

女性目線で業績アップ

防犯性能強化や水回りなど

ライフスタイル提案も

安倍政権が2013年から成長戦略のひとつに「女性の活躍」を掲げ、現在も「すべての女性が輝く社会へ」を推進している。生活の拠点である住宅を使いやすくすることで、女性の活躍をサポートする住宅が自立ち始めた。女性目線からの商品開発や、女性に支商品開発チームを設置するなど、女性ニーズを意識した商品づくりが活発化してきた。女性目線を中心とすることで、その考え方は各社さま。収納やキッチンなど家事関係だけではなく、設備・仕様の採用にも女性の意見が大きく反映している商品も少なくない。

賃貸住宅

長期入居者の確保狙う 美容専用室などで差別化

住宅メーカーは女性をターゲットとした入居者に設定した賃貸住宅商品を開発している。同社標準タイプよりも、物件を気に入れば賃貸料が周辺相場より高くなる。長期入居するため、安定経営が見込めるからだ。

ボラスグルアのボラスクラフティは、主に30代の独身女性が入居対象の「アパートメント」を開発した。ボラスグルアの女性社員のみで開発チームを組んで手掛けた。

女性社員入居者アンケートを基に、洋服、家電の量を算出して設計に落とし込み、明確なコンセプトを持つ「部屋を提案する」。

ボラスグルアのボラスクラフティは、主に30代の独身女性が入居対象の「アパートメント」を開発した。ボラスグルアの女性社員のみで開発チームを組んで手掛けた。

女性社員入居者アンケートを基に、洋服、家電の量を算出して設計に落とし込み、明確なコンセプトを持つ「部屋を提案する」。

ボラスグルアのボラスクラフティは、主に30代の独身女性が入居対象の「アパートメント」を開発した。ボラスグルアの女性社員のみで開発チームを組んで手掛けた。

女性社員入居者アンケートを基に、洋服、家電の量を算出して設計に落とし込み、明確なコンセプトを持つ「部屋を提案する」。



三井ホームのリーデザイン商品「VENICE」のサロン

旭化成ホームズの「ニユーサフォール」は都市で働く単身女性向け賃貸住宅。立地の安全基準を設け、夜間の現地調査をするなど女性が安心して生活できるように確認する。防犯の観点から女性に敬遠されがちな1階住戸は、特に念に外部からの侵入を防止する設備を設けている。

旭化成ホームズの「ニユーサフォール」は都市で働く単身女性向け賃貸住宅。立地の安全基準を設け、夜間の現地調査をするなど女性が安心して生活できるように確認する。防犯の観点から女性に敬遠されがちな1階住戸は、特に念に外部からの侵入を防止する設備を設けている。

旭化成ホームズの「ニユーサフォール」は都市で働く単身女性向け賃貸住宅。立地の安全基準を設け、夜間の現地調査をするなど女性が安心して生活できるように確認する。防犯の観点から女性に敬遠されがちな1階住戸は、特に念に外部からの侵入を防止する設備を設けている。



スマートライフの「かほちの馬車ビューティシエアハウス」

働く女性に使いやすい

注文住宅もてなしの空間を実現

注文住宅では住宅で過ごす時間が長い。専業主婦はもちろんだが、共働き世帯の働く女性にとって使いやすい、過剰な装飾を求めない商品が求められる。

三井ホームが4月に発売したフリーデザイン商品「VENICE（ヴァニス）」のコンセプトは「サロンの暮らし」。

分譲マンションでは、女性目線による商品企画は以前から活発だ。近年では、より具体的な商品企画が自立つ。たとえば東京建設物の「フルーモ」は、同社の女性社員に「もっと働く女性の気持ちに合った住まいづくりプロジェクト」を立ち上げた。

「ブリリア日本橋三越前」写真はモデルルームでは、観葉植物などを置いて楽しめる窓辺のコンサバトリー空間、旅行好きに対応した玄関から直接アクセスできる土間空間と大型のワンタワール型収納を装備する「3Dキッチン」を採用し、料理を楽しむスタイルを実現するカスタータイプ購入者の7割を女性が占めた。

一般公務を含む外部の女性10人ともチームを設計に生かした。3階には女性の1人暮らしを想定したLDK賃貸住戸を設けた。

マンション 専門チームで商品開発

分譲マンションでは、女性目線による商品企画は以前から活発だ。近年では、より具体的な商品企画が自立つ。たとえば東京建設物の「フルーモ」は、同社の女性社員に「もっと働く女性の気持ちに合った住まいづくりプロジェクト」を立ち上げた。

「ブリリア日本橋三越前」写真はモデルルームでは、観葉植物などを置いて楽しめる窓辺のコンサバトリー空間、旅行好きに対応した玄関から直接アクセスできる土間空間と大型のワンタワール型収納を装備する「3Dキッチン」を採用し、料理を楽しむスタイルを実現するカスタータイプ購入者の7割を女性が占めた。

一般公務を含む外部の女性10人ともチームを設計に生かした。3階には女性の1人暮らしを想定したLDK賃貸住戸を設けた。

女性目線の設計プランづくりには、社内での女性社員へのヒアリングや接客時に顧客から得た要望などを反映した。それらの働く女性の声から生まれた新しい提案が「3階の女性向け賃貸住戸」だ。「夫には書斎があるのに、私はキッチン横のスペースやダイニングテーブル。書斎がほしいが、家事や子どもの様子を見ながら作業をしたいのが悩み」という声を受けて1階の玄関横に「ココナママ書斎」を設けた。



スマートライフの「かほちの馬車ビューティシエアハウス」