



# 2024年度版 住宅トレンド情報

## インテリア編 サンプル

2024年12月7日

•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	10
•3.雑誌による一般住宅のインテリア動向	22
•4.2024年住宅購入予定者調査データによる嗜好傾向	29
•5.全体のまとめと今後のインテリアの方向性	57

# 1. 大手ハウスメーカー動向 使用データ

- ・大手ハウスメーカー14社のHPのニュースリリース リストは採用情報のあるメーカーのみ
- ・期間 2023年10月～2024年10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	6つの感性によるインテリアが比較体感できる インテリアデザインハウス「6 HOUSES」が8月24日オープン	240802
2		西日本初「HUE」が住まいの体験型ミュージアム「Tomorrow's Life Museum 山口」に9月21日オープン	240828
3	大和ハウス工業	富裕層をターゲットとした創業70周年記念戸建住宅商品 鉄骨戸建住宅商品「xevoΣ PREMIUM SMILE Edition」 & 木造戸建住宅商品「PREMIUM GranWood SMILE Edition」発売	240718
4	住友林業	賃貸用木造マンション「Forest Maison GRANDE」を発売	231102
5		富裕層向け「邸宅設計プロジェクト」が10周年～「チーフデザイナー」がお客様に理想の邸宅を～	230625
6	積水化学工業	木質系住宅『グランツーユー 平屋 つながる暮らし』を発売	231003
7		首都圏限定戸建注文住宅向け「ザ・デザイナーズハウス」を始動	231120
8		九州エリア共働き子育て層向け コンセプトデザイン平屋『HeimD1 (ハイムディーワン)』発売	240219
9		戸建注文住宅向け『ザ・デザイナーズハイム』を四国で展開開始	240613
10		新型ショールーム『HEIMハイム PREMIUMプレミアム SQUAREスクエア 大宮』をオープン	240704
11		戸建注文住宅向け『ザ・デザイナーズハイム』を北海道で展開開始	241001
12	ミサワホーム	進化し続ける企画住宅「SMART STYLE Roomie」3タイプが新たに登場	240419
13		全国で最高等級7を実現する「SMART TECH断熱アドバンス」	241015
14	パナソニックホームズ	「セレクトプレミアム」な暮らしを提案『フォルティナ セレクトプレミアム』新発売	240404
15		住宅性能表示制度における断熱性能で最高等級7に対応 『カサート平屋 断熱等級7モデル』新発売	240418
16		高断熱仕様の多層階住宅『NEWビューノ』新発売	240904
17	三井ホーム	木造化技術ブランド「MOCX」誕生	240229
18		三井ホーム初 断熱等級7の住まい 「MOCXモクス THERMOサーモ」誕生	240711
19		「ツーバイフォー工法」の技術のさらなる進化～新工法「MOCXモクス WALLウォール 工法」	241008

# 1. 大手ハウスメーカー動向 総括

## 新商品の注目コンセプト

### 1. 富裕層向け&高額デザインが再び増加

前回目立たなかった富裕層向けのデザインに注力する企業が増えた。具体的には、大和ハウス工業の70周年記念商品「xevoΣ PREMIUM SMILE Edition」(鉄骨戸建住宅商品)「PREMIUM GranWood SMILE Edition」(木造戸建住宅商品)が代表的。住友林業は富裕層向け「邸宅設計プロジェクト」の10周年を機に再アピール。積水化学工業も全体に高額商品へと舵を切った。一方、若年層向け企画型住宅はミサワホームの「SMART STYLE Roomie」の新タイプ追加と、パナソニックホームズのセミオーダー方式の「フォルティナ セレクトプレミアム」が新商品として提案されていたが、住宅着工件数の減少で、各社とも客単価を上げていく方向性が顕著に見られた。

### 2. 高断熱性能をうたった新商品が増加

「住宅の品質確保の促進等に関する法律」に基づき、住宅性能表示制度の断熱等性能等級が2022年10月に最高等級5の上に等級6~7が新設された。2030年には新築住宅において等級5の義務化が予定されている。それに伴う動きとして、最高等級7をうたった高断熱性の新商品が増加した。具体的にはミサワホームが「SMART TECH断熱アドバンス」を発表。パナソニックホームズは「カサート平屋 断熱等級7モデル」と、高断熱仕様の多層階住宅「NEWビューノ」を新発売。三井ホームは初の断熱等級7の住まい「MOCXモクス THERMOサーモ」を発表した。

### 3. 平屋継続

前述のパナソニックホームズ「カサート平屋 断熱等級7モデル」に加え、積水化学工業の「グランツーユー 平屋 つながる暮らし」、九州エリア共働き子育て層向けコンセプトデザイン平屋「HeimD1(ハイムディーワン)」を新発売し、平屋は継続している。

### 4. 建材としての木にフォーカスした動きも継続

三井ホームが木造化技術ブランド「MOCXモクス」に、ツーバイフォー工法の技術のさらなる進化として新工法「MOCXモクス WALLウォール 工法」を発表。住友林業は賃貸用木造マンション「Forest Maison GRANDE」を発売。木質を売りにしてきた企業は、戸建から集合住宅へのターゲット拡大の意向も感じられる。

## インテリア動向

新商品でインテリア空間を見せているものが極端に少なく、最新トレンドがわかりにくい。強いて言えば、昨年始動した積水ハウスの「life knit design」が本格稼働したことが特筆事項としてあげられる。

# 1. 大手ハウスメーカー動向

## 2. 高断熱性能をうたった新商品が増加

「住宅の品質確保の促進等に関する法律」に基づき、住宅性能表示制度の断熱等性能等級が2022年10月に最高等級5の上に等級6～7が新設された。2030年には新築住宅において等級5の義務化が予定されている。それに伴う動きとして、最高等級7をうたった高断熱性の新商品が増加した。具体的にはミサワホームの「SMART TECH断熱アドバンス」を発表。パナソニックホームズは「カサート平屋 断熱等級7モデル」と、高断熱仕様の多層階住宅「NEWビューノ」を新発売。三井ホームは木造建築ノウハウを活かした断熱等級7の住まい「MOCXモクス THERMOサーモ」を発表した。

### 住宅性能表示制度 断熱等性能等級

断熱等級7 (UA値 ≤ 0.26)	2022年10月に新設された基準
断熱等級6 (UA値 ≤ 0.30)	暖冷房にかかる一次エネルギー消費量 概ね -30% (H28年省エネ基準比)
断熱等級5 (ZEH基準)	2030年から義務化予定 暖冷房にかかる一次エネルギー消費量 概ね -20% (H28年省エネ基準比)
断熱等級4 (H28省エネ基準)	2025年から義務化
断熱等級1・2・3	2025年から既存不適格建築物

※UA値：省エネ地域区分5～7地域の場合

大和ハウス工業の富裕層をターゲットとした創業70周年記念戸建住宅商品の中で説明されている断熱性能



パナソニックホームズ「カサート平屋 断熱等級7モデル」高断熱建物と新採用の樹脂ウレタンで自社で初めての断熱等級7を達成。

ミサワホーム「SMART TECH断熱アドバンス」2011年に商品化し、エリア限定で運用していた次世代断熱仕様を「スマートテック断熱アドバンス」として全国で提供。

H28省エネ基準の最高等級7にも対応する断熱仕様により地域ごとの等級に応じた最適な断熱性能を実現。独自の断熱技術を採用した工業化住宅で、エネルギー消費量の低減など、サステナブルな社会の実現に貢献するとしている。



パナソニックホームズ断熱性能6という高断熱仕様の多層階住宅「NEWビューノ」。東京都制定「東京ゼロエミ住宅」最高水準Aを全戸でクリアしている。

## 2.マンション動向 調査リスト

- ・メジャーセブン7(住友不動産、大京、東急不動産、東京建物、野村不動産、三井不動産レジデンシャル、三菱地所レジデンス) + コスモスイニシアのHP
- ・物件は2024年9月～2026年8月竣工予定のもので、2024年4月～9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 1～2: 超プレミアム物件 = 坪単価2000万円以上、4～6: プレミアム物件 = 600万円～2000万未満、7～18: 一般 = 250～600万円未満 (HPオープン情報での計算)

	物件名	デベロッパー	所在地	規模
1	WORLD TOWER RESIDENCE	世界貿易センタービル・鹿島・三井・三菱・東建	港区浜松町2丁目	389戸/地上46階地下2階
2	三田ガーデンヒルズ	三井不動産レジデンシャル・三菱地所レジデンス	港区三田二丁目	1002戸/地上14階地下2階
4	グランドシティタワー月島	住友不動産	中央区月島三丁目	1285戸/地上58階地下2階
5	THE TOWER JUJYO	東急不動産	北区上十条二丁目	578戸/地上39階 地下2階
6	ブリリア深沢八丁目	東京建物	世田谷区深沢8丁目	38戸/地上3階
7	イニシア池上パークサイドレジデンス	コスモスイニシア	大田区池上八丁目	36戸/西棟地上5階南棟6階
8	ザ・ライオンズミレス蔵前	大京	台東区蔵前一丁目	70戸/地上15階
9	ブリリアタワー千葉	東京建物・野村不動産・中央住宅・ファーストコーポレーション	千葉市中央区富士見	491戸/地上23階 地下1階
10	ブリリア聖蹟桜ヶ丘 BLOOMING TERRACE	東京建物・東栄住宅	多摩市関戸一丁目	253戸/地上17階
11	ブリリア新百合ヶ丘	東京建物	川崎市麻生区	79戸/地上6階建
12	プラウド新浦安パークマリーナ	野村不動産	浦安市日の出四丁目	218戸/地上4階
13	プラウドタワー相模大野クロス	野村不動産	相模原市南区相模大野	687戸/地上41階 地下3階
14	パークタワー向ヶ丘遊園	三井不動産レジデンシャル・小田急不動産	川崎市多摩区登戸	241戸/地上25階
15	パークホームズ溝の口 ミッドイースト	三井不動産レジデンシャル・総合地所	川崎市高津区坂戸	197戸/地上7階
16	ザ・パークワズ 深川門前仲町	三菱地所レジデンス	江東区冬木32他	47戸/地上8階
17	ザ・パークハウスひばりが丘	三菱地所レジデンス	西東京市谷戸町	140戸/地上15階
18	ザ・パークハウス 横浜港南台	三菱地所レジデンス	横浜市港南区港南台	163戸/地上5階地下1階

## 2.マンション動向 総括

### ポイント1 超プレミアム物件の出現と差別化戦略

首都圏マンションでは、坪単価が2000万円を超える物件が出現し、今年が目玉となった。具体的には「WORLD TOWER RESIDENCE」と「三田ガーデンヒルズ」である。圧倒的な高級感訴求のためには、ヨーロッパのトレンドは意識されているものの、単に建材のCMFやデザインではなく、空間そのもののスケール感や戸建と同様のカスタマイズ感覚など、その物件ならではのオリジナリティが重視されている。テイストやスタイルといった切り口では語れないものが必須となっている。

### ポイント2 超プレミアム以外の全ての価格帯で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継続

昨年のトレンドである高明度低彩度色を使ったシックなインテリアは継続している。フローリングに合わせるように、ライトグレー、グレイージュといった濁色のキッチン、水回りの面材がトータルにコーディネートされているものが多い。高級感はあるものの新しさはそれほど感じられなかった。

### ポイント3 ナチュラル化の流れとフローリング色多様化の兆し

グレー系のフローリングに対して、植物の緑やグリーン系のアクセントカラーを使って、ナチュラル感を訴求する流れも見られ、今年是这样いったシックナチュラルなイメージの空間が最も多かった。また、高明度色の中で若干木目の彩度をアップさせ、ヘルシーでナチュラルな空間を作る動きも見られ、暗い木目のフローリングも復活した。これらの動きからは、高明度低彩度のフローリングに飽きが来ているとも考えられ、フローリング色は多様化の兆しを感じる。

### ポイント4 脱黒継続

外観では一昨年の白黒のハイコントラスト配色全盛から、昨年はアースカラーへと変化していたが、今年さらには明度アップしホワイト系の外装色が増えた。ブラックサッシではコントラストが付きすぎるため、アンバー色やシルバー色のサッシも登場している。ブラックサッシが減少することで、インテリアのアクセントカラーにも影響が出てくるものと思われる。

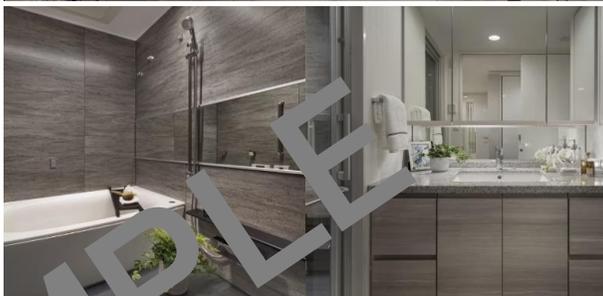
### ポイント5 共働き世帯向けの家事動線&キッチン提案

若年層の共働き世帯で重視されている「コスパ」「タイパ」「スペパ」を意識した空間提案は継続している。特に、水回りとキッチンをつなぐ動線、洗濯から収納までを一気に行える動線などが提案されている。そんな中で、調理済の食事や冷凍食品を冷凍庫で保管する人が増えたことで、冷蔵庫とは別に冷凍庫スペースを設けたキッチン提案も見られた。

## 2.マンション動向

### 2.プレミアムは低彩度を使ったシックなインテリアが継続(坪単価600万円以上)

キッチンや洗面化粧台や浴室も連動したデザインとなっている。黒のアクセントカラーはサッシや間仕切り、家具の一部に残っている。



3.グランドシティタワー月島(プレミアム)



5.ブリリア深沢八丁目(プレミアム)



4.THE TOWER JUJYO(プレミアム)

### 3.雑誌による一般住宅のインテリア動向 総括

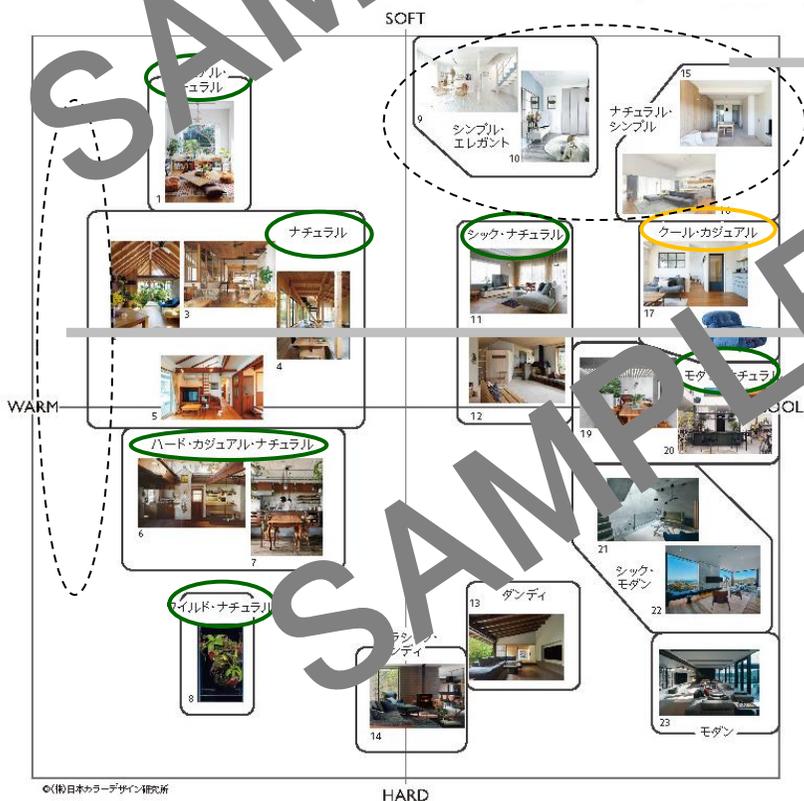
2024年1月上旬～2024年6月中旬に出版された一般のインテリア雑誌のインテリア空間をイメージ分類し、その代表的かつ特徴的なものをピックアップしてイメージスケール分析を行った。

出典は&home、&PREMIUM、BRUTUS、Casa Beautiful、ELLE DECOR JAPAN、HOUSING、I'm home、MODERN LIVING、relife+、クロワッサン、新建築住宅特集、Hanako特別編集センスのいい部屋74人のアイデア、北欧テイストの部屋づくり、私のカントリー

2023年は主流のナチュラルイメージから木目色の違いによってウォームゾーンとクールゾーンに大きく分化している点が特徴だったが、今年はナチュラルイメージのバリエーションが若干減り、クールゾーンのシンプルが消え、ウォームゾーンのカジュアルイメージが出現したため、カラフルな印象となった。総じてエモーショナルなインテリアの拡大が特徴である。

2023年「イメージ情報85号」(2023年8月25号発行)

2024年「イメージ情報87号」(2024年1月25号発行)



# 4.住宅購入予定者調査による嗜好傾向 対象者の内訳

3年以内に住宅を購入またはリフォーム・リノベーションを希望している男女960名にWEB形式で調査を行った

年代、性別、地域別の内訳、希望する住宅の形態別構成等は右記の通り

調査期間 2024年4月11日～22日  
調査委託 株式会社ルウム

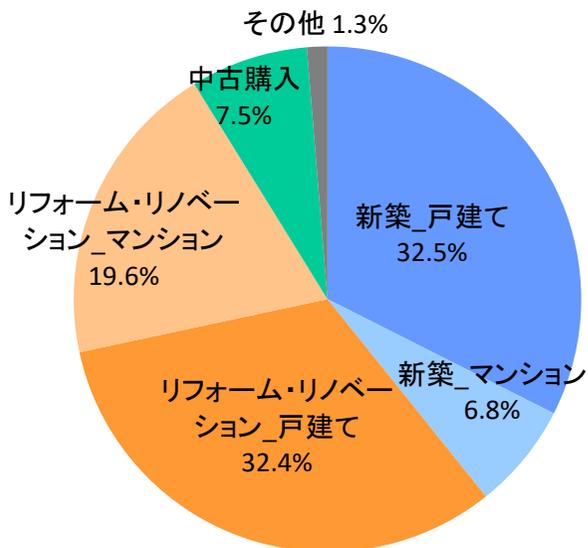


図 希望する住宅の形態別構成(n=960)

		年代				合計
		30代	40代	50代	60代	
男性	度数	120	120	120	120	480
	行%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%	100.0%
女性	度数	120	120	120	120	480
	行%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%	100.0%
合計	度数	240	240	240	240	960
	行%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%	100.0%

		f1)居住地域		合計
		東京圏	京阪神地区	
男性	度数	240	240	480
	行%	50.0%	50.0%	100.0%
女性	度数	240	240	480
	行%	50.0%	50.0%	100.0%
合計	度数	480	480	960
	行%	50.0%	50.0%	100.0%

		f1)性別		合計
		男性	女性	
新築_戸建て	度数	168	144	312
	行%	35.0%	30.0%	32.5%
新築_マンション	度数	30	35	65
	行%	6.3%	7.3%	6.8%
リフォーム・リノベーション_戸建て	度数	154	157	311
	行%	32.1%	32.7%	32.4%
リフォーム・リノベーション_マンション	度数	90	98	188
	行%	18.8%	20.4%	19.6%
中古購入	度数	34	38	72
	行%	7.1%	7.9%	7.5%
その他	度数	4	8	12
	行%	0.8%	1.7%	1.3%
合計	度数	480	480	960
	行%	100%	100%	100%

		性×年代								合計
		男性/30代	男性/40代	男性/50代	男性/60代	女性/30代	女性/40代	女性/50代	女性/60代	
新築_戸建て	度数	67	46	34	21	55	37	30	22	312
	行%	55.8%	38.3%	28.3%	17.5%	45.8%	30.8%	25.0%	18.3%	32.5%
新築_マンション	度数	15	5	6	4	10	12	5	8	65
	行%	12.5%	4.2%	5.0%	3.3%	8.3%	10.0%	4.2%	6.7%	6.8%
リフォーム・リノベーション_戸建て	度数	18	36	47	53	26	40	46	45	311
	行%	15.0%	30.0%	39.2%	44.2%	21.7%	33.3%	38.3%	37.5%	32.4%
リフォーム・リノベーション_マンション	度数	13	21	21	35	12	20	28	38	188
	行%	10.8%	17.5%	17.5%	29.2%	10.0%	16.7%	23.3%	31.7%	19.6%
中古購入	度数	7	9	11	7	13	11	9	5	72
	行%	5.8%	7.5%	9.2%	5.8%	10.8%	9.2%	7.5%	4.2%	7.5%
その他	度数	0	3	1	0	4	0	2	2	12
	行%	0.0%	2.5%	0.8%	0.0%	3.3%	0.0%	1.7%	1.7%	1.3%
合計	度数	120	120	120	120	120	120	120	120	960
	行%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

グラフ内の色の見方: 濃いブルーは全体に対して10ポイント以上高いもの、薄いブルーは5ポイント以上高いもの、黄色は10ポイント以上低いもの

## 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

## 4.住宅購入予定者調査による嗜好傾向 調査結果 好きな住まいのイメージ(SA) 2023年との比較

- ・シックモダン、シンプルというクールゾーンのイメージが減少した。
- ・2023年のモダン化に対して、逆の動きが見られる

