



夢づくり住宅ニュース

2012年 12月号

2012年ヒット商品ランキング発表!

参照: 日経トレンドネット

2012年11月1日、月間情報誌「日経トレンド」が「2012年ヒット商品ベスト30」を発表しました。

このランキングは2011年10月～2012年9月の間に発売された製品・サービスを対象とし、「売れ行き」「新規性」「影響力」の3項目に沿って日経トレンドが独自に判定したものです。

ベスト10は以下の通り。

1位	東京スカイツリー
2位	LINE
3位	国内線LCC
4位	マルちゃん正麺
5位	フィットカットカーブ
6位	JINS PC
7位	おさわり探偵なめこ栽培キット
8位	キリンメッツコーラ
9位	街コン
10位	黒ビール系飲料

「東京スカイツリー」が1位になった要因は?



1位となったのは「東京スカイツリー」。『世界一』という称号の威力は伊達ではなく、建設中から観光スポット化。その効果で東京全域が活況を呈した。スカイツリータウンには9月末までの約4カ月で約2100万人が訪れ、初年度来場目標の3200万人を大きく上回るのは確実。

また、スカイツリーに近い浅草エリアでホテルの新規開業が相次いだのに加え、都内のあらゆるホテルが『スカイツリープラン』を設定し、埼玉や千葉のホテルまでもが『乗り換えなしで行ける』などとアピールしたほど。結果、大阪発浅草エリアの旅行ツアーは昨年の4倍近くに急増。都内主要19ホテルの7月の平均稼働率は前年比10ポイント増の78%と好調。客室単価も東日本大震災以前の水準にまで回復したという。世界一の高さを誇る塔の完成が、震災後の沈滞ムードを一気に吹き飛ばし、日本復興の象徴となった。

老舗ショップ・人気ショップが手掛ける、スカイツリー限定商品など、お土産の売れ行きも好調!

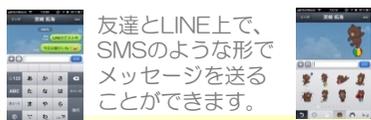
ショコラ生地で仕立てたビョウ柄をまとった「東京ばな奈」。チョコバナナ味。



2位 LINE



LINEとは、iPhoneやAndroidなどのスマートフォンで使える、無料通話&メールアプリ。



友達とLINE上で、SMSのような形でメッセージを送ることができます。

LINEでは「スタンプ」という大きな絵文字のようなものを送ることができる。これだけでやり取りする事もできる。

6位 JINS PC



パソコン・スマートフォン・テレビなどのディスプレイが発するブルーライトを最大50%カットして眼を守るパソコン用メガネ話題のブルーライトって? 可視光線の中でも最もエネルギーが強く、目の奥の網膜にまで届いてしまう青色光(380~495ナノメートル)のこと。体内時計を狂わせたり、眼に与える影響が懸念されている。

3位 国内線LCC

効率化の向上によって低い運航費用を実現し、低価格かつサービスが簡素化された航空輸送サービスを提供するLCC (Low Cost Carrier) (格安航空会社)が、2012年は相次いで就航した。



Peach (ピーチ・アビエーション) 関西空港~福岡空港



AirAsia (エアアジア・ジャパン) 全日空との共同出資で誕生。

9位 街コン

街コン=街(MACHI)+コン(CON:合コン) 街コンとは、参加者・店舗・主催者が一体化して飲食店等の販促、出会いの場の創出、街を盛り上げる事を目的として、地域に密着して開催する大規模な合コンイベントのこと。

★東海の街コン★

第3回豊田コン 2012/11/25開催



第2回一宮コン 2012/11/18開催



2013は“健康”と“ニッポン再発見”がキーワードに!?

続いて、「2013年ヒット予測ランキング」です。



2013年ヒット予測ランキング

1位	日本流ロングトレイル
2位	「抗ロコモ」ギア&フード
3位	手のひらタブレット
4位	新・希少糖ドリンク
5位	でぶ犬予防サービス
6位	ななつ星/サン・プリンセス
7位	七変化ウォーターフレーバー
8位	イタリア・アート
9位	ノンアル珍味
10位	“ブランド香水”ミニ柔軟剤

2013年のヒットは“楽しい健康”と“ニッポン再発見”がキーワードになると予測。「健康はみんなに共通する願い。これまでの『我慢』や『辛い』といった努力型ではなく、『楽しみながら健康になる』がブームになるだろう。来年は、今年以上にもっと前向きになれる商品が出てくることが期待できる。」(日刊情報誌「日経トレンド」渡辺編集長)

1位になったのが「日本流ロングトレイル」。欧米を中心に盛んな登山の一種だが、渡辺編集長は「日本では、無理せずチャレンジできる“歩く旅”として花開くだろう。自然や文化などを感じながら地域の特色あるグルメや温泉を楽しんだり、ファッションナブルな服装にこだわるといった“日本流”のアレンジが加えられ、幅広い層に一気に広まる」と分析する。



1位「日本流ロングトレイル」日本流ロングトレイルは、健康やグルメ、歴史、ファッションなどの要素を盛り込み、4000万人を超える潜在ユーザーがいると見込まれる。



2位「『抗ロコモ』ギア&フード」。メタボに続く「新・国民病」とされるロコモティブシンドロームの予防に関連する商品やサービスがブレイクすると見込まれる。



3位「手のひらタブレット」11/2に発売されたiPad miniがけん引役となり、市場が急拡大する見込み。



4位「新・希少糖ドリンク(左)」は、香川県が生み出したトクホ承認間近の甘味料。太りにくくておいしい飲料の登場が期待される。



5位「でぶ犬予防サービス」。愛犬の日々の活動量を把握するための機器やサービスを利用することで、愛犬の病気をいち早く把握できる。



6位「ななつ星/サン・プリンセス」。シニア世代をターゲットに、豪華列車や大型客船を利用した周遊型商品がブームになりそう。



7位「七変化ウォーターフレーバー」は、家庭のミネラルウォーターをおいしいジュースに変える携帯型のリキッド。



8位「イタリアアート」イタリア美術の人气がジワジワ出ている。



9位「ノンアル珍味」ノンアルコール飲料の台頭で、一緒に食べるつまみにも変化が。ライト感覚や個包装がポイント。



10位「“ブランド香水”ミニ柔軟剤」一人暮らしの女性に合わせた小容量・個包装の柔軟剤。有名香水ブランドのお墨付きで、気分に合わせて日替わりで使える。



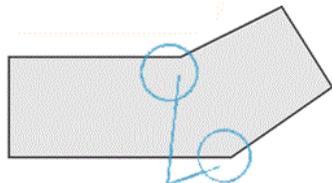
生活様式の変化に合わせて、西洋の間取りを取り入れてきた日本住宅。よく「海外のおうちのようにおしゃれ」というフレーズを聞きますが、実際、海外の住宅は本当にそんなにおしゃれなのか？どこが日本と違うのか？とみなさん思いませんか？今回は、各国の間取りの傾向や流行、おもしろいものたちなど、海外の暮らしの雰囲気をお伝えします。

参照：イエマガ[iemaga.jp]
http://iemaga.jp

CASE1 芸術の国、フランスの間取り

数カ国の間取りを調べた中でも、間取りに熱心な国としてはフランスが一番ではないでしょうか。間取りはもちろん、ひとつひとつのデザインがバラエティに富んでいます。外観のデザイン（これがとても重要な様子！）を提供するサービスを行っている会社もたくさんあり、「間取り先進国」と言えるほど「家」に工夫や個性が際立っています。

★よく見かける形状★

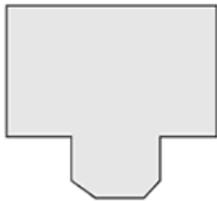


あえて、角度のある部分をダイニング・リビングにする。

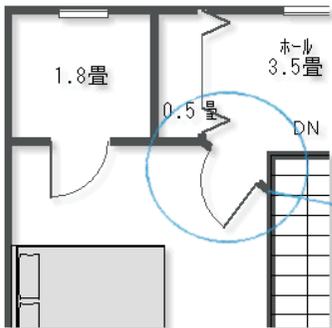


日本の中庭と同じだが、目的は立体感。なので、窓に面したところにトイレや物置を置いてしまったりする。日光に対する執着があまり感じられない。

これもかなり多い凹凸のパターン。大小さまざまな凸が家中のあちこちに作られていることも。



出っ張った部分をバスルームにしたり、リビングに含めたり外観のためだけかと思いきや、部屋もあえて壁を斜めに作っている間取りがとて多い。さらに部屋の出入り形状（アーチ等）も相まって、間取り図をパースにしてみると、クラっときそうなくらい立体的に奥行きが表現されています。北部郊外で重厚なつくりの家に欠かせない、広くなくても回廊のような演出が可能な「多角の家」です。



ヨーロッパの家の中での雰囲気がまったく日本と違う、インテリアだけの違いではないという風にも感じられるのは、こうした斜め凹凸の間取りが多いからかもしれませんね。

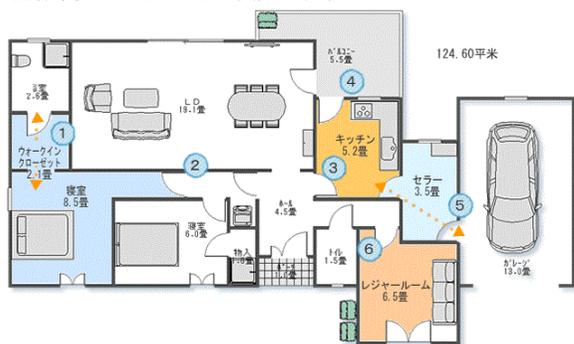
部屋の形もより多角になるように・・・狭い部屋も広く見える？

★動線を重視した間取り★

フランスの間取りは一言で言うと「欲張り」。新しい間取りほど、すべての要素を盛り込もうという努力が見えます。だから、パッと見は「どうなってるの？」と感じる複雑さ。でもよく見ると、「なるほどね！」「それでこの壁があるのか！」と納得ポイントが満載です。

一見、扉だらけに見えますが、ファミリー全員にとって使いやすいように考えられていて、それぞれが間取りを歩き回る生活風景が見えてきます。

- 1 人気の衣類収納プラン。ウォークインの向こうにバスルーム。
- 2 「プライベート」「ファミリー」とゾーンをはっきり分けるのはフランスのメジャーなプラン。無理に分けて不思議な配置になることも・・・
- 3 キッチンとリビングの動線は3方向に通り抜けできるようになっている。
- 4 バルコニーの配置は、キッチンからリビングからの動線重視で配置。
- 5 セラーをキッチンとガレージの間に配置。
- 6 レジャールームは来客などにメインに使う部屋。ここでも来客、プライベート、ファミリーとゾーンをうまく区切っている。



CASE2 文化の融合、メキシコの間取り



映画「フリーダ」で有名なメキシコの女性画家フリーダの家のようなカラフルな家が多いメキシコ。一般的にも青や赤・緑など様々な色が使われます。強い日差しに負けない強い鮮やかな熱帯カラーが特徴です。

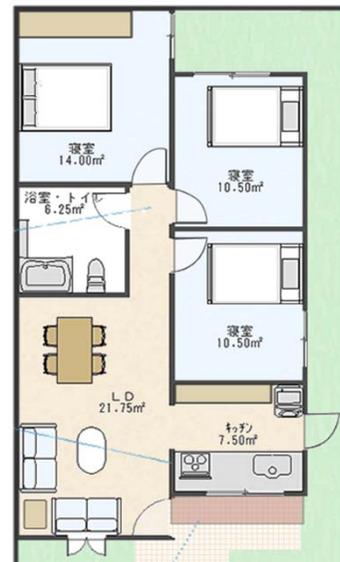
★動線を重視した間取り★

「入ってすぐリビングが当たり前」と少し日本と感覚も違うものもありますが、限られたスペースをうまく活用しているところは参考になるのではないのでしょうか？

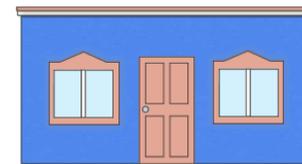
★どの寝室からも庭が見える。キッチンから前庭が見えるのがうれしい。

★各部屋にトイレは置かないが、できるだけ各ドアから近くに配置するという工夫が見られる。

★キッチンから庭が見えて、家事をしながら家族の帰宅を迎えられるプラン。



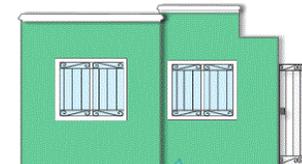
カラフルがよく似合う家のフォルムは屋根が平らな四角型。2階建よりも圧倒的に平屋が多く、長方形をいくつかくっつけたようなつくりをしています。



青は人気のカラー。フリーダの家はブルーに赤茶の窓枠、緑の扉。



窓には漆喰のカラフルな枠がデザインされている。新しいものでは曲線などヨーロッパ風なデザインが見られる。



メキシコの家々は、カラフルな色合いにインディアンの伝統様式の外観のシンボルとスペイン風の装飾が混ざり合った独特のデザイン性。長方形を組み合わせたデザインが多く見られる。

遊び心のある色使いの家がたくさん見られる。



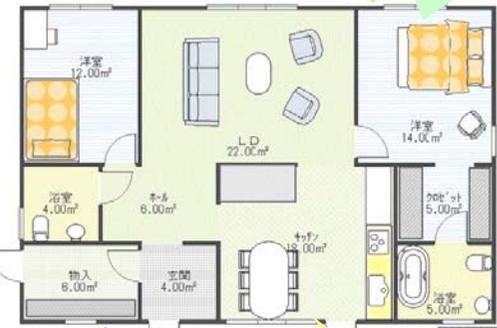
CASE3 デザイン王国、スウェーデン



スウェーデンの家は大きく二つに分かれます。ひとつは、コテージ・山小屋風のヨーロッパの山の自然に似合う家。もうひとつは、これをもっと都会風に、無機質感を足し、質感より、色と形状、デザイン性を重視した家です。

★ワンルームのような広々とした使い勝手★

リビングを通らないと行けない部屋がある場合が多い。寝室の前が広いリビングというのも、おしゃれなワンルームマンションのようでおもしろい間取り。



スウェーデンの家は横から見ても玄関があるかのように、入口がいくつもあります。日本の勝手口とは違い、正面玄関と変わらない重厚なものです。

ダイニングテーブルは窓の外の景色や光を楽しめる位置に置かれています。日照時間が短いので午前中は光を吸収するための大切な時間。



屋根は赤茶の瓦、外壁は木材が多く使われます。薪や雪かき道具などを置いたため、玄関には十分な大きさの屋根付きポーチが付けられています。



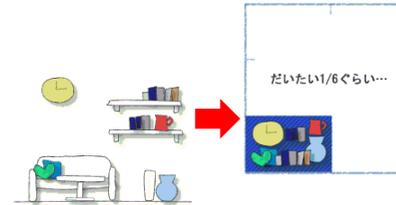
屋根もこのように急勾配で、雪を落とす役割を果たしています。色については、外壁の木材は白いものがポピュラーですが、都会に行けばいくほど、逆に色つきのものが増えています。

日照時間が短く、家で過ごす時間の長いスウェーデンの人達が「家に求めること」は機能が一番ではないようです・・・

- ★廊下はほとんど作らない。
- ★ダイニングテーブルを良い条件のスペースに。
- ★キッチンが広い。
- ★個室は小さく、ベッドが主役。
- ★寒い外からすばやく家に入れるようにする。
- ★システム収納は使わず、自分のセンスを活かした家具を配置する。

色の調節

スウェーデンでは、オシャレな家は、壁も天井も真っ白。家具についても白一色がほとんどです。雑貨、ファブリックなどでカラフルに彩る部分は全体の1/6程度です。



※今月は「にしむらリフォーム」はお休みとさせていただきます。

これからも定期的に夢づくり住宅ニュースを発行していきます。ご要望などがありましたらご連絡下さい。
にしむら工務店ホームページ

http://nisimurakoumuten.jp

にしむら工務店

一宮市大和町毛受辻畑96
Tel.0586-43-0505 zFAX0586-43-0572
携帯 090-3483-1420