

報道関係者各位

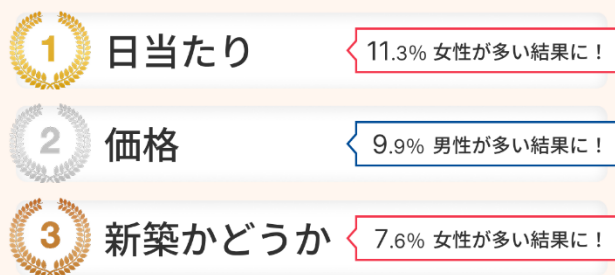
【パワーカップルの住まい選びに関する調査】
パワーカップルの住宅購入、男性は『価格』重視、女性は『日当たり』重視
マイホーム購入後、妻は夫より約 20%多く“後悔”している結果に

関東・関西の都市部で高品質なリノベーションマンションを提供するグローバルベース株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:寺田 隆、以下、「グローバルベース」)は、東京 23 区内にお住まいのマイホームを所有する 20～50代男女 600 名(パワーカップル 259 名/ミドル層 341 名)を対象に、「住まい選びに関する調査」を実施しました。

マイホーム購入時に 重視したポイントランキング



男女差が大きいランキング

**【実施に至った背景】**

近年、都市部を中心に住宅価格の高騰が続く中で、自分好みの内装につくり変える“オーダーリノベーション”が注目されています。国土交通省も「中古物件+リノベーション、またはリフォーム」の市場を 2023 年の時点で 12.3 兆円の市場規模を、将来的には 20 兆円まで引き上げる目標を示しています。

こうした背景には、新築住宅の価格高騰があります。実際、2024 年には東京 23 区内の新築マンションの平均価格が 1 億 1,181 万円と 2 年連続で 1 億円の大会を上回り、住宅購入はますます高嶺の花となっています。(不動産経済研究所調べ)

そのため、従来のような新築一強の時代ではなく、自分のライフスタイルに合った住まいを実現できる“オーダーリノベーション”という選択肢が、現実的かつ魅力的な住まい選びの選択肢として広がっています。

このような状況の中、世帯年収の高い“パワーカップル”は、新築・中古を問わず住宅を購入できる数少ない層として注目されています。経済的な余力があることから、住まい選びにおいて幅広い選択肢を持ち、自

【本件に関する報道関係者のお問い合わせ先】

グローバルベース PR 事務局(株式会社アンティル内) 担当: 鈴木、片山、栗栖
TEL: 03-6821-7863 FAX: 03-4335-8385 MAIL: globalbase_PR@vectorinc.co.jp

由度の高い意思決定が可能です。

しかし一方で、選択肢が多いからこそ、将来の資産価値やライフスタイルとの適合、エリア特性など、さまざまな観点から慎重な判断が求められます。

さらに、住宅購入は人生において夫婦間の意思決定が最も大きく関わるイベントの一つです。たとえ経済的に余裕があっても、夫婦それぞれが重視するポイントにずれがあれば、購入後の満足度や生活の質に大きな差が生じかねません。そのため「夫婦の価値観の違い」が後悔や不満の原因とならないよう、互いの優先順位を理解し、しっかりとすり合わせる事が大切です。

これらの背景を元に、パワーカップルが、実際にどのような基準で住まい選びを進めているのか、また何を重視し、どのような価値観で住宅購入を検討しているのかを明らかにするべく、「パワーカップルの住まい選びに関する調査」を実施しました。

■「パワーカップルの住まい選びに関する調査」概要

調査期間:2025 年 6 月 26 日

調査方法:ウェブアンケートを実施し、回答を分析

調査対象者:20～50 代 男女 世帯年収 600～1,000 万円／1,400 万円以上 マイホーム所有者

地域:東京 23 区内

有効回答数:600 名(パワーカップル 259 名／ミドル層 341 名)

※本リリースでは、「ニッセイ基礎研究所」におけるパワーカップルの定義が、「夫婦共に年収 700 万円以上の世帯」とされているため、世帯年収 1,400 万円以上の夫婦をパワーカップルとしております。

※本リリース調査結果をご利用いただく際は、【グローバルベース調べ】とご明記ください

～調査サマリ～

調査① 約 60%のパワーカップルが住宅購入で「立地(周辺環境)」を最重視。

男性は女性より約 10%多く「価格」を重視し、女性は男性より約 10%多く「日当たり」を重視。
費用対効果を重視する男性と暮らしの質を求める女性の価値観の違いが鮮明に。

調査② パートナーの経済観念や価値観に“初めて触れる”瞬間があることが明らかに。

パートナーについて初めて知ったこと、男性は「お金に対する不安や備えの意識の強さ／弱さ」、
女性は「相手の貯金額」

調査③ パワーカップルの住宅購入後の“後悔”、第 1 位は「駅からの距離」「日当たり」、
「間取り」「デザイン・内装」などリノベーションで改善可能な項目も上位に上がる。

男性と比較して女性の方が約20%も後悔している結果に。

調査① 約 60%のパワーカップルが住宅購入で「立地(周辺環境)」を最重視。

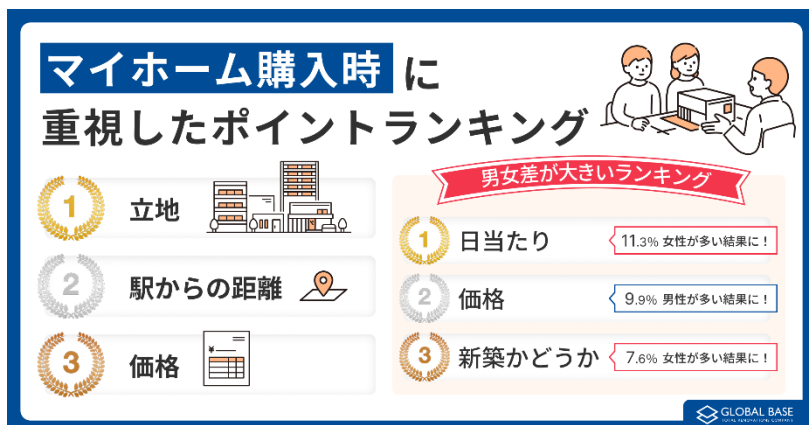
男性は女性より約 10%多く「価格」を重視し、女性は男性より約 10%多く「日当たり」を重視。
費用対効果を重視する男性と暮らしの質を求める女性の価値観の違いが鮮明に。

【本件に関する報道関係者のお問い合わせ先】

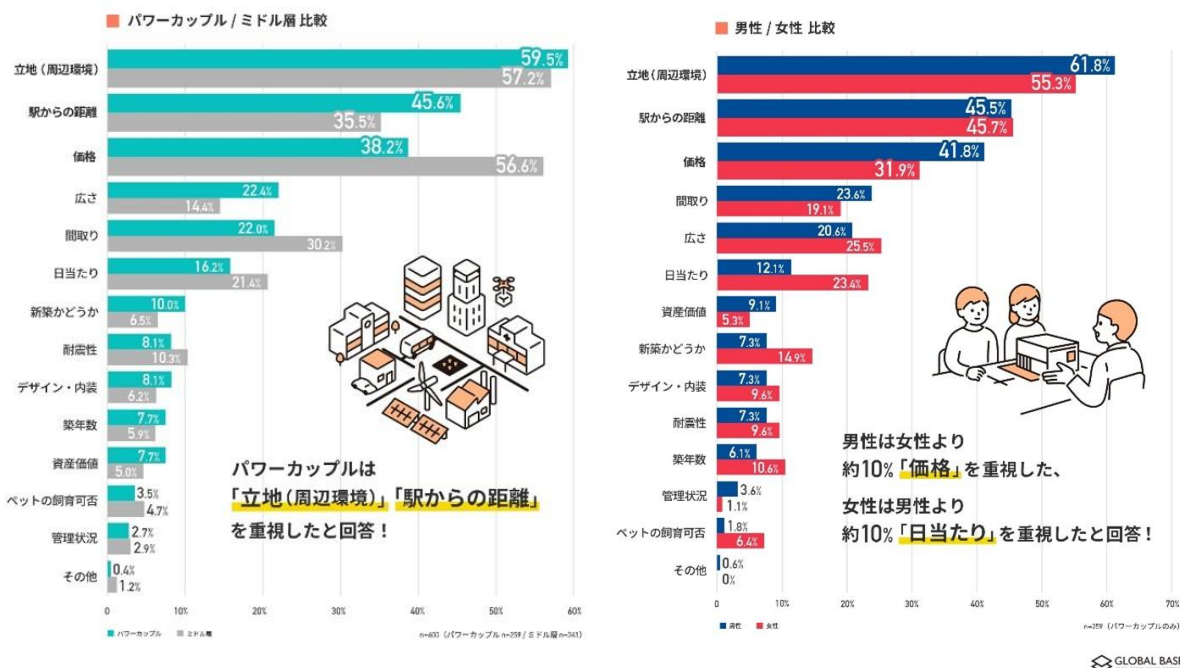
グローバルベース PR 事務局(株式会社アンティル内) 担当: 鈴木、片山、栗栖
TEL: 03-6821-7863 FAX: 03-4335-8385 MAIL: globalbase_PR@vectorinc.co.jp

Q.1 住宅を購入する際に、最も重視したポイントを3つまでお選びください。

(MA) n=600(パワーカップル n=259/ミドル層 n=341)



Q.1. 住宅を購入する際に、最も重視したポイントを3つまでお選びください。



今回の調査から明らかになったのは、高い経済力を持つ“パワーカップル”が、住宅選びにおいて価格よりも立地や周辺環境といった「暮らしの質」を優先しているという点です。

東京都 23 区内に住むマイホームを所有する世帯年収 1,400 万円以上のパワーカップルを対象に、「住宅を購入する際に、最も重視したポイントを 3 つまでお選びください。」と訊いたところ、パワーカップルは価格を重視した人が 38.2%にとどまった一方で、「立地(周边环境)(59.5%)」「駅からの距離(45.6%)」が上位に挙がりました。このことから、パワーカップルは毎日の生活環境や利便性を重視する傾向が読み取れます。一方で、ミドル層と比較すると、パワーカップルの方が「価格」への感度が約 20%低いことがわかりました。これは、パワーカップルが「予算ありき」の住まい選びではなく、「理想の暮らしを叶えるための住まい」に対して、柔軟な意思決定ができる余力を持っていると言えるでしょう。

また、男女で比較すると、男性は女性より約 10%「価格」を重視しており、女性は男性より約 10%「日当たり」を重視していることが判明しました。この差は、「資産性・費用対効果」を重視する男性と、「快適さ・暮

【本件に関する報道関係者のお問い合わせ先】

グローバルベース PR 事務局(株式会社アンティル内) 担当：鈴木、片山、栗栖
TEL：03-6821-7863 FAX：03-4335-8385 MAIL: globalbase_PR@vectorinc.co.jp

らしの質」を重視する女性という傾向を反映していると考えられます。さらに、「新築かどうか」についても、女性のほうが7.6%重視する傾向が見られました。他にも、「広さ」「築年数」「デザイン・内装」なども女性のほうが重視する傾向が見られました。

一方で、「立地」「間取り」「資産価値」「管理状況」に関しては、男性のほうが重視する割合が高い結果となりました。

このことから、女性は住まいに対してより理想や憧れを重ねる傾向があるのに対し、男性は資産性や管理といった現実的な視点を重視する傾向がうかがえます。

調査② パートナーの経済観念や価値観に“初めて触れる”瞬間があることが明らかに。
パートナーについて初めて知ったこと、男性は「お金に対する不安や備えの意識の強さ／弱さ」、女性「相手の貯金額」

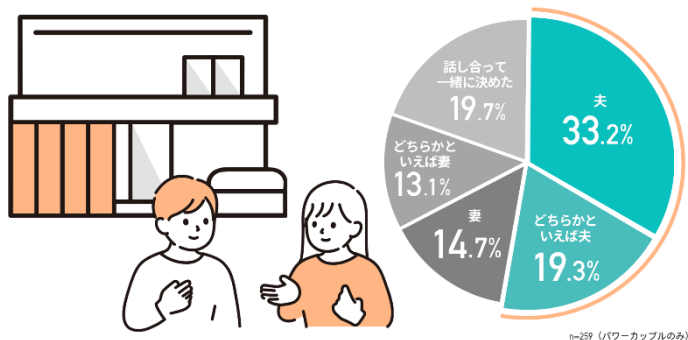
Q.2 住宅購入における「意思決定の主導権」は誰が握りましたか？

(SA) n=259(パワーカップルのみ)

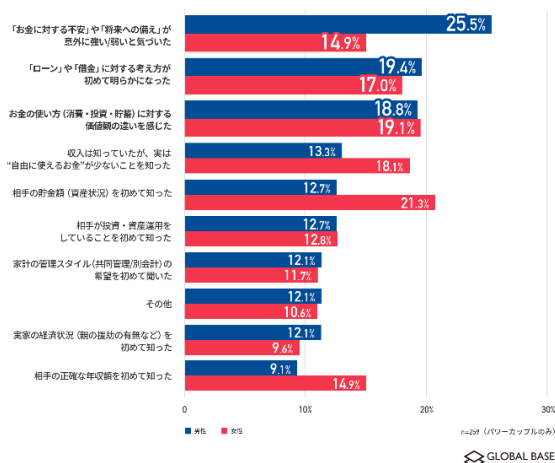
Q.3 家を購入する過程で、パートナーについて“初めて知ったこと”があれば教えてください。

(MA) n=259(パワーカップルのみ)

Q2. 住宅購入における「意思決定の主導権」は誰が握りましたか？



Q3. 家を購入する過程で、パートナーについて“初めて知ったこと”があれば教えてください。



東京都 23 区内に住むマイホームを所有する世帯年収 1,400 万円以上のパワーカップルを対象に「住宅購入における意思決定の主導権は誰が握りましたか？」と訊いたところ、最も多かったのは「夫・どちらかといえば夫(52.5%)」で過半数を占めました。次いで「妻・どちらかといえば妻(27.8%)」、「一緒に話し合っ決めた(19.7%)」という結果になり、一定数の夫婦が共同で意思決定をしている様子も伺えます。

また、「家を購入する過程で、パートナーについて“初めて知ったこと”があれば教えてください」と訊いたところ、男性がパートナーに対して初めて知ったことは「お金に対する不安や将来への備えが意外に強い／弱いと感じた」が 1 位となりました。また、女性がパートナーに対しては「相手の貯金額(資産状況)を初めて知った」が 1 位となりました。

結婚後でも、お互いに知らない一面があることは少なくありません。住宅購入は人生の大きな転機でもあり、パートナーとの価値観や経済観念を見直すきっかけにもなります。後悔のない住まい選びのためには、事前にしっかりと話し合い、理解を深めることが大切です。

【本件に関する報道関係者のお問い合わせ先】

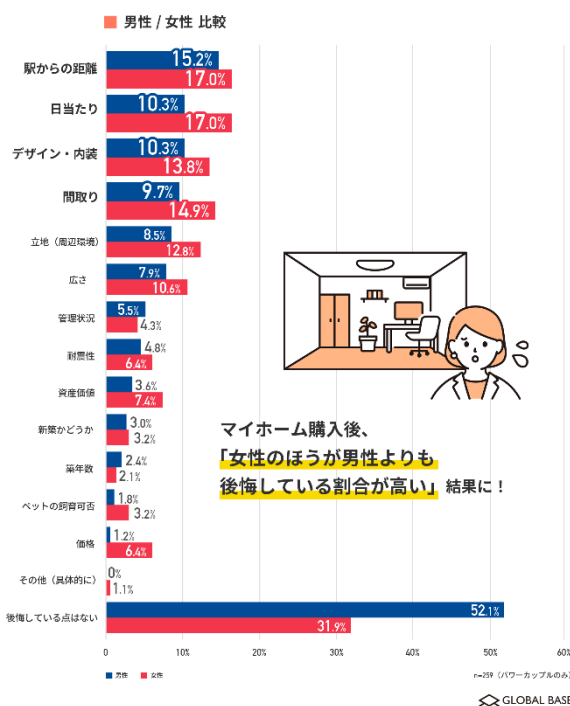
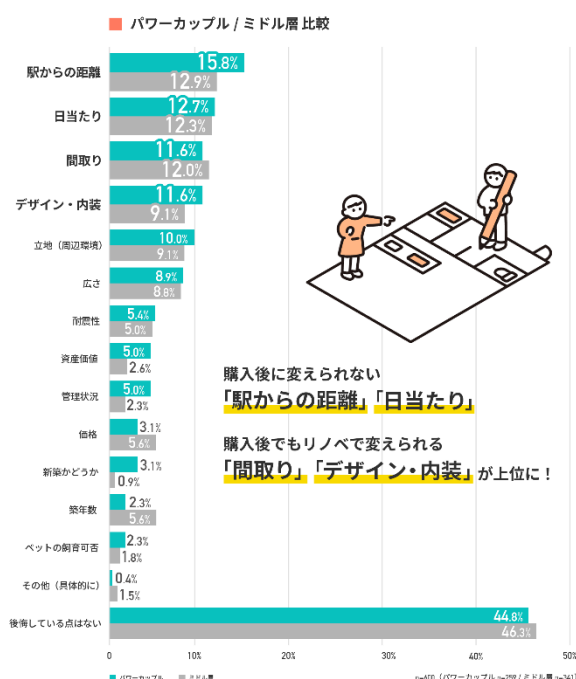
グローバルベース PR 事務局(株式会社アンティル内) 担当：鈴木、片山、栗栖
TEL：03-6821-7863 FAX：03-4335-8385 MAIL: globalbase_PR@vectorinc.co.jp

調査③ パワーカップルの住宅購入後の“後悔”、第1位は「駅からの距離」「日当たり」、
「間取り」「デザイン・内装」などリノベーションで改善可能な項目も上位に上がる。
男性と比較して女性の方が約20%も後悔している結果に。

Q.4 購入後に「後悔した」と感じた点があれば教えてください。

(MA) n=600 (パワーカップル n=259 / ミドル層 n=341)

Q4. 購入後に「後悔した」と感じた点があれば教えてください。



東京都 23 区内に住むマイホームを所有する世帯年収 1,400 万円以上のパワーカップルを対象に、「購入後に「後悔した」と感じた点があれば教えてください。」と訊いたところ、最も多かった回答は「駅からの距離 (15.8%)」でした。一方で、「特に後悔している点はない」と答えた人も約半数(44.8%)に上りました。

男女別で見ると、女性の方が約20%後悔している結果となり、ほぼすべての項目において、女性の方が男性よりも後悔している割合が高い傾向が見られました。特に女性は、「駅からの距離(17.0%)」と「日当たり(17.0%)」を同率で最も多く挙げており、次いで「間取り(14.9%)」「デザイン・内装(13.8%)」と続く結果となっています。

このことから、女性の方が住宅に対するこだわりが強く、その分後悔も生じやすいことが伺えます。なお、「駅からの距離」や「日当たり」といった立地や自然条件は購入後に変えることが難しい要素ですが、「間取り」や「デザイン・内装」については、リノベーションによって後から改善することが可能です。

また、「駅近」を重視したいものの、新築マンションでは予算的に難しいという場合でも、中古マンションを購入し、オーダーリノベーションを活用すれば、駅近立地を確保しながら、自分好みの間取りや内装に上げることが可能です。

このように、選択肢の多いパワーカップルだからこそ直面する“価値観のズレ”や“判断の難しさ”があります。しかし、こうした違いを認め合いながら理想の暮らしをすり合わせていくことで、自分たちに合った最適な住まいを手に入れることができます。

【本件に関する報道関係者のお問い合わせ先】

グローバルベース PR 事務局(株式会社アンティル内) 担当：鈴木、片山、栗栖
TEL：03-6821-7863 FAX：03-4335-8385 MAIL: globalbase_PR@vectorinc.co.jp

変えられない条件(駅からの距離・日当たりなど)と、変えられる条件(間取り・内装など)を正しく見極め、プロのサポートも活用しながら、納得のいく住まいづくりを実現していくことが、これからの住まい選びに求められる視点と言えるでしょう。

グローバルベース オーダーリノベーションサービス「マイリノ」担当者よりコメント

< グローバルベース株式会社 不動産事業部 村上 陽介 >

共働きのパワーカップル世帯からのお問合せやご相談では、調査でもあるように、実際に使う設備や内装などの細やかなご要望は奥様の普段の生活からの気づきが反映されることが多いです。一方で、資産性や今後の売却など、金銭面のご相談をされるのはご主人が多いように感じます。住まい選びで着目する点は人により様々ですが、ご家族で意見をすり合わせながら納得して住まいづくりを進めていくことが何よりも大切です。住まいづくりは改めて家族の暮らしを振り返り、お互いを知る良いきっかけになります。時にご夫婦で意見が別れる場面があっても、ご家族にとってベストな選択が出来るようにグローバルベースではプロの視点からサポートやご提案をさせていただいています。

■パワーカップルのこだわりの住まい事例のご紹介

①「自分たち仕様に必要なものを厳選した住まい」

資産価値が下がりにくく、将来売却することになっても困らない物件を探したが、理想のものは新築では見つからず。自分たちらしい暮らしを描けるほうが自分たちに合っていると感じリノベーションを選択。回遊動線の良さと、自分たちの持ち物にぴったり合う収納が実現しました。内装や設備は流行や見た目に流されず、本当に必要なものを厳選したお住まいになりました。



<https://www.globalbase.jp/case/detail.php?jid=236>

②「SIMPLE×北欧で COZY な空間」

約 50 件の物件を内見した経験から、管理体制や外観デザインなど、リノベーションで変えられない部分も重要視して物件を探されていたご夫妻。物件購入後に希望通りのリノベーションができるかどうか、グローバルベースの設計担当と一緒に確認しました。「光」にこだわった空間をつくるため、窓から入る自然光のほかにも調色可能な照明器具、柔らかい間接照明を効果的に取り入れました。北欧家具に囲まれた、シンプルで落ち着いた空間を実現されました。



<https://www.globalbase.jp/case/detail.php?jid=227>

【本件に関する報道関係者のお問い合わせ先】

グローバルベース PR 事務局(株式会社アンティル内) 担当: 鈴木、片山、栗栖
TEL: 03-6821-7863 FAX: 03-4335-8385 MAIL: globalbase_PR@vectorinc.co.jp

③「グレーと木が調和する北欧モダンな住まい」

二人の意見が食い違わないよう、事前にしっかりと話し合いを重ねて設計打ち合わせに臨まれたご夫妻。お二人で一緒に考えながら、時にはご主人が候補を絞り、奥さまが最終的に「これがいい」と決定する形で進めました。

グレーの壁や木を使って、北欧の温かい雰囲気を感じられる住まいです。リビングの折り上げ天井は、曲線を描くことで柔らかい雰囲気をプラスしています。



<https://www.globalbase.jp/case/detail.php?jid=226>

■グローバルベースのリノベーションサービスについて

グローバルベースは、オーダーリノベーションサービス「マイリノ」、リノベーション済みマンション「リノコレ」、一棟リノベーションマンション「グランドベース」の3つのリノベーションサービスを提供しています。

どれもお客様が住みたい都市部のエリアで、自分の理想の住まいを手に入れることが可能です。

(対象エリア:東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県・大阪府・京都府・兵庫県・奈良県・滋賀県、※一部地域除く)

【マイリノ】

マイリノは、「都市部に特化した、優良中古マンションの物件探しから、資金計画、デザイン設計、施工」までのすべてのサービスを提供するグローバルベースと大阪ガスマーケティングのワンストップサービスです。

グローバルベース独自のワンストップサービスのため、「お客様が住みたい都市部のエリアで、自分の理想の住まいをリーズナブルな価格」で提供することが可能です。

MYRENO

【リノコレ】

リノコレは好立地の既存マンションを一邸ごとに現代の水準の設備やライフスタイルに合わせて改修し、新たな住まいへと生まれ変わらせたリノベーション済み物件です。都市部を中心に年間 400 件以上の販売実績があります。

RENO-COLLE

【グランドベース】

グランドベースは、一住戸ごとのリノベーションにとどまらず、マンションの共用部までリノベーションする一棟リノベーションサービスです。中古マンションに新たな価値を創造し、次の世代へと受け継がれる物件に生まれ変わらせます。

GRAND BASE

【本件に関する報道関係者のお問い合わせ先】

グローバルベース PR 事務局(株式会社アンティル内) 担当: 鈴木、片山、栗栖
TEL: 03-6821-7863 FAX: 03-4335-8385 MAIL: globalbase_PR@vectorinc.co.jp

■グローバルベース株式会社について

会社名: グローバルベース株式会社 (Daigas グループ)

設立: 2002 年 4 月

代表取締役社長: 寺田 隆

資本金: 9,500 万円

本社所在地: 東京都渋谷区桜丘町 3-2 渋谷サクラステージ SAKURA タワー6F

横浜支店所在地: 神奈川県横浜市西区北幸 1-11-15 横浜 ST ビル 7F

大阪支店所在地: 大阪府大阪市北区曽根崎 1-1-2 JRWD 梅新 1F

ホームページ: <https://www.globalbase.jp/>

【本件に関する報道関係者のお問い合わせ先】

グローバルベース PR 事務局(株式会社アンティル内) 担当: 鈴木、片山、栗栖
TEL: 03-6821-7863 FAX: 03-4335-8385 MAIL: globalbase_PR@vectorinc.co.jp