

エクステリア情報誌 春号

# EX.VIEW

EXTERIOR  
VIEW  
2005・Vol.24

## INDEX

2005年 春号・Vol.24

1 -3  
特別講座 1  
京の庭師に学ぶ「和の庭」

4  
御庭番  
施工 & プランニングコンテスト

5 -8  
事例ノート

9 -14  
第3回 エクステリア  
プランニングコンテスト

15 -17  
2005年 エクステリア商品展示会

18  
御庭会通信



# 狭くて条件の悪い京都の坪庭は「和の庭」のお手本になるでしょう



長い歴史と伝統に培われ、御所や離宮・数々の寺院に名庭を持つ京都。ここで代々造園業を営む庭師・津田秀夫さんに、日本の庭の真髄を語っていただき、美しい「和の庭」をつくる心得と狭さや悪条件を克服する工夫を教えてくださいました。



つだ ひでお  
津田 秀夫  
昭和22年生まれ。  
東京農業大学農学部造園学科卒業後、(株)武蔵野造園土木を経て(株)植清・津田造園入社。平成元年同社代表取締役任に。平成16年、京都府優秀技能者「現代の名工」受賞。現在、(社)京都府造園建設業協会理事。京都府造園協同組合副理事長。

※(株)植清・津田造園は明治11年4月創業。京都府より「京の老舗」として表彰された造園業の老舗。津田さんが5代目となる。

1) 枯山水・かれさんすい  
室町時代に入ってきた宋・明の山水画の影響で、水を用いず、地形によって山水を表す庭。石組を主として、水を表すのに砂や砂利が使われます。

2) 露地・ろじ  
茶室に付属する庭。茶庭。つくばい+燈籠+待合い腰掛け+飛び石などを配置します。

3) 坪庭・つぼにわ  
屋敷内の庭園。中庭。露地。

4) 白川砂・しらかわすな  
京都市左京区北白川で産出する花崗岩が白川石。白地に黒色の錆を帯び、石燈籠・手水鉢などに用います。白川砂は枯山水の池や川に使われます。

## 伝統的な京の町屋が生んだ「坪庭」

私のところでは、御所・離宮の庭、寺院の庭、個人住宅のお客様の庭、それに公園とか街路といった公共施設などを手がけています。離宮や寺院の仕事が多いのは、京都ならではでしょうね。個人の庭もほとんどが和風ですが、バリエーションはいろいろで、池を掘る広い庭もあれば、枯山水(注1)の庭もある。茶道関係では露地(注2)(茶庭のこと)もありますし、小さな坪庭もあります。

京都の伝統的な町屋は、表庭がほとんどなくて、前の道路いっぱいには塀をつくり、すぐに建物があって、それが奥まで長く続き、中に坪庭(注3)がある。いわゆる「うなぎの寝床」で、それが基本的な建築様式です。中の庭は、建物に囲まれていますから、狭く日当たりも風通しも悪い。でも京都人は、そんな悪条件であっても、そこで耐えられる植物を選び、四季を感じさせる庭をつくって愛でてきたんです。



数寄屋造りの住まいに合わせて設計した庭。数寄屋建築に欠かせない京都洛北産の北山杉を、柱だけでなく、植栽でも使用しています。(左奥に数本並ぶ細い木)

## 苔むした燈籠に“わび・さび”の心が

和の庭とひと口にいても、日本全国同じではなく、京都には独特の美意識があります。地方では新しい庭には新しい燈籠を入れるのが当たり前ですが、京都は違います。まさならものをそのまま使わず、新しくても古く見せるのです。うちの庭には10年20年経った燈籠やつくばいがゴロゴロ置いてありますが、これはみな商品で、雨風に打たれ、錆びて苔むしてくるのを待っています。それを使って庭をつくると「あ、前からあるんやな。歴史のある庭なんやな」という印象を与えられるわけです。京都にはそういう、古びたものを尊ぶ“わび・さび”の精神があります。

以前、京都大学で教鞭をとっていたイギリス人の女性が、本国に燈籠を送りたいということで、うちに話が来たんです。そこで苔むした燈籠を選んだところ、彼女が「このモス(苔)を取り除いてほしい」と言うのです。私は「待ってください。われわれ京都の造園屋はこれを値打ちとしているんです」と答えました。「あちらに着いてから取るのは貴方の自由ですが、うちは苔を着けたまま送りますよ」とね。結局彼女は文化を理解してくれたようで、あとで写真を送ってくれましたが、燈籠は苔むしたままでした(笑)。

## 適材適所・創意工夫が京都の庭

日本庭園というと、1本何十万の木とか、1本何百万の燈籠とか、1個何百万の石とか、そういう話題ばかりが先行する場合があります。しかし、豪華な材料を使ったからいい庭ができるかというと、そうでもありません。高価な素材を集めたとして、庭そのものが良い庭かといえば、そうとは限らないのです。京都の庭は、必ずしも高い素材を使いません。それよりも、それぞれの素材やデザインをいかに組み合わせるか、そのバランスを何よりも大事にしているんです。要は適材適所であり、組み合わせの妙で、そこに工夫を凝らすことが「粹」なのです。

また、地方などで広いスペースが十分に取れる場合、「定型の庭」というのがあって、手前は何も置かずにダーンと空けるんです。で、枯山水なり池なりをつくって、奥のほうに立派な木を何本か植える。しかしこういう配置はあくまでも広い日本庭園のもの。都市部の限られたスペースの土地に小さな和の庭をつくりたい、という場合の参考にはなりません。そこで、昔から悪条件下で坪庭などをつくってきた京都の庭造りの「創意工夫」がお役に立てるのではないのでしょうか。

具体的にどんな工夫があるか……ということは、下の「実践編」でお話ししましょう。

## 実践編

### 「和の庭」づくりの創意工夫を教わる

#### Q1 狭い庭を広く見せるには？

##### A. 遠近法を利用したり、アプローチをS字に曲げたりして、奥行きを感じさせましょう

昔から狭いところを広く見せる工夫はたくさんありました。龍安寺の石庭は、さほど広くないのに永遠の広がりを感じますね。実はあの庭を囲う塀は、手前が高く、奥に行くにつれ少しずつ低くなっているんです。それで、パッと見た瞬間スッと奥行きが深く感じられる。たとえば右の写真は個人宅の枯山水の庭ですが、水に見立てた白川砂(注4)の流れを、手前は広くし、奥のほうは細くしました。そうすると目の錯覚で遠近感が生まれて、「どこまであるんやろ」というふうにも奥深く見えるわけです。

また、アプローチをS字形に曲げる。直線ならわずかな距離なのに、くねくねと曲線にすると何倍にも長い距離に感じられます(中の写真)。木で遠近感を出すやり方もあります。建物のきわに大きめの木を植えると、手前の大きな木越しに後ろの景色を見るため、木の向こうの景色が小さく見えて遠近感が生まれ、狭い庭でも奥行きを感じることができるようなんです(左の写真)。



右手前に植えたサルスベリの木が、狭い庭に遠近感をもたらしています。



S字型に曲げ、距離感を出したアプローチ。鉄平石の乱張りが情趣を添えています。



寺院の庭の枯山水。右奥の川の流れば手前より細く、そのため奥深く感じられます。



建物が民芸調なので、あえてあまり庭木に使わない柏の木を植え、素朴感を出しました。松や楓など高価な植栽よりも適材適所が大切。

**Q2 広い庭を間延びさせない工夫は？**

A. 深く掘った川や築山(注5)などで高低差をつけて、空間にメリハリとスケール感を



写真だとわかりにくいのですが、橋の下はかなり深い川です。川の高低差、植栽の種類や配置、アクセントの橋や燈籠が風景に変化を与えています。

広い庭は、漫然とつくと平板になってしまいます。左のお宅は、庭の中に深い川を掘り、橋をかけて、はるか下に水を流しました。その段差が空間にメリハリをつけています。深く掘る工事は大変ですが、たとえば掘った土を利用して築山にしてもいいのです。そうすれば高低差がきわだって一石二鳥。トラックもショベルカーもなかった昔の人が考え出した庭づくりの智慧です。そして築山に紅葉などをあしらえば、野趣豊かな“深山”の風情を楽しめます。また、建物の前に大きな榎の木を植えてスケール感のある庭を演出するとともに、枝で建物を半分隠すことで奥行き感を出しています。

**Q3 和の庭で「創造性」を発揮するには？**

A. 伝統・定番のなかに、ひとつだけオリジナルデザインを組み込むと、自然になじみます



直線のラインが印象的な長方形のつくばい。伝統的な茶庭に、モダンで斬新な空気を運んでくれます。

たとえば、左の写真は個人のお宅の内露地です。燈籠は定番中の定番の柚木型(注6)。黒文字(注7)の垣根も、飛び石の配置も、どこにでもある伝統的な茶庭の様式ですが、やはりそれだけでは個性がなくてつまらない。そこで、この空間をひきしめるアクセントとして、直線的なつくばい(注8)を中央に配置しました。これは私がデザインして、石屋に彫らせた創作の手水鉢です。こんなふうに「伝統的な定型のなかに、ひとつだけオリジナルな創作をプラスする」というやり方なら、和の伝統的な雰囲気をごわずに新しい味付けができるはず。勇気をもって新しいものを定番の中に組み込んでいく作業が、とくにこれからの和の庭には求められていると思います。

**Q4 「遊び心」ってどんなもの？**

A. 「心」の字の川、かすかに聞こえる水音…訪れる人を愉ませる、粋な仕掛けです



「心字形」は江戸時代以前からある一種の文字遊びで、寺だけでなく個人の庭にも用いられます。



清々しいせせらぎの水音が、訪れる人に期待感を与える外露地。狭い庭ですが、上の石を小さく、下の石を大きくして落差を大きく見せています。

左の写真はお寺の庭。訪れる人に精神的なもてなしをする場です。そこでこの枯山水は「心」という字をくすして白川砂で構成しています。こういう庭を「心字形」といいます。また燈籠は「心のともしび」、橋は「心の架け橋」…そういう精神世界をさりげなく表現しているのです。「期待感」を表現する庭もあります。右の写真は個人宅の外露地。中央に斜めに渡っているのは古い石樋です。この樋から水が落ちると、せせらぎのような音がする。ここのお宅に入っていくときに、かすかに音が…なんやろ?…という期待感が生まれます。そして、まるで沢から水が流れる山あいにいるような爽やかな気分になります。こういった遊び心は、訪れる人の心を癒し、愉ませてくれる、大切なスパイスなのです。

5) 築山・つきやま  
川を掘るさいに出た土を盛り上げてつくった山。ショベルカーなどの重機がなかった江戸時代に編み出した工夫。紅葉などをあしらえば、野趣豊かな深山(みやま)の風情に。

6) 柚木型・ゆきがた  
伝統的な燈籠のデザインのひとつで、春日大社の燈籠がこれ。全体にスマートな感じで、どんな庭にも比較的合わせやすいデザインです。

7) 黒文字・くろもじ  
クスノキ科の落葉灌木。材は香気があり、楊子や簗になります。茶席で菓子に添える楊子としても使われます。

8) つくばい  
茶庭の手水鉢(ちょうすばち)。手水鉢を低く据えてあって、手を洗うのに茶客がつくばう(うすくまる)ので、この名があります。

**御庭番 施工 & プランニングコンテスト 優秀作品のご案内**

審査委員長 造景家  
**金井 貴太郎氏**  
1949年群馬県生まれ  
東京農業大学造園学科卒  
(株)景環 代表取締役  
全農くまエクステージ店長  
群馬県立農林大学講師  
一級造園施工管理技士  
二級建築士

2004年秋に実施した御庭番ユーザー様を対象としたコンテストの上位3作品をご紹介します。

**ベストプラン賞**

有限会社 横山工業 様  
埼玉県さいたま市



**POINTS**

建物のやわらかなイメージに合わせて照明をふんだんに使い、夜でも楽しいアウトドアリビングを。

●作品の講評

これだけの描写力があれば、申し分なく胸を張り見せられる。斬新さと特別な奇はいらぬ。ドラマはテレビや映画だけでなく、外構造園も素材という俳優に演じさせてこそその魅力。左右の門袖の変化、バランスの良いポストとインターホン、表札、塀のスリットなど、植栽を含め思わず振り返りたくなる造景にあふれている。



光の演出で、昼と夜とではまったく違ったイメージの外構が出来上がった。

**施工作品部門 最優秀賞**

有限会社 アールシーワークス 様  
愛知県豊橋市



**POINTS**

白い外壁の建物と、和風の庭を一部残して洋風仕立て

●作品の講評

外構の流れる曲線の大胆さが、住宅美をワイドに引き出し、造景演出の極みとなった。散歩途中、道路に立てば誰でもこのドラマに見入るだろう。アール壁が奥へ奥へと誘い、素材とカタチを変えた門袖に到達。右手に見える株立ちの木が扉を開ける心に語りかけてくる様子。

**プレゼンテーション部門 最優秀賞**

株式会社 清水建業 様  
埼玉県新座市



**POINTS**

シンプルな住宅に「U.style」フレーム+柱をモニュメントに。

●作品の講評

建築と同化させ、よく練られたプレゼンである。道路に一步バックさせた空間を花壇にし、受けたラインを曲線に取って玄関へとつなげていく。見上げる意匠はシャープとなり、住まいの外観がそのまま外構へと広がる景のすべてに、こころ遣い発想力と技量を感じる。

「御庭番」の成約率なんと8割!!  
導入以来、寝る時間がないほどの忙しさです

■ 代表取締役・貝野征生様のお話

当社は15年前に創業したのですが、当初は解体業が中心でした。ところが、解体作業をしていると、外構づくりのいろいろな情報が自然に入ってくるんです。「ブロックを直してほしい」「外壁を新しくしたい」と。そんな要望に応じているうちに、5年ほど前からだんだんエクステリアの仕事が増えてきました。とはいえ、せっかく話があっても、提案力がなければ大きな仕事はよそに取られてしまう……そういう悔しい思いを何度も経験し、「これからはしっかりしたプランニングと、美しく説得力のある提案が必要」と痛感。息子に相談して、三協アルミの「御庭番」を導入したのです。おかげさまで、その後エクステリアの仕事が面白いように増えてきて、いまは寝る時間がないほどの忙しさです。



代表取締役・貝野征生様

■ 工事部・貝野寿紀様のお話

一昨年の6月に「御庭番」を導入。操作自体はすぐに覚えたんですが、エクステリアの設計も施工もよくわからなかったので、最初の半年ぐらいいは、図面を描いては現場の職人さんに「この絵じゃ工事できないよ」と叱られ、直し、また指摘され、また直し、の繰り返しでした。でも、そのおかげで、施工のできるプランとできないプランの違いを具体的に知ることができました。御庭番を使って描いた提案の成約打率は、どんどん上がっていて、いまは8割ぐらいです。実績は月に8~10件。スタッフが社長(父)と工事部担当の私、それにプランナー1名、経理1名という少人数ですから、本当に休む暇がない状態です。仕事の内訳は、個人のお客様が8割、工務店などの紹介が2割ほどです。プランニングは、まず最初に直線的なものと、私のスタイルであるサークル(円形)の入ったものなど2案出します。それを叩き台にして、お客様の好みで選んでいただく。ブロックの素材や色なども、お客様が「自分で選んだ」と思えるように細かく相談します。そうやって話を進めていくため、多いときは図面を6回も描きます。あとになってお客様が「ああすればよかった」と後悔しないようにトコトコつき合うことが大切です。でも、逆に最近は「信頼してるから全部おまかせします」と言われるケースも結構ありますね。



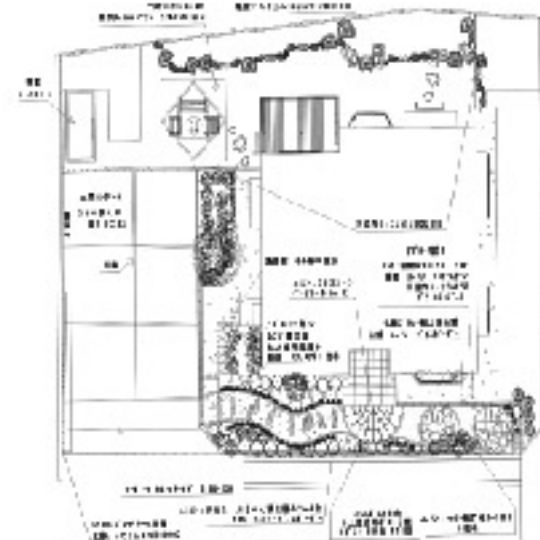
工事部・御庭番担当 貝野寿紀様



【玄関アプローチ】  
高低差をうまく活用して、円形を組み合わせたユニークな段々を作成。天然石の乱張りやレンガなど素材もいろいろに使い分け、目を楽しませてくれます。

I 様邸

お客様からの要望は「表庭はフルオープンに」「奥にはバーベキューのできる庭を」「和の庭もほしい」など。高低差のある敷地を逆に活用して、リズムカルで楽しい階段のあるアプローチづくりに成功しています。そのためか、学校帰りの子どもたちが、ここを遊歩道のように通っていくとか。駐車場は「カムファイR」を採用。建物とも美しく調和して、堂々たるたたずまいを見せています。



【正面からの全景】  
レンガふうタイル張りの風格ある建物。道に面した外構はオープンになっていて、道ゆく人の目を楽しませ、来客を暖かく迎えてくれます。



【奥の庭ではバーベキューを】  
住まいと駐車場の奥にある広いスペースは、木のテーブルを設置して、休日はこちらでバーベキューを楽しみます。その奥は建物から木のデッキを伸ばしています。そのさらに奥が和の庭。



【和室前には小さな和の庭】  
和室からの眺めはやはり落ち着いた和風に…ということと和の庭もあります。洋庭との仕切りは竹垣で。



【駐車場側からの全景】  
「カムファイR」のダイナミックなアール屋根と重厚な色調が、建物と美しく調和しています。



【駐車場側から見たアプローチ】  
玄関アプローチは、そのまま道路と平行に伸びて駐車場の脇まで続いているため、子どもの通り道になっているそうです。駐車場側では木を使って雰囲気を変えています。



S 様邸

「すべておまかせします」というお客様のプラン。前庭が広いので、右に小庭を分け、駐車スペースからつなげて、中央に広いアプローチを取りました。御影石の玄関アプローチのすそには、踊り場ふうの半円形のステップを設置。サークル(円形)の床とともに楽しげな雰囲気を出しています。(パース画や図面はすべて「御庭番」で描いたもの。御庭番での作図は、細かいデザインが決まっていれば、カラー1枚書くの1日かからないそうです)

営業と工事を分けて、それぞれ質の高い仕事を  
70~80種類の輸入資材を安く提供できるのも強み

当社を創業する前に、同業の会社におりましたが、そのシステムに疑問を感じ、平成3年に独立しました。もといた会社は1つの仕事を1人の営業ですべてまかっていたのに対して、当社では営業部門と工事部門を分け、それぞれに専念できるようにしました。「お客様の話を聞いてラフプランを考えるのは営業→そのラフプランを製図するのはキャド担当→契約後の施工は工事担当」という分業協力システムを採ったのです。そのため、物件を数多くこなせるうえに、それぞれが質の高い仕事ができ、お客様にもご満足いただいています。スタッフは、営業4名+(社長と専務も営業を担当)、工務2名、キャド担当2名、経理1名、事務1名、工事5名、植栽1名です。現在の実績は、月平均で30件~50件。これもシステム化のおかげだと思います。また、コストをできるだけ抑えるために、外構資材は以前から独自に調達していましたが、4年前にその部門を子会社にしました。現在、中国、東南アジア、ブラジル、ヨーロッパなど、世界各国から70~80種類の石材・レンガ・木材を集めて販売しています。この豊富な素材を使って、よそとはひと味違う提案をリーズナブルな価格でできるのが、当社のもうひとつの強みです。仕事の内訳は、住宅メーカーからの依頼が8~9割、個人のお客様が1~2割です。今後、個人のお客様を増やしていきたいと思っておりますが、そのためにはもっと勉強し、いままで以上に提案力をつけて、「このデザインなら、多少高くてもぜひおたくで!」とお客様に選んでもらえる会社にならなければ、と考えています。さらに、個人のお客様への販促活動として、この4月にはリーフレットを制作し、飲食店などに置かせてもらうなど、新しい試みも積極的に始めています。商圏は今のところは津市から伊勢・鈴鹿あたりまでですが、いずれ三重全域までエリアを広げていきたいですね。



代表取締役・石川重義様



営業担当・横山充孝様

販促のリーフレット



「スタイルのあるデザイン」  
「担当デザイナーによる提案」  
「明確な価格提案」の3つのポイントと、  
実例写真をたくさん載せて、  
新規のお客様開拓をめざします。

圧巻! 世界各国の豊富な資材



会社脇のスペースには、世界各国から  
輸入された膨大な量の石材・木材・  
レンガなどが山積みされています。

■現場を見て、調和と個性のプランを

営業・横山様「私のポリシーは、まず現場をよく見ること。立地条件や周囲の環境などをしっかり把握したうえで、周囲と調和をとりながら、なおかつ個性が出るようにプランしています。お客様に直接会えない場合でも、住宅メーカーの担当者から詳しく条件を聞き、家族構成なども配慮して、ご家族が使いやすい住みやすいキメ細かなプランを心がけています」



【全景】  
モダンな建物と、シンプルでダイナミックな「Uスタイル」の駐車場が見事にマッチ。門扉&アプローチとのバランスも絶妙です。

【駐車場】  
「Uスタイル」の美しい曲線とアーバングレーのやさしい色調が、建物や外構ともじっくり調和。車から降りてそのまま玄関に向ってける勝手口も設置。



M様邸

「3台分の駐車場を」「正面はクローズにして門扉を」「自転車用の傾斜もほしい」といったお客様の要望をすべて満たしたエクステリアに。ダイナミックな駐車場は「Uスタイル」を採用。門扉は「ニューエクモア」フェンスは「ニュータウンリード」、駐車場に向かう勝手口の門扉は「カムフィ」、ラティスのフェンスは「ブラウディ」、建物右側の屋根つきテラスは「スーパーマイオーレ」と、いたるところに三協アルミの製品が巧みに使われ、建物や周囲の風景と美しく調和しています。



【遊び心のベンチ】  
外からはわかりませんが、門扉の手前にはなんとベンチが! 遊び心満点のスペースです。



【アプローチから玄関へ】  
スロープからも、階段からも、駐車場の勝手口からも、玄関へ行けます。いろいろな生活シーンに合わせて導線が確保されているのがうれしい。



【2つのアプローチ】  
左側は階段、右側は便利な自転車用のスロープ。床材は、「よそにない素材を」というご要望で、ブラジル産の砂岩を張りました。



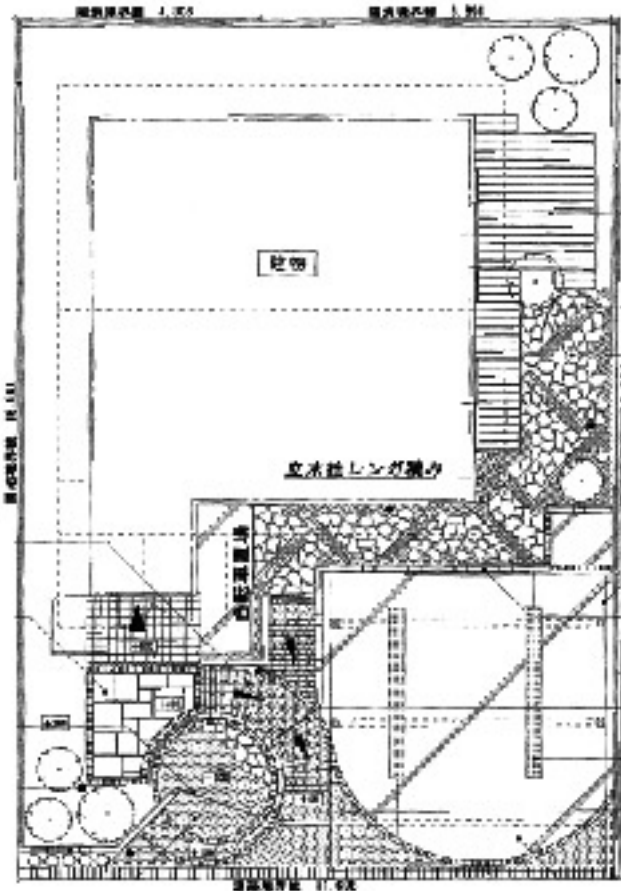
## コンテスト総評

審査委員長  
笠島 孝至氏

エクステリアプランニングコンテストは、今回で3回目を迎え、年々応募される方が倍増しております。これも、エクステリアデザインという分野への関心が建物デザインへのニーズに劣らぬ程大切な要素となっているという事でしょう。又、この分野においても、癒し・安心・安全と社会のニーズへの解答が求められていて、ガーデニングからセキュリティ・バリアフリーと多様化し、応募作品にもこれらに応えるための努力を感じ取る事が出来ます。エクステリアデザインは内側の個の敷地、外側の公の街並、個と社会のつなぎ、その境界線への思考・際を究める、「際」のデザインとも呼べますし、これは社会への責任も重い分野だと言えます。今回の多数の応募作品にも、これに解答を出すべく思慮を重ねておられる応募者の方々の日々の活動を見る思いがし、又未来に対し心強い思いが致しました。



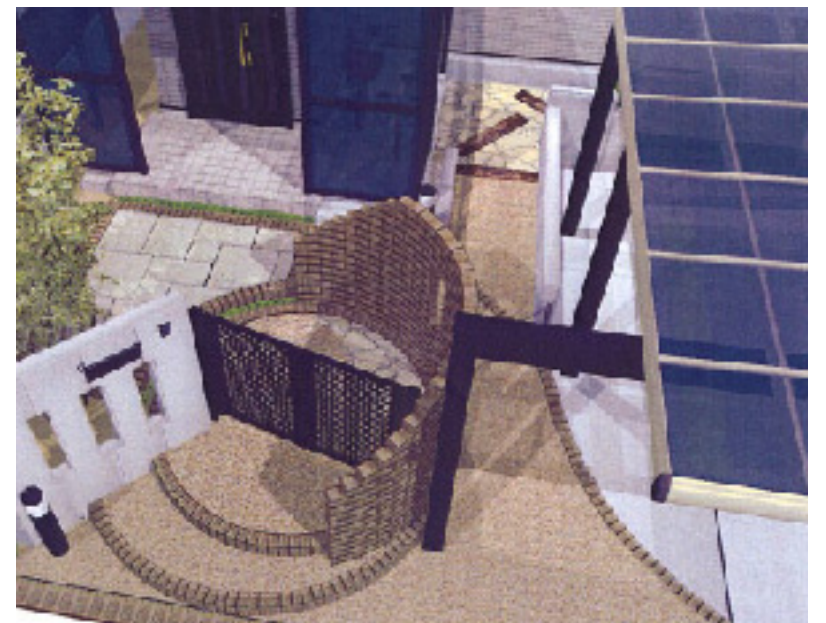
笠島 孝至氏 プロフィール  
環境造形デザイナー  
株式会社スーパープランナーズ代表取締役  
'70年-千葉大学工業意匠学科卒  
'71年-早稲田大学建築専修学部で学ぶ  
'75年-株式会社スーパープランナーズ設立  
東京サミット等のイベント会場デザイン、  
店舗及び住宅設計、造園デザイン等を手がける。



AFTER



BEFORE



エクステリアデザインには家のファサードをこんなにも魅力的なものに変える力がある事を実感させてくれる計画になっています。「スノースター」のフレーム延長により門まわりの背面にスロープが出来ていたり、プランナーの巧みなデザイン力が感じられます。このエクステリアリフォームはきっと、通りのイメージや街並まで変えてゆくでしょう。

### A部門 新世代向け部門

#### 金賞 (株)内池工業

- 銀賞 (有)シャレス
- 銀賞 (株)旭エクステリア
- 銅賞 (有)ハマタケ
- 銅賞 セキスイエクステリア(株)  
(株)東京北営業部 埼玉(営)
- 銅賞 (株)住建ホームサービス
- 敢闘賞 積水ハウス(株) 福山(営)

### B部門 スペース提案1部門

#### 金賞 (株)トーフ興産

- 銀賞 (有)匠環境設計事務所
- 銀賞 Production of Exterior Hep.
- 銅賞 グリーンテクノ積和(株) 府中(営)
- 銅賞 (株)ウィッシュ
- 銅賞 住友林業緑化(株) 埼玉西(営)
- 敢闘賞 京阪グリーン(株)

### C部門 スペース提案2部門

#### 金賞 住友林業緑化(株) 東京南(営)

- 銀賞 (株)サンホーム
- 銀賞 住友林業緑化(株) 大阪南(営)
- 銅賞 (株)ナテックス 埼玉(営)
- 銅賞 (株)ヨコイハウジング
- 銅賞 (株)広島美建
- 敢闘賞 (有)ケント・テック
- 敢闘賞 (有)サイトーハウジング

### D部門 リフォーム部門

#### ベストプラン賞

#### 武田左官工業所

- 金賞 パナホーム(株)名古屋支社  
外構造園 営業センター
- 銀賞 ガーデンプラザ創苑
- 銀賞 ハウジングプラザドリーム名張店
- 銅賞 富士工営(株)
- 銅賞 ジャービス商事(株)
- 銅賞 東都住宅(株)



第3回 EXTERIOR PLANNING CONTEST

新世代向け部門 (株)内池工業

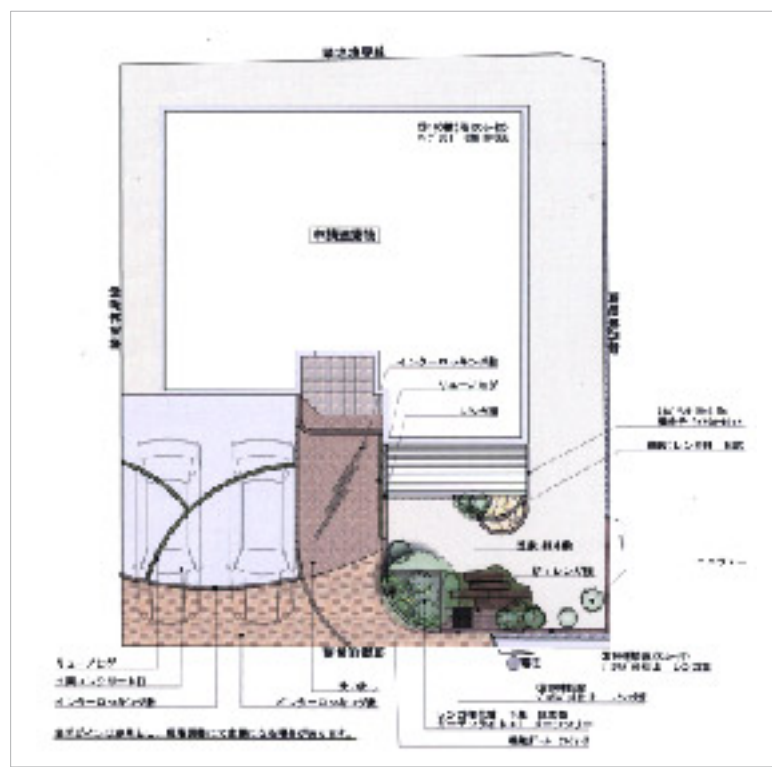


最近の傾向として、南欧風住宅は都会的にシンプルにアレンジされてナチュラルモダンと呼ばれるテイストが、新世代層に好まれる一つの分野として生まれています。このような傾向をとらえたこの作品ですが、天然素材を使い温かみのある外構を構成しながら、「きりり」の透明感、「ラファール」のパステルカラーとシャープなフォルムをコーディネートして、とても新鮮なエクステリアデザインになっています。



第3回 EXTERIOR PLANNING CONTEST

スペース提案 1部門 (株)トーフ興産

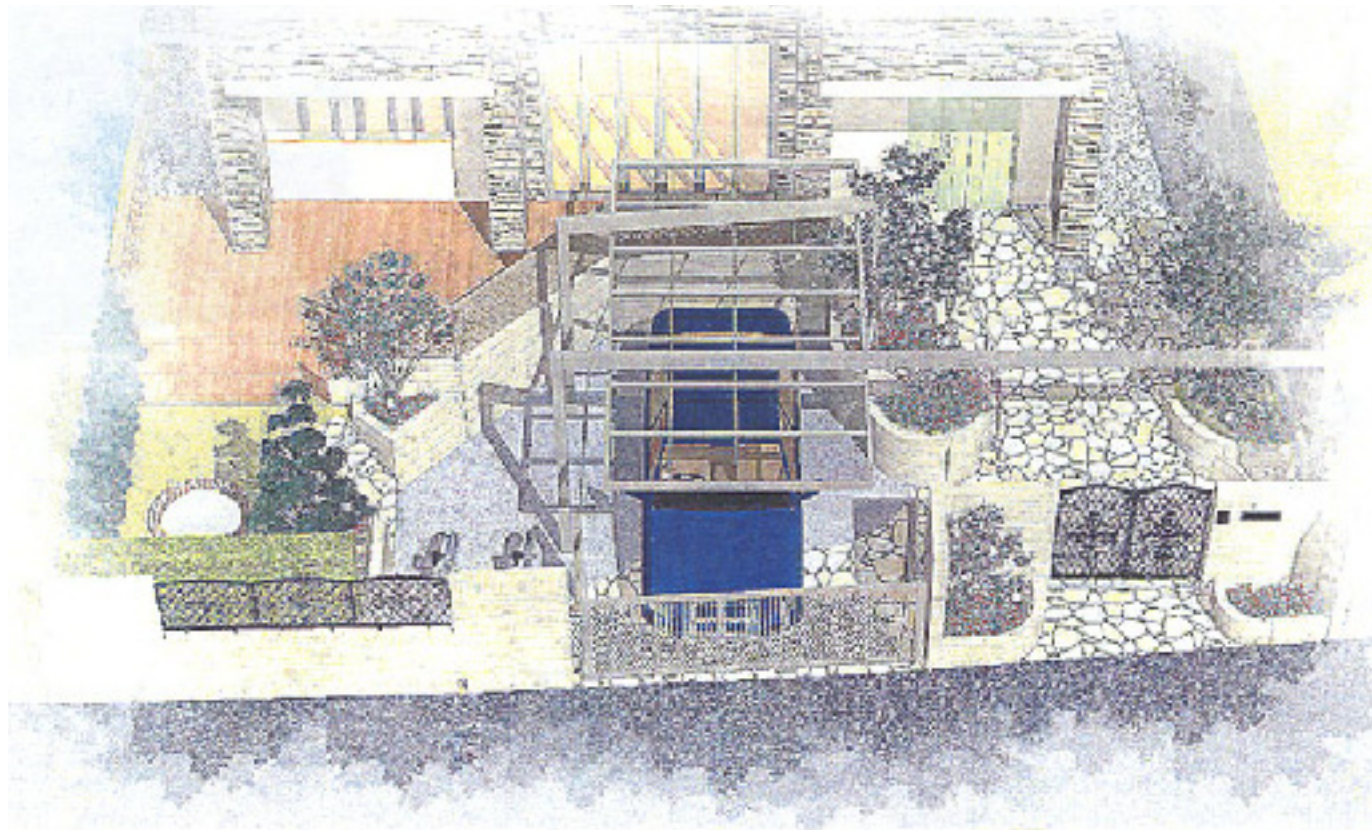


フロントヤードにバーベキューの炉を設置した場合、乱雑な感じを外へ見せてしまう事がよくあります。このプランでは炉と室内の間にデッキスペースを設けたインタースペースとして、「マイパティオ」のスクリーンを使ったユーティリティスペースが計画され、道路側からの視線を気にしなくてもよい提案がされています。



第3回 EXTERIOR PLANNING CONTEST

スペース提案 2部門 住友林業緑化(株) 東京南(営)



第3回 EXTERIOR PLANNING CONTEST

リフォーム部門 パナホーム(株) 名古屋支社 外構造園 営業センター



BEFORE



AFTER

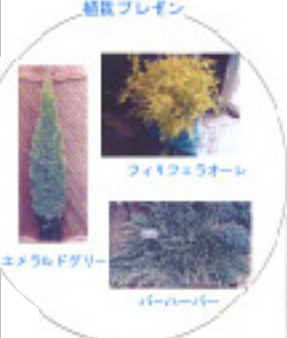
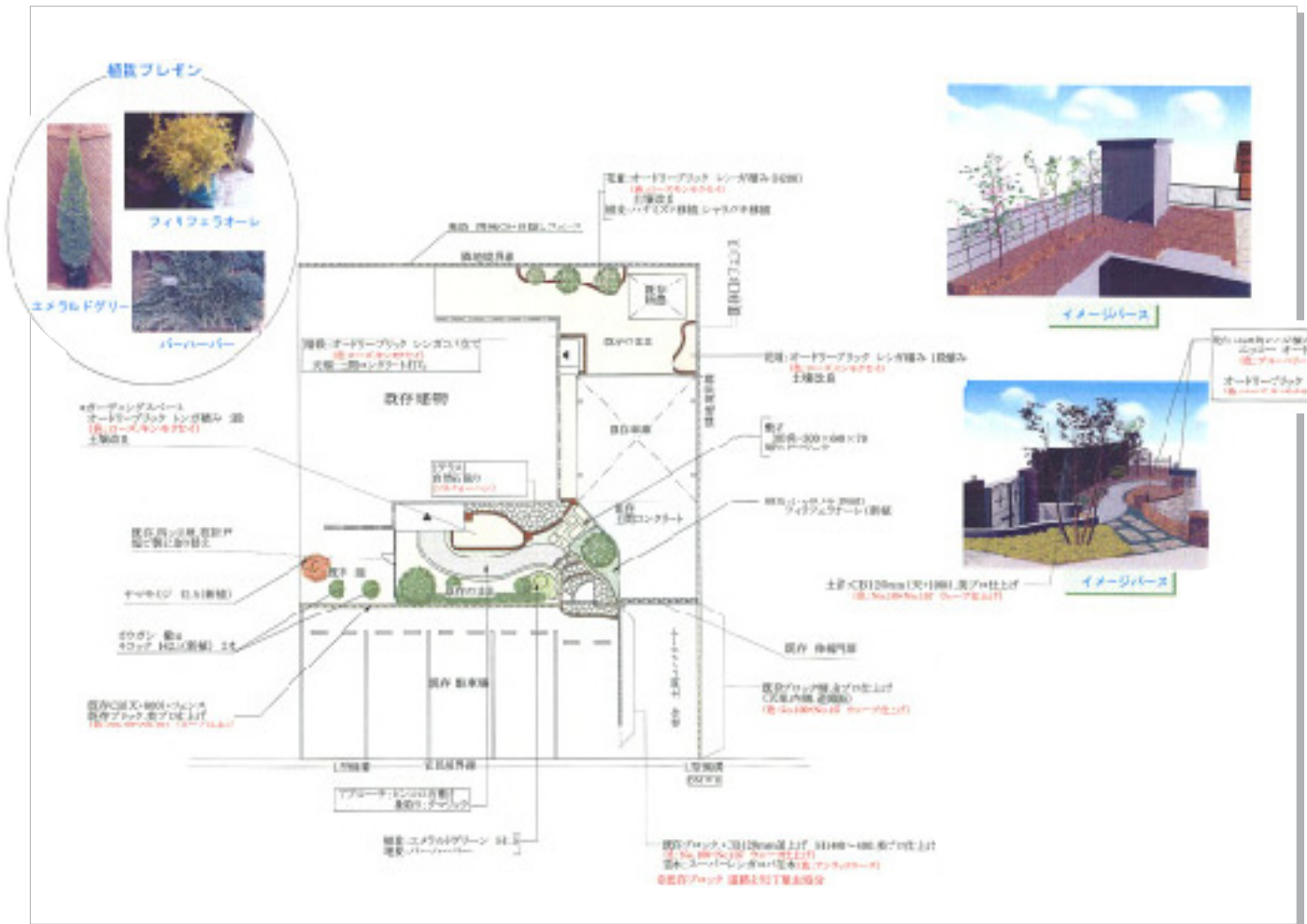
門廻り  
 門柱 下地CB120mm (H16C0)  
 INAX/はるかべくん クレイグレース貼り  
 標準曲+二丁風曲(天端仕様)  
 (品番:HALR 2/CLG-3)  
 門扉 フェンセル1型(0412+3812) 親子  
 (色:メローブグリーン)  
 照明 HW1635CEL  
 カスト:口金式 2B-5  
 インターホン配管(既存品)  
 素材:華菱クラブ D-29

階段:オートリブブリック コバ立て  
 (色:ローズ、キンモクセイ)  
 アプローチ:自然石貼り  
 (ソルフォールベン)

高低さは段差や斜路が必要となりエクステリアデザインでも厄介な要素です。ですが、目線の移動やその変化に“楽しさ”と言う要素も加わります。この例では、道路側カースペースの既存の塀部分に門扉を設けて住宅の門まわりとして品格を与えられ曲線を描いて上がる階段は、既存植栽と相まって素敵なアプローチガーデンとなっています。



「U.スタイル」の持つデザインの自在性を巧みに活かしたエクステリアデザインになっています。柱、梁、屋根を自由に構成して、フロント空間をキャンパスのごとくコンポジションした水平ラインと垂直ラインにより、魅力的なファサードデザインとして描かれています。





# 2005年エクステリア商品展示会

今年は4月2日の静岡を皮切りに、大阪(4月7日)、東京(4月14日)、名古屋(4月19日)の4会場で、施工店様・設計事務所様をご招待して、2005年度の新商品展示会が開催されました。今回は「New Style」を統一テーマに、3つの新しいスタイルとキメ細かい提案でご案内しました。



それぞれのゾーンで、新しい時代・新しい世代の感性や発想を盛りこんだ魅力的な新商品を揃えました。お客様の反応も熱く、商品に触って確かめたり、担当者に質問されるシーンがあちこちで見られました。また「提案ゾーン」にも大勢のお客様が参加され、熱心に耳を傾けるなど、新しい時代への息吹きと意欲の感じられる充実した展示会でした。

## テーマゾーン

**New Free Style**  
スペースに対応する自在スタイル

**New Fit Style**  
新しい時代の多様性に合わせるスタイル

**New Create Style**  
新しいプライベートシーンを創造するスタイル

## 提案ゾーン

提案セミナー  
施工ポイントコーナー  
スーパー御庭番コーナー  
など

# New Style

## テーマゾーン

新しい世代の感性や発想を商品化！  
ビジネスチャンスにつなげる

### New Fit Style 新しい時代の多様性に合わせるスタイル

新世代に向けて、「マイリッシュ」でシンプルデザインとナチュラルな素材感を提案



エクステリア商品開発部  
商品開発2課  
谷川 斗南

住宅取得層の中心である30代のお客様は、感性が豊かで、デザインや色に関して強いこだわりを持っています。彼らの住宅はシンプルモダンが主流。そんなシンプルでスタイリッシュな住宅のファサードにマッチするものと考え、「マイリッシュ」を開発しました。「マイリッシュ」のキーワードは「シンプル」ですが、ただシンプルだけでなくつまらない。シンプルの中にも新しい個性を主張できるデザインや、深みのある素材感を模索しました。たとえば斜格子のデザインは、凹凸感のないフラットな表情にしたため、従来にない斬新さを感じられます。鋳物の艶消しシルバー色は、たぶん業界初の色ではないかと思えます。また、木目のラミネートをプラスしたことで、ナチュラルモダンから和風の住宅にまで対応の幅が広がりました。

アイテムは、門扉+フェンス、機能門柱、機能ポール、手すりなどを用意しました。それぞれを組み合わせることで、ハイセンスなコーディネートが楽しめます。商品開発は、開発部とデザイン部の3人でチームを組んで行っただけですが、3人の間にも年齢差や好みの違いがあり、個性をぶつけあひながらまとめていくのは大変な作業でした。それだけに、新世代のお客様のこだわりにも十分にご満足いただけるものができたのではないかと自負しています。

「ラフル」のカラー展開は今年も大好評。これはメタリックグレーでコーディネートしてクールなイメージに。

## 人工ホデッキ「ひとと木」+「マイリッシュ」でナチュラルなくつろぎ空間を演出

木粉を50%配合し、温もりのある柔らかい木質感を再現した人工ホデッキ「ひとと木」。天然木と同じように切断や穴あけ、ビス打ちができる施工のしやすさも魅力です。しかも高い耐腐食性があり、定期的な塗り替えも不要。

「マイリッシュ」の手すりやハイパーティションをデッキにプラスすれば、ナチュラルでおしゃれな空間がつかれますし、「マイリッシュ」の門まわりとコーディネートすれば、統一感のあるエクステリアに。



「マイリッシュ」の門扉とフェンス。淡い木目がハイセンスな中に暖かい印象を。

### 会場で聞いたお客様の声

マイリッシュの門扉に対して  
「スッキリしておしゃれだね。  
濃い木目の方は、和風にも合いそうだな」  
人工デッキ・ひとと木と  
マイリッシュの手すりの組み合わせに  
「シンプルで暖かみがあって、  
しかも朽ちない…早速使いたいですね」



来られたお客様に  
新商品を提案し、  
早く市場展開できるように

三協アルミニウム工業(株)  
代表取締役  
川村社長の挨拶

この展示会も6度目を迎えました。近年エクステリア業界では、狭小スペースに対応しつつ、多様化したプライベートシーンを創造するスタイルが求められています。また住宅業界のメインターゲットになりつつある次世代層向け、「進化」「深化」「真価」の3つのシンカをもって商品化していく必要があります。そんな価値創造の時代にあって、当社の1年間の開発・努力により、良い新商品が出揃ったと自負しております。来られたお客様にこれらの商品を提案し、少しでも早く市場に展開できるように願ってやみません。

### New Free Style スペースに対応する自在スタイル

「ルーフェス」で、狭い都市型住宅に  
敷地対応力の高いビルトインガレージを提案



エクステリア商品開発部  
商品開発1課  
南塚 信二

都市部では最近3階建て住宅が増えています。とくに大阪市内では、新築の7割が3階建てという数字も出ています。そんな都市型住宅の1階スペースのカーポートは、たいてい車が半分顔を出しています。そこにビルトインできるガレージルーフが、この「ルーフェス」です。特徴は、2本の柱の位置が前後に移動できること。そのため、車の出入りや人の動線を妨げません。また、躯体をいじらずに取り付けられるため、手軽に工事ができます。デザインにもこだわり、意匠パネルなどをプラスすることで、家の顔としての風格も十分に備えています。価格帯にも気を使い、一般的なガレージよりは少し高めですが、通常のアーチよりも安価に抑えました。お客様には「このおしゃれなデザインで、この価格ならリーズナブル」と感じていただけたのではないかと考えています。

### New Create Style 新しいプライベートシーンを創造するスタイル

「グッドコート」で都市型バルコニーに新提案。  
目隠しをつけてプライバシーを確保



エクステリア商品開発部  
商品開発1課  
大石 明

これも「ルーフェス」と同様、都市型住宅向けの商品です。都市型3階建て・2階建て住宅の狭いバルコニーを有効に活用したい。しかし、家が建て込んでいく地域では、隣の家や道路からの視線が気になります。そこで「目隠しのできるバルコニーを」ということで開発しました。ただ、せっかくの目隠しが逆に息苦しくならないように、可動式にして、必要な時だけ目隠しできるように工夫しました。この目隠しのスクリーンを上下させるメカニズムには、ちょっと苦労しましたね。軽く上下できて、しかもしっかり固定しなくてはなりませんから。スクリーンは半透明のものからルーバータイプまで4種類用意しましたので、目的や予算に合わせて選んでいただけます。この「グッドコート」を活用すれば、外からの視線を気にせず洗濯物も干せますし、物干場以外にも、ちょっとしたつるろるリビングやガーデニングの場として、バルコニーの使い方の幅が広がります。

### パブリックエクステリア

おしゃれなフラット屋根や、消防車も通れる4m柱など  
都市型通路シェルターはここまで進化！

パブリックエクステリア部門は、人にやさしい公共機能と  
美しい景観性をあわせ持った新商品を提案。

9月発売予定の「レイロード」は、街路やバスターミナルに設置する通路シェルターですが、従来のアーチ型や山形屋根でなく、片流れのフラット屋根が特徴。そのため雨水が片側で受けやすくなり、都市の景観に自然に溶け込むシャープなデザインも魅力です。スタイリッシュな五角形の柱は、配線と雨水受けを兼ねています。デザイン性が高いので、個人住宅のテラスなどにも利用できそうです。また、事故や災害など、イザというときを考慮して開発されたのが、病院・学校・ショッピングセンターなどに設置可能な「緊急車両通過仕様の通路シェルター」。柱の高さが4mあり、消防自動車などの緊急車両がそのまま入ります。



「レイロード」の片流れのシャープなデザインが新時代の都市景観にマッチ。



高さ4mなので背の高い消防車も通れる緊急車両通過仕様の通路シェルター。



マルチルーフ「ルーフェス」。手前は23万円とこなれた価格。左奥は意匠パネルをプラスして家の顔として的高级感を。

### 会場で聞いたお客様の声

ルーフェスの柱に触れながら  
「柱位置を逃がせるのか…こりゃいいな」  
「去年こういう物件をやったんですよ。  
もうちょっと早く提案してくれれば…」  
グッドコートのパネルを上下させながら  
「ほぉ〜、軽いね。洗濯物の目隠しもできるし、  
邪魔なら下げておけるし」



バルコニー用スクリーン「グッドコート」。パネルは奥が半透明のFRP、手前がルーバーです。

提案セミナー

「マイリッシュ」の上手な提案法+「顧客一番」でお客様情報を有効活用!

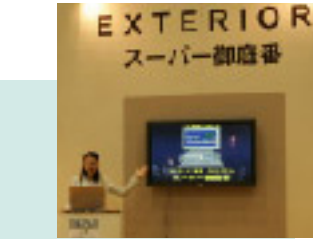


ユーザー様に新商品「マイリッシュ」を上手に提案する手法を紹介するセミナーは大盛況。シンプルモダン住宅をデザイン別に提案商品をコーディネートしたCD-ROMのプレゼンも好評でした。また、顧客管理ソフト「顧客一番」を使って、次回の提案や季節の挨拶メールなど、アフターケアの方法も提案。参加したお客様は熱心に聴き入っていました。

スーパー御庭番

提案のレベルアップをめざし、個別の質問も目立つ

こだわり派のユーザー様が増えるなか、提案の質的レベルアップは必須条件。そんな状況を反映して、外構作図支援システム「スーパー御庭番」のセミナーも活気に溢れていました。すでに導入されているお客様が多いためか、設置されたパソコンに向かいながら個別に質疑を交わすシーンも目立ちました。



施工ポイント紹介

施工上の問題点を具体的に解決。強風対策のサポート柱の提案も!



よくある施工上の不具合を写真で詳しく解説。また、去年の台風23号による風の被害を受けて、台風の被害により横転した門扉などの映像とともに、強風対策やサポート柱の提案を行い、お客様の熱い関心を集めました。

未来型提案

空中に浮かぶ生活空間「新形態バルコニー」



商品化は来年以降という参考商品も出品されました。それが「新形態バルコニー」。スリムなアルミフレームのシーソー構造で、吹き抜け空間に回廊を設けたり、空中に浮かぶオープンリビングづくりに。強度もあるので、人工地盤を組み合わせると空中ガーデンも!夢の広がる未来提案に、お客様も目を輝かせてチェックしていました。

商品化は来年以降という参考商品も出品されました。それが「新形態バルコニー」。スリムなアルミフレームのシーソー構造で、吹き抜け空間に回廊を設けたり、空中に浮かぶオープンリビングづくりに。強度もあるので、人工地盤を組み合わせると空中ガーデンも!夢の広がる未来提案に、お客様も目を輝かせてチェックしていました。

INFORMATION

スーパー御庭番 VER7.0リリース!

2005年6月にスーパー御庭番の新バージョンVER7.0をリリースします。VER7.0では、以前より要望の高かった、アルミ商品や植栽データなどの登録部品を、さらに選びやすく、使いやすくする機能を追加します。



カラー素材を選ぶと、自動的にモノクロ用の仕上げ模様が選ばれるようになります。



オリジナルで作成した家などの部品を登録し、他の物件でも使えるようになります。



2005年春の新商品データも追加します。



文字検索により、指定の商品やライブラリを探すことができます。

御庭会通信

東海御庭会 操作研修会

1月25日 アクトシティホテル浜松

東海御庭会では、御庭番のオペレーター様を対象とした、操作研修会が実施されました。研修会では、オペレーター様からの質問に答える形式をとり、基本操作の説明はもちろんのこと、あまり知られていない応用操作に関する説明も行われ、大変好評でした。



於:アクトシティホテル浜松

東北御庭会 研修会

2月2日 仙台支店

東北御庭会では、会員様を対象として、当社 技術サービス部の林部長による研修会が実施されました。研修会では、施工時の注意事項やPL法の概要、商品保証の意味などについての説明がありました。施工時に注意すべき内容を再認識できたということで、好評でした。

春の主な新商品

ガーデンエクステリア ・ ウォールエクステリア

シンプルモダン住宅にフィットするスタイリッシュでシャープな新商品をお届けします。



鋳物門扉&フェンス  
マイリッシュシリーズ



都市型住宅向けファサードマルチルーフ  
ルーフフェス



大型引戸門扉  
ライディート1型



スクリーン門扉  
アクアスシリーズ



人工木デッキ  
ひとと木

お知らせ

2005.EXTERIOR  
新製品&新世代向け  
キャンペーン

期間 2005年 5/21~7/20

期間中、エクステリア対象商品をご購入いただきますと、商品に応じて「VISAギフト券」を差し上げます。

マイリッシュ・ラフルール・アクアス各シリーズ等  
詳しくは、最寄りの弊社商品取り扱い代理店にお問い合わせください。

御庭番スタッフ紹介

香川県高松市  
南部造園土木有限会社様

創業と同時に導入しました。「お客様を説得するのに絶対必要だ」と思ったので



代表取締役社長  
上原 聡 様

オペレーター  
大森 美香 様

車の業界に勤めていた私が脱サラをしたのが平成元年。造園業を志し、平成10年に創業。そして、創業と同時に導入したのが「御庭番」でした。なぜ?それは「この商売をするなら絶対にこれが必要だ」と確信したからです。見習いとして働いている時、お客様を納得させる図面と見積もりを出すなら、キャドを使うのが一番だと痛感したからです。手描きでは時間的にも内容的にも全然かきません。創業当初は娘と女房に御庭番を担当してもらいましたが、その後専門のオペレーターを採用して現在に至っています。今使っているのは2台目で、最初のモノクロからカラーにバージョンアップしたときは、「なんてきれいなんだろう」と感動しましたね。御庭番の魅力は、まずなんといっても、「スピーディに描けて、説得力のある提案ができる」ということです。相談を受けてきたプランは、1日あれば描き上げられますから、仕事が非常にスピーディに進みます。実は導入するさい、あちこちで業界の人たちに各社キャドの評判を聞き、比較検討したんです。そのときよく言われたのが、「御庭番が一番スピーディだ」ということ。また、価格も他社と比べてリーズナブルでしたね。当社の現在の実績は、月40~50件。これも御庭番とともに歩んできたおかげかな、と感謝しています。これだけ物件を抱えていると、社長の私はなかなか休むことができません。それでも、たまの休みは娘のところに行くのが楽しみです。娘は1人は近所に、もう1人は岡山に住んでいるので、ドライブがてら岡山まで行き、温泉に寄ったりしています。孫が合わせて3人いるんですが、孫たちと会うと仕事の忙しさも癒されますね。



EXTERIOR VIEW 2005  
Vol.24