

平成22年6月14日

記者各位

東京都新宿区西新宿2-7-1  
MISAWA・international 株式会社  
代表取締役 三澤 千代治

## 新世代家族への「200年住宅」 HABITA「みんなの家」を発売

MISAWA・international 株式会社(代表取締役:三澤千代治 本社:東京都新宿区  
資本金:85,858万円 以下、MISAWA・international)は、現代の情報時代に生まれつ  
つある新しい世代家族のライフスタイルに合わせた、200年住宅のコンセプトモデルとして、  
HABITA「みんなの家」を発売します。

長期優良住宅として性能を中心として評価する「200年住宅」の基準に加えて、  
MISAWA・international では、世界の古民家を研究し200年以上長持ちしているポイント  
を独自に5つ設定して「200年住宅」を推進しています。

一方、情報社会を迎えて特にアラサー世代を中心とした、家族の姿は大きく変化してい  
ます。情報技術の進化に伴いコミュニティが生まれやすくなることで、「かぞく」と「ともだち」の間  
が急速に接近しているのです。分析するほどに、それは家族のきずなの欠損を悲観するもの  
ではなく、むしろ新時代を迎えるにあたって、相応しく魅力のある、いわばカッコいい家族像の  
誕生と捉えなおしています。

MISAWA・international は、こうした新しい顧客層にふさわしいコンセプトの住宅として、  
「かぞく」と「ともだち」を包含する「みんなの家」を開発し、平成22年6月1日より、全国21  
5社(2010年5月31日時点)のHABITA提携企業より、発売いたします。販売目標は、  
年間300棟としています。

「みんなの家」の主な特徴は次の通りです。

- ① 家族のきずなから、「みんなのルール」を尊重した間取り。
- ② 子どもの個性を伸ばす場所、15か所を想定。
- ③ 「ともだち」のような夫婦の関係を維持する空間。
- ④ 大断面の構造体を活かした、オーバーハング設計。
- ⑤ 将来の変化に対応する建具としての家具収納を開発。
- ⑥ 環境問題としての「200年住宅」を実現。

① 家族のきずなから、「みんなのルール」を尊重した間取り。

「リビング・キッチン・ダイニングは、カフェへ」、「地縁、血縁から、知縁へ」

地域社会の地縁を重視した「しきたり・ならわし」の関係から解放され、都市に出て仕事を得た核家族の血縁が築いた「きずな」の関係が作られました。さらに情報社会を迎え、知縁ともいえるコミュニティ内のつながりを保つ、ちょっとゆるい「みんなのルール」の関係に変わります。そのルールとして、①相手に気を使わせないこと②自分のことは自分ですること③時間に縛られないこと④ともだちの子どもは自分の新しい友だち⑤お気に入り共有する、の5つをあげました。社会と家族の間に「ともだちコミュニティ」が存在することにより、家族がくつろぐ空間としてのリビングから、みんなが集まるカフェへと家の間取りを変えることとなります。さらには家族のプライバシーを互いに尊重する空間を確保するためには、1階よりも2階が広がる空間構成が必要となります。(参考図表1, 2)

② 子どもの個性を伸ばす場所、15か所を想定。

「個性を伸ばす場」

大企業の破綻も現実的に起き、終身雇用制も崩壊しつつあると言われます。さらにはゆとり教育に対する反省も盛んになり、最終学歴としての大学の幅も大いに広がりました。当然のように子どもに対する教育の方針もまさに変革期です。偏差値や学力への評価以上に、一人の人格として個性を伸ばす教育を求める声広がっています。得意な分野で若くして活躍する人材が生まれて来ていることも、その世相を反映していると言えます。住宅の中の勉強部屋にこもって学習する姿から、住まい全体が子どもの個性を伸ばす勉強の場となります。庭先で花に水やりを楽しめば農芸や植物学へ、その花を愛でて描けばイラストレーターや芸術へ、親と一緒にキッチンに立てば料理家や栄養学へ、工作を楽しめば建築家や機械学へ。屋根裏基地はコンピューターソフトを開発する場へ。家の中のさまざまな場所が、子どもの成長を見守る場所になります。HABITA「みんなの家」では、15ヶ所の子どもの個性を伸ばす場所を想定してあります。「住まいは巢まい」。子育てのための家づくりを提案します。(添付資料1)

③ 「ともだち」のような夫婦の関係を維持する空間。

「女は変わった、男は変の世相」

夫婦の関係にも、大きな転換期を迎えています。最も大きな影響を及ぼしているのは、社会に進出した就業女性が増えたことです。単独収入世帯は減少し、共働きが普通のライフスタイルとなりました。夫婦それぞれに人脈やコミュニティが広がり、その関わりが夫婦間に及んで「ともだち」の関係に近い夫婦を生みだしています。例えば家事分担も、負担軽減のための役割の一部分担から、互いに空いた時間を活用して全ての家事を行う時間分担に向かっています。昨今増加しつつあるルームシェアリングの関係に近いものです。また女性の本格化した就業によって残業も増え仕事を持ち帰るなど、女性の書斎や夫婦の部屋を区切るなど、さまざまな関係に対応できる空間の確保が必要となっています。(添付資料2)

④ 大断面の構造体を活かした、オーバーハング設計。

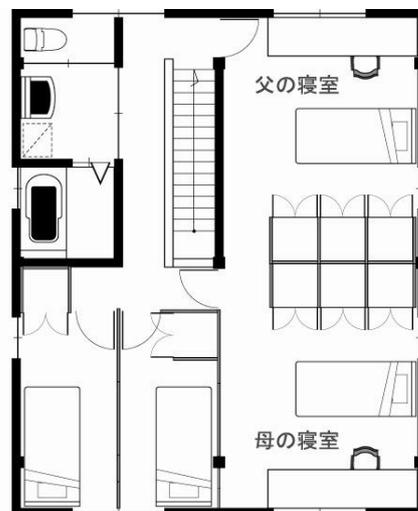
「4台駐車を可能にした、オーバーハング」

1階を家族と友だちの「みんな」集まる空間として提案しているのは「カフェ」のつくりです。これまでの住宅にあるリビングやダイニングと言った役割の空間ではなく、人が集まりやすく、玄関を入れればすぐに「みんな」の顔が確認できる空間として「カフェ」と名付けました。プライベートな家族の空間はすべて階段を上った2階に設定しています。そのため南北の2面にオーバーハングさせることで、1階の16坪(52.8 m<sup>2</sup>)よりも4坪大きい20坪(66.2 m<sup>2</sup>)の2階という設計になっています。都市型の住宅として総2階の家が生まれて40年弱、総2階建住宅のさらに進化形の住宅が生まれました。1階が小さくなっていることにより、敷地に余地が生まれ、

カーポートとして利用するなどの価値が生まれます。「200年住宅」を実現するために、尺梁（15cm×30cmの断面の梁）を標準的に採用しているからこそ容易にできたことです。



1階 16坪(52.8㎡) 2階20坪(66.2㎡)



### ⑤ 将来の変化に対応する建具としての家具収納を開発。

#### 「絹で出来た家具」

カフェスタイルの1階は、玄関からキッチンまでが一体の空間となっています。そのためには下駄箱もインテリア家具収納として一体感のあるデザインが求められます。居室からキッチンにかけても同様です。逆に、2階の居室は家族の関係に合わせて間仕切りを自由に変化させます。古民家では建具で間仕切りをしてきたように、建具のコンセプトを活かし、背板や扉の選択も自由にできる仕様として家具収納を開発しました。

さらに扉の面材には、一般的な突板と環境素材であるオレフィンの他に、オリジナル仕様として「富士山織」(ふじやまおり)のテキスタイル面材を用意しました。富士吉田市の伝統工芸品である先染めのテキスタイルをオリジナルの染色と織仕様で家具として作り上げました。襖や几帳など、日本の建具の中には同じようにテキスタイルが使われていたものがあります。また、ソファやカーテンなどにも使われているテキスタイルを扉表面に使うことで、建物と家具のデザインを統一することに挑戦しています。

## ⑥ 環境問題としての「200年住宅」を実現。

炭酸同化作用で空気中のCO<sub>2</sub>を取り込み、60年かけて成長してきた樹木を使って建てられた住宅が、30年しか使われないのであれば環境を破壊していることに他なりません。せめて60年は使わないと、地球の環境資源としての木材の資源同調が実現できません。しかし、残念ながら樹木は製材工程で70%近くが端材となります。現実に使われている30%で60年分を取り返すためには、 $60年 \div 30\% (0.3) = 200年$ 使わなければなりません。「200年住宅」は地球環境問題として、木造住宅が達成すべき必須項目なのです。

日本をはじめ世界中に残されている古民家によって、「200年住宅」が不可能でないことの証になります。また、こうした古民家に共通する項目から「200年住宅」のポイントを5つ設定しました。①国産材、地産地消であること。その地の気候に合った木材は、その地で使ってこそ長持ちします。②5寸を基本とした大断面の木構造であること。構造計算が逆にぎりぎりの寸法を押し進めることとなります。③乾燥材であること。強度だけではなく、腐朽菌や白蟻も付きにくくなります。④現しにすること。木材も呼吸ができて長持ちし、さらにメンテナンスの確認も作業も容易にできます。⑤再生できる骨組みにすること。主となる柱や大梁を明確にし、100年後の古民家再生に適した構造体を形成する手法を確立します。

これらの5項目の反対は、外材を使い、10cm余りの細い材を使い、含水率20%前後の乾燥材を使い、石膏ボードやビニールクロスで覆い、デザイン住宅と称して複雑な間取りにすることです。残念ながら一般的な現代住宅は、まさに古民家とは正反対の建て方なのです。

以上

## ●HABITA「みんなの家」 基本情報

面積 合計36坪(119㎡) [1階 16坪(52.8㎡) 2階20坪(66.2㎡)]  
 販売価格 1,670万円(税込) 46.4万円/坪  
 販売目標 300棟(2010年度)

面積表示は、施工面積です。販売価格は、省エネルギー区分Ⅳ地域を基準としており、地域や仕様によって異なる場合があります。

「HABITA」とは、(habitation)を短縮化した言葉です。  
 人を入れる器としての家(house)から、家族のいる原点としての家(home)を経て、  
 さらに、環境と文化と歴史を含めた家(habitation)をあらわしています。

《当ニュースリリースに関するお問い合わせ》

MISAWA・international 株式会社

〒163-0704 東京都新宿区西新宿 2-7-1

TEL:03-3348-8031 FAX:03-5326-8610

URL: <http://www.habita200.jp/>

担当者: 石川 新治 E-MAIL: [sin-isik@m-int.jp](mailto:sin-isik@m-int.jp)

小川 豊 E-MAIL: [y-ogawak@m-int.jp](mailto:y-ogawak@m-int.jp)

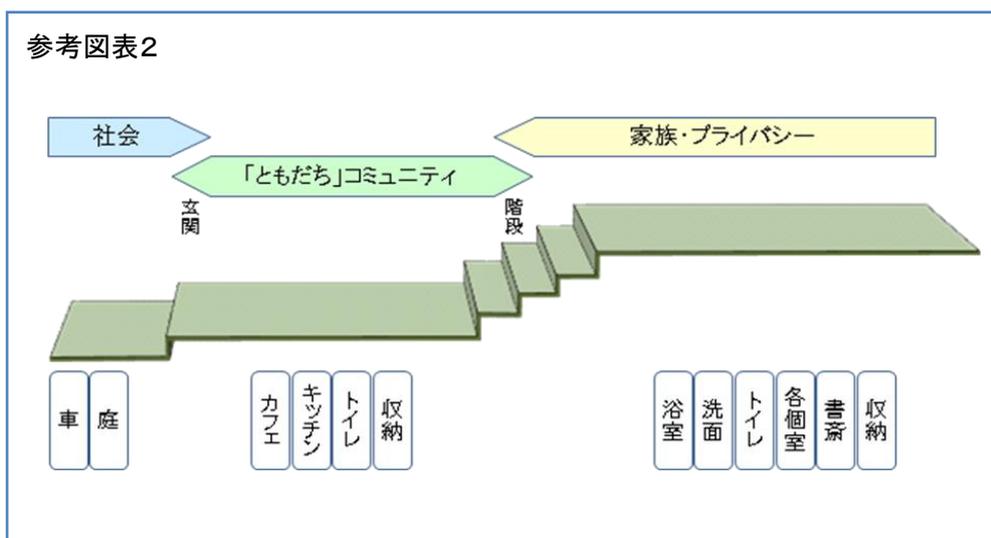
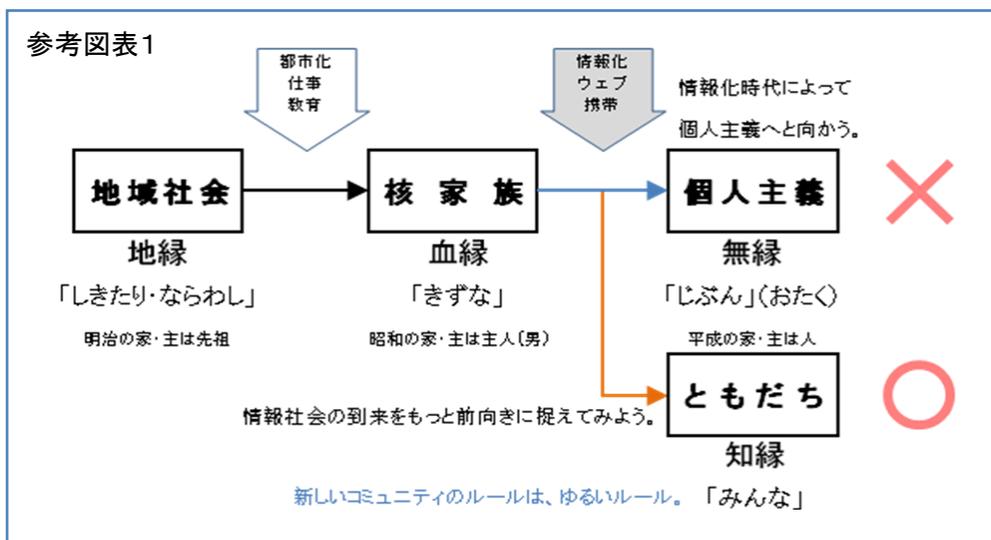


1階よりも2階が大きい、エクステリアデザイン。



カフェスタイルの空間。

※HABITA「みんなの家」の報道用写真データは下記弊社サイトよりダウンロードできます。  
→<http://www.m-int.jp/habita/minna/>



※HABITA「みんなの家」の記者会見の内容は、下記弊社サイトHABITA／TVでもご覧いただけます。

→<http://www.cadbox.co.jp/habita/tv/?v=0000218>