

エクステリア情報誌 新春号

EX.VIEW

EXTERIOR
VIEW
2005・Vol.23

INDEX

2005年 新春号・Vol. 23

1-4
2005年 新春エクステリア座談会

5-6
スーパー御庭番の
達人たち

7-8
Exterior Color Seminar
冬のイメージカラー… 白

9-16
事例ノート

17-18
御庭会通信



「庭に住まう」視点で美しい街並みをつくる そんな時代を迎え、私たちの役割はさらに重要に



庭園都市計画家の白井隆氏、
ガーデンデザイナーの白井温紀氏に
お越しいただき
三協アルミの永田等本部長を交えて
行われた新春座談会。
建築家、デザイナー、メーカー、
それぞれの立場から
エクステリアへの想いや抱負が語られ、
なごやかな雰囲気の中、
熱い庭談義が続きました。

庭園側から発想して建築をデザインする。
庭園のために景色を変え、ストーリーの文脈を変える。
お客様はそれを待っていたんです。



庭園都市計画家
白井 隆氏 (しらい・たかし)
株式会社 白井隆庭園都市計画設計事務所
代表取締役

1955年神奈川県出身。慶應義塾大学経済学部卒業。
個人邸から公共施設、田園の景観の設計・施工を手
がけている。また、現在英国で最も話題を集める庭
園再生「ヘリガン庭園」と、世界最大の温室を使っ
てつくられた植物のテーマパーク「エデン企画」の紹介にも尽力。著書に「庭
の旅」(TOTO出版)ほか多数がある。

住まいと暮らしを庭園から発想する時代

—先生の著書『庭の旅』のなかで「庭園に暮らす」という
フレーズが印象に残りました。

白井(隆) 「庭園に暮らす」というのは、私たちのキャッチ
フレーズですが、決して口先だけではないのです。80年代
後半インテリアのバブルがあり、国民的には世界で最高水準
のものを「触る」くらいの機会はありました。その後ガーデ
ニングブームになったわけですが、ガーデンに対する高い要
求にどう応えるか、ということなのです。応え方はいっぱい
ありますが、その基本は「外観は庭園のために」。ある集合
住宅でいま実際に行っているんですが、ファサード(正面)
も、エントランスも、外にみえるものはすべて庭園のために
発想する。ここはしっくい、ここはタイルというふうに、庭
園のために景色を変え、ストーリーの文脈を変えるんです。

永田 それは面白いですね。いままでの建築は自己主張が強
く、あまりにも不揃いで街並みの景観を考えていないものも
ありましたからね。美しい街並みには、せめて道路ぎわの美
しいラインづくりが必要だと思うんです。1本の木では「並木」
になりませんが、木も塀も道に沿って連なり、ラインになれば、
「美しい街」が誕生しますからね。

白井(隆) 施主の要望で建築設計もするようになったのですが、
施主は建物を、こちら(庭園)側から発想してくれるのを待っ
ていたということがよくわかりました。最近では私のように
外構から建築、そしてランドスケープまで全部やるデザイナー
も増えてきました。外構のデザイナーが、庭園側から一步先
に建築をデザインして提案し、施主が喜んでくれれば、デベ
ロッパーも動く。これからもっともっとそういう働きかけを
していきたいですね。

永田 その昔、人々は自分の住まう土地に住居を建てました
ね。まず敷地があって、その庭に住まうということ。この
「庭に住まう」という視点が、美しい街並みをつくる。これ
は我々エクステリア業界の役割でもあり、業界の地位向上の
ための課題でもありますね。

ヨーロッパと日本の庭・根源を学ぼう

—世界の庭をご覧になると、どういうところに日本との
共通点や違いがありますか？

白井(隆) ヨーロッパは「田園への憧れ」という文化があり
ます。「田園の生活を理想とした生活のかたち」をヴィラと
いうんですが、ヴィラの文化は日本にも通じる場所があり
ますね。その潜在的な憧れを、意識させて実現するのが私の
ライフワークです。ただ、不動産会社が漠然と「畑つき別荘」
などを企画していますが、亭主がいない間に友達と外国旅行
してきた奥さんたちは、そんな付け焼き刃の畑つき別荘にな
って絶対に住まないですよ(笑)。

—女性の間では、ひところ流行ったイングリッシュガーデン
のように、洋風の庭が人気ですが。

白井(温) 文化というのは自然そのものなんです。イギリ
スは地形が緩やかで、気候も緩やかで、雨も日照量も少ない
んです。でも日本の自然は複雑で一瞬のうちに変わってしまう、
そういう自然なんです。イングリッシュガーデンがいいからと

て、日本人が持っていた自然観を捨て、自分たちの生活習慣をな
くして、イギリスのものを形だけまねても意味がないんです。異
文化から学ぶなら、表面ではなく根源的な本物に学ぶべきです。

伝統を見直し、飾るまえに掃除を

—流行と伝統の間で迷っている女性もいます。ゴールドクレスト
を植えてみたけれどちょっと違う。でも昔の日本の庭には
戻れない。自分の庭はどこにあるんだろうと。

白井(温) 何事も「自分流」の時代になりましたが、若い人の知
恵ですべてがうまくいくものではありません。長年かかって
先人が培ってきた知恵は大切です。普段は気がつかなくても、親
から、職人から教わった「土台となる空間」はあるんです。庭は、
日本の深い自然と住宅をつなぐ役割を担っています。刻々と変化
する自然の細やかな味わいは、日本独自のもの。「大きなところは
風土に寄り添って、小さなところに自分たちの味つけを」が理
想ですね。そうでないと自分自身が住みにくくなると思うんです。

永田 日本にはもともと培われた文化がある、それを壊すのでなく、
尊重しながら、自分らしさを出していくということですね。

白井(温) そうですね。若い奥様たちは、むやみに流行ものを買
う前に、いま持っているものにどれだけ手をかけているか…。た
とえば、お掃除しただけで「自分の雰囲気」って出るんです。何
年か前まで色とりどりの花を植えたガーデンをつくっていた奥様
が、ストレスでやめてしまって、野山のような庭にしてしまっ
たんです。でも、そこを掃除するだけで安らぐと言うんですね。「お
掃除してこんなに和むなんて」と。ですから、むしろ「飾る
前にお掃除を」と考えたほうが本当に自分らしい庭が見つかる
と思いますね。

「夫は玄関、妻は庭の仕上げ」で丸くおさまる

永田 女性の視点で庭を考えることはありますか？

白井(温) 家の要は女性だから、同じ居るなら楽しいほうがいい
ですよ。たとえば台所に勝手口があって、すぐ外に自分の
大好きなこじんまりしたガーデンが1坪でもあったら、女性は
とても楽しいんじゃないかと。家事をしても、「ありのままの自分」
でいることが楽しく感じられるような庭をつくれな
いかなど。それは男性にはなかなか理解してもらえないので、
私が女性の立場で考えてあげたいですね。

白井(隆) 古くさいようですが、「門と玄関はご主人の顔、主庭、
裏庭は奥様の世界」というお宅は、おさまりのいいエクステリ
アができますね。フロントガーデンはフォーマルで、スタンダー
ドが決まっている。要するに人に見せる対社会的な顔なので「う
ちはこのぐらいの格だから常識にのっとって」と。いま手がけ
ている鎌倉のお客様だと、「門というのは、笠があって屋根があっ
て、紅葉と松があって」とご主人。奥様は「私は松はいらない
んだけど」と言いながらもご主人の意向通りに。で、裏は畑な
どにして奥様の世界に。こういう役割分担はやっぱり大切ですね。

大きなところは風土・文化に寄り添って、
小さなところに自分たちの味つけを。
そうでないと自分自身が住みにくくなると思います。



ガーデンデザイナー
白井 温紀氏 (しらい・はるき)
有限会社 白井温紀 ガーデンデザイン事務所
代表取締役社長

長野県出身。跡見学園女子大学文学部美学美術史科卒業。
英国The Inchbald School of Design卒業(90~91の
Garden Design Prize 受賞)。2003年より英国王立園芸
協会日本支部コンテナガーデニング協会専門講座の講
師を務める。住宅の庭を中心に大小さまざまな庭のデザイン・施工を手が
けている。NHK衛星第2テレビ「私のガーデニング」などテレビ・ラジオ出
演、講演・翻訳・執筆など幅広く活躍。



第1回東京ガーデニングショーのテーマガーデン
「心の中の鎌倉」で手がけた「洗濯物の似合う庭」(右)と
「食卓を囲む——台所続きの庭を楽しむ」。(白井温紀氏)



白井温氏が総合プロデューサーとして企画した2000年の
第1回東京ガーデニングショー。1ヶ月の入場者数は
89万人を超え、ガーデニング文化の歴史を変えたと言われ、賞賛。



同ショーで提案した、植物を育てることの好きな老婦人の
「おばあさんの庭」。長年培われてきた知恵から学んで
庭の暮らしを楽しんでほしい。(白井温紀氏)



トト出版「庭の旅」に登場する「私たちの人生を変えた庭」、山形の散居集落で出会った「今までに見た中で一番美しい庭」の見取り図。(白井温紀氏)



鎌倉S様邸。施主が鎌倉在来の町並みを望まれたので、竹穂垣、敷地にあった石、植栽などを駆使した前庭。(白井隆氏)



2001年に取り組んだ長野県小布施町北斎館の修景事業。町づくりの成功例として知られるこの町の、第二次町づくり修景計画にまで発展した。(白井隆氏)

「土地の神の声を聴け」が金科玉条

永田 昔は出入りの職人さんがその地の素材を使って、美しい街並みをつくっていました。先日伺った某造園会社の社長様のお話によるとたとえば大津坂本の石切職人・安太衆達は、全国的に有名な「安太積み」の築造技術を伝承しながら、行く先々の城の石垣造りにその土地土地の石を使ったのでした。おかげで、各地の城の石垣は独自の色を放ち、それぞれの街の景観となっていたんですね。我々がいま考えなくてはいけないのは、その地域に応じた商品を提案することです。現在、地域ごとに違った商品を出すという試みを一部でやっているんですが、このあたりが今後のチャレンジじゃないかと思っています。

白井(温) 地域の違いというのはありますね。同じ黒でも、地域によって、ここではこの黒は強いのではないかと、それで使えなかったり。

白井(隆) 私たちのデザインの金科玉条は「土地の神の声を聴け」ということなんです。歴史も伝統も工芸品も植栽も、なにもかも。それが住まいづくりの基本です。茶室の壁土などは、その土地に出たものを使います。その土地でしか手に入らない工業製品も、ものすごく魅力的ですね。

永田 工業製品と、ひとつひとつの個性を出すモノづくりの間には、ギャップもありますが、現実に工業製品でお客様が喜んでくださるという事実もある。ですから、将来にわたって高いレベルでの融合を模索していきたいですね。

2005年はどんな年に？

——最後に、2005年を迎え、いまお考えになっていることや抱負などをお聞かせください。

白井(温) 2004年は天災人災のニュースばかりで、庭の楽しみは国の平和あってこそと実感しました。自分だけの楽しみを追い求める前に、自分の住む地域に平穏無事に過ごせることのありがたみをかみしめたいですね。私自身その土地にお礼をするつもりで地域に役立つづくりができるといいと思っています。そういう意味でも、長年その土地に合ったもの、その土地ならではの使い方、創意工夫をもう一度見直して、先人の知恵・生活文化に学びながら暮らしていきたいですね。「ああ、ここに帰ってきてよかった」と思えるような庭。それがこれからの本当の贅沢だと思いますから。

白井(隆) もともと江戸時代の住まいづくりは、庭園の構想として計画されていて、そのなかに建家を落とし込むというものでした。それが戦後の60年ぐらいの間だけ、「近代」を消化吸収するために再構築が進み、その結果として混乱しているにすぎないと思うんです。でも、考え方の基本は江戸時代であって、「庭園に暮らす」という意識だったんです。そして、40坪でも20坪でもそれは可能なんです。そんな庭園の構想を本来のかたちに、本来のデザインのあり方に、きちんと位置づけたいと思いますね。

永田 右肩上がりの市場がなくなっているなかで、産業がしっかり根付くためにも、外部空間を価値あるものにしていかなくてはなりません。家の中だけでなく、そろそろ外部空間の価値も見直され始めていると思いますので、力を合わせて新しい価値づくりや地方の創造のために、厳しい環境のなかでも将来性のある活動をしていきたいと思っています。

今日は本当にありがとうございました。今後も、街並みを美しく住まうための働きかけや、エクステリアの重要性を高める為の先生方のご活躍を多に期待しています。



対談後記

新しい住空間・街空間！本当の豊かさを求めて

ご承知のように、清水寺貫主（京都）は恒例として当年を表す漢字一文字を年末に書くのですが、昨年（2004年）の一文字は、墨跡が黒い涙のようにしたたりおちる「災」の一文字でした。確かに昨年は、史上希に見る猛烈な暴風雨が10度も襲来・上陸して全国各地に大災害をたらしましたし、新潟中越地震の発生は、人も、住居も、道路も、鉄道も、山も川も森もずたずたに切り裂きました。自然が、いや地球そのものが、牙をむいた!?そんな印象の一年でしたが、これは、人々が、これまであまりに安易に性急に「文明」を追い求めてきた「その代償」ではないでしょうか。「文明」は、本来「豊さ」をもたらすはずのものです。本当の「豊さ」とは、どういうものか?、いまこそ深く自問・自省しなければなりません。いまみたいにスピードや効率、マスプロダクションが万能・優先ではなかったころ、人々は、ゆっくり時間をかけ、巧みに自然と共生・調和しながら、住まいをつくり、街を創ってきました。反面、高度成長期、各地に急激に拡大した「タウン」は、ひとつの「街」でありながら、その実状は、「建物・箱物」が雑多に込み合い、「街」としての景観はいまでは決して美しいものとはいえません。個々の庭や塀、エクステリアも不備なら、美しい街並みづくりへの配慮が施されたとは、とても

いえないのが実状です。将来的に人口が減るに伴い、こうした醜い街は終にはゴーストタウンとなりかねません。ですが、バラバラなイメージのこうした既存タウンでも、せめて道路際にも、統一感のある色・リズム・連動性を創出すれば、その街並み価値はぐんと高まるでしょう。

街も豊か、心も豊か! そうなってこそ、優れた「土地ブランド」が生まれるのです。家づくり、街づくりのなかで、「本当の豊かさ」を求める!そこに、私たちの出番があり広い舞台があります。そこで、存分に、私たちエクステリア関係者は、本領を発揮しなければなりません。個々の住まいと暮らしの「外部空間」は勿論、さらには街全体の「外部空間」をも、より快適に!より美しく!する。そして、その空間が人と街のコミュニケーション空間であることを重視し、その啓蒙と具現化に努めなければなりません。それが、当代のニーズなのです。私たちは、そのニーズに応じて「庭」が本来的に持っている「住空間」としての役割と機能を重視し、それにもとづく様々な提案と最適な商品・商材を提供し、また、それらを広く普及・根付かせ、やがてそのソフト・ハードを共に産業としてしっかり確立していく覚悟です。そして常に現場からのフィードバックと遅滞ないレスポンスをいっそう心掛けて参ります。

本年、私たちは、このようなコンセプトにもとづいて各種の商材・商品作りに励む所存であります。来る4月、春の新商品展示会にご期待下さい。

いま、時代は本当の豊かさを求めています。エクステリア業界の役割は非常に大きく、期待も大きい。次代の住空間・街並み空間の担い手として、誇りある業界として地位を高めてまいりましょう。販売工務店様とともに、夢に向かって共に歩みましょう! チャンスは多く! 舞台は広い!

注：清水寺貫主（京都）は、あの「災」の一文字を黒々と書き上げたあと、「転禍為福」と付説して、人々を励ました。

普遍性のある飽きのこないデザインでお客様の心のひだに入ってくるようなものを今後もつくり続けていきたいですね。



永田 等 (ながた・ひとし)

三協アルミニウム工業株式会社
エクステリア建材事業本部長

「スーパー御庭番の達人たち」…②

どう使う？ どう活かす？ ユーザー様のハイレベルな仕事ぶりをレポートし、スーパー御庭番のパワーと活用法をうかがいます。

ノートパソコンでお客様にプレゼンテーション！ 360度好きな角度で見せられるので 説得力があります

「プランが命」だから御庭番は重要な戦力。 施工図面としても使えるのが魅力

それまでOA機器メーカーに勤めていた私が、親父の会社に入社したのは8年前、会社立ち上げから2年目のことでその時に御庭番を導入しました。当社は父と私の2人だけの設計中心の会社です。仕入れと現場管理はしますが、施工はすべて外部の職人と提携して行っています。ですから「プランが命」、御庭番がなくては仕事になりません。現在は、ただ「イメージ」として描くだけなら、1時間もかからずにパース1枚描けてしまいます。ただし私の場合は、その絵が即、施工図面としても使えるように、データを全部入れ込みながら描いているんです。つまり床の高低差や、貼るタイルの厚みなどもきちっと計算して入れていきますから、かなり時間がかかります。たとえばS邸様などは、仕上げるのに17時間ぐらいかかりました。そのかわり、仕上がればもうこれで商品発注から施工指示まですべてできます。そういうことができるのも、御庭番の素晴らしさですね。当社では、御庭番のソフトを入れた専用のノートパソコンを1台用意し、これをお客様のところへ持参し、画面上でプレゼンテーションする…という方法をとっています。こうすると、パースが360度自由な角度で見せられるんです。ですから、「さあ、どうぞ」とお客様にマウスを渡してしまって、自由に触ってもらいます。こうすればお客様は、マウスを操作しながら、ご自分の庭のプランを好きな目線から眺め、検討できるわけです。



群馬県高崎市
有限会社オオシマ様
営業 大高基嘉様

ものすごく喜んで、あれこれ動かしながらご覧になりますね。しかも画面が美しくリアルで、説得力がありますから、決定率が非常に高くなります。

それに、こうすることで、競合した場合のプランの流出を防ぐこともできます。紙で提出していたころは、後でアイデアを流用されてしまうことも結構あり、困っていましたので。

いまでもどんどん改良され 格段に使いやすくなっている御庭番

私が使い始めた当時の御庭番は、現在と比べると、まだかなり使いにくかったですね(笑)。自分である程度プランを詰めてから絵を描かないとうまくいかないようなところがありました。しかしその後どんどん改良されましたから、初心者の方や機械は苦手という方でも大丈夫です。また「こういうパーツがほしい」「こういう部分が使いにくい」といった意見を出すとそれを結構反映してくれますので、最近のバージョンは非常に使いやすくなっていると思います。たとえば、以前は描きづらかったアールのついた塀も、今は簡単に描けるようになりましたね。また、植栽が増えてきたのもありがたいです。樹木が充実していると絵の仕上がりがきれいにできて、とくに女性のお客様に好感を持たれるんです。ですから樹木の種類はもっと増やしてほしいですね。



庭の奥にはサンルーム「プレオーレ」を設置。テラコッタタイルの床と階段が、レンガ造りの建物と調和。



駐車場を兼ねたアプローチ。石を部分的に貼ることで、美しさと予算を両立。



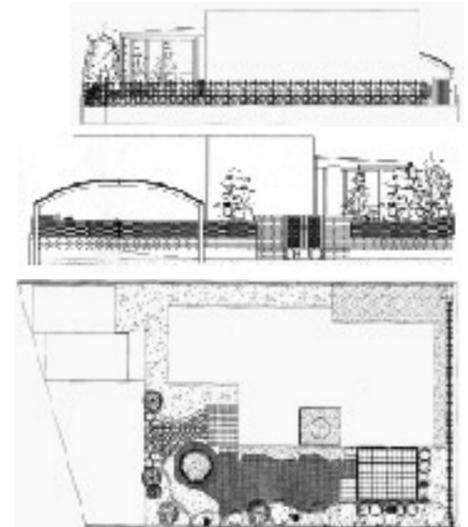
スーパー御庭番は
こんなにリアル！

スーパー御庭番で描いたS様邸のパース。実際の写真と比べると、ほぼ同じイメージに描けています。これだけリアルに提案できれば、お客様にも説得力があるし、仕上がった後の満足度も高いはず

S様邸

建物に合わせて、レンガを中心にした外観 デッキのプラン変更は綿密な打ち合わせで

レンガづくりの建物に合わせて、レンガを多用した外観を希望されたS様邸。「プレオーレ」は通常床が木材のところ、お客様がテラコッタタイルを要望。そこで、プランニングの前にメーカーの担当者やタイルに詳しい職人などと話し合いました。仕様変更してタイルを貼るためには、アルミの柱の何センチ下までコンクリートを打つか…といった細かい施工の問題まで詳しく話を詰め、解決したうえで、プランを描いています。そのため完成度の高い図面になり、施工もスムーズに進みました。



スーパー御庭番で描いた平面図・立面図。きれいな線で正確に描けます

達人のテクニック 1

御庭番のデータをパソコンで見せれば お客様も大喜び！ 商談もスムーズに

大高さんの秘密兵器はノートPC。御庭番のソフトが入ったパソコンをお客様宅へ持っていき、画面でパースをお見せします。「自分の家を立体的にシミュレーションできるので、普通の図面やパースよりもずっとイメージがふくらむようで、お客様に喜ばれますね。話もスムーズに進みます」



スーパー御庭番で描いたS様邸のパース。パソコンの画面であれば、リアルな絵がいろいろな角度から見られ、説得力高し！

達人のテクニック 2

レンガ貼りは段差のあるレンガ1個1個を コピーして位置を決めて描き込んでいく

大高様の「裏ワザ」のひとつ。スーパー御庭番は、総貼りのレンガ塀は簡単に設定できますが、段差のあるレンガが貼られた塀は設定できません。そのため、レンガを1個1個コピーして貼る、という細かい作業をしています。しかも、そのレンガの位置は適当ではなく、後で職人が実際に施工する位置を正確に指示しているのです。「こうしないと、上下のレンガの位置がずれたらおかしいですからね」と大高さん。そのため、1個1個位置を合わせながら描き込まなければならず、根気の要る作業です。「連続した部分はまとめてコピーしたりはしますが、それでも納まりなどを考えながらの作業なので、時間がかかりますね。でも、ここできっちりやってしまえば、施工もこの通りできますから」





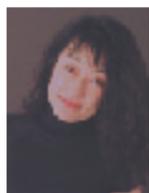
Exterior Color Seminar

色は時代をものがたる 西島 幸子氏

冬の日本海側のどんよりしたグレーの空。
降り積もる雪の白。
厳冬に訪れた北海道、北欧フィンランド、スウェーデンも同様に積雪・新雪・氷などさまざまな白からグレーのバリエーション。
色みのないモノトーンの世界、それは美しいものでした。

冬のイメージカラー 白

色の好き嫌いは個人的なモノと思われがちですが、その個人を取り巻く気候や風土など地域特性を調べてみますと色に関しては、緯度が大きく関係しています。日照の良い地域では暖色系の強い色が、曇りがちの地域では弱く優しい色が好まれ、また美しく見えるようです。建物の外壁をとりましても、千歳空港から札幌市内に向かう車窓から見る住宅の外壁色とヘルシンキ、ストックホルム郊外の住宅外壁色は寒色系パステルトーンでとてもよく似ています。

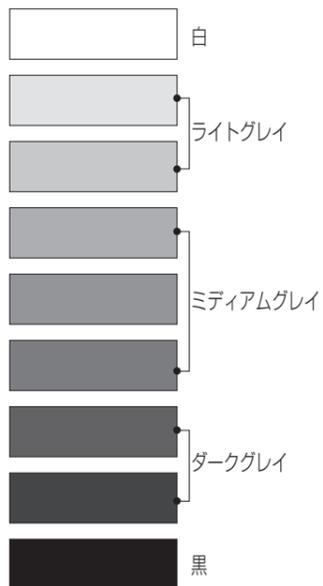


■ COLOR WORKS
西島 幸子 (Nishijima Sachiko)

化粧品会社制作部でパッケージデザイン、デザイン会社等でカラー・パッケージデザイナーを経て1995年、COLOR WORKS設立。
色を切り口とした商品企画・パッケージデザイン・カラープランニングを手がける。
(社)日本パッケージデザイン協会会員
(財)日本色彩学会会員
(社)日本流行色協会会員
著書：COLOR WORKS 花と色のメッセージ 誠文堂新光社
所在地：東京都目黒区自由が丘1-21-7

私たちは色を見てイメージを膨らませ、イメージを色で表したりします。

- 白** 色みのない白はもっとも明るく、純真・清潔・爽やかなどプラスイメージが強い。
- グレー** 最も明度の高い白～明度の低い黒の中間の色。どっちつかずの曖昧、不安定のイメージもありますが、反面、抑制された色ということで都会的・洗練・知的なイメージもあります。江戸時代は「四十八茶百鼠」と呼ばれるほどさまざまなグレー（グレイッシュも含む）が粋な色とされ流行しました。
- 黒** 光を完全に吸収する黒はもっとも暗い色。古今東西問わず、不吉・絶望・恐怖を象徴する色です。しかし、格調のある・あかぬけた・都会的なイメージも強く反応されています。色と色を分離させたり対比させるスタンドグラスや量の縁取り、重厚感、高級感を表現するときにも用いられます。



色は人間の生理や感情に大きな影響を与えます。たとえば同じ大きさ・形の荷物でも、白より黒の方が1.8倍重く感じられるという実験結果がでているほどです。建物においても白っぽいモノは軽快で大きく、黒っぽいモノは重く小さく見えます。白から黒までの間には無数のグレーが存在します。建材でいえばアルミ・ステンレス・コンクリート・石など。モダンでクールに使われることの多い素材ですが、素材も色も組み合わせしだいで豊かな表情が生まれます。



特に白・グレー・黒のモノトーンに準ずる、オフホワイト、象牙色、ベージュ、チャコールグレー、シルバーグレーなどは色と色をつなぐ色として使い勝手がよく、面積によってはベースカラーにもアクセントカラーにもなります。

「ガーデンEX部門 優秀賞」

埼玉県児玉郡
(株)ウッディウォール様



営業・守屋博之様

部長・田中雅俊様

営業・木村さゆり様

基本は飛び込み、下請けゼロ。
「お客様の楽しい思い出づくり」を全力でお手伝い

営業・守屋様

「(今回取材した) Y様邸は、いつものように家々を訪問しているときに、たまたま新築のお宅が目に入り、飛び込んだのがきっかけです。Y様は、他社で決まりかけていたプランがいまひとつ不満だったとのこと。すぐにプランを提出したら気に入ってくださり、トントン拍子に進みました」

営業・木村様

「とにかくお客様とのコミュニケーションを大切にしています。お客様宅に立ち寄るついでに、頼まれればコーヒーとか卵とかを買い物をして届ける…なんてことも(笑)。プランにあたっては、どういうものをお求めなのか、お客様の気持ちを理解して、それをカタチにするお手伝いをしたいと思っています」

創業8年の当社の営業活動は、創業当時から現在まで一貫しています。それは、「ひたすら歩いて一軒一軒飛び込む」こと。

当初は1日200軒ぐらい訪問しました。それでも、最初の1年は採算が合いませんでした。しかし、断られてもともと、ていねいに訪問を重ねれば必ず道は開ける……という姿勢で粘り強く続けてきました。次第にお客様の好みやご家族の情報などを知る機会も得られ、少しずつ信頼関係が築かれ、そのうちにお客様から「門扉を直したいんだけど」といったお話をいただくようになってきたのです。

受注の内訳は、「飛び込み」と「お客様からの紹介」が5:5ぐらいの割合ですが、紹介の方も最初は飛び込みで獲得したお客様ですから、基本はやはり飛び込みです。おかげさまで、ハウスメーカーからの下請けはほとんどしたことがありません。

興味を示してくださったお客様は、当社が過去に手がけた現場にお連れします。時間が許せば2時間ほどかけて、過去の物件をたくさん見ていただけます。それから、お客様のご要望をお聞きしますが、本音を言えば、泊めていただいて一晩中話を聞きたいほど(笑)、それぐらいしっかり話し合っ、要望に添うプランをつくるようにしています。

素材や工法についても率直にメリット・デメリットを伝え、そのうえで最善の選択ができるようにアドバイスします。たとえば「ウッドデッキは頻繁に防腐剤の塗布を。それができないなら他の素材をおすすめします」「コンクリートは必ずヒビが入ります。補修は無料でいたしますが」など。そしてメンテナンスは、アフターサービスとしてきちんとやっています。スタッフは社長以下営業5名、設計3名、事務1名、合わせて9名。実績は月15~20棟です。

モットーは「お客様の思い出づくり」ですね。たとえばテラスひとつでも、そこで遊んだ小さいお子さんが成長し、学校を卒業して、結婚して、お孫さんがまたそこで遊ぶ。そんな家族のかけがえのない場であってほしいと考え、設計しています。



【全景】
建物に合わせてレンガをあしらひ、庭と駐車場を分けて落ち着いた雰囲気。



【高低のついた塀】
「オープンすぎず、閉鎖的にならず」という注文に応えた塀。高低をつけ、何枚も重ねることで変化のあるデザインに。



【2つの入り口】
正門のほかに、駐車場の奥には勝手口が設けられています。買い物の荷物を運び込んだり、普段の生活になにかと便利。

Y様邸

ガーデンEX部門優秀賞受賞

家族構成は、ご夫婦に成人された2人のお嬢様。要所にレンガをあしらった「お城」のような家を新築したので、家の雰囲気合ったエクステリアをご希望でした。そこで外壁の色やレンガ使いで、建物に合わせて塀をコーディネート。「オープンにはしたくないけど、閉鎖的にならないように」という難しい注文も、塀の高さに変化をつけることで解決。手前の道が狭いので、車のスムーズな出し入れを考慮して駐車スペースは少し広めに。そして、スライド式の「ポールゲート」が役立っています。



【門から中庭を見る】
天然石の乱張り道をつくり、芝生を植え込んだ庭。花の好きな奥様のために花壇もつくりました。



【門まわり】
門扉に「アルティーク」が使われ優雅な正門。床の天然石やレンガ塀との調和も見事です。

国体「花のモニュメント」で優勝！

(株)ウッディウォール様の活動は、個人住宅のエクステリアづくりだけではなく、2004年10月に開催された地元埼玉県の「彩の国まごころ国体」では、「花のモニュメント」のコンテストに3パターンを出品。うち1作品は見事優勝に輝きました。また、同時期に開催された、東京・丸の内歩道を植栽で演出する「東京ガーデンジュエリー2004」にも出品。夢のあるガーデンを披露して銅賞を獲得。通行する人々からも「かわいい」「癒される」と好評でした。



埼玉国体で優勝した営業男性チームのモニュメント。



カラフルで楽しい営業女性チームのモニュメント。



埼玉国体100日前イベント。数組のボランティアの方々と協力して制作したフラワーカーペット。

「リフォーム部門 優秀賞」

山口県周南市
(株)アルコア様

競合が多いなか、価格ではなく内容にこだわり「うちでしかできないプラン」で勝負！

創業20年になる当社は、当初はサッシ替えなどの仕事をしていましたが、同じアルミ製品ということでテラスやカーポートの設置から、次第に外構工事全体を請け負うようになり、今日にいたっています。

現在、スタッフは営業2名、事務1名、設計2名。実績は月に10件前後で、すべて個人のお客様との直の契約です。下請けは一切やっていません。

当社では、「いい意味で、驚いてもらえるプランを」と心がけています。たとえば今回のO様邸のように、普通はなかなか使わない和風の瓦をアクセントに使ってみたり、スロープの内側に花壇をつくって意表をついたり。そういった「うちでしかできないアイデア」を提案するようにしています。お客様との話し合いでは、初回が勝負だと思っています。最初の図面で相手を驚かせ、これはいい！と納得していただき、2回目3回目は手直し程度ということが多くですね。というのも、うちが手がける物件は必ず競合がありますから、他社とは違う良さをアピールしなくては勝ち残れないのです。競合となると、価格で勝負してくるところもありますが、当社はあくまでも内容第一で、「安いのがよければ、よそでどうぞ」という気持ちでやっています。

販促活動は、タウンページに掲載しているぐらいで、新築の家をみつければ飛び込みもやりますが、それ以外これといった活動は行っていません。最近では、以前手がけたお客様からの紹介も増えてきています。今後のデザイン傾向として、シンプルモダンがまた来ていると感じますし、新和風にも注目しています。街並みや雑誌を見るなどして、新しい情報はつねにキャッチしていきたいと考えています。



エクステリアプランナー
岩村 倫之様



[全景]
和洋折衷の建物に合わせて、和風の端正なエクステリアを演出。カーポート「カムフィ」も落ち着いた重厚な雰囲気と一役買っています。



[アプローチの花壇]
緩い勾配でぐるりと回ったアプローチ。手すりの内側に花壇を設けて、歩く人の目を楽しませる心づかいがうれしい。



[2つのアプローチ]
正面には階段、脇にはスロープと、2つのアプローチがあることで、住む人にやさしく、デザイン的にも変化のある前庭に。

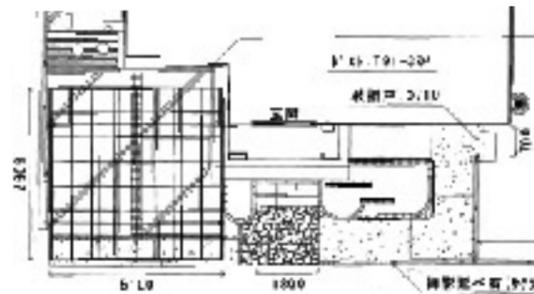


[玄関正面]
左の円形花壇にはコロ石、塀には和風の瓦をあしらうなど、さまざまな石材や素材の使い分け、斬新な「和」の空間を提案。



O様邸

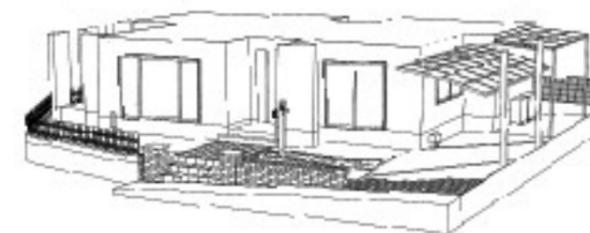
杖で歩行されるご主人のために、玄関アプローチは階段とは別にスロープを設置。スロープを歩きながら楽しめるように、スロープの手摺に沿って花壇もつくりました。手摺は「エトランポ」を採用。駐車場は2台分欲しいとの要望に応え、「カムフィ」でダイナミックなカーポートを設置。住まいに合わせて全体を和のイメージでまとめましたが、旧来の和風ではなく、高低をつけた石組みなどに斬新さが感じられる和洋折衷スタイルで、おしゃれなオープンエクステリアが完成しました。



K様邸



定年退職を機に大阪から引っ越してこられたK様の、第二の人生の家。ご要望だった「正面の庭はできるだけ広くオープンに」「ベンチがわりになる塀が欲しい」「裏庭に坪庭を」がことごとく実現され、大満足のご様子です。カーポートは「ラフル」、その奥のテラスは「ナチュラル」。そのライトグリーンの色合いが、屋根と見事にカラーコーディネートして、優しいアクセントになっています。



[室内から坪庭を眺める]
裏庭の限られたスペースをうまく利用。落ち着いた雰囲気のある坪庭を室内から堪能。

[駐車場から前庭を見る]
低い塀でオープンな前庭。芝生と低い灌木でグリーンを絶やさないようにしています。



[錆物フェンス]
門の左側に設置された錆物フェンスは、建物の風格を上げてくれると、お客様も大満足。



[ベンチを兼ねた塀]
門の右側の低い塀は、実はベンチを兼ねたもの。近所の方とここで気軽にお喋りできます。



営業も設計も兼ねて、プラン～施工～アフターまで一軒の家とトコトンつきあうのが強みです

「複数の視線で」
先輩の女性たちにアドバイス

「女性は鋭いデザイン感性を持っていますが、施工上の納まりや詰めが甘い場合も。ですから、現場の担当者によく話し合っ、一方通行にならないように。この仕事はチームワークが大切だと思います。私自身、若いころは自分の思いが強すぎて、『どうしてわかってこないんだろう』『アールに設計したのに、なぜ四角く施工しちゃうの?』と不満な面も…。しかし現在は、複数の目で判断しながらつくり上げるほうが、バランスのとれたものが完成することを実感しています」



エクステリアプランナー
森本明美様

当社は創業14年。スタッフは営業兼設計が3名、工務が1名、事務が1名です。営業と設計を同時にこなすので、仕事は忙しく手離れも悪いですが、一軒のお宅と最初から最後までおつき合いできますから、プランの修正やアフターまでキメ細かくフォローできるのが強みです。実績は年間120棟前後です。現在、受注の比率は、ハウスメーカー3：工務店3：個人のお客様4ぐらいで、個人のお客様の割合が少しずつ増えています。個人のお客様は、以前手がけたお宅のリポートや、そのお宅からのご紹介が中心です。打ち合わせは、1回目が叩き台、2回目で方向づけをして、3回目で決めることが多いですね。あまり長引くとかえってまとまらないので、3回目には最善のプランを決め込んで、提案します。そのほうが、お客様も決めやすいみたいです。基本はあくまでも「お客様のご希望」で、私たちはそれにちょっとアイデアをプラスするだけ……ということは、つねに忘れないようにしています。デザインをする際、気をつけているのは「フォーカルポイント」を決めること。主役と脇役をはっきりさせると、空間にメリハリがつきます。また、色には気を使い、配色や分量などバランスを大切に組み合わせています。広報活動としては、チラシをつくってポスティングするといった地道な作業を続けています。最近ホームページをつくりましたが、そこからの問い合わせも増えてきています。また、工事がすんだお客様宅には、和紙の葉書で手書きのお礼状をお送りしています。時がたつて生活が変わればリフォームも必要になるだろうし、お友達のご紹介もあるかもしれません。ですから、お客様とは息の長いおつき合いをしていきたいと考えています。ちなみに、当社は社長が大の三協アルミファンで、三協アルミさんの製品はよく使わせていただいています。「製品がしっかりしていて、クレームがない」というのがその理由。また、最近はカラーも豊富になり、斬新なデザインも増えてきて、幅広い年代層に受け入れられるようになってきていると感じますね。

Before



【狭い駐車場】
リフォーム前は駐車場が狭く、1台しか駐車できなかったのが不満でした。そのため2台分の広い駐車場をご希望に。



【全景】
白い塀に松の木…という典型的な和風エクステリア。和の雰囲気は残しながら、もう少しモダンな感覚にリフォームしてほしい、というのがお客様のご要望でした。



【アプローチ】
せっかく開口のある庭なのに、駐車場も門も独立しているため、それぞれが狭苦しく見えてしまっています。アプローチや駐車場の動線もやや窮屈で動きにくそうです。

M様邸

リフォーム部門優秀賞受賞

以前、前庭には立派な松の木と車1台分の駐車場がありましたが、リフォームにあたって出されたのが「2台分の駐車場を」という要望。そのため松の木を取り除き、アプローチも兼ねた2台分の駐車スペースを確保しました。駐車場の屋根には「Uスタイル」を採用。重厚な梁が、建物のグレード感と見事に調和して落ち着いた、たたずまいを見せています。ご主人も「うん、いいね!」と大満足とのこと。道沿いの白壁の塀は既存のもので、それに新たに竹垣を組み合わせ、バランスのとれた和風エクステリアを実現。竹垣は、樹脂竹垣の「紗更」です。

After



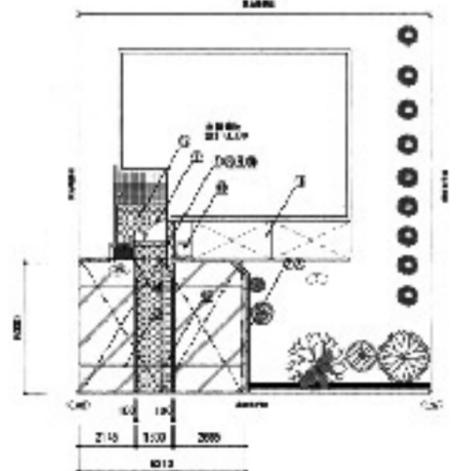
【全景】
塀の一部を残し、前庭の左側半分スペースを使って、アプローチを兼ねた2台分の駐車場を設置。「Uスタイル」の重厚感のある梁が和風住宅に美しく調和しています。既存の塀の白、瓦や石垣のグレー、竹垣のベージュ、門扉や駐車場屋根のダークな色調と、絶妙な色の配分は森本様ならではのセンスです。



【アプローチ】
駐車場の屋根のおかげで、雨でも濡れずに家に入れます。敷き詰められた小砂利は緑や紫の絶妙な色調で、ご主人のお気に入り。



【門から玄関へ】
風格ある門。門扉は「ニューカムフィ」、竹垣は「紗更」を採用。シンプルなラインにモダンな和を感じます。



分譲地開発+建物+エクステリアまで
不動産会社と二人三脚で。
シンプルなオープン外構を1軒ごとに個性的に演出

昭和49年に建設会社としてスタートした当社ですが、母体はその6年前に創設した不動産会社で、両社で協力しながら業務を行ってきました。商圏は松戸市を中心に車で1時間半圏内が中心です。とくに松戸市内では、不動産部門が10~30区画程度の分譲地を開発し、建設部門がその建物と外構を設計施工しています。建物は建て売りではなく自由設計で、エクステリアもお客様のご希望に応じてプランしますから、1軒1軒の個性を大切に、お隣とは違う演出を心がけています。そのうえで、全体では街並みとしての統一感が出るように、色調や雰囲気などに気を配って設計しています。

当社の強みは、なんとといっても土地分譲・建物設計の時点から関われること。「駐車場に車をどう入れるか」という問題でも、家の間取りやアプローチの位置も考えながら進めることができますから、既に家が建っている場合と比べて、よりの確なプランニングができると自負しています。

デザインは、CADでなくフリーハンドで描いています。そのほうが手描きの温かみや、やさしさがあっただけでお客様のイメージが広がるように思うからです。それに、各分譲地にはモデルハウスを1棟建てますので、手描きのパース画ではわかりにくくても、モデルハウスのエクステリアを見て実感していただけますから。

スタッフは、エクステリア部門で監督3名、デザイン1名、営業5名です。実績は年間70棟、年々分譲住宅の割合が増えています。分譲住宅のお客様は30~40代の方が多く、エクステリアの好みは「シンプルなオープン外構」が圧倒的。三協アルミの門柱や門扉はデザインが都会的で、モダンからクラシカルまでパリエーションも多く、お客様の満足度も高いですね。

オープン外構は、玄関まで行かないとインターホンがないといった不便なプランになってしまう恐れもあります。ですから使い勝手や動線にもしっかりとこだわり、インターホンの位置やアプローチの形状なども含めて機能的なプランを提案するようにしています。



設計担当
小笠原史隆様



【全景】レンガ調の建物に合わせて、ベージュを基調に演出。階段下の洗い出しをグレーにしたので、コンクリートの駐車場とのつながりもスムーズ。

Y様邸

建物の設計からのおつき合いで、すっかり信頼していただき、エクステリアは「すべてお任せ」でした。建物のカラーに合わせてベージュを基調にし、機能門柱「アルティーク」でクラシカルな雰囲気を出して、若々しいなかに落ち着きのあるエクステリアを実現しました。



【門柱がアクセント】クラシカルでおしゃれな機能門柱「アルティーク」が、シンプルなエクステリアのアクセントになっています。



【アプローチ】階段は暖かいテラコッタ調タイル貼りで、広めに取り、段々に鉢や飾りものを置いて、訪れる人を楽しくいざなう雰囲気を。



【全景】五角形という変形の土地に、さまざまなフェンスやゲートを適材適所に使い分け、機能もデザインも満たしたエクステリアを実現。

F様邸

五角形の角地という変形敷地を利用して、カーポートの入り口と玄関アプローチを別々にとったプラン。玄関アプローチは、段々の手摺に「エトランポフェンス」を使用。機能門柱「プラウディ」のダークな色調がアクセントになって、全体を引き締めています。



【カーテングート】駐車場の入り口は軽快に開け閉めできるカーテングートを設置。フェンスで仕切った左隣も駐車スペースなので、来客にも便利。



【アプローチ】門→階段→玄関が(ランスよくまとまって、フェンスや門柱が空間を区切っているため、オープンすぎず落ち着いた雰囲気。



【全景】前庭の床材を区切ることで、右側をアプローチ、左側を駐車スペースに。門まわりの色や雰囲気は建物と見事に調和しています。

【風格のある門まわり】ユニット門柱「オルディーニ」と鋳物門扉「ジョイラル」の組み合わせ。家の顔としての風格を備えています。

M様邸

前庭にアプローチと駐車場を設けたM様邸は、床材を分けてそれぞれのエリアを演出。洋風の建物に合わせて、門には、ユニット門柱「オルディーニ」を採用。鋳物と石造り風の重厚なたたずまいが、エクステリアにクラシカルな風格を感じさせてくれます。

M様邸

「コストダウン」と「オープン外構」がお客様からのご要望。モデルハウスだったスタイリッシュな建物に合わせて、シンプルでモダンな雰囲気にまとめました。門柱もツートン色の機能門柱でシャープなイメージに。裏手には防犯のため、侵入すると踏み音がするように、玉砂利を敷いてあります。



【アプローチ】シルバーの機能門柱のシャープなイメージが、この家のシンボリックな存在に。玄関ドアのブルーとも絶妙にマッチしています。



【防犯を兼ねた玉砂利】「外構がオープンだと防犯が心配」とお客様の声を聞き、踏み音がする玉砂利を敷いて安心感を。

【全景】斬新なデザインの建物に合わせ、外構もシンプルモダンに。限られた予算のなかで高級感が出るように、素材使いにこだわりました。

楽しみながら切磋琢磨。群馬御庭会は熱かった！

9年前に発足して以来、2か月に一度会合を開き、ユニークな講師を招いての講演会や、三協アルミ本社工場見学、花博の見学旅行など、精力的な活動を続けている「群馬御庭会」。12月8日(水)に前橋東急インで開かれた総会に、EX.VIEW編集部が潜入！充実と親睦のひとときを徹底取材しました。

総会… 次期会長は大島様に

総会は午後3時にスタート。平成15年度の事業報告・決算報告、三役選出、16年度の活動計画案などを話し合いました。新会長には(株)オオシマ・大島和則様、副会長には陽光産業(株)・田中泰雄様、庭工房ishikawa・石川幹男様、会計には(株)グンテック・小島良之様が選ばれました。尚、従来会長を務められた(株)名正の加藤様は名誉会長に就任されました。「こういう会は会員の皆様の出席がないと成り立っていきません。三協アルミの担当の方々とよく相談しながら、皆様が喜んでいただける企画を立てていきたいと思っておりますので、ぜひ1年間よろしくお願ひします」と大島新会長より挨拶され、満場の拍手で迎えられました。



三協アルミの次期新製品は？

続いて、三協アルミ本社の北崎課長より、最近の市場動向と、来年度の新商品についての概要説明がありました。

今まで並列型が主流だったUスタイルはさらにパワーアップ、L字に駐車できるタイプのものを発表。

マイパティオは、縦格子タイプを追加。

カジュアル住宅に向けて発売した「ラフル」に続き、ナチュラル素材のベーシックな住宅向けに、「マイリッシュ」という扉や機能門柱の新シリーズを提案。



三協アルミの来期新製品の概要説明。いち早くホットな情報と熱気のこもった雰囲気でした。

経営学の専門家による講演会

続いて講演会です。今回は高崎経済大学大学院・経済経営研究科教授の茂木一之教授が「転換期における経営者の役割」について講話されました。「つくれば売れる」「会社はつぶれない」「業界の順位は変えられない」といった甘い認識で組織が硬直するなか、経営者はどうあるべきか。自らを変え、組織を変え、社会を変えていく姿勢が必要である……という示唆に富んだ内容でした。とくに、「なぜ人がついていくか。なにが人を惹きつけるか」というテーマで、6人の戦国武将を例にとった“人を惹きつける力”のエピソードが面白く、参加された皆様もうなずきながら聴き入っていました。



厳しい社会情勢を生き抜く経営者として学ぶところの多い講演に、皆様の目つきも真剣そのもの。

茂木一之教授

懇親会で楽しく情報交換

午後6時からは懇親会。先ほどまでの真剣な雰囲気とは違って、和気あいあいとした歓談が行われました。

群馬御庭会は、2か月に一度コンスタントに研修会や講演会などの会合を開いています。出席率も高く、会合を通じて親睦を深め、情報交換をしたり仕事上で協力し合うなど、お互いの関係も非常に良好だとのこと。さらに若手会員の皆様が結成した「御庭番オペレータークラブ」(通称ジュニア会)も、積極的に勉強会などを続けています。

「来期も面白い講演をして頂こうと、いまからいろいろ人選を考えています。京都のような古都の庭の見学会もできたらいいなと考えているところです」と大島会長。これからも群馬御庭会の活動から目が離せません。



EX.VIEWの12号(2001年)の座談会でご紹介した若手グループ「御庭番オペレータークラブ」の皆様は、いまも仕事で協力しあったり、飲み会を開くなど公私ともに良い付き合いが続いているそうです。

スーパー御庭番 VER 6.5 リリース!

2004年12月にスーパー御庭番の新バージョンVER 6.5をリリースしました。VER 6.5では、新プレゼンテーション機能の追加、植栽図鑑CD-ROMの提供など、提案力の向上を目的とした機能アップを行っています。

パソコン上で施主様にプランの提案ができる新プレゼンテーション機能を追加!



VER 6.5では、パソコンを使って施主様にプレゼンテーションができる「Exterior Gallery」を追加しました。この機能では、物件の完成イメージや変更イメージ、プラン使用商品の画像やこれまで手がけた施工物件を紹介できます。



カーポート「G-1」など、秋の新商品を追加。

ライブラリー、カラー素材を多数追加。



モノクロの図面も効果的です。色がないほうがイメージが固定しない良さもあるので



群馬県前橋市 株式会社 名正様 営業部 矢端真太郎様

御庭番を使い始めて5年目です。もともと大学では建築を専攻していましたし、その後ハウスメーカーに勤めていたときは建物関係のCADを触っていましたので、御庭番にもすぐに慣れました。御庭番の魅力は、無限の可能性があるということ。建物以外は何でも描けるのがうれしいですね。それに私は凝り性なので、御庭番に入っていない部材は自分でつくってしまうこともあります。たとえば、当社では一般住宅の外構だけでなく公共事業も扱っているため、その図面も御庭番で描いているんですが、本来入っていないガードレールなどもつくって描き込んでいます(笑)。でも、実は私の使っている御庭番はモノクロだけのものなんです。カラーを導入しないかと何度も言われているんですが、モノクロの良さもあると思っているので……。なまじ色がないほうがイメージが固定せず、色合いの違いで問題になることもありません。モノクロの絵に色鉛筆で彩色したりすると、これもまた雰囲気が出てなかなかいいんです。お客様へのプレゼンテーションというのは、あまりハッキリと見せてしまうと、もっともっととキリなくなるので、想像の余地を残しておいたほうがスムーズに話が進む場合もあるんです。

現在は、多いときは1週間に図面だけで2~3件こなしています。お客様の要求を反映したうえで、施工のしやすさなども考えながらプランするので時間がかかりますが、御庭番だと早くスムーズに描けるので助かっています。また、複雑な面積や長さ、そこに使うレンガなどの数量も御庭番だとすぐに使えますから、見積もりがつくりやすいのもありがたいですね。休みの日は、3才と1才の娘たちと公園で遊ぶのが一番リラックスできます。お寝み前にブチュッと挨拶したり…本当に可愛くて、一緒にいると疲れが癒されますね。



EXTERIOR VIEW 2005
Vol.23