

生活価値を向上させる



旭化成ホームズの戸建て住宅
「ペーベルハウス」を取り入れた
夫婦共働き世帯向けのキッチン

大手住宅メーカーの春の新商品は家庭内の正味エネルギー使用量をゼロにできるネット・ゼロ・エネルギー・ハウス（ZEH）などスマートハウス（次世代環境住宅）が中心となった。省エネルギーの市場ニーズは高く、消費税8%による影響で受注の反動減が続いている中、スマートハウスは成長が期待できる分野。各社が受注回復へ大きな期待をかけている

住宅業界

積水ハウスは主力商品の鉄骨一戸建て2階建て高価格帯住宅「イズ・シリーズ」を全面改良した。断熱仕様では基準が最も厳しい北海道に対応した高性能の樹脂サッシと3枚ガラスを開口部に採用するなど、高断熱化を推進している。

屋根の勾配が6寸と大きい「イズ・ステージ」と同5寸と平ら屋根の「イズ・ロイエ」の2タイプを用意。同社の商品モデルとして最多の月間販売5000棟を目指す。

積水化学工業は2014年度から3年間の新たな中期経営計画をスタートし、「スマートハウスナンバーワン戦略」を掲げた。13年に投入した

月が経過しても外壁の見栄えが長期間劣化せず、資産価値を高める。

備蓄性能を高め、補修サイクルも30年と高い耐久性を持たせた。酸化チタンに銀や銅を加えた

光触媒技術で有機物や藻類を分解する技術を初めて導入。年

度、省エネルギーの春の新商品は家庭内の正味エネルギー使用量をゼロにできるネット・ゼロ・エネルギー・ハウス（ZEH）などスマートハウス（次世代環境住宅）が中心となった。省エネルギーの市場ニーズは高く、消費税8%による影響で受注の反動減が続いている中、スマートハウスは成長が期待できる分野。各社が受注回復へ大きな期待をかけている

生活ニーズを重視

共働き世帯向けに工夫

省エネルギー以外でも住生活のニーズを取り入れて新築市場を開拓する動きが出ている。旭化成

ホームズは夫婦共働き世帯を意識した住空間を主力の戸建て住宅「ペーベルハウス（HH）」に導入した。夫婦共働き世帯が一般化する中で、夫も調理や洗濯などの家事に取り組む例が増えており、特に30代を中心とした夫の家事参加を促す心に、意欲がありながらなかなか家事に踏み出せない夫の家事参加を促す住空間を開発した。その代表的な例が永大

Hの提案力を高める。Hの提案力を高める。

積水化学工業の「スマートハウスグランツーコーVito Heim」は、戸建て住宅「ペーベルハウス」に取り入れた「キッチン」。

「ペーベルハウス」は、同社が考案した子育てに適した住宅のリビング

「スマートハウス」は、同社が考案した子育てに適した住宅のリビング

「スマートハウス」は、同社が考案した子育