

家族団らんに加え「戦略的夫婦別空間」を支持する声が約8割 最新調査から新・間取り基準「LDK＋M」の必要性が判明

オープンハウス×SHEが共同調査 | 「不仲だから離れるのではない」
お互いのキャリアと時間を尊重する新たな住まい戦略、M＝メンパ空間

株式会社オープンハウスグループ（本社 東京都千代田区、代表取締役社長 福岡 良介、以下「当社」）と、学ぶから働くまでを支援する女性向けキャリアスクール「SHElikes（シーライクス）」を運営するSHE株式会社（所在地：東京都港区、代表取締役CEO/CCO：福田恵里、以下「SHE」）は、関東1都3県に在住する男性100名およびSHElikes女性会員106名の計206名を対象に、「ライフステージ変化に伴う、キャリアと住環境に関する意識調査」を実施いたしました。



その結果、全体の半数以上が現在の住環境でメンタルパフォーマンス（メンパ）の低下を感じており、良好な関係維持のためにあえて距離を保つ「戦略的夫婦別空間」を支持する声が約8割に上ることが判明。不仲だから離れるのではなく、お互いのキャリアや時間を尊重するために夫婦の別空間を確保するという、これまでのLDKモデルに代わる新たな間取り基準「LDK＋M（メンパ空間）」の必要性が浮き彫りになりました。

調査背景

自分らしい働き方や生き方を求め、ライフスタイルの多様化が急速に進む現代。その背景には、多様な働き方や子育て後の社会復帰、スキルアップへの意欲の高まりといった「個人の在り方の多様化」があります。

しかしその一方で、現在、都心部では土地高騰という厳しい環境が続いており、土地面積や居住スペースが限られております。このように「個人の理想」と「住環境の制約」が交錯する社会の変化に対し、働いている夫婦が現在どのような家・間取りを求めているのかというリアルなニーズを探るため、本調査を実施いたしました。

調査概要

- 調査目的：ライフステージ変化に伴う、キャリアと住環境に関する意識調査
- 調査方法：調査インターネット調査
- 調査対象：関東1都3県（東京、神奈川、埼玉、千葉）に在住する働く男性100名、および同地域に在住する「SHElikes」女性会員106名（計206名）
- 回答者数：n=206名
- 調査期間：2026年5月18日(月)～5月24日(日)

※調査結果は小数点以下第2位を四捨五入しています。

※本リリースの調査結果をご利用いただく際は、【株式会社オープンハウスグループ、SHE株式会社 調べ】とご明記ください。

調査サマリー

今回の調査では、現在の住環境において**全体の半数以上（51.0%）**が「メンパの低下」を実感していることが判明しました。特に**女性（63.2%）は男性の約1.7倍と高く、家事の視覚ノイズなどが集中を削ぐ大きな要因**となっています。

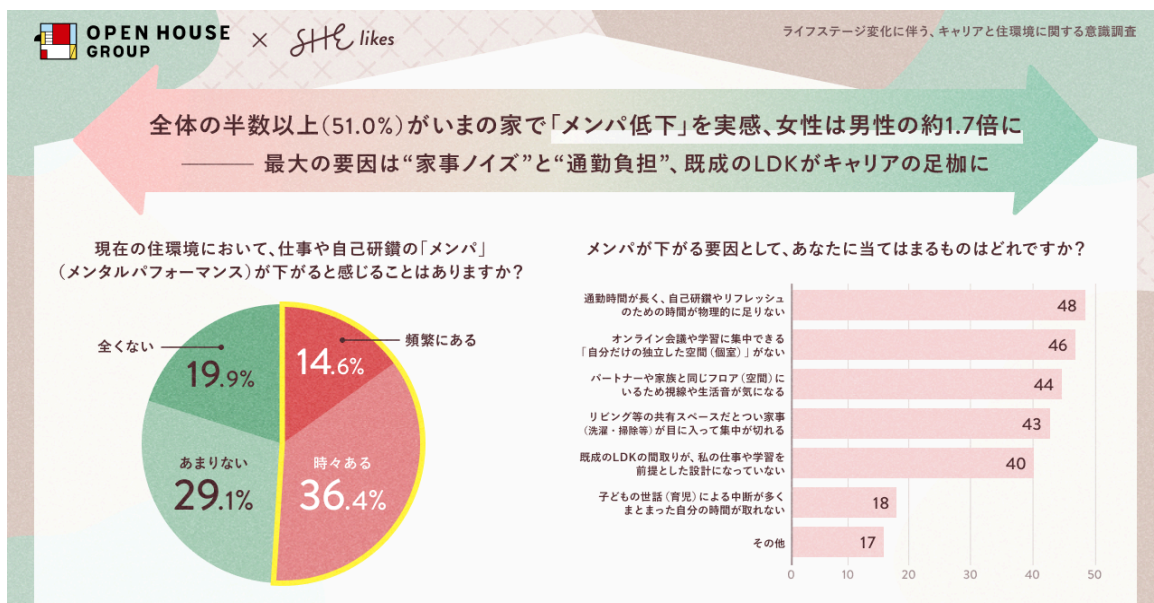
この課題に対し、**全体の約8割（78.6%）が良好な関係維持のためにあえて個の距離を保つ「戦略的夫婦別空間」を支持**。更に、**全体の75.7%（女性92.5%）が自宅内に自分専用の「+M（メンパ空間）」を求めており、約7割が多層階によるフロア分離が有効だと答えています**。

また、女性の64.2%（男性の約4.3倍）が「通勤時間の削減がキャリアに絶大なプラスになる」と回答。これからの住まい選びにおいて、単に部屋の広さを追い求めるのではなく、職住近接によって「時間を創出しメンパを守る」という戦略への切実なニーズが現場の姿から浮き彫りになりました。

調査結果

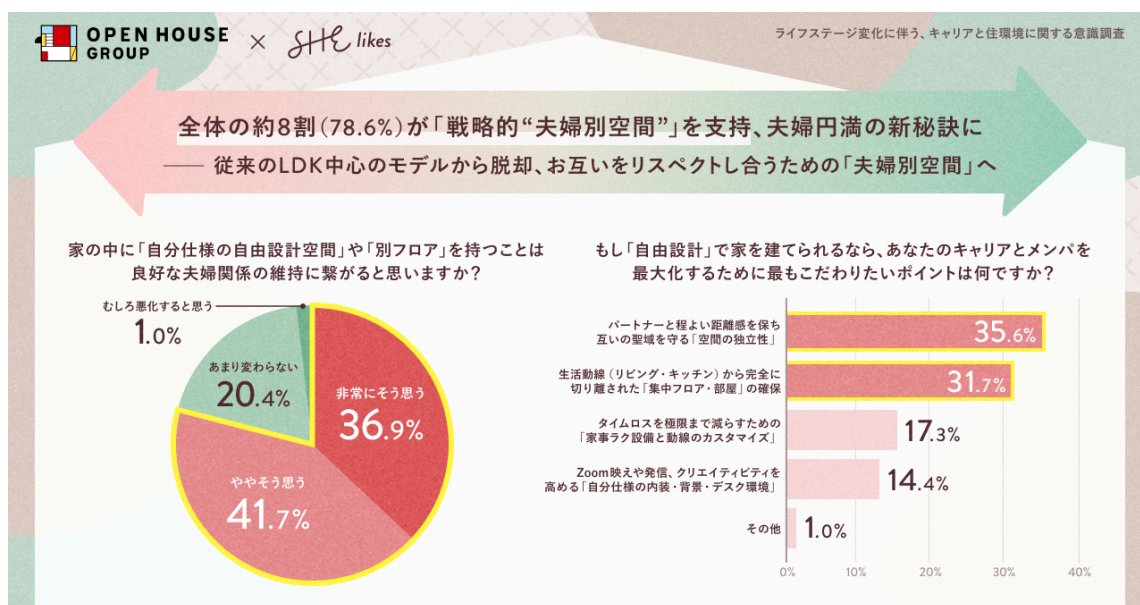
◆ 全体の半数以上（51.0%）がいまの家で「メンパ低下」を実感、女性は男性の約1.7倍に —— 最大の要因は「家事ノイズ」と「通勤負担」、LDKがキャリアの足枷と感じる女性も

現在の住環境において仕事やリスキングのメンパが下がると感じるかを聞いたところ、全体の51.0%が「下がる（頻繁にある・時々ある）」と回答しました。男女別で見ると、男性の38.0%に対し、女性は63.2%（男性の約1.7倍）と大きな差が出ています。その要因としては、「通勤時間が長い（48名）」が最多となり、次いで「オンライン会議や学習に集中できる自分だけの独立した空間（個室）がない（46名）」が挙げられました。マルチタスクをこなしがちな女性にとって、ワンフロアのLDKは視覚的なノイズが多く、集中を削ぐ一因となっているという意見がみられました。



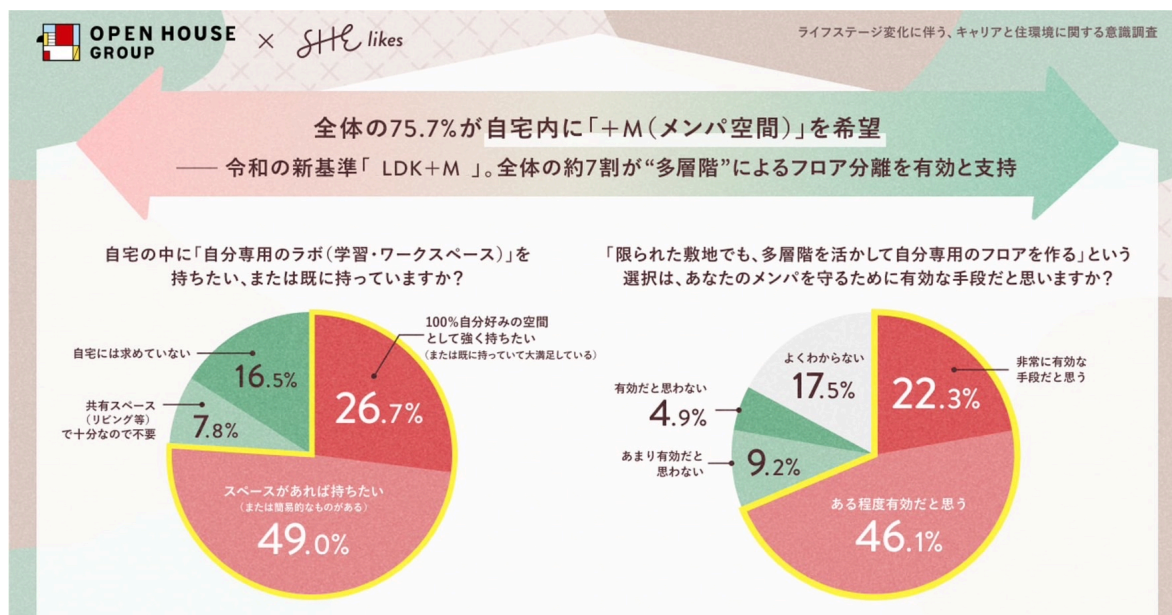
◆ 全体の約8割（78.6%）が「戦略的夫婦別空間」を支持、夫婦円満の新秘訣に
 — 従来のLDK中心のモデルから脱却、お互いをリスペクトし合うための【夫婦別空間】へ

家の中に「自分仕様の別フロアや独立空間」を持つことが良好な夫婦関係の維持に繋がると思うかという問いに対し、全体の78.6%（男性61.0%、女性95.3%）が「繋がる」と肯定し、家族団らんのための空間とは別にあって物理的な距離を置く「戦略的夫婦別空間」を支持する結果となりました。この問いでは、女性よりも男性の支持率が下回っているものの、「もし自由設計で家を建てられるなら」という問いでは、男性の1位は「生活動線（リビング・キッチン）から完全に切り離された「集中フロア・部屋」の確保」（39.0%）」、2位は「パートナーと程よい距離感を保ち、互いの聖域を守る「空間の独立性」（29.3%）」で、3位の「Zoom映えや発信、クリエイティビティを高める「自分仕様の内装・背景・デスク環境」（14.6%）」、「タイムロスを経極まで減らすための「家事ラク設備と動線のカスタマイズ」（14.6%）」を大きく上回りました。



◆ 全体の75.7%が自宅内に「+M（メンパ空間）」を希望
 — 令和の新基準『LDK+M』。全体の約7割が“多層階”によるフロア分離を有効と支持

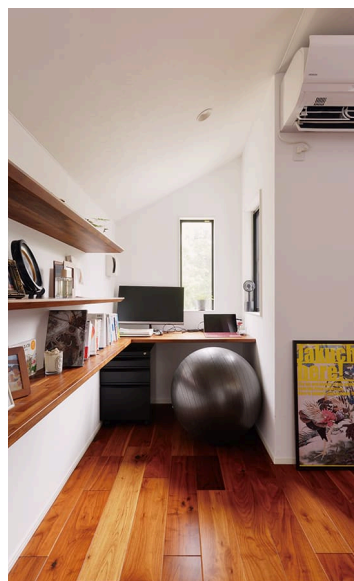
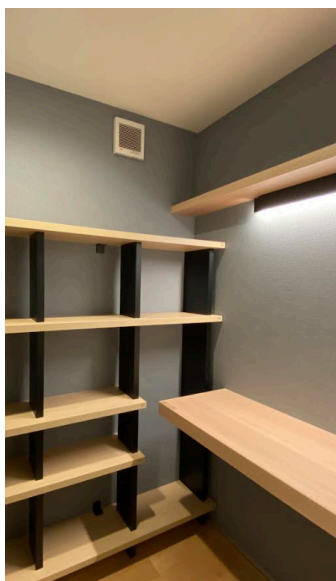
家族団らんのLDKとは別に、日常のノイズから離れてリスキリングに没入し、心身を整えるための自分専用ルーム（独立ワーク・学習スペース）をどの程度持ちたいかという問いに対し、「強く持ちたい」（または既に持っていて大満足している）、「スペースがあれば持ちたい」という肯定的な回答が全体の75.7%（男性58.0%、女性92.5%）を占めました。これを叶えるために、全体の73.3%が「自由設計」を重要だと答えており、限られた敷地でも縦の空間を活かした「3階建て・多層階住宅によるフロア分離」についても、全体の68.4%（男性53.0%、女性83.0%）が有効と期待を寄せています。



自分自身のメンパ（Mental Performance）を最大化し、私（Me）を労り、心（Mind）を整える空間概念として、両社は以下の2つの定義を満たす新たなパーソナルスペース「+M」を提唱します。

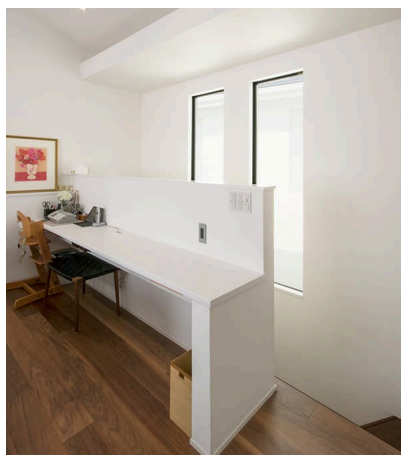
定義①：完全独立型パーソナルスペースの確保

生活動線から完全に切り離し、家事ノイズなどをシャットアウトする「扉を閉めれば別世界」の完全独立型空間。



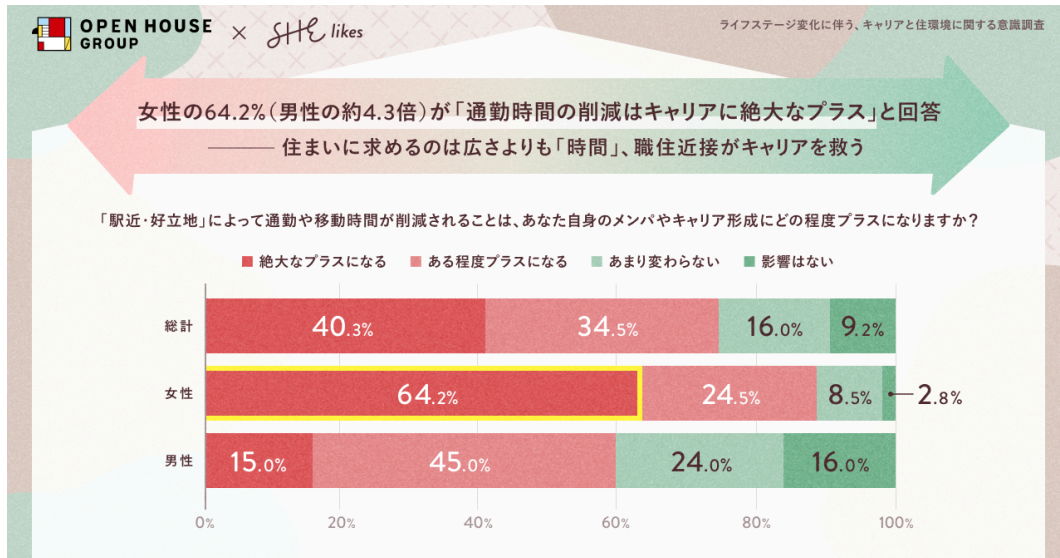
定義②：パーソナルスペースのカメレオン化

朝は家事スペース、昼は書斎、夜はリスキング空間など、時間やニーズに合わせて変幻自在に用途が拡張する究極の空間効率化。



◆ 女性の64.2%（男性の約4.3倍）が「通勤時間の削減はキャリアに絶大なプラス」と回答 —— 住まいに求めるのは広さよりも「時間」、職住近接がキャリアを救う

通勤や移動時間が削減されることが、自身のメンパやキャリア形成にどの程度プラスになるかという問いに対し、全体の40.3%が「絶大なプラスになる（浮いた時間を自己投資やリフレッシュに充てられるため）」と回答しました。しかしこの項目には大きな男女差があり、男性は15.0%に留まったのに対し、女性は64.2%（約4.3倍）に上ります。可処分時間が限られる中で、移動によるタイムロス死は死活問題です。オープンハウスの強みである「好立地（職住近接）」が、個々の時間を創出し、メンパを守るための最大のインフラになることが証明されました。



両社コメント

株式会社オープンハウスグループ

共働きの一般化に伴い、住まいには「家族団らん」のみだけでなく「個の生産性（メンパ）を守る機能」が求められています。調査でも、お互いのキャリアや時間を尊重して前向きな距離感を保つ「戦略的夫婦別空間」のニーズが浮き彫りになりました。当社の強みである「都心・好立地」による通勤時間の削減と、住まう人のライフスタイルに合わせて空間をデザインできる「設計力」は、まさにこのニーズに応える最適解です。従来の間取りに縛られず、日常のノイズから隔離された自分専用の『+M』を自宅内に柔軟に創り出すことができます。このマーケットインの発想に基づいた「職住近接×設計力」のアプローチこそが、現代のビジネスパーソンがキャリアも家庭も諦めないための、当社ならではの確かな住まい戦略になると確信しております。家族のつながりを大切にしながらも、個のパフォーマンスを最大化できる新しい住まいのあり方を、これからも推進してまいります。

SHE株式会社

今回の調査では、お互いのキャリアや時間を尊重するためにあえて距離を保つという、今の働く男女のリアルな本音と新しい住まいへのニーズが浮き彫りになりました。既成の間取りに縛られず、自分らしい生き方や快適なライフスタイルを誰もが自由に選択していける社会の実現を目指して、私たちは今後も様々な形でこうした新しい選択を応援し、その未来に寄り添ってまいります。

SHE株式会社について

SHE株式会社は、「一人一人が自分にしかない価値を発揮し、熱狂して生きる世の中を創る」をビジョンに据え、2017年に創業。主要事業である「SHElikes(シーライクス)」は、誰もが自分らしい働き方を叶えられるよう、WEBデザインやWEBマーケティングなどの50職種以上のスキルが学び放題。レッスン以外にもコーチングプログラム、仕事機会を提供し、累計登録者数は25万名以上に。2021年に理想のキャリアや人生の実現のために不可欠なお金の知識の獲得を目指すサービス「SHEmoney」、2023年にSHEで学んだ方と即戦力を求める企業をマッチングする転職サービス「SHE WORKS」を提供開始。SHE株式会社： <https://she-inc.co.jp>

【SHElikes 公式SNS】

SHElikes公式Instagram： https://www.instagram.com/she_officials/

SHElikes公式X(旧Twitter)： https://twitter.com/she_officials

SHElikes公式YouTube「シーライクスTV」： <https://www.youtube.com/@sheofficial0411>

企業概要

株式会社オープンハウスグループ

本社所在地 〒100-7020 東京都千代田区丸の内 2-7-2 JPタワー20階（総合受付）・21階

創業 1997年 9月

代表者 代表取締役社長 福岡 良介

資本金 203億1,988万円

従業員数（連結） 6,495名（2026年3月末時点）

株式会社オープンハウスグループ Web サイト URL： <https://openhouse-group.co.jp/>

株式会社オープンハウス Web サイト URL： <https://oh.openhouse-group.com/>

＜ 本件に関するメディア関係者様からのお問い合わせ ＞

株式会社オープンハウスグループ 広報（植田） TEL：03-6213-0783 MAIL： pr@openhouse-group.com