

報道関係各位

## LIFULL 社内シンクタンク「LIFULL HOME'S 総研」2024 年調査研究報告書

## 『STOCK &amp; RENOVATION 2024』 発刊

住宅購入もファスト化、タイパ・コスパを重視する消費者

2014 年から 10 年間にわたる日本の住まい・リノベーションを取り巻く変化が明らかに

事業を通して社会課題解決に取り組む株式会社 LIFULL（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：伊東祐司、東証プライム：2120、以下「LIFULL」）の社内シンクタンク「LIFULL HOME'S 総研」は、研究報告書『STOCK & RENOVATION 2024』を 2024 年 9 月 25 日に発刊しました。

LIFULL HOME'S 総研は、2014 年に既存住宅流通とリノベーション市場の実態を明らかにした調査研究『STOCK & RENOVATION 2014』を発表し、リノベーションによる既存住宅の流通活性化と、住まい選びでの住まい手の自由の拡張について提案しました。

この 10 年で「リノベーション」は言葉として広く知られるようになりましたが、総務省による「住宅土地統計調査」では全国の空き家数は 900 万戸、全住宅ストック数に占める空き家率はおよそ 14% に達し、野村総合研究所によると、今のトレンドが続けば、空き家数は早々に 1,000 万戸を突破し、2043 年には空き家率は約 25% に上昇する見込みと予測されています。今回の調査は前作からの 10 年後調査として、不動産市場の変化を整理することで現在地を改め、これからの市場やリノベーションの方向性や展望を示します。



## 【2024 年調査研究『STOCK &amp; RENOVATION 2024』】

## 5 年以内の住宅購入者／市場の変化のまとめ

## [ プロフィールの変化 ]

- 購入者の年齢層は上昇し、単身世帯、夫婦のみ世帯の割合が増加。
  - ・住宅取得費用が上昇し、購入者の世帯年収も上昇。

## [ 価値意識 ]

- 家を資産価値、もしくは災害などからの避難場所として考える人が増えた。同時に、家を交流の場、家族との思い出を刻む場として考える人が減少した。
- 「みんなが買っているような普通の家が一番住みやすい」という意識も強くなった。

## [ 取得住宅種類／リノベーションのシェア変化 ]

- 既存住宅が増加し、リノベーション物件も増えた。
  - ・ただし、増加したのは「リノベ済み物件にそのまま住む」パターン。
- 特にリノベ済み中古マンションが躍進。
  - ・「既存住宅を取得後にリノベーションをする」市場規模は 10 年前から停滞。

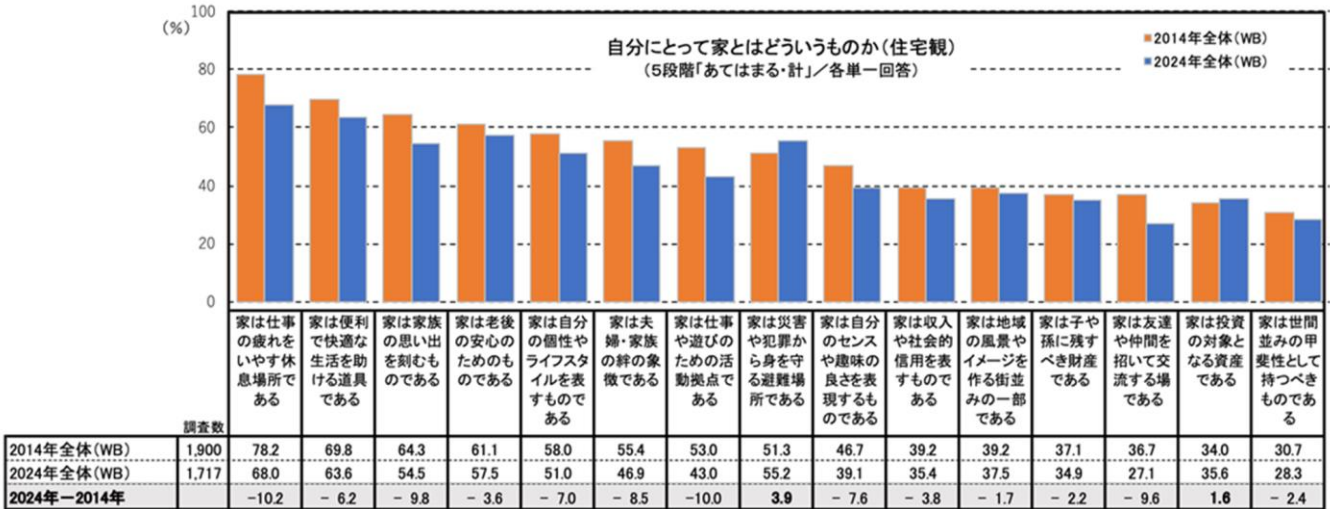
報告書ダウンロード URL : <https://www.homes.co.jp/souken/report/202409/>

■ 住宅購入者の価値観の変化：

5年以内の住宅購入者の住宅観（自分にとって家とはどういうものか）は、ほとんどの項目で回答が減少しています。「休息場所」や「活動拠点」のような利用価値も、「友だちや仲間を招いて交流する場所」のような社会性価値も、「家族の思い出を刻むもの」のような情緒的な価値も、「個性やライフスタイルを表すもの」のような自己表現価値も軒並みスコアが低下する中、スコアが上昇したのは「災害や犯罪から身を守る避難場所」と「投資の対象となる資産」の2項目だけでした。

それに伴って「家探しをしている時の考え方や気持ち」として尋ねた、希望する住まい方のイメージも希薄になっています。ここでもほとんどの項目がスコアを低下させる中、「みんなが買っているような普通の家」や「大きなメーカーや業者が作った家なら間違いがない」が伸びています。また、「家を買う費用は節約して家具や雑貨にお金を使って住まいを楽しみたい」「家選び・家づくりにあれこれ悩みや心配はしなくない」も伸びておりコスパ・タイパ志向も強くなっているようです。

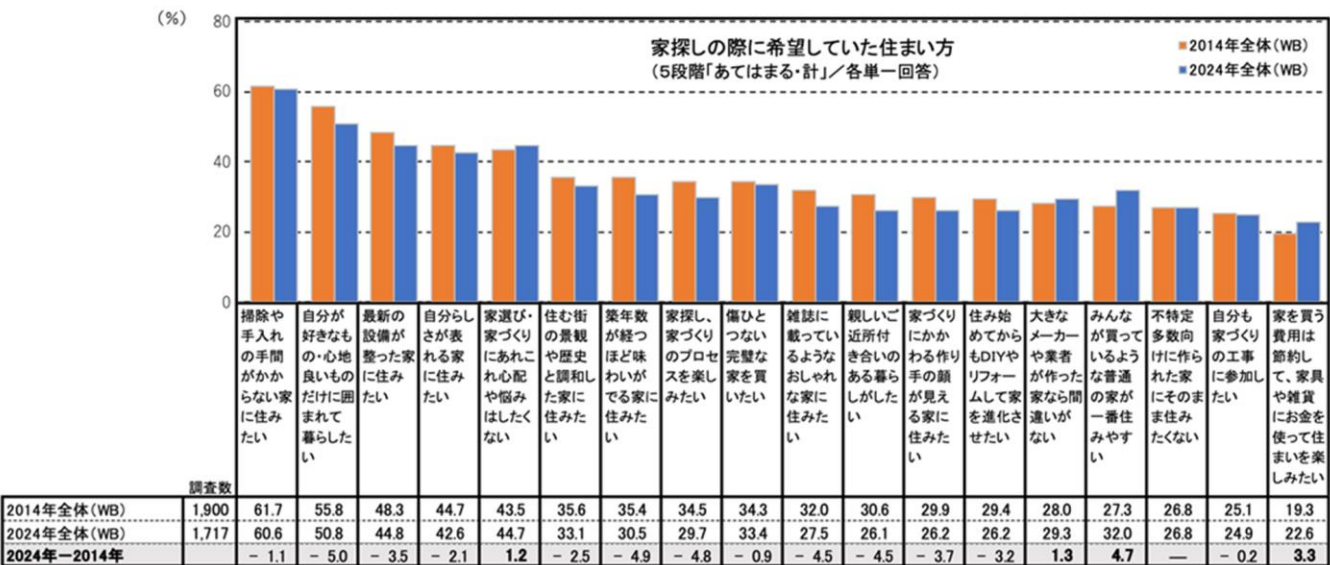
家とはどのようなものか(住宅観)：「あてはまる・計」一覧(住宅取得者/各単一回答)



LIFULL HOME'S総研『STOCK & RENOVATION 2024』



家探しをしている時の考え方や気持ち：「あてはまる・計」一覧(住宅取得者/各単一回答)

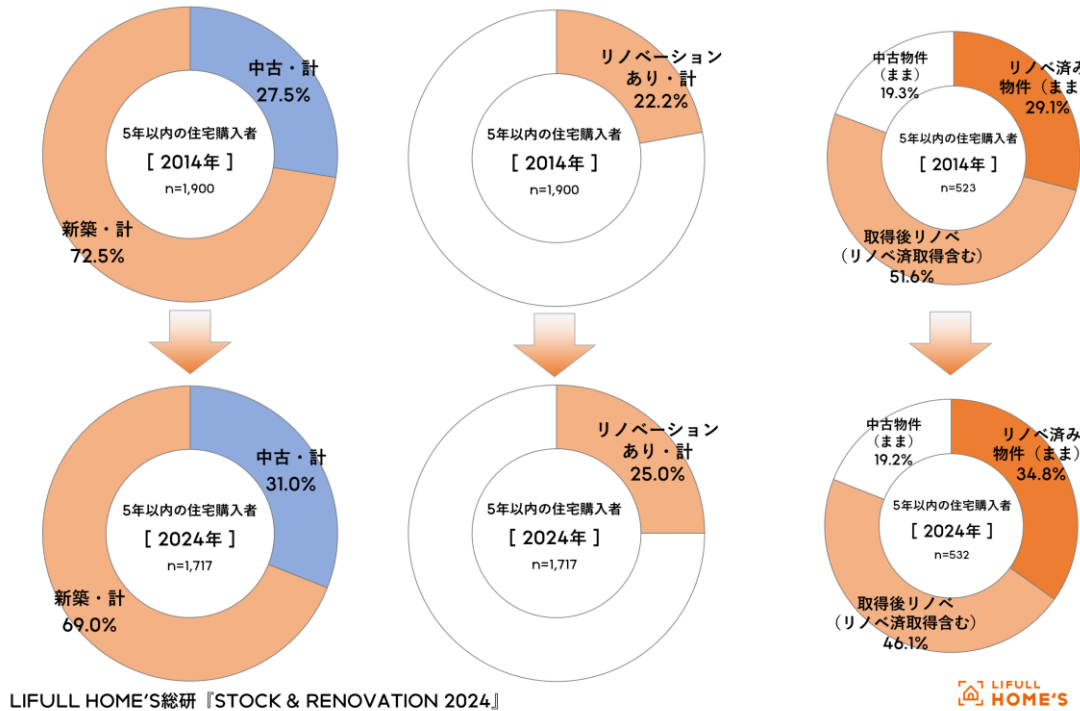


LIFULL HOME'S総研『STOCK & RENOVATION 2024』



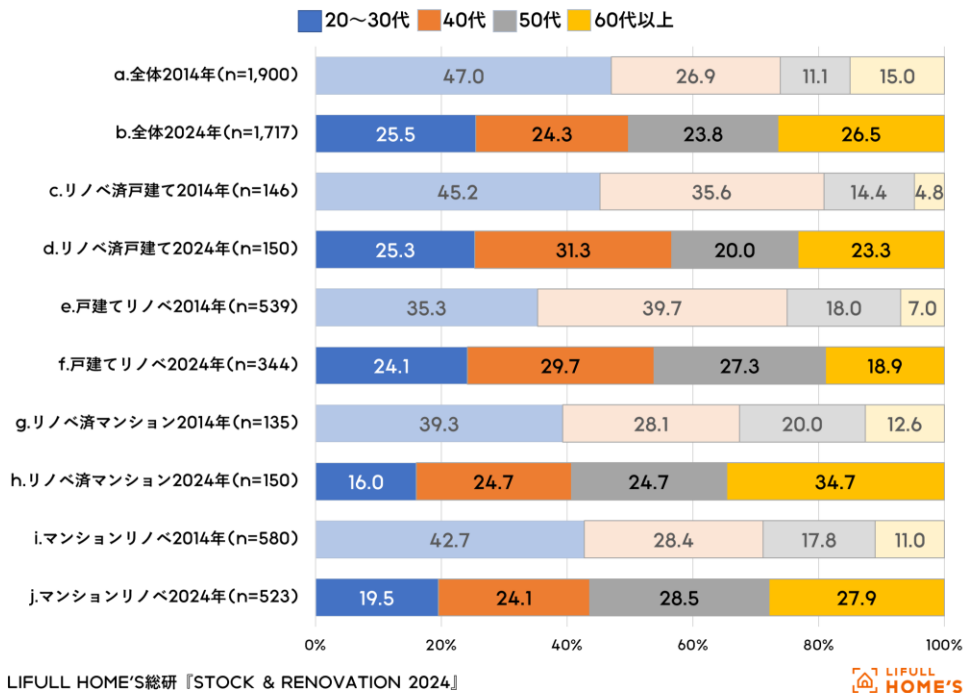
## ■ 住宅市場における既存住宅・リノベーションの市場シェア推移：リノベ済み物件が中古シフトを牽引

5年以内の住宅購入者全体において中古物件取得者の比率は3.5Pt上昇しています。なお、リノベ済み物件購入や購入後リノベーション実施などのタイミングに関わらず、何らかのリノベーション物件購入者（実施者）の比率も約3Pt上昇。この10年間で伸びたのは、リノベ済み物件を購入後そのまま住むパターン（「リノベ済み物件（まま）」）で、中古物件取得者ベースで約6Pt増加がみられる一方、「取得後リノベ（リノベ済み取得含む）」は同約6Ptの減少でした。



## ■ リノベーションユーザーの年齢構成：リノベ済みマンションを中心に50代以上のシェアが高まる

### リノベーションユーザーの年齢構成



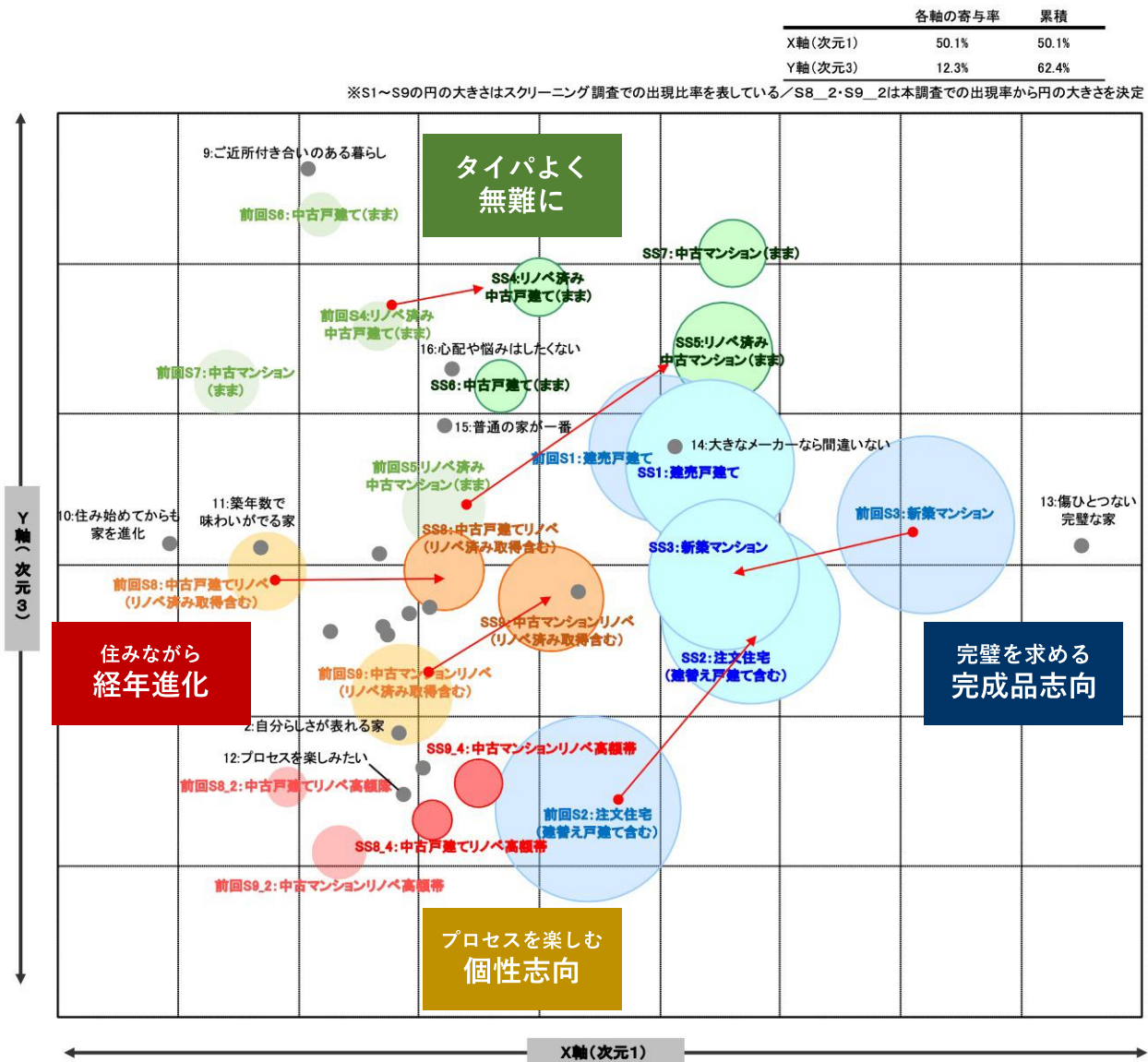
2014年から2024年では、住宅購入者のうち20代～30代の若年層の割合が減り50代以上の割合が増え、全体的な年齢層の上昇は国交省の「住宅市場動向調査」からも明らかな傾向で、リノベーションユーザーの傾向も全体市場と同様の傾向が見られます。「マンションリノベ」(i→j)は住宅市場全体の変化よりも中高年の割合が増える傾向が強く、特に「リノベ済マンション」(g→h)は、住宅市場全体の傾向を大きく上回るかたちで中高年のシェアが増えています。



リノベーションの 카테고리ごとに比べると「戸建て」(d, f) か「マンション」(h, j) かでは、マンションのほうが中高年の増え方が大きく、「リノベ済み」(d, h) か「取得後リノベ」(f, j) かでは戸建てでもマンションも、取得後のリノベよりもリノベ済み物件ほど 50 代以上の割合の増え方が大きい。

また、ユーザー層に占める 20~30 代の割合が減り、50 代以上の割合が増える傾向は、新築マンションでさらに顕著な変化で 2014 年の新築マンション購入者に占める 20~30 代の割合は 46% だったのに対して、2024 年調査では 17.0% まで減少し、50 代・60 代が倍増しています。年代別でクロス集計すると 20~30 代が建売戸建てを選んだ割合は 24.6% から 42.5% へ大幅に増え、新築マンションは 25.6% から 12.5% と大幅に減少しています。10 年で 20~30 代の若い層は価格が高騰するマンションから相対的に値ごろ感のあった建売戸建てを選択した状況がうかがえます。

## ■住まい選びの価値観マップ



「価値観マップ」は、住宅タイプ別の「家探しをしている時の考え方や気落ち」をコレスポンデンス分析し、住宅タイプと希望する住まい方のイメージの相関関係を 2 次元で表現したものの

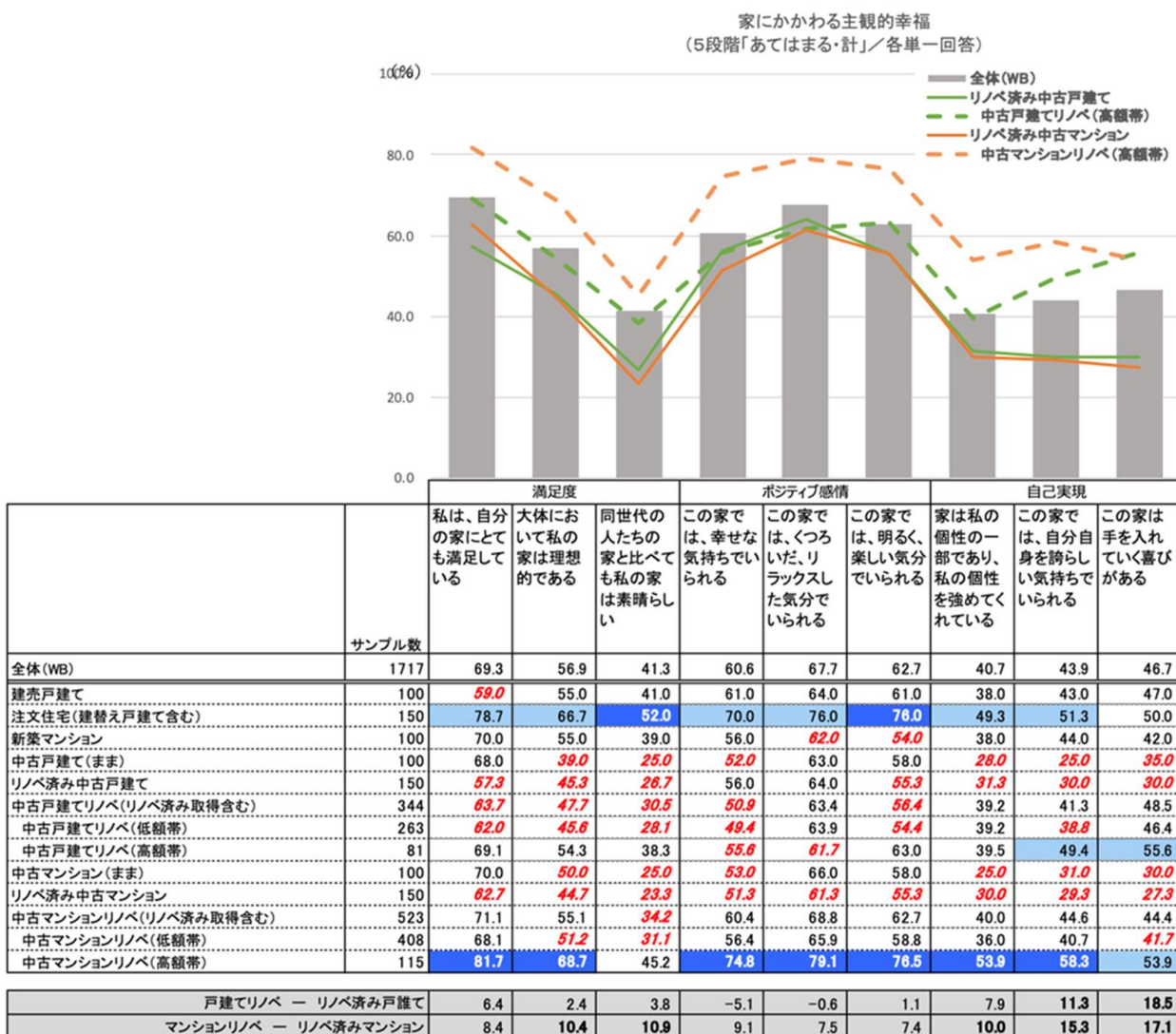
次元1では、「新築マンション」と「中古戸建てリノベ」、「中古マンションリノベ」が左右反対側に位置し、完成品としての「完璧さ」や「間違いのなさ」を求める心性と、住み始めてから進化させる「経年」への志向が現実的な取得物件に反映されていると考えられます。次元3では、上側の「普通の家が一番」「心配や悩みはしたくない」などの「無難」な方向に、「リノベ済み中古戸建て」や「リノベ済み中古マンション」、「中古戸建て(まま)」、「中古マンション(まま)」がプロットされているのに対し、「個性」や「プロセスの楽しさ」を求める下側には「中古マンションリノベ」が位置しています。同じリノベ物件でも「リノベ済み」は「無難」側にあり、「中古物件リノベ」は「個性」側にあります。

時系列の変化を組み合わせると、「注文住宅」を含むほとんどの住宅タイプが「完成品志向」「無難志向」の方向へシフトし、前回の「建売戸建て」の付近に集まっていることがわかります。これは「中古戸建てリノベ」、「中古マンションリノベ」も同じ傾向です。唯一「新築マンション」だけが「経年進化」側に動いていません。ところが、全体的な「完成品」シフトの中で「中古戸建てリノベ」の「高額帯」、「中古マンションリノベ」の「高額帯」は、前回の「プロセス」や「個性」を重視する位置からあまり動かず、もともと「注文住宅」があった位置に留まっています。ただし、これらの「高額帯」のボリュームは大きくなっていません。

### ■住宅タイプとウェルビーイング：高額帯のマンションリノベの幸福度は注文住宅をも上回る

「満足度」「ポジティブ感情」「自己実現（エウダイモニア）」の3次元で家に関わるウェルビーイングを測定したところ、住宅タイプ別にもっとも高かったのは「注文住宅」でした。10年前と比べて「注文住宅」のシェアは大きく低下していますが、建てた人の幸福度は完成品の分譲住宅に比べて優位性があります。リノベーションでは、戸建て、マンションとも「リノベ済み」の購入者よりも「取得後リノベ」のほうが、全体的にウェルビーイングが高くなる傾向が明らかです。出来合いの完成品を買うよりも自分で家づくりをしたほうが、ウェルビーイングの実感には効果的なようです。特にリノベ費用に600万円以上かけた「中古マンションリノベ（高額層）」のウェルビーイングはほとんどの項目において「注文住宅」をも上回っていて、かけたコストを考えるとコスバ（ウェルビーイング/コスト）の高い選択肢と言えるでしょう。

家にかかわる主観的幸福度(5段階「あてはまる・計」/各単一回答)



10pt ※「中古戸建てリノベ(リノベ済み取得含む)」の低額帯は「700万円未満」、高額帯は「700万円以上」。  
 5pt ※「中古マンションリノベ(リノベ済み取得含む)」の低額帯は「600万円未満」、高額帯は「600万円以上」。  
 -5pt

## ■中古住宅検討時の依頼先選定条件：ネットでの評判やメジャー感の重要性が高まる

本調査で住宅購入者のうち、中古戸建てリノベ（リノベ済み取得含む）層の依頼先選定条件で高い項目は、「信頼できる担当者だった」、「費用が割安だった」でしたが上位項目は、2014年と比較すると減少しています。時系列で伸びているのは「インターネット等で会社の評判が良かった」です。また、中古マンションリノベ（リノベ済み取得含む）層の依頼先選定条件をみると「信頼できる担当者だった」が約25%でトップ。時系列で伸びているのは、「インターネット等で会社の評判が良かった」、「雑誌などマスコミで紹介されていて有名な会社だった」、「大企業だから安心だった」などであったことから“ネットでの評判”や“メジャー感”が依頼先の決め手として有効になりつつあることがわかります。

順位	【中古戸建てリノベ検討時】依頼先選定条件 (n=344,MA)	2024年	2014年 差分(Pt)	順位	【中古マンションリノベ検討時】依頼先選定条件 (n=523,MA)	2024年	2014年 差分(Pt)
1	信頼できる担当者だった	23.8	-4.8	1	信頼できる担当者だった	24.9	-3.7
2	費用が割安だった	22.1	-9.3	2	友人・知人・口コミの評判が良かった	16.8	-5.3
3	友人・知人・口コミの評判が良かった	18.0	-6.5	3	物件探しからリフォーム・リノベーションを ワンストップで依頼できた	15.9	-0.1
4	見積りが明瞭でわかりやすかった	14.9	-3.3		費用が割安だった	15.9	-11.9
5	インターネット等で会社の評判が良かった	12.8	5.9	5	インターネット等で会社の評判が良かった	15.5	7.1
6	物件探しからリフォーム・リノベーションを ワンストップで依頼できた	11.9	1.1	6	見積りが明瞭でわかりやすかった	14.7	-0.6
7	過去の実績が豊富だった	10.5	0.3	7	過去の実績が豊富だった	11.5	-0.4
8	その他	9.3	-	8	大企業だから安心だった	10.7	3.6
9	雑誌などマスコミで紹介されていて 有名な会社だった	8.7	3.9	9	雑誌などマスコミで紹介されていて 有名な会社だった	9.9	4.7
10	施行の技術力が高いと思った	7.6	-2.8	10	その他	6.7	-4.0

LIFULL HOME'S総研『STOCK & RENOVATION 2024』



## ■リノベーション脱落理由：戸建て・マンションともに「(中古住宅の)性能不安」よりも「費用不安」「面倒さ」が上回る

本調査でリノベーションを検討したが購入に至らなかった方のリノベーション脱落理由について調べたところ、中古戸建てでの脱落理由は、「リフォーム・リノベーションするほど資金に余裕がなかったから」、「リフォーム・リノベーションにどの程度費用がかかるかわからなかったから」、「総費用が新築住宅と比べてあまり安くなかったから」などの、費用・資金面に関する理由が3割を超え、上位を占めています。「検討・判断することが多くて面倒に思えたから」、「希望している地域に良い物件がなかったから」、「中古住宅の物件価格が妥当なのか判断できなかったから」などが3割程度で続きます。

また、中古マンションでのリノベーション脱落理由は、「リフォーム・リノベーションするほど資金に余裕がなかったから」、「検討・判断することが多くて面倒に思えたから」、「希望している地域に良い物件がなかったから」などが3割前後で上位を占め、比率は2014年から増加しています。

戸建て、マンションともに「費用不安＝面倒さ＞(中古住宅の)性能不安」という傾向が強くなっています。

順位	【中古戸建て】リノベーション脱落理由 “あてはまる・計”(n=121,MA)	2024年	差分(Pt)	順位	【中古マンション】リノベーション脱落理由 “あてはまる・計”(n=115,MA)	2024年	差分(Pt)
1	リフォーム・リノベーションするほど 資金に余裕がなかったから	35.5	8.3	1	リフォーム・リノベーションするほど 資金に余裕がなかったから	31.3	4.0
2	リフォーム・リノベーションに どの程度費用がかかるかわからなかったから	35.5	7.0		検討・判断することが多くて面倒に思えたから	31.3	2.8
3	総費用が新築住宅と比べてあまり安くなかったから	31.4	4.2	3	希望している地域に良い中古物件がなかったから	29.6	3.4
4	検討・判断することが多くて面倒に思えたから	29.8	5.3	4	リフォーム・リノベーションにどの程度費用が かかるかわからなかったから	28.7	-1.0
	中古住宅の物件価格が妥当なのか 判断ができなかったから	29.8	2.6	5	中古住宅の物件価格が妥当なのか判断できなかつた から	27.8	-1.9
	希望している地域に良い中古物件がなかったから	29.8	-2.0	6	どの程度リフォーム・リノベーションができるか わからなかったから	27.0	6.1
7	中古住宅は耐震性など元の建物の性能が低そうだから	28.1	3.6	7	中古住宅はあと何年住めるか建物の寿命が不安だ つたから	25.2	-3.3
8	中古住宅には隠れた不具合がありそうだったから	27.3	0.8	8	総費用が新築住宅と比べてあまり安くなかったから	24.3	0.5
9	中古住宅はあと何年住めるか建物の寿命が不安だ つたから	24.8	-5.0	9	中古住宅には隠れた不具合がありそうだったから	23.5	-3.2
10	中古住宅には保証やアフターサービスがないから	24.0	6.8	10	良い業者の探し方選び方がわからなかったから	23.5	-5.6

LIFULL HOME'S総研『STOCK & RENOVATION 2024』





■中古住宅を購入してリフォーム・リノベーションすることに対する不安：中古への不安感は薄れつつあるが、「中古住宅はあと何年住めるか建物の寿命が不安」が依然トップ

今後 3 年以内の住宅取得意向のある方に「中古住宅を購入してリフォーム・リノベーションすることに対する不安」について尋ねたところ、「中古住宅はあと何年住めるか建物の寿命が不安」がトップでしたが、上位を占めている中古住宅の建物に対する不安に起因する項目は前回比で減少しています。その一方で、「不動産業者が信用できない」、「リフォーム・リノベーション業者が信用できない」といった業者に関する不安や「検討・判断することが多くて面倒そう」（面倒くささ）、「中古住宅を買ってリフォーム・リノベーションする手順がわからない」（理解不足）など、総じてリノベーションの手間に起因する不安が大きくなっていることが分かりました。

順位	中古住宅を購入してリフォーム・リノベーションすることに対する不安 (n=600, MA)	2024年	2014年 差分(Pt)	順位	中古住宅を購入してリフォーム・リノベーションすることに対する不安 (n=600, MA)	2024年	2014年 差分(Pt)
1	中古住宅はあと何年住めるか建物の寿命が不安	44.8	-6.2	11	総費用が新築住宅と比べてあまり安くなさそう	14.0	-2.8
2	中古住宅は耐震性など元の建物の性能が低そう	39.7	-3.1	12	中古住宅を買ってリフォーム・リノベーションする手順がわからない	12.8	3.0
3	中古住宅は隠れた不具合がありそう	39.2	-2.6	13	中古住宅やリフォーム・リノベーションは新築住宅よりも住宅ローンの条件が悪い	12.2	-0.1
4	中古住宅の物件価格が妥当なのか判断できない	24.8	-0.4	14	リフォーム・リノベーション業者が信用できない	11.5	3.3
5	リフォーム・リノベーションにどの程度費用がかかるかわからない	19.7	-0.3	15	不動産業社が信用できない	10.5	3.3
6	中古住宅には保証やアフターサービスがない	19.0	1.5	16	希望している地域に良い中古物件がなさそう	9.8	0.5
7	良い業者の探し方選び方がわからない	17.3	-3.5	17	リフォーム・リノベーションするほど資金に余裕がない	9.5	2.5
8	中古住宅は新築住宅よりも税制面で優遇・減税額が小さい	16.2	2.5	18	希望する内容のリフォーム・リノベーションができなさそう	7.3	0.1
9	どの程度リフォーム・リノベーションができるかわからない	15.2	1.5	19	リフォーム・リノベーション後の空間がイメージできない	7.2	1.7
10	検討・判断することが多くて面倒そう	15.0	3.0	20	家族や親が中古住宅に否定的	5.8	0.6

LIFULL HOME'S総研『STOCK & RENOVATION 2024』



< 調査概要 >

調査方法：インターネットリサーチ

調査時期：2024 年 6 月 7 日～6 月 17 日

調査対象：47 都道府県の県庁所在都市（東京の場合は 23 区）+ 政令指定都市に居住する 20 歳以上の男女（学生を除く）。5 年以内住宅取得者、もしくは 3 年以内に住宅取得を検討している者。

回収数：住宅取得者・計 1,717 / 取得意向者 600

ウェイトバック集計（WB 集計）を行っている。

※本調査研究で「リフォーム」と「リノベーション」定義の違いは考慮せず、既存住宅の改修を「リノベーション」として扱っています。既存の建物を再生するという目的に照らし、工事規模によって「リフォーム」と「リノベーション」の線引をすることは難しいため、調査では回答者に「リフォーム・リノベーション」という表記で質問しています。

■ LIFULL HOME'S 総研 所長 島原 万丈からのコメント

前作『STOCK & RENOVATION 2014』を発表して 10 年の間に、住宅不動産市場の環境は大きく様変わりしました。大規模な金融緩和によって都市部の不動産価格が一貫して上昇する中で建設も高騰し、特に新築マンションの価格も一般庶民には手を出しづらいところまで上昇し、供給も絞り込まれています。そんな中で既存住宅へのシフトが進みましたが、それを大きく牽引したのは買取再販物件であるリノベーション済みマンションです。リノベ済みマンションの市場規模は 1 兆円を超えるものと推計されます。一方で、中古マンションや中古戸建てを取得した後にリノベーションする請負系リノベの市場規模は、10 年前の調査で期待されたような伸びはなく停滞と言ってもいい状況です。



この要因として、不動産価格と工事費の高騰でリノベーションする予算が圧迫されている状況があります。それ

ともう一つ、住まいに対するこだわりの低下も大きいように思います。コスパ主義・タイパ主義という言葉に象徴される合理化志向の波が住生活の領域にも押し寄せているのか、「住まいのファスト化」とでも言うべき状況が住宅購入者の価値観の変化に表れています。そんな中でも既存住宅をオーダーメイドでリノベーションした層は、新築分譲住宅やリノベ済み住宅など完成品を購入した層よりも、住まいに関わるウェルビーイングが高いという分析結果が得られました。特に、リノベーションで家に自分らしさを表現することが、家による自己実現の実感にとっても効果的です。住宅不動産市場のコストトレンドはこの先も大きく変わることはないでしょう。中古シフトはこれからが本番です。日本の住まいの幸福を高めるためには、買取再販事業者においても請負系事業者においても、リノベーションをより一層進化させていく必要があります。

#### <プロフィール>

1989年株式会社リクルート入社。2005年よりリクルート住宅総研。2013年3月同社を退社後、同年株式会社LIFULL（旧株式会社ネクスト）でLIFULL HOME'S 総研所長に就任。一般社団法人リノベーション協議会設立発起人・エグゼクティブアドバイザー、リノベーション・オブ・ザ・イヤー審査委員長。東京大学大学院非常勤講師、内閣府地方創生推進アドバイザーほか、国土交通省、地方自治体、業界団体の各種アドバイザー・委員を歴任。主な著書に『本当に住んで幸せな街 全国官能都市ランキング』（光文社新書）がある。

#### ▼ これまでの報告書 ※（）内は発行年

- ・STOCK & RENOVATION 2014（2014）
- ・Sensuous City [官能都市] - 身体で経験する都市；センシュアス・シティ・ランキング（2015）
- ・寛容社会 多文化共生のために<住>ができること（2017）
- ・住宅幸福論 Episode1 - 住まいの幸福を疑え（2018）
- ・住宅幸福論 Episode2 幸福の国の住まい方（2019）
- ・住宅幸福論 Episode3 ひとり暮らしの時代（2020）
- ・地方創生のファクターX ～寛容と幸福の地方論～（2021）
- ・“遊び”からの地方創生 ～寛容と幸福の地方論 Part2～（2022）
- ・地方創生の希望格差 ～寛容と幸福の地方論 Part3～（2023）

※すべての報告書は、LIFULL HOME'S 総研の公式サイトよりダウンロードいただけます。

<https://www.homes.co.jp/souken/report/>

#### ■『STOCK & RENOVATION 2024』の概要

A4版 フルカラー272ページ

目次：

##### 0. PROLOGUE

- ・巻頭エッセイ「暮らしにマニュアルミッションの喜びを」
- ・本報告書の狙いと問題意識  
島原 万丈（LIFULL HOME'S 総研 所長）

##### 1. INTRODUCTION

- [1] 日本の住まいを取り巻く社会の変化 2014→2024  
島原万丈（LIFULL HOME'S 総研 所長）
- [2] 社会背景の整理：住宅政策と住宅市場のこの10年  
渋谷雄大（『LIFULL HOME'S PRESS』編集部）
- [3] 家の寿命  
清水千弘（一橋大学大学院ソーシャル・データサイエンス研究科教授）

##### 2. SURVEY DATA ANALYSIS

LIFULL HOME'S 総研 アンケート調査分析

- [1] 住宅購入とリノベーションに関する調査 2024 -リノベーションユーザーの価値観と行動  
橋口理文（株式会社 ディ・プラス）
- [2] リノベーションと住まいの幸せ



有馬雄祐（九州大学大学院人間環境学研究院都市・建築学部門助教）

### 3. FEATURE REPORT

リノベーション・クロニクル 2014-2024

[寄稿] リノベーション専門紙『relife+』が読み解く、令和の暮らし×リノベーション

君島喜美子（株式会社扶桑社『relife+（リライフプラス）』編集長）

[論考] リノベーション・オブ・ザ・イヤーの10年

島原万丈（LIFULL HOME'S 総研 所長）

[取材レポート] 2014-2024年 事業者が見たリノベーション業界「10年の変化とこれから」

中川寛子（株式会社東京情報堂・ライター）

[インタビュー] インспекターが見た既存住宅とリノベーションの10年

既存住宅流通マーケットの“いま”と“未来にあるもの”

大西倫加（株式会社さくら事務所・らくだ不動産株式会社代表取締役社長）

<聞き手> 島原万丈（LIFULL HOME'S 総研 所長）

[座談会] パイオニアたちが見たこの10年と2034年への展望

リノベーションはどこへ向かうのか2024

内山博文（u.company 株式会社代表取締役・一般社団法人リノベーション協議会会長）

馬場正尊（株式会社Open A 代表取締役・東北芸術工科大学教授）

石井 健（株式会社ブルースタジオ執行役員・クリエイティブディレクター）

池本洋一（株式会社リクルート SUUMO 編集長 兼 SUUMO リサーチセンター長）

<聞き手> 島原万丈（LIFULL HOME'S 総研 所長）

### 4. CONCLUSION

・終章

2024年、リノベーション住宅の現在地 一と、今後に向けて

島原万丈（LIFULL HOME'S 総研 所長）

**本報告書は希望される方に無料(※)で進呈いたします。（無くなり次第終了）**

**ご希望の方は LIFULL HOME'S 総研の公式サイトよりお申込みください。また、同サイトにて PDF 版のダウンロードも可能です。**

※送料のみ着払い・宅配便にてご負担をお願いいたします。

LIFULL HOME'S 総研公式サイト：<http://www.homes.co.jp/souken/>

#### ■ 株式会社 LIFULL について（東証プライム：2120、URL：<https://lifull.com/>）

LIFULL は「あらゆる LIFE を、FULL に。」をコーポレートメッセージに掲げ、個人が抱える課題から、その先にある世の中の課題まで、安心と喜びをさまたげる社会課題を、事業を通して解決していくことを目指すソーシャルエンタープライズです。現在はグループとして約 60 の国と地域でサービスを提供しており、主要サービスである不動産・住宅情報サービス「LIFULL HOME'S」をはじめ、空き家の再生を軸とした「LIFULL 地方創生」、シニアの暮らしに寄り添う「LIFULL 介護」など、この世界の一人ひとりの暮らし・人生が安心と喜びで満たされる社会の実現を目指し、さまざまな領域に事業拡大しています。