

週刊 エクステリア

EXTERIOR weekly

発行所
株式会社 協 報
発行人 金 井 徹
〒556-0016 大阪市浪速区元町3-10-4(西陽ビル)
TEL 06-6631-8892 FAX 06-6631-8891
E-mail info@exterior.co.jp
東京 〒101-0035 東京都千代田区神田紺屋町13
TEL 03-5295-0801 FAX 03-5295-0802
E-mail kyoho@jade.dti.ne.jp
URL http://www.exterior.co.jp/
発行日 毎週火曜日(但し第5週火曜日は休刊)
購読料 年間 23,000円(税別・前納)

新市場創造記

アフターセットへの道
ころがれ、ころがれ雪だるま

エクステリア材に使用される。庭や外構材に使用されている商材を七曜を絡めて順にその過去と現状を考察してきた。そしてこれらの商材と素材を考察する内にエクステリアの現状と未来が解ってきた。最後にそれをまとめることによって次なるコラムに繋げて行きたいと思う。

①「エクステリア(あ 海外輸入品)の原点は木 ②人工材(アルミ、鉄 などの金属、コンクリー

あり、驚くことにそれらはいまだに使われ続けている(但し、その多くが

多様化の中で不可欠な存在

供給から始まり、生活者にとってより必要な物から広がってきた(住宅E X市場約3000億円、民需パブリックEX市場約1200億円)。

84

④今日、業界全体が多様化、複合化の道を辿り

年の全国域の展示会による成し遂げられる、いわゆる流通主導型の業界へと変化してきている。そして、ニーズは多様化し、生活者にと

商品動向

“コト”への誘導商品は?

商材	主たる“コト”
ガーデンルーム	くつろぐ、食事・喫茶
大型屋根	パーティ、作業場
プール・ジャグジー	水遊び、エクササイズ
天然芝、人工芝	ゴルフバター練習他
ファニチャー(椅子・テーブル)	休息、食事・喫茶
ハンモック	午睡、休息
石釜・グリル・コンロ	調理、パーティ
シンク	調理の下準備、食器洗い
小屋	作業場・コレクションルーム
方位盤・数字板	星座観測、けんけん遊び等
ウッドデッキ	休息、食事・喫茶

近年、“物からコト”の時代と言われてきているが、コトへの誘導は商品によって行われることを考えれば、それらの商品には何があるのだろうか。コトを広げることにはそれらを誘導する商品の広がりや意味、間違いなく市場創造につながる。流通は、あるべき物と、あったら楽しい、あるいは楽しめる物とを区別し未来に向けて提案してゆくスタンスを取る必要がある。現状でコトへの対応を促す商品として分析を試みた。読者諸君はそれらにどれだけ意識を持っているだろうか。

ウッドデッキとガーデンルームが付けた火

ウッドデッキ市場は、平含めると約254億円規模に達する。一方、ガーデンルームは47億円(27年度、当社推定)で両者を合わせた約300億円。住宅エ

対応する意識が市場創造

ウッドデッキ及びガーデンルームとくれば「ガーデンファニチャー」。「タカショー、LIXIL」が輸入品中心の品揃えで対応、高質人工ラタン製のハラダが専業系でエクステリアアルト開拓を模索している。表で示したようにコトへの誘導は水遊びのプール・ジャグジー、キッチン系の石釜、コンロ、シンク、小屋等、今後に期待できるものも登場してきた。ただ、これらの商材を誘導する商材の発掘、対応がより魅力のある専門・施工店に脱皮する鍵となるであろう。楽しむば叶わない。そして、専門店自体が遊び心を持つ

クステリア市場の10%弱となる。これは、門扉・フェンス、カーポートに次ぐ市場で、テラス屋根市場を超えるシェアだ。

ウッドデッキとガーデンルームの出現と拡大は内から外へとガーデンラ イフのスタイルを変える大きな役割を果たしてくれた。外で憩う、失われていた緑側スペースがこれによって回復、ガーデンスペースの活用が大きく前進した。