

平成 16 年 12 月 6 日
旭化成ホームズ株式会社

がらんどう空間が特徴の住まい ロングライフ住宅「ヘーベルハウス KUGO（くうご）」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、家族が自らの手で工夫しながら住みこなしていく、がらんどう空間のあるロングライフ住宅「ヘーベルハウス KUGO（くうご）」を発売します。平成 16 年 12 月 11 日（土）より中部営業本部と千葉・茨城営業本部の一部エリアにおいて先行試験販売を開始し、平成 17 年 1 月 8 日（土）より全国発売の予定です。

「KUGO（くうご）」の特徴は、筋交いなどの耐力壁が不要なシステムラーメン構造の特徴を生かし、水廻り以外の間仕切壁を一切無くしたがらんどう空間です。特定の用途や機能を規定しない大空間を住みこなすために、季節や家族構成・暮らし方などの変化に合わせ、家具やすだれなどを使った緩やかな仕切り方を自ら創意工夫することで、住まい手の自己表現や創造性への欲求が満たされます。また、家族全員が主体的・能動的に関わりながらこの空間を住みこなしていく過程が、家庭内のコミュニケーション促進にもつながります。

外観は、ファサード面に連続大開口を設け、ガラスの箱をヘーベル版でくるみ列柱で持ち上げたようなモダンな外観としました。この特徴的な大開口部や階段廻りの吹き抜け上部から光や風を取り込むことで、自然の恵みを生かした心地よい開放的な空間を実現しています。

仕上げ材には、時間をかけて馴染んだ味わいを醸し出せるように、無垢の床材や塗装紙クロスなどを用意しました。また、コンセント類や照明などについては、様々な仕切り方にも柔軟に対応できるような設置の仕方を提案しています。更に、がらんどう空間を住みこなすのに適した冷暖房設備として、従来に比べて大幅にコストダウンした地中熱利用冷暖房システムの新仕様を開発して用意しました。

本体価格は 3.3 平米あたり 63 万円（消費税込み）から、初年度販売目標は 200 棟を予定しています。

※商品名「KUGO（くうご）」とは“空悟”つまり“空間を悟る”という意味。空間を自由に操ることが可能な、季節や時間の経過、家族構成やライフスタイルの変化に合わせて住みこなしていく住まい、を表現したものです。

I. 開発の背景

団塊ジュニアを中心とした 20～30 代の若年層の住宅新規取得層が増えるのに伴い、社会的な評価や物質的な満足よりも、内面的な成長や精神的な満足を重視、特に環境・健康問題や家族のつながりなどに強い関心を示し、そのような視点か

ら自らのライフスタイルを創造する人たちが増えています。この顧客層では、建物に対しては必要最低限の機能しか求めず、それ以外のモノや設備などについても生活しながら必要なものだけを揃え、じっくり時間をかけて楽しみながら自分の好みにあった住空間を創造していくという価値観の人が見られます。

「ロングライフ住宅の実現」を事業戦略に掲げる当社では、従来から「ニューフレックス3」「PA0」「そらから」「かぜのとう」などの商品において、一体空間による「家族コミュニケーション」や「都市的自然環境との共生」など、「住まう人の心の充足」をテーマとした提案をしてきました。今回はその一環として、上記のような価値観の顧客層に向けて、家族で工夫しながら一体空間を住みこなしていくことによる「自己表現や創造性への欲求」の充足という側面からの提案をしています。

II. 商品の特徴

1. 堅固なシェルターに包まれた、耐力壁が不要ながらどう空間

システムラーメン構造の鉄骨躯体は柱以外には筋交いなどの耐力壁を必要としないため、間仕切壁を全く設置せずに建物の内部空間を構成することが可能です。また、同じく柱以外の外壁面をほとんど総て開口部（窓）とすることも可能です。

この特徴を生かし水廻り以外の間仕切壁を一切無くしたがるどう空間は、住まい手が自ら仕切り方を工夫しながら生活する用途自由な一体空間です。大きくシンプルな箱のような空間であるため短期的・長期的な生活の変化にも極めて柔軟に対応できます。また、鉄骨とヘーベル版（ALC コンクリート）により構成される堅固なシェルターに守られた空間であるため、長期にわたって安心で快適な生活が可能となります。

ファサード面には天地丈の大開口窓（フォールディングウィンドウ）を水平に連続させ、裏面には外部の視線を遮りながら上方からの採光を取得する高窓（クリアストーリー）を設置、また、階段を含む大きな連層吹き抜けにはその上部のペントハウス部分に大開口を設け、がるどう空間全体を、光や風に満たされた心地よい開放的な空間としています。

2. 住まいながら時間をかけて育てる工夫

内部空間は最低限必要なものだけを残したシンプルな仕上げにするとともに、仕上げ材に無垢の床材や塗装紙クロスなどを用意しています。これは、最初から細部にわたって作り込むのではなく、家族全員が時間をかけて味わいを醸し出しながら、自分たちの好みにあった住空間として住みこなしていくための工夫です。

照明などの什器についても、モノや設置場所を最初から細かく設定するのではなく、様々な仕切り方や住まい方に柔軟に対応できるように設置したコンセント類を生かし、暮らしに合わせて移動することを想定しています。

3. 外壁素材ヘーベルの量塊感を感じさせる外観

外観は、シンプルなフォルムにより外壁ヘーベルという素材の量塊感を感じさせるデザインとしました。

耐力壁を全く必要としないシステムラーメン構造の特徴を生かし、ファサード面ほぼ総てに連続する天地丈の折戸窓（フォールディングウィンドウ）を設け、屋内部分が「ガラスの箱」に見えるようにプランニングします。更にその外側に、2階の外壁やベランダ手摺・構造庇端部などの壁面により、そのガラスの箱をくるむ「ヘーベル版の箱」のような形状を構成し、列柱でこれを持ち上げるような外観としています。

4. がらんどう空間に適した地中熱利用冷暖房システム（新仕様追加）

大きながらんどう空間に適した設備として、旭化成独自の地中熱利用冷暖房システムを用意しました。地中熱を利用してヒートポンプ（室外機）を冷却・加温するこのシステムは、一般的な電気式ヒートポンプエアコンに比べて消費する電気量が少なく常時運転にも適しているため、内部に間仕切壁の無い大空間での生活には特に向いています。

更に今回は、建物の基礎内側に地中熱交換器（鋼管杭）を埋設する、11月に販売を開始した新仕様を用意し、従来に比べて大幅なコストダウンを図りました。

Ⅲ. 商品概要

- | | |
|---------|---|
| 1. 構造 | 骨組：システムラーメン構造
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） |
| 2. 本体価格 | 3.3 平米あたり消費税込み 63 万円から |
| 3. 販売地域 | 関東、東海、関西、山陽一部、九州北部 |
| 4. 販売目標 | （年間）200 棟 |
| 5. 発売日 | 平成 17 年 1 月 8 日（土）
※平成 16 年 12 月 11 日（土）より一部エリアで先行試験販売 |
| 6. 展示場 | 豊田展示場（愛知県豊田市）
千葉ニュータウン展示場（千葉県印西市）※躯体構造は異なります |

以上

< 本件に関するお問い合わせ先 >

旭化成ホームズ株式会社 広報室 木村、岩本、帯屋 tel 03-3344-7115 〒160-8345 東京都新宿区西新宿 1-24-1 エステック情報ビル
