

日経産業新聞 2014年4月8日

## タイトル

シニア市場に挑む  
住宅各社、買い替えにらむ 設計に配慮、見守りも

## 記事概要

住宅メーカーやマンションデベロッパーが団塊の世代の住宅需要に照準を合わせている。2014年は団塊の世代の大半が65歳以上となる。新しいライフスタイルに合わせ住宅を買い替えたり、リフォームする人も多い。シニアの住宅市場を住宅各社はどう攻めるのか。

2月に販売したトーセイの分譲住宅は、一次取得者層向けなのに玄関までの通路には手すりがついている。実はこれ、体が不自由になった時のことを想定している。車いすでも移動できるよう85cm確保した。

たっぷりとした収納スペースは、将来の室内用エレベーター設置場所にもなる。体が不自由になって慌てる必要がないようにとの配慮からだ。若いうちから高齢者になった時を考えた設計は珍しい。

価格は同じ間取りよりもやや割高。「まずは試験的に」と1棟を投入したところ、「同様の間取りの商品よりも早く売れた」という。今後、他の分譲地での導入も検討中だという。

少子高齢化のなか成長する数少ない市場の1つといえ、需要を取り込もうと住宅各社のつばぜり合いが激しくなっている。

※当社掲載記事のご紹介は、当社をご紹介いただいた記事の掲載内容を要約したものです。  
情報源となる記事の一切は、トーセイ株式会社が作成したものではありません。

トーセイ株式会社 経営企画部

東京都港区虎ノ門4丁目2番3号 虎ノ門トーセイビル

Tel 03-3435-2864 Fax 03-3435-2866

URL:<http://www.toseicorp.co.jp> Mail:[pr-tosei@toseicorp.co.jp](mailto:pr-tosei@toseicorp.co.jp)