

今のバルコニストトレンドは、バルコニーの“アウトドアリビング化”
バルコニーが夫婦関係充実や子ども教育の場所へ

ベランダ/バルコニー利用に関する意識調査2018

「より快適な毎日を、より多くの方々に」をビジョンとするスウェーデン発祥のホームファニッシングカンパニー イケアの日本法人イケア・ジャパン株式会社（本社：千葉県船橋市、代表取締役社長：ヘレン・フォン・ライス）は、2018年2月10日（土）～2月11日（日）に全国の20才以上の男女1,000名に対し「ベランダ/バルコニーに関する意識調査2018」をインターネットを通じて実施しました。

イケアは、優れたデザインと機能性を持ちあわせたイケアのホームファニッシング製品により、様々な暮らし方のご提案をしており、ベランダ/バルコニーを部屋の一つとして考えています。また一昨年よりベランダ/バルコニーを楽しんでいる人を“バルコニスト*1”と定義し、ベランダ/バルコニーを最大限に楽しむ為のアイテムやアイデアをご提案しています。

第3回となる「ベランダ/バルコニーに関する意識調査2018」でも、ベランダ/バルコニーの利用実態を世帯構成*2別にも検証。本調査の結果よりベランダ/バルコニーの利用実態として、「過ごす時間を“もっと充実させたい”」という人が40%以上いる一方、そのような理想と現実とのギャップが顕著であるという結果が導き出されました。また、バルコニストの傾向として、非バルコニストに比べてベランダ/バルコニーを「夫婦関係」や「子ども教育」の充実の場にしたいと考えており、ベランダ/バルコニーを“アウトドアリビング化”させる傾向があることがわかりました。その他、調査結果の詳細は、下記よりご覧ください。

*1・・・ベランダ/バルコニーを楽しんでいる人をバルコニストと定義。

*2・・・世帯構成別に以下5つのカテゴリに分けて検証。

夫婦（子どもなし・60歳未満）／ファミリー（子ども有り・60歳未満）／一人暮らし（既婚で単身住まい者も含む・60歳未満）
独身×家族と同居（60歳未満）／シニア（60歳以上）

BALCONIST SURVEY 2018 SUMMARY

ベランダ/バルコニーの 利用実態



バルコニーへの理想は高いが、現実とのギャップも明らかに

- ベランダ/バルコニーの利用頻度は、「ほぼ毎日」利用が34.5%と1位に
- 20代～30代はベランダ/バルコニーを「音楽」、「飲食」、「会話」、「読書」といった、リビングと同様の形で楽しみたがる傾向が強い
- ベランダ/バルコニーに対して「広さを求める」だけでなく、「過ごす時間を“もっと充実させたい”」、「充実すると幸福感が増すと思う」と思っている人が全体の40%以上
- ベランダ/バルコニーの理想と現実のギャップが顕著。特に差が目立つのは「気分転換」、「飲食を楽しむ」、「風景」

バルコニストの傾向



バルコニストはバルコニーをアウトドアリビング化させる傾向に

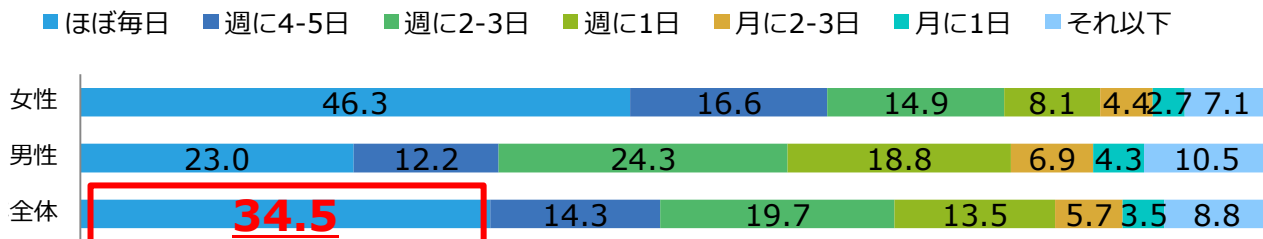
- バルコニストは非バルコニストに比べ、教育意識が高い傾向に
- バルコニストの理想のベランダ/バルコニーは、“夫婦関係”や“子ども教育”の充実の場
- 「テーブル・チェア」を置いて人との「会話を楽しむ」バルコニストが増加

バルコニーへの理想は高いが、現実とのギャップも明らかに

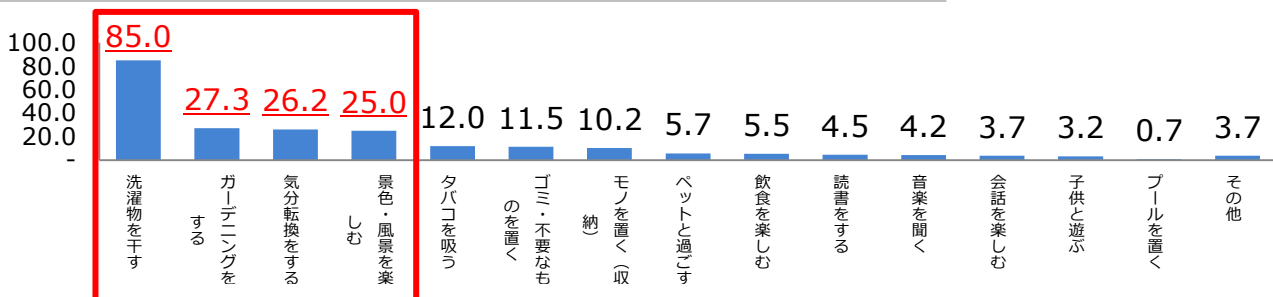
ベランダ/バルコニーの利用頻度は、「ほぼ毎日」利用が34.5%と1位に

普段のベランダ/バルコニーの利用頻度について聞いたところ、全体の34.5%が「ほぼ毎日」ベランダ/バルコニーを利用していると回答。他の頻度と比べて最も大きな割合を占めました。男女間でも利用頻度に大きな違いがあり、「ほぼ毎日」利用する割合が「男性」23.0%に対し、「女性」が46.3%と約2倍であることがわかりました。また、ベランダ/バルコニーの使い方では、「洗濯利用」(85.0%)が1位となり、「ガーデニングをする」(27.3%)、「気分転換」(26.2%)、「景色・風景を楽しむ」(25.0%)が続いています。

1. 普段のベランダ/バルコニーの利用頻度 (n=600/バルコニーを利用する人)



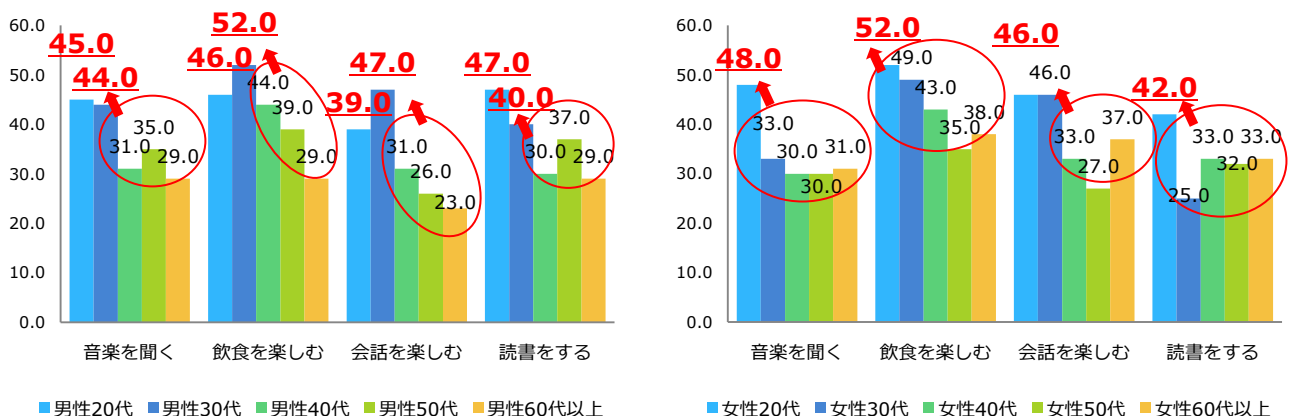
2. ベランダ/バルコニーの使い方 (n=600/バルコニーを利用する人)



20代~30代はベランダ/バルコニーを「音楽」、「飲食」、「会話」、「読書」といった、リビングと同様の形で楽しみたがる傾向が強い

今後ベランダ/バルコニーで実施したいことについて聞いたところ、20代、30代の男性と20代の女性は「音楽」、「飲食」、「会話」、「読書」といった、リビングで行うようなことをベランダ/バルコニーでも同じ様に楽しみたいという傾向が見られました。

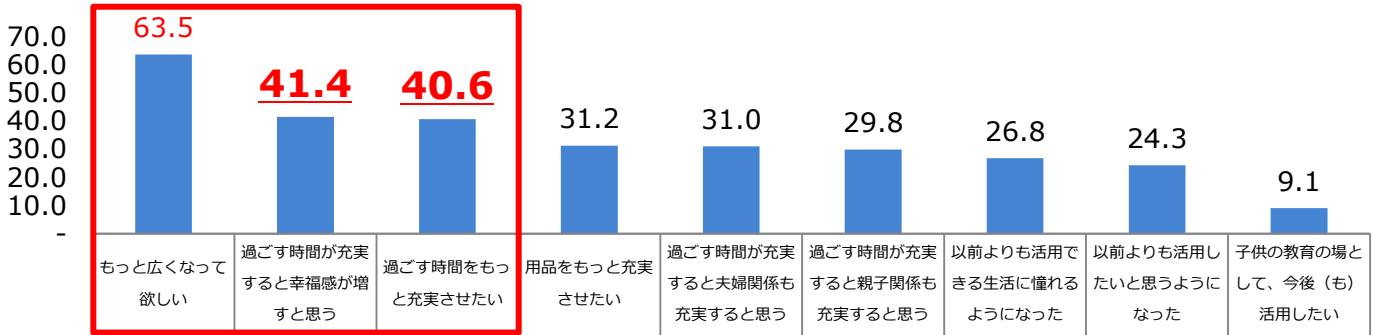
3. ベランダ/バルコニーの実施意向 (n=1000/全体) ※選択肢TOP2 (とてもしたい+どちらかというときに) のスコアを掲載



ベランダ/バルコニーに対して「広さを求める」だけでなく、「過ごす時間を“もっと充実させたい”」、「充実すると幸福感が増すと思う」と思っている人が全体の40%以上

ベランダ/バルコニーに対する考えを聞いたところ、「もっと広くなって欲しい」が全体の63.5%で最も多かった中、「過ごす時間をもっと充実させたい」（40.6%）、さらには「過ごす時間が充実すると幸福感が増すと思う」（41.4%）と考えている人が全体の40%以上いることがわかりました。

4. ベランダ/バルコニーの意見・考え方 (n=1000/全体)

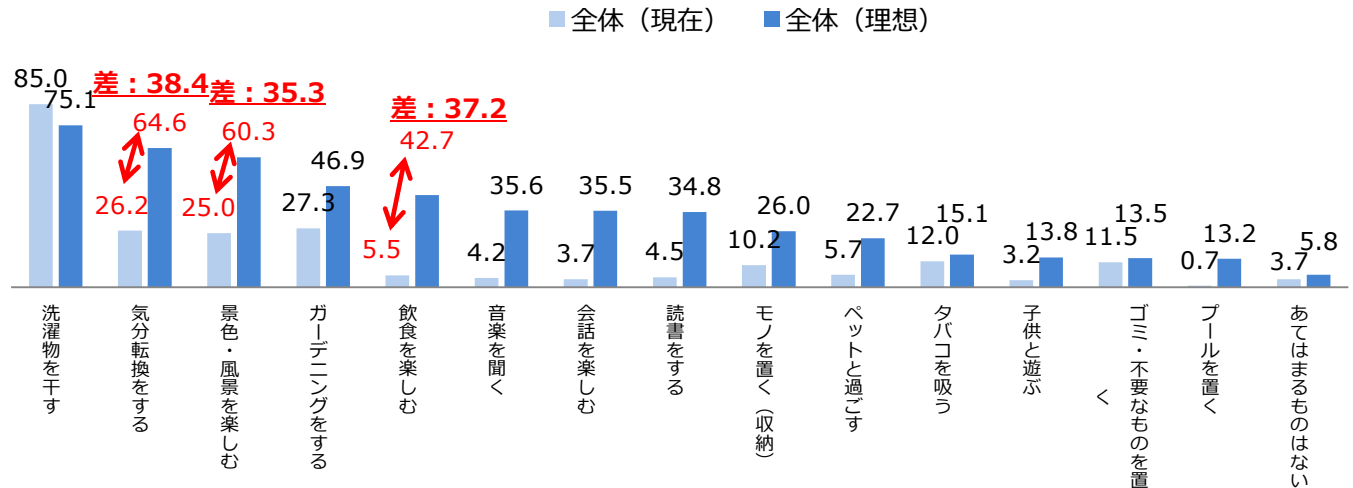


ベランダ/バルコニーの理想と現実のギャップが顕著。特に差が目立つのは「気分転換」、「飲食を楽しむ」、「風景」

ベランダ/バルコニーの使い方に関する理想と現実の実態を比較したところ、「洗濯物を干す」以外のすべての項目で、理想に現在（実態）が追いついていないことがわかりました。特に「気分転換をする」（差：38.4%ポイント）、「飲食を楽しむ」（差：37.2%ポイント）、「景色・風景を楽しむ」（差：35.3%ポイント）の項目でその差が顕著にでています。

5. ベランダ/バルコニーでしたいこと（理想）とベランダ/バルコニーの使い方（現在）の比較

(理想：n=1000/全体 ※選択肢TOP2 (とてもそう思う+どちらかというと思う) のスコアを掲載)
(現在：n=600/バルコニーを利用する人)



【参考：理想のベランダ/バルコニーの条件】

- ・ 広々としていて、家族団らんの場所 (30代男性)
- ・ 季節を楽しむ (30代女性)
- ・ リビングからの延長のような感じでゆったりと過ごせる場所が理想 (40代女性)
- ・ ある時は自宅から一番近い旅行空間であり、ある時は生活の空間 (60代女性)
- ・ 椅子と机がおけて天気の良い日は読書ができる (30代男性)
- ・ BBQをしたり、星空を見れるようなベランダ。夜はお酒を飲んだりできると良い。 (20代女性)
- ・ 植物などを置いてガーデニングをしたり、子どもが遊べるスペースなどがあると思う。 (20代女性)
- ・ 椅子とテーブルがあって、飲食ができる。プランターも設置でき、花や野菜を育てられる。 (60代男性)

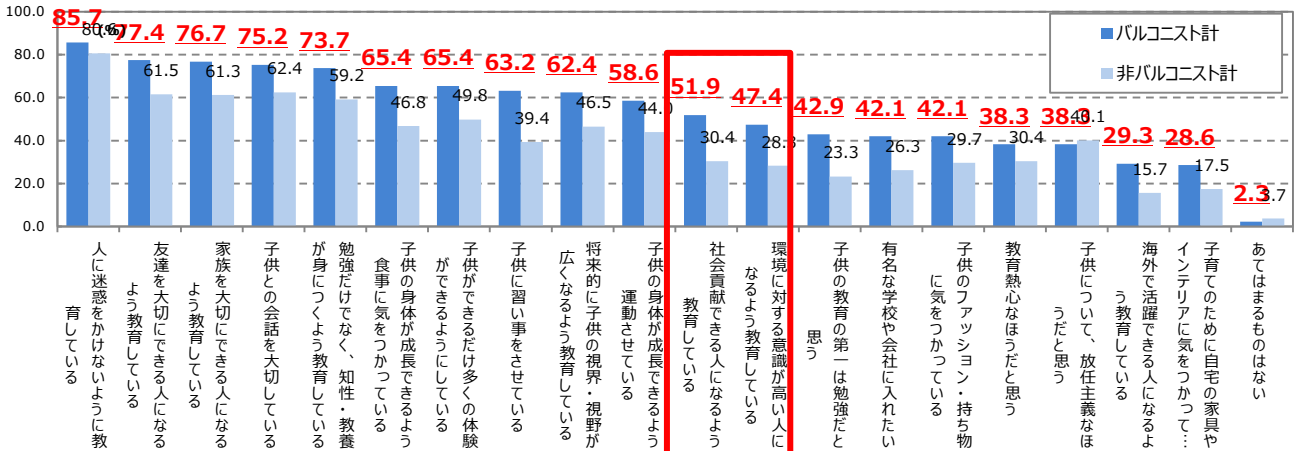
バルコニストはバルコニーをアウトドアリビング化させる傾向に

バルコニストは非バルコニストに比べ、教育意識が高い傾向に

ベランダ/バルコニーで過ごすことが好きで、且つその時間を楽しんでいる「バルコニスト（※）」は、全体の19.8%を占めました。また、子どもを持つバルコニストと非バルコニストの教育意識を比較したところ、「子どもに対して放任主義な方だと思ふ」を除くすべての項目で、バルコニストが非バルコニストを上回っています。特に、「社会貢献できる人になるよう教育している」（バルコニスト：51.9%、非バルコニスト：30.4%）「環境に対する意識が高い人になるよう教育している」（バルコニスト：47.4%、非バルコニスト：28.35%）など社会、環境を意識した教育意識で差がでました。

※バルコニスト：ベランダ/バルコニーを楽しんでいる人をバルコニストと定義

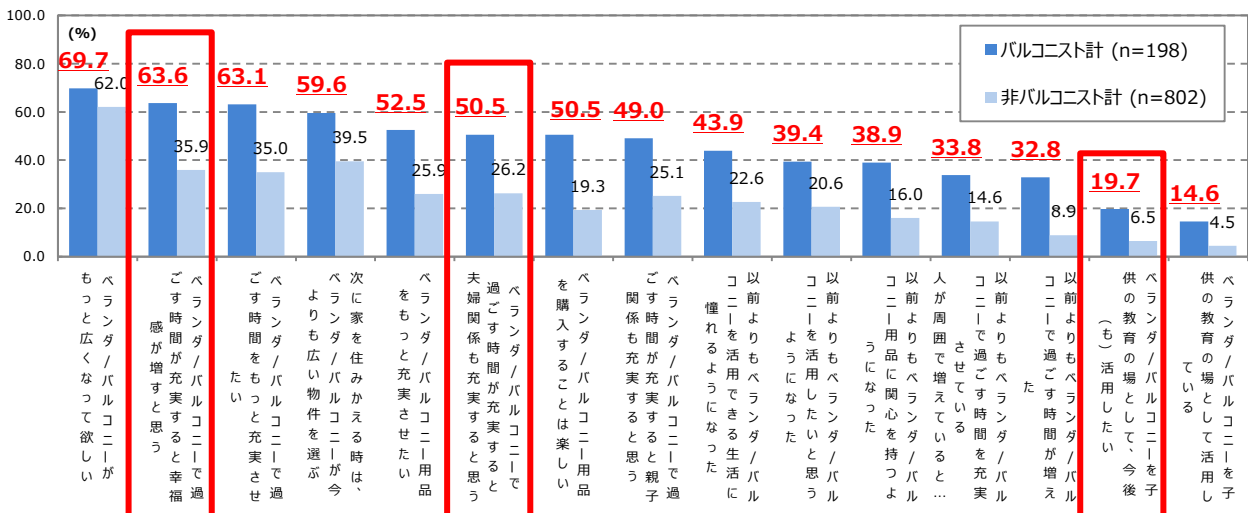
6. バルコニストの教育意識 (n=133/バルコニスト+子どもあり、n=434/非バルコニスト+子どもあり)



バルコニストの理想のベランダ/バルコニーは、“夫婦関係”や“子ども教育”の充実の場

バルコニストと非バルコニストのベランダ/バルコニーに対する意識を比較したところ、「ベランダ/バルコニーで過ごす時間の充実=幸福感が増す」（バルコニスト：63.6%、非バルコニスト：35.9%）という結果でも見られるように、バルコニストは“ベランダ/バルコニーの充実”が“生活の充実”にもつながると考えている人が多いことがわかりました。更には自分自身に関してだけでなく、「バルコニーで過ごす時間の充実=夫婦関係充実」（バルコニスト：50.5%、非バルコニスト：26.2%）や、「子どもの教育の場として活用したい」（バルコニスト：19.7%、非バルコニスト：6.5%）などと、バルコニストはベランダ/バルコニーを、“夫婦関係”や“子ども教育”を充実させる場にしたいと考えている傾向が強いようです。

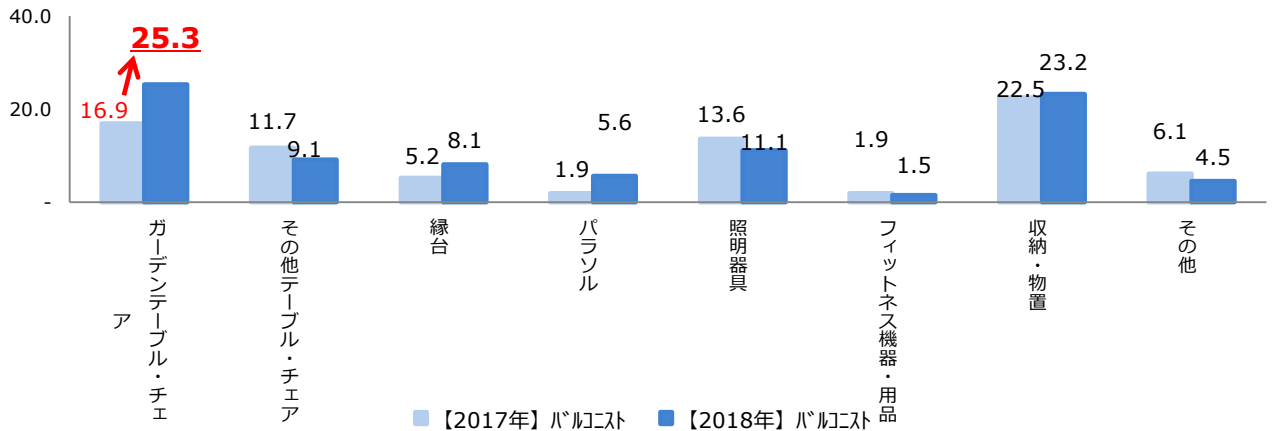
7. バルコニストのベランダ/バルコニー意識 (n=198/バルコニスト、n=802/非バルコニスト)



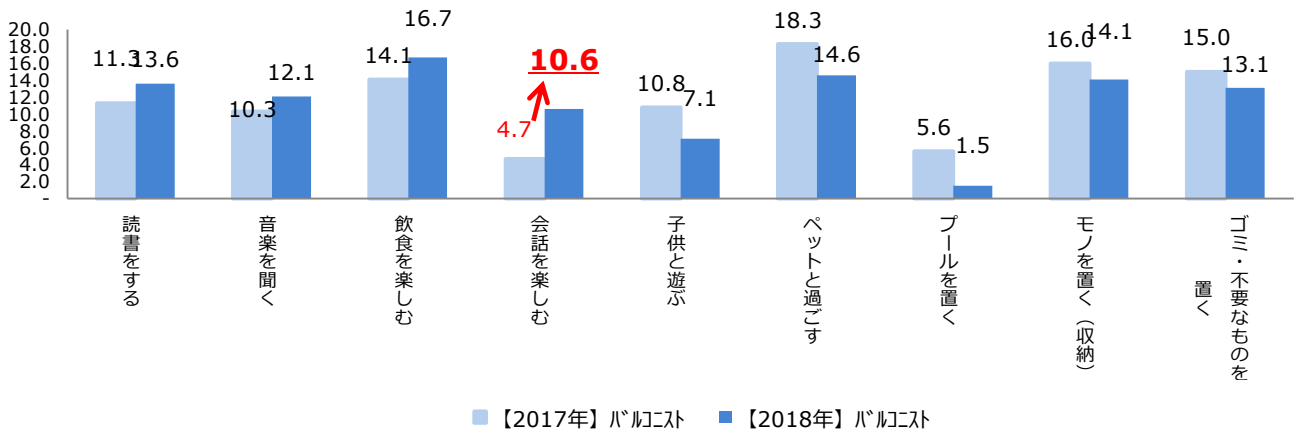
「テーブル・チェア」を置いて人との「会話を楽しむ」バルコニストが増加

バルコニストのベランダ/バルコニーに置いてあるものを聞いたところ、全体的に2017年度と同じ傾向ではあるものの、「ガーデンテーブル・チェア」が2017年：16.9%から2018年：25.3%に増えていました。ベランダ/バルコニーでしていることに関しても聞いたところ、「会話を楽しむ」が2017年：4.7%から2018年：10.6%に増えており、また、ベランダ/バルコニーで今後したいことでも「音楽を聞く」（2017年：42.3%→2018年：52.0%）、「会話を楽しむ」（2017年：51.6%→2018年：59.1%）が同じように増えていました。

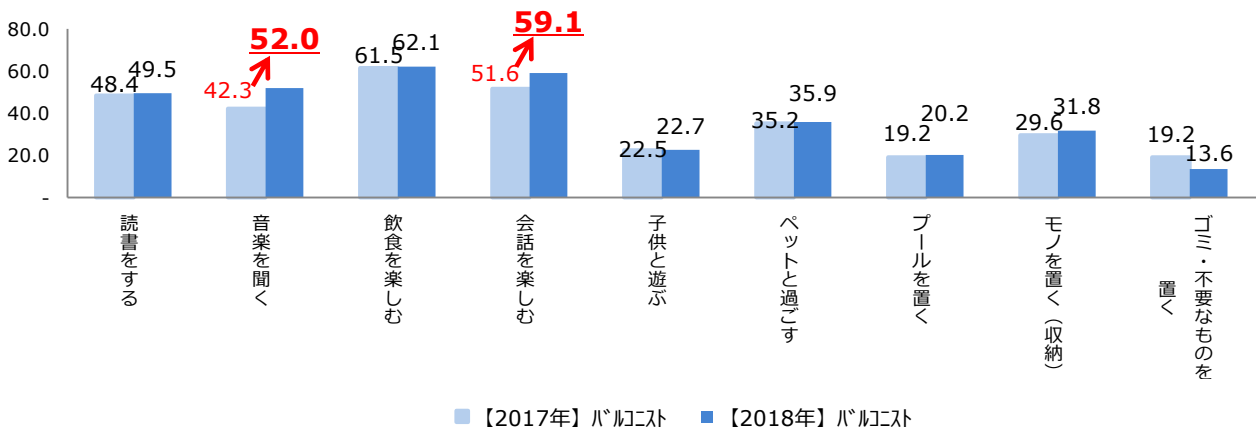
8. バルコニストのベランダ/バルコニーに置いてあるもの (2018年：n=198、2017年：n=213/バルコニスト)



9. バルコニストがベランダ/バルコニーでしていること (2018年：n=198、2017年：n=213/バルコニスト)



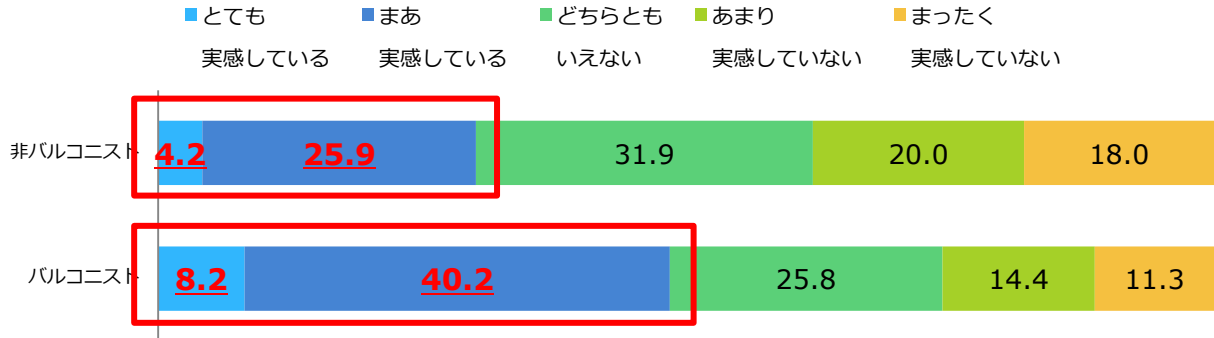
10. バルコニストがベランダ/バルコニーで今後したいこと (2018年：n=198、2017年：n=213/バルコニスト)



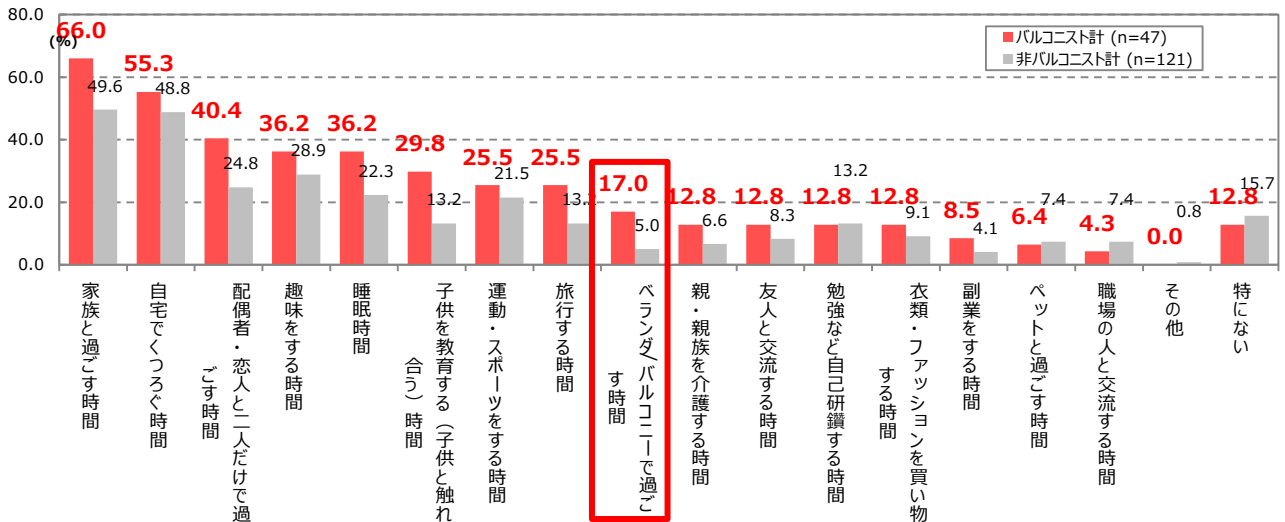
ワークライフバランスを実現している人はバルコニスト傾向に

バルコニストと非バルコニストの働き方改革実感度を比較したところ、実感している割合はバルコニスト：48.4%、非バルコニスト：30.1%と、バルコニストのほうが18.3%高いことがわかりました。また、バルコニストと非バルコニストの働き方によって増えた時間を比較したところ、「ベランダ/バルコニーで過ごす時間」がバルコニスト：17.0%に対し、非バルコニスト：5.0%と働き方改革によってベランダ/バルコニーで過ごす時間も増えていました。

11. 働き方改革実感度 (n=98/バルコニスト、n=401/非バルコニスト)



12. 働き方改革によって増えた時間 (n=168/働き方実感層、n=81/働き方実感層+子どもあり世帯)



●調査概要

- 【調査対象と回収サンプル数】 全国の20歳~79歳のベランダ/バルコニーを保有している男女1000名
- 【調査地域】 全国
- 【調査方法】 インターネット調査 (調査会社の登録モニター活用)
- 【調査期間】 2018年2月10日 (土) ~2月11日 (日)

【実施調査に関して】

※本調査では、「ベランダ」を外に張り出した縁で屋根のあるもの、「バルコニー」を室外に張り出した屋根のない手すり付きの台と定義しています。

●ご参考情報

■理想のバルコニーは簡単に手に入れられる

ベランダ/バルコニーは、一番手軽な、家に居ながら「風」や「外の空気」を感じられる場所。自然を感じたり、癒されたり、ベランダカフェを楽しんだり、読書をしたり、子どもと遊んだり、BBQをしたりと夢や理想は広がります。

例えば、フロアデッキ材や屋外用ラグを敷くだけで、ベランダ/バルコニーはリフレッシュできる心地よい空間に。風が涼しくなった夕方のベランダに、小さなチェアとテーブル、自分の場所を照らしてくれる太陽電池式の照明があれば、自分だけのリラックス空間が出来上がります。休日には家族や友だちと、ベランダカフェで過ごしてみるのはいかがでしょうか？テーブルとチェアを中央に置いて、飲み物や料理を乗せれば素敵なカフェタイムの始まりです。



【左から】

BUNSÖ 子供用イージーチェア 屋外用, ペールオレンジ¥ 1,999/RUNNENフロアデッキ 屋外用, ブラウンステイン
ブラウン, ¥ 2,499, 9ピース, 長さ30cm, 幅30cm, 厚さ2cm, サイズ: 81m²/SOLVINDEN ライトチェーン用デコレー
ション, 球形 ホワイト, ¥ 500, 12 ピース/SOMMAR 2018 ボウル, ダークグレー, 10cm, ¥ 299/SOMMAR 2018
キッチンクロス, ベージュ ストライプ, ¥ 499 / 2 ピース