ＤＸへの取り組み

株式会社 Lib Work

LibWork

経営ビジョン

Misson
ミッション

WEBマーケティングをコアコンピタンスとした住宅テック企業として世界の人々一人一人に価値ある暮らしを提供するテクノロジーで住宅業界にイノベーションを起こす

Slogan
スローガン

暮らしを変える、 世界を変える、 未来をつくる。

Philosophy
企業理念

お客様を第一と考え、 世界中に感動を与えるものを発信し、 お客様の夢の実現に貢献する

Values
セブンバリュー

誠実さ/公平性 /オープン性/ 勤勉性
親しみやすさ/ ポジティブ性/ 謙虚さ

LibWork

INDEX

目次

01 Lib WorkのDXへの決意

02 戦略

03 環境整備

04 戦略の進捗を図る指標

Lib WorkのDXへの決意（DX宣言）

DXで戸建住宅のプラットフォーマーを目指す。

- 私たちは、DXで住宅業界の古い仕組みを打破し変革をもたらします。

- 私たちは「デジタルマーケティングをコアコンピタンスとするハウステックカンパニー」として、「暮らしを変える、世界を変える、未来をつくる。」というスローガンのもと、住まいに革新を起こすための「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」というミッションを実現するための企業活動を行っています。

株式会社Lib Work　代表取締役社長
瀬口　力

前中期経営計画「NEXT STAGE 2023」の実績

2020年8月に中期経営計画「NEXT STAGE 2023」を策定し、その計画に沿ってDXの取り組みの一つであるデジタルマーケティングに注力してきました。

結果、3年間で売上高が約2.5倍に増加し、2023年6月期間には過去最高の売上高を達成することができました。
一方、開発コストの抑制等による利益率の向上が課題です。

項目	実績（連結）	前中計比	要因
売上高	141.8億円	2.5倍	ＷＥＢ集客が年率50%以上増加し、出店数も34店舗（計画35　店舗）とほぼ計画通りに進捗したため大幅伸長。
営業利益	2.99億円	2.1倍	開発コスト、人件費の増加、世界的なインフレによる原価高をうけて当初計画は12億円は未達。

喫緊の課題

・開発コストや人件費の増加
・インフレーションや資材見直しによる製造原価の上昇が利益率の低下

今後の取り組み

新たな中期経営計画「NEXT STAGE 2026」では、収益性を大幅に改善することを目標に、DXを推進することでこれらの課題解決に取り組んでいきます。

INDEX

目次

01 Lib WorkのDXへの決意

02 戦略

03 環境整備

04 戦略の進捗を図る指標

DX推進計画

「DXへの決意」を土台に、「NEXT STAGE 2026」を推進し、
住宅業界でトップクラスのDX企業として、戸建住宅のプラットフォーマーを目指してまいります。

「NEXT STAGE 2026」の基本方針

1．戸建プラットフォーマーへ加速化
- **マイホームロボ事業**
- IPライセンス事業

2．戸建住宅事業
（エリア・顧客層・販売チャネル拡大へ）
- **デジタルマーケティング集客**
- **販売チャネル拡充**
- 顧客層の拡大
- エリア拡大
- 建売事業の拡大
（収益率の改善・拡大）
- 住宅版SPAへ再加速・木材事業への進出
- メンバーシップ型雇用

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

基本方針に沿ったDX戦略

戦略1. AIを活用した間取り検索システム**「マイホームロボ」**の普及拡大

戦略2.**デジタルマーケティング**による住宅事業の拡大

戦略3.**基幹システム（ANDPAD）**導入による生産性の向上

戦略4.住宅建築のDX化（**3Dプリンター**を使った住宅建築）

戦略１.AIを活用した間取り検索システム「マイホームロボ」の普及拡大

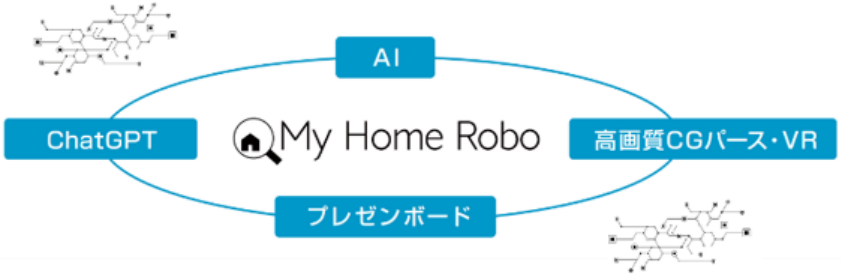
戸建て業界全体のDX化推進に向け、AIを活用した間取り検索システム『**マイホームロボ**』を開発。
同業他社に定額料金で提供し、業界全体の課題である「長時間労働」「人手不足」等の解決に着手。

「マイホームロボ」とは

工務店やビルダーなどの住宅建築・販売を行う事業者が施主の要望アンケートをもとに住宅プランデータベースの中から高精度CGパース・VR・間取りなどの提案資料をAIや条件設定によって検索できるサービス。
当社と同業の工務店やビルダーにサブスクサービスとして提供。
全国の工務店や建築事業者向けに開発し、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。
サービスを展開するため、主幹部署であるソリューション営業室に専担営業担当者配置するとともに、設計1課内マイロボ班（約10名体制）では住宅プランデータベースの充実・拡充を徹底。
また、外部企業との連携により、新規提案先の発掘や機能追加等を継続。

開発の背景

工務店やビルダーによっては、人手不足により十分な建築士を抱えられず、お客様の要望やスピードに十分に応えられない可能性があったり、社員間で業務量の濃淡が発生し社員の不満が生じたりしていた。
「マイホームロボ」は、そのような悩みを解決し、お客様により良い図面を提案し、工務店等の業務効率化も推進するために、住宅CADメーカーである「安心計画株式会社」と共同開発した。



戦略１.AIを活用した間取り検索システム「マイホームロボ」の普及拡大（機能）

お施主様がWeb上でライフスタイルについてのアンケートに答えます。

AIが個々のお施主様に合った最適なプランを考えます。

高画質CGパースとVR閲覧用のQRコードを配置したプレゼンボードをAIが5分で自動作成！

初回提案の準備時間を 5分 にする
住宅営業支援ツール『マイホームロボ』

- ☑ 誰でもスピーディーに要望に沿った初期提案が可能
- ☑ 営業・設計担当の負担を軽減
- ☑ 成約率アップに有効なクラウド型ツール

様々な機能を内包

AI

お施主様向けのWebアンケートの回答から、最適なプランをAIが自動抽出。

ChatGPT

プラン提案書のコメントを、ChatGPTのAIがお客様それぞれのご要望に合わせて自動で作成。

戦略１.AIを活用した間取り検索システム「マイホームロボ」の普及拡大（目標）

現フェーズ対象（2023年度まで）

共同開発先のユーザ
関係ある工務店　等

数千社

対象拡大

次フェーズ対象（2024年度以降）

全国の工務店、ビルダー
設計事務所、不動産会社　等

10万社以上

My Home Robo

情報収集

工務店の課題

（営業、設計、効率化…）

目標

間取り検索システム

スタンダード化
（統一標準化）

戦略２.デジタルマーケティングによる住宅事業の拡大

従来の住宅ビジネスフロー（モデルハウス集客＋販売）

モデルハウスによる集客 → 営業によるアプローチ → 設計・提案 → 成約 → 工程管理 → 引渡し → アフターメンテナンス

一般的な住宅会社

モデルハウス集客　＋　販売

↓

一定期間経過すると集客低迷
定期的な建て替え必要

当社のDXを活用した住宅ビジネスフロー

住宅ビジネスフロー	DX施策				
デジタル集客	ニーズ別カテゴリサイトによる集客	e土地net	e建売net	e注文住宅net	
顧客エンゲージメント	戸建てYouTube チャンネル「Lib Work Channel」	自社Webメディア「リブタイムズ」			
インサイドセールス	デジタルマーケティングツール「Hub Spot」	交渉履歴デジタル登録	オンライン行動履歴可視化		
モデルハウス送客	デジタルマーケティングールによる顧客情報デジタル化	顧客の育成状況をスコアリング			
設計・提案	マイホームロボによる設計提案	世の中の図面をデジタル化	AI	ChatGPT	VR/CG
成約					
工程管理	基幹システム「ANDPAD」	工事履歴全てのデジタル登録	ペーパレス　電子受発注システム		
引渡し					
アフターメンテナンス	基幹システム「ANDPAD」				

戦略２．デジタルマーケティングによる住宅事業の拡大（ニーズ別サイト）

ニーズ別サイトを活用した**デジタル集客**を実践。

e土地net　土地ナビサイト

エリア

カテゴリサイト eシリーズ → **エリア拡大**

現在は熊本・福岡・佐賀・大分・　千葉・神奈川の地域限定で展開。
更に全国エリアに拡大へ。

リード獲得数

サイト拡充 → **年増30%**

住宅関連サイトの拡充により、デジタル集客年率30%増を目指す。

公式　Instagram

フォロワー数

SNS集客 → **年増50%**

Instagram等のSNS集客を強化し、フォロワー数年率50%増を目指す。

フォロワー数　6,000超

※ e建売net、 e注文住宅net　等も展開

12

戦略２.デジタルマーケティングによる住宅事業の拡大（販売チャネル拡充）

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

＋

- **通販チャネルとのコラボレーションによる販路拡大**
- **D2C（※）商品の開発・販売**

再春館製薬所

Belle Maison

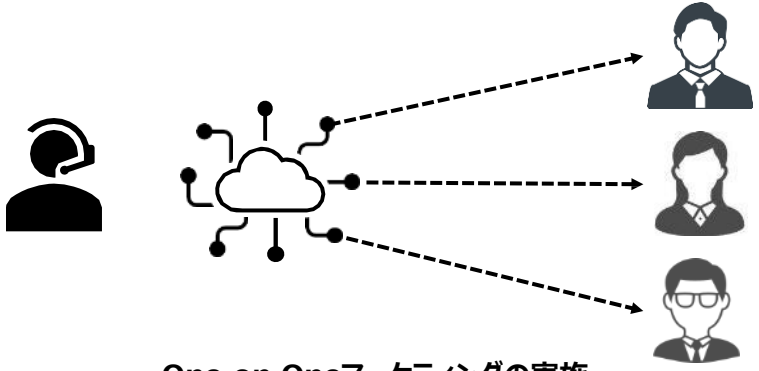
（※）D2Cとは「Direct to Consumer」の略で、製造者がダイレクトに消費者と取り引き（開発や販売）をすること。

デジタルマーケティングによる集客に加え、通販会社会員様へのアプローチを念頭に置いた**「通販会社」とのアライアンスによる住宅販売**にも進出。

戦略２.デジタルマーケティングによる住宅事業の拡大（デジタル集客）

デジタルマーケティングツール(HubSpot)を活用したインサイドセールスにより、顧客ひとりひとりにマッチしたマーケティングを実施。

HubSpotで一元管理された**顧客データ**の活用による適切なアプローチにて、**お客様との関係を強化**し、お客様来場率を**現状比＋20%**の**41%**まで引き上げ。



One on Oneマーケティングの実施

戦略２.デジタルマーケティングによる住宅事業の拡大（顧客エンゲージメント）

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

登録者数

7.3万人

総再生数

3,638万回

2023年10月21日現在

120万再生超える動画も

ショート動画絶好調

オウンドメディア**「リブタイムズ」**はYahoo! JAPANと連携し、トップページのタイムラインへの配信を開始。
セッション数急拡大。

セッション数　328万SS

2022年7月～2023年6月の総SS数

YAHOO! JAPAN

リブタイムズ

Yahoo! JAPANは月間アクティブユーザー8,400万人を誇るメガポータル。同社が運営するYahoo! JAPANトップページのタイムラインに「リブタイムズ」の記事が掲載

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

「リブタイムズ」の記事コンテンツ提供元は合わせて**3媒体**に拡大
- Yahoo! JAPANトップページのタイムライン
- SmartNews
- News Suite

戦略３.基幹システム（ANDPAD）導入による生産性の向上

現場の効率化から経営改善まで一元で管理できるクラウド型の建築・建設プロジェクト管理サービス「**ANDPAD**」の導入により社内情報を共有化し、スピーディーで効率的な業務運営を実現。

ANDPAD

↓

2023年7月
導入・運用開始

↓

全社横断の効率化推進

戦略３.基幹システム（ANDPAD）導入による生産性の向上（業務効率化）

市販システム（ ANDPAD ）を活用したコミュニケーションの円滑化による経営資源最適化

POINT 01

情報管理を改善し、業務の標準化を図りたい

最適な情報共有体制を確立し、業務フローを標準化。人材の早期育成にも寄与します。

ANDPAD上に情報を集約し管理することで、情報の抜け漏れ防止や業務フローの標準化が行えます。工程表や報告、検査などの現場管理に必要な機能だけでなく、商談進捗管理や入金管理が行える引合粗利管理機能等、現場から経営までの情報を一元管理できます。また、業務を見える化することで、経験の浅い社員の早期育成にも寄与します。

活用機能

案件概要　工程表　写真　資料　報告　検査　引合粗利

POINT 02

ペーパーレスを実現し、場所に縛られない業務環境を構築したい

資料の共有から図面の確認、検査、受発注までスマートフォンで。ペーパーレスを実現します。

バラバラに管理されていた、たくさんの書類を探し出す手間を削減。保存された写真から報告書を自動作成など、書類作成も簡単に。煩雑で非常に時間と手間のかかる受発注業務もオンライン上で完結し、ペーパーレス化を推進できます。監督、職人・協力業者、経理などの事務所作業を効率的に。

活用機能

工程表　写真　資料　報告　図面　検査　受発注

施工現場でITを活用

生産性向上

戦略３.基幹システム（ANDPAD）導入による生産性の向上（ドローン連携）

ドローンを活用したアフターメンテナンス

経験		科学
目視	＋	**サーモセンサー**

１次的効果

- ✓ 作業の**効率化、労働生産性向上**
- ✓ 高所作業の減少による、**労働災害防止**

２次的効果

- ✓ ドローン収集データの蓄積による**新たな商品の開発**
- ✓ 作業時間短縮による**お客様満足度向上**
- ✓ 作業イメージ改善による**人材確保**

戦略４.住宅建築のDX化（3Dプリンターを使った住宅建築）

2025年度までに**３Dプリンターハウス**を販売予定

ボタン一つで住宅が建築できる未来の建築方法を実現し、働き手不足に解消に貢献。

外部協業先の開発技術を内製化すべく、社内に専任チームを配置。2025年までに全国展開を目指す。

【開発・販売計画】

2023年

- ✓ 小型３DPによる試作　済
- ✓ 材料の研究開発　済
- ✓ プラン設計　済
- ✓ ツールパスの作成　済
- ✓ 構造検討　済
- ✓ 試作モデル出力　済

モデルハウス（プロトタイプ）

2024年

- 基本設計
- 実施設計
- 製作と実験のフィードバック
- ツールパスの作成
- 材料試験
- モデルハウス出力

モデルハウス

2025年

- 認定取得
- **一般販売開始**

FC全国展開

戦略４．住宅建築のDX化（3Dプリンターを使った住宅建築）〈未来〉

熊本県山鹿市の旧山内小跡地Lib Work LABO
に１号棟完成
2024年2月に一般公開開始

3Dプリンターモデルハウス「Lib Earth House “modelA”」

未来

3Dプリンターハウス
「Earth House」

・地面から生えているような、ひと続きとなる有機的なフォルム

・内部は床から壁を滑らかなラインに、天井や壁に大きな窓を設け自然に包まれるイメージ

・床と壁を滑らかに繋ぎ、どこでも寄りかかったり寝そべることができる

・窓一面に広がる空や森、季節の移り変わりを楽しむことができる

INDEX

目次

01 Lib WorkのDXへの決意

02 戦略

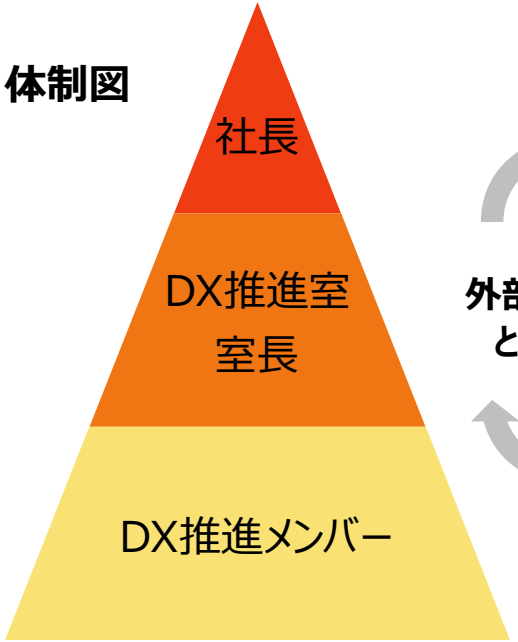
03 環境整備

04 戦略の進捗を図る指標

体制・人材育成（DX人材の育成）

✓ TOPである社長自らが責任者となって全社横断のDX推進体制を構築
✓ 外部コンサルとの連携を強化し、４人のDX推進メンバーによるITスキル向上研修を実施

体制図



外部コンサルとの連携

外部コンサルＩＴスキル向上研修

現状	研修受講後（１年後）
経理担当者 EXCELはよく使うが、関数はほとんど利用しない	Excel • 関数を使いこなし日々の業務の効率化ができた
営業担当者 営業時間確保のため、EXCELを効率化したい	RPA • RPAのシナリオ作成ができ、業務の自動化ができた
設計担当者 RPAを活用したいが、開発経験がない	App sheet • アプリの自社開発ができるようになった • コストが削減できた

体制・人材育成（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」で社員教育加速。

（2023年12月末現在：マニュアル件数1,617件）

組織としての知識の蓄積

- 個人が有していた知識を一元管理。
- 情報の蓄積による知識・ノウハウの知的資産化。

属人化の防止

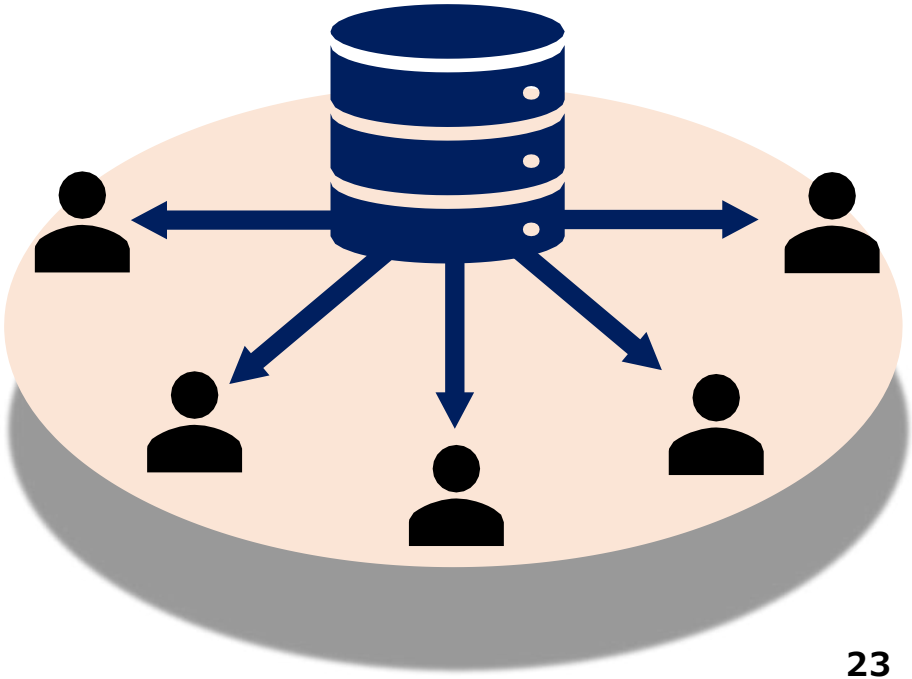
- 特定の人物しか分からないといった知識や情報の属人化防止。

業務の効率化

- 一元管理される知識や経験を組織で利用、業務知識の平準化により、効率化促進。
- デジタル化により全エリアで共有可能。

ナレッジシェア

知識とマニュアルをデジタルで蓄積



IT環境　社内業務の効率化・生産性の向上

Lib Workの行動	DX戦略
マイホームロボや３Dプリンターハウスを全国に展開し、業界全体の人手不足等の課題解決に寄与します **⇒専門チーム強化及び外部機関との連携体制構築**	戦略１ 戦略４
DXを活用した新たな住宅ビジネスフローを創造し、発展させます **⇒WEB・SNS等の強化及び「通販チャネル」を活用した住宅販売創造**	戦略２
効率的な情報共有環境の構築による業務効率化を実現するとともに、ペーパーレス化に注力します **⇒基幹システムANDPADやマニュアル作成ツール等の徹底活用** **Hubspot、Googleアナリティクス等のデータ活用環境整備とシステム連携強化**	戦略３
DXを活用し社員一人当たりの生産性向上を実現します **⇒　生成AI導入やドローンの活用による効率化**	全戦略

INDEX

目次

01 Lib WorkのDXへの決意

02 戦略

03 環境整備

04 戦略の進捗を図る指標

戦略の進捗を図る指標

戦略1．AIを活用した間取り検索システム「マイホームロボ」 の普及拡大

- 「マイホームロボ」導入アカウント数
- 「マイホームロボ」に係る売上高及び営業利益

戦略2．デジタルマーケティングによる住宅事業の拡大

- エリア・リード獲得数・フォロワー数
- リード獲得からの来場率
- Youtube登録者数・総視聴数、オウンドメディアセッション数

戦略3．基幹システム（ANDPAD）導入による生産性の向上

- 時間外労働削減率
- 住宅建設工期削減率

戦略4．住宅建築のDX化（3Dプリンターを使った住宅建築）

- 2025年一般販売開始

以上