

- 1 本研究はこれからの台所設計の方向性を明らかにするために 近未来の台所空間についての意識を、設計者である住宅メーカーと居住者である主婦に求め、両者の一致点と相違点を検討し その原因を究明するものである。
- 2 最近新築した工業化住宅に住む主婦213人及びそれらの実施設計を行った住宅メーカー7社の設計、企画、開発に携わっている者255人に対しアンケート調査を行った。調査項目は食生活4項目、家事労働5項目、台所設備及び機器9項目、台所空間に関するもの6項目、及び近未来の台所像を表わすキーワードの合計25項目である。
- 3 メーカー側と主婦の意識に差がみられたものについて述べる。○食生活 食事とは別の団らんを考える傾向は主婦よりもメーカー側に強い。また平日よりも休日の夕食を重視している。「せめて食事」が少く「されど食事」の割合が高い。これらは男性と女性の差（メーカーの84.7%が男性）、食事を食べる側と作る側の意識の差とみることができる。○家事労働 主婦は台所仕事を比較的楽しいと思い、手のこんだ料理を出しているのに対して、メーカー側は逆に手ぬきしていると認識している。夕食の準備や後かたづけの時間を短縮させる方法として、加工食品 市販のそうざい 宅配 外食の利用を実態よりも高くうけとめている。主婦がこのような外部化に少なからず抵抗をもっている実態をメーカーは把握していない。○台所設備及び機器 台所用品の置き方についてメーカー側は使いやすい状態に出してあると考えて設計しているのに対して、主婦の60%は見えないようにしまっておきたいと意識している。また収納スペースの設計されている割合の低いものは 主婦が収納面で困っているものと一致している。ジャンボシンクは主婦よりも圧倒的にメーカーが多くあげており、ジャンボシンク急増をうながしている。○台所空間 台所の独立度に対する意識は両者ともセミオープン型がよいとする者が多いが、メーカーではその傾向が強く その分DKの減少がめだつ。台所と直接出入りさせたい場所として主婦の半数以上が居間をあげていたが メーカーでは2割強と少なかった。○キーワード 60のキーワードの因子分析結果は両者とも現状の台所のハード面が中心で 主婦では先端技術、手作り団らん志向、まとめ買いまとめ調理と続き、メーカーでは手作り本物志向、個食と孤食、先端技術、軽便化、インテリア化と続いている。