

「エクステリアに対する意識調査」(概要報告)

日本エクステリア学会では 2017 年 12 月に一般消費者を対象としたエクステリアの意識調査を実施しました。調査の目的はエクステリア業界に携わる関係者が今までの経験から有している知見が消費者の価値観とずれ(乖離)がないかどうか検証を行うことです。

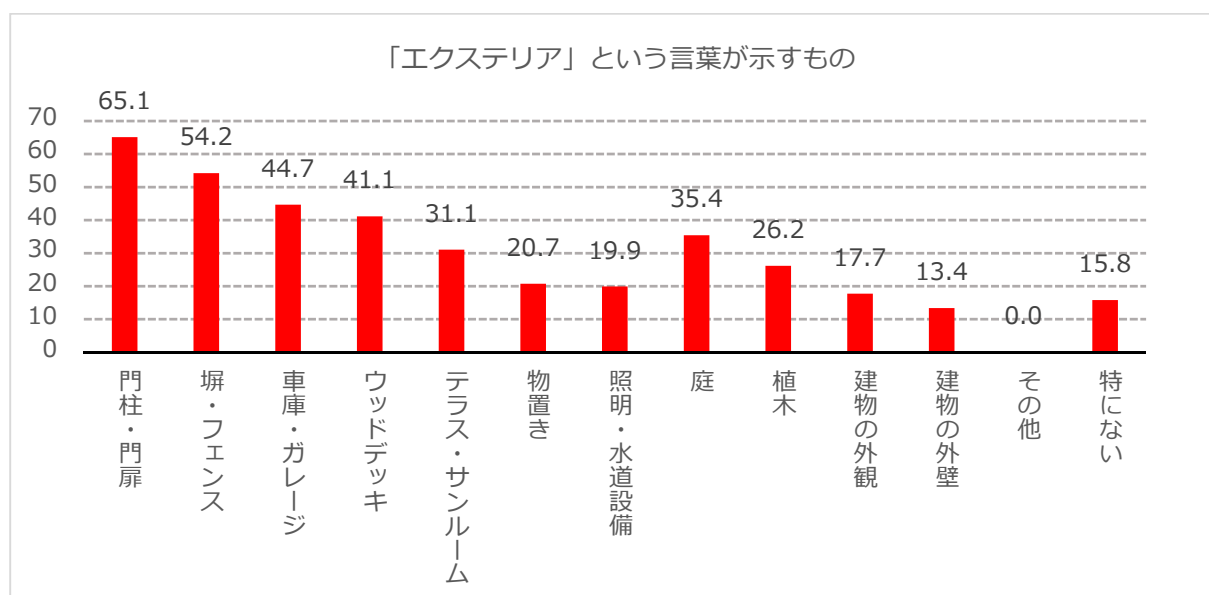
具体的には下記の 4 点についてインターネットによるアンケート調査(築 5 年以内の注文住宅、三大都市圏の 30 歳代~60 歳代を対象)を実施しました。

1. 「エクステリア」という用語・概念の認知度の定量的な把握
2. 設計・施工されたエクステリア(スペック、デザイン、プロセス)の定量的な把握
3. エクステリアに対する満足度の定量的な把握
4. エクステリアに対する消費者の要望の定量的な把握

上記調査に結果について概略を公開いたします。より詳細な資料は日本エクステリア学会正会員に公開しています。

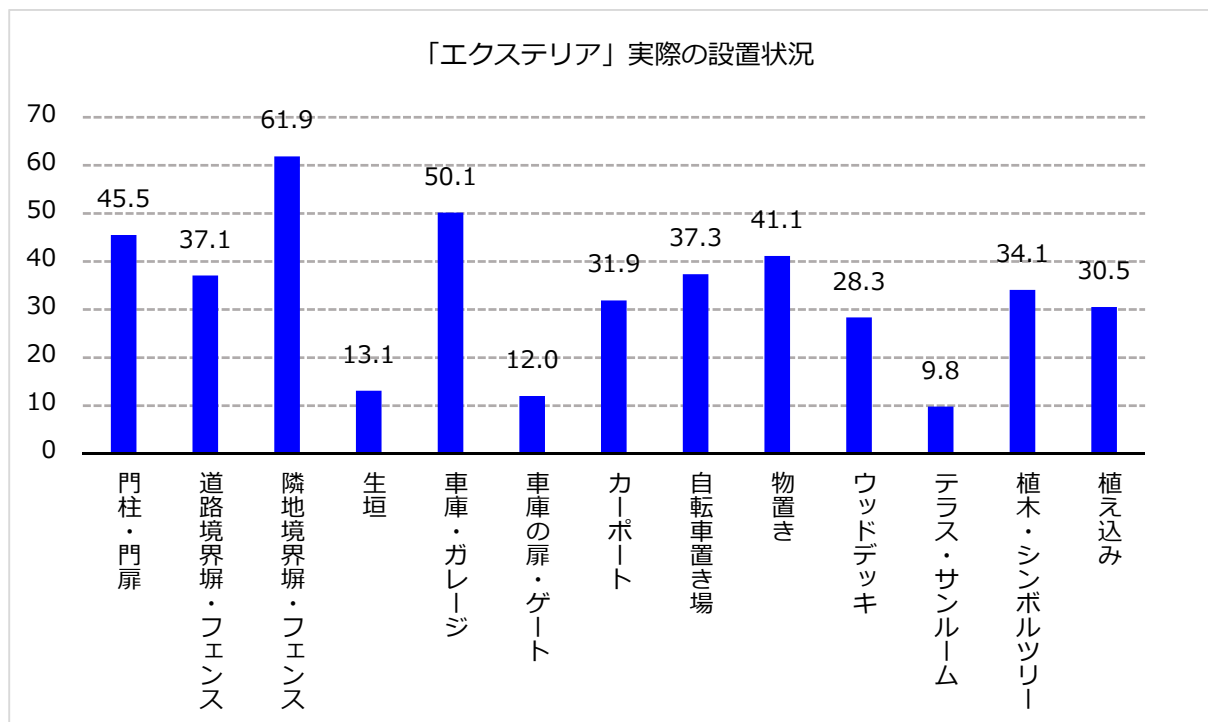
調査結果 1: 「エクステリア」という言葉が示すもの(用語・概念の認知度)

- ・ 業界関係者が日常的に使用している「エクステリア」にはどのようなもの(部材・部位)が含まれるのか調査しました。
- ・ 「門柱・門扉」65%、「塀」54%、「車庫・ガレージ」45%、「ウッドデッキ・タイルデッキ」41%、「庭」35%、「テラス・サンルーム」31%となっています。
- ・ 境界領域(道路境界、隣地境界)の構造物(門扉、塀、車庫)だけではなく敷地内のウッドデッキ、テラス、サンルーム等の建築に付随する構造物もエクステリアと見做されています。
- ・ 「庭」もエクステリアとして認識されています。芝生を張るなどの整備、ガーデニングのしつらえ等もエクステリアと考えられています。



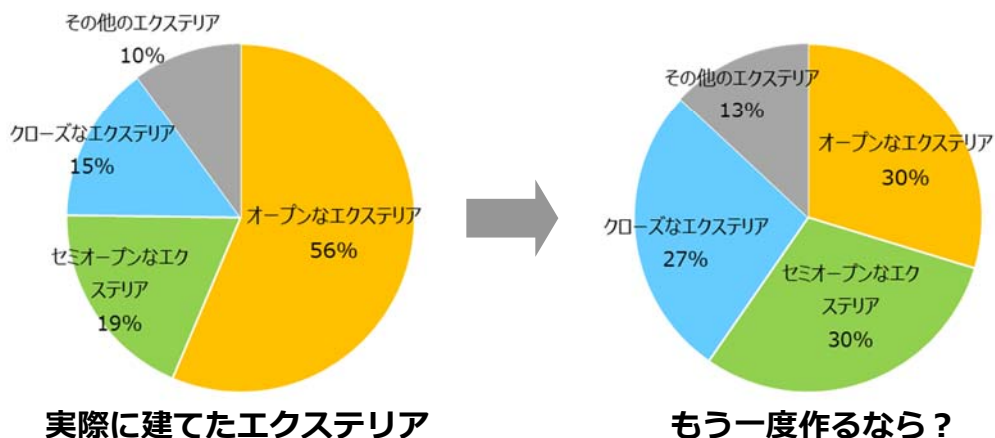
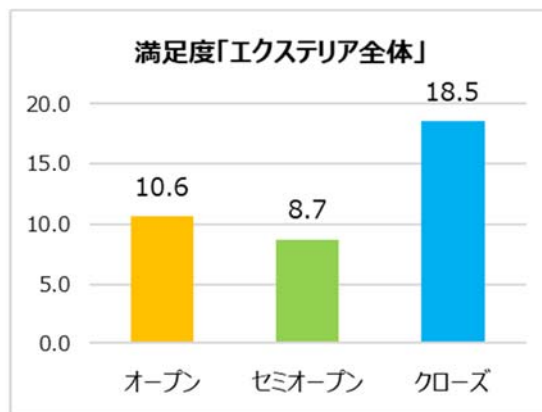
調査結果 2：「エクステリア」構造物・設備・植栽の設置状況

- ・ 実際にどのような部材や部位が設置されているか調査しました。
- ・ 「門柱・門扉」46%、「道路沿いの塀」37%、「隣地との境の塀」62%、が設置されています。
- ・ 駐車関連では「車庫・ガレージ」50%、「自転車置き場」37%が設置されています。カーポート（車庫屋根）は全体の32%で設置されています。



調査結果3：エクステリアに対する満足度の定量的な把握

- ・ エクステリアの満足度についてはエクステリアのデザインを「オープン外構」「セミオープン外構」「クローズ外構」に分けて満足度を調査・比較しています。先行研究で類似の調査がありますが調査の地域やサンプル数が限定的で、一般消費者を対象として広く実施したものとしては初めての調査です。
- ・ 出現頻度としてはオープン外構 56%、セミオープン外構 19%、クローズ外構 15%で全体の半分以上がオープン外構になっています。
- ・ クローズ外構の満足度がオープン外構、クローズ外構と比較して高くなっています。
- ・ もう一度エクステリアのデザインを考えるとしたらどのデザインを選びますかという質問では、オープン外構が減り、クローズ外構が増えています。



調査結果 4 : エクステリアに対する消費者の要望の定量的な把握

- ・ エクステリアで重視する点は、「建物と調和していること」59%、「自分の趣味や好みデザインに反映されていること」45%とデザイン・佇まいに対する要素が高くなっています。
- ・ 「周囲の街並みとの調和」は23%と上記要素よりも明らかに低く、街並みに対する意識は限定的であることが窺われます。
- ・ 実際の機能面では、「使いやすさ（門扉や車庫など）」41%、「掃除の手入れのしやすさ」37%「プライバシーを守れること」33%、「防犯性」32%の外部への備えも重視されています。

