

平成15年10月14日

「個性的で豊かな空間を賃貸する」をテーマに
メゾネットとマンションが融合した新たな都市型賃貸住宅
「ヘーベルメゾン m³ (エム・キューブ)」新発売

旭化成ホームズ株式会社（本社：東京都 新宿区、代表取締役社長：岡本 利明）は、個性的な暮らしを都市部で楽しみたいというシングルリッチやDINKS向けに、メゾネット形式とマンション形式の融合により“個性的な自分好みの空間”を提供する都市型賃貸住宅「ヘーベルメゾン m³ (エム・キューブ)」を平成15年10月16日から発売します。

外観は、高級感を演出するエントランスホールを備え、極めてシンプルな建物形状としました。開口部を3階まで連ねた直線的なフラットサーフェイスデザインとすることで、ALCの壁面部分と陰影を持つ開口部との対比を際立たせ、堅牢さと同時に洗練されたモダンな印象を実現しています。また、その壁面を最も美しく見せるために、外壁には組積造をイメージしたジーファスタイプの新たなデザインALC版を採用しました。

各住戸へのアクセスは、オートロックを装備したエントランスホールから2階の共用廊下を経由する形式としました。また、各住戸は2階と1階、2階と3階をそれぞれ利用するメゾネット形式です。これにより、都市部における防犯性に配慮したマンション型のメゾネットという新たな形式を提案しています。

住戸内の空間構成は、2階に玄関と多目的に使えるワークスペースを設け、1階または3階にプライベートスペースとして、両面採光と通風を実現した開放的な空間を設けています。生活空間と玄関廻りが階層を隔てることで、心理的切り替えが促されます。これにより、自分だけの生活空間という意識が深まり、お気に入りの生活空間に帰る（人を招く）といった喜びが感じられます。同時に、2階の玄関廻りとプライベートスペースが、大きな開口部を備えた光溢れる吹抜けでつながっていることから、マンションでありながら立体的で豊かな空間を感じることができます。

価格は3.3㎡あたり66万円から、初年度販売目標は100棟を予定しています。

I. 商品開発背景

1. 市場背景

近年、新設住宅着工戸数が低迷するなかで、賃貸住宅だけが2年連続で増加となりました。既に数の面では足りている賃貸住宅のストックが更新されつつあることを示すとともに、賃貸住宅市場における物件間の競争が激化していることも示していると言えます。

また、近年では人口の増加率に比較して世帯数の増加率が上回る傾向が現れています。（次頁左図参照）これは、団塊ジュニア層が世帯形成期を迎えていることもあり、少人数家族が増加していることを示しています。特に都市部においては結婚に対する考え方の変化に伴い、未婚・晩婚化が進みシングルリッチ層といわれる人達が増加し

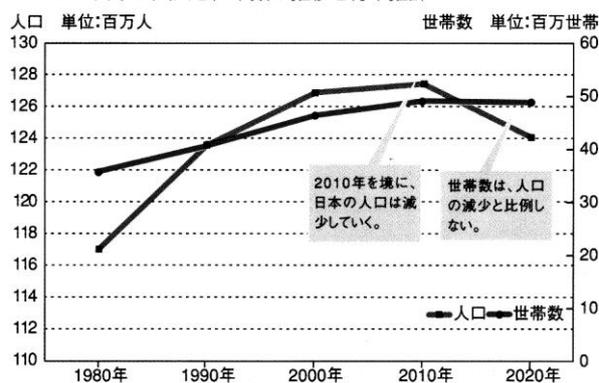
ていることや、少子化にともなってDINKS（子供の無い共働き世帯）といわれる世帯が増加していることも影響していると思われます。

また、東京都の人口流出入状況（右下図参照）もバブル崩壊後一時流出超過となっていたものが、近年は流入超過傾向にあり、いわゆる「都市回帰」が進行している状況も確認されています。

このような状況下、大都市を中心に賃貸住宅事業を展開する当社では、増加するシングルリッチ層とDINKS層を対象に、より个性的で都市に居住することを楽しめる、付加価値の高い賃貸住宅を提供することが課題と認識していました。

●人口が減っているのに、世帯数は横ばい。

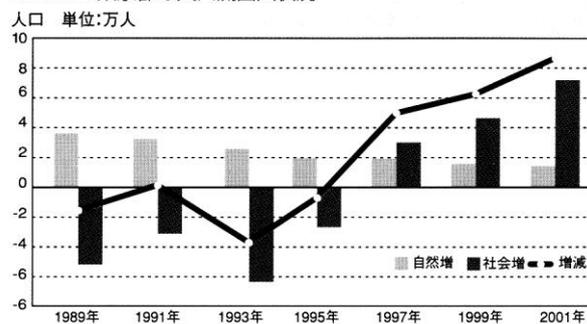
DATA 1.日本の人口と世帯数の推移と将来推計



資料：国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計」より作成

●バブル期に離れた人口が都心へ回帰。

DATA 2.東京都の人口流出入状況



自然増＝出生者数－死亡者数
社会増＝(転入者数＋その他記載数)－(転出者数＋その他消除数)

資料：総務省「住民基本台帳人口要覧」より作成

2. 商品開発背景

近年では、メゾネット形式により戸建て感覚を訴求した賃貸住宅が増加する傾向にあります。一般的にテラスハウス形式と言われるメゾネットでは、それぞれの住戸が独立したアプローチを持ち、駐車スペースや専用庭といった戸建て住宅固有の良さを再現していることに特徴があります。また、内部空間においても、共同住宅で表現しにくい立体空間の豊かさを、吹き抜けや階段の意匠などで実現できる利点があります。

今回の「エム・キューブ」は、都市に住まうシングルリッチ層やDINKS層にターゲットを絞り、メゾネットだから表現できる内部空間の立体的豊かさを提供することをテーマに開発が始まりました。しかしながら、ターゲットとするテナント層が求める利便性の高い都市部においては、敷地の高度利用を求めるニーズが高く、従来の戸建て感覚を持ったテラスハウス形式を持ち込むことは現実的ではありませんでした。また、都市部における防犯に対する意識の高まりもあり、従来のようなアパート形式の1階住戸に対するニーズは低下しており、2階以上の階と賃料で比較的大きな差を設定しなければテナントが決まりにくいという現実もありました。このような背景から、これまでのハウスメーカーによる中層賃貸住宅には無かった新しい空間を提案することで、高い入居率を確保し、入居者とオーナー双方に満足を提供することを目指しました。

II. 商品の特徴

1. メゾネット形式とマンション形式の融合した新しい形態

メゾネット形式とマンション形式が融合した「エム・キューブ」は、共用部分が少ない3階建とすることで土地高度利用ニーズに応えると同時に、オートロック付きのエントランスや、2階のみに共用廊下を設置することで、セキュリティにも配慮しました。また、2階に各住戸の玄関とワークスペースと名付けた付加価値空間を設置し、生活空間を1階または3階へと明確に分離することで、これまでにない個性的な空間を提供することができるようになりました。

また、それぞれの住戸の生活空間が、共用部分や玄関廻りのみを設置した2階を挟んで1階と3階に分離しているため、物理的にも心理的にもプライバシーを確保しやすい特徴もあります。

2. 都市に映える堅牢でモダンな印象を与える外観

「エム・キューブ」はオートロック付きのエントランスを備え、バルコニーを設置しない、堅牢な箱状の外観形状としています。この形状を美しく見せるために、3階まで連なる陰影をもった印象的な開口部を設置するとともに、この形状に適した外壁表面加工として、組積造をイメージしたジーファスタイプの新たなデザインALC版（BJ目地）を追加し、堅牢さとモダンな印象を両立させています。

また、敢えてバルコニーを設置しないことで、防犯性が高まるとともに、物干し場を屋内とすることで、生活を感じさせる要素を外観から排除して美観を維持できるようにしました。

3. 個性的で豊かな内部空間

2階の玄関から住戸内へ入ったときに、外観の印象からは予想し難いメゾネット型の住戸に、まず驚かされることと思います。多目的に使えるワークスペースを備えた玄関が、生活空間とは異なる階に設置されることで、「自分だけ（二人だけ）のお気に入りの生活空間」が心理的にも明確に区分されます。玄関脇のワークスペースは、ちょっとした来客の対応やSOHO的な仕事場として生活空間と明確に区分して使用することができます。また、これにより、トイレや洗面所も明るくオープンな空間として生活空間に取り込むことができます。

大きな開口部をもった吹き抜けにより玄関廻りと生活空間をつなぐことで、光溢れる立体的な空間の豊かさや開放的な楽しみを一層強く感じることができるようになりました。また、従来の共同住宅とは異なり、生活空間とする居室では両面に開口部を設置することができ、快適な採光や通風も確保できます。このような空間特性も配慮し、「個性豊かな、自分だけのお気に入り空間」を演出しやすいように、内装も明るいシンプルなものを基本としています。

Ⅲ. 商品概要

1. 商品名 ヘーベルメゾン m³ (エム・キューブ)
2. 構造 骨組：ハイパーフレーム構造 (鉄骨軸組高耐震フレーム構造)
外壁：ALCコンクリート (ヘーベル)
床 : ALCコンクリート (ヘーベル)
屋根 : ALCコンクリート (ヘーベル)
3. 本体価格 3.3 m²あたり66万円～
4. 販売地域 関東、東海、関西、山陽 (一部を除く)、九州北部
5. 販売目標 (年間) 100棟
6. 発売日 平成15年10月16日 (木)

<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 旭化成ホームズ株式会社 広報室 木村、岩本、帯屋 (電話) 03-3344-7115
--

<お知らせ>

旭化成グループの分社・持株会社制移行に伴い、
旭化成の住宅事業は旭化成ホームズ株式会社に承継されました。

旭化成ホームズ株式会社

本社所在地：東京都新宿区西新宿2-3-1 (登記簿)

代表取締役社長：岡本利明