
「一生住むつもり」で家を買った40代は5人に1人。年収1,000万円超では 61.3%が住み替え前提 | カウカモ 20代と40代の住宅購入意識調査

住みたい家に予算や資金計画を合わせる20代は、40代の2.2倍。

金利上昇下でも20代の58.0%が住宅購入の意思

中古・リノベーション住宅の流通プラットフォーム「cowcamo（カウカモ）」（<https://cowcamo.jp/>）を運営する株式会社ツクルバ（所在地：東京都渋谷区、代表取締役CEO：野村 駿太郎、以下「ツクルバ」）は、物件価格の高騰や金利上昇など市況が変わるなか、これから購入を迎える世代とすでに購入を経験した世代で、住まいへの向き合い方がどう異なるのかを明らかにするため、首都圏在住の①住宅購入経験のない22～30歳の男女／②住宅購入経験のある40～45歳の男女1,016人を対象に、「市況変化に伴う世代間の住宅購入の意識と『住み替え』」に関する実態調査を行いました。

調査の結果、世代や住宅購入経験を問わず「一生同じ家に住み続ける」という従来の価値観が薄れつつあることがわかりました。

また、2026年6月の金利引き上げ後も、22～30歳の未購入層の6割弱が住宅購入の意思を持っていることがわかりました。



20代と40代の住宅購入意識調査



「一生住むつもり」で買った40代は5人に1人



金利上昇下でも20代の58.0%に購入の意思

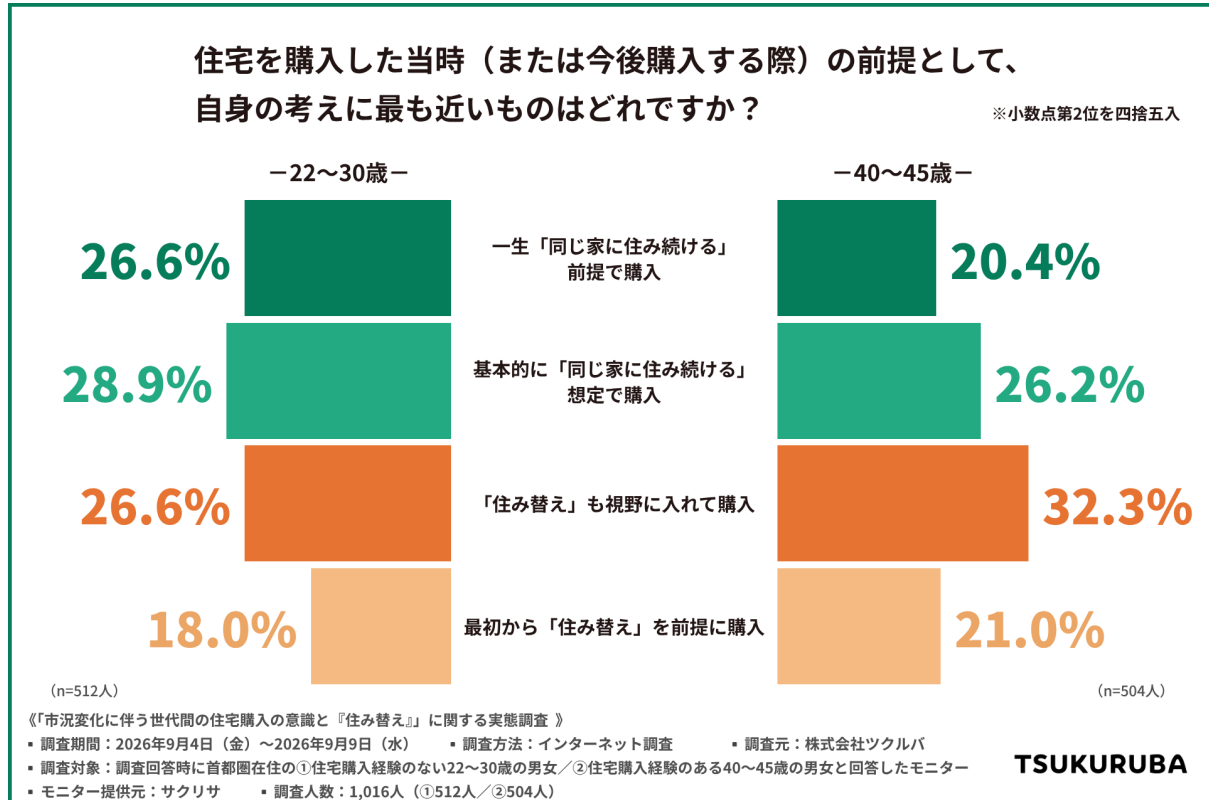


調査サマリー

- 世代を問わず「住み替え」が前提に。22～30歳の4割超、40～45歳の半数超が将来の住み替えを視野に入れている。「一生同じ家に住み続ける前提で購入」は40～45歳で20.4%にとどまり、まだ買っていない22～30歳（26.6%）を下回った。
- 年収別に見ると、300～450万円未満で38.8%、1,000万円以上は61.3%が「住み替え」を前提・視野に。年収1,000万円以上の層では「将来的な資産としての活用」を住み替えの理由に挙げる割合も他の層より高い。
- 40～45歳の購入経験層は、住み替えの理由として「老後はコンパクトで利便性の高い家に移りたい」（18.0%）「将来の資産として活用」（28.4%）を挙げる割合が22～30歳（9.2%／21.1%）を上回り、長期的な視点から住み替えを捉えている。
- 22～30歳の8人に1人（12.5%）がローン・資金計画で「欲しい物件ありきの資金設定」を優先し、40～45歳（5.6%）の2.2倍。住みたい家を起点に、その家をどう買うかを考える層が上の世代より目立つ結果となった。
- ローンの組み方について、**22～30歳の約半数が「ペアローン・収入合算」**を前提と回答。中古物件を視野に入れる割合が40代より多い。

世代・年収を問わず、住み替えが前提に。世代を超えて広がる “脱・定住”

はじめに、年代や実際の購入経験により、定住に対する意識にどのような違いがあるのでしょうか。



「住宅を購入した当時（または今後購入する際）の前提として、自身の考えに最も近いもの」について尋ねたところ、**22～30歳の未購入層では44.6%、40～45歳の購入経験層では53.3%が、「住み替え」を前提または視野に入れて購入すると回答しました。**

一方で『一生「同じ家に住み続ける」前提で購入』との回答は、22～30歳の26.6%に対し、40～45歳では20.4%にとどまりました。実際に購入を経験した層のほうが、定住を前提としていた割合が低い結果となっています。

購入前の段階では「マイホーム＝定住」という従来型のイメージが先行しやすい一方、実際の購入時には、将来を見据えてあらかじめ柔軟な選択肢を持たせている様子がうかがえます。

こうした傾向は、年収層を問わず共通して見られます。ただしその割合には幅があり、同じ設問を年収別に見ると、年収300～450万円未満では38.8%、年収1,000万円以上では61.3%と、22.5ポイントの差がありました。

個人年収	「住み替え」を前提・視野に
300～450万円未満	38.8%
450～600万円未満	52.4%
600～750万円未満	48.9%
750～900万円未満	50.4%
900～1,000万円未満	58.3%
1,000万円以上	61.3%

また、年収別で「住み替えを考える理由」を尋ねたところ、年収1,000万円以上の層では「将来的な資産としての活用」が他の層より上位にあげられました。住み替えは一部の高年収層に限った選択ではなく、幅広い層に共通する前提になりつつある一方で、資金的なゆとりがある層ほど「資産価値」を意識している姿勢が見て取れます。

40～45歳の購入経験層を購入時期別に見ると、購入時に「住み替え」を前提・視野に入っていた割合は、2012年以前の購入層で36.5%にとどまっていたのに対し、2013～2019年では55.8%、2020～2022年では59.6%と約6割に増加しています。近年購入された方ほど、当初より住み替えを想定していたことになります。

購入時期	「住み替え」を前提・視野に
2012年以前	36.5%
2013～2019年	55.8%
2020～2022年	59.6%

※購入当時を振り返ってお答えいただいた回答です

さらに、40～45歳の購入経験層に「住宅を購入した当時と比べて、『同じ家に住み続ける』という考え方に変化はあったか」と尋ねたところ、半数以上が『状況次第で「住み替

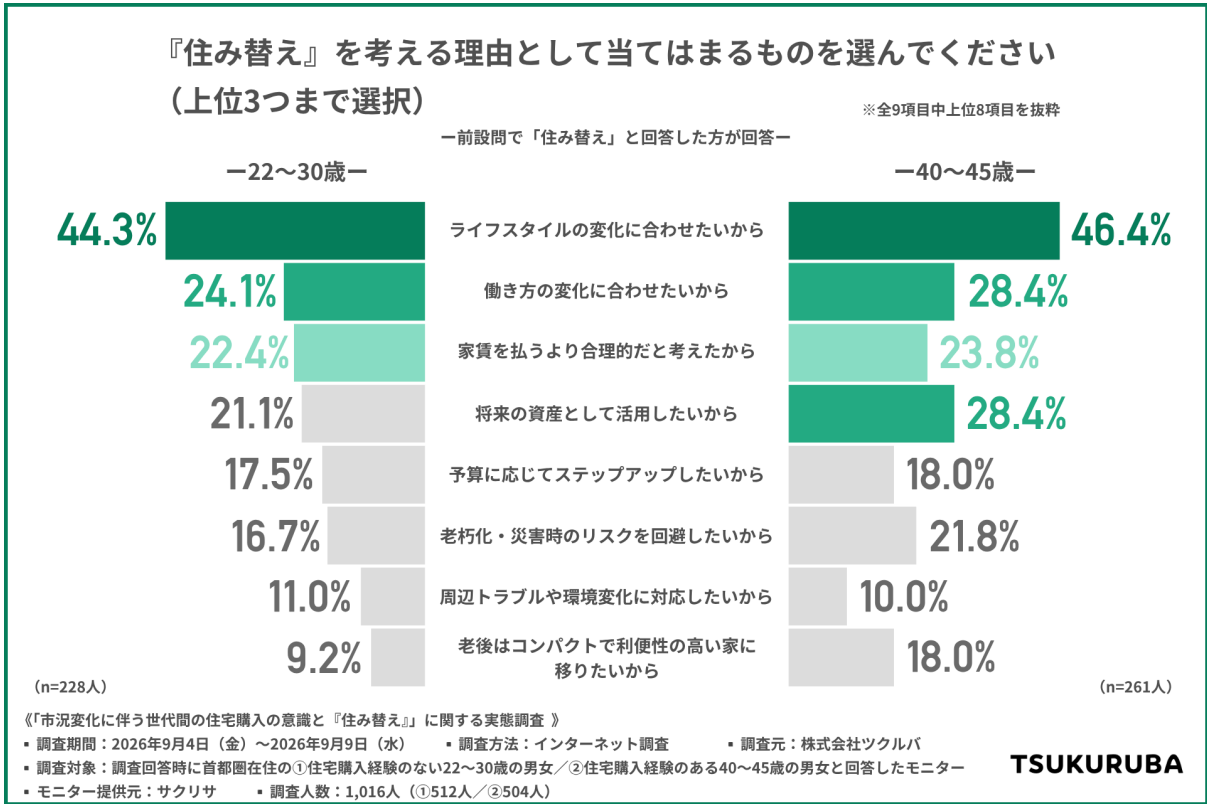
え」を検討したい（46.4%）』『すでに「住み替え」を検討中（5.4%）』と回答しています。

購入当時「同じ家に住み続ける」つもりだった方のうち、3割が現在は住み替えを検討しており、とりわけ『基本的に「同じ家に住み続ける」想定』だった層では、4割以上が住み替え検討へと意識が変化しています。

一方、『一生住み続ける前提』で購入された方は、約9割が現在も考えを維持しています。購入時に「見直しの余地」を残していた層ほど、実際の暮らしの変化に合わせて住まいに対する価値観が段階的に更新されている状況が示されています。

住み替えを考える理由、1位は両世代とも「ライフスタイルの変化」。差がついたのは「資産」と「老後」

続いて、世代によって「住み替え」に期待する要素がどう変化するかを調査しました。



22～30歳の未購入層で「住み替え」を前提・視野に入れて住宅を購入したいと回答した方と、40～45歳の購入経験層で「住み替え」を検討したい・すでに検討中と回答した方に、「『住み替え』を考える理由」を尋ねたところ、両世代ともに『ライフスタイルの変化に合わせたいから』が最多となりました。

一方で、長期的な視点に関わる項目では顕著な差が表れています。『老後はコンパクトで利便性の高い家に移りたいから』は40～45歳が18.0%、22～30歳が9.2%と約2倍の開きがあり、『将来の資産として活用したいから』も40～45歳の28.4%に対し、22～30歳は21.1%となりました。

すでに購入を経験した世代は、住み替えを「資産活用」や「老後対策」といった中長期的なライフプランの一環として捉えていると推測されます。

22～30歳の8人に1人は「欲しい物件ありき」で資金を組む。

40代の2.2倍

次に、購入検討層（22～30歳）の選定基準を分析しました。

昨今の住宅価格高騰や金利上昇ニュースへの意識を聞いたところ、「住宅購入にあまり興味がない（32.8%）」が最多となったものの、内訳を見ると異なる傾向が浮かび上がります。

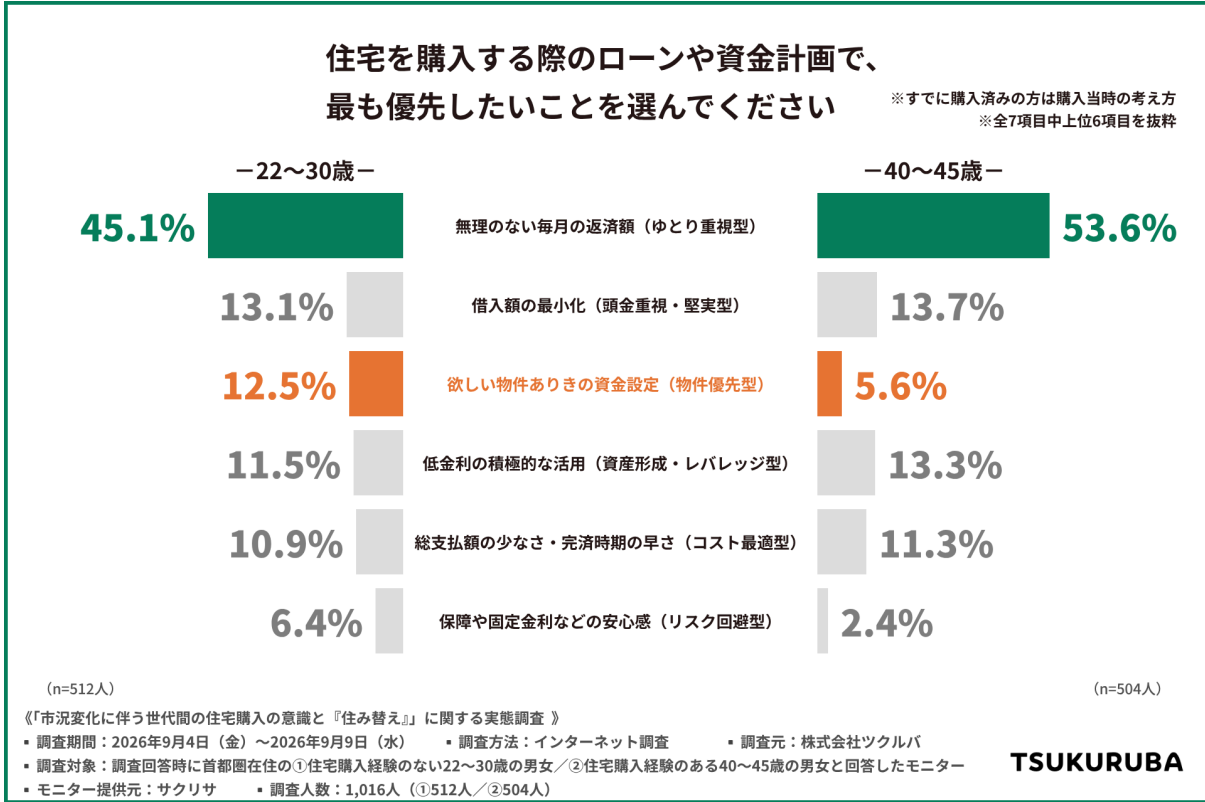
「価格高騰前に購入したい（14.8%）」「価格低下を待ちたい（19.5%）」「金利上昇の落ち着きを待ちたい（13.9%）」といった「時期」を窺う回答が計48.2%を占め、「タイミングを逃した（9.8%）」を合わせると、約6割（58.0%）が購入を自分事として捉えています。

明確に見送りを表明したのは「ローン返済への不安（8.6%）」にとどまりました。

22～30歳の回答	割合
「いつ買うか」を考えている (下がるまで待ちたい19.5%／早く購入したい14.8%／金利が落ち着くまで待ちたい13.9%)	48.2%
タイミングを逃したと感じている	9.8%

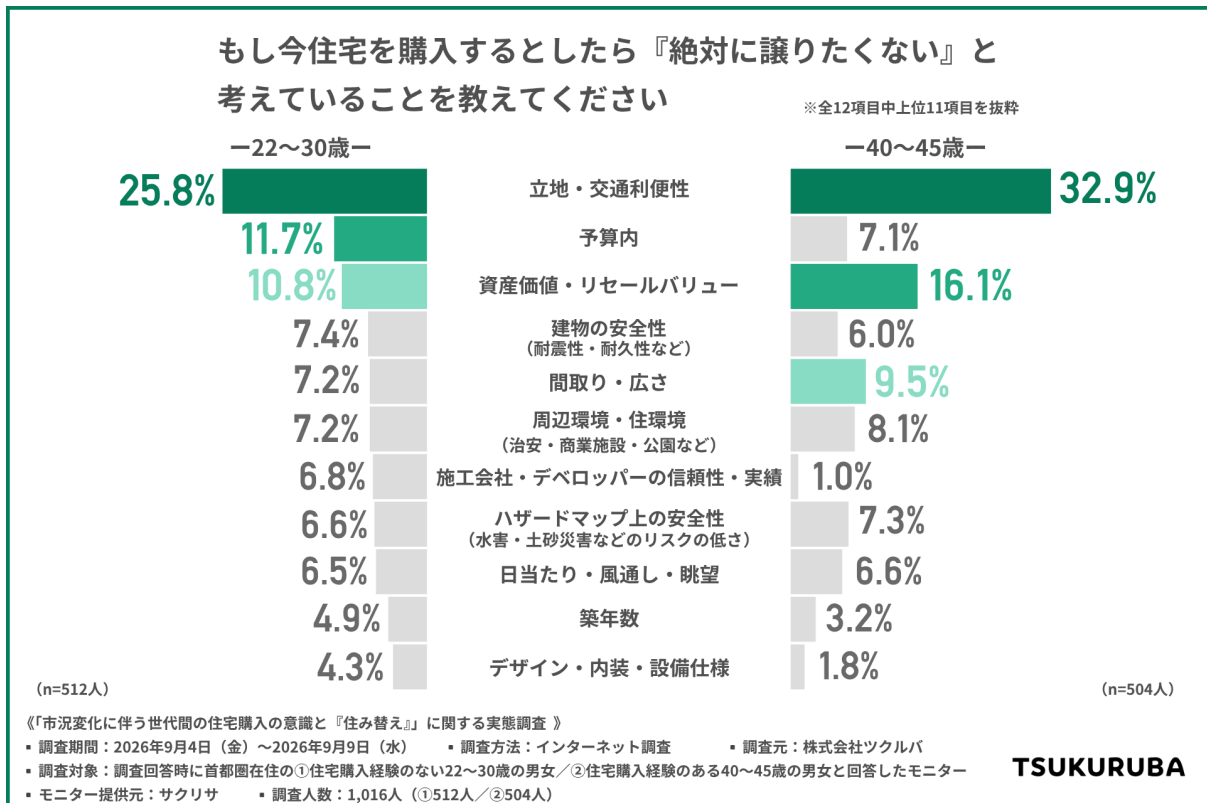
返済が不安で、購入を見送りたい	8.6%
住宅購入にあまり興味がない	32.8%

では、その層はどのような基準で住まいを選ぼうとしているのでしょうか。



「住宅を購入する際のローンや資金計画で、最も優先したいこと」を尋ねたところ、両世代ともに『無理のない毎月の返済額（ゆとり重視型）』が最多となりました。ただしその割合は22～30歳が45.1%、40～45歳が53.6%と、8.5ポイントの差が生じています。

さらに注目したいのが『欲しい物件ありきの資金設定（物件優先型）』です。22～30歳では12.5%と8人に1人が選んでおり、40～45歳の5.6%に対して2.2倍の開きがありました。少数派ではあるものの、予算から逆算して物件を絞り込むのではなく、住みたい住まいを起点に資金計画を立てる層が、若年層においてより顕著であることがわかります。



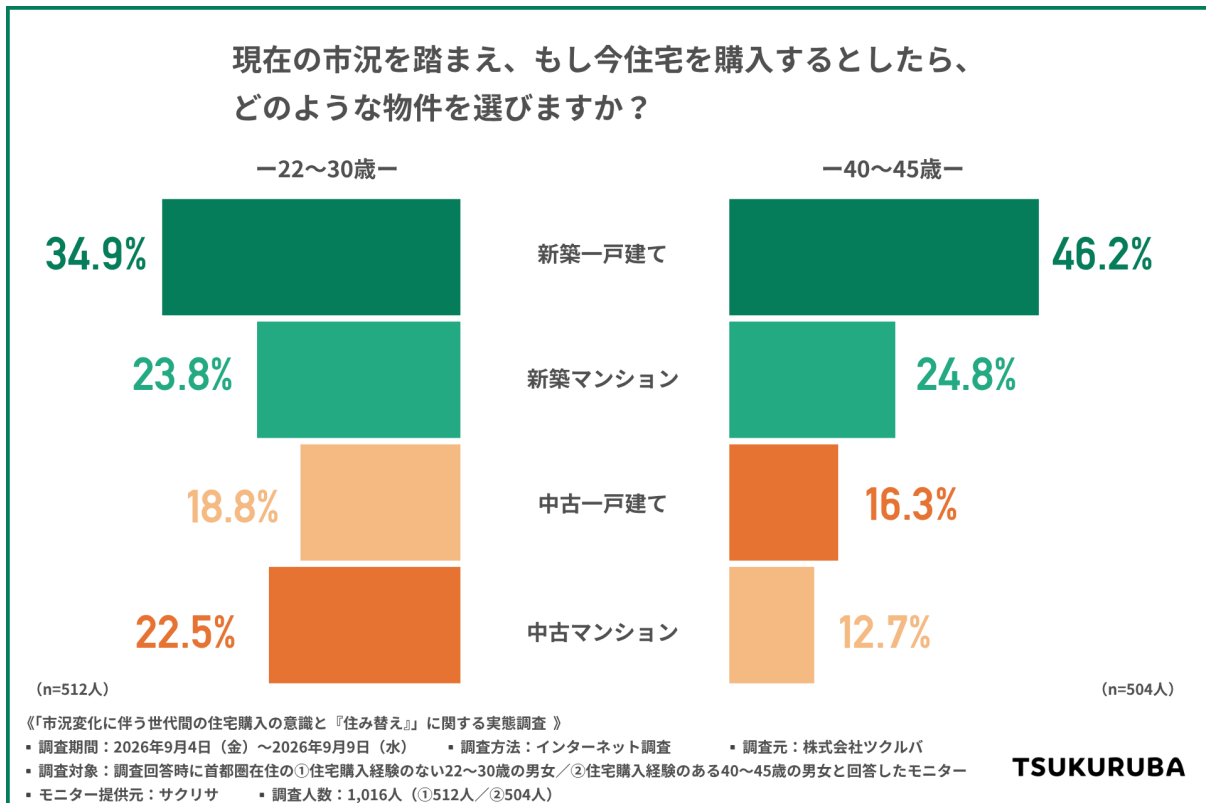
この傾向は「絶対に譲れない条件」にも顕著です。『デザイン・内装・設備仕様』を挙げた割合は22～30歳が4.3%、40～45歳が1.8%でした。一方で『資産価値・リセールバリュー』は22～30歳が10.7%、40～45歳が16.1%と逆転の傾向を見せています。

立地や予算といった現実的な条件を重視しつつも、40～45歳が「資産性」をより意識するのに対し、22～30歳では「デザインや自分らしい空間づくり」にこだわる層が一定数見受けられます。

同じく住み替えを前提としながらも、世代によってその評価軸には違いが現れています。

22～30歳の4割以上が「中古物件」を視野に。広がるリノベという選択

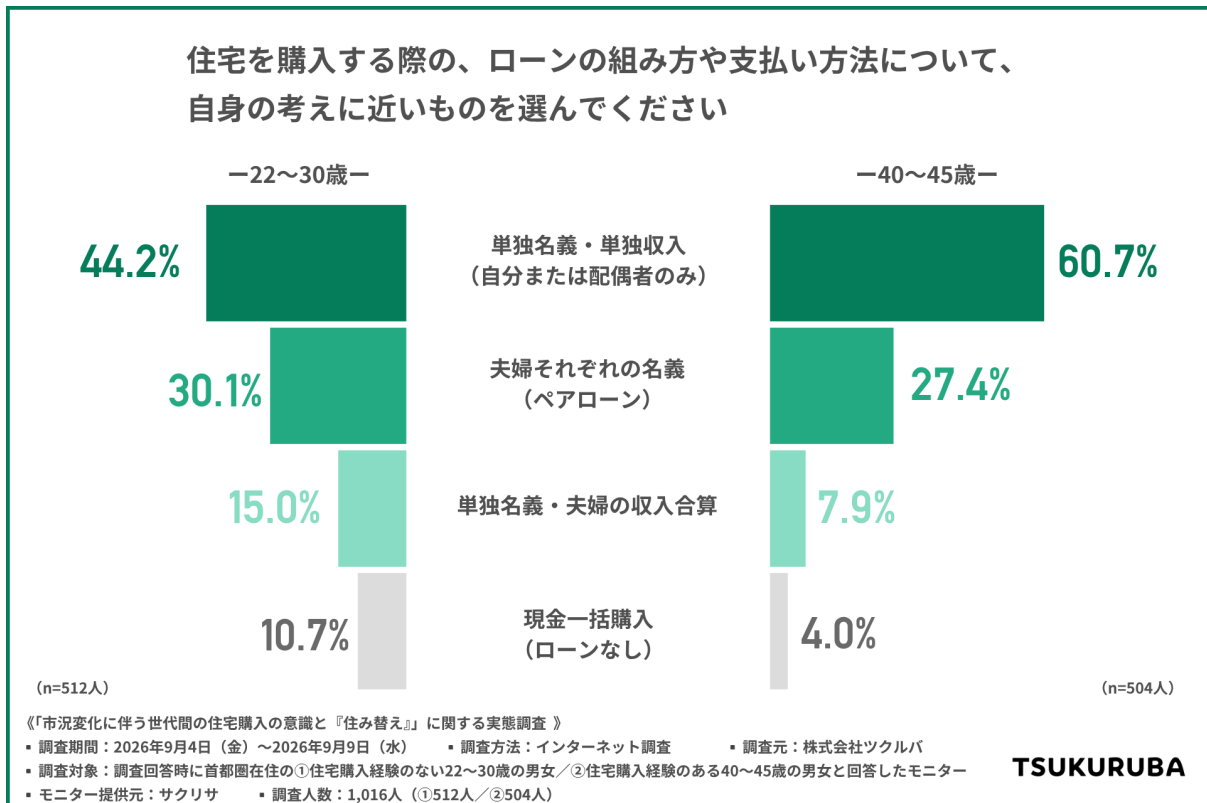
こうした「暮らしの質」を重視した住まい選びは、具体的な物件カテゴリの選定にも反映されています。



「現在の市況を踏まえ、もし今住宅を購入するとしたらどのような物件を選ぶか」との設問では、両世代ともに新築志向が根強いものの、40～45歳の購入経験層では新築・中古を問わず「戸建て」への強い意向が確認されました。

一方で22～30歳の未購入層では中古物件への関心が高く、特に戸建てよりも「中古マンション」を支持する割合が上回っており、中古住宅の活用が現実的な選択肢として支持を集めている様子が窺えます。

では、資金計画の要となるローンの組み方については世代間でどのような違いがあるのでしょうか。



「住宅を購入する際のローンの組み方や支払い方法について、自身の考えに近いもの（または実際に行った方法）」を聞いたところ、いずれの世代も単独での借入・返済が主流である一方、22～30歳の未購入層ではペアローンや収入合算を前提とする回答が約半数を占めました。

40～45歳層と比較して、若年層ほど世帯全体の収入を活用して柔軟に資金計画を立てる志向が強いことが示されています。

これは共働き世帯の定着に加え、物件価格の上昇に伴い、単独収入のみでは求める条件の維持が難しくなっている背景が反映されていると考えられます。

まとめ：「一生モノ」から「見直すもの」へ。世代で分かれた住み替えの動機

本調査により、世代や購入経験を問わず「一生同じ家に住み続ける」という定住志向が変化しつつある実態が浮き彫りとなりました。22～30歳の未購入層で4割超、40～45歳の購入経験層では半数超が「住み替え」を視野に入れており、年収1,000万円以上の層では6割以上にのぼります。

40～45歳層においては、当初「定住」を想定していた層の3割が現在は住み替えを検討しています。また購入時期が直近であるほど当初から住み替えを視野に入れる割合が高く、暮らしに合わせて住まいを再考する考え方が広がっています。

一方で、住み替えの動機には世代間ギャップが認められます。**40～45歳の購入経験層が「資産活用」や「老後の利便性」といった長期的な視点を重視するのに対し、22～30歳層では「欲しい物件起点での資金設定」やデザインなどの住み心地を優先する傾向が見られました。**若年層ほど、現在の暮らしの質を高める手段として柔軟に住宅を捉える意識が広がりつつあるようです。

中古・リノベーション物件の需要拡大は、こうした合理的な選択の表れと言えます。住宅購入は「永住の決定」から、ライフステージの変化に応じて最適化する「プロセスの選択」へと進化を遂げています。

■姉妹サービス cowcamo（カウカモ）について

cowcamo（カウカモ）は、「『一点もの』の住まいに出会おう。」をコンセプトにした、中古・リノベーション住宅の流通プラットフォームです。暮らしを妄想しながら好みの物件を楽しく探せるメディア、物件の売買やリノベーションを支援するエージェントサービスによって、中古・リノベーション住宅の「探す」「買う」「つくる」「売る・住み替える」まで一気通貫でサポートしています。“叶えたい暮らし”は十人十色。一人ひとりが、自分らしい暮らしを手に入れ、幸せに暮らしている。そんな世界を実現するサービスです。

cowcamo（カウカモ）：<https://cowcamo.jp/>

お問い合わせURL：<https://cowcamo.jp/contact>

株式会社ツクルバ

「住まいの『もつ』を自由に。『かえる』を何度でも。」というVISIONのもと、住宅流通構造を顧客本位に変革するための事業を行っています。デザインとテクノロジーをかけあわせることで、住まいを人生の制約から、可能性を広げる選択肢へと進化させ、誰もが個性豊かな理想の暮らしを叶えられる社会の実現を目指します。

<https://tsukuruba.com/>

TSUKURUBA

会社名：株式会社ツクルバ（東証グロース 証券コード：2978）

所在地：東京都渋谷区恵比寿4-3-14 恵比寿SSビル 7F

設立：2011年8月

代表者：代表取締役CEO 野村 駿太郎

事業内容：中古・リノベーション住宅のマーケットプレイス型の流通プラットフォーム「cowcamo（カウカモ）」（<https://cowcamo.jp/>）の企画・開発・運営、家売りたい人と買いたい人のマッチングサービス「ウルカモ」（<https://cowcamo.jp/urucamo/>）の企画・開発・運営など