

エクステリアを単に外から見るのではなく、建築と一体化して敷地全体をデザインしているのが建築家でありガーデンデザイナーでもあるアトリエ六曜舎の湯浅剛さんです。そこで、建築的な視点から庭と建物をつなぐものは何か、居心地よい自在空間はどうすればつくれるか、そのスタイルを語っていただきました。



道路に面した和室には、道からの視線を遮りながら外の風や緑を楽しめるように、縦格子を張りました(A様邸)



建物でL字に庭を囲み、デッキを設置。どの部屋からも庭が見えて、明るく広々とした開放感があります(K様邸/右の写真も)



トプライトから光と緑が降り注ぎ、戸外にいるようなサンルーム。庭木は落葉樹なので夏は日を遮り、冬は葉が落ちて日だまりをつくります。

光と風と緑、 建物に「外」を取り込む

湯浅 剛 <アトリエ六曜舎>

建物も庭もトータルにデザインしたくて イギリスでランドスケープを学ぶ

建築家は、このへんに大きな木があったらいいな...ということはあるんですが、それを何の木にしたらいいかとなると、結構わからない人が多い。建築事務所にいた僕がなぜイギリスにランドスケープを学びに行ったかという、住宅を設計していても、庭のことになると「ここはこんな感じの落葉樹で」程度のことしかわからなかったんです。こんなに知らなくていいのかな、というのが出発点にありました。

もともと、僕のなかには「建築は建築、庭は庭」ではなくて、「敷地全体をデザインする」という考え方が強かった、ということもありました。

イギリスに留学して戻ったら、ちょうど日本はガーデニングブームで、しばらくは庭関係の仕事が中心でした。ところが庭だけをやっていて、プランニングの面でも建物のデザイン面でもストレスがたまるんです。それで、現在ではエクステリア単体でなく、建築も庭も一体で請け負うようにしています。

ガーデニングブームがもたらしたものの 街並みとの調和をもっと考えて

ガーデニングブームの前と後では、庭づくりのシステム自体が変わってきていると思います。

ブーム以前は、それほど庭に目が向けられず、造園家の人たちが、お客様のニーズはあまり聞かずに「50万円で作ります」という感じで和の庭を中心につくっていて、多分お客様も納得していない部分があったのではないかと思います。

それがガーデニングブームになって、雑誌などからいろいろな情報が入ってきて、もっと違う庭がつけれるということがわかってきた。また、たとえばバンジューの鉢植えをたくさん並べたところで、単なる「園芸」だけではイギリスの庭にはならない。そういうことも少しずつわかってきました。

なので、ガーデンブームとか、イングリッシュガーデンの流行とかは、エクステリアというものを認識し、外に視野を広げるきっかけとしては非常に良かったと思います。

ただ、地中海風とかイギリス風とか、その「○○風」にはちょっ

と拒否反応があります。イギリスで実際に学んで悟ったのは、たとえばイギリス風というのは、イギリスでやるからいいのであって、日本でイングリッシュガーデンというのはどうなのでしょう。文化も気候も違えば、植栽も違う。日本なら日本に合ったアレンジをしたほうがいいのではないかと。

それに、外観がまわりの家並みから浮いてしまっていてはよくないですね。個性は大事ですが、突出するのはいいことではない。街並みとしての「調和」や「バランス」が大事です。

イギリスで学んだランドスケープというのは、ただ庭だけでなく、街並みや環境まで含めたカテゴリーでした。そういう広い視野をもってデザインしていく必要があると思います。

建物で囲んだ中庭をつくれば プライバシーを保ちながら開放感を味わえる

建築サイドの話になりますが、僕はできるだけ外の自然を取り込んだ建物をつくりたいと思っています。光や風が入り、庭の緑を感じられる住まいは、四季の変化を感じたり気持ちを癒してくれる

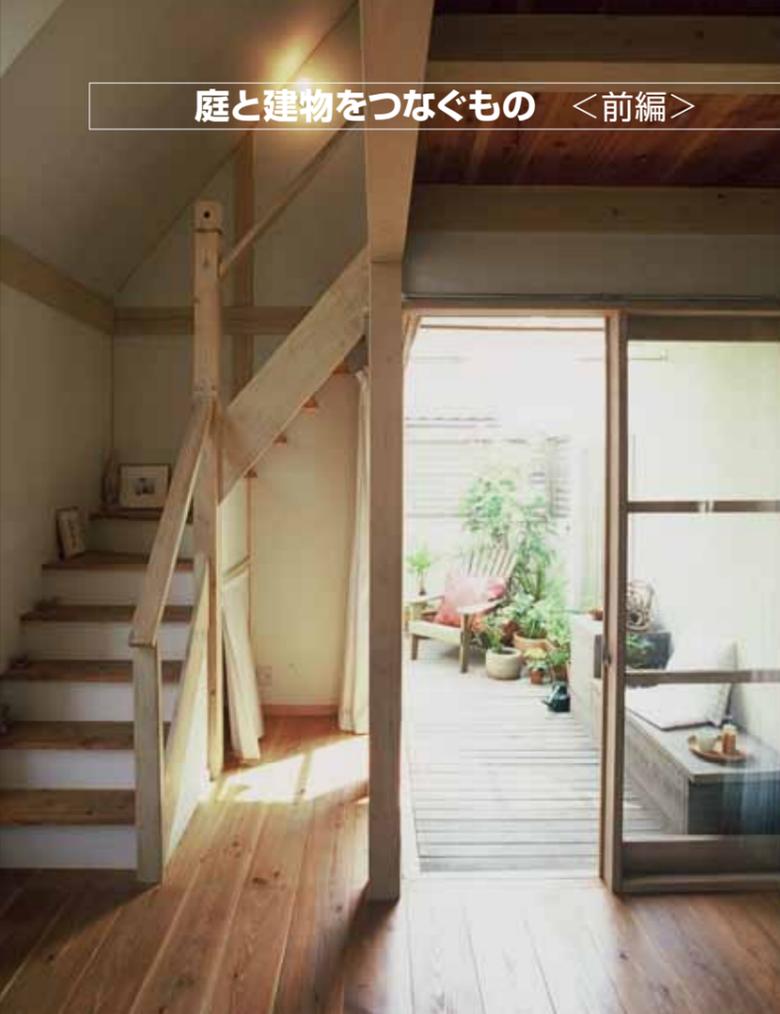
など、いろいろとメリットがありますし、なんといっても住み心地がいいですから。

この「外を取り込む」という概念をカタチにするために、現実的には、たとえば建物をL字やコの字型などにして、くぼみに中庭をつくるという方法をよくとります。

建築から考えると、中庭というのは非常に室内とのつながりのいい空間です。部屋から庭が見えるだけでなく、庭を介して他の部屋も見え、そこにいる家族の気配も感じられる。窓を開ければより密接なつながりを感じることが出来ます。

また、掃き出しの大きい窓などをつければ、室内が実際よりはるかに広く開放的に見えるのも大きなメリットです。そのくせ、半ば閉じられた空間なので、プライバシーも守れます。

たとえばK様邸(上の写真)。道路に面した北側の建物は、防犯上もプライバシーの面からも閉鎖的になっています。その分南側の一角に庭を広めに取り、お施主様の「家のどこからも庭を眺めたい」というご希望に添って建物をL字に構成。リビングから、ダイニングから、サンルームから、すべての部屋から庭が見られるようになっているのです。



2階のリビング。室内のスペースを1坪削ってデッキを広く取ったことで、外に向かって広がりがありました(湯浅氏自邸/P.3~4の写真すべて)



2階のデッキ。隣家側には目隠しのフェンスも設置。落ち着いてくつろげるアウトドアリビングになっています。



どこまでが室内でどこからが戸外かわからない曖昧な空間。デッキと室内を気軽に行き来できる自由さと開放感が魅力。



シンプルでナチュラルな外観。木製のラティスやパーゴラなどで道からの視線をさりげなく目隠し。2階の左側が写真のデッキ部分です。

建具を引き込むと、
開口部が完全にオープンになって
室内と戸外とが一体化します。
床レベルも同じで、
裸足で気軽に出られます。



建具は全部引き込めるので、引き込むと開口部が完全にオープンになって、室内と庭とが一体化します。広いデッキには2カ所に穴を開けて、もともとあった木を残しました。

この木は落葉樹(モミジ)で、夏場はほどよく日陰をつくってくれるので涼しく、冬は落葉するので部屋まで明るい光が入ってきて、暖かい日だまりをつくってくれます。まさに、家の中に居ながら、庭を楽しめるのです。

「内」と「外」の境界を曖昧にすると人は自然と外に出ていく

庭がなくても、外を取り込むことはできます。

たとえばわが家の2階のリビングダイニングルームですが(上の写真)、あえて部屋の一角を1坪分だけ凹ませて、その分をデッキスペースにあてています。普通は少しでも部屋を広く取りたいため、こういうことはあまりやらないんですが、実はこの1坪分の空間が非常に効いています。部屋は狭くなっているはずなのに、逆に、むしろ非常に広がりを感じるのです。

外の部分はウッドデッキです。ウッドデッキのメリットは、何かに履きかえたりしなくても、素足で気軽に出やすいということ。しかも室内の床と同レベルにしたので、室内の延長の感覚で、外に出るという意識がありません。

窓を開けると、どこまでが室内で、どこからが戸外かわからない曖昧さ。こんなふうに、内と外との境界を曖昧にすると、人はごく自然に外に出ていくものです。

真夏の暑いときなど、子どもたちは、ここから足だけデッキに投げ出して寝ころんだりしています。ちょっと行儀は悪いですが、これ、ものすごく気持ちがいいんです(笑)。

この階にはクーラーがありませんが、四方に風が通るように設計したので、夏でも快適に過ごせます。デッキ部分には一部に軒もありますので、雨の日に洗濯物も干せて便利です。

道に面した部屋は、窓の外に格子を張って視線を遮りながら、外の緑を楽しむ

広い庭が望めない都市部の住宅などでは、プライバシーを守りながら「外」をほどよく取り込む工夫も必要です。

たとえば、A様邸(P.1の写真)は、道に面した門の正面の位置に和室があります。この和室を締め切った部屋にせず、できるだけ外を感じられる場所にしたい…というご要望に応じて、和室の窓の前面を細い縦格子で覆いました。道からの視線を遮りながら、風も通り、表庭の植栽も楽しめます。

この格子は建築の一部としてつくられたものですが、建物に組み込まなくても、後付けでラティスやフェンスなどを取り付けたり、あるいはパーゴラを立ててつる植物をからませるなど、さまざまな目隠しのアイデアがあると思います。

また、エクステリアメーカーから、建物に合うナチュラルな木質系のスクリーンや目隠し部材などいろいろ出てきていますので、そういったものを利用してもいいですね。

外だけでなく、中だけでなく敷地全体を「どう使いたいのか」考えて

エクステリアやガーデンプランナーのみなさんに心がけていたきたいのは、外だけでなく、内だけでなく、空間全体を考えながらプランするという事です。

室内からの見え方であったり、どこから外に出るか、室内と外をどうつなげるかなど、実際にお客様が「庭をどう使いたいのか」を考えることが大切です。そして、お客様と庭との接点をできるだけ多くしてあげる工夫をしていただきたいと思います。

とはいえ、エクステリアを設計する時点で、もう建築工事が終わっていることが多く、庭のことをあまり考えずに設計された建物もあって、エクステリアを担当する立場としてはストレスを感じる場合もあるのではないのでしょうか。

たとえば、うちで庭だけを設計したお宅で、庭に面した部屋に腰高の窓しかないというケースがありました。これでは気軽に庭いじりができません。幸いまだ建築途中だったので、「ここから出られるようにしてください」と、窓の一つを掃き出し窓に変更してもらい、庭への出入りができるようになりました。

庭を設計するさい、早い時点で建築図面などをもらっていたら、こういった変更もきく可能性がありますので、なるべく早期の段階から話し合いに加わるのが理想です。



ゆあさ・つよし
湯浅 剛 一級建築士

- 1965年 大阪府生まれ
- 1988年 京都工芸繊維大学工学部建築学科卒業後株式会社一色建築設計事務所入所
- 1992年 同退社後英国留学
- 1994年 グリニッジ大学ランドスケープ学科卒業
- 1995年 妻・景子とともにアトリエ六曜舎設立 住宅とランドスケープの設計を中心に活動

(社)日本建築家協会会員
昭和女子大オープンカレッジ講師(97~03年)
法政大エクステンションカレッジ講師(98~05年)
著書「ガーデンデザイン入門」(農文協)ほか

次の「庭と建物をつなぐもの <後編>」は、「庭で何をしたいのか」と題して、団楽、回遊、読書…
楽しみ方に合わせた庭づくりのヒントを伝授します。
お楽しみに!

事例ノート. CASE1

岩手県岩手郡
株式会社 トータルエクステリア 様

同業6社で「庭案倶楽部」をつくり、ガーデニングショー開催など 地元・盛岡からの発信に情熱を注ぐ

創業は平成4年。それまで勤めていた不動産・建築・外構工事会社から、外構部門をのれん分けしてもらい独立。当時はハウスメーカーなどからの紹介が中心でしたが、7~8年後に新築需要が落ち込んだのがモロに響き、売り上げが3割落ちました。他力本願では危ないと身にしみて、エンドユーザー様へ直接発信していくことを決心。すぐに展示場をつくり、お客様を呼び込む作戦を開始しました。それはイベントの仕掛け。「東北ガーデンデザイナーのパネル展」を企画し、タウン誌に告知したところ、人がわあっと集まりましたね。



代表取締役
伊藤良男様

こういったイベントはその後も年に3回ほど開催しています。スタッフは、営業が私を含めて2名、デザイナー1名、経理1名です。実績は月に10~15件、お客様はエンドユーザー様が7割で、そのうち7割は口コミでいらして下さっています。

デザインで心がけているのは、古びてなお味の出る自然素材を組み合わせる事。また、お施主様が庭に出ていじりたくなるように、花壇などにあえて未完成の部分を残すこともあります。

また、実物を見るのは何よりの勉強だと思っていますので、東京や全国各地の展示会や話題のガーデンなどは社員にも精力的に行かせて、情報収集しています。

しかし情報を受け取るばかりでなく、地方からも発信していきたい。そのためには業界のレベルアップが不可欠と考え、4年前から「同業者はライバルじゃない」を合い言葉に、「庭案倶楽部」を結成。同業6社が2か月ごとに集まって、各メーカーの勉強会や、共同でのチラシ制作などを行うほか、いずれは地場の南部鉄器でオリジナル門扉なども製造したいと考えています。

さらに、去年からは盛岡の公共施設を会場に、大規模な「ガーデニングショー&ペットフェスティバル」も企画。とくに今年6月に開催された2回目は、三協立山アルミをはじめ各エクステリアメーカーからも新製品を出品してもらい、10ブースものモデルガーデンで構成。3日間で12,549人の入場者を記録して、東北最大規模のイベントになったと各方面から評価されました。



庭案倶楽部では共通チラシも作成、各々の社名を入れて販促や誘店に活用しています。



「ガーデニングショー&ペットフェスティバル2007」は地元発行の雑誌「住まいnet岩手」でも話題に。

さまざまな素材でアプローチを展示

店の前の小さな展示スペースでは、天然石・レンガ・タイル・枕木・コンクリートなどでさまざまなアプローチを提案。植物もふんだんにあしらわれ、雰囲気のある庭づくりの参考になりそう。



【エクステリア全景】
建物、塀、カーポートがバランスよくまとまった美しい外観。塀は高級感のあるレンガ風のブロックを採用。建物とは対照的な明るい色でアクセントに。

明るい塀とダイナミックなカーポートがアクセント I様邸

クローズ外構を希望されたI様邸。建物のダークな色調をあえて使わず、塀を明るい色にしてコントラストをつけ、外観にメリハリを持たせました。カーポートはG-1を採用。セキュリティを考慮して前面に跳ね上げ門扉エクモア1型ワイドも設置。家の前は塀でしっかりと囲いながら、カーポートの奥に庭の一部が見え隠れする、クローズになりすぎないエクステリアが完成しました。



【アプローチにはロードヒーター】
何度か折れ曲がり、外からの距離感をもたせたアプローチ。ピンク色のタイル部分は床下にロードヒーターが埋め込まれ、雪を溶かしてくれるので、雪かきの手間もなく安全に歩けます。



【カーポートから庭へ】
カーポートの奥には家庭菜園が設けられ、夏場は収穫を楽しまれたとか。さらに奥は中庭に通じています。



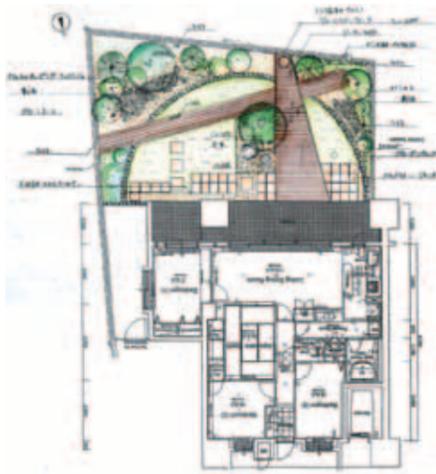
【玄関へも勝手口へも】
カーポートからは玄関（左側の奥）へも勝手口（右側のドア）へも行き来がスムーズ。とくに勝手口は車から濡れずに荷物などを出し入れできます。



【カーポート】
跳ね上げ門扉を上げたところ。電動式なので操作はスムーズです。カーポートは積雪も考えてG-1を採用。直線的で力強いフォルムが建物や塀とも調和しています。

マンションの専用庭に「橋」をめぐらして
T様邸

盛岡は市内に川と橋が多いことで有名。その美しい情景をマンションの専用庭に再現。交差する木のデッキを橋に見立て、中津川を遡上する鮭を小石で表現するなど、遊び心満載の空間になりました。室内から眺めるだけでなく、外に出てデッキを歩いたり、テラスで家族団楽を楽しんだりできる、アクティブな庭でもあります。



【庭の全景】
芝生の中に、橋に見立てた木のデッキが交差するという、ユニークな構成。要所にあしらわれた天然石や植木は和のテイストのものが多く、新和風な感覚の庭に仕上がっています。



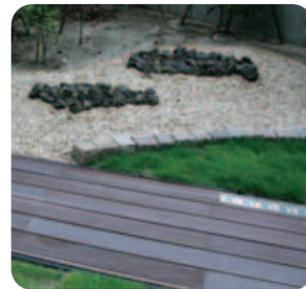
【庭から家を見る】
中央のデッキからリビングの方を見たところ。デッキはリビング前のテラスにつながっています。アウトドアでの団楽も楽しめそう。



【フォーカルポイント】
庭の中央を貫くデッキの先には横格子のヴェールラインがあしらわれ、和の落ち着いた感じさせるアクセントに。



【石のあしらい】
石も小ささまざまな使い分けて、こんな存在感のある一角を。



【鮭、ソーラー照明】
中津川の鮭を黒石で表現。地元ならではの遊び心が楽しい。デッキについているのはソーラー照明。



【床材で庭に変化を】
木のデッキ以外にも、飛び石を置くなどして、庭のあちこちを歩けるように工夫。さまざまな床材を使い分けて変化をつけ、マンション専用庭の狭さを感じさせません。

事例ノート. CASE 2

岡山県岡山市
株式会社 エスティグリン 様

造園出身ならではの緑あふれるプランが持ち味
今後増加するリフォームにも目を向けて



代表取締役
塚村清四郎様

親会社である塚村造園を創業したのは30年ほど前。以来、公共事業やハウスメーカーからの紹介を中心に業務を行ってきました。しかし18年前に親会社を息子に譲って、新たにエンドユーザー様向けに当社を設立。展示場のオープン時には地元のタウン誌に広告を打ち、オープンフェアの新聞折り込みチラシも配布しました。もともと造園会社がある程度知られていたこともあって、来店客はオープン当初から結構多かったですね。当社のプランの特徴は、やはり造園出身なので、植物をふんだんに使ったナチュラルな庭づくりです。和風庭園も得意です。最近の傾向としては、新築が頭打ちになる一方で、リフォームをご希望される方が増えています。リフォームは新築と比べて予算に余裕がある場合も多いので、積極的に取り組んでいます。リフォーム提案のコツは、元の庭石とか屋根瓦とか、なにが既存のものの一部を新しいプランの中で生かしてあげること。お客様にとって思い出にもなるので、非常に満足していただいています。スタッフは、私のほかはすべて女性で、営業2名、図面担当が1名です。実績は月に3~5件。ほぼ100%エンドユーザーのお客様です。アフターサービスとしては、お世話になったお施主様を招待して盆栽の講習会を行ったことがあります。また、普段から機会があればお宅に立ち寄りなどして、枯れそうな木をどうしたらいいとか、剪定の仕方など、庭木のアドバイスをしたりしています。勉強や情報収集はとくに意識してやっていますが、庭づくりには決まった方程式はありませんから、長年培った自分の感性を大切にしています。あとは誠意ですね。これからもつねに一生懸命な気持ちで、お客様のご要望にお応えしていきたいと思っています。



展示場の案内パンフレット。バーベキューハウスをはじめ、園内はどこでもお客様が自由に使えるとのこと。小グループの集まりや屋外パーティなどに活用を呼びかけています。



350坪の展示場には、緑とともに和洋さまざまな生活提案が。入り口付近にはM.シェードも設置され、お客様の反応も上々です。



女性としての生活感を大切に
ご要望に添った提案を

来店されたお客様を担当しています。営業は難しいですが、誠心誠意取り組んでいます。工事が終わり、お客様が「きれいになった。よかった」などと喜んでくださると、本当にうれしいですね。女性同士、奥様と生活感を共有できるので、具体的なお話がしやすく、より本音のご要望を引き出してキメ細かいご提案をしていきたいと思っています。

ガーデンプランナー 安田未来様

M.シェードで中庭を居心地よくリフォーム
S様邸

築6年のS様邸は、新築時につくったエクステリアがお気に召さず、リフォームを依頼。門まわりをセンスアップ、中庭のテラスには屋根を、駐車場には電動門扉を…がおもなご要望でした。そこで門まわりは既存の天然石柱を生かし、風格のあるファサードに。テラスには明るくてデザイン性の高いM.シェード、駐車場には跳ね上げ門扉エクモアを採用。エクステリアが美しく快適に生まれ変わり、S様もご満足の様子です。

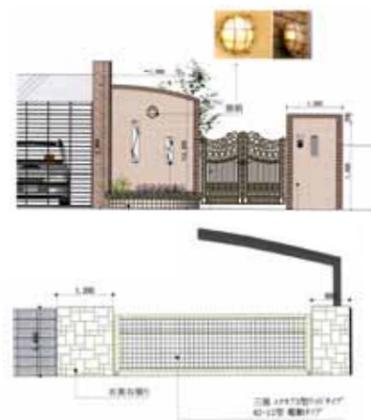


AFTER

【門まわり全景 ①】
カーポート両脇の天然石柱は、リフォーム前からのもの。以前は石の迫力にまわりが負けていましたが、リフォーム後はバランスよく納まっています。



BEFORE



【中庭にM.シェード】
中庭のテラスの上にM.シェードを設置。明るくて快適だし、雨が降っても濡れないので洗濯物も安心して干せるとのこと。



【コの字のテラスにフィット ③】
建物でコの字に囲まれた部分に設置されたM.シェード。サイズの融通がきき、敷地適応力があるので、後付けでもこんなにぴったりフィット。



【屋根パネルに日よけ】
布製の日よけは日差しが強いときに便利。開閉式なので、必要がないときはたたため、空の下のような明るさに。

お客様の声
うちのテラスのサイズにぴったり。明るくて快適だし、洗濯物も干せます。
「M.シェードはカタログを見てデザインが気に入りました。スペースに合わせて付けられるし、間に邪魔な柱が入らないので、テラスが広く使えます。それに、まるで屋根がないみたいに明るくて気持ちがいい。雨を心配せずに洗濯物が干せるのもうれしいです」(S様談)



【ユニークな門柱】
天然石柱+塗り壁+レンガの縁取り+ピンコロ石の花壇など、色も風合いも違う素材をコーディネートして、存在感のある門まわりに。



【カーポートの門扉 ②】
中庭の脇にある駐車場には、跳ね上げ門扉エクモア2型ワイドタイプを採用。電動で開閉するので便利だし、防犯上も安心です。



【緑の中庭】
テラスの前に広がる中庭は、和洋折衷の落ち着いた雰囲気。パラソルを立ててここで過ごすのも心地よい。



【庭のアプローチ】
タイルやレンガで表情をつけたアプローチ。白い石は表札用の大理石で、ご主人様の発案だそうです。



【室内からテラスと中庭を見る】
屋根が透明なM.シェードだから、テラスが暗くならず、室内から見ても明るくて気持ちがいい。

事例ノート CASE 3

宮崎県宮崎市
ガーデン光房／株式会社サンホーム 様

1万5000件の実績+広大な展示場で 「あなただけの庭」を提案 植木1本の相談にもキメ細かく応える

自ら方針を立てて仕事をして、自分のお客様をつくりたい。そう考えて外構施工会社を辞め、当社を興したのが31年前でした。

1軒1軒飛び込みからスタートし、そのうち工務店などからの紹介が増えて、経営も安定してきました。

ところがその後新築需要が落ち込み、ハウスメーカーや工務店の下請けの仕事が激減。「やはりエンドユーザー様と直に商売をしなければ…そのためには広い展示場が絶対に必要だ!」と考え、10年前に2000坪の展示場(生目店)をつくってそこに移転しました。

展示場のテーマは、緑を主体にしたナチュラルガーデン。お客様の参考になる“生きたカタログ”として、広い敷地にたくさん庭のパターンを展示しています。さらに、さまざまな石材や耐候性のあるハードウッドなどを世界各地から直輸入しているので、その分安い予算で個性的なプランができるのもアピールポイントです。

誘店のための広報活動は、新聞折り込みチラシやタウン誌広告など。以前は月600件ぐらいポストイングも行っていました。そういった努力もあってコンスタントにお客様が訪れるようになり、1年半前には新たに一ツ葉店もオープン。現在、来店客は、2店舗合わせて月に300人ほどになっています。

スタッフは、設計4名、営業10名、事務4名、直営の配送業務及び工事6名です。また、創業時からつきあいのある専属の職人さんチームが30組いて、信頼のおける仕事をしてくれます。

実績は年間1000件ぐらい。現在の仕事の比率は、ハウスメーカーや工務店からの紹介が50%、エンドユーザー様が50%です。31年間で1万5000件以上の施工実績も当社の強み。豊富なアイデアとノウハウで、「あなただけの庭」をプランします。

心がけているのは、お客様に喜んでいただき、リピートが来るような仕事。植木1本といった細かい仕事でもきちんと行って、お客様との信頼関係をはぐみながら、次の仕事につなげていきたいと思っています。



代表取締役
阪本成美様

施工実例や素材の写真などを集めたファイル。来店したお客様の参考に。



さまざまなイベントを行い、チラシで誘店。また、ガーデン光房の会員になると、グッズ5%引きなどの特典が。

ガーデン光房・一ツ葉店

グッズや植木なども充実させてお客様が気軽に入れる店に



デッキやテラス、カーポートなどのメーカー製品も多数展示。

オープン1年前。市街地で集客力があり、現在の来店数は月に200人ぐらいです。エクステリアのプランや工事のお客様だけでなく、小物や花苗・植木などを揃えて、誰でも気軽に来店できるように心がけています。「寄せ植え教室」「バーベキューパーティ」など楽しいイベントも企画。お客様に親しんでいた店づくりをしていきたいですね。



店長
松 孝昭様



庭木の販売もしています。プランの相談をしながら現物を確認することもできて好評です。



店内にはポストやプランターなどグッズも豊富に用意。



入り口付近にはM.シェードを設置。下で花苗などを販売していますが、明るくてお客様の注目度も高いとのこと。



美しいアプローチや芝生の広場など、具体的な生活提案がいろいろ。お客様のくつろぎの場にも。

ガーデン光房・生目店

九州最大2000坪の展示場 自然がたっぷり「生きたカタログ」



お客様のあらゆるニーズにお応えできるように、アプローチ、スモールガーデン、門まわりなど70パターンもの庭プランをご用意。日本庭園や英国式庭園、ウッドデッキなどの提案も盛りだくさん。お客様が目を見て、手でさわって、自分だけの庭をつくれます。



芝生の洋風庭園の奥には、落ち着いた和風の一角も。植栽も参考になります。



「金物ゾーン」にはメーカー品を多数展示。



格調高い雰囲気英国式庭園もあります。



ここで相談したら、プランもふくらみそう。



M.シェードも展示。自然の木々と美しく調和。

一族が集まって団樂を楽しむ別荘の庭

A様邸

A様邸は別荘。高齢のお父様を中心にお子様方の家族が集まり、庭でバーベキューをしたりくつろいだりできるようにとプランされました。車椅子を使用するお父様のために、通路はすべてゆるやかなスロープや、段差の少ない設計に。駐車場は普段使わないため、セキュリティを考慮してシャッターゲートを設置。カーポートはUスタイルを採用しています。

【エクステリア全景】
広い庭のぐるりを塗り塀で囲み、その一角にカーポートを設置。普段留守にする別荘なので、防犯のためにも堅牢なシャッターゲートをつけました。



【シャッターゲート+カーポート】
シャッターゲートを庭の側から見たところ。カーポートはデザイン性の高いUスタイルを採用。縦に2台駐車できます。



【バーベキューテラス】
広々とした庭には、家からテラスが延び、アウトドアリビングとしてバーベキューなどを楽しめるスペースがつけられています。



【庭にキッチン】
テラスの一角にはキッチン設備も。ここでバーベキューをしたりスイカを切ったり、屋外の楽しみが広がります。



【庭の隅にはベンチ】
庭の中にまがりくねった散歩道があり、休んでくつろいだり談笑したりできるベンチも必要所に設置。



建物に合わせたシンプルモダンなオープンファサード

K様邸

シンプルモダン住宅を新築されたK様は、住まいにマッチしたすっきりと直線的なエクステリアを希望。そこで、ハンヨウ型材を使って目隠しもかねたシンプルなお門まわりをプラン。また、M.シェードの直線的でスタイリッシュなデザインがお気に召し、駐車場に採用が決定しています(近日中に施工の予定)。



【門まわり~アプローチ】
ハンヨウ型材を使用して、門柱わきの縦格子と植え込みの柵を設置。門まわりのアクセントになり、道からの視線もさりげなく遮ってくれます。



【エクステリア全景】
シックなツートンカラーのシンプルモダン住宅に合わせた、クールで直線的なオープンファサード。右側の駐車場スペースにM.シェードが設置されます。

事例ノート. CASE4

愛知県津島市
株式会社 関徳 様

100年の老舗を活性化する若いパワー 建材販売店の強みで リーズナブルな価格も魅力

当社は創業約100年、曾祖父が建築資材の販売を始めたのがきっかけです。その後50年ぐらい前から外構工事も請け負うようになり、現在も「エクステリア設計施工」と「建材販売」の2本柱で操業しています。

私は最近まで東京の広告代理店に勤めていましたが、6年前に戻ってきて、父(社長)の仕事を手伝っています。当初は年配のスタッフばかりだったのですが、将来を考えて、意識して若い人を入れていくようにしてきました。そのため、現在はベテランと若手がバランスよく混ざっています。また、フランクに話し合える雰囲気づくりを率先して心がけてきたのが、実をむすびつつあるようで、世代を超えた社員同士のコミュニケーションが盛んになり、社内の活性化が進んでいるのを感じます。

当社の強みは、「100年の歴史が培った経験」と、建材の販売店でもあるメリットを生かした「材料費の低価格」にあります。建材は常時1000種類を扱っていますし、新しい建材の情報も早いので、よそにないものなども使うことができ、なおかつリーズナブルな価格で提案できます。

お客様は、ハウスメーカーと工務店からの紹介が3割ずつ、エンドユーザー様が3~4割です。地元では老舗なので、今まではとくに販促活動はしなかったのですが、先手先手を打っていかないといけないので、数年前からタウンページに広告を掲載。それを見たお客様が月に2~3件来店されるようになっていきます。

スタッフは営業3名、建材販売4名、工事部6名などで総勢15名。うち20~40代が2/3を占めています。実績は、大小合わせて月に40~50件です。

今後は、もう少しエンドユーザー様の比率を増やしていきたいと思っています。100年続いた老舗というカタくて敷居の高いイメージを打ち破り、いつも笑顔を決して、若々しく親しみやすい雰囲気でお客と一緒に楽しんでつくり上げていきたいですね。



営業部
関谷剛史様

—広告代理店からの転職、畑違いですね。
「商品も設計施工のことも、ほとんど知らなかったのが、現場で頑張ってひたすらメモをとって、後でベテランスタッフに聞いたり調べたり。必死で仕事を覚えました」

—2つの仕事の共通点もありましたか？
「どちらもお客様のご要望をよく聞き、相手が求めるものをプレゼンし、さらに独自の“プラスアルファ”を付加することが大切。そういう点で、基本は同じですね」

—老舗の良さ、大変さは？
「先代、先々代のことをご存じなお客様がいらっしゃるの、最初から信頼していただける反面、きちんとそれに応える仕事をしなくてはと身が引き締まります」

市内に土木建築材料の販売所を設け、ブロック・レンガ・セメント・パイプ・砂利などの仕入れ・販売も行っています。常時1000種類ほどの建材を在庫。地元の販工店様、建築関連業者様に卸しています。



とことんこだわり話し合った満足のエクステリア

I 様邸

「3台分の駐車場」「庭の一面に和の雰囲気」をご要望のI様は、素材やデザイン一つひとつを吟味されるこだわり派。プランが固まるまで何度も何度も変更し練り直したそうです。その甲斐があり、カーポートも和洋折衷の庭もほぼ施主様の思い通りになり、建物との調和もとれたエクステリアが完成。「若大将（関谷様のこと）が頑張ってくれたので」と満足そうなI様夫妻でした。



【エクステリア全景】
グレーベージュ系に統一された外観に落ち着きと風格が。カーポートの前面に設置された跳ね上げ門扉エクモア4型は、1台用と2台用では格子柄の大きさが違うのですが、特注で揃えたためバランスよく納まりました。



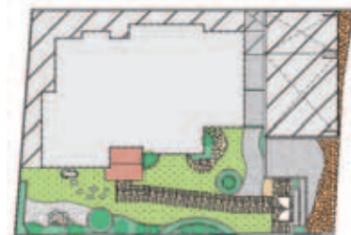
【カーポートの奥～勝手口へ】
車から降りて荷物を運び込むときにも便利。



【カーポート】
跳ね上げ門扉を上げたところ。カーポートはG-1を採用。直線美が建物の外観ともマッチ。



【カーポートの屋根】
一部透明ポリカーボネート仕様になっているため、明るさもしっかり確保。



【アプローチ～芝生の庭】
細長い庭は、手前を洋、奥を和の雰囲気に。アプローチは鉄平石の方形貼り。モダンな幾何学模様美しい。



【和の庭】
奥の和室の前には和の坪庭が。白砂利を組み合わせることで、芝生とも違和感なくマッチし、新感覚の和の雰囲気に。



【門～アプローチ】
雰囲気のある石造りの門まわり。天然石の乱貼りや、鉄平石の方形貼りなど、床材も一つひとつ吟味して、奥行きのあるアプローチに変化をつけています。



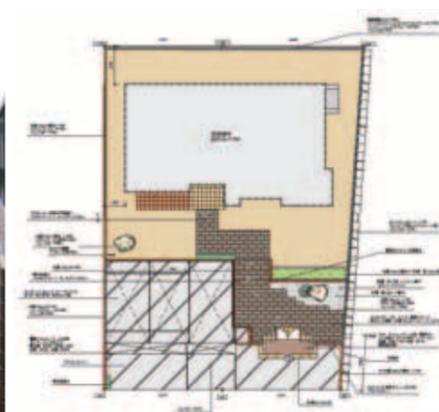
【エクステリア全景】
建物と色を合わせたタイル仕上げの門扉とシャッターゲート。重厚感と風格のあるクローズドなエクステリア。門扉はピラレシア2型電気錠仕様。



【玄関から門を見る】
アプローチの階段が2つに別れ、左が門、右が駐車場へ。駐車場入り口の屋根にはサイクルポートを使用。



【門扉の内側】
落ち着いた和風のしつらえに重厚な門扉が調和しています。床材もサンドストーンと御影石を使い分けて高級感を。



シャッターゲートと電気錠で重厚・堅牢な外観に K 様邸

クローズドなエクステリアを希望されたK様邸。建物と色を合わせたタイル仕上げの門扉とシャッターゲートで重厚感を演出。シャッターゲートは電動、門扉には電気錠を採用して、使い勝手も快適、セキュリティ対策も万全。駐車場は壁面で密閉してガレージのような構造に。屋根にはUスタイルが採用されています。



【3台用シャッターゲート】
この3台用の電動シャッターゲートバレオは特注仕様。右側には玄関に通じる出入り口を設けました。



シャッターゲートを閉じると堅牢で、セキュリティも万全。



【駐車場の屋根】
Uスタイルを採用しているため、中は明るい。3台分のシャッターゲートの広い間口に合わせられたのはUスタイルだけだったとのこと。屋根パネルは熱線遮断仕様。



【駐車場の壁面】
お施主様の要望で、ブロック+透明パネルで壁面をつくり、隙間をコーキングで埋めて、雨風が入らないガレージのような構造に。

古橋宜昌の EX プランニング実践塾 第6回

■ 前回の課題の確認

まず始めに前回の課題の敷地条件及び施主の要望について確認しておきましょう。
敷地条件は東側に道路がある東入りで、道路と敷地の高低差は 150mm でした。

主な施主の要望は

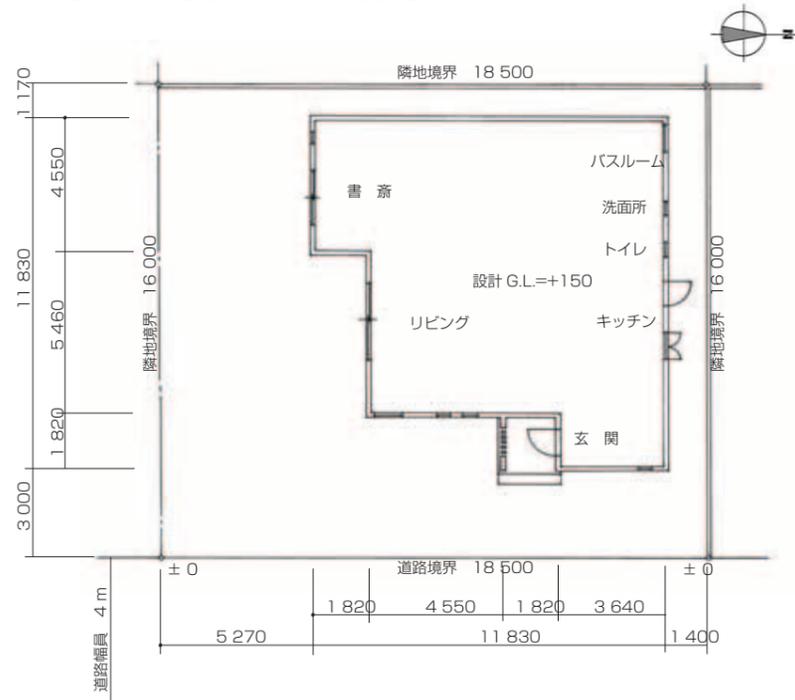
- ・ 駐車場は 2 台 + 予備 1 台。
- ・ 2 台分の自転車置き場。
- ・ リビングと書斎をつなぐウッドデッキ。

などでした。

3 台の駐車場を確保しなくてはならない課題でしたが、予備の駐車スペースをどのように処理するかがこの課題の重要なポイントとなります。

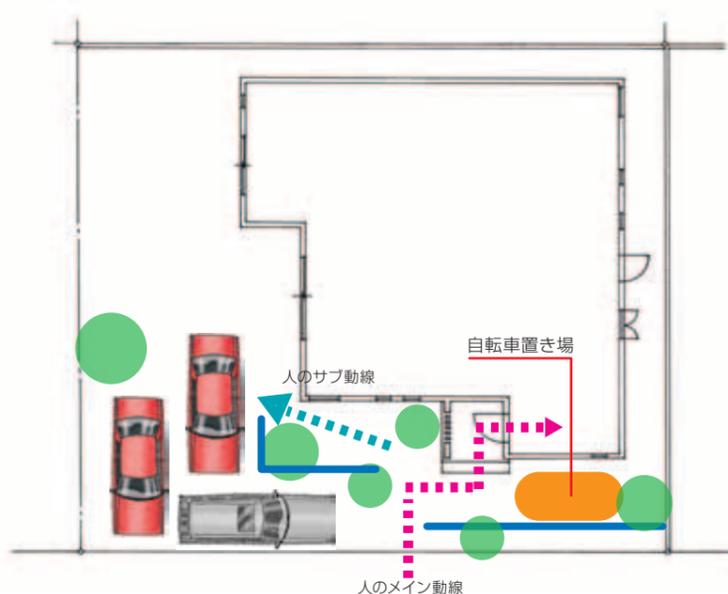
みなさんはどのようなプランでまとめられましたか？

今回もまずはゾーニング図を使って基本的な考え方や、動線計画を解説していくことにしましょう。



■ ゾーニング

敷地の南東角部分を使って駐車スペースを考えてみます。施主の車 2 台（赤い車）は道路に対して直角駐車として、来客用の駐車スペースは道路に対して平行とする L 型駐車をベースにします。この時、アプローチまわりに植栽スペースを出来るだけ確保したいので、来客時に施主の車を 1 台だけ後退させ、その前のスペースを利用して車をとめる案で基本計画を立ててみることにします。



Furuhashi Norimasa



古橋 宜昌
ふるはし のりまさ

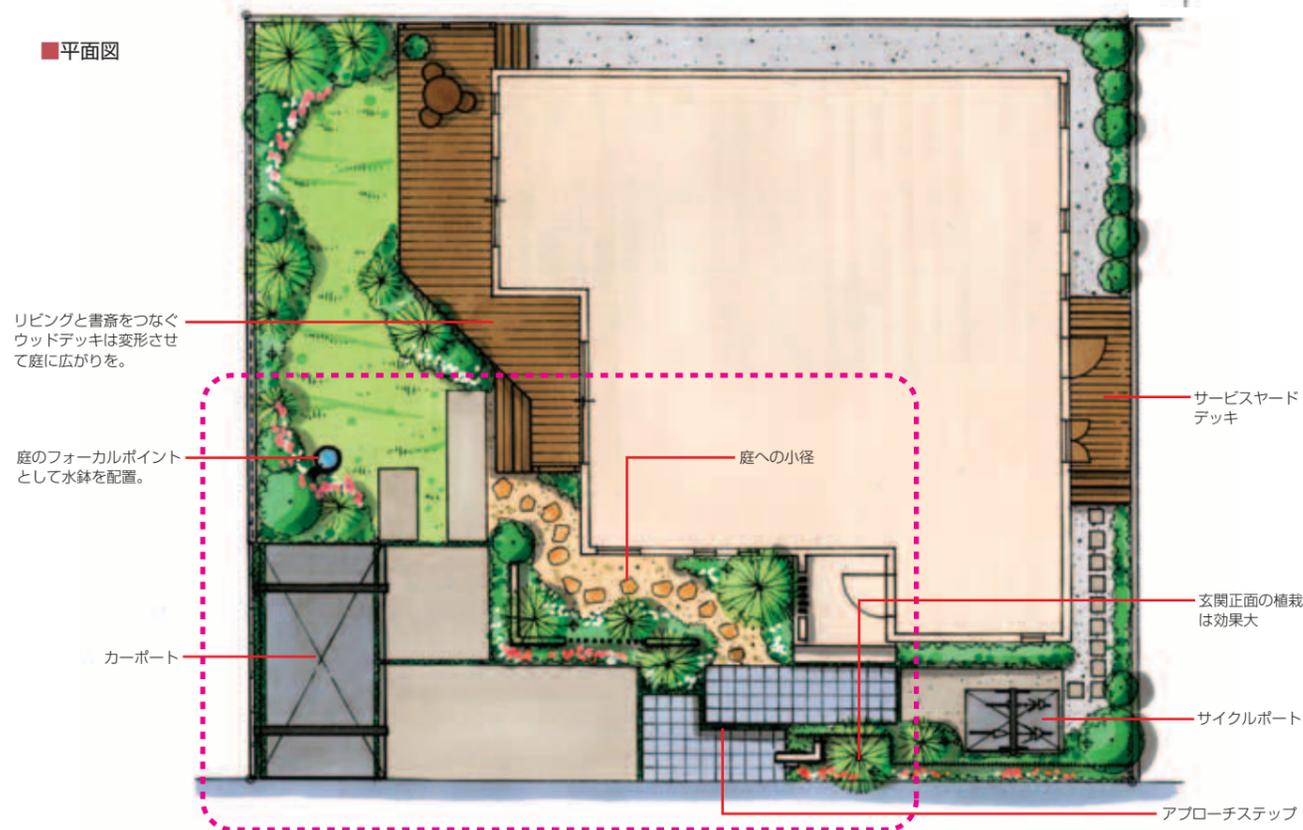
生年月日：1958年4月6日
東京電機大学理工学部建設工学科卒。
有限会社エクスプランニング代表取締役・エクステリア&ガーデンアカデミー東京校長一級建築士・一級造園施工管理技士・一級土木施工管理技士。
JAG日本ガーデンデザイナーズ協会会員・英国王立園芸協会会員・同推奨品認定委員・大手ハウスメーカーのエクステリア部門を経て、1997年、日本では珍しいエクステリア&ガーデンの設計業務を請け負う会社「エクスプランニング」を設立。
個人住宅のエクステリア&ガーデン設計は年間500棟を越え、その設計事例は多くのガーデニング専門誌等で紹介されている。
ホテルオークラで開催されたガーデニングショーでは「イギリス大使夫人の庭」のデザインと施工を担当。設計業務の傍ら専門学校や英国王立園芸協会などのセミナーの講師、デザインコンテストや「TVチャンピオンガーデニング王選手権」の審査員なども務める。

ホームページアドレス <http://explanning.m78.com>

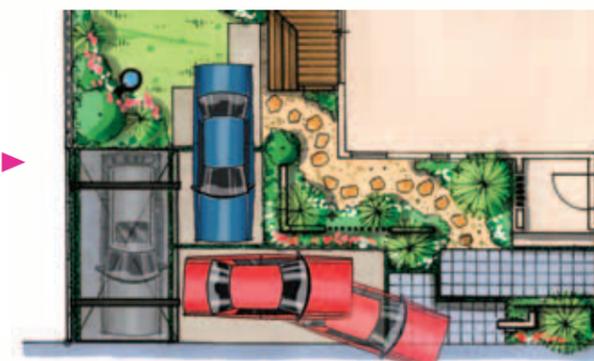
■ 模範プラン

それではゾーニング図をもとに作成しました模範プランをご覧ください。
駐車レイアウトを平常時と来客時で変えて計画している点がポイントとなっています。

■ 平面図



平常時は車 2 台を並べて駐車します。



来客時は一台を後方へ下げて、お客様の車を平行に駐車します。

■ 立面図



■ イメージパース



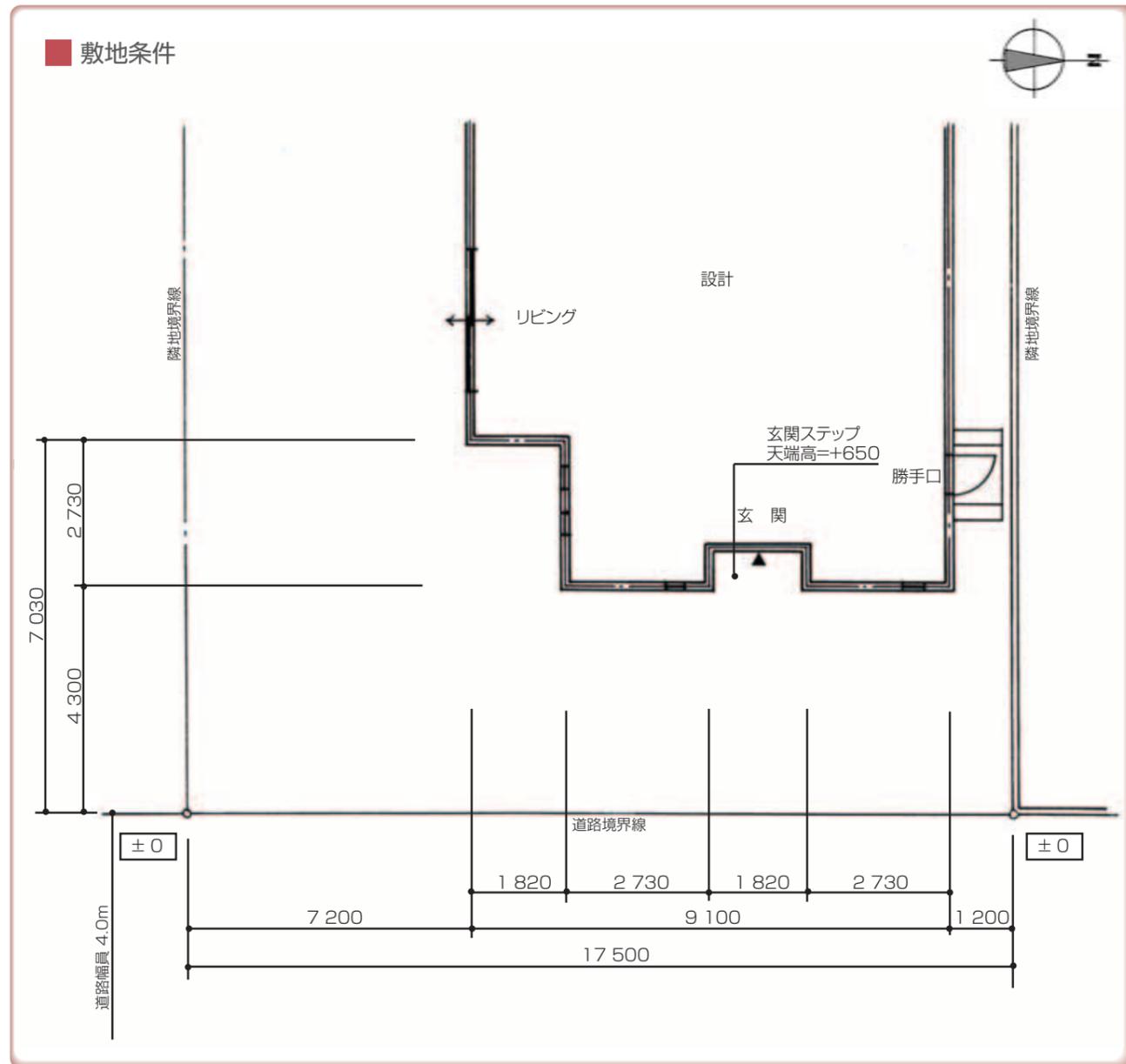
勿論、このプランが正解というわけではありませんので、あくまでもプランの一例としてご覧いただき
ご自分で考えられたプランと比較して、各ゾーンのバランスや納まりなど、実邸を設計する際の参考にしてください。

第6回目の課題について

それでは今回の新しい課題をご覧くださいませ。

敷地の条件は下記の通りで、東入りの敷地となっています。道路と敷地の高低差は300mmとなっており、北側の隣地境界には既存のブロックフェンスがあります。

下記の敷地条件や施主の要望を踏まえて、ゾーニング図・平面図・立面図（可能であればパース図）を作成し、次号の模範プランと比較出来るように準備しておいてください。



施主の要望

- スタイルはクローズスタイルで提案してください。
- 駐車場は1台分確保してください。
- 車いすを使っている家族が居るので、スロープを提案してください。
- スロープは出来れば駐車場から庭、そして玄関へアクセス出来るよう考えてください。
- サービスヤードを設け1.8m×0.9m程度の物置が置けるスペースを確保してください。
- 南側隣地境界には内積みでブロックフェンスを設けてください。

「私ならこう考える！ゾーニング手順と計画時のポイント」

今回も私がプランニングする際に、どのような事を考えているのかその一部をご紹介します。プランニングの参考にしてみてください。

車いす用スロープの検討

今回の課題でまずしっかり考えておかなければいけないのが車いす用のスロープの計画です。スロープの勾配はどの程度が良いのか、その際の長さはどのくらい必要でどうレイアウトするのか。これらをまずきちんとおさえてからゾーニングの計画に入らないといけません。

では、まず始めにスロープの勾配とその必要長さについて確認してみましょう。

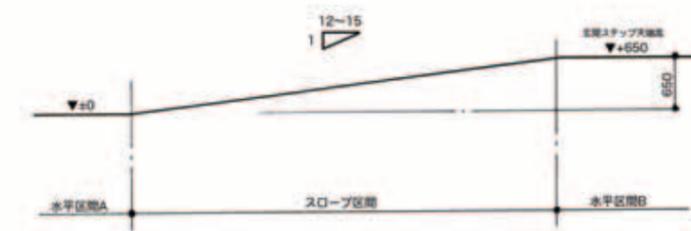


図-1 一般的なスロープの断面図



図-2 踊り場のあるスロープの断面図

まずは一般的なスロープの考え方です。(図-1 参照) 今回、駐車場の道路付近から玄関ステップの天端までスロープを計画するとした場合、その高低差は650mmあることがわかります。通常スロープの勾配は15:1~12:1くらいとするので、高低差を1とすると水平距離はその12~15倍必要と考えれば良い訳です。今回は高低差が650mmですから12:1のスロープを作るとすればスロープの長さは650×12=7,800mmつまり7.8m必要だということになります。

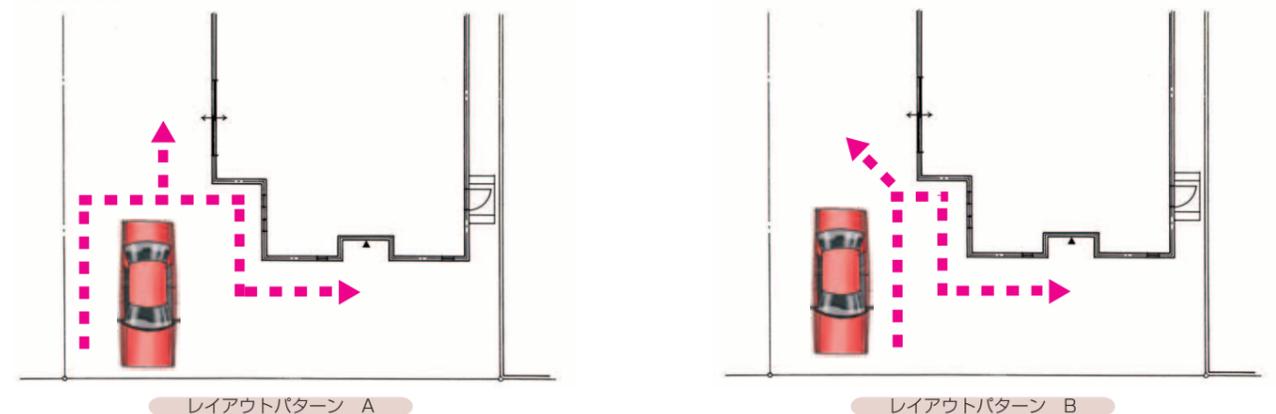
しかし、7.8mのスロープはちょっと長いので途中で休憩が出来るように平らな場所(踊り場)を設けてみましょう。(図-2参照) この途中の水平区間を設計G.L.と同じ高さに設けると左図のようになります。各区間の長さは次のようになります。

スロープ区間D=300×12=3,600mm
 スロープ区間E=350×12=4,200mm
 水平区間C=1,500mm以上

水平区間Cを設計G.L.と同じにすることで、駐車場や玄関から庭にアクセスする動線も確保できるようになります。また、スロープ区間の前後には水平区間が必要ですから、必ず確保するようにしてください。

スロープ動線の検討

スロープの必要長さは踊り場を除いても7,800mm必要であることがわかりました。建物から直接道路方向に配置すると道路境界を超えてしまいます。したがってスロープはL型やU型に変形させてレイアウトする必要があります。



二つの例を挙げてみましたが、いずれにしても駐車場付近でスロープの距離を確保して、途中の踊り場から庭にアクセスできる考えの方がおさまりもよさそうです。また、サービスヤードもご要望としてありましたので忘れずに考えてみてください。

模範解答は次号で掲載、解説しますので、以上のことを踏まえて素敵なプランを考えてみてください。

G-1ほか新商品説明、お客様満足向上の研修など充実！みちのく 会場は静かな熱気にあふれて



10月10日(水)、岩手県盛岡市郊外の岩手産業文化センター「アピオ」にて、三協立山アルミ仙台支店盛岡営業所による「2007新商品ステップアップ研修会」が開催されました。出席された販店様は40名ほど。春と秋の新商品の説明に熱心に耳を傾け、G-1のサンプルに触ってチェックする姿も。さらに後半の本社技術サポート部による「お客様満足向上」のための研修は、大きくなすいたりメモされたりと、静かな会場にひしひしと伝わる熱気！「重要な話が聞けた。今後の業務に生かしたい」といった感想があちこちで聞かれる実り多い研修会となりました。その充実したひとときを徹底取材しました。

厳しい市場で勝ち残るために
 仙台支店エクステリア部 澤畑勝久 課長 挨拶

春と秋の新商品をご紹介させていただきます。とくに東北エリアに適した商品「折板カーポートG-1」がリニューアルされましたので、サンプルを用意しました。市況は厳しいですが、そのなかで勝ち残っていくために、お客様の満足向上のための研修もぜひご参考にして、皆様のプラスになるようご活用いただければと思います。

新商品研修
DVDやサンプルで
新商品を紹介
G-1に熱い視線が集まる

春の新商品展示会DVDで、M.シェードやJモダン、鋳物門扉などの新商品群を紹介。さらに秋の新商品として、12月上旬発売予定のsty.M、M.シェードの中抜き納まり、錠前の見直しほか多数を紹介。なかでも積雪対策が必要な土地柄、G-1のリニューアル(積雪50cm仕様や部材の追加、カラーの充実など)は注目的。製品サンプルを熱心にチェックする光景も。

G-1サンプル

「見積CD」の使い方を解説

見積システムのCDがあると、見積もりが簡単にできることを、パソコンで実際に操作しながら解説。

WEBカタログをもっと活用して!

- 一般のパソコンのスペックで快適に使える。
- 商品の画像データを呼び出すと、コーディネートできる商品群も一緒に出てくる。
- …など、使いやすくなったWEBカタログを解説。

技術サポート研修

「お客様満足」をより引き上げるため
お客様に誠意をもって接し
危機管理とプロのアドバイスを!

本社EX技術サポート部 林敏治 部長

施工現場にいる皆様に、何が一番重要か。それをお話しさせていただきます。最近のお客様の要求水準は非常に高く、それが満たされないメーカー不信に直結します。お客様にしっかりと接している皆様が、企業イメージの8~9割を決めるのです。お客様に対して、真にお客様と認識して、誠意とマナーをもって接していますか? お客様の要求をすべて解決していますか? クレームになりそうな問題を予知して、未然に防ぐよう適切なアドバイスを行っていますか? お客様の満足を最高レベル(=感動レベル)に上げ、お客様へお得意様になっていただくためには、以下のような心構えが必要です。

- お客様を真にお客様として接する
- 御見積・ご契約までの間に、プロアドバイスをを行う
- ご契約から工場までの間に、危険予知を行う
- 商品お引渡し時に、「取説」に基づいた説明をする
- 市場環境は同じ中で、独自の付加価値を提供する



突撃 interview 「研修会に参加して」



敷地対応力がアップしたG-1
北国の頼もしい商品です

株式会社 トータルエクステリア
 一級エクステリアプランナー 内記義経 様

G-1は部材バリエーションが増えて敷地対応力が増えましたね。とくに梁が出っ張ることで、柱の位置が自由になったので、プランがより自在になり、非常に使いやすくなったと思います。「お客様満足の向上」のお話は、一人ひとりの意識付けが大事だと思いましたので、当社では春に出入りの職人さん全員にも聞いてもらったんです。

現場で実行すべきことを
改めて気づかせてくれました

鍛冶屋敷工業 代表 鍛冶屋敷 正 様

新製品では左右両開きのエクモアFXGが印象的。カタログだけではわからないことも多いので、もっと実物を見たいですね。「お客様満足の向上」のお話は、もう4回聞きましたが、つねに現場で本当にやらなければいけないことを言ってくれます。なかなか実行できるものではない、しかし実行していかなくては…と改めて思いました。



三協立山アルミ NEW G-1 DEBUT

G-1が生まれ変わりました。

抜群の安心強度
 長期荷重設計



積雪地域から豪雪地域まで対応
 最高水準の耐風圧強度を実現

耐積雪量 50cm・100cm・150cm対応
 耐風圧強度 風速Vex=46m/s相当

御庭番スタッフ紹介

富山県富山市
 庭安 株式会社

アイデアさえあれば、絵心がなくても
美しく的確にプレゼンテーションしてくれる
それが御庭番の一番の魅力です



エクステリアプランナー 境 利久 様

御庭番を使い始めたのは4年前です。それまで1年間、別のキャドを使っていたこともあって、1回説明を聞いただけですぐに使えるようになりました。キャドに慣れていたというのももちろんありますが、御庭番はとくに操作が簡単という印象でした。たとえば、最初から「土間」「塀」などといった具体的な項目があるので、初めての方や機械が苦手な方でも入りやすいんじゃないかと思っています。

御庭番を使うようになって、よりリアリティのある具体的な提案ができるようになったと思います。それまで使っていたキャドは平面図のみで、パースは手描きしていたんですが、手描きはもとも時間がかかるうえに、変更が入ると直すのがものすごく大変です。その点御庭番なら、簡単に直して、すぐに新しいパースがつかれるので、変更があっても苦にならなくなりました。

お客様の反応も非常にいいですね。たとえばブロック一つとっても、たくさんのメーカーの製品が入っていますので、それをいろいろ見ていただくことで、具体的なイメージが描きやすいようです。なんともいっても一番うれしいのは、頭の中に湧き上がったアイデアを美しく表現してくれること。手描きだと絵心のあるなしで仕上がりが違ってしまいますが、御庭番を使えば、アイデアさえあれば、それを的確にプレゼンテーションしてくれますから。

実は当社の御庭番は、現在2人で1台を使っているんですが、最近仕事が増えてきて引っ張りだこの状態なんです(笑)。なので、もう1台追加を検討中です。

お休みの日ですか? そうですね…寝てますかね(笑)。まあ、ギター弾いたり、ゴルフの練習したり、友だちと飲みに行ったり。とにかくリラックスして過ごしていますね。



EXTERIOR VIEW 2007
Vol.34

 三協立山アルミ株式会社

〒933-8610 富山県高岡市早川70
エクステリア建材事業本部 情報誌編集室 TEL.0766-20-2261 FAX.0766-20-2071
<http://www.exteriorworld.jp/>