

# 最高に楽しいおうちをつくる「おうちスタイル」発売 ～いいね！のアンテナをくすぐる、楽しむ価値を加えた提案型商品～

木造注文住宅を手がける株式会社アキュラホーム(本社:東京都新宿区、代表取締役社長:宮沢俊哉)は、2018年9月15日(土)よりミレニアル世代の多様化する価値観に応える新商品「おうちスタイル」を発売します。

近年では老若男女問わず SNS を利用する時代になり、特にデジタルに精通した「ミレニアル世代」(※1)は SNS を利用することが習慣となっています。またこの世代は、モノの所有に価値を見出す”モノ消費”よりも、他人に自身の体験や経験を共有し、いいね！の共感を得られるコトに価値を見出す”コト消費”を重視する傾向があります。「おうちスタイル」は、こうした世代に向けた、おうちでこんな“コト”がしたい！あんな“コト”がしたい！を実現する、楽しむ価値を加えた提案型商品です。



【おうちスタイル 概要 ～おうち時間を最高に楽しむ4つのコースをご用意しました～】

- ① おうち de カフェ  
お休みの日はパパがバリスタになってみたり♪
- ② おうち de グランピング  
お庭やバルコニーでグランピングを楽しんだり♪
- ③ おうち de ライブラリー  
お気に入りの本に囲まれて、ワクワクしたり♪
- ④ たのしん de 家事  
毎日の家事だって、遊びのように楽しんじゃったり♪



ミレニアル世代の多様化する価値観に応える「おうちスタイル」。

アキュラホームは住まう人が自分らしく暮らすことのできる住まいを提案し、お客様と共におうち時間をプロデュースしていきます。

【暮らしを楽しむ仕掛け①: おうち時間を楽しむ暮らし方のヒントを SNS で共有】

2018年7月28日～8月31日の期間で、Instagram内で『おうちグランプリ』投稿キャンペーンを開催し、約730件もの投稿をいただきました。様々な価値観で家での暮らしを楽しんでいる様子を見ることができます(ハッシュタグ“#おうちグランプリ”で検索)。自分らしい暮らし方を探すヒントとしていただければと思います。

【暮らしを楽しむ仕掛け②: 展示場で暮らし方バーチャル体験】

全国のアキュラホームの住宅展示場(※2)の室内各所を専用のゴーグルを通して、実際にその場で生活しているかのように体感していただけます。暮らし方の異なる居住空間を見ることで、自分らしい暮らしを発見することができます。



## ■“コト消費”を重視するミレニアル世代

多様な価値観を持つミレニアル世代は、モノを所有する“モノ消費”よりも経験や体験により他人の共感を得ようとする“コト消費”を重視する傾向があります。また近年、住宅業界においては、単身・共働き世帯の増加や働き方改革の影響を受け、家で過ごす時間の質にこだわる消費者が増加し、自宅での過ごし方を見直すための消費を指す“ライフシフト消費”が話題となっています。「おうちスタイル」は、“ライフシフト消費”につながる“コト消費”を提供する、近年のトレンドを汲み取った提案型商品です。

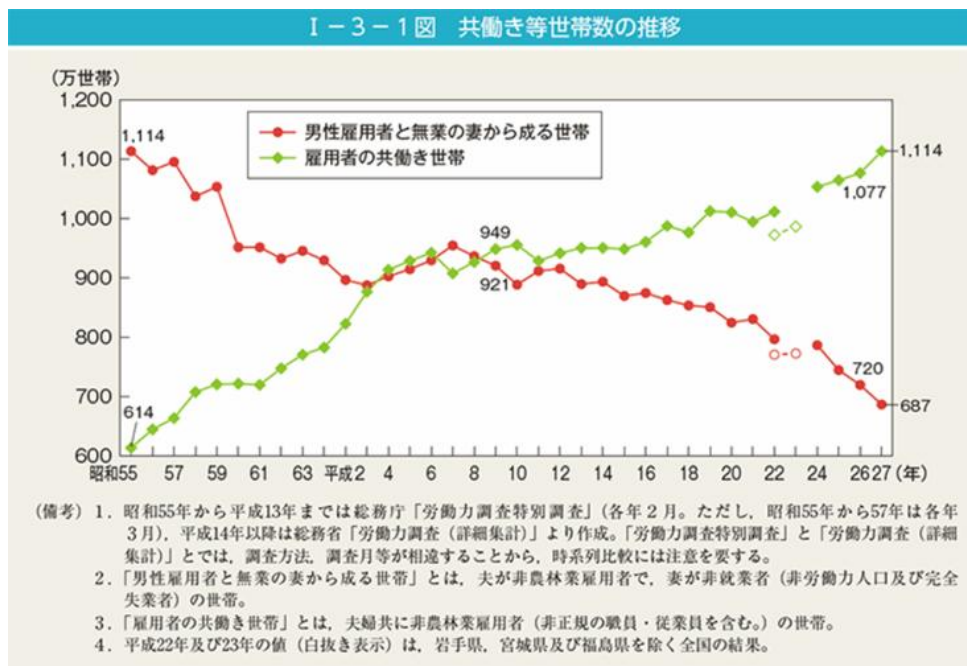
## ■共働き世帯の増加が、日常の暮らし重視志向につながる

アキュラホームではマーケティング部門を設立し、消費者の志向を分析してきました。また2014年から運営する「アキュラホーム住生活研究所」では様々な分野の専門家とともに、家・暮らし・住まい方等について研究を重ねています。これらの活動のなかから、共働き世帯の増加に着眼した「家事ラク」をテーマにした住まいなどを発売してきました。

今回はさらに、多忙なゆえに、ハレのイベントではなく家族と過ごす時間＝日々の暮らしをグレードアップするというミレニアル世代の価値観に着目しました。妻だけでなく夫も家での生活を重視する傾向にある、この世代の多様なニーズに応える自分らしい暮らし方をご提案します。

## <共働き世帯の増加>

1980年(昭和55年)には専業主婦世帯1114万世帯に対して、共働き世帯は614万世帯だったのが、1997年(平成9年)には専業主婦世帯が921万世帯に対して共働き世帯が949万世帯と逆転。2015年(平成27年)では共働き世帯が1114万世帯で、専業主婦世帯が687万世帯と、この35年間でほぼ正反対の関係になっています。



(※総務庁発表資料:「労働力調査特別調査」「労働力調査」より)

## <女性の家事・育児の負担>

2016年における、日本の主婦の1日あたりの家事・育児関連時間は7時間34分(うち育児時間が3時間45分)となっており、先進国の中でも最も多くの時間を家事・育児に費やしています。また、ここでの家事・育児関連時間は、家事、介護、看護、育児、買い物の合計としています。

(※内閣府発表資料:6歳未満の子供を持つ夫の家事・育児関連時間(1日当たり・国際比較)より)

■「おうちスタイル」でご提案する暮らし方

「たのしん de 家事」

みんな揃ってスイーツづくりが我が家の休日の楽しみ方。子供たちはお手伝い大好き！頼もしい姿を見ているとニコニコしちゃいます。



「おうち de ライブラリー」

まるで、図書館！？家族の好きな本や雑誌を並べれば、くつろぎ空間のできあがり。お気に入りの本に囲まれて、ワクワクしながら読書。



1階平面図



2階平面図



おうち de カフェコース参考プラン

1F 床面積: 66.24 m<sup>2</sup>・2F 床面積: 53.82 m<sup>2</sup>

延床面積: 120.06 m<sup>2</sup>・本体価格 1,790 万円～(税抜)

「おうち de カフェ」

パパがお休みの日は、私のためにコーヒーを淹れてくれる。家事や子育てに追われていてもこの時間があるとホッと一息つかせてくれる。



「おうち de グランピング」

お肉や野菜の準備ができたなら、楽しいバーベキューのはじまり。広々としたテラスは楽しいことがいっぱい詰まっている我が家のおもちゃ箱。



## ■震度7クラスを10回連続加震でも損傷見られず

～実物大耐震実験を実施～

2018年3月26日(月)～3月28日(水)の3日間、大林組技術研究所(東京都清瀬市)の3次元振動台にて実物大耐震実験を行いました。日本国内や世界で実際に観測された震度7クラスの様々な地震波、今後起こりうると予測される地震波など、計10波を連続で加震するという日本初の実験です。

本実験は想定外の地震が発生してもお客様の暮らしを守り、住み続けられる建物であることを実証するために、一般的な間取り仕様の住宅で実施することにこだわりました。建物室内には家具、家電などの生活必需品を配置することで、生活荷重を再現し、屋根全面に13kwの太陽光パネルを搭載し、通常より屋根重量が増



すことで揺れに対して不利な設計も加えて行っています。この検証で、実験前の状態と比較して、接合部の緩み、金物の変形、材の破損などが無かったことはもちろん内装にも損傷が全く見られず、地震後も住み続けられる建物であり、自由度の高い注文住宅においても、住む人に大きな安心をお届けできることが実証されました。

### 【加震した地震波】

- ・熊本地震前震(益城町) ・熊本地震本震(益城町) ・新潟県中越地震(川口町)
- ・兵庫県南部地震(JR 鷹取) ・想定首都直下地震 ・想定南海トラフ地震 ・チリ地震 ・スマトラ沖地震
- ・東北地方太平洋沖地震(築館) ・兵庫県南部地震(神戸海洋気象台)

## ■「おうちスタイル」販売期間

本商品は、2018年9月15日(土)～12月25日(火)の期間中に開催する全国一斉フェア「めいっぱい“おうち時間”を楽しもうフェア」にて300棟限定で販売します。

(※1)「ミレニアル世代」:1980～2000年代初めに生まれた世代

(※2)バーチャルリアリティ(VR)で見ることのできる11ヵ所の展示場

守谷展示場(茨城県)、千葉ニュータウン展示場(千葉県)、小平展示場(東京都)、川越小仙波展示場(埼玉県)、AQ レジデンス馬込展示場(東京都)、海老名展示場(神奈川県)、新百合ヶ丘展示場(神奈川県)、さいたま新都心展示場(埼玉県)、平塚展示場(神奈川県)、八王子第二展示場(東京都)、港北展示場(神奈川県)

### <アキュラホーム会社概要>

社名 株式会社アキュラホーム

代表取締役社長 宮沢俊哉

所在地 東京都新宿区西新宿2-6-1 新宿住友ビル34F

電話 03-6302-5001(代)

創業 1978(昭和53)年10月

資本金 9,314万円

従業員数 1,230名(平成30年4月1日現在)

事業 建築工事・設計施工・販売、住宅総合研究・開発・コンサルティング

ホームページ <http://www.aqura.co.jp>