

今号では、Uスタイル&メロディアコンテストに受賞された工事店様にご登場いただきました。

Uスタイル&メロディア  
コンテストベストプラン受賞（街並部門）

株式会社 景匠館四国営業所様 香川県高松市



所長 松下 洋一氏



設計担当 粟林 宏行氏

## 敷地全体をトータルにプランして 快適ライフをご提案

わが社は大阪市に本社があり、豊中、吹田、西宮の三市と、ここ高松市の営業所と拠点を点在させて、幅広くエクステリア事業を展開しています。その理由は、お客様と会話できる距離を保ち、ご要望にきめ細かく対応できる機動力を重視しているからです。また、従来のエクステリア、ガーデンといったカテゴリーではなく、住宅を含む敷地全体の環境づくり「ハウスランドスケープ」の視点からトータルにプランニングすることをポリシーとしています。

具体例としては、門構えやアプローチだけでなく、ハーブガーデンやテラスガーデンなど、テーマのあるガーデニングを提案したり、さらには住まいの中から見える風景にも気を配って、気持ちよくお暮らしいただける青写真を描く...といったことがあげられます。

もちろん、こうした提案が押し付けにならないよう、あらかじめ施主様のライフスタイルや趣味、家族構成などを確認し、意向に沿うことや使い勝手への配慮も重要視しています。そのため、さまざまな商品や素材の特性をつかんで、機能とデザインが両立することを心がけています。図面はあえて手描きにこだわり、やわらかく温かみのある表現でお客様にアピールしていますが、このような工夫は、他社との差別化を図るうえでも重要です。

今後の課題は、エクステリアのPR活動、啓蒙活動を強化していくこと。こちらでは、まだエクステリアへの意識が高くなく、郊外には、門も塀もないといったケースもあります。いま、週刊の情報紙『四国新聞オアシス』に広告を出していますが、施工の現場見学会を催す新たな展開を企画中で、少しでも多くのお客様に、ハウスランドスケープによる快適な暮らしを知っていただきたいと考えています。

### ● K様邸設計のポイント

K様邸は、道路開発に伴い外構は2期にわたっての工事となりました。アプローチからガーデンに続くスペースは、大きく和風ガーデンと洋風ガーデンに分かれます。和風ガーデンは、2間続きの和室の前面につくり、石灯籠やつくばいなどを取り入れて、しっとり落ち着いた坪庭風のデザインにしました。

その前に広がるスペースは、バドミントンを楽しみたいということから当初は土盛りのままの状態でしたが、レンガと芝生張りに変更。見た目も使い勝手もよくなったと、ご満足いただいています。



高松市 K様邸



### 「Uスタイル」施工例ご紹介

宮城県 板橋造園土木株式会社  
代表取締役 板橋正昭氏

事例は横2連結での4台分のカーポートです。梁の上に屋根を載せる梁置タイプを選びましたが、見た目にも非常に安心感があるので、お客様へのアピールポイントのひとつになるでしょう。

また、柱の設置位置やフレームの角度調節などが、スペースに合わせて自在にできる点も大きなメリットです。入り口部分に柱をなくすこともできるので、圧迫感がなくスペースの有効利用にもつながります。さらに、屋根のFRPという素材は軽くて耐久性にすぐれているうえに、屋根下の空間の明るさも確保できます。このようなメリットは、これまでのエントランスにはなかったもので、多彩なプランを展開でき、積極的に提案していきたい考えです。



### こんな商品を望んでいました!



## エクステリアアンケート お客様は商品を「どのように選び」「どう評価」?

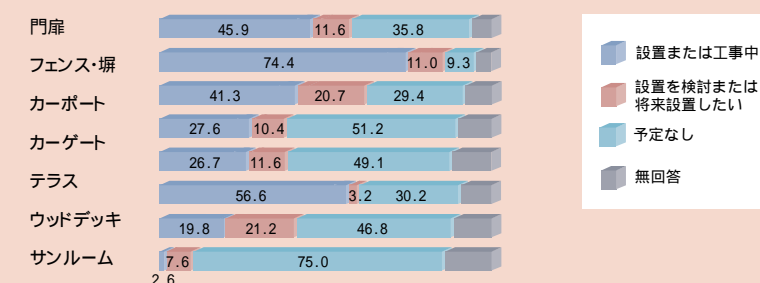
昨年・一昨年に発刊された「月刊ハウジング」および「住まいと暮らしのリフレッシュブック」より、三協アルミに資料請求があった約2000名の読者から首都圏・東海圏・関西圏のお客様を選んでアンケート調査を行い、344名の有効回答をいただきました。調査の概要は、現在のお住まいやこれからのご計画に関するもので...

エクステリア商品の設置状況とその評価 商品をダレが選ぶどのように情報収集したか 施工先の内容とご評価 ガーデニングの実態...など。

今回は「エクステリア商品の設置状況とその評価」の一部をご報告いたします。

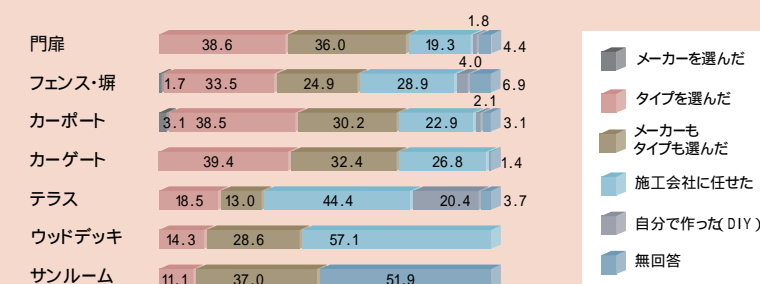
### 商品の設置状況

設置率はフェンス・塀が高く、ウッドデッキやカーポートの「設置を検討・将来欲しい」設置意向率が高い。



### 商品選びの方法（設置または契約者のみ）

「プランは施工会社」が、「商品は自分で」が圧倒的に多い。



### 商品選びで重視したポイント（設置または契約者のみ）

重視したポイントの多かったもの3つをご報告すると...

