



F様邸



駐車場の床は、車を置く部分だけコンクリートにして、まわりを芝生で縁取り。ここもアールでユニークに。



O様邸 入り口の階段まわりにアールをつけて、おしゃれで暖かい印象に。

曲がりくねったゆるやかな階段が、玄関までのアプローチを楽しいものにしてくれる。



デザイン性とオリジナリティの高いプレゼンテーションで勝負しています

当社はもともと植木が主体の会社でしたが、私が6年前に入社したときにエクステリア事業部を新設。それから6年が経過しています。私自身は、別のエクステリア会社に5年勤務した後ここへ来ました。現在はエクステリア部門が私を含めて3人、植木部門は12人で操業しています。

取引先はハウスメーカーが9割、残りの1割が個人の施主様などです。ハウスメーカーからの仕事の手順は、まず図面とともに、施主様の要望・予算などが伝えられます。それをもとにプランニングし、図面をハウスメーカーの営業に渡します。打ち合わせはつねにその営業と施主様とで、こちらで直接お客様のご希望を聞けず、当初はやりづらいものでした。しかしあまり細かい要望に振り回されず自由にプレゼンテーションできる面もあり「この予算でこのプランは難しいですよ」と言いにくいことがハッキリ言えるメリットもあります。それに、施主様から戻ってきたプラン変更の箇所を見れば、好みや要望が意外によくわかるもの。とにかく私の方は、お客様の要望を満たしたうえで、よりデザイン性の高いプランの提案に集中しています。

ハウスメーカーの物件は、エクステリアへの予算の振り分けが非常に限られているのが実情です。しかし当社では、予算がないなかでいかに良いものをつくるか・・を大切にしています。たとえばありきたりの平行や直角は使わず、アールや斜めのラインなどを効果的に使って狭い場所に広がりや奥行き、やさしさや親しみ感をもたせ、空間に変化をつけます。素材にお金をかけないで、デザイン性やオリジナリティの高いプランで勝負するわけです。

現在は月平均5～6件をこなしていますが、ハウスメーカーの仕事が主体なので当社の知名度は高くありません。今後は個人のお客様にもっと認知していただくために、宣伝活動を行いたいと思っています。アフターサービスも、現場に行ったら必ず以前手がけた家に寄りますし、タイルがはがれたといった小さなことでも、すぐに顔を出して対応するようにしています。そういうことから施主様が好感や信頼感をお持ちになり、先につながっていくのではないかと考えています。

F様邸 設計のポイント

30～40代の若いお施主様が多いニュータウンの一角にあり、施主様ご夫妻も若く、周りとはひと味違うエクステリアを希望されていました。道路から玄関までの距離が短いので、道路の傾斜を利用して階段をつくり、斜めに曲がりくねりながら玄関まで伸ばしました。そのため高低差と距離のあるアプローチが完成し、狭くても奥行きを感じるエクステリアに。塀や階段のアールがやさしい雰囲気をつくり、好評です。オープン外構にして塀などの設備を最小限にすることでコストダウンも図っています。

O様邸 設計のポイント

二世帯住宅として住まいを建て替え、その際エクステリアも全面的に新しくしました。車が2台置けるカーポート「エクモアツイン」をはじめ、門扉「美流」、フェンス「ニューピラフェース1型」、手すり「エトランボ」、さらに庭に設置された木粉入り樹脂デッキ「リサイド」などを採用。風格あるたたずまいのエクステリアが完成したと施主様もご満足の様子です。



設計 中尾 隆様