



駐車場からフェンス奥の入り口を通して玄関の方へ入れます。屋根がついたので雨の日などはとくに便利。



リフォーム前

不況もあって単価が3割減、その分リフォーム需要の開拓を進める

父がやっていたエクステリアの会社から独立し、昭和58年に創立。取引先はハウスメーカーが7割、個人の施主様が3割です。その内リフォームが2～3割で、リフォームが少しずつ増えてきています。ただ新規もリフォームも予算的には厳しく、いつも限られた予算内でいかに充実した提案を行うかを心がけています。

お金をかけるところにはかけ、節約するところはしっかり節約し、メリハリをつけるように工夫しています。たとえば門構えはエクステリアの顔なので、ある程度しっかり予算を取り、カーポートの屋根など後付けできるものはスペースだけつくっておいて工事は次の機会にするとか。ウッドデッキなども、住みながら必要になったら作り足せばいいとご説明し、当面必要なものに絞って提案することで予算を抑えます。そうすれば後の増築やリフォームにもつながります。

また、低価格の素材を使って高級感のあるエク

ステリアに仕上げ、デザインや素材の使い方も工夫しています。当社は外構ブロックのメーカーも兼ねていますので、自社のブロックを使った低価格で重厚感のある外構を提案したり、天然石なども部分的に使い、予算をそれほどかけずに本物感を出したり…。そういった演出も考えていますね。

現在、スタッフは私とエクステリア部門が営業管理3名、設計1名、土木部門が4名です。エクステリアは月に20～30件手がけていますが、物件単価は数年前と比べて3割くらい下がっています。その分、件数を増やすためにも、過去に施工したお宅を定期的にまわり始めています。アフターサービスを強化できますし、そこからご紹介をいただく場合もあります。リフォームの依頼も少しずつですが出始めており、今後につながる手応えを感じています。



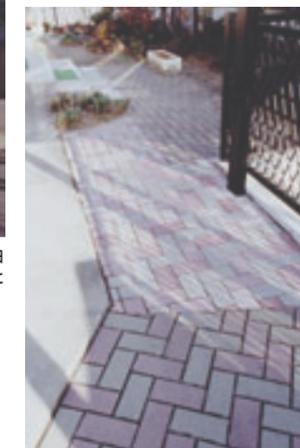
代表取締役社長
松村仁様

営業・佐藤謙一様

Y様邸 リフォーム設計のポイント
もともと「1台しかない駐車スペースを3台分に広げてほしい」というだけのご依頼だったのが、話し合いを重ねるうちに施主様に「どうせやるならカッコよくして」と言われ、本格的なリフォームに発展しました。ガレージを取り壊して駐車スペースを確保し、門やフェンス、アプローチの一部まで作りなおしました。カーポートには、人気商品「Uスタイル」を採用。敷地が変形だったため、自由な位置に柱を逃がせる「Uスタイル」でなければ、ここまでぴったりと設置できなかったプランです。屋根もフェンスぎりぎりまで取れたので、雨の日でも車からアプローチまで濡れずに移動でき、喜ばれています。



Uスタイルのカーポートは、8mの力強い梁と屋根のやさしい曲線が印象的。ご近所でも「素敵なデザイン」「こんな見たことない」と大好評とのこと。



門扉やフェンス、アプローチの一部もリフォーム。アプローチの床材は、既存の素材に似たものを使って違和感なく仕上げています。