



Daiwa House
Group

2010年11月24日

報道関係各位

大和ハウス工業株式会社
代表取締役社長 村上 健治
大阪市北区梅田3-3-5

**住宅業界初 高級スキンケアブランドとのコラボレーションによる住空間の提案
ダイワハウス「xevo（ジーヴォ）」×「SK-II」
「コクームスペース」誕生**

大和ハウス工業株式会社（本社：大阪市、社長：村上健治）は、2011年1月より、当社戸建住宅商品「xevo（ジーヴォ）」と高級スキンケアのトップブランド「SK-II」との住宅業界初の全面的なコラボレーションによる、機能性と快適性を追求した、女性のための住空間「コクームスペース」を提案します。

「コクームスペース」は、2011年1月に大和ハウス工業より発売予定の、共働き夫婦をターゲットとする戸建住宅新商品に標準で搭載される予定です。



「コクームスペース」は、英語の繭「cocoon」と部屋「room」、空間「space」に由来します。空間全体の照明や天井高を工夫することにより「おこもり感」を出すことで、「心地よさ」を演出します。また、照明や収納にこだわったメイクカウンターにより、機能性と快適性を追求。スキンケアとメイクを通じた、女性のためのリラクゼーション空間です。

なお、「コクームスペース」は、東京都江東区豊洲の CAFE;HAUS にて、2010年11月25日から2011年1月10日まで展示します。

- 「コクームスペース」のコンセプト 「女性には、自分を愛する場所がある。」
- 「コクームスペース」のポイント
 1. 「おこもり感」たっぷりのリラクゼーション空間
 2. 機能性と快適性を追求したメイクカウンター「Beauty seton（ビューティーセトン）」

●展開の経緯

これまでの住宅における女性への提案は、日々の生活視点での提案が中心であり、「いつでも美しくありたい」という女性の本質的な望みを住まいの中でサポートできておらず、美容に関する提案は洗面化粧室などのスキンケアやメイクを行う空間に限定されてきました。

また、一般的に男性がマイホームを取得する際には自分だけのスペースとして書斎や趣味室など要望するケースが多いことに比べ、女性が自分専用の空間を要望することは少なく、結果として提案も不十分でした。

そこで今回、業界初となる高級スキンケアブランド「SK-II」との全面的なコラボレーションによる住空間「コクームスペース」を開発し、女性に新しいライフスタイルを提案することとなりました。

●「SK-II」について

P&G マックスファクター合同会社が発売する、日本の高級スキンケアカテゴリーの代表的なブランドのひとつです。

「発酵」に着目して生まれた独自の整肌保湿成分「SK-II <ピテラ®>」を全製品に配合し、その高いスキンケア効果で好評を得ているのに加え、店頭での決め細やかなカウンセリングサービスやメイクセラピーの提案など、スキンケアの枠を超えて、トータルなビューティの価値の提供を積極的に行っています。

今回、機能性と快適性を追求し、女性に高い価値を提供するという「コクームスペース」の趣旨に賛同し、その設計段階より全面的に協力。「SK-II」の持つスキンケアやビューティに関する幅広い知識とノウハウをベースに、単なる作業スペースとしてではなく、快適で高い満足を提供する空間を開発しました。

1. 「おこもり感」たっぷりのリラクゼーション空間

「コクームスペース」は、明るく透明感のあるホワイト色をベースにした床、壁などの内装材や、ソファ、ラグなどのインテリアをトータルでコーディネートした空間です。

「おこもり感」を出すために天井高を 2.1m と低く設定し、空間に柔らかさを演出するために天井に間接照明を設けました。さらに、調湿効果のある塗り壁を採用したことで、湿度の変化を抑制します。

朝の光が差し込む空間で、機能的なメイクカウンター「Beauty seton（ビューティーセトン）※1」に座り、気持ちよくメイクをすることで一日をスタートできます。

また、夜は柔らかい光に包まれて一日の疲れをとるためのリラックスできる空間となります。

※1. 「セトン」は、ジャワ語で水がめ。



ベース色はホワイト



低めに設定した天井



間接照明による柔らかな光

● 「コクームスペース」のプラン提案

「コクームスペース」は自由設計の空間提案です。推奨する提案として、「コクームスペース」へのアプローチは、女性がゆるやかに気持ちの ON と OFF を切り替えられるように S 字に設計しました。また、あえてドアを設けず、家族の気配を感じながら、独立性を保つことができる空間を提案します。

さらに、お風呂上がりにすぐにスキンケアができるように、浴室に隣接したプランや、テラスやバルコニーにつなげることで外にも出やすく、リフレッシュしやすいプランも提案します。



「コクームスペース」への S 字アプローチ



プラン例

2. 機能性と快適性を追求したメイクカウンター「Beauty seton (ビューティーセトン)」

当社と「SK-II」は、機能性とデザイン性を兼ね備えたメイクカウンター「Beauty seton」を開発しました。女性が効率よく正確にメイクができ、収納量も確保しました。

(1) 自然光に近い照明

自然光に近い照明を実現するために、演色性に配慮し、照度も配慮しています。

また、乳白色のカバーにより拡散された光を鏡の左右に配置することで、化粧の色ムラ等を確認でき、外出した時のイメージでメイクアップを仕上げることができます。

あわせて、天板をホワイト色にすることで、反射効果で顔を明るく見せることができます。



(2) 肌の色を正確に表現できる「ピュアミラー」

一般の鏡よりも透明度の高い「ピュアミラー」を採用することで、より正確にメイクの色を確認できます。また、掃除のしやすさを考え、照明と鏡部分は隙間がない一枚ガラスとしています。



(3) スキンケアコーナー

スキンケアアイテムはしまいこむのではなく、取りやすい場所に並べられるカウンターの凹部に並べる提案です。

あえて収納せずに「見せる」ことにより、疲れている時でも「きちんとスキンケアを行い、手を抜かない」という意識づけにつながります。



(4) アイテム用引き出し

引き出しを開けると、一目でメイクアイテムを見渡すことができます。

引き出しを閉めずにファンデーションや口紅などを取り出して化粧ができます。

また、生活感が出てしまい置き場所に困るティッシュボックスや、ドライヤーやメイク道具を収納できるサイド引き出しも採用しました。



(5) さまざまな効果を狙った設計

一般的な洗面化粧台は立ち位置から鏡までの距離は約 50cm であるため、細かい作業が必要な化粧には遠い距離となっています。

当カウンターは、座った際、顔から鏡までを化粧がしやすい距離である約 30cm にすることにより、前屈みにならずに楽な姿勢で化粧をすることができます。

また、カウンターの端部は角を落として、柔らかさを表現。鏡の裏側には、ニッチを設け、機能性とデザイン性を両立させています。



(6) ベタついた手をすぐ洗える水栓つき

メイクやスキンケアでベタついた手をすぐに洗える手洗い水洗を採用しました。

ボウルはカウンターと一体になっているので、縁がなく掃除をしやすくしています。



●直木賞作家 唯川恵氏のオリジナル小説「繭に抱（いだ）かれて」

2001年「肩ごしの恋人」で第126回直木賞を受賞した唯川恵氏による「コクームスペース」のライフスタイルシーンを盛り込んだ、40代の物語である小説「繭に抱かれて」を2010年11月24日から当社WEBサイトにて公開します。

また、当小説の主人公のつぶやきもTwitterを利用して発信し、女性に対して「コクームスペース」という美容空間の認知を図ります。

■当社のWEBからご覧いただけます。

URL : <http://www.daiwahouse.co.jp/jutaku/cocoom/novel/>

●商品概要

名称	:	「コクームスペース」
発売日	:	2011年1月2日 ※1月2日発売の戸建住宅新商品に標準搭載
販売地域	:	全国
販売価格	:	105万円（税込み） ※洋室6帖タイプからの仕様変更差額
「Beauty seton」	タイプ	: ペニンシュラ型・壁向き型
	サイズ	: 間口 129.85cm 高さ 146.9cm 奥行 51.1cm
	鏡サイズ	: 幅 59.8cm、高さ 59.6cm
	照明	: 昼白色蛍光灯 15W（2灯）
お客様お問合せ先	:	大和ハウス工業株式会社 コンタクトセンター フリーコール : 0120-590-956 (平日 9:00~13:00、14:00~18:00)

■商品サイトはこちら URL : <http://www.daiwahouse.co.jp/jutaku/cocoom/>

以上

お問い合わせ先	
広報企画室	06 (6342) 1381
東京広報グループ	03 (5214) 2112



朝のシーン



夜のシーン

●画像は WEB サイトにてダウンロードできます
<http://www.daiwahouse.co.jp/release/index.html>