

デベロッパー、設計事務所、メーカー。 3者のコラボが拓く 新しいマンション市場

マンション不況が長引く中、ようやく明るい兆しが見え始めました。しかし、新たな市場動向に対応するため、供給サイドには従来とは違った高品質な住まいづくりが求められています。その新たな取り組みの一つが、デベロッパー、設計事務所、そしてメーカーであるパナソニックグループ3者の「コラボレーション」によるマンションづくりです。「コラボのメリットは何か、その成功の秘訣は何か、また今後の展開などについてご担当者にうかがいました。

ほん だ
誉田 喜之氏

阪急不動産株式会社 首都圏事業部
上席調査役

谷口 裕一氏

株式会社 IAO 竹田設計 東京事務所
室長

司会
坂本 道弘氏

パナソニック株式会社
スペース&メディア創造研究所
チーフコンサルタント

マンション市場に 明るい動向の兆し

坂本 リーマンションショック以後、ようやく市況回復の兆しが見えてきましたが、こうした動向を受けて、マンション市場への新たな取り組みが求められています。そこでデベロッパーである阪急不動産様、設計事務所のIAO竹田設計様、そしてメーカーであるパナソニックグループがコラボレーションという形で取り組んだ新たな試みについて、ご紹介したいと思います。その前に、まず現在の状況についてお話を聞かせてください。

誉田 去年の年明けから今年の春先にかけて、各デベロッパーが在庫整理のため、熱心な販促活動を行いました。その効果があり団塊ジュニアの方々のモデルルームへの来場が増えました。適正な価格でニーズにあったマンションであれば、着実に購入に結びつくという流れが起っています。また国の施策として相続税の軽減措置や低金利なども追い風となり、実需買いが増えているという状況です。

坂本 この市況回復の状況は、過去と傾向が異なっていると思いますか？
谷口 この新しいマンション市況の特徴としては、スパなど大規模施設を設ける物件が少なくなり、それに代わって小振りなスケールのものが多くなっています。その一方で住まいの「質」

への要求は高くなっています。国の施策によるエコポイントの導入もあり、省エネに特化したマンションが目立ってきています。

坂本 現在の傾向として、スケールメリットの追求ではなく、「質」への関心が高まっている。その「質」への関心の一つとして、省エネや地球環境などに配慮したマンションが増えているということですね。

誉田 「質」のいいものは、インシヤルコストが高くとも、ランニングコストが安くなることに納得感があるようです。マンションでいえば、断熱性能とか、ペアガラスなどに関心を持つお客様が増えています。

谷口 外観デザインにも大きな変化が現れています。今までは、形や色でデザインされた外観が主流でしたが、最近では自然の光や風を取り入れる工夫を施した外観のマンションが注目されています。つまり、形や色よりも機能重視のデザインを施す風潮が起っています。

住宅設備や家電の進化が 住宅づくりを変えた

坂本 機能重視ということであれば、メーカーとしてはマンションにおける住宅設備や家電の効果や影響が気になると思います。

誉田 家電でいいますと、薄型テレ



右から、誉田氏、谷口氏、坂本氏

ビの登場は、間取りの考え方や住宅モジュールに大きな影響を与えています。

坂本 家電の変化・進化が空間の創り方に影響していますよね。

誉田 そうです。昔のブラウン管テレビの場合はリビングのコーナーに斜めに置き、そこから家具配置を考えていました。それが今では、薄型テレビは壁に沿って置くことが可能なので、ソファやテーブルの配置をメインに考えることができます。つまりレイアウトの自由度が格段に広がります。またキッチンには、デザインの良さだけでなく収納力がアップして片付けが簡単にできるようになってきており、さらに、調理設備に安全でお手入れが簡単なIHクッキングヒーターを採用することで、リビングの中心に配置できるようになりました。ですから従来とは違う空間作りの

考え方が生まれます。
坂本 キッチン以外の水廻りに関してはどうでしょうか？

誉田 ドラム式洗濯機の有効スペースもモジュールに影響しています。またお風呂に関しては、どんどん大きくなるという傾向には歯止めがかかったと感じています。住まい全体の中で非常にバランスの良いサイズに落ち着いていると思います。

谷口 設計する立場から言いますと、通常はおお客様のライフスタイルの変化に合わせて設計を行っているのですが、家電メーカー様と一緒に最新の住設機器や家電の可能性を企画段階から取り入れ、新しい住宅設計を提案することで、逆におお客様のライフスタイルに変化を促すことが可能になると思います。住宅がライフスタイルを創造していく、これまでにない流れが期待できそうです。

これからのマンションは、 明確なコンセプトが必要。

さかもと・みちひろ

パナソニックにおいて新しい価値を創造提案している研究所の中で、生活視点から暮らしと都市開発を研究し、都市や住まいのライフスタイルや空間提案を主に担当。技術士

たにぐち・ゆういち

日本、中国を拠点にリゾート開発から商業施設、オフィス、集合住宅など広範囲な建築設計を手掛けるIAO竹田設計の中で、今回ジオ棍が谷の統括設計者として設計・監理を担当。一級建築士



ほんだ・よしゆき

「ジオ」シリーズを分譲マンションのブランドとして展開されている阪急不動産の中で、首都圏エリアにおける分譲マンションの商品企画、事業推進業務を統括。再開発プランナー



「家なか」という ライフスタイルの誕生

坂本 実は、今までお話ししてきた考えをベースにしながら、実際のマンションへと反映させたのが「ジオ棍が谷」です。「ジオ棍が谷」についての詳細は後述するとして（P10～P13）、「ジオ棍が谷」のモデルルームを例にとりながら、ここではもう少しマンションの新提案としてのコラボの意味について話したいと思っています。一つのキーワードとして「家なか」があります。「家なか」というのは、リーマン不況以後に流通している言葉で、外で楽しんでいたアミューズメントやエンターテインメントを、なるべく家で楽しみたいというトレンドです。こうした生活スタイルの変化は、確実に住宅の間取りに影響してきていますね。

谷口 世間の評価も変わってきていると思います。以前は、家にこもってビデオを見るというのは、ネガティブで、あまり明るくないイメージがありました。今では大画面でブルーレイを鑑賞するというのは、「かつこいい」ライフスタイルという風潮になってきています。ですから、家で過ごすことの評価が見直されています。

坂本 それはキッチンに関しても言えますね。以前は、家で食事を作るシーンは生活感が出すぎて野暮つたいイメージでしたが、今では家でイタリアンを作るのがおしゃれであるという風に変わってきましたね。

菅田 「ジオ棍が谷」を例にしますと標準でキッチンに吊り戸棚がありません。これは、収納力の高いキッチンカウンターを採用したこともありませんが、当社としては初めての試みでした。「お客様を招いてパーティするときに使いやすいさうだ」とか、「空間が広く見えていい」とかモデルルームでも好評です。また「ジオ棍が谷」はオール電化を採用し、エコキュートやIHクッキングヒーターを取り入れています。昔は高齢者の方が安全性を考えるとIHクッキングヒーターを選ばれるケースがほとんどだったのでありますが、今では若い方が積極的に便利さとかスマートさで選ばれるケースが多くなっています。

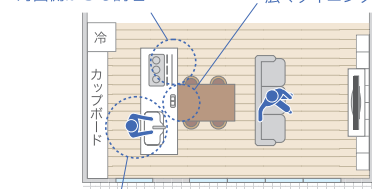
坂本 これからの傾向として、価格や駅近とは違う、お客様を満足させるマンションは、どうなるとお考えですか。
菅田 これからのマンションは、多少個性的であっても物件ごとに明確なコンセプトを設定し、こう使っていた方がいいのでこう作っていますとお客様に説明でき、それに共感された方にご購入いただくという方向に進んでいくと思います。そういう意味で今回の「ジオ棍が谷」のモデルルームはコンセプトがはっきりしており、モデルルームのコーディネーターなどプロの方にも、評価が非常に高いですね。

パナソニックがご提案したLDK空間プラン

～アイランドキッチン＆ダイニング＆リビングの新たな繋がり、家族の笑顔の種を蒔く～

K-D-L 直線T型配置

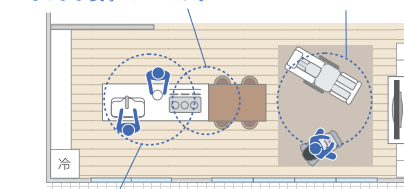
調味料類はキッチンカウンターの空きスペースへ置き、広々ダイニング



テレビを「見ながら」、家族と「話しながら」調理

K-D-L 直線I型配置

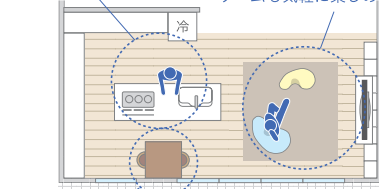
配膳や後片付けなど動線がスムーズに。IHで調理した鍋は、そのまま食事スペースに。



対面側から複数人で団らん調理。パーティ利用にも

K-D-L Dinks向けフリーリビング

広々としたオープンスペースで、寝転んだり、カウチを置いたり、フレキシブルな利用が可能。ゲームも気軽に楽しめる



2人用のダイニングスペース

成功の秘訣は3者の 早期コラボレーション

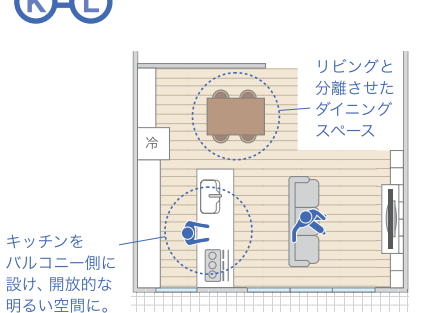
坂本 今回のコラボの特長は、メーカーである我々が早い段階から参画させていたことにあります。住宅設備機器・家電メーカーであるパナソニックグループが、住宅設計の企画に早期参画することで、今後も新たなニーズを創造する面白いマンションづくりができるのではないかと考えています。今回のコラボの感想や今後の取り組みの可能性についてどんな風にお考えでしょうか。

菅田 住設機器というのは日々進化し、特に素材・デザイン面では標準品のまま充分採用できるものが増えていくと感じています。メーカーの方と今回のようにしっかりとコミュニケーションをとることで、商品の本来発揮できる性能や、使い方、空間のあり方などの理解が深まり、無駄のない合理的な商品選定を行うことができたと思います。

坂本 これまでにもコラボレーションはいろいろありましたが、デザイン系の企業とのタイアップがほとんどでした。今回、「家まるごと」作れるパナソニックグループとのタイアップの意義は大きいと思います。

菅田 今回のコラボへの客観的な評価の一つとしては、週刊ダイヤモンド誌上で取り上げられたことがあげられ

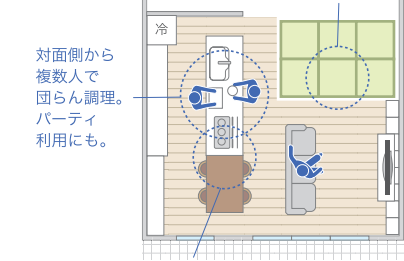
K-D-L LD分離配置



リビングと分離させたダイニングスペース

K和 D-L 和室の口型配置

洗濯物のたたみは和室スペースで。間仕切りをとれば広々リビングに。



配膳や後片付けなど動線がスムーズに。IHで調理した鍋は、そのまま食事スペースに



ジオ棍が谷モデルルームでは、直線T型配置を採用 (写真提供：阪急不動産株式会社)

れます。その特集記事の人気マンションランキングで神奈川県で4位(※)になりました。特に専有部分の計画に対する各項目で高いポイントをいただいております。激戦区であるエリアでの高評価に大変うれしく思っています。
坂本 それでは最後に、これからの課題やパナソニックグループに対するご要望をお聞かせください。
谷口 今まで以上にエコを意識した住まいづくりの需要が高まると考えています。インシャル・ランニング共に充実した商品を開発していただき、共用部にもっとたくさんLED照明を採用していきたいと思えます。それにはぜひとも御社の協力が必要になってきます。
菅田 御社は、集合住宅向けの商材がここ数年で非常に充実してきた印象があります。デザイン性にも優れており、特にオール電化への期待は高いですね。オール電化でいえば、エネルギー消費の「見える化」は関心が高いので、御社の住宅用エネルギーマネジメントシステムをコスト的にももう少し使いやすいものにしていただき、ぜひ次回採用したいですね。
坂本 今回のコラボで、今までにない住まいづくりのご提案ができたことと自負しています。今後も家まるごと提案できる住宅設備・家電メーカーの特長を生かして、こうした試みを展開していきたいと考えています。

※ 株式会社ダイヤモンド社発行「週刊ダイヤモンド」2010年6月19日号