

CoLife

株式会社コーライフ



○本社所在地：東京都港区

○事業概要：①iPaaS事業、②ホームサービス事業

○常時使用する従業員：101名（2026年7月時点）

○現在の売上高：25億円（2025年12月期）

○法人番号：5010001166074

○Web：https://www.colife.co.jp/

企業理念・100億宣言に向けた経営者メッセージ



代表取締役社長兼CEO
池内 順平

未来は住まいの中にある。

CoLifeは「家ナカ」という最も身近な舞台をアップデートし、住まいの困りごとをワンストップで解決する会社です。住宅事業者向けの業務システム「iecon」は導入500社超・登録90万世帯超（新築市場シェア10%超）に広がり、そのデータ基盤の上に、リフォーム・内装工事、家具等の住宅備品販売、設備保証・損害保険・住宅ローンを一社で担う体制を10年で築きました。2025年12月期には売上高24.9億円・営業利益率10.8%に到達しています。

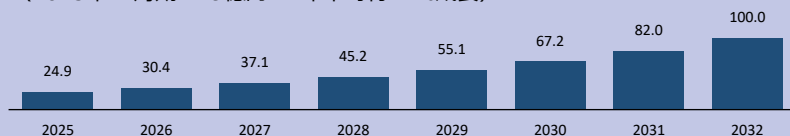
いま住宅・建設業界は、新設住宅の減少と職人・担い手の不足、地域の過疎化という構造変化のなかにあります。住宅を適切に維持・管理する環境が地域に整っていないことが、悪質な訪問販売の温床にもなっています。そこで当社は創業以来はじめての大型設備投資に踏み込みます。「画面の中の住まい」から「実物に触れられる住まい」へ。全国各地に住まいの総合相談拠点を設け、自社ショールームを持ってない地域の中小工務店には共同商談・入居手続きの場として開放します。地域に新たな産業と雇用を生み出しながら、2032年に売上高100億円を達成し、成長の果実は住まいを支える社員の処遇改善に還元します。

売上高100億円実現の目標と課題

実現目標

2032年に売上高100億円を達成する。

（2025年12月期24.9億円 → 年平均約22%成長）



課題

- ・新設住宅の減少という業界の変革期に、人口減少・少子高齢化・地域の過疎化が重なる
- ・職人とメンテナンスの担い手が減り、住宅を適切に維持・管理する環境（データ・リソース・相談窓口）が地域に無い
- ・業界のデジタル化が遅れ、住宅・顧客・履歴データの整備が不十分。
- ・悪質な訪問販売や模造品の横行を招いている
- ・当社は顧客が実物に触れて相談できる「場」を持たず、有形固定資産は総資産の0.3%。単価・成約率に天井がある
- ・地域の中小工務店も自社ショールームを持っていない

売上高100億円実現に向けた具体的措置

目指す成長手段

- ・全国各地に住まいの総合相談拠点（旗艦ショールームと地域サテライト）を新設。家具・建材・住宅設備の実物展示に加え、点検・メンテナンス、再エネ、保険、住宅ローン、防災・防犯、見守りまでを一つの窓口で相談できる場をつくる
- ・拠点を自社ショールームを持ってない地域の中小工務店に共同商談・入居手続きの会場として開放し、B2B2C需要を獲得
- ・導入500社超・登録90万世帯超の自社基盤「iecon」で住宅・顧客・履歴データを管理し、サービス提供者間で共有
- ・上記をフックに新規事業者からのシステム受注
- ・設備保証・損害保険・住宅ローンのクロスセル比率向上
- ・M&Aや採用による住宅関連リアルサービスの拡充でTAM拡大

実施体制

- ・代表取締役社長を責任者とする拠点開発プロジェクトを組成
- ・既存のフィールドサービス／インテリア部門からの配置転換及び新規採用により、拠点運営責任者・担当者を手配。
- ・パートナー事業（工務店ネットワーク）を専任組織化し、共同利用の受付・研修・施工品質の管理を担当。
- ・情報システム部門が「iecon」と拠点業務を連動させるシステムを構築・運用
- ・ガス会社・電力会社・ホームセンター・優良リフォーム会社等との提携により、取り扱うサービスを拡充。

100億円実現に向けた成長シナリオ

当社は住宅の「困りごと」を起点に、iPaaS事業とホームサービス事業に取り組んでいる。iPaaS事業では大手から中小工務店向けのシステム開発・保守を提供し、自社基盤「iecon」は導入500社超・登録90万世帯超に達する。ホームサービス事業では、リフォーム／インテリア（フィールドサービス）、家具等の住宅備品の販売、住宅ローン・損害保険（金融）の3つの収益源を持つ。1件目から複数回・複数商品の収益を得る構造であり、顧客接点を増やせば売上が積み上がる。

住宅の維持・管理を支える周辺産業（ホームサービス）の市場規模は、国内だけで約8兆円（設備機器1.9兆円、外壁等工事1.8兆円、その他の住宅工事1.4兆円、家具・インテリア等1.2兆円、火災・地震保険料7,700億円、家事サービス5,600億円ほか）。当社が現在取り込めているのはそのごく一部にすぎず、シェアを積み上げる余地は大きい。

アセットライト経営で成長してきた結果、有形固定資産は総資産の0.3%にとどまり、顧客が実物に触れて選べる「場」を持ててこなかった。インテリア・リフォームや家具などの住宅備品は実物の体験が意思決定を左右する商材であり、場の不在が単価と成約率の天井になっていた。同時に業界全体では、新設住宅の減少・職人の不足・地域の過疎化が進むなかで、住宅を適切に維持・管理するためのデータ・リソース・相談窓口が地域に整っておらず、悪質な訪問販売や模造品の横行を招いている。

旗艦ショールームと地域サテライト拠点を新設し、家具・建材・住宅設備を体感できる場をつくる。この拠点は単なる展示場ではなく、点検・メンテナンス、再エネ、保険、住宅ローン、防災・防犯、見守りまでを一つの窓口で相談できる「住まいの総合相談拠点」として運営し、ieconのデータ基盤と一体で動かす。さらに自社ショールームを持ってない地域の中小工務店に共同商談・入居手続きの会場として開放し、地方銀行・ガス会社・電力会社・ホームセンター・優良リフォーム会社と連携して地域のメンテナンスネットワークを構築する。自動車業界における車検と整備工場のように、住宅にも維持・管理の受け皿を全国につくることで、地域に新たな産業と雇用を生み出す。

【賃上げ】単価と1人当たり付加価値の向上を原資に、従業員1人当たり給与支給総額を引き上げる。

事業群別 売上高計画（億円）

