

平成15年7月30日

## 二つの建物で 「三世代間の交流と精神的な一体感」 を育む 集住型のロングライフ住宅 「ヘーベルハウス こ・こ」 新発売

旭化成株式会社 住宅カンパニー（カンパニー社長：岡本 利明）は、「三世代間の交流と精神的な一体感」をテーマに、一つの中庭を囲む集住型2棟建の住まい、ロングライフ住宅「ヘーベルハウス こ・こ」を、平成15年8月1日（金）より発売します。

近年、行き過ぎた核家族化・個人主義に対する警鐘や、世代間の交流（思いやり、尊敬心、喜びの共有など）の大切さを指摘する声が多く聞かれるようになりました。今回提案する「こ・こ」は、別々の建物に住みながらもお互いの存在を感じることができ、自然な交流による精神的な一体感を実現する、新しいタイプの小規模な集住型の住まいです。

建物の形態は、L字型を基調とする2棟の建物により中庭を囲むゾーニングとなっています。光や風など外部空間の心地よさと内部空間的な安心感を兼ね備えた「中庭空間」を通して、二つの住戸の生活空間が緩やかに連続しているため、日常生活における世代間交流が自然に行われ、2棟でありながら1棟で暮らしているような精神的な一体感が得られます。

外観については、2棟を統一的にデザインし、二つの建物が一つの集合体であることを象徴的に表現しています。

商品名の「こ・こ」とは、ともに暮らす場所を表す「此处」、ともに集う家族がそれぞれ自立した個人であることを指す「個々」、などを意味しています。

価格は3.3㎡あたり58万円から、初年度販売目標は100組200棟を予定しています。

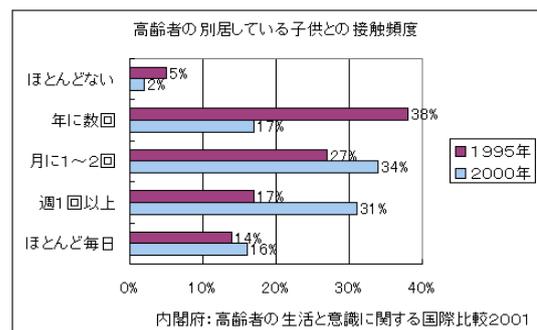
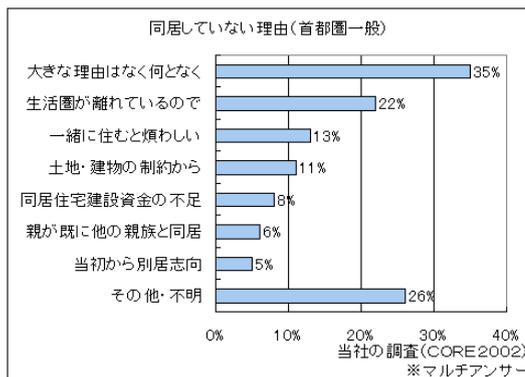
### I. 開発の背景

当社では、平成10年より物理的・機能的・サービス面という三つの基本要件を備えた「ロングライフ住宅の実現」を事業戦略ビジョンとして推進し、更に13年以降は「住まう人の心の充足」という視点からロングライフ住宅の拡充を図ってきました。その中で、常に家族の気配が感じられ自然な交流を促進する「ニューフレックス3」「PAO」の立体的オーブンプランニングや、積極的なコミュニケーションの場としての「へそのある家」のへそ空間、自然の心地よさを介して家族が集まりやすい「そらから」の中庭空間など、建物の形（空間デザイン）により「家族のつながり」をサポートする提案を行ってきました。これらの商品では核家族における交流が主なテーマだったのに対し、新商品「ヘーベルハウス こ・こ」は、三世代間の交流をテーマとしています。

近年では核家族化が進み、親子であっても別々に暮らしている世帯が多数に上ります。親子である二家族の住まい方に対する意識も、別居は当然という考え方が広く浸透していると言えます。特に、これからの主要な建築層と考えられる団塊世代や団塊ジュニア世代では、お互いの自立が重視される傾向にあります。

一方、最近の動きとして、極端に進んだ核家族化による行き過ぎた個人主義への反省や、昔の大家族主義的な日本の住まい方を見直す声も聞かれ始めました。特に、孫世代である子供の情操教育（思いやり、尊敬心、喜怒哀楽の共有など）に対する「三世代間の交流」の大切さが再認識されつつあります。

首都圏の非同居世帯を対象とした当社の調査では、「同居していない理由」として全体の35%が「大きな理由はなく何となく」と答えており、積極的な同居否定派に比べ多数を占めています。また、内閣府の調査における「高齢者の別居している子供との接触頻度」は、頻度の高い「ほとんど毎日」「週1回以上」が急増、逆に頻度の低い「ほとんどない」「年に数回」は激減しています。このようなデータから、現在別居している人も同居に否定的なわけではなく、世代間の交流を求めていることが推察できます。



これまでは、二つの家族が新たな住宅を同時期に取得しようとする場合、①一戸建住宅を建築して昔ながらの「完全同居」をする、②二世帯住宅により物理的・精神的な分離度を高めた「二世帯同居」をする、③それぞれが個々に住宅を取得してそれまでと同じく「別居」を続ける、という三つのパターンが考えられました。親子である二家族であれば①や②の「同居」形態が多くなりますが、お互いの自立を重視し核家族での別居は当然と考える場合には、「一つ屋根の下の同居」という形態そのものが敬遠される可能性があります。つまり、三世代間の交流や精神的な一体感を求めながらも、経済的な依存関係や家制度などの古い社会規範の残滓が感じられる「同居」形態を好まず、世の中に自分たちの価値観に合う住居形態を見出せず、結果的に③の「別居」形態を選択している層が存在するのではないかと考えられます。

## II. 商品のコンセプト

「ヘーベルハウス こ・こ」は、建物形態は完全に独立した「別居」スタイルを志向しつつも三世代間の交流と精神的な一体感を求める顧客に対し、自立した

二つの家族の住まい方における新たなスタイルを提案します。そのために、ある共通する価値観をもってコミュニティを形成するために集まって住む「集住」という考え方を取り入れました。

※「集住体」とは、ハードな集合住宅とソフトなコミュニティ形成が有機的に統合された住共同体のことをさす。住宅形式が一戸建て住宅の場合にも、その群化の仕掛けにおいて共同管理・生活を促す場合には、集住体にあたる。（延藤安弘著・鹿島出版会発行「集まって住むことは楽しいナー住宅でまちをつくる」より引用）

具体的には、全体の形態は「2棟建」とし、光や風など外部空間の心地よさと内部空間的な安心感を兼ね備えた「中庭空間」を、2棟建の住宅における交流の場としての共有空間と位置付けました。これにより、2棟の建物でありながら、常にお互いの存在を感じ合うことができ、三世代間の交流と精神的な一体感を実現する住まいとしました。

顧客層としては、親世代の土地での建て替えに加え、親子それぞれが隣接地を購入して住み替えを行うというケースを想定しています。その他、兄弟姉妹や仲のよい友人同士などが隣接地を購入する事例も考えられます。

また、将来的な家族構成の変化などにあたっては、中庭を仕切って2棟を個々に売却や賃貸活用できるだけでなく、中庭を共有する形態のまま片方だけを親戚や友人に貸したり、2棟をまとめて知人同士で借りるなど、「集住」志向を満たす新たな賃貸需要の創出も期待できます。

### III. 商品の特徴

#### 1. 隣接する2棟を一体的に設計

互いに自立した二つの家族の住まいとして、物理的にも完全に独立した二つの建物である「2棟建」の形態とします。プランニングにあたっては2棟を一体的に設計し、L字型を基本とする建物形状により、二つの住戸で中庭を囲むゾーニングとします。これにより、一つの中庭を二つの家族が囲んで暮らす、共有の中庭空間を確保します。

外観についても、2棟を一体的に設計することにより統一感のある外観デザインが可能となります。「外に対して適度に閉じ、内に向かって大きく開く」設計により、2棟でありながら「ともに暮らす」ことを象徴的に表現しています。

2棟建や中庭プランといった複雑な建物形状は、建物自身の影響が大きいいため、一般的には日当たりや風通しの検討を困難にする要素と言えます。そこで、平成14年7月の「ヘーベルハウス そらから」発売と同時に導入した「日照・通風シミュレーションシステム」を活用することにより、2棟建であっても心地よい中庭空間を科学的指標に基づいて設計することができます。

#### 2. 二つの家族の「つなぎの間」としての中庭

2棟建の各住戸とも、全面開口窓などによって建物内部空間を中庭に対して大

大きく開き、内と外の連続性が高い一体的な生活空間を確保します。光や風などの自然な心地よさを感じやすい中庭空間を通して二つの家族の生活空間が緩やかに連続するため、日常生活の中での交流が自然に行われます。内部空間と連続する中庭が二つの家族の交流の場である「つなぎの間」となり、2棟でありながら1棟で暮らしているような精神的な一体感が得られます。

また、この中庭空間に外構によるパーゴラを設置すれば、より室内に近い感覚の空間演出ができ、二つの住戸の「つなぎの間」としての機能を更に高めることができます。

### 3. 住まい方の新たなスタイルとしての「集住」型2棟建

2棟が中庭を挟んで向かい合う小規模な「集住体」的な建物において「ともに暮らす」というスタイルは、昔ながらの一つ屋根の下に住む（あるいは、当社が昭和50年代から提唱してきた二世帯住宅による）「同居」でもなく、意識して行き来しなければ交流が図れない「別居」でもない、三世代間の交流と精神的な一体感を実現する住まい方の提案です。お互いの自立を尊重しながら、ともに暮らすことの精神的な価値を享受することができる、互いに自立した二つの家族の住まい方における新たなスタイルと言えます。

## IV. 「ヘーベルハウス こ・こ」の商品概要

- |         |                                                                                             |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. 構造   | 骨組：ハイパーフレーム（鉄骨軸組高耐震フレーム）構造<br>外壁：ALCコンクリート（ヘーベル）<br>床：ALCコンクリート（ヘーベル）<br>屋根：ALCコンクリート（ヘーベル） |
| 2. 本体価格 | 3.3㎡あたり58万円～                                                                                |
| 3. 販売地域 | 関東、東海、関西、山陽（一部を除く）、九州北部                                                                     |
| 4. 販売目標 | （年間）100組200棟                                                                                |
| 5. 発売日  | 平成15年8月1日（金）                                                                                |
| 6. 展示場  | 岡山バラ園展示場（岡山市撫川1592-1 RSKバラ園内）                                                               |

<本件に関するお問い合わせ先>

〒160-8345 東京都新宿区西新宿1-24-1 エステック情報ビル  
旭化成株式会社 住宅カンパニー 住宅広報室  
木村、岩本、帯屋 （電話）03-3344-7115