

戸建住宅のデザイン動向と ストック時代の住宅関連法の概要

A Survey on Trend of Housing Color Design and Brief Introduction
of Housing-related Laws and Regulations in the "Stock Times"



CD 研究所
第2研究部
宮川理香
Rika
Miyagawa



CD 研究所
第2研究部
石原麻子
Asako
Ishihara



CD 研究所
第2研究部
渡辺昌紀
Masaki
Watanabe



CD 研究所
第2研究部
松下晶子
Akiko
Matsushita

1. はじめに

近年、住宅産業はサブプライムローン問題に端を発した景気の停滞と建築基準法の改正などにより、着工数が減少し続けている。そのような状況のなか、住宅のインテリアデザインにこだわる人々が増えている。手頃な価格でデザインの優れた製品を揃えるインテリアショップが集客の高さでニュースになるなど、インテリアへの関心はかつてない高まりを見せている。

その理由の一つは、この景気の停滞にあると思われる。不景気になると外出時間が減り在宅時間が増えるため、家にいてできることが流行ると言われている。1992年のバブル崩壊後はガーデニングが流行したが、2008年の不況ではエクステリアからインテリアへとその関心が移ったようである。外食を控え家でホームパーティーを開催する、また、ホームビデオを楽しむためにシアタールームづくりにお金を掛けるといったことがインテリア雑誌では話題であるが、このようなライフスタイルを背景にインテリア空間をより自分好みにしたいとこだわる層が増加したと言える。

さて、住宅市場において外装デザインだけでなくインテリアデザインが注目を浴びるようになると、住宅デザインの流行サイクルにも変化が出てきた。ファッションほどそのサイクルの変化は早くないが、従来に比べると早く変化していると感じる。そこで、我々は2006年度に実施した戸建て住宅の色彩動向調査¹⁾から3年目に当たる2009年度に、財団法人日本色彩研究所とともにデザインや色彩の変化を把握すべく再度戸建住宅の色彩調査を行ったので、その結果を報告する。今回は、上述のようにライフスタイルの変化も考慮すべく、住宅建築雑誌に出現するライフスタイルに関するキーワード調査も行ったので、その結果も併せて報告する。また、同時に住宅に関する法律も改正や新しい法律の施行といった動きがあるため、法的環境の変化についても紹介したい。

2. 調査概要

戸建住宅の色彩調査は毎回主に住宅展示場のモデルハウスを対象に測色調査を実施していたが、景気悪化のなか、住宅展示場は建替えのサイクルが長くなり、必ずしも最新の動向を反映しているとはいえなくなってきた。また、戸建住宅の取得を検討する人々も、以前であればまず住宅展示場へ住まいの情報を集めるために訪れたのが、現在は住宅建築雑誌やインターネットにより情報を集め検討したのちに、住宅展示場でスケール感や仕上げなどを最終的に確認するというような使い方になってきている。このように、住宅展示場の役割も変化してきているため、今年度は最新の情報が得られると期待される新設の住宅展示場における戸建住宅の色彩調査と、さらに住宅建築雑誌におけるキーワード分析を実施し、色彩とライフスタイルの変化を検討することにした。

2.1 住宅展示場の色彩調査

毎回、調査を実施していた「TVKハウジングプラザ横浜」はモデルハウスの更新が少なかったため、今回は新宿に2009年9月に新設された「東京都新宿住宅展示場」の調査を行った。都の行政と大手ハウスメーカーが施策を連動させ、今後の環境エネルギー問題や高齢化など次世代を見据えた東京の住まいづくりについて提案している。

2.1.1 調査日:2009年11月20日(金)

2.1.2 調査戸数:「東京都新宿住宅展示場」全12棟のうち当時完成していた11棟を調査した。

2.1.3 測色方法

最新のモデルハウスのデザインと色彩について調査した。測色部位は主壁面、アクセント面、および玄関扉を中心に行っ

た。測色はJIS標準色票を用いた視感測色である。

2.2 住宅雑誌から抽出したキーワードによるライフスタイルの調査

施主のニーズがより反映されていると思われる工務店による施工事例が掲載されている雑誌から、その特徴を示すキーワードや建築上の特徴を抽出し、住まい手の思い、最近の建築上の特徴を求めた。

調査方法：以下の2つの雑誌に掲載されている家に関する記述の中から住宅キーワードをピックアップし、内容からいくつかのグループに分類した。

- 「地元で評判の工務店で建てた家 2010年関東版」
- 別冊 SUMAI no SEKKEI 扶桑社、2010
- 「ニッポンの注文住宅196」 リクルート、2009

3. 住宅展示場の色彩調査結果と考察

今回は、調査した結果のうち変化が見られた主壁について報告する。この住宅展示場での提案はこれからの住まい環境作りのための高機能性建物の提案という側面が強く、外観は基本的には「シンプル」、「ナチュラルモダン」に植栽や水を加えたというものが多い。

色彩に関しては、前回の調査で最新の色として見られた明度9前後の「高明度の白」は全く見られず、やや明度が下

がった明度8.5、彩度1～2を中心とした「オフホワイト」が多数出現していた(図1、図2)。このオフホワイトはサイディングやタイルといった外装材の種類に関わりなく使われていた。ただし、住宅の外観デザインは前回から大きな変化は無く、無駄を省いた直線的でシンプルなデザインであった。色だけ見るとオフホワイトに出現色の中心が移っただけであるが、デザインジャンルで分類すると「クールモダン」から「ナチュラルモダン」へとはっきりとした変化がみられた。

その他、コンセプトとその具体的なアイテムを整理すると以下ようになる。

- 高機能：太陽光発電、家庭用燃料電池、光触媒タイル、LED照明、高齢者等配慮
- 癒し：屋上ガーデン、大型バルコニー、中庭、癒しの空間、屋上緑化、壁面緑化、雨水利用
- 生活：2世帯住宅、可変性
- 地域：外構と街並との調和(ダイワハウス)我が家から美しい街並づくりを始める

4. 住宅雑誌から抽出したキーワードによるライフスタイルの調査結果とまとめ

4.1 抽出されたキーワード

抽出されたキーワードを表1に示す。

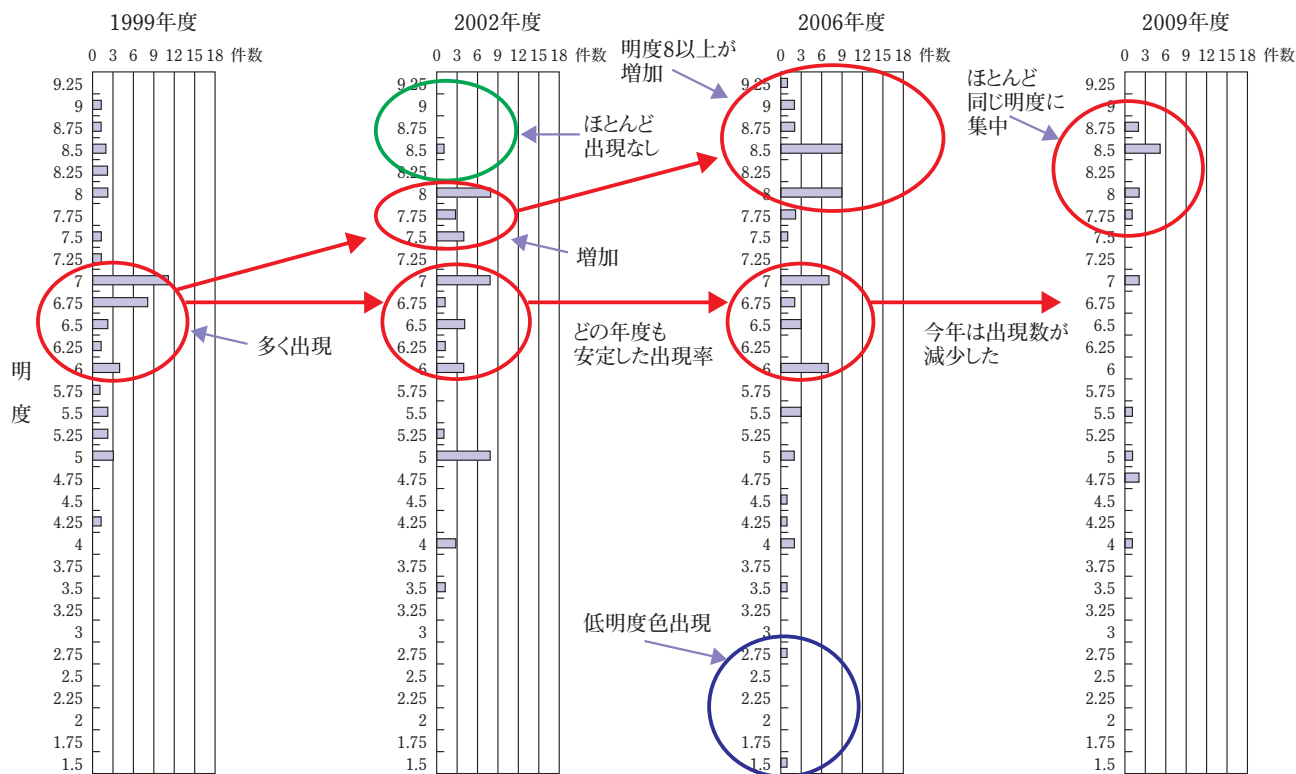


図1 主壁面の明度の変遷

色
彩

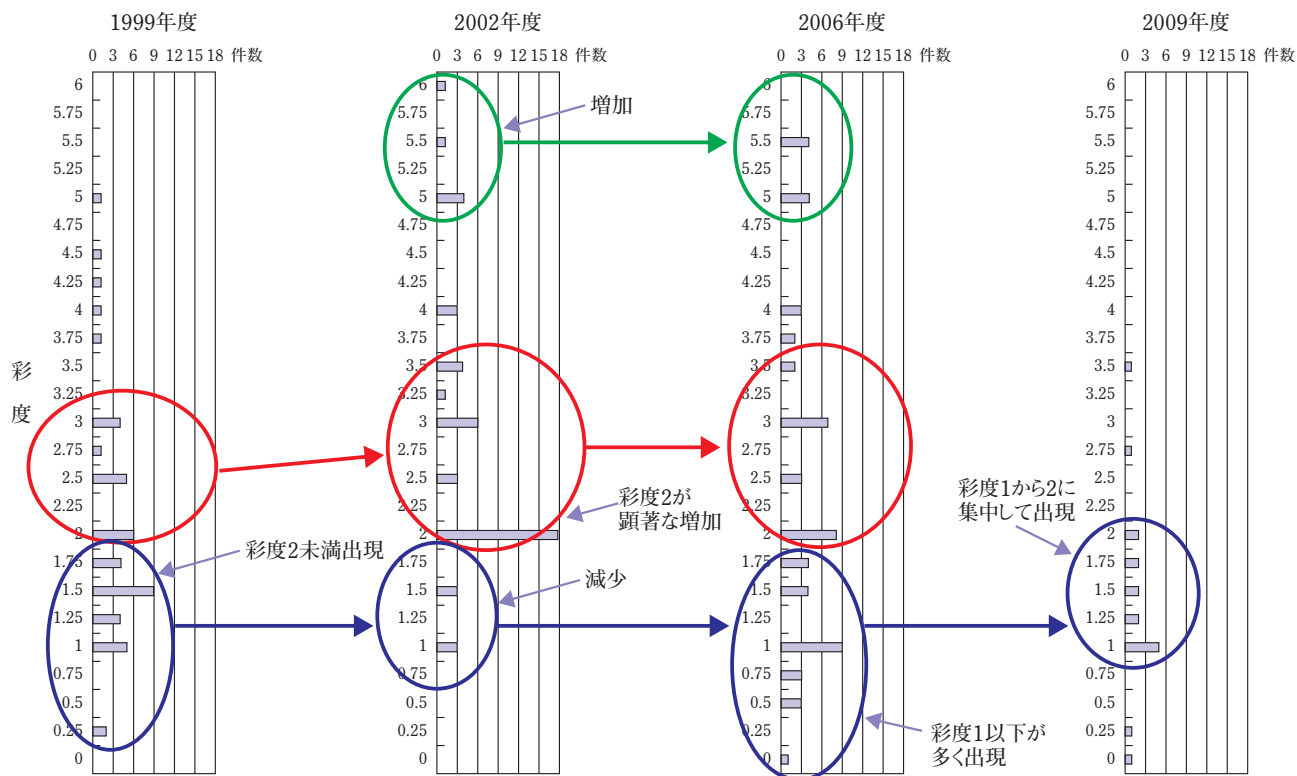


図2 主壁面の彩度の変遷

表1 抽出されたキーワード

キーワードの分類	「地元で評判の工務店で建てた家 2010年関東版」	「ニッポンの注文住宅196」
〈ナチュラル・シンプル・モダン〉 〈陽光・風〉	ナチュラルモダン(1) モダンスタイル(2) シンプルモダン(2) 光と風(3) 陽光と風(1) 日差し(1) 陽光(1) 太陽 と木(1)	自分スタイル(1) 好きなこと(1) 家と子どもの幸せな関係(1) 自然の恵み(1) 自然(3) 光と風(3) 陽光(2) 風や日差 し(1) 風と光(1) 風や光といっしょ(1) 光で満たされた (1) 日差しや風(1)
〈温もり〉	温もり(3) やわらかな温もり(1) あたたかモダン(1)	
〈憩い・安らぎ〉	憩う(2) 安らぐ(2) のびやか(1) 家族の団らん(1)	くつろぐ(2) リラックス(2) のびやかぬくもり(1)
〈開放感〉	開放感(3) 開放的(1)	オープン(2) 開放感(1) 開放的→会話(1) スキップフロ ア(1)→家中子どもの歓声
〈素材・質感〉	豊かな質感(1) 木の質感(1) 国産材・無垢材(2)	質感(1) 質感や味わい(1) 天然素材(1) 自然素材(1) 素材にこだわる(1) 無垢材(1) 珪藻土(1) ウッディライフ (1) 木の香り(1)
〈裸足〉		裸足(1) 冬でも裸足(1) 裸足がきもちいい(1)
〈健康〉		健康・快適な家(1) 健やか(2) 健やかな成長(1) 体に やさしい(1) 健康的(1)
〈普通・自然〉 〈家族のつながり〉		ごく普通の暮らし(1) ムリのない自然体(1) 家族(5) つながる(1) 家族が繋がる(1) 自然に触れ合え る(1) 一緒に過ごせる(1) みんながつながる(1) 家族が 集まる(1) 家族の絆を育む(1) 家族が一緒(1) コミュニ ケーション(1) 会話がはずむ(1) 子どものプライバシーと家 族の交流(1) 一緒に楽しい(子ども部屋)(1) 中庭(1) 愛情あふれる空間(1) 語らう(1) 集い(1) 集まる(1)
〈遊び・のびのびした〉		遊べる(2) よく遊び(1) のびのび遊べる(1) アドベン チャー(1) やんちゃに(2) 走ったり登ったりジャンプしたり (1) 元気に遊びまわれる(1) 跳んで遊んで(1) のびのび (2) 元気いっぱい(1) 走り回って(1) アスレチックジムの よう(1) (鬼ごっこ廊下) (吊り橋) (ブランコ) (ロフト)
〈目が届く〉		目が届く(2) 目を配れる(1) アップステージ、ママの目線内 (1) キッチン中心(1) 気配を感じる(1)
〈感性と才能〉		感性と才能が育まれる 音楽が共通キーワード(1) ピアノ(1) 音楽(1) 音楽がつ なげる(1) サッカー(1) ダンス(1) お絵かき(1)
〈その他〉	長寿命(1) 手づくり感覚(1) アウトドア空間も取り込む (1)	パーティ(1) 見る、触る、香る、心地よさ(1) 成長とともに変 化(1) 色やデザイン(1) 寝も(1) 家事ラク(1) お手伝 いしやすい(1) よく勉強して(1) 家族の空間とひとりの空 間(1) プライベートショールーム(1) ほっこりと和(1)

4.2 調査のまとめ

4.2.1 住まい手の志向として見えてきた方向

A. 安心・安全志向

ユニバーサルデザインというコンセプトに代表されるような、安心・安全な室内環境づくりが進められている。さらに、人と人とのつながりが、地域と家族に対して強く求められている。家族の絆を深めるというコンセプトは以前からあったが、不況により“楽しみは家で”というスタイルが定着してきたこととも関係するのであろう。家族のつながり、子どもに対する環境づくりを進める動きは一層の高まりをみせている。

B. 自分らしき志向

自分にはここにはこだわりたいという願いが強い。全部にお金をかけるのではなく、特定のあることの実現の部分にはお金をかける。雑誌などにおいてよく登場するのは、家でパーティを開きたいのでオープンキッチンを中心にした間取り、クルマが好きなので住宅の中に車庫の中のクルマが見える部屋、楽器を飾り演奏できる部屋、専用のシアタールームなどがある。

C. 上質志向

飾るのではなく、そのもの自体がもつ質感、味わいを大事にしようという志向性であり、“本物であること”が重要である。

D. 自然志向・健康志向

現在の戸建住宅において重視されている志向性は「自然志向」である。特に、工務店系の雑誌においてはその頻度は非常に高い。具体的なモノとしては、ほとんどの物件に登場するのが「無垢材」である。ハウスメーカーは不得意で工務店が得意とする建材である。また、「無垢材」の使用は冬でも表面があたたかく、裸足というキーワードもよく見受けられた。これは健康志向ともつながり、前述のC.上質志向ともリンクする。

4.2.2 住宅スタイル

今までの結果から抽出されたキーワード「志向性-ホットする、ぬくもり、こだわる、飾らない、シンプルな、自然な」などを満足させる住宅スタイルは「シンプル、ナチュラル、モダン」ということになる。これが現在の住宅カラーデザインの主流である。前回の調査時の外観は白、内装はモダンでクール、いわば非常にかっこよかったが無機質なクールモダンのスタイルであった。現在は、ぬくもりのあるオフホワイトから明るい薄いベージュを外観ベースカラーとし、形状は直線的でシンプルであり、内装には木を積極的に使い、見せるなどの方向に住宅スタイルは向かっている。

4.2.3 社会状況からの影響

景気悪化を背景に、将来の仕事や所得不安により、住宅取得の意欲が低下し、バブルの頃のような背伸びではなく、「身の丈にあった暮らし」がちょうどよいというコンセプトが

生まれている。以前のように遠くに外出してお金をかけて遊ぶのではなく、家の中や地域で、お金をそれほどかけず心豊かな生活を目指すという意識が高まっている事が分かった。ただし、自分らしさに対する思いは強く、その点を実現することについてはコストをかけたいと考えている。後述する地球環境・エコとも関係するが、作っては壊すのではない長寿命住宅が登場してきたのも特徴的である。

また、地球環境・エコ問題の解決に向けて、「高機能性建物と建物緑化」の提案が成されている。高機能性としては、省エネ、低CO₂、太陽光発電・蓄電、LED照明などがある。中でもLED照明の普及化が2010年以降に予想されている。本方向性は、東京都とハウスメーカーによる提案住宅において顕著に表れていた。

5. 住宅を取り巻く法的環境について

住宅の長寿命化を図ることや、作っては壊す「フロー消費型社会」から、いいものを作ってきちんと手入れをして長く大切に使う「ストック型社会」への転換を図るため、「長期優良住宅普及促進法」²⁾が平成20年12月に公布された。「改正省エネ法」と「住宅瑕疵担保履行法」³⁾⁻⁶⁾は「長期優良住宅普及促進法」を構成する重要な要件となっている。

ストック型の社会には2つの側面がある。新築住宅では長持ちする家づくりを目指す。そのための方策を集約したのが長期優良住宅の制度である。一方、既存住宅はリフォームして末永く住み継ぐことが大切になる。

5.1 「長期優良住宅促進法」

2009年6月4日、住宅を長期にわたり使用することにより、住宅の解体などに伴う廃棄物の削減、環境への負荷を低減するとともに、住宅取得および改修にかかる費用を支援することで負担を軽減し、より豊かでやさしい生活への転換を目的とした「長期優良住宅促進法」が施行された。長期優良住宅建築等計画の認定制により長期優良住宅に認定された住宅は、住宅取得費用の支援を受けられるが、一方、計画に基づいたメンテナンスを行い、その記録を保管する必要がある。なお、長期優良住宅の認定制度により次のような事が期待される。

- ・ 消費者の住宅取得費の軽減
- ・ 中古市場の活性化
- ・ ストックビジネス（点検・リフォーム・中古住宅の売買など）の育成
- ・ 環境への貢献

5.2 「住宅瑕疵担保履行法」

2009年10月1日より、住宅瑕疵担保履行法がスタートした。この法律は、新築住宅を供給する事業者に対して、瑕疵の補修等が確実に行われるよう、保険や供託を義務付けるものである。万が一、事業者が倒産した場合等でも、

2000万円までの補修費用の支払いが保険法人から受けられる。住宅瑕疵責任保険に加入するには住宅の図面が必要になるが、長く住み継ぐこれからの住宅はメンテナンスの履歴が大切になってくる。長期に渡って使用するうちに住む人や、住んでいる人数などが変わって、場合によっては売買されることもある。この時、メンテナンスの履歴は重要になる。

5.3 「改正省エネ法」

第2次石油危機後（1979年）に制定された「エネルギーの使用の合理化に関する法律」（省エネ法）は経済的・社会的環境の変化に対応するため幾度か改正されたが、2009年4月にさらに改正・強化された。この改正では、京都議定書の目標達成、地球環境問題解決のために、近年増加している民生部門（業務・家庭）における省エネが強化された。

住宅・建築物に係わる省エネ対策の強化としては以下のようになっている。

- ・ 大規模な住宅・建築物（総床面積2,000㎡以上）に係わる担保措置の強化
（指示・公表に加えて命令を導入）
- ・ 一定の中小規模の住宅・建築物（総床面積300㎡以上）を届出義務などの対象として追加
- ・ 住宅を建築し販売する事業者に対し、住宅の省エネ性能向上を促す措置を導入
- ・ 住宅・建築物の省エネ性能の表示などを推進
（今回は住宅に関する部分を抜粋し、事業所や工場に関しては割愛した）

6. おわりに

これらの法律はデザインと関わりが無いように思えるかもしれないが、家を長持ちさせるためには耐久性の高い建材の開発だけでなく、長く住みたくなる家、そして長く住みたくなる街づくりが必要になってくる。何世代にも渡って長く住み継ぐには、地域が活性化していること、美しい街並みが維持管理されていることが重要になってくるからである。そのために環境デザインが求められるようになる。

既に、景観法に則った色彩ガイドラインによる街並みの色彩コントロールが始まっている。なかには、外観デザインが周囲の住民に受け入れられず物議を醸しているケースも聞く。その様な地区はまちづくりに積極的に住民が参加している地域であったり、住みたい街として人気の高い地区だったりする。今後は、一戸の家だけでなく、街並みとしての価値の向上を考えていかなければならない時代に入った。

弊社デザイナーは、顧客に長寿命に耐える外壁デザインを提案できるよう情報提供や各種の支援を行っていくつもりである。さらに、住宅個別の色彩計画だけでなく、街並み全体のトータルバランスを考慮した色彩計画が立てられる知識と力量を備えた人材の育成にも力を入れていく所存である。

参考文献

- 1) 渡辺昌紀、石原麻子、宮川理香、西本悟: 塗料の研究、**147**、35-40 (2007)
- 2) “長期優良住宅法関連情報”、国土交通省ホームページ、http://www.mlit.go.jp/jutakukentiku/house/jutakukentiku_house_tk4_000006.html (参照2010/5/1)
- 3) “住宅瑕疵担保履行法”、国土交通省ホームページ、<http://www.mlit.go.jp/jutakukentiku/jutaku-kentiku.files/kashitanpocorner/index.html> (参照2010/5/1)
- 4) “住宅瑕疵担保履行法”、財団法人住宅リフォーム・紛争処理支援センター、<http://kashitanpo.chord.or.jp/index.html> (参照2010/5/1)
- 5) “改正省エネルギー法関連情報(住宅・建築物関係)”、国土交通省ホームページ、http://www.mlit.go.jp/jutakukentiku/house/jutakukentiku_house_tk4_000005.html (参照2010/5/1)
- 6) “平成20年度省エネ改正法の概要”、資源エネルギー庁ホームページ、<http://www.enecho.meti.go.jp/topics/080801/080801.htm> (参照2010/5/1)