



2023年度版 住宅トレンド情報

インテリア編 サンプル

2024年1月9日

ニューノーマル時代に対応する動きは完全に一段落した。

ハウスメーカーとマンションで共通して見られる動きは、脱炭素社会に向けてのZEH、LCCM住宅である。

一方、インテリアに関しては、ハウスメーカー、マンション、雑誌による一般住宅によって傾向が異なるため、今回は分野別にページを構成している。

最後に、2023年は住宅購入予定者調査の「好きな住まいのイメージ」のビジュアルを大幅に変更したため、その内容を掘り下げた。

•目次／Contents	1
•1.大手ハウスメーカー動向	2
•2. マンション動向	15
•3.雑誌による一般住宅のインテリア動向	31
•4.2023年住宅購入予定者調査データによる嗜好傾向	38
•5.全体のまとめと今後のインテリアの方向性	66

1. 大手ハウスメーカー動向 使用データ

- ・10社のHPのニュースリリース
- ・期間 2022年10月～2023年9月

No	メーカー	新商品・ピックアップ情報	NR日
1	積水ハウス	積水ハウスとミナペルフォネンのコラボレーションモデルハウス「HUE」が4月28日オープン	230227
2		新デザインシステム「life knit design」6月30日始動	230620
3		ゼロカーボンを実現する住宅メーカー初の水素住宅 実証実験開始	230714
4	住友林業	環境フラッグシップ「LCCM住宅」初のモデルハウスオープン	221013
5		平屋住宅商品「GRAND LIFE」をリニューアル	230929
6	積水化学工業	都市部の分譲地向け商品『スマートパワーステーション FX まちなみデザインパッケージ』を発売	230529
7	ミサワホーム	家族も自分も楽しめるJust Fitな企画住宅を新発売 NY STYLE N	230428
8		工業化技術を生かし、「いつも」と「もしも」の社会課題解決に貢献するトレーラーハウスを新発売	230824
9	旭化成ホームズ	50周年記念モデル第二弾「RATIUS RD FINEST VILLA」誕生	221031
10		2階建て邸宅専用の新躯体RATIUSシリーズ第三弾 「RUTIUS GR」誕生	230427
11		FREXRESIDENCEフラッグシップモデル横浜町田サイトオープン	230816
12		ヘーベルハウスのトータルレジリエンス	230901
13	パナソニックホームズ	NEW『カサートプレミアム』新発売	230419
14		「スキップフロア&大型収納」のある平屋 新発売	230714
15		関東大震災から100年。『暮らしの防災対策に関する調査』を実施	230824
16	三井ホーム	三井ホームLCCM住宅特設ページを開設	230215
17	日本ハウスホールディングス	隈研吾氏 設計監修 日本ハウス創業55周年記念展示場	230911
18	大成建設パルコン	大成建設ハウジングが建築家 隈研吾氏とコラボレーション「モクコンの家」発売	230316
19	サンヨーホームズ	浸水からの早期復旧により被害を抑える～『水害に負けない安心の暮らし』を発売	230728

1. 大手ハウスメーカー動向 総括

ニューノーマル時代の新しい暮らし方の提案は一段落し、昨年から目立つZEH、LCCM住宅の提案が今年も継続している。さらに2023年は、関東大震災から100年目ということもあり、耐震、防災、レジリエンスがフォーカスされていた。新商品は邸宅デザインと平屋が中心で、若年層向けの企画型住宅も出現しているが、ハウスメーカーの主力は高品質な高価格帯商品となっている。これらは無垢のフローリングを使ったものが多く、隈研吾氏とのコラボを含め、木にフォーカスする流れも顕著に見られる。全体的には中～高価格帯商品が中心であった。

新商品の注目コンセプト

1) 耐震性+水害対策を中心とした防災住宅のアピール

関東大震災から100年という節目を意識した防災住宅のアピールが目立ったが、最近頻発している水害にフォーカスした提案も見られた。今年初めて、災害対策としてのトレーラーハウスが登場した。

2) ZEH・LCCM住宅は継続、初の水素住宅も登場

持続可能な未来につながる住宅として、ZEH、LCCMをうたった商品は継続している。ゼロカーボンを実現する住宅メーカー初の水素住宅の実証実験も開始された。

3) 建材としての木にフォーカスした動き

隈研吾とのコラボ商品、設計監修依頼した展示場が複数社で見られた。今年の注目の新商品でも、無垢のフローリングにこだわった商品が目立ち、建材としての木が注目されている。

4) 中～高価格帯商品が中心

インテリア動向

1) 脱黒&無垢のフローリングを使った高級感訴求

昨年までの黒をアクセントに使うことで高級感を訴求していた動きが、フローリング自体に無垢の素材を使い、その素材感によって高級感を訴求する動きへと変化している。

2) 脱テイストの流れが顕著に

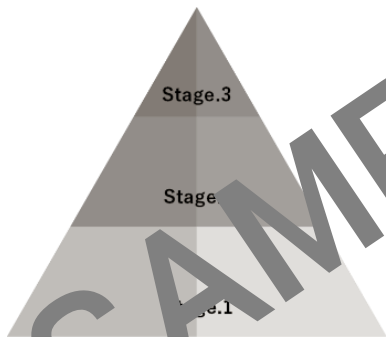
企業別にインテリアを再構築する動きが見られたが、いずれも和洋モダンといったテイストからの脱却が顕著である。

1. 大手ハウスメーカー動向

1.注目コンセプト 1) 耐震性+水害対策を中心とした防災住宅のアピール

関東大震災から100年という節目を意識した防災住宅のアピールが目立ったが、最近頻発している水害にフォーカスした提案も見られた。

ヘーベルハウス トータルレジリエンス(総合防災力)



- STAGE.1 | 命を守る**
生命と財産を守り抜く頑強な建物
- STAGE.2 | 健康を守る**
災害後も、生活を維持するために
- STAGE.3 | 生活の復旧**
より早い生活復旧への対応力

不意の災害から 生命と財産を守り抜く頑強な構造を支える技術力

TECHNOLOGY



電力がストップしても、エネルギーを供給自給できる設備。太陽光発電システムと蓄電池

太陽光発電システム

災害時に電力供給がストップしても、太陽光発電システムなら自家発電が可能。照明器具、テレビ、炊飯器などの充電など、生活に最低限必要な機器を使用することができ



蓄電池

太陽光発電システムと併せてマルチシステムなどにより、太陽光で発電した電力をムダなく使用。平常時は電気料金の節約に役立ち、災害時など停電になった時には非常用の電源として活躍します。

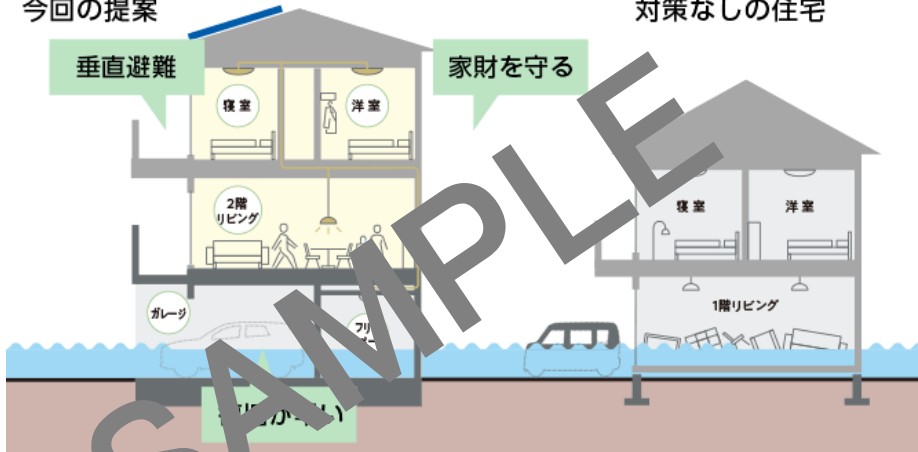
サンヨーホームズ「水害に負けない安心の暮らし」



Concept



今回の提案



浸水の可能性が高い1階をRC(鉄筋コンクリート)造の打ちっ放し仕上げで『耐水化』することで、早期の復旧を可能とし、浸水による災害廃棄物の発生を抑える。浸水の可能性が低い2階以上の部分に居住空間を集約し、災害時だけでなく災害後も普段通り使える設計とする。

2.マンション動向 調査リスト

- ・メジャーセブン7社、コスモスイニシア、阪神阪急不動産のHP
- ・新商品分析に関しては、2023年1月～2027年竣工予定で、2023年8月にHPがオープンし、モデルルームのインテリア画像が見られるもの。
- ・坪単価の目安(HPオープン情報での計算) 1～6:プレミアム物件は坪単価600万円以上、7～12:一般=250～600万円未満とした

	物件名	デベロッパー	所在地	規模
1	シティタワー虎ノ門	住友不動産	港区虎ノ門3丁目	144戸/地上28階地下1階建
2	グランドシティタワー池袋	住友不動産・三井住友信託銀行	豊島区南池袋2丁目	878戸/地上52階地下1階建
3	ブランズ自由が丘	東急不動産	世田谷区奥沢7丁目	24戸/ 地上3階 地下1階建
4	ブリリア目黒大橋	東京建物・三信住建	目黒区大橋2丁目	114戸/ 地上5階 地下2階建
5	プラウド白金長者丸	野村不動産	品川区上大崎2丁目	26戸/ 地上3階建地下1階建
6	ザ・パークハウス代々木大山レジデンス	三菱地所レジデンス	渋谷区大山町1083-2	140戸/ 地上4階地下1階建
7	イニシア西五単野	コスモスイニシア	足立区足立2丁目	50戸/地上8階建
8	シティタワー綾瀬	住友不動産	足立区綾瀬3丁目	427戸/ 地上32階地下1建
9	シティテラス多摩川	住友不動産	調布市染地3丁目	905戸/地上12階建
10	プラウドタワー平井	野村不動産・阪神阪急不動産	江戸川区平井5丁目	374戸/ 地上29階地下1階建
11	ジオ品川天王洲	阪急阪神不動産	品川区東品川1丁目	135戸/ 地上15階建
12	ザ・パークハウス船橋本町	三菱地所レジデンス・三信住建・トヨタホーム	船橋市本町2丁目	74戸/ 地上16階地下1階建

2.マンション動向 総括

ポイント1 低彩度色のフローリングを使ったシックなインテリアが主流

首都圏マンションは価格帯のさらなる高騰により、高級感を表現することが必須であることは変わらないが、ハウスメーカーとの大きな違いは、どのクラスでもフローリングにシート材を使っている点である。坪単価600万円以上をプレミアム、600万円未満を一般マンションと定義すると、プレミアムの方が空間全体のイメージは暗め、一般は明るめでややカジュアル感が加わるというように、価格帯によってソフトハードの違いはあるものの、低彩度色のグレーがかったフローリングが使われているため、全体にシックな印象が基調となっている。

ポイント2 アクセントカラーを使ったカジュアルなインテリアは減少

昨年一般マンションで見られた空間の大面积にアクセントカラーを使うカジュアル感の強いインテリアは、ほぼ姿を消した。クッションや花などの小物にアクセントカラーと使う動きはグレードに関わらず続いているが、全体に色で空間を新鮮に見せる動きはなくなった。

本レポートには採用していないが、濁色基調の空間に、派手な清色のアクセントカラーを使うような、あまり美しく見えないコーディネート事例も散見された。プレミアムマンションでは、カラーをコーディネートのポイントに使った物件は、1件だけ見られたがレアケースである。

ポイント3 脱黒の可能性

インテリア空間内の黒の使用はサッシ色としては継続しているが、外観デザインにおいて昨年まで主流だった白黒のハイコントラスト配色が激減し、アースカラーへと変化していることから、今後ブラックサッシが減少する可能性もあり、アクセントカラーとしての黒の分量も減っていくのではないかと推察される。

ポイント4 コンサバトリーの出現

ベランダのない外観デザインの出現により、室内側にベランダ的な使い方のできる空間が設置された事例と、室内の中に中間領域的な空間を設けるという2タイプあったが、いずれも本来はガラスで囲まれたガーデンルームを意味する言葉「コンサバトリー」として提案されていた。

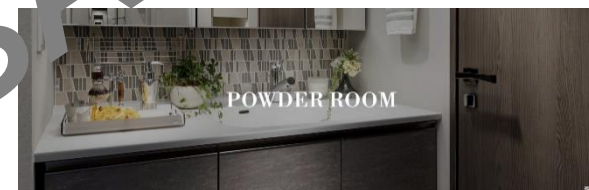
2.マンション動向

1.低彩度色を使ったシックなインテリア 2)一般物件(坪250~600万円未満)

一般物件になると、高明度低彩度のフローリングを寝室までトータルに使っている。ブラックサッシが効いており、建具のダーク色と共に、高級感訴求の意図が感じられる。水回りもつながっているが、浴室の素材がプレミアム物件よりグレードが下がる。



12.ザ・パークハウス船橋本町(三菱地所・三信住建・トヨタホーム)



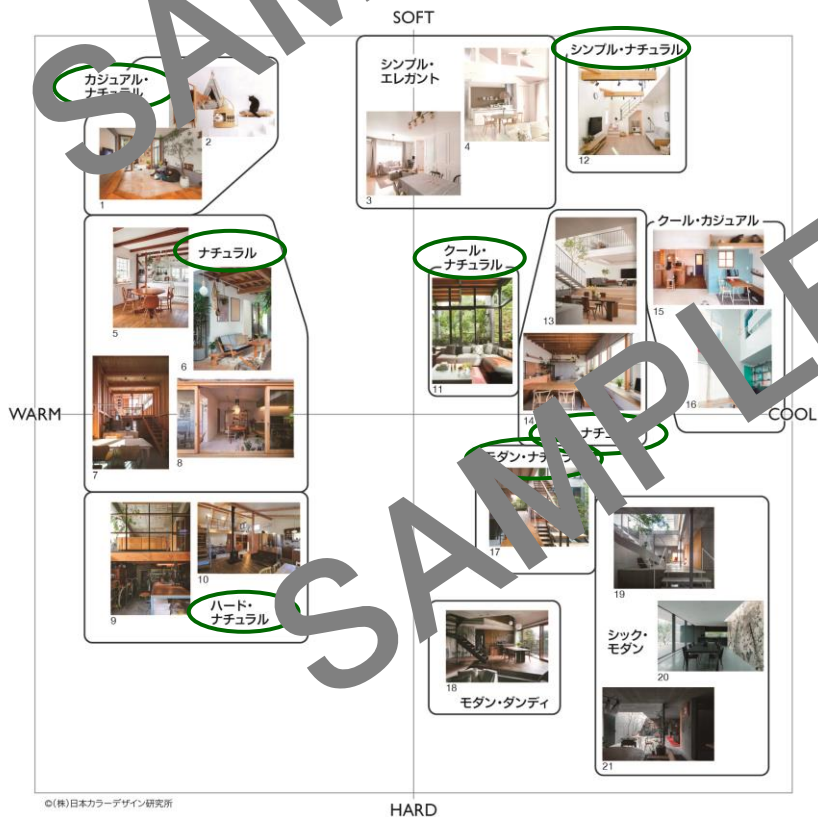
3.雑誌による一般住宅のインテリア動向 総括

2022年12月下旬～2023年5月下旬に出版された一般のインテリア雑誌のインテリア空間をイメージ分類し、その代表的かつ特徴的なものをピックアップしてイメージスケール分析を行った。

出典は&home、&PREMIUM、BRUTUS、Casa Beautiful、Come home、ELLE DECOR JAPAN、HOUSING、I'mhome、Lives、MODERN LIVING、relife、クロワッサン、新建築住宅特集、住まいの設計、北欧テイストの部屋づくり、私のカントリー

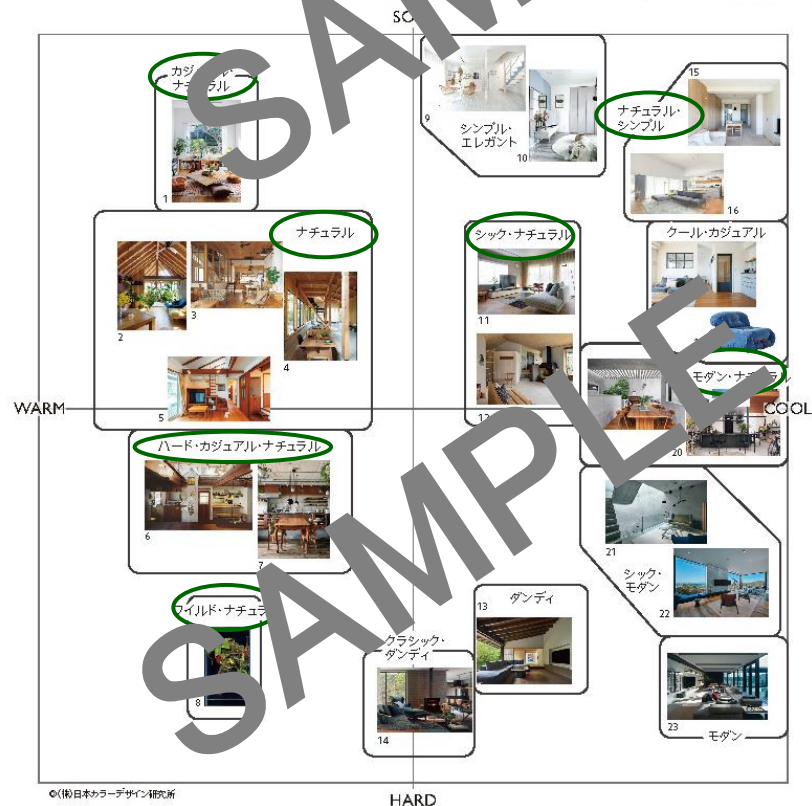
2022年は硬質な素材使いが増えたことで、ワールドハードゾーンが充実した点が前年からの変化だったが、2023年は全体のバランスは変化はない。ただし、ナチュラルが木目色の違いによってイメージが大きく分化している点が特徴。

2022年「イメージ情報83号」(2022年8月25号発行)



©(株)日本カラーデザイン研究所

2023年「イメージ情報85号」(2023年7月25号発行)



©(株)日本カラーデザイン研究所

4.住宅購入予定者調査による嗜好傾向

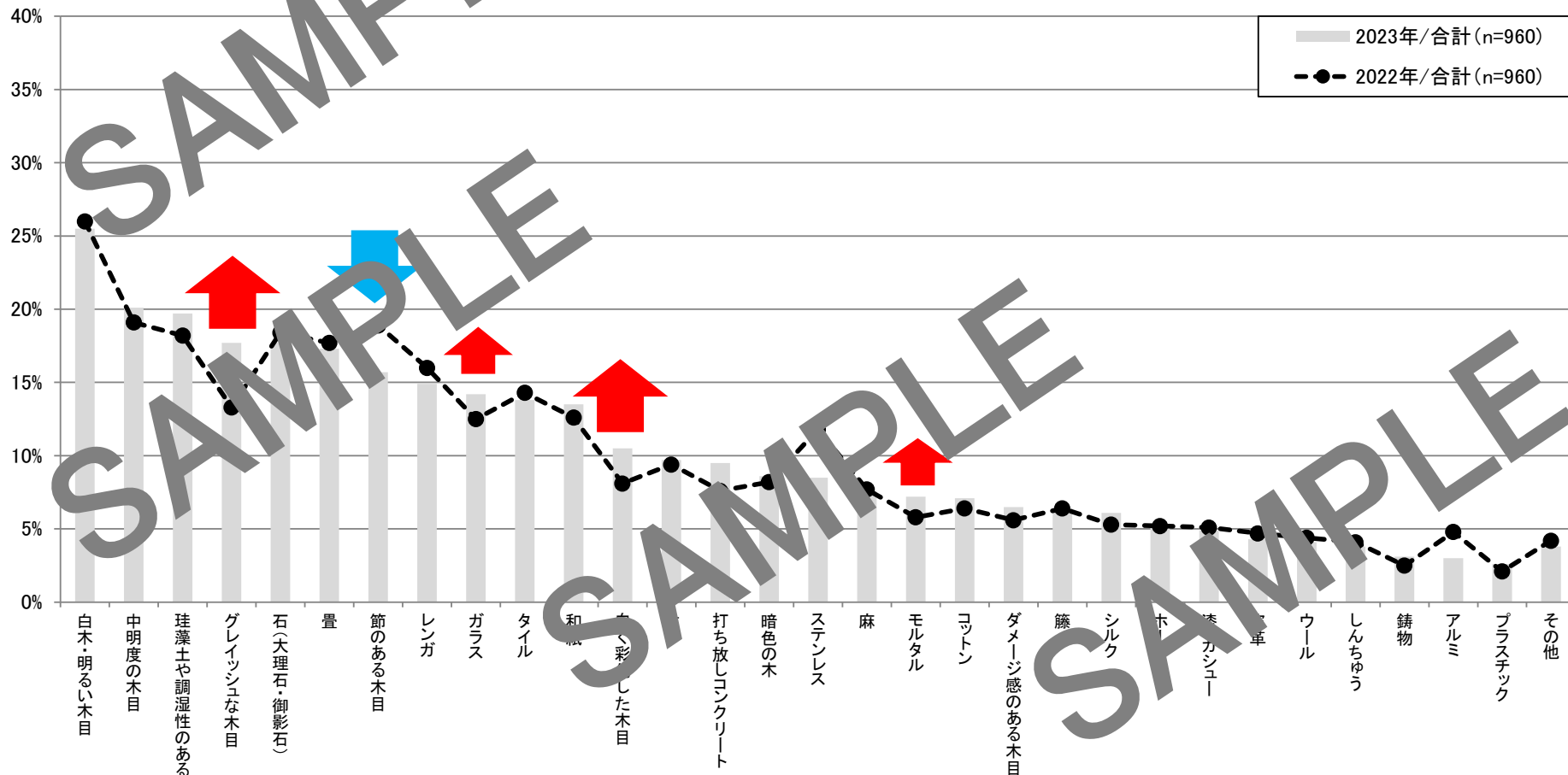
調査結果 2. 住宅やインテリアとして好きな素材 (MA)では、無彩色調の木目が増加

「グレイッシュな木目」が3.9ポイント増加し9位から11位へ激増

「白く彩色した木目」は2.4ポイント増加し15位から17位へ増加

「節のある木目」は3.2ポイント減少し3位から7位へ後退

硬質な素材の中では、「ガラス」「打ち放しコンクリート」「モルタル」が増えている



4.住宅購入予定者調査による嗜好傾向 好きな住まいのイメージ(SA) 調査サンプル



シンプル



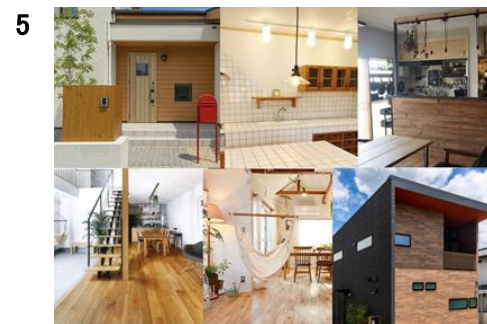
シックモダン



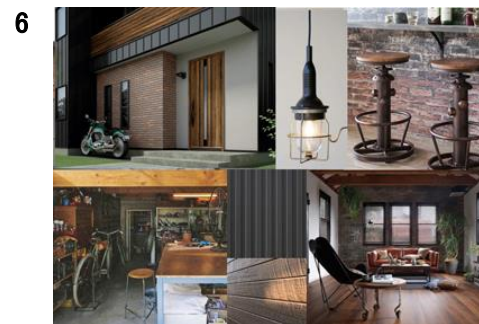
オーセンティック



ナチュラルモダン



ナチュラルヴィンテージ



ヴィンテージ&インダストリアル



カジュアル



洋風エレガント



和モダン