



2023年8月10日

各 位

上 場 会 社 名 株 式 会 社 L i b W o r k  
代 表 者 名 代 表 取 締 役 社 長 瀬 口 力  
(コード番号：1431 東証グロース・福証Q-Board)  
問 合 せ 先 責 任 者 執 行 役 員 経 営 企 画 室 長 難 家 嘉 之  
(TEL. 0968-44-3559)

中期経営計画「NEXT STAGE 2026」策定のお知らせ  
(2023/7～2026/6)

当社グループは2026年6月期を最終年度とする3ヶ年の中期経営計画「NEXT STAGE 2026」を策定いたしましたので、お知らせします。

記

当社グループは「デジタルマーケティングをコアコンピタンスとする House Tec Company 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、「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」というミッション実現のため企業活動を行っております。

2020年8月に中期経営計画「NEXT STAGE 2023」を策定し、「戸建プラットフォームへ」「全国展開へ加速化」「住宅版SPAモデルの確立」「サブスクリプションモデルによる工務店支援事業の収益化」を基本方針に掲げ取り組んでまいりました。

その結果2023年6月期には売上高141億8,300万円(2020年6月期は売上高60億3,600万円)と過去最高を更新することができました。しかしながら世界的なインフレに伴いウッドショックをはじめとした資材高騰の影響を受け、営業利益は2億9,900万円(2020年6月期は1億4,400万円)という結果になりました。

そこで新中期経営計画では収益性を大幅に改善し、戸建住宅のプラットフォームを目指すべく以下に掲げる方針のもと実行してまいります。

**基本方針**

1. 戸建プラットフォームへ加速化(さまざまな住宅ソリューションサービスを全国の工務店・ビルダーに提供していく)
2. 戸建住宅事業におけるエリア・顧客層・販売チャネルの拡大と利益率の改善・拡大(住宅版SPAモデルの再構築)
3. 「家」を再定義する—未来の家をつくる—(3Dプリンターハウスの開発・販売)

## 定量目標

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

# 中期経営計画 NEXTSTAGE 2026

2023年8月10日

株式会社Lib Work（証券コード1431）

代表取締役社長CEO 瀬口 力

# サマリー

---

A hand in a dark sweater holds a glowing, wireframe sphere. The sphere is composed of many small, interconnected triangles, creating a mesh-like structure. The hand is positioned over an open laptop, which is visible in the lower right corner. The background is dark and out of focus, with a blueish tint. The overall scene suggests a digital or technological theme, possibly representing a vision or a concept being held or presented.

# VISION

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

# MISSION

サステナブル&テクノロジーで  
住まいにイノベーションを起こす

# SLOGAN

暮らしを変える、世界を変える、未来をつくる。

# 全社方針

---



# 戸建プラットフォームへ加速化

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

# 戸建住宅事業

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

# 「家」を再定義する — 未来の家をつくる —

3Dプリンターハウスの開発・販売

# 定量目標

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

# NEXT STAGE 2023の総括

売上高  
2.4倍

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

営業利益  
2.9億円

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

ROE  
5.2%

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

時価総額  
184億円

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

# 現状の課題認識

## 売上高は大幅伸長 要・利益改善

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

## 住宅プラットフォーム 投資回収へ

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

## 重点エリアでの シェア拡大

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

# NEXT STAGE 2026の基本方針

## 1. 戸建プラットフォームへ加速化

- ・マイホームロボ事業
- ・IPライセンス事業

(収益率の改善・拡大)

- ・住宅版SPAへ再加速・木材事業への進出
- ・メンバーシップ型雇用

## 2. 戸建住宅事業

(エリア・顧客層・販売チャネル拡大へ)

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

## 3. 「家」を再定義する 未来の家をつくる

- ・3Dプリンターハウス開発
- ・今後の戦略

# 1. 戸建プラットフォームへ加速化

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



# 1. 戸建プラットフォームへ加速化

## マイホームロボ事業

全国の工務店や建築事業者向けに開発。毎月の定額料金制のため、費用を最小限に抑えた導入が可能。利用価格は1ライセンスにつき月額68,000円～（税抜）。  
 パートナー企業の安心計画のCADユーザーへのアプローチを進め、今後は代理店による営業も開始。

AIが、こたえをくれる。



My Home Robo



AIにより初期提案をわずか5分に。

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



# 1. 戸建プラットフォームへ加速化

## IPライセンス事業

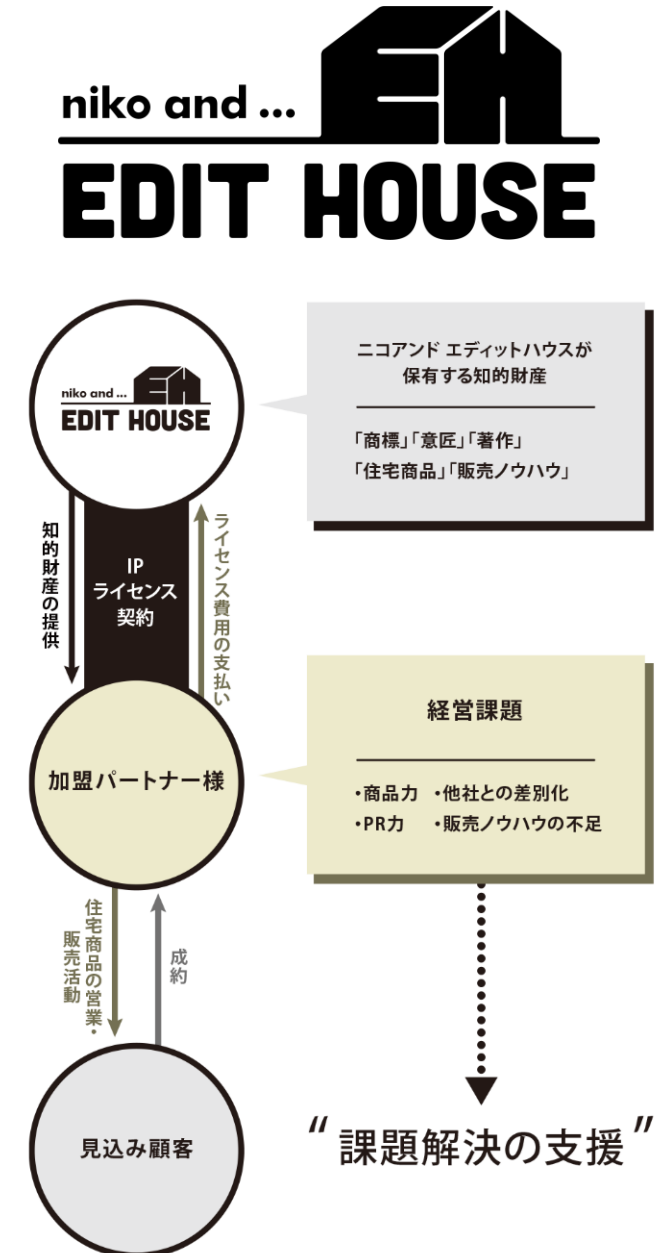
今後さまざまな企業ブランドと提携し、新たな新商品の開発

### 業界初のライセンスサービス

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

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

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



## 2. 戸建住宅事業 (エリア・顧客層・販売チャネルの拡大へ)

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

### デジタルマーケティング集客

### ▶ デジタル集客

（例）e土地net・・・土地ナビサイト

（例）Lib Work公式Instagram



エリア

カテゴリサイト  
eシリーズ → エリア拡大

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

リード獲得数

サイトの拡充 → 年率30%増

住宅関連サイトを拡充し、年率30%増のデジタル集客を目指す。



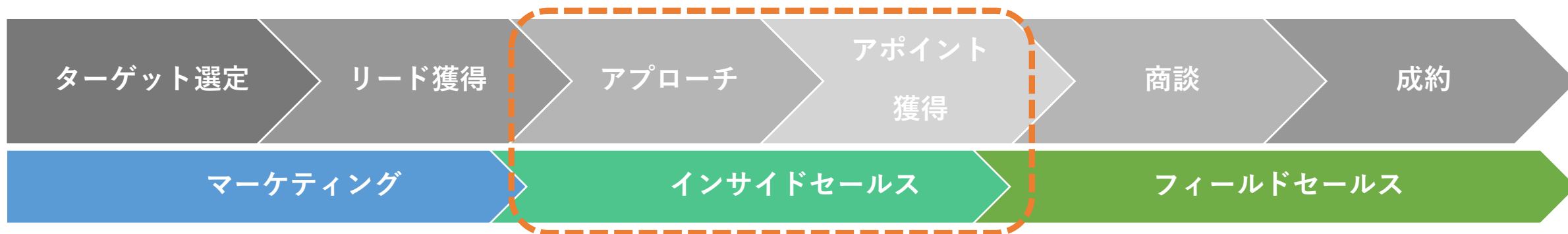
フォロワー数

SNS集客へ注力 → 年率50%増

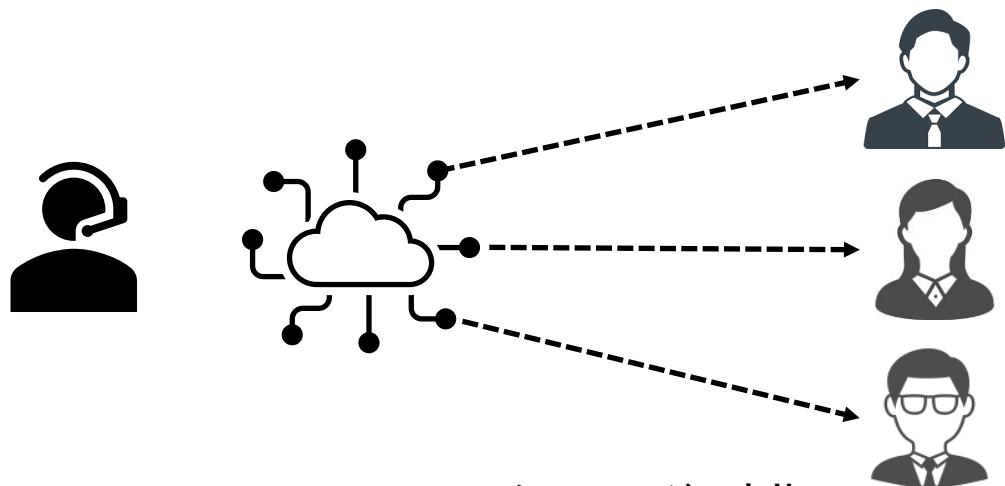
InstagramなどのSNS集客へ注力し、年率50%のフォロワー数増加へ。

# デジタルマーケティング集客 ▶ インサイドセールス

リード（見込み客）獲得優先からネット経由来場数優先へ



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



One on Oneマーケティングの実施



# デジタルマーケティング集客 顧客エンゲージメント

YouTubeやオウンドメディアを活用し顧客エンゲージメントを高める

### YouTubeチャンネル「Lib Work ch」



登録者数

6万人

20万人

総視聴数

2600万再生

1億再生

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

100万再生超える動画も

### オウンドメディア「リブタイムズ」



セッション数

328万ss

2,000万ss

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

# 販売チャネルの拡充

### 販売チャネル

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

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

上記に加え、

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

*Belle Maison*  
再春館製薬所

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

販路拡大へ。

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

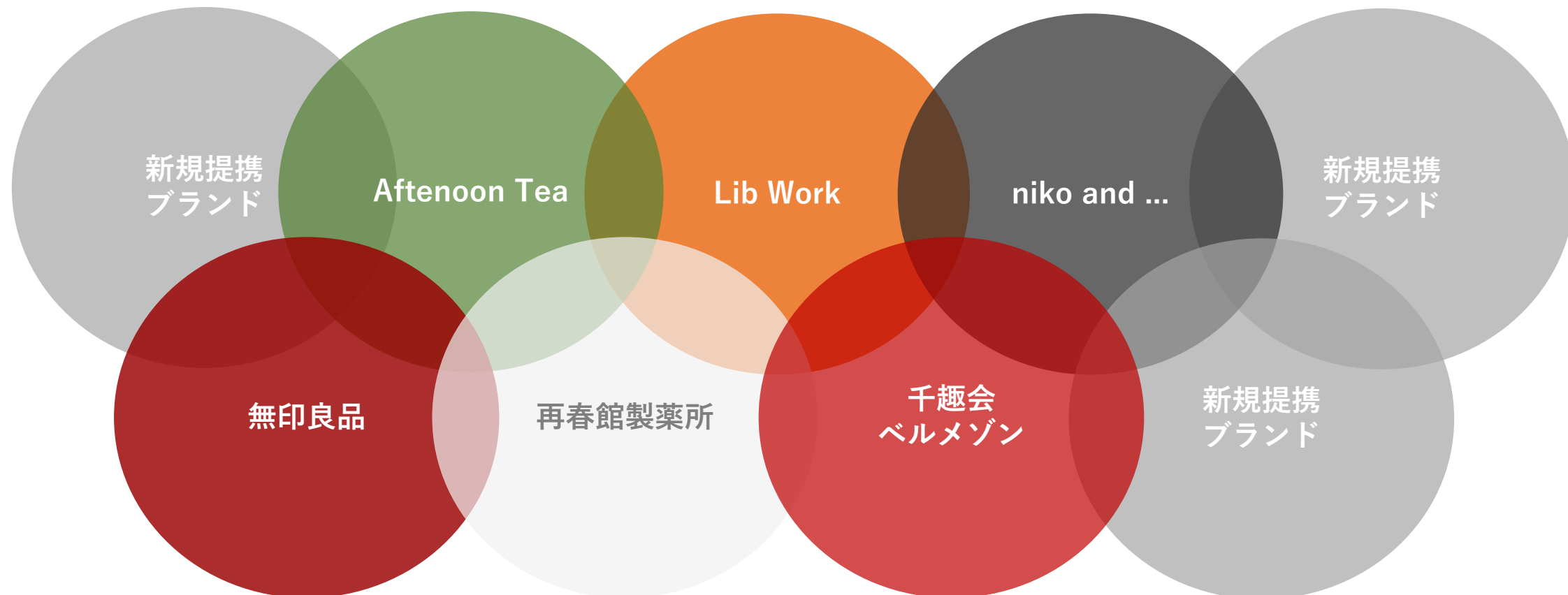


### 顧客層の拡大

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

→自社の顧客層のみならず、さまざまな顧客層へ訴求可能

今後も企業連携を進め、多くのコラボレーションブランドを創出していく





# エリア拡大

（出店方針）

総合展示場出店→建売モデル・ショッピングモールへの出店を加速。

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

将来的な海外へのエリア拡大に向けアジアマーケットをマーケティングリサーチ。

### エリア拡大

九州中心+関東の一部

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

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

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

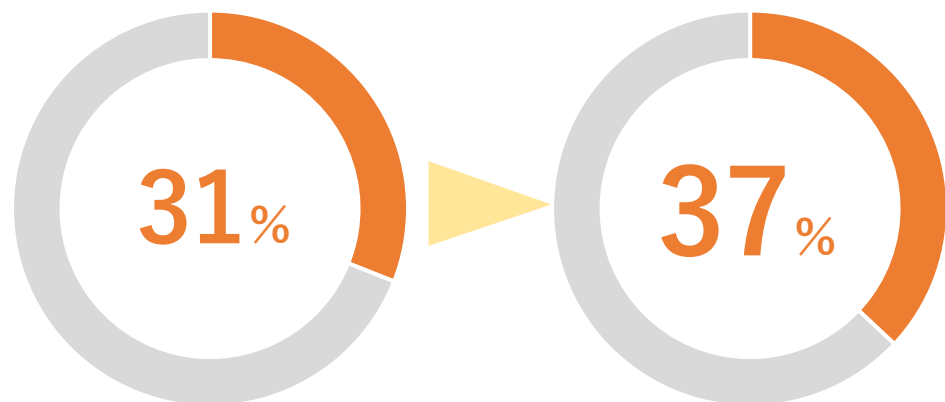
### 建売事業の拡大

（外部環境）  
建売マーケットの伸長  
グループ全体で建売事業へ注力

国内の戸建住宅市場の内、建売のシェア

2015年度

2022年度



※出所：国交省の建築着工統計調査データ

建売事業の拡大

注文住宅中心  
建売は自社商品のみ

コラボ商品での  
建売を拡大

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



Afternoon Tea  
HOUSE



ink...  
collaborate with  
niko and ...

## 2. 戸建住宅事業 (収益率の改善・拡大へ)

- ・住宅版SPAへ再加速・木材事業への進出
- ・メンバーシップ型雇用

### 住宅版SPAへ再加速

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

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

### 木材事業への進出（木材プレカット工場の買収）

ウッドショックにより下がっていた粗利率の大幅改善へ

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

原価削減  
粗利向上

木材の  
安定供給

熊本県産材  
地産地消

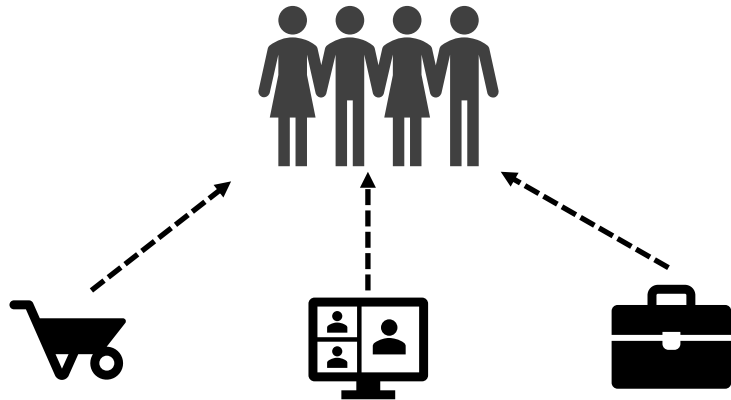
独自工法  
の新開発

### メンバーシップ型雇用→ジョブ型雇用へ

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

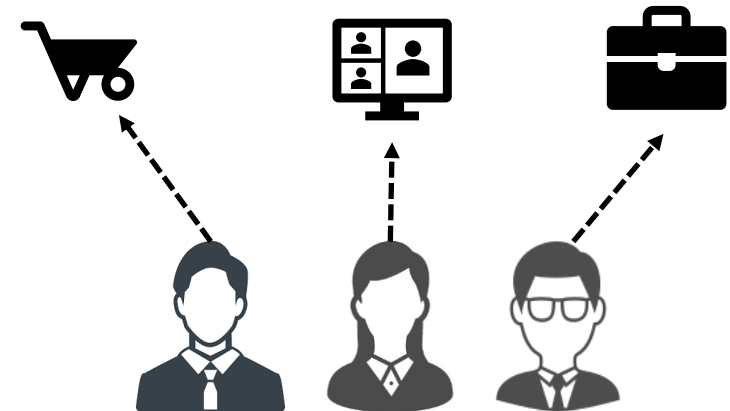
#### メンバーシップ型雇用


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



#### ジョブ型雇用

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



A close-up, low-angle shot of a 3D printer nozzle, which is a white cylindrical component with a red nozzle tip, positioned above a concrete structure. The printer's blue frame is visible in the background. The scene is dimly lit, with a focus on the nozzle and the concrete it is printing.

### 3. 「家」を再定義する—未来の家をつくる— 3Dプリンターハウス

### 3. 「家」を再定義する -未来の家をつくる-

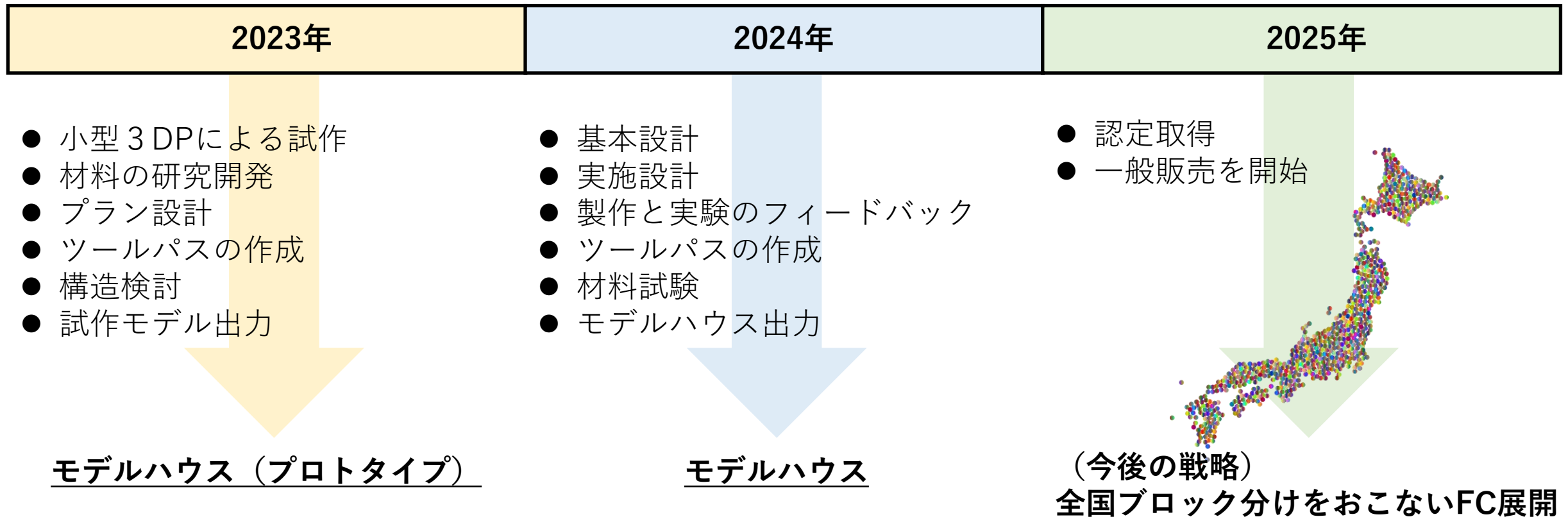
## 3Dプリンターハウス

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

(開発～販売までのプラン)

### 開発パートナー **ARUP**

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



# Appendix

---

- 環境への取り組み
- カーボンニュートラルへの取り組み
- CSR活動



## SDGs宣言

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

### 4つの基本方針と今後の取り組み

#### ●サステナブルな家づくり

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

#### ●地球温暖化による気候変動への取り組み

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

#### ●働きがいのある企業へダイバーシティ推進

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

#### ●地域社会や子どもたちへのCSR活動

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

## くまもとSDGs牽引部門：優秀賞

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



### くまもとSDGsアワード2022

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

くまもとSDGs  
牽引部門

#### 株式会社 Lib Work

家づくりを通じたサステナブルな社会実現への取り組み

【取り組み内容】

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



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



## カーボンニュートラル宣言

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

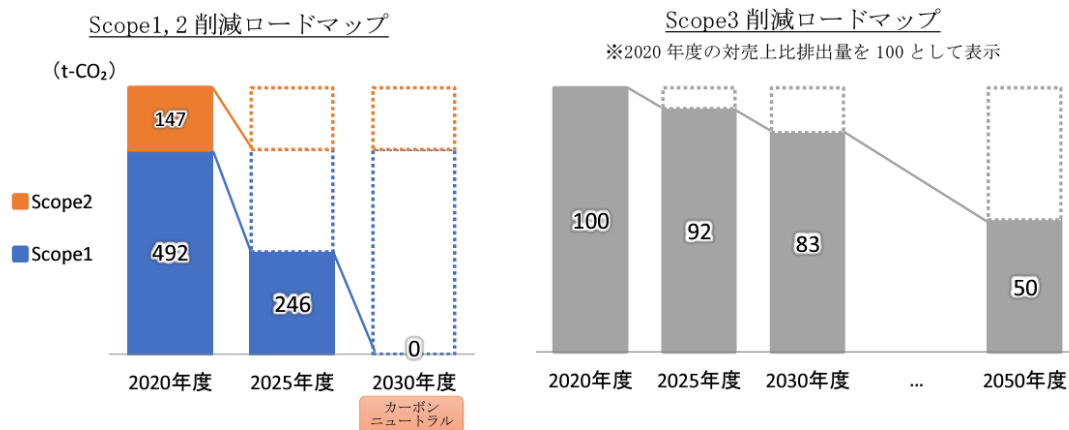
	達成年度	CO <sub>2</sub> 排出量 (2020年度) 単位: t-CO <sub>2</sub>	削減目標 (2020年度比)
Scope1	2030年度	492	▲100%
Scope2	2025年度	147	▲100%
Scope3	2050年度	69,417	▲50% ※対売上比

【CO<sub>2</sub>排出量の算定範囲について】

Scope1: 自社の燃料使用に伴う直接排出 (主にガソリン)

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

Scope3: 商品・サービスの購入やサプライチェーン全体の間接排出



### 達成に向けた具体的な取り組み

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

## TCFD提言への賛同

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



### ※TCFD

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

### ※TCFDコンソーシアム

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

## 業界初のCFP宣言登録

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

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

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

**株式会社 Lib Work**  
Lib Work Co.,Ltd

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



登録番号: JR-AA-22001C  
適用PCR番号: PA-241000-AA-04  
PCR名: 建築物 (躯体および仕上げ材)  
公開日: 2022年12月9日  
検証合格日: 2022年11月29日  
検証方式: 個別検証方式  
検証番号: JV-AA-22001  
検証有効期間: 2027年11月28日  
PCRレビューの実施  
認定日時: 2022年6月27日  
委員長: 神崎 昌之  
(一般社団法人サステナブル経営推進機構)  
第三者検証者\*  
外部検証員: 内田 裕之  
ISO/TS14067に準じた本宣言及びデータの独立した検証  
■内部 ■外部  
問い合わせ先  
株式会社 Lib Work (https://www.libwork.co.jp/) 山鹿本社  
熊本県山鹿市鎮田178-1 TEL:0968-44-3559  
登録番号: JR-AA-22001C

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

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

1. CFP算定結果  
算定単位: 建築物 1棟 耐用年数60年あたり

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

※換算率により、CFP算定結果と実際の合計値は若干異なる場合があります。

3. その他の環境関連情報

なし

2. 算定結果に関する追加情報



- ① 資材製造
- ② 施工
- ③ 修繕・改修
- ④ 廃棄・リサイクル

設計情報に基づいた算定結果ですが、外機および設備工事、建築工事等詳細な設計情報に基きません。  
また、当該物件の施工費につきましては、養生工などないエコシフト工法を採用しているため、削減効果については計上しておりません。  
廃棄・リサイクル機能につきましては、調査による再利用率を参考に、算出されるものと異なるものに分けて算定しております。

4. CFP算定結果の解釈

資材製造段階及び③修繕・改修段階におけるGHG排出量削減率(全LCCに対する削減率)は、資材製造段階58.3%、修繕・改修段階5.4%を算定しました。資材製造段階においては、基礎のコンクリートサイディング、住宅設備(システムキッチン・システムバス)、資材の梱包(設置)が特に大きく削減効果(削減率)を示しており、削減率にCO2を削減するコンクリート使用量(GHG削減率)の削減効果、施工場所と現場内で発生された資材の使用による削減効果(削減率)により、削減率に貢献していると考えられます。また、③修繕・改修段階においても大きな削減率(削減効果)を示しており、資材の再利用による削減効果(削減率)により、削減率に貢献していると考えられます。GHG削減率を削減できると考えられます。  
以上の結果について、建築業の収入および施工上のエネルギー投入については当該データを参照していただいておりますが、建築業の収入および施工上のエネルギー投入については、建築業の収入および施工上のエネルギー投入については、当該データを参照していただいております。

5. 使用した二次データの考え方

IDEA v2.1.3を使用した。

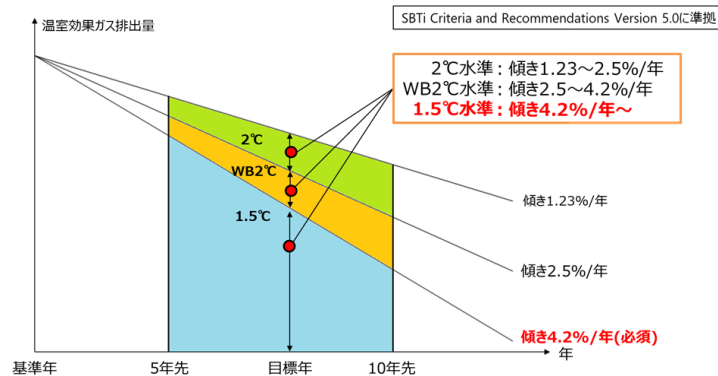
6. 備考

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

登録番号: JR-AA-22001C

## SBT登録

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



SBTの目標設定イメージ (出所: 環境省)

## GXリーグ 基本構想への賛同



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

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

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

## こども食堂への寄付

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



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



## 子ども未来サポーター

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

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



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

## 本資料についてご注意

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

本資料に関するお問合せ先

**株式会社Lib Work 管理部**

TEL : 0968-44-3559

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