

## 住宅&住宅設備トレンドウォッチ

### 住宅新商品トレンド

### 住宅&住宅設備トレンドウォッチ

# ハウスメーカーが グッドデザイン賞を続々獲得

INDEX

2020.1.24

- ① 外部と内部空間の関係性を再構築「ジーヴォ・シグマ・プレミアム」～大和ハウス
- ② 快適性と省エネ性を兼ね備えた分譲地開発「エムスマートシティ熊谷」～ミサワホーム
- ③ 木造住宅のイメージを変える開発した薄型の木製庇「フラットキャノピー」～住友林業

2019年10月、グッドデザイン賞（以下、GDA）が発表されました。応募件数4,772件の中から受賞に至ったのは、1,420件の受賞で過去最多の数字です。大手ハウスメーカーからは5社・13件の受賞となりました。また、倍率40倍を超える狭き門である「グッドデザイン・ベスト100」の中から特別賞として、積水ハウス・坂倉建築研究所・長谷工コーポレーションの「プライムメゾン江古田の杜・グランドメゾン江古田の杜（集合住宅）」がグッドフォーカス賞（地域社会デザイン）、ミサワホーム総合研究所・沖縄科学技術大学院大学学園・ソニーコンピュータサイエンス研究所・ミサワホームの「住まいの分散型エネルギー・水システム」がグッドフォーカス賞（防災・復興デザイン）を受賞しました。

近年は業界問わず、多くの企業がGDA受賞を目指す動きが散見されます。その背景にはGDAの認知度の高さが挙げられます。GDAを主催する日本デザイン協会によると、2017年時点で「グッドデザイン賞」の国内認知率は84.1%、「Gマーク」の国内認知率は79.0%という結果が出ており、Gマークはどの年代・性別でも約80%の消費者が「知っている」とのことです。企業はGマークを活用することで、幅広い層に対して一定の訴求効果があると言えるでしょう。

また、GDA受賞企業の社員のモチベーション向上につながる可能性があることも忘れてはいけません。社員にとって顧客満足度向上が業務の目的の一つであることはもちろんですが、これまで取り組んできた業務が客観的にGDAとして評価されることは社員のモチベーション向上、満足度向上につながるでしょう。また、社員に向けても、顧客に向けてもプラスに作用することが期待できるGDAを企業目標の一つとして掲げることは有用かもしれません。

## 1 外部と内部空間の関係性を再構築「ジーヴォ・シグマ・プレミアム」～大和ハウス

大和ハウス工業は「ジーヴォ・シグマ・プレミアム」でGDAを獲得しました。この商品は2018年に発売した戸建住宅シリーズ「ジーヴォ」の最高クラスです。コンセプトは「日々の暮らしに充足感を提供する都市の邸宅」で、デザインだけでなく、断熱・耐震性能にもこだわっています。

デザイン面での特徴はまず、高さ2,720mmの天井まで達する「グランフルサッシ」や「グランフルドア」です。これらを「グランフルデザイン」と総称し、解放感のある開口部で、空間の広がりを出します。さらに、屋内外に演出した空間の連続性も特徴の一つです。室内天井から軒天井までの素材・デザインに一体感を持たせています。開口部が大きいことで気になる周囲の視線にも配慮し、外からの視線を遮る腰壁高さ（約185cm）のバルコニーやルーバーなどの外装材も拡充し、2階においても、高さ2,720mmの大開口を実現できると提案を強化しました。



