

エクステリアビュー 初春号

EX.VIEW

EXTERIOR
VIEW
2009・Vol.38

INDEX

2009年 初春号・Vol.38

1-4

2009年
春の特別インタビュー

5-7

勝田無一のガーデン講座2

8-16

事例ノート

17-20

第10回 古橋宜昌の
EXプランニング実践塾

21

御庭会通信

22

2009年
新商品展示会
のご案内



厳しい時期をチャンスと捉え 「夢」を具現化できる多彩な商材で 自信をもって共に戦おう！

2009年、景況厳しい中、私たちは何をなすべきなのでしょう。
昨年8月に就任したエクステリア建材本部 本部長・大森義雅が、
今年の事業の方向性と戦略、さらに、エクステリア業界への熱い抱負を語ります。



川村人志社長と大森義雅本部長

Yes, we can! 私たちはできる！

——まずは、最近の厳しい市況についてお感じになることを。
厳しい厳しいと言い過ぎると、マインドが冷えてきますので、あまり言わないほうがいいのかと思っています。確かに住宅着工数80万戸時代という市況にあって、生き残る方法を考える必要はあると思います。
しかし、お金を持っているお客様にどう夢を与えていけるかが、われわれエクステリア産業に重要なのではないかと、思います。この状況に影響されずに、戦っていききたいですね。オバマ大統領ではありませんが、「Yes, we can!」われわれはできるんだ、と自信をもってやっていきたいと思っています。

庭が演出する家庭の夢

——お客様に夢を与える。具体的にはどう

実現したらよろしいでしょうか？

「夢」というのは重要なキーワードです。昨年でも、たとえばディズニーランドは勝ち組ですが、あれはまさに夢の世界。あそこ遊びに行くことで、自分たちはまだ夢の世界に來れる、來れる余裕がある、自分はまだそういうポジションにいるんだと、そういう仕掛けがしてあるわけです。

一方、家庭にはやすらぎと夢があります。その家を取り囲むEX建材は、夢を与える商材だと思います。奥様がご主人のために庭をいじる。素敵な庭で遊びたいからとお孫さんが来る。まさに家庭は家と庭です。この庭に対して、われわれは「夢」を具現化できるすぐれた商材をたくさん持っているのです。

——なるほど、家庭というのは「家」と「庭」でできているんですね。

都会のマンションでは庭はないですが、ベランダに花を植えるとか、入り口に新しい門扉をつけるといった仕掛けもありますね。

また、安心・安全という切り口からすると、門扉やフェンスで家を囲うのは、第一次防衛なんです。この門の安心という意味をもう少し皆様に訴えることができれば、まだまだ機会は広がっていくと思います。

満足できる商品にはお金を出す

——外での消費を抑え、家で豊かに楽しむ「イエナカ消費」の時代といわれていますが。アプローチに、踏むと香りのするハーブを植えた家があります。夜遅く帰ってきたご主人がそれを踏むといい香りが漂い、そこに門扉や表札が淡い光で迎えてくれる。「ああ、わが家に帰ってきたんだ」という幸福感。そんなイメージを具現化するのが我々の商材だと思っています。

——M.シェードの好調もありますね。

なんでこんな高いものが売れるのか。消費マインドは冷えていますが、お客様は生活を豊かにするものや、納得や満足の得られるものにはお金を出すんです。それをキャッチできる商材ができたことで、われわれは生き残っていける。M.シェードはもっともっと売っていけるし、売ること販店様のビジネスチャンスも広がっていくと思います。

都会向けの新商品M.ウォーク

——都会のなかにオアシスを、という「街なかりゾート」を求める方も増えています。M.フレイジは家の中から庭に出ていく「つなぎ」の場所をつくります。家の中でじゅうぶんにリゾート感覚が楽しめる、まさに都会のまん中にいながら別荘のような暮らしを具現化できる商品なんです。

さらに、この春に新発売されるM.ウォークは、都会の狭い敷地や変形敷地でもじゅうぶんにフィットできて、スペースを有効に活用できます。空間の価値化ですね。

これで、カーポート部分、アプローチ部分、それと中の庭の部分、家のまわりはすべてわれわれの商材で、販店様のビジネスチャンスを広げることができる…そういう提案商品がひとつとおり揃ったと思います。

——この厳しい状況を、むしろビジネスチャンスにということですね。

よく「ピンチの後にチャンスあり」といいますが、われわれには今チャンスが来ているんだ、と捉えたいですね。それに、大切なのは製品だけでなく、やはり「人間」なんです。モノを買っていただく販店様、代理店様、そしてその先のお客様、みんな人間関係な



EX建材本部の職場理念

遠慮無く意見が言える、
自由に闊達で明るい雰囲気職場

マーケットを直視し、原点に戻って発想できる
マーケットイン思考の職場

曖昧な妥協をせず、物事をやり切る、
達成感の得られる職場



んです。ですからわれわれも営業マンのレベルを上げ、人間的な人をいかに育てるか。同時に販工店様も代理店様も人を育てる。みんなで研鑽を重ねていかないと、なかなか完結しないんです。「人材育成」は今後の大きなキーワードになってくると思います。



製造現場をぜひ見てほしい

——本部長は、席を温める暇もなく動いておられると聞きますが。
事務机に座るのが似合わなくて(笑)。私は営業畑で30数年やってきましたが、営業に特効薬はありません。しっかり1軒1軒まわってお客様と話す、この繰り返ししかありません。仕事は現場にあるんです。
現場といえば、われわれメーカーは生産工場を持っております。この工場の製造現場をぜひ、販工店の営業の方、コーディネーターの女性の方も含めて、われわれの商材に関わるすべての方に見ていただきたい。工場を見れば、アルミがどんなふうに見えるかを理解し、安心していただけます。そして販工店様がお客様と折衝するときに、「実際に工場に行って見てきたからお勧めできますよ」と言っていれば、エンドユーザー様は商品に対しても安心しますし、「ああ、この人は遠い工場まで行くほど熱

心なんだ」と、販工店様にも信頼感を持つのではないかと思います。

商材も人材も「信用」が大切

——メーカーの役割はどんなところにあると思いますか？

「信用」ですね。安心して永続的にお使いいただける商材を提供する。これがわれわれメーカーの一番の役割だと思います。モノだけでなく人もそうで、優秀な営業マンなどを始めとする人材を、どれだけ育てられるかも重要です。

——最後に、今後の抱負を語ってください。
メーカー単独では販路は広がっていきません。各地域に根付いた信用ある販売代理店様、販売店様とともに、これからも一生懸命販売網を広げていきたいと思っています。また、これからいろいろな販路が出てくるでしょうから、あらゆるビジネスチャンスのある販売網と一緒に探していきたいと思います。一般的には、まだまだエクステリアという言葉は認知されていません。ですから、この業界をもっと大きくしたい。パイを大きくすれば、それぞれの会社が需要を創造して、その結果さらに市場が広がりますから。わが社だけでなく、エクステリア業界全体をみんなで押し上げていきたいと思っています。



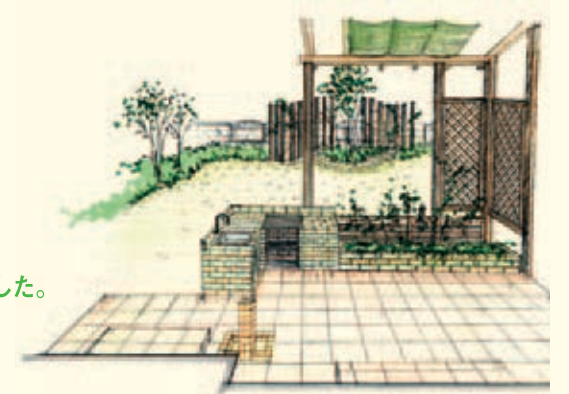
全社をあげて邁進します！

厳しさを増す市況ですが、イエナカ消費時代到来はエクステリアにとってはチャンスであり、展開次第では大きな可能性を秘めています。元気な大森本部長を筆頭にお客様満足向上に開発と提案を一層強化してまいります。

イエナカ消費時代の アウトドアリビング

～差別化をはかる十人十色の庭提案～

昨年秋、第25回施工コンテスト東海地区表彰式にて、
ガーデンデザイナー・中尾さきこ先生の記念講演が行われました。
その内容の一部をここにご紹介します。



'08年6月11日の日経新聞に、『外出より家派が台頭』と題し、家の中にくつろぎを求め、そのための消費傾向が出てきたという記事が掲載されました。これは「巣ごもり」ではなく、「家の中でお金を使おう」という傾向です。エクステリア業界としては、この機にぜひ、そのお金を「アウトドアリビング」に使ってもらえるように働きかけたいものです。

「イエナカ消費時代」のお客様は、海外旅行・おしゃれ・グルメなどの経験が豊富。「夢」を求め、商業施設やリゾート地で見た非日常の世界をイエナカに再現したいと思っています。お客様から好みと要望を聞き出し、その「夢」を与える提案ができれば、「イエナカ消費時代」は業界にとっては大きなチャンスになると思うのです。



中尾さきこ
アトリエ彩 代表

関西学院大学卒。インテリア職種を経て、エクステリア&ガーデンの専業企業へ。エクステリアと園芸を融合し緑を活かしたガーデンデザインを目指し、'02年「アトリエ彩」を設立。戸建住宅のエクステリア&ガーデンデザインの他、街並み設計、集合住宅、屋上庭園、ホテル・店舗、老人ホームなど施設の外構造園デザインを手がける。

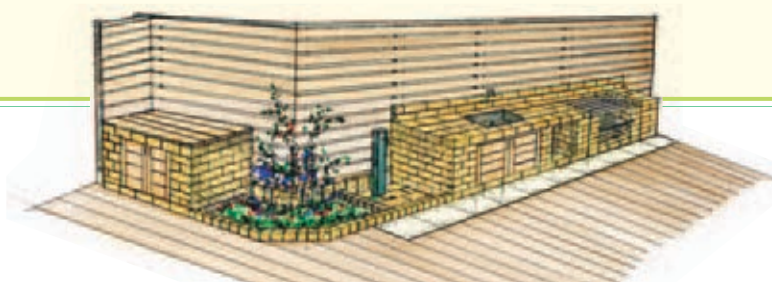
育てて食べる「フーデニング」をキッチンガーデンで楽しむなど最新のアウトドアリビングの提案例を、いくつかご紹介しましょう。

- 友人を招いて楽しむパーティガーデン
- 団塊オヤジの青空キッチン
- 南イタリアセレブマダム庭
- 波打ち際デッキのあるリゾートガーデン
- 夫婦二人の夕涼み縁側
- 壁泉のあるトムソーヤの庭
- ピアノコンサート・テラス

など、ライフスタイルによって十人十色に。そんななか、ワンランクアップの差別化提案は、「食」をキーワードにした空間づくり。

'08年5月1日付日経新聞や、たけしの番組でも紹介された「フーデニング」ブームに即し、庭にミニ野菜園などをつくって植物を育て、それを食べる「キッチンガーデンやアウトドアキッチン+リビング」の提案です。

たとえば団塊世代の男性向けには、庭でわさびを摘んでお茶漬けサラサラの「オトコの庭料理」を促すなど、暮らし方や好みに合わせたこだわりの空間をどんどん提案し実現していきましょう。



庭を室内に取り込んで暮らす インナーテラスガーデン

ガーデナー建築家・勝田無一さんが提案する「インナーテラス」は、
家の中に外部空間を取り込んだ半戸外の新しい生活スペース。
インナーテラスのある事例を紹介しながら、空の下、自在空間に、
家族が楽しくくつろげる場をつくるにはどうしたらいいか、
そのノウハウを伝授していただきます。



勝田 無一（かつた・むいち）
建築家・造園家
1951年 静岡県出身。
1974年 東洋大学工学部建築学科卒業。
1983年（有）創設計設立、代表。
住宅・マンション・施設店舗の設計から、造園・ガーデンデザインの設計まで、「庭と家作り」をテーマに活動。
著書「私の設計願末記」創設計、「人気ガーデナーのガーデンデザイン」世界文化社、住宅雑誌等掲載多数。

縁側、軒先、前庭、土間——日本の住宅になくはならなかった外部的な生活の場。古来から日本人は「外」と浸透性のある生活をしてきました。しかし近年こういったスペースは切り捨てられ、敷地が狭い、庭がない、騒音が入る、プライバシーがないなどの住宅事情で、屋内に引きこもることを余儀なくされてしまいました。そこで私は、外部空間の生活機能を住宅の内部に取り込むことによって、外と内がゆるやかにつながった新しい生活スタイルが生まれるのではないかと考えました。

こうしてできた「インナーテラス」は、家の中にある、半戸外のアウトドアリビング。昔の民家の土間を明るくしたような、縁側や軒先の生活を家の中に再現したような空間です。野外でバーベキューをしても、風が強いと不快だし、雨が降れば大あわてになります。しかしインナーテラスなら、雨が降っても風が強くても大丈夫。洗濯物干し、植木鉢の植え替え、日曜大工、子どもの水遊びまで、いままで外でしていた生活がリビングルームでできてしまう、便利で楽しい生活テラスなのです。

PLAN 1

庭と合体した明るい民家 自然な風の流れて夏涼しく冬暖かい

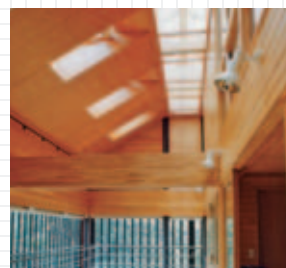
H 様邸

先代からの古い日本庭園をできるだけ残して建て替えたい…そんなご希望に沿って設計した住まいです。庭づくりや盆栽が趣味のご主人が、雨の日でも庭仕事を楽しめるように、庭をダイナミックに室内に取り込んで、土間のインナーテラスをつくりました。テラスの上部、トップライトピット内には、温度によって開くルーバー窓を設置。煙突効果で家中の空気を吸い上げ、24時間自然に換気できる健康＆快適な家でもあります。

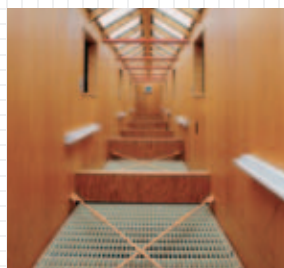


三層を風が吹き抜ける爽やかなインナーテラス空間。2階のトラス梁の上はグレーチングの床板が設置され、窓掃除用のキャッツウォークに。

テラスから庭を見たところ。家の中と外の空気が同化し、一体感が。並べられた植木鉢は、テラス内の土の部分に直植えするためご主人が用意したもの。



インナーテラスの上の天井。斜め天井には電動開閉トップライト、中央上部にはトップライトピットが。



トップライトピットの内部。左右の開閉部は、気温が上がるとルーバーが自動的に開放。左右に風が抜けることで負圧が生じ、下から煙突のように風を吸い上げます。



PLAN 2

狭い庭を広く楽しく使う 土間テラスのアウトドアリビング

T 様邸

このインナーテラスは、床にタイルを敷き、一部に土を入れて樹木や草花を植え込みました。二層吹き抜けの南側は、間口いっぱいガラスパネルの折戸サッシを設置。サッシを閉じれば室内になり、サッシを引くと全面開口。まさに「外」になります。リビングに直植えの植物があり、子どもが水遊びできる土間テラスがある。汚れたら水洗いできるので、犬小屋も置ける。レンガの炉も設置したので、雨や風を気にせず、アウトドア気分でもバーベキューも楽しめます。



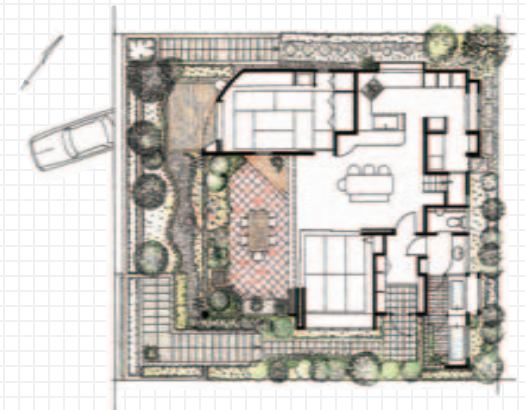
二層吹き抜けのインナーテラス。横引きガラス折り戸を開放すれば、外との仕切りが消えて庭とテラスが一体化。限られた庭スペースを広く演出。



インナーテラスを上から見たところ。庭との境に土を入れ、植物を直植えしています。犬小屋や炉も設置され、まさに戸外感覚です。



インナーテラスは水遊びOK！子どもたちは室内にいなから自由に外遊びを楽しめます。



家の中にいることを忘れるような高い天井と開放感。2階には窓掃除用のキャッツウォークが巡らされ、手すりは物干しや布団干しにも利用されるとか。



そこが聞きたい！

インナーテラスに向く植物は？

A 家のためには湿気がこもらないほうがいいので、あまり水がいらぬ植物の方が向いています。また、外よりも日照時間が短いので、それに耐えられる植物。私は自分の家で、水をどのぐらいやらなくてもいいか試したり、北側で花を咲かせる庭用の植物を育てたり、いろいろ実験しています。実際に植え込む場所をよく観察し、日照時間を想定し、植物を選定することがポイントです。

PLAN3

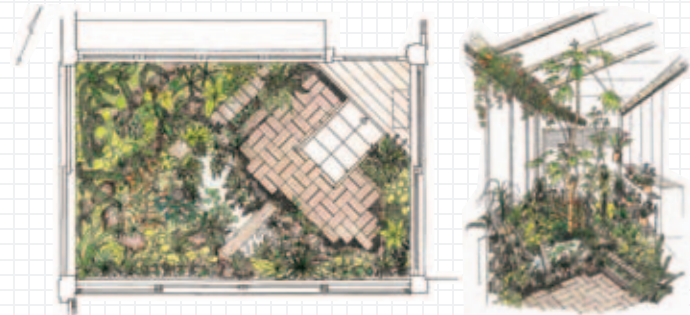
インナーテラスの原点+ 坪庭ジャングル 「植物と住める家」がスタートに

勝田邸

そもそも庭を室内に取り込むという発想は、自分の家が原点でした。植物が大好きだった私は、植物と一緒に住める家が欲しかったのです。そこでキッチンシンクの前に坪庭の温室をプラン。光や風や緑を感じながら作業ができると、家族にも大好評です。その隣にはインナーテラスを設置。実際に住んでみると、心地よさは想像以上でした。しかも室内と戸外の間に中間の空間があるので、窓を閉めれば空間全体が二重ドアとなり、室内の断熱性が高まったことも収穫でした。



楽しい対面キッチン。壁に向かって作業するのではなく、ブーゲンビリアの木漏れ日を浴びて、パパイヤの実を眺めたり風を感じながら炊事ができます。



坪庭ジャングルの平面図と スケッチ（植栽5年目ごろ）

キッチンの前面につくった坪庭ジャングル。昼間はガラスの折り戸を開放して室内と一体化し、湿度の必要な夜は戸を閉めて加湿しています。



リビングからインナーテラス（左）と坪庭ジャングル（右奥）を見る。どちらも緑豊かな気持ちのいい空間です。



日曜大工で芝生を素焼きタイルに張り替えたインナーテラス。日曜日の朝は、朝日を浴びながらの食事が楽しいとのこと。

そこが聞きたい！

失敗談はありますか？

A 失敗と試行錯誤の繰り返しです（笑）。たとえばわが家のインナーテラス、東南の角だからいいかなと、最初は芝生を植え込んだんです。ところが日照時間が4時間以上ないとダメらしく、どうしてもテーブルが影になって、そこからはげてしまう。ガラスやメッシュのテーブルでもダメ。とうとう家内に「素焼きのタイルにしてよ」と言われ、日曜大工でタイルを貼りました。ええ、全部私が（笑）。



事例ノート. CASE 1

福井県 鯖江市
グリーンステージ(有限会社 ガーデントーク) 様

“本当にいいもの”が欲しい人のために 価格でなく「提案力」で勝負！ 1件1件に時間をかけ受注率8割を誇る

造園関係の大学を卒業後、東京で商業施設などに植物を扱ったディスプレイをする仕事に従事。その後、外構関連会社に3年勤務。31歳で故郷の福井に戻りましたが、地元では自分の経験を生かせる会社が見当たらず思いきって起業。それが10年前のことでした。



代表取締役
根谷勇一様

エンドユーザーのお客様が相手であれば、やりたいことはできないと思っていましたので、ハウスメーカーには頼らないと決めていました。しかし、さすがにゼロからのスタート。仕事がなかなか入らず苦しい時期もありました。夫婦で1軒1軒ポスティングもしましたよ。当初は武生（現越前市）に店を構えていましたが、打ち合せスペースも駐車場もなくて不便だったので、4年前に現在の鯖江に移転しました。事務所の1階に打ち合せスペースと併せエクステリアグッズのショップがあります。店外には、カーポートやフェンスを並べるのではなく、シーンによる生活提案ができるような空間作りを心がけています。当社の強みは「提案力」です。お客様の中には、“値段の安さ”よりも“納得のいくプラン”をトコトン望まれる“こだわり派”が確実にいらっしゃいます。そういう“本当にいいもの”を求めておられる方に喜んでいただける仕事を、1件1件でいいいに、じっくり時間をかけてやっていこうと心がけています。その積み重ねが信頼となり、長くお付き合いさせていただいているお客様も多いですね。

デザインの特徴は、特定のスタイルにとらわれないこと。それよりも建物を引き立たせることを大切にし、5年、10年経っても飽きのこないデザインを提案しています。お客様は100%エンドユーザー様です。ご紹介が3割、リピーターが2割、あとはご来店です。受注率はつねに8割以上をキープしています。PR活動としては、8年ほど前から福井新聞の月刊情報誌「fu」に年2回広告を出してきました。こういう雑誌は捨てずに持っていて下さるのでとても効果的で、事実これで当社を知ったという方も多くいます。またHPを見てからのご来店も結構あります。スタッフは社長、現場の職人、CADオペ兼ショップスタッフ、事務スタッフが各1名。実績は年間60〜70件です。今後も、クオリティを保ちながら、お客様の要望に応じてよりよいものを作っていきたいと思っています。



福井新聞の月刊情報誌「fu」に記事広告を掲載。折り込みチラシのようにすぐに捨てられてしまわないので効果大。店の認知アップにかなり貢献してくれています。

Shop

観葉植物や鉢、表札やポストを取り揃え



オリジナルのおしゃれな表札やポストなども数多く展示されています。



たくさんの実例が紹介され、誘店効果も高いHP。「今後もっと力を入れて、HPから来店する人をさらに増やしていきたいですね」

<http://www.greenstage.co.jp/>

Model Garden

「シーンづくり」を意識して生活提案を



スタイリッシュな門構えの入り口。「なんだか気になって」「喫茶店ですか？」などと通りがかりの来店も増えました。



アプローチの先はガーデングッズのショップ入り口へ。深みのあるグリーンの底がアクセントのテラス。



【エクステリア全景】
門の前のスペースをアプローチ兼駐車場に。建物のイメージに合わせて、門まわりにレンガを使用しましたが、細かいレンガだとうるさくなるので大きいものに。このバランスが絶妙。

アプローチ兼駐車場+テラスを設置 H様邸

お子様の成長を見越して駐車スペースを4台分と、テラスが欲しいというのがH様のご要望。そこでカーポートに加えて、門の前のスペースを広くとり、アプローチ兼2台分の駐車場に。テラスは天然石を貼り、脇をフェンスで目隠ししたので、落ち着いてくつろげる場所になりました。



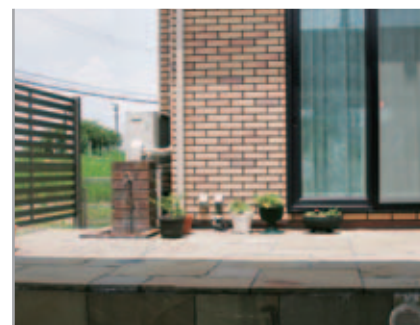
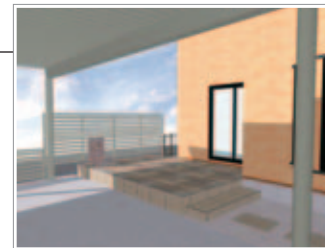
【玄関からテラスへ】
門をに入って左に折れ、飛び石を伝っていくとテラスに到達します。折れ曲がった小径が狭いスペースに奥行き感を演出。



【門の左側】
道路からさりげなく玄関を隠す位置に左門を設置しているので、出入りに安心感があります。レンガと塗り壁の組み合わせがおしゃれ。



【門の右側】
土の部分はメンテナンスが必要になるので最小限に。それでも少しでも緑があると心なごむコーナーになります。



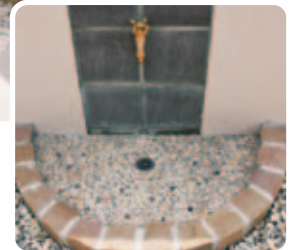
【テラス】
ハードサンドストーン（砂岩）を貼ったテラス。隣家との境はニューカムフィア型のフェンスで目隠ししたので、落ち着いてくつろげます。立水栓も設置したので水やりなどに便利。

テラスに出たり、小径を歩いて楽しめる庭に H様邸

中庭を造園。ご要望の「家族で遊べるテラス」と「隣家からの目隠し」をクリアするだけでなく、広さで間延びしないように、立水栓をアクセントにしたり、要所所に木を植えてメリハリを。そして、曲がりくねった小径と飛び石で通路をつくり、歩いて楽しめる庭に。



【壁泉風立水栓】
手前はタイル貼りのテラス。正面は壁泉風の立水栓で、隣家からの視線を遮るとともに、庭のアクセントに。テラスからのリズムカルな飛び石も楽しい。右の木はシャラ、左はオリーブ。



【立水栓にビー玉】
立水栓の水受けに埋め込まれているのはビー玉。こんな遊び心も。



【小径とテラス】
門のあたりからテラスを見たところ。曲がりくねった小径が庭をより広く見せてくれています。中央の木はシャラ。道路からの視線をさりげなく遮り、テラスに落ち着きをもたらしています。

事例ノート. CASE 2

三重県いなべ市
株式会社 ガーデンアート（「以津の夢」）様

和風ガーデンが印象的なショップを設けて エンドユーザー様を誘店 自社施工で完成度の高い仕上がりに



代表取締役
伊藤文章様

18～23歳まで京都で造園の修行後、昭和58年に創業。職人として造園の仕事をしてきましたが、10年前に造園工事の企画・設計・施工会社を設立しました。

住宅メーカーの下請けでなく、エンドユーザー様と直にお付き合いしたかったので、店舗展開をと考え、以前住んでいた家をリフォームしてオフィスにし、庭をモデルガーデンにして、新ショップ「以津の夢」を再スタートさせました。この店名は椿の種類からとったものです。コンセプトは「和モダン」。和風の建物に合わせて庭も和風中心にしつらえましたが、モダンなテイストも取り込んで、さまざまなお客様の参考になる庭を提案したいと考えています。

ショップをつくったら、重要なのは誘店です。店内には鉢や花苗などの物販エリアも設け、さらに、寄せ植え・陶芸・トルペイントなどの教室やイベントも開催。新聞折り込みチラシを年に10～12回打って集客をはかっています。またHPも充実させています。スタッフは社長、店長、プランナー2名、グリーンアドバイザー1名に、現場の職人が4名。外回りの営業はせず、来店客のご相談を受けるのが中心です。お客様の9割はエンドユーザー様で、実績は月に5～6件です。

当社のモットーは「自社工事」。基本的に自社の職人が工事をし、外に頼むときも丸投げすることはない、つねにキメ細かくていい施工を心がけています。とくに庭の最後の仕上げは必ず私自身の目でチェックしています。ここだけは絶対に譲れません。

また、緑が入ること庭は豊かになるので、1本でも2本でも必ず緑を入れるようにし、他社との差別化をはかっています。

今後は、モデルガーデンの奥に洋風の空間づくりを強化していく予定です。先ごろM.シェードも設置しましたし、シンクを入れてガーデンキッチンなども提案していきたいですね。こんな田舎まで足を運んでいただき、「あそこだったら、きちんとした仕事をするから」と信頼されるような存在でありたいと思っています。



最近つくった「以津の夢クラブ」。会員になるとセールやイベントの招待など特典がつかます。



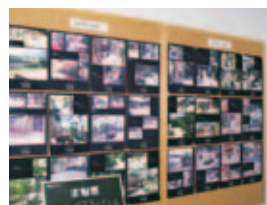
天然石の門と端正な格子が印象的なショップ入り口。



車も「以津の夢」のロゴ入り



ここでじっくりとプランの相談を。実例や資料も豊富。ポストなど小物の展示もあります。



相談中にお客様が遊べるプレイスペースも設置。

SHOP「以津の夢」

モデルガーデン、各種教室、グッズ販売。
相談室ではお客様のご希望をトコトン聞いて
いいデザインでカタチにする

外回りの営業はせず、来店客を中心にしていますから、来店されたお客様には、まずご希望をしっかりと聞きます。そして「ご希望のイメージを、いいデザインでカタチに」ということを常に心がけています。土日は店頭で接客・相談、平日は現場に出ることが多いですね。今後はもう少しグッズを多くしたり、モデルガーデンにはアルミ素材なども増やしていきたいと思っています。



店長／チーフデザイナー
堀部哲夫様



チームワーク抜群のスタッフの皆様。
左上から、堀部様、伊藤様、細田様、大崎様、伊藤香織様。



花苗や鉢などを販売しているガーデンショップ。レイアウトも美しいと好評。



門をくぐると道が左右に別れ、左はガーデンショップ、右はデザインオフィス。

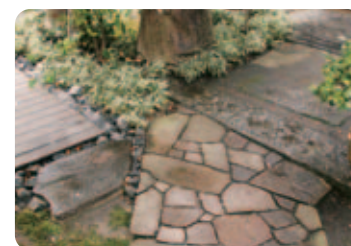


古い和風の建物をリフォームしたデザインオフィス。中にお客様の相談室があります。

モデルガーデン



庭の奥にはM.シェードが。まだ工事中なので完成が楽しみです。



床パターンのバリエーションも豊富。お客様の参考に。



木や石を使って自然な雰囲気。奥は陶芸・寄せ植え・トルペイントなどの教室に。

現場経験で プランもレベルアップ！

大崎様「私たちは、単に設計するだけでなく、現場立ち会いから集金まで全行程に関わっています。職人さんの段取りなど気を遣うことも多く、大変ですが、現場の経験がプランにも反映し、より確かなご提案ができるようになった気がします」

細田様「グリーンが大好きで、小さいころからこの仕事が夢でした。お客様と一緒につくり上げ、完成したときに『ありがとう』と言われる喜びを感じています。もっともっと勉強してレベルアップしなくてはと思う毎日です」



ガーデンデザイナー
細田佳江様（左）、大崎知恵様（右）



リフォーム特集、施工例集、イベントの案内など、内容充実の誘店チラシ。



【和の庭全景】
築山と天然石でダイナミックに構成した和の庭。要所要所に雑木を植えて、野趣のあるたたずまいに。背景の山林も美しい借景になっています。

【曲線の小径】
築山部分に小径を設けて楽しい散策の場に。曲線にすることでより広がりを感じさせています。

メンテナンスが楽な雑木の和風庭園に S様邸

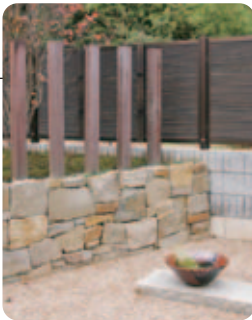
広い敷地に二世帯住宅が建つS様邸。「メンテナンスが楽な和の庭に」というご希望に沿って、松などと比べ手入れに気を使わない雑木の庭をつくり、除草シートを敷き込んで草むしり不要に。門扉はニューエクモア1型、竹調のフェンスは紗更を採用しています。



【庭側の門】
門扉はニューエクモア1型、フェンスは竹調の紗更を採用。重厚でシャープなデザインが、建物の雰囲気とも和の庭とも調和。



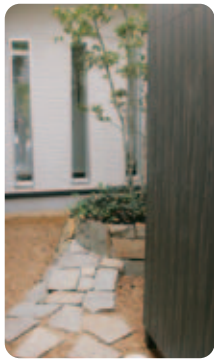
【メンテナンスフリー】
家のまわりはタイルを敷き、土の部分には除草シートと砂利を敷いて雑草を防いでいます。テラスがあるので庭に出やすいのもお年寄りに好評。



【和モダン】
長方形の天然石や木製の縦格子、フェンスなど、端正で直線的なモチーフが、和の庭をモダンでおしゃれな味付けにしています。



【坪庭】
玄関奥、建物のくぼみに設けられた坪庭。小さいスペースも無駄なく生かしてこんな素敵な空間に。



【小さな中庭】
親世帯と子世帯をコの字につなぐ中庭には、ソヨゴの木を植えて、天然石のあしらいがアクセントに。

天然石や山野草でモダンな別荘のイメージに N様邸

長年住んだ家を、別荘風の建物に全面建て替え。それに合わせたエクステリアをご希望でした。そこで門柱やステップに天然石を貼り、山野草をあしらうなど野趣のある雰囲気。既存の石積みや植木も一部生かして、家族の歴史が感じられる庭を完成。



【門とアプローチ】
ダイナミックな門柱がアクセント。白い色は、建物の内壁と素材・色を含わせて統一感を。中央のシンボルツリーはご家族の大切な梅の木で、元の庭から移植したもの。白壁の奥にはテラスが。



【テラス】
中庭にはテラスを設置。隣家や道路から見えないように白壁で目隠ししたうえに、壁面に沿ってベンチを設置したので、気軽にくつろげる使いやすいスペースになりました。

事例ノート、CASE3

長崎県 長崎市
ガーデン工房(株)サネフジ 様

43年の歴史と32歳新社長の若いパワー！ 「エクステリアのデパート」と 営業+設計のコンビで納得の提案を

43年前に父が始めたフェンスの会社が、20年後に外構全般に拡大して現在に至ります。そして去年6月、私が社長に就任。長い歴史をもつ会社の舵取りを任されることになりました。「外構ならサネフジに」とご指名がかかるようになりたいと考え、2年前に展示場をつくりました。当社の展示場は、いわば「エクステリアのデパート」。とにかく商品アイテムの数をたくさん集めているのが特徴です。お客様を説得するには、実物を見てさわっていただくのが一番ですから。もちろん商品を揃えるだけでなく、お客様がイメージしやすいように、屋外展示場では生活シーンごとのプランを提示。また施工例の写真も豊富に用意して、参考にさせていただいています。



代表取締役
実藤 強志 様

広報活動では、HPを1年前に全面リニューアルして、より親しみやすいものに。問い合わせも増え反応はますますです。さらに最近ではテレビCMも活用。去年は「三代目社長就任キャンペーン!」と紹介されるなど、効果的なPRになっていると思います。スタッフは営業（社長も含め）8名、設計6名、工務2名、総務4名、配送3名、職人2名。会長も加えて総勢26名です。実績は月に30～40件です。当社の自慢は高い提案力と施工力です。お客様との打ち合わせは、営業+設計でペアになって対応。営業からの伝聞ではなく、設計担当が直接お客様の話を聞いてプランできるので、ご希望をしっかりと反映したよりよい提案ができるのです。また、43年の歴史と信頼で腕のいい職人をたくさん抱えているので、ていねいで確かな仕上げにも定評があると自負しています。今後も地域に根ざして歩み続け、長崎の街なみを私たちの手でつくっていかれると思っています。

HPは読みやすく実例満載に 毎日更新のスタッフ日記は必見！

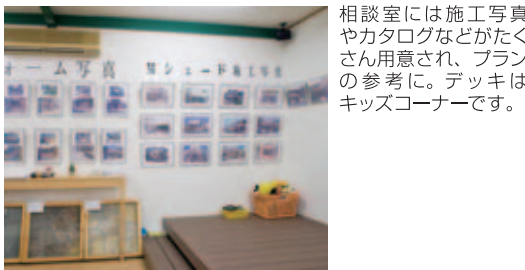
入りやすく親しみやすいHPへとリニューアルしました。お客様の参考になるように、施工例もどんどんアップ。スタッフ日記はスタッフが交代で毎日更新。それぞれの個性が出ていと好評です。お客様の反応もよく、メールでのお問い合わせも増えてきています。



設計
福本 慶 様（HP担当）



<http://www.sanefuji.jp/>



相談室には施工写真やカタログなどがたくさん用意され、プランの参考に。デッキはキッズコーナーです。



スタッフの皆さんの熱気あふれるオフィス。

いいものだから実物を見て選んでほしいと 最大間口10mのM.シェードを展示

当社の展示場には、建物（ガーデンプラザ）の入り口部分に、ドーンと10mのM.シェードを設置。お客様の注目を集めています。M.シェードは素晴らしい商品ですが、お値段も張るので、ぜひ実物を見て納得して選んでいただきたいと展示したんです。おかげでM.シェードの売り上げは現在20件と好調です。（次ページ参照）



代表取締役会長
実藤 志郎 様

ガーデンプラザ



長崎で最大&唯一の展示場
M.シェードや門扉など商品が満載！



入り口に最大間口 10mのM. シェードを設置。
お客様にも「あのM. シェードのあるお店」と言われ、インパクト大です。



室内には門扉、門柱、フェンスの実物が所狭しと並んでいます。一堂に集まっているのでお客様が比較検討しやすいと好評。

屋外展示場



テラスやデッキ、アプローチ、門まわりなど生活シーンに沿ったプランを提案。床材のバリエーションも豊富なので参考になります。



【エクステリア全景】

ファサードは半透明の門扉や縦格子でさりげなくクローズ、曲線の花壇がやさしいアクセントに。建物のモダンな雰囲気に合わせて、門柱にはユニゾンという天然石を使用。門扉はアクアス1型、カーポートはカムフィ、跳ね上げ門扉はエクモアワイドを採用。



【サイクルポート】

ファサードの右隅にはカムフィRミニでサイクルポートを設置。ミニ塀をつけて自転車を隠したので、道路側から見た目はスッキリ。境界のフェンスはU. スクリーン。

クローズ外構+広々とくつろげる中庭テラス I様邸

「ファサードはクローズにして、2台分のカーポート+来客用駐車場、駐輪スペースを。中庭はお子さんと遊べるスペースにして犬小屋も欲しい。」これらのご希望をすべて入れてプランニング。道路からの視線をたくみに遮りながら、広々とくつろげるテラスと芝生の中庭を実現しました。



【中庭アウトドアリビング】
全面に芝を敷いた中庭。リビングの前にはテラスと、そこから伸びるサークルにはプランコも設置して、家族の楽しいアウトドアリビングに。犬小屋は形材とユメッシュゼットの扉を使用してオリジナルにつくったものです。



【バーベキュー】
庭の一角には、レンガでバーベキュー用の炉もつくったので、ガーデンパーティも楽しめます。背後のフェンスはニューカムフィ。



【キッチンガーデン】

レンガのキッチン設備や水辺のあるガーデン。リビング前のテラスにはM. シェードを設置したので、天候を気にせずガーデンパーティを楽しめます。



M.シェードで楽しいガーデンライフを提案 U様展示場

家族で楽しく過ごすガーデンをテーマに、庭には芝生やテラス、水辺、シンクや炉などを設置。M. シェードはぜひ庭で使っていただきたいという提案をこめて、テラスから玄関までL字に使用。M. シェードがアウトドアリビングとしての庭の楽しみ方を広げています。



【エクステリア全景】

建物のまわりをM. シェードで囲んだユニークなプランが印象的。M. シェードは中庭のテラスから、建物に沿ってL字に折れ曲がり玄関まで延びています。



【門まわり】

住まいのグレード感に合わせて重厚な雰囲気の色とバランスも絶妙。植栽の色とフェンスも絶妙。門扉はアクアス1型。



【M.シェードのテラス】

M. シェードなら青空の下の明るさを楽しめます。駐車場だけでなく、中庭での提案は需要喚起に重要。

古橋宜昌の EX プランニング実践塾 第10回 最終回

■ 前回の課題の確認

まず始めに前回の課題の敷地条件と施主の要望について確認しておきましょう。
北側の坪庭のデザインという課題でした。

おもな施主の要望は

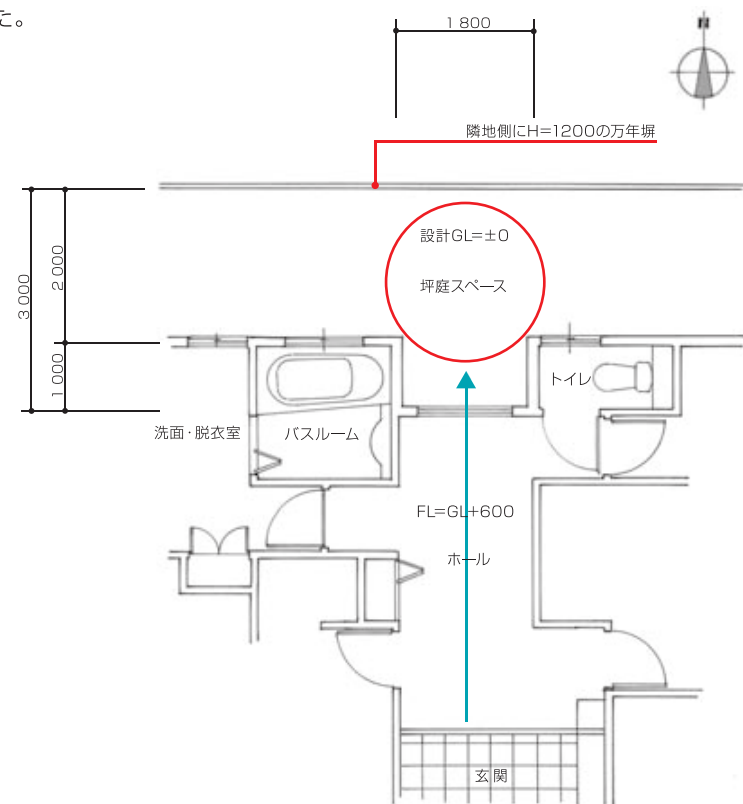
- ・北側の入隅みスペースに坪庭を提案して欲しい
- ・玄関ホール越しに見えるので洋風のデザインを希望
- ・隣りのバスルームからの眺めも考慮して欲しい

などでした。

今回は室内から眺める庭をどのように演出するかが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？

今回はまず坪庭をデザインする場合に注意していただきたいポイントから解説していくことにしましょう。



■ 坪庭計画のポイント

Point 1: 坪庭は室内からの眺めを最優先に考える

リビング前の使う庭とは異なり、坪庭は眺める庭となります。プランを考える時は敷地の外側からではなく、家の中側から見ているイメージを持ちましょう。

Point 2: バスルーム前の坪庭は外部からの視線もチェック

さらにバスルーム前の庭を考える場合は隣家や道路からの視線もチェックし、プライバシーの保護にも注意を払いましょう。

Point 3: 庭の背景が重要

どんなに庭そのもののデザインが素晴らしくても、その背景である隣地境界の塀などが汚ければ台無しです。また、この背景の素材によって坪庭のイメージも大きく変わるのでその選択はとても重要です。

Point 4: 室内と屋外の一体感を演出

サッシやガラスで隔てられた空間ですが、できる限り室内から眺めて一体感を感じられる演出を心がけましょう。

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学長・
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と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://explaning.m78.com>

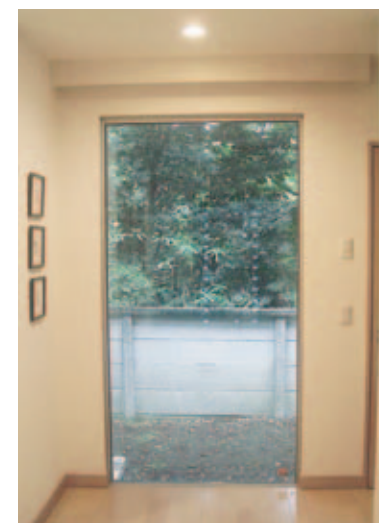
それではさらに坪庭計画の具体的手法をみていくことにしましょう。

Point 1: 坪庭は室内からの眺めを最優先に考える

みなさんはプランニングに入る前に現地調査に行かれ写真を撮られると思いますが、とくに坪庭の部分は室内からの写真を撮る事をお勧めします。左の写真の様に屋外から坪庭部分を撮影すると住宅の基礎や外壁を意識してしまいがちですが、右の写真のように室内から撮影することで、お客様が実際に見るであろうイメージに近い状態でデザインの検討をおこなうことができるのです。特に今回のケースでは隣地境界の万年塀がいかにも目障りであるかがおわかりいただけるかと思います。

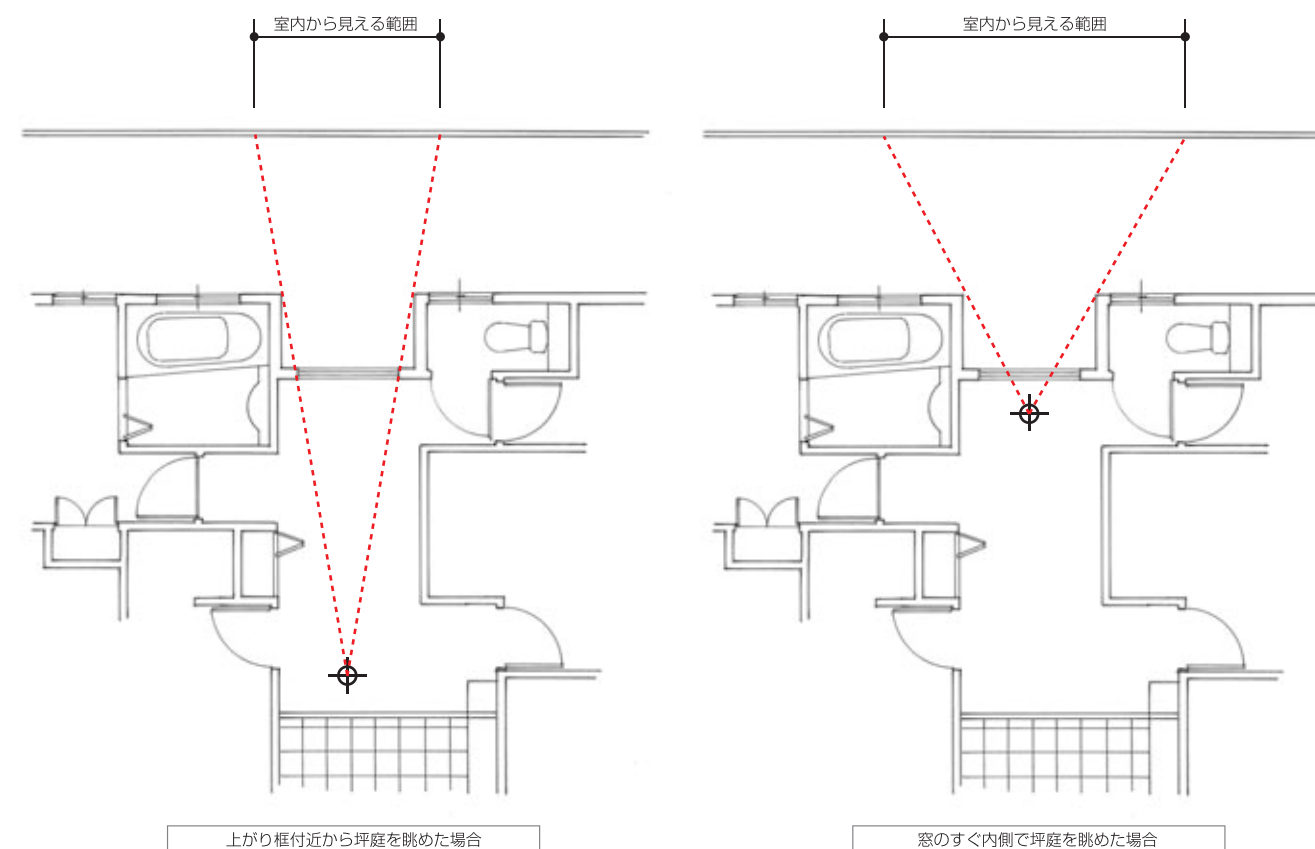


左、屋外から撮影した坪庭スペースの写真



右、室内から撮影した坪庭スペースの写真

もしまだ建築工事が始まっていない場合や、内部に入れない状況の時は、室内から坪庭スペースを眺めた場合、どこまでが視野に入るかを建築の平面図を使って確認することもできます。

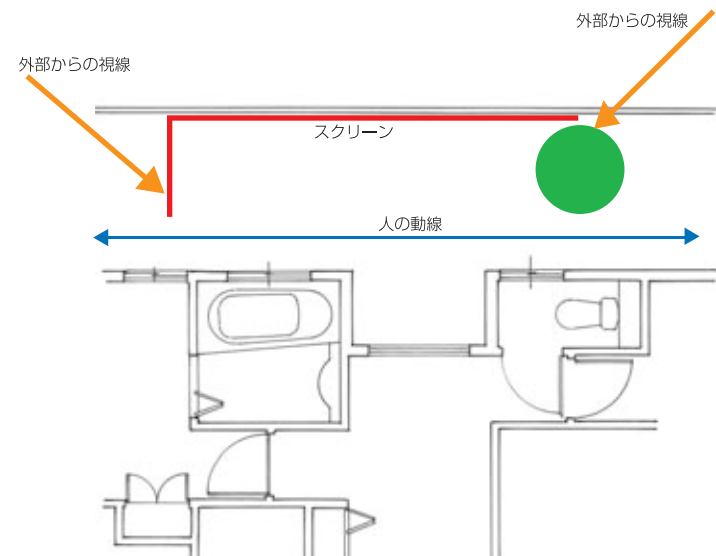


上がり框付近から坪庭を眺めた場合

窓のすぐ内側で坪庭を眺めた場合

Point2: バスルーム前の坪庭は外部からの視線もチェック

今回のケースでは隣にバスルームもあるので、そちらに対する配慮も必要となります。バスルームは外部から覗かれないようにしなくてはいいませんが、背景となる目隠しのスクリーンを折り曲げたり常緑の植栽を配置するなど、斜め横方向からの視線を確実に遮断することができます。ただし、清掃などのメンテナンスも考慮し、人の動線は確保しておくようにしましょう。



Point3: 庭の背景が重要

坪庭の場合、室内から眺めることがメインとなりますので、庭そのもののデザイン以上に背景に対する配慮がとても重要になります。隣地境界が今回のように万年塀やブロックフェンスなどの場合は、坪庭の背景としては不十分です。

また、まったく同じ庭のデザインであっても背景のスクリーンによってイメージも大きく変わってきます。提案したい庭のコンセプトに合った背景を選択するよう心がけましょう。



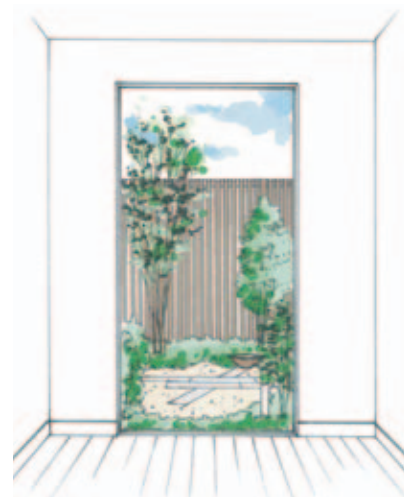
背景が万年塀の場合



背景がブロックフェンスの場合



背景が竹垣の場合



背景が縦格子の場合

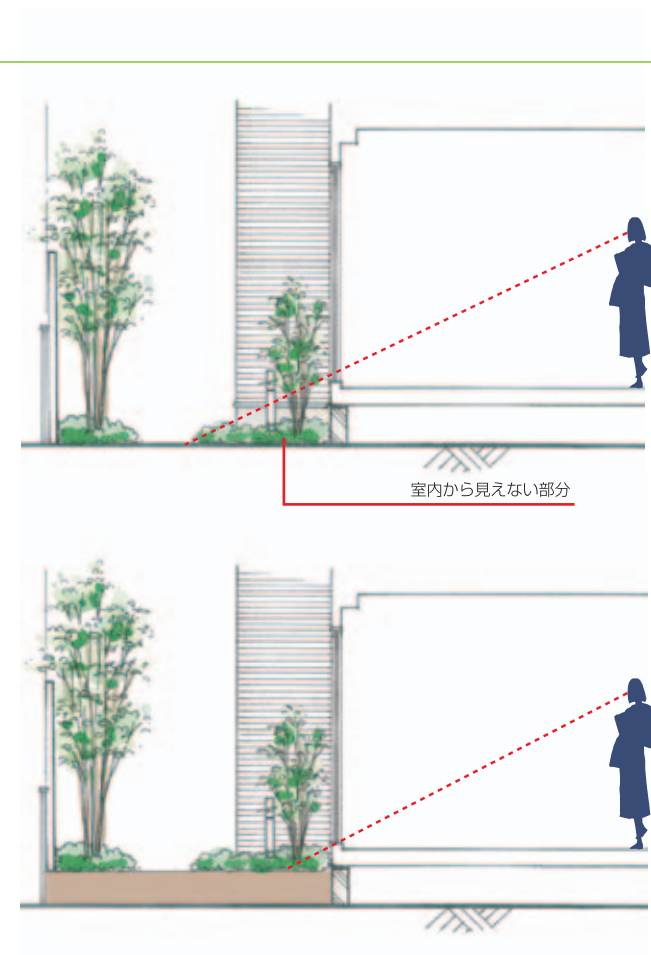


背景が採光タイプのスクリーンの場合

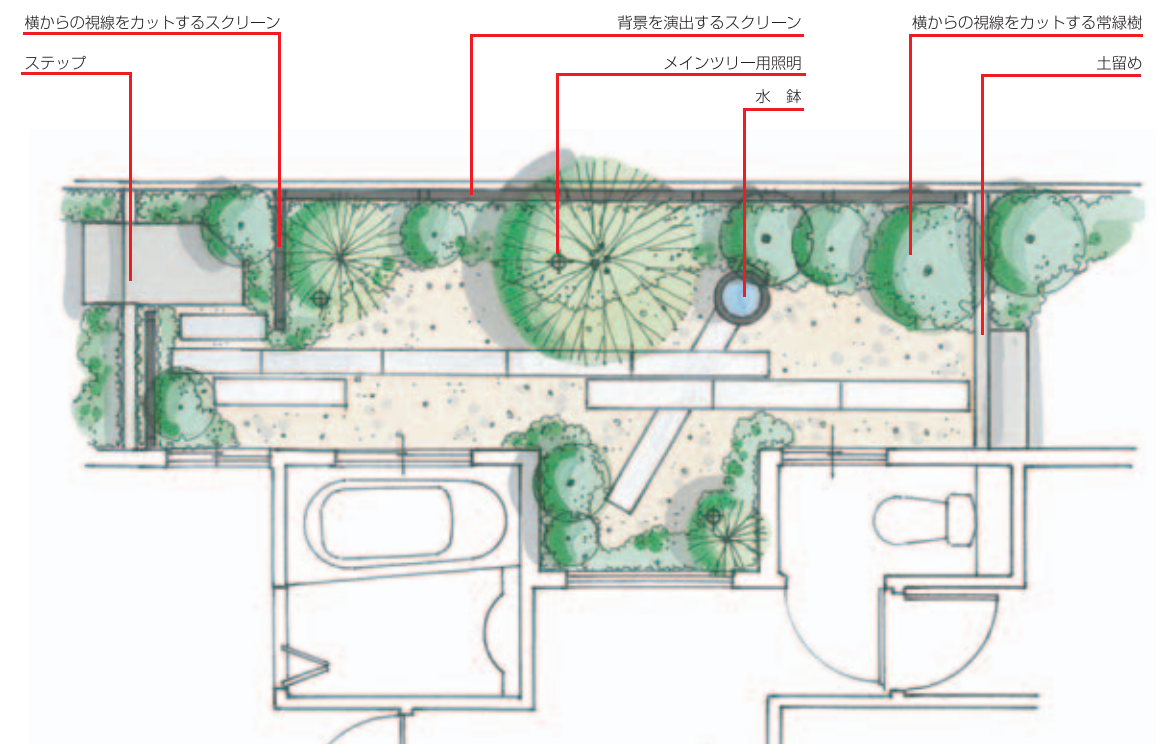
Point4: 室内と屋外の一体感を演出

一般的に室内の床の高さはG.L. から +600 mm 前後となります。坪庭を作る場合、そのまま G.L. 上で計画すると、室内から眺めた時に手前部分はほとんど隠れて見えないことになってしまいます。

可能であればこの部分に客土し、少しでも室内の床の高さと近づけることをお勧めします。この際、注意しなくてはいいけないのは床下の換気を阻害しないようにすることです。最近の建築では基礎の天端に換気パッキンを挟むケースが多いので、これよりも若干低めに客土し、雨水が床下に流れ込まないようにしておかなくてはなりません。また、排水桝の有無も確認し、場合によっては高さの調整が必要になることもあります。



モデルプラン



狭いスペースであっても魅力的な空間を提案しなくてはいいけない坪庭はこのようなポイントを参考に考えてみてください。

さて、10 回目を迎えた当講座も今回で最終回となります。少しは日頃のプランニングのお役に立てましたでしょうか。この講座ではさまざまな条件を設定し、プランの考え方を解説してまいりました。お客様に感動を与えるデザインはしっかりとした考え方があってこそ実現します。この講座でお話させていただいたことを忘れずにこれからも頑張ってください。

御庭会通信

群馬御庭会 総会 —

1月29日(木) 前橋ホテルにて

群馬御庭会では1月29日に総会を行いました。研修会・新年会も兼ねて行われ、終始和やかな雰囲気の中にも仕事に対する熱い思いが時おり現かれ、活発な意見交換も見られました。



東北御庭会 —

2月3日(火) ブラザー仙台ビルにて

東北御庭会では2月3日に定例会並びに合同研修会を行いました。今回は前回に引き続き(有)エクスプランニングの古橋宜昌先生を講師にお迎えしてプランニング講習を行いました。今回は「マーカールによる図面着色テクニック」と題して誰もが簡単に取り組める内容で面白かったとか実際にやってみようという声が多く聞かれ、約60名の参加者の皆様も大満足の様子でした。いつもながらプランナーの方には実務に直結して即役立つ内容で2時間が非常に短く感じられたと思います。



東海御庭会総会 —

1月27日(火) オークラクトシティ浜松にて

東海御庭会では1月27日に総会を行いました。同時に会員様によるプランニング施工コンテストや研修会も行われ、盛りだくさんの内容でした。コンテストでは会員様による投票で賞を決める方式で作品を見る目にも自然と熱がこもり、お互いに批評しあったり、裏話で盛り上がったたりなど和気あいあいと和やかな雰囲気でした。研修会では弊社技術サポート部の林部長より即商売に役立つ実務的な内容の研修で皆様真剣に聞き入っていました。



(上) 講演会
(左上) 御庭会総会
(左下) 商品研修会

第25回エクステリア施工コンテスト 東海地区表彰式が行われました

昨年10月23日、東海地区受賞者の皆様を招き表彰式ならびに記念講演会を開催しました。また、東海地区賞を独自に設け、受賞8社様の表彰も行いました。



受賞された皆様の喜びの笑顔「ハイチーズ！」

東海地区入賞店一覧 (敬称略 順不同)

シンプルモダンスタイル部門	
銀賞	(株)アポア
敢闘賞	(株)三和販売
東海地区賞	(有)アーステック
	(有)イコダ外構
	(株)ピースフル
	(株)プランナーM
	(株)武井造園

洋風スタイル部門

銀賞	(株)関徳
銀賞	北川産業(株)
銅賞	(有)コンフィ

南欧風スタイル部門

銀賞	ガーデンデザインハウス花大
東海地区賞	愛日緑化造園(株)

和風スタイル部門

銅賞	須川屋西川藤石衛門商店
敢闘賞	(株)サンホームズ
東海地区賞	ハマニグリーンパーク(有)

ウォールEX部門

銀賞	(株)ファミリーエクステリア
東海地区賞	(株)宮町

パブリックEX部門

銀賞	渡辺硝子(株)
----	---------

Information

三協立山アルミ 2009 エクステリア 新商品展示会のご案内

空の下に
自在空間
EX'09

今回の展示会でご提案するのは、
いま、いちばん求められている快適性のカタチ。
時代のニーズに応じて進化した快適な
エクステリアの数々を、“体感ショーケース”
でじっくりご覧ください。皆さまのご来場を
心よりお待ちしております。



静岡会場

4/11(土)

AM10:00~PM5:30

ツインメッセ静岡/南館

静岡市駿河区曲金3-1-10

TEL.054-285-3111



名古屋会場

4/16(木)

AM10:00~PM5:30

ポートメッセなごや/第2展示館

名古屋市港区金城ふ頭2-2

TEL.052-398-1771

名古屋会場は、住宅建材新商品展示会と同時開催となります。



東京会場

エクステリア・エキシビジョン2009 (EXE2009)

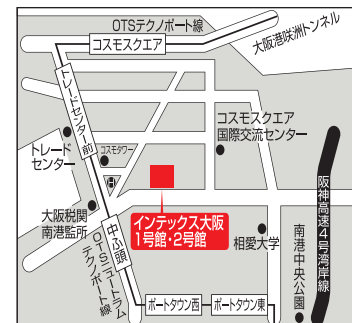
5/8(金) 9(土)

AM10:00~PM5:00

東京ビッグサイト/東5・6ホール

東京都江東区有明3-21-1

TEL.03-5530-1111



大阪会場

関西エクステリアフェア2009

6/11(木)

AM10:00~PM6:00

インテックス大阪/1号館・2号館

大阪市住之江区南港北1-5-102

TEL.06-6612-8800

耳より！
「MUTERIOR Express」と
「M.SHADE club」
情報 ぜひご活用ください！

▼MUTERIOR Express



M.シェード、M.フレイジといったミューテリア商品をご紹介したニュースペーパーと小冊子を発行しております。どちらも、全国のお施主様の素敵な暮らしの実例と喜びの声が満載です。事例のご参考に、また活発な提案営業にと、フルにご活用ください。

▼M.SHADE club





EXTERIOR VIEW 2009
Vol.38

 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/>