

『住み替え』は暮らしの質を上げる？ 住み替え経験者の9割以上が生活に「満足」と回答！ 住み替えのイメージと実態のギャップが明らかに

株式会社ツクルバ（所在地：東京都渋谷区、代表取締役CEO：村上 浩輝、以下「ツクルバ」）は、首都圏に持ち家を構える男女1,009人を対象に、「住み替えのイメージ・目的」に関する調査を実施しました。

「住まい」は、人生のあらゆる場面で生活に大きな影響を与えるものです。結婚や出産、転職、子どもの進学など、ライフスタイルの変化によって、「今の住まいを変えたい」と考えたことがある人も多いのではないのでしょうか。

首都圏では、持ち家を売却してまた新たな持ち家を購入する「住み替え」が徐々に浸透してきていますが、実際に、住み替えの経験がある方はどのくらいいるのでしょうか。また、住み替えをしたことで生活の満足度に変化はあったのでしょうか。

そこで今回、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/>）を運営するツクルバ（<https://tsukuruba.com/>）は、首都圏に住む持ち家の男女を対象に、「住み替えのイメージ・目的」に関する調査を実施しました。

調査概要：「住み替えのイメージ・目的」に関する調査

【調査期間】 2025年4月4日（金）～2025年4月5日（土）

【調査方法】 PRIZMA（<https://www.prizma-link.com/press>）によるインターネット調査

【調査人数】 1,009人

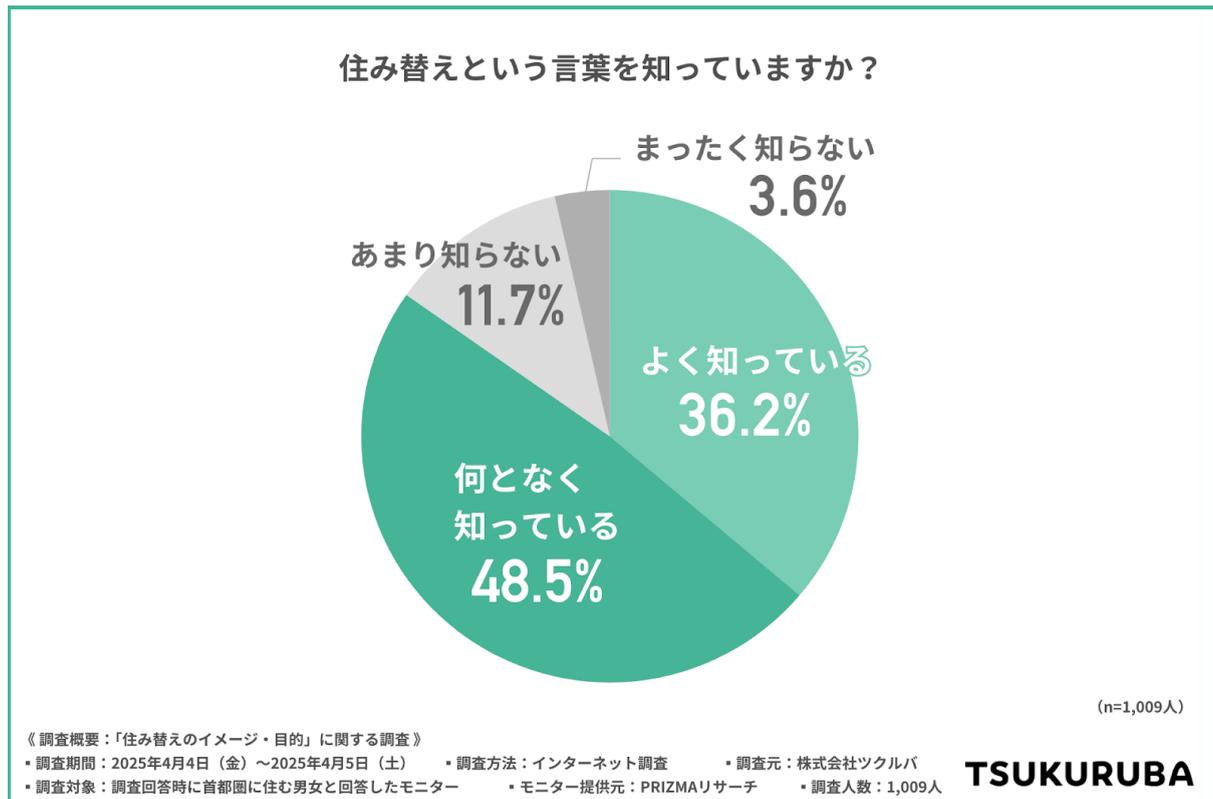
【調査対象】 調査回答時に首都圏に住む男女と回答したモニター

【調査元】 株式会社ツクルバ（<https://tsukuruba.com/>）

【モニター提供元】 PRIZMAリサーチ

■ 「住み替え」の認知度は約8割！
ただし、具体的な経験や知識に結びついている人は少数？

住み替え意識の背景を探るにあたり、はじめに「住み替え」という言葉の認知度を調査しました。



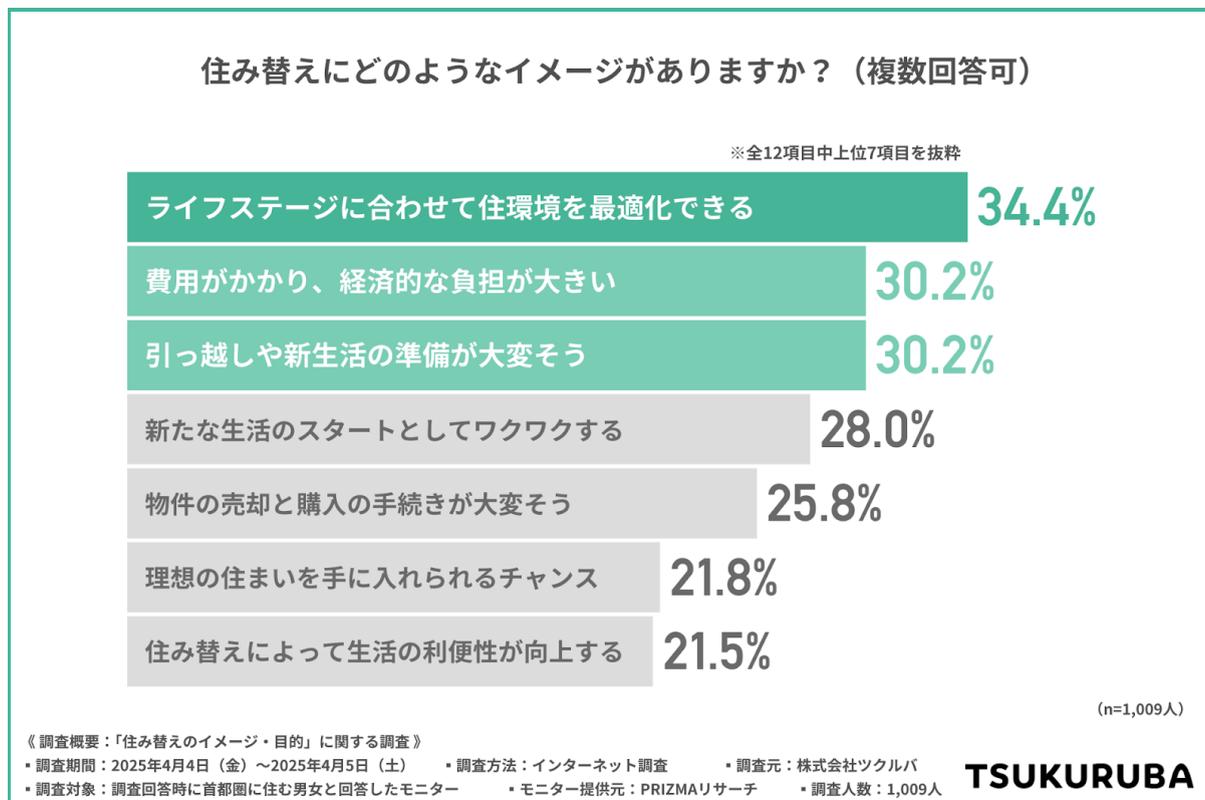
約8割の方が『よく知っている（36.2%）』『何となく知っている（48.5%）』と回答しました。

大多数の方が言葉としては認知している結果となりました。
この背景には、家族構成の変化や働き方の多様化など、暮らしの見直しを促すライフスタイルの変化が影響していると考えられます。また、住宅関連メディアや広告でも「住み替え」というワードが使われる機会が増えており、自然と目に触れる機会が多いことも一因といえるでしょう。

一方で、『よく知っている』と答えた方は全体の4割未満にとどまり、具体的な知識や経験には結びついていない現状が浮き彫りになりました。

■住み替えへのイメージ、肯定派と慎重派がほぼ拮抗！？

次に、住み替えに対する印象について聞きました。

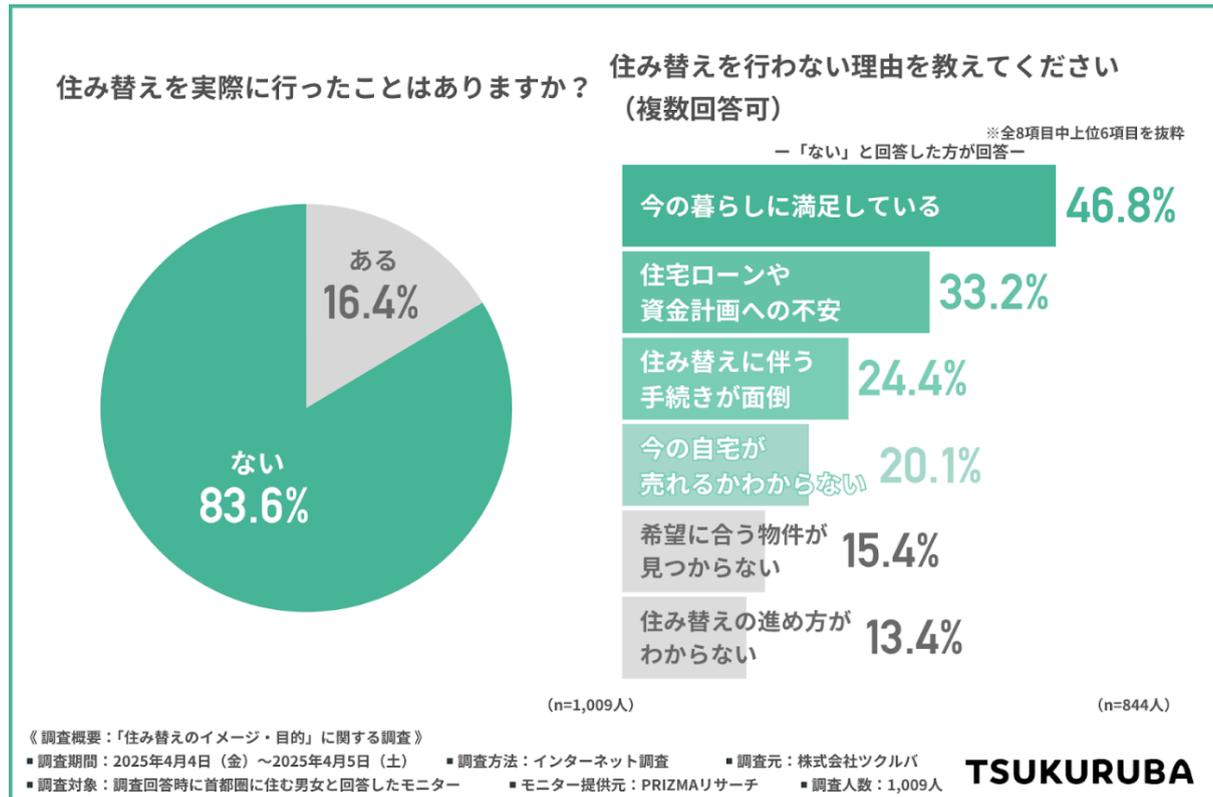


「住み替え（持ち家を売却して新居を購入）にどのようなイメージがあるか」を尋ねたところ、『ライフステージに合わせて住環境を最適化できる（34.4%）』が最多で、『費用がかかり、経済的な負担が大きい（30.2%）』『引っ越しや新生活の準備が大変そう（30.2%）』が続く結果となりました。

上位に挙がった回答を見ると、「前向きな変化」と「現実的な障壁」が拮抗している様子が見えます。住み替えに対してポジティブなイメージを持つ一方で、その理想を実現するまでの“負担”が意識されており、住み替えを「夢」として捉えつつも、「現実の選択肢」として意識するとハードルを感じる方が多いことが可視化されたともいえます。

■住み替え未経験者が約8割！住み替えを行わない理由とは？

実際に、住み替えを行ったことがある方はどのくらいいるのでしょうか。



「住み替え（持ち家を売却して新居を購入）を行った経験」について尋ねたところ、以下のよう回答結果になりました。

- 『ある（16.4%）』
- 『ない（実施予定だが、まだ行っていない）（8.1%）』
- 『ない（興味はあるが行ったことはない）（22.4%）』
- 『ない（興味がないまたは詳しく知らない）（53.1%）』

未経験の方が8割以上を占める結果となる一方で、『ある』、『実施予定』、『興味はある』は合計で46.9%となりました。実行に移せていない方も含めると、住み替えに何かしらの関与・関心がある方は全体の半数近くいるようです。

なお、「興味がない・詳しく知らない」という方が過半数を占めている点は、前設問の『なんとなく知っている』と回答した方の割合と重なり、知識不足や選択肢としての実感のなさが、住み替えへのハードルとなっていることがうかがえます。

では、どのような理由で住み替えを行わないのでしょうか。

前の質問で『ない』と回答した方に、「住み替え（持ち家を売却して新居を購入）を行わない理由」について尋ねたところ、『今の暮らしに満足している（46.8%）』が最多で、『住宅ローンや資金計画への不安（33.2%）』『住み替えに伴う手続きが面倒（24.4%）』が続く結果となりました。

約半数の方が、「変化の必要性を感じていない」ことを理由として挙げた一方で、「資金の不安」や「手続きの煩雑さ」など、実務的なハードルを感じている方も少なくないようです。

さらに、『希望に合う物件が見つからない』や『住み替えの進め方がわからない』といった回答もあり、情報や支援の不足が、住み替えの選択肢を狭めている様子が見られました。

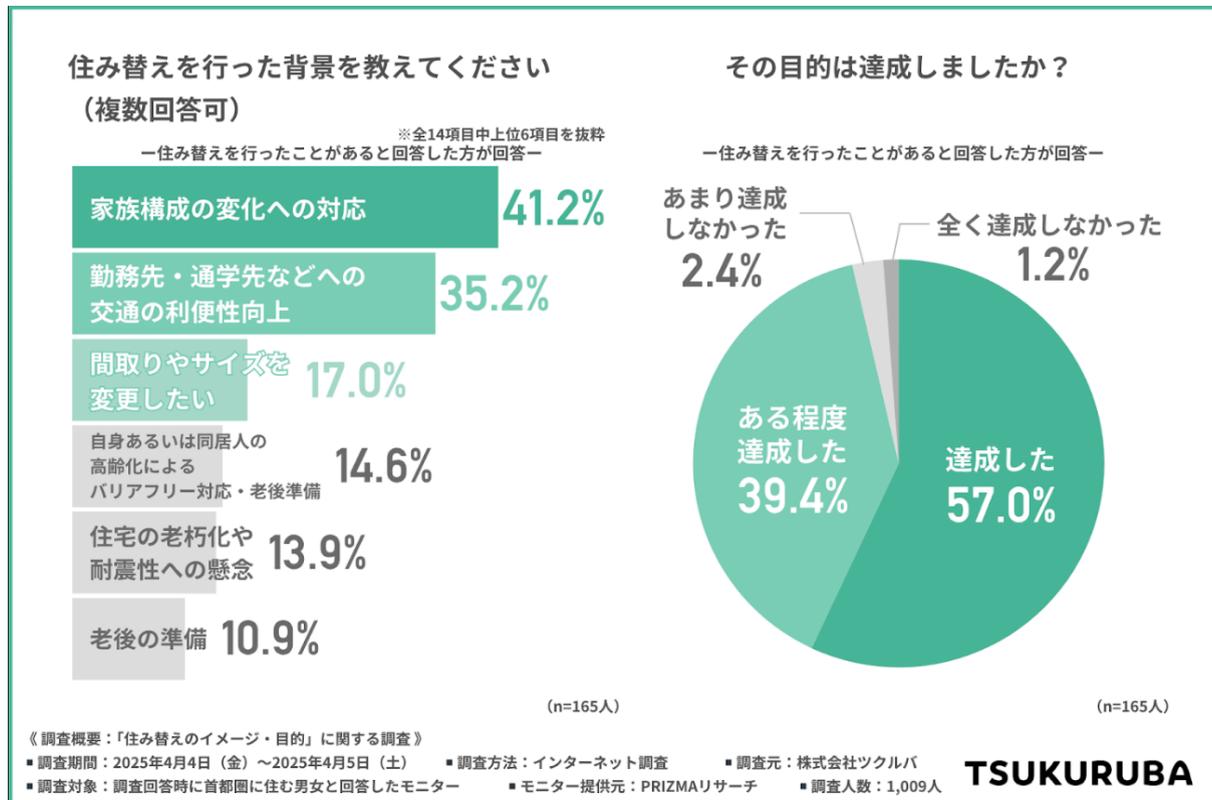
なお、住み替えの経験について『ある』と回答した方に、「住み替え（持ち家を売却して新居を購入）を行った回数」を尋ねたところ、以下のような回答結果になりました。

- 『1回（66.7%）』
- 『2回（22.4%）』
- 『3回（6.1%）』
- 『4回（3.0%）』
- 『5回（1.2%）』
- 『それ以上（0.6%）』

33.2%が住み替えを複数回行っており、5回またはそれ以上の住み替えを行っている方もいるようです。

■住み替えをして生活に満足していると回答した方は9割以上

住み替えを行った経験について『ある』と回答した方は、どのような理由で住み替えを行ったのでしょうか。



「住み替え（持ち家を売却して新居を購入）を行った背景」について尋ねたところ、『**家族構成の変化への対応（41.2%）**』『**勤務先・通学先などへの交通の利便性向上（35.2%）**』『**間取りやサイズを変更したい（17.0%）**』となりました。

多くの方が、ライフステージの変化に伴う「住環境の再構築」が動機の中にあるようです。

『老後の準備』と回答した方も一定数おり、将来を見据えた住宅設計、立地選定の重要性が示されました。

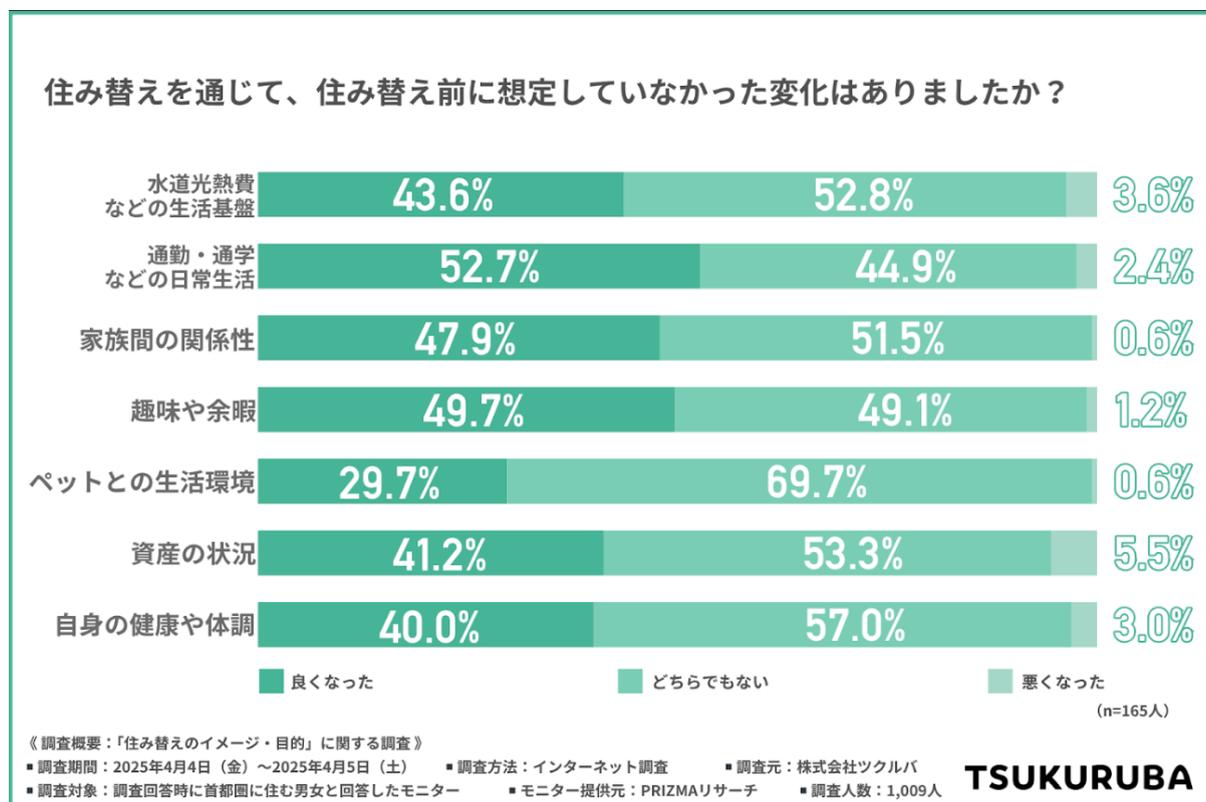
そのような理由で住み替えを行って、効果を実感できているのでしょうか。

「目的は達成したか」を尋ねたところ、9割以上の方が『**達成した（57.0%）**』『**ある程度達成した（39.4%）**』と回答し、満足度の高さが際立ちました。

住み替えが単なる住む場所の移動にとどまらず、理想の暮らしの実現につながる有効な手段として機能していることが読み取れました。

一方で、住み替えを通じて、住み替え前に想定していなかった変化などはあったのでしょうか。

引き続き、住み替えを行った経験が『ある』と回答した方にうかがいました。

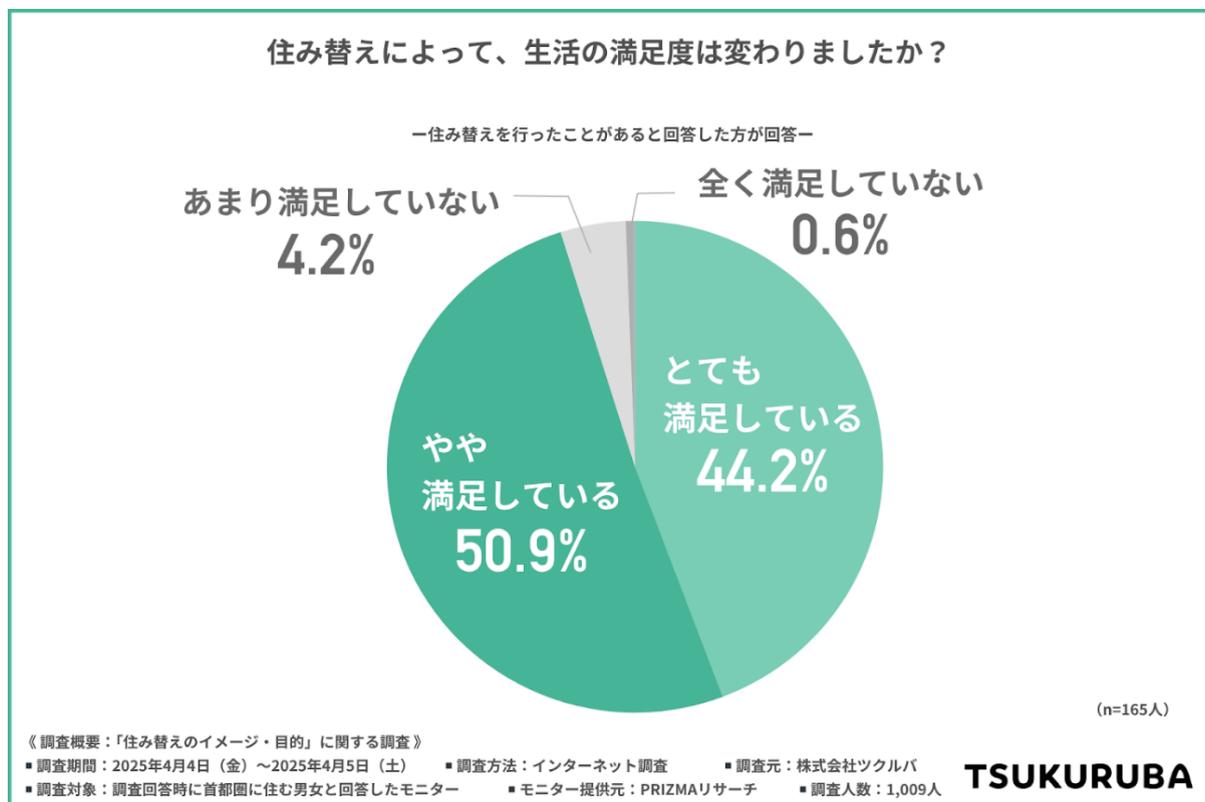


「住み替え（持ち家を売却して新居を購入）前に想定していなかった変化」について尋ねたところ、項目別で上のグラフのような回答結果になりました。

『通勤・通学などの日常生活』『趣味や余暇』『家族間の関係性』などによい変化が見られた方が多く、暮らしの質の向上に結びついている様子が見られました。

また、住み替えのイメージを聞いた設問では、『費用がかかり、経済的な負担が大きい（30.2%）』が2位の結果でしたが、実際に住み替えを経験した方からすると、資産の状況を意識せず住み替えた人でも、資産の状況が『悪くなった（5.5%）』と感じている方よりも、『良くなった（41.2%）』と感じている方のほうが圧倒的に多いことがわかりました。住み替えにおける資産状況の悪化はイメージ先行であり、しっかり考えて選べば資産状況も不測の自体に陥ることは少ないということがわかりました。

さらに、「住み替え（持ち家を売却して新居を購入）による生活の満足度の変化」についても尋ねました。



結果は、『とても満足している』『やや満足している』と回答した方が9割以上となりました。物理的な利便性に加え、精神的な好変化を感じることができている点は、住み替えの本質が「場所・空間」だけでなく「暮らし」にあることを再認識させる結果といえるでしょう。

■まとめ：住み替え経験者の大多数が満足と回答！しかしながら実行率は2割未満にとどまる結果に。一歩踏み出した方は、より良い暮らしを実現できていることが明らかに！

今回の調査で、住み替えという選択肢が持つ多面性に加え、イメージと実態におけるギャップが明らかになりました。

住み替えという言葉の認知度は高い一方で、実際に住み替えを行った経験がある方は約2割にとどまり、多くの方が「興味はあるが一歩を踏み出せない」状態のようです。その背景には、今の暮らしに対して一定の満足感があること、そして資金や手続きに対する不安感、情報不足があることが浮き彫りになりました。

一方で、住み替えを経験した方は、目的の達成率と生活の満足度が9割を超えています。

また、暮らしの質について、家族関係、通勤環境、資産状況の改善などを通じた、想定以上のポジティブな変化があったという意見もあり、適切な支援があれば、住み替えは「人生を豊かにする選択」となる可能性を強く感じることができます。

今後は、住み替えに関する手続きや資金計画に関するわかりやすい情報提供、実践者の事例共有、住み替えを前提とした具体的な売買仲介の支援などを拡充することが、人々の人生の選択肢を広げる重要な取り組みとなると考えられます。

住み替えを、特別な選択ではなく、生活設計の一手段として浸透させていくことが、より柔軟な住環境づくり、ひいては生活者一人ひとりの幸福度向上への第一歩になるといえるのではないのでしょうか。

■住み替えなら「cowcamo（カウカモ）」

© 2023 Cowcamo Inc. All rights reserved.

cowcamo

カウ
カモ
と。
買
い
替
え
は
マ
ン
シ
ョ
ン

住み替え、暮らしの質を向上させるための選択肢



今回、「住み替えのイメージ・目的」に関する調査を実施した株式会社ツクルバ（<https://tsukuruba.com/>）は、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/>）を運営しています。

住み替え専用ページは[こちら](#)

■cowcamo（カウカモ）とは

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。

サービスページ：<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/>

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 村上 浩輝

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、家を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