

新たな消費トレンドから生まれた体験型空間の提案

消費者意識基本調査の結果から、
 消費者のお金をかける対象がモノの所有ではなく、コト(体験)に変化していることに着目。
 さらに働き方改革等の社会の変化から家での過ごし方“コト”がますます多様化すると考え、
 新たな消費者トレンドに沿った体験型空間「ヒトツボ」を実現。



趣味や仕事など、自分らしい空間に！
 HITO-TUBO <ヒトツボ>



時代のニーズにあった理想的な住まいを

画一的な間取りのマンションを供給するのではなく、現代の時代のニーズをしっかりと把握し、
 理想的な住まいを提供したいという思いから、消費者トレンドや社会の変化、
 それに伴う家に求められる価値の変化を汲み取り、これまでの分譲マンションではなかった
 「あんなことがしたい」「こんなことがしたい」という“コト”(体験)を叶える空間を実現。
 1坪の空間でどれだけの価値を提供できるか、理想の住まいとはなにか、改めて見つめ直しました。