

2015年04月07日

女性カスタマーの声から開発-「女性目線開発プロジェクト」新商品 ここから私らしさを楽しむ家へ。「konoka コノカ」発売 ～東京・三鷹にモデルハウスオープン～

本日、住友林業株式会社（社長：市川 晃 本社：東京都千代田区）は、「女性目線開発プロジェクト」による新商品「konoka（コノカ）」の発売を開始し、「konoka」の世界観を具現化したモデルハウスをハウジングプラザ三鷹第二会場※¹（東京都三鷹市 /以下三鷹第二展示場）にオープンいたしますのでお知らせいたします。

本プロジェクトは、女性の視点を商品開発やサービスなどに活かすことで、より快適で心地よい生活提案を行うことを目的に2013年3月に発足し、同年10月に全国の支店や関係会社のメンバーも加え組織横断で本格始動しました。これまで2013年5月に空間提案「こまま（comama）※²」を提供、2014年8月には「イーストヒルズ勢野（せや）（奈良県生駒郡）」で9棟の分譲住宅を企画・設計しています。



- ※1 朝日新聞総合住宅展示場ハウジングプラザ三鷹〈第2会場〉
- ※2 リビングにおける収納に関するストレスを解決する空間提案

■「konoka」開発の特長

女性カスタマーの声から商品コンセプトを抽出し、女性社員が中心となって商品を開発

より一層女性に支持される住宅メーカーになることを目指した本プロジェクトでは、女性カスタマーの声を商品づくりに反映させるため、木や緑をとりいれたナチュラルで丁寧な暮らしを好む30代～40代の子育て世代を読者にもつ、集英社の女性誌「LEE」と協力し、読者約1,600人からアンケートを取得しました。



アンケート結果の分析に加え、5年以内に住宅取得の意向のある方を含めた読者を集めてグループインタビューを実施するなどして、プロジェクトメンバーである女性社員が中心となり、間取りやインテリアに関する理想や悩みを抽出。それらの結果を踏まえながら、プロジェクトメンバーの提案やアイデア、一女性としての思い等を付加し、商品開発を行いました。

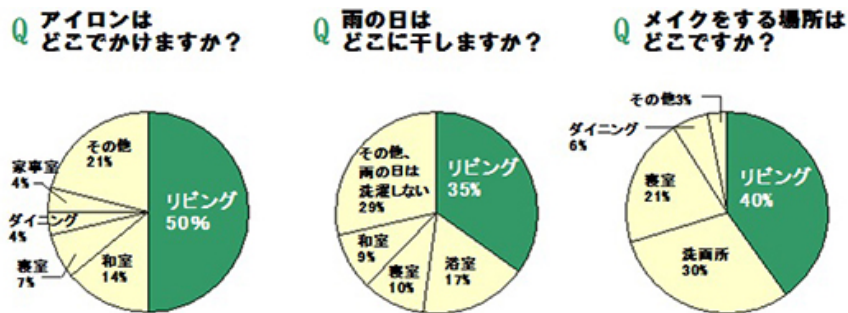
■開発の経緯 ～4つのキーワードを抽出し商品コンセプトを作成～

アンケート結果やグループインタビューをもとに、プロジェクトメンバーが商品コンセプトのもととなる4つのキーワードを抽出しました。

キーワード①「リビング」：リビングから発想する家づくり

読者アンケートの実施を通じ、女性にとって一番居心地がいいのはリビングであることがわかりました。また、当社主催の住まいづくりの博覧会「住まい博」で実施したアンケートでも、「新築を検討する際に最も大切に考えたい場所」として20代～40代の女性の1位はリビングという結果が出ています。

同時に、リビングでは朝のメイクのほかアイロンがけ、洗濯に関わる家事なども行われており、くつろぎながらこれらのことをしたい半面、生活感を持ち込ませたくないという声もありました。このことから、リビング内だけでなく、住まい全体を「リビング発想」で見つめなおすこととしました。



キーワード②「ナチュラル」：ナチュラル系インテリアスタイル

「インテリアスタイルも含めて住まいである」というプロジェクトチームの考えから、インテリアについてもアンケートを行いました。好きなインテリアスタイルとして上位に上がった「木や漆喰の質感など素材感を活かしたスタイル」、「北欧インテリア」という結果に加え、当社のお客様に実際に採用頂いているスタイルを整理。インテリアも含めた心地よいナチュラル空間の実現を目指しました。

キーワード③「愛着」：質が良く、経年変化を楽しむ素材

アンケート調査では「豊かな暮らしでイメージするもの」には「質が良い」「健康」「長く使える」が上位となる一方で、「ブランド品」という回答は下位となり、自分自身が良いと感じられるものを選択することに価値を感じることがわかりました。また、同じ設問において、「手間がかからない」より「手間をかける」という回答が上回るなど、「経年変化を楽しむ素材が求められているのではないか。」という気づきがあり、部材の開発や、梁の現し、といった当社ならではの素材の見せ方を検討しました。

キーワード④「自分」：自分らしさを大切にしたい

「普段の暮らしで大切にしていることは何ですか？」という質問に対する回答は、1位は「家族との団欒」、そして2位は「家事」や「子育て」を抑えて、「自分の時間」でした。これはプロジェクトメンバーも賛同する結果で、忙しい毎日でも自分らしくいられる時間を過ごせる空間づくりを目指すとともに、自分のスタイルを選べる提案を盛り込みました。

■「konoka」の特長 ～キーワードをもとにした4つの特長～

1. センスの良いキレイなリビングにするためのプランニング「koko living 発想」

リビングから発想する「自分らしい」理想の住まいを、3つのポイントをもとにご提案します。

①リビングで見せたくないものをすっきり美しく収納する「スタイリッシュなストレージ」

- ・ 外出前後にうれしい、人の動線上に設けたクローク「おでかけ仕様のクローク」
- ・ キッチン周りのものをたっぷりしまえる「パントリー（食品ストック）」や「エコピット(資源ごみ置き場)」

②リビングに仕事や家事の生活感を持ちこまず、快適に作業が出来る「洗練ワーク空間」

- ・ ユーティリティ、ワークスペースなどマルチな機能をもった空間「ワークテラス」
- ・ 家事の動線で考えられた天候に左右されず室内干しができる「サンルーム」

・仕事やパソコン作業などの雑多なものを広げたままでも気にならない「書斎」

③自分の時間も楽しめ、リビングのキレイをキープするための場所にもなる「リビング+α」

- ・リビングから床の高さを少し下げること、家族の気配は感じながらも目線の違いにより個人の居場所をつくる「ステップサブリビング」
- ・昼寝や四季の飾り物、友達の鞆置き場にも活躍する畳のコーナー「タタミーゼ」
- ・天気のいい日には外でもゆったりくつろげる「テラスリビング」

2. 「konokaStyle」 ～インテリアからコーディネートする、木の風合いを生かした心地よさ～

住友林業が提案するナチュラルな空間の中に、お客様一人ひとりの「私らしいインテリア」を実現する3つのスタイルをご提案します。

①ナチュラルノルディック

使うほどにいい味合いを増していく木の素材感と、優しい風合いが魅力の北欧家具を組み合わせ、自然体で飽きのこないスタイル

②フレンチシック

ヨーロッパ・クラシック調の家具や照明などに、風合いの良いアンティーク小物を合わせた甘すぎない大人のシックスタイル

③レトロモダン

風合いを活かしたナチュラルなフローリングに似合う、味わい深いヴィンテージの家具で、時を重ねてより輝きを増していくスタイル

3. 使うほどに愛着のわく設備や部材

質の良いと思うものを自分で選ぶ、また住んだその日から愛着が感じられる、という観点から設備や部材を新たに開発しました。

◆木の質感にこだわった、くつろぎのメイクタイムを叶えるドレッサー

木目の広いカウンターにより、「座ってゆったりくつろげる」メイク空間を実現。また、洗面ボウルや扉・カウンター、鏡下のパネルの色や素材など、自分好みにカスタマイズすることが出来ます。



◆個性ある風合いのフローリング

フローリングは、「森の王」とも呼ばれるオークを採用。木目の出し方にまでこだわりながら節（ふし）、入り皮（いりかわ）、白太（しらた）、虎斑（とらふ）をあえて残し、個性ある風合いを出しています。空間全体にまともりと温かさを感じることができます。

4. 花とグリーンで毎日をより豊かにするガーデンスタイル

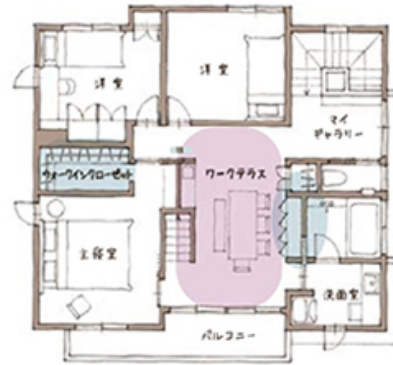
庭やテラスといった外廻りのスペースも「自分らしく」楽しむため、住友林業グループの強みである緑の設計を活かしたガーデンスタイルを提案。

庭や玄関まわり、テラススペースに毎日を豊かにする花と緑の空間をお届けします。



【三鷹第二展示場概要】

住宅展示場に行くことが住宅を決める際に最も役立った、というリクルート(株)のアンケート結果から、展示場で世界観を表現することにこだわり、三鷹第二展示場において「konoka」の4つの特長を具現化しました。インテリアスタイルはナチュラルノルディックスタイルで、センスの良い友人の家を訪れたようなあたたかな暮らしびりが感じられる展示場となっております。 (※1階：75.77㎡、2階：82.39㎡)



当社は今後も引き続き、本プロジェクトを通じ女性の活躍を推進するとともに、女性の目線をはじめ、住まわれる方の目線を大切にしたい住まいづくりを行ってまいります。

以上

《リリースに関するお問い合わせ先》

住友林業株式会社
コーポレート・コミュニケーション室 森永・西嶋
TEL：03-3214-2270

《お客様からの商品に関するお問い合わせ先》

住友林業株式会社
営業推進部
TEL：0120-21-7555