター住宅をはじめ同社が施工する住宅の支払を暗号資産で受け付けることも計画している。

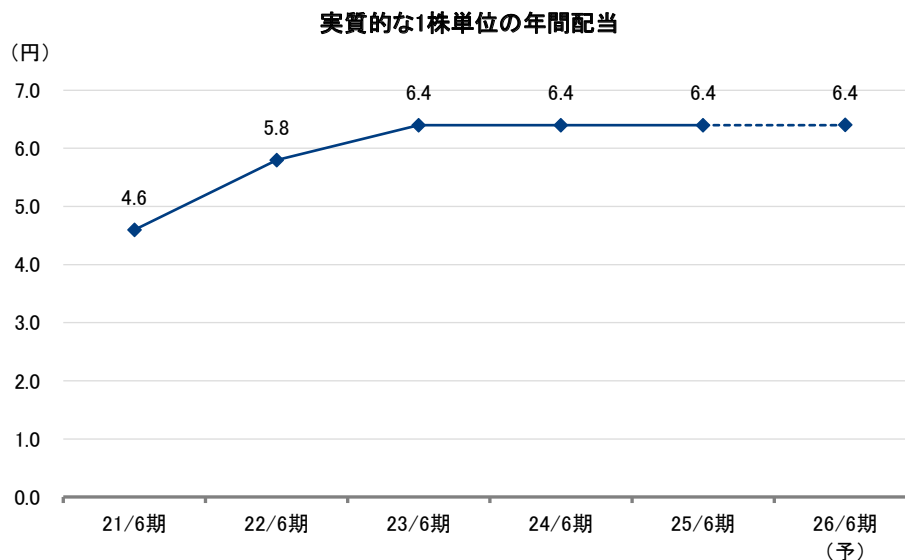
2. 弊社の視点

同社は戸建住宅メーカーとしては中堅規模の位置付けであり、この点で見れば投資対象としての投資家の関心は低いと考えられる。しかし視点を収益性や成長性の高い新規ビジネス（マイホームロボ事業、IPライセンス事業、3Dプリンター住宅事業）に移せば、同社の中長期成長ポテンシャルが見えてくるだろう。当面は住宅関連業界を取り巻く事業環境が厳しく、新規ビジネスの収益寄与本格化にも時間を要するが、中長期的には戸建住宅プラットフォーム戦略によって同社の業績が様変わりする可能性があるだけに、中長期成長ポテンシャルを評価して新規ビジネスの進捗状況に注目したいと弊社では考えている。

株主還元策

配当性向25%～30%目安、四半期配当を実施。株主優待で暗号資産も

同社は配当政策について成長と還元のバランスを重視し、配当性向25%～30%を目安として年間配当額を決定する方針としている。また投資家に長期保有してほしいという思いから、2019年6月期より四半期配当を実施している。この基本方針に基づいて、2025年6月期の配当は前期と同額の6.4円（第1四半期末1.6円、第2四半期末1.6円、第3四半期末1.6円、第4四半期末1.6円）とした。配当性向は30.2%となる。2026年6月期の配当予想については前期と同額の6.4円（第1四半期末1.6円、第2四半期末1.6円、第3四半期末1.6円、第4四半期末1.6円）としている。予想配当性向は26.6%となる。



注：2020年10月1日及び2021年4月1日付でそれぞれ普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行ったため、分割後の金額を記載

出所：決算短信よりフィスコ作成

株主優待制度については、通常優待（年1回）として毎年6月末時点で100株以上保有株主にクオカード1,000円分を贈呈するほか、1,000株以上保有株主に対して四半期末（9月末、12月末、3月末、6月末）ごとに年4回、保有株式数に応じてプレミアム優待倶楽部ポイントを贈呈する。例えば5,000株以上保有株主の場合、クオカード1,000円分に加え、プレミアム優待倶楽部ポイントが年間で140,000ポイント（1回当たり35,000ポイント×4回）が贈呈されることになる。さらに2025年9月には株主優待制度の拡充（優待の追加）を発表した。2025年12末日、2026年3末日及び2026年6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、そのすべての株主名簿において500株以上保有している株主を対象に、暗号資産（ビットコイン）を抽選で贈呈する。

株主還元策

株主優待制度

100株以上	通常優待 (年1回)	クオカード1,000円分
1,000~1,999株	優待ポイント (3ヶ月に1度)	5,000ポイント
2,000~4,999株	優待ポイント (3ヶ月に1度)	12,000ポイント
5,000株以上	優待ポイント (3ヶ月に1度)	35,000ポイント

注：1,000株以上保有の場合、プレミアム優待倶楽部ポイントを3ヶ月に1度進呈
出所：事業計画及び成長可能性に関する事項よりフィスコ作成

株主優待制度の拡充

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
	暗号資産 (ビットコイン) 50,000円相当	200名
	暗号資産 (ビットコイン) 10,000円相当	1,000名

出所：事業計画及び成長可能性に関する事項よりフィスコ作成

■ サステナビリティ経営

太陽光パネル普及を推進するサステナブルな住まいづくりを推進

サステナビリティ経営については2021年3月にSDGs宣言を行い、サステナブルな住まいづくりを通じて豊かな暮らしと幸せの実現、地球環境への配慮に貢献する方針を打ち出した。その後、2022年9月には自社事業活動で排出するCO₂排出量を2030年までに実質ゼロとするカーボンニュートラル宣言、TCFD (気候関連財務情報開示タスクフォース) 提言への賛同及びTCFDコンソーシアム参画を発表、同年10月にはGX (グリーントランスフォーメーション) リーグ基本構想への賛同を表明、同年12月には木造戸建モデル住宅について業界初となるCFP (カーボンフットプリント) 宣言登録を発表、2023年5月にはパリ協定の目標達成を目指したSBT (Science Based Targets) の認定を取得した。なお同社は請負契約の顧客に対して無料の太陽光パネル設置を提案している。2025年6月期の太陽光パネル設置率は66.1%だった。この点でもカーボンニュートラルの実現に貢献している。

さらに人的資本経営の一環として同社は、従業員持株会 + 取引先持株会に加え、ESOP (Employee Stock Ownership Plan) 制度を導入し、全従業員がオーナー的思考で行動する全員経営の仕組みを構築している。こうした取り組みも奏功し、「マイナビ・日経2024年卒大学生就職企業人気ランキング」において、同社は九州・沖縄エリア総合19位、九州・沖縄エリア住宅・不動産業界1位を獲得するなど、高い人材採用力も持っている。

重要事項 (ディスクレーマー)

株式会社フィスコ(以下「フィスコ」という)は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受け、企業から報酬を受け取って作成されています。本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかなを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは強く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062東京都港区南青山5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443 (IRコンサルティング事業本部)

メールアドレス：support@fisco.co.jp