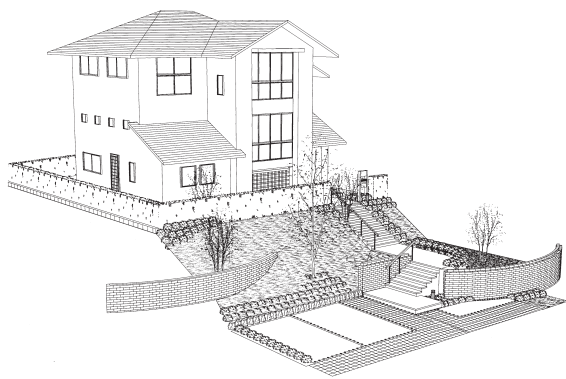


Eブロック

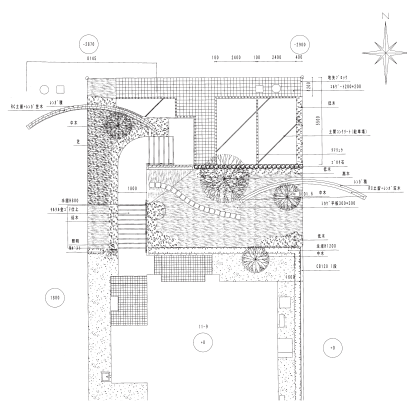
最も高台に位置するブロック。敷地と道路の高低差を利用して、ダイナミックなエクステリアを演出。



【高低差を美しくデザイン】
道路脇にはカーブスペースを設置。斜面には緑をふんだんにあしらひ、レンガや石などで変化をつけて、メリハリのある美しいファサードに。



【大きな木のある家】
手前に大きなシンボルツリーを設けた印象的な家。外壁に合わせて塀にもレンガを使用し、統一感と風格のある外観に。



【階段アプローチ】
直角に折れ曲がりながら玄関へと続く階段。手摺りもつけて安全性も配慮。階段脇の植え込みが心を和ませてくれます。



【高台に建つ家並み】
それぞれのスタイルや色に合わせてエクステリアをコーディネートし、なおかつ全体でも統一感のある景観に。

事例ノート CASE 4

宮城県黒川郡
(株)アートエクステリア様

「まごころ」の伝わる責任設計・施工で ハウスメーカーの孫請けから直請けへ さらにエンドユーザー様の比率増加へと進化



代表取締役
庄子勝彦様

以前は通信会社に勤める技術者でしたが、外の仕事がしたくて退社し、何をしようか考えていたとき、知人のエクステリアの仕事を3ヵ月手伝うことに。だんだん面白くなっていつしか3年経ち、基礎的なことはひととおり修得して、17年前に独立。その後、平成11年11月11日に会社を設立しました。最初はカーポートの組み立てなどから、次第にハウスメーカーの外構を頼まれるようになりました。しかしハウスメーカーの仕事は間に業者が入った孫請けで、お施主様と直接打ち合わせもできず、ただ工事するだけ。そのため、ハウスメーカーに営業に行くなどして、直請けできるように働きかけました。その甲斐あって、当初は孫請けが9割以上だったのに、その後半々ぐらいになり、現在はほとんど直請けに。さらに、ここ2〜3年はエンドユーザーのお客様が急増。現在、ハウスメーカー7：エンドユーザー3ぐらいになっています。

一般のお客様が増えてきた理由ですか？以前から「お施主様の顔が見えなくても、そのお宅で必要としていることをよく考えてキメ細かく提案する」ようにしていたからでしょうか。数年前から行ってきたエクステリア相談会やラジオのスポットCMも、効果が出てきているのかもしれない。

スタッフは設計5名、営業3名、現場の職人10名。職人も社員として、自社ですべて目がいき届く責任設計・施工を行っています。実績は月に20件ほどです。モットーは「まごころを伝える」。プロである以上、プラン上手・施工上手は当たり前。そこにプラスアルファの“気持ち”を込めて、お客様と心を通わせたいのです。そのためには、とにかく相手の話をとことん聞き、本音の思いを汲み取って、満足していただけるものをつくろうと努力しています。

今後はエンドユーザー様の比率をさらに増やして、5：5ぐらいにするのが目標。そのために、1人1人のお客様の個性を大切にしたいよりいいプランニングを心がけたいですね。

ゼロからスタートして設計部の要に 「主婦の目線」で使い勝手にこだわる

最初は経理でしたが、会社設立後、「設計をやってくれ」と言われ、「無理でしょ」と思いましたね(笑)。それから1年ほど研修を受け、設計を担当して8年になります。女性の目線や主婦の生活感を持っているのが強みで、使い勝手や仕上げの美しさにはとことんこだわります。最近のお客様は知識も豊富で、刺激をいただきながら、それをまた仕事に生かすようにしています。



専務取締役
庄子いづみ様



オフィス外観。暖かみのある雰囲気なので、お客様も入りやすいと好評です。



カーポートにはM.シェードとU.スタイルを使用して参考に。



室内は木の梁が印象的な和みのインテリア。仕切りがないので広々としていて、オープンに意見を交わせます。



チームワーク抜群のスタッフの皆様。左から庄子勝彦様、有住洋旭様、志齊さとみ様、石山勇子様、熊谷博美様、佐藤徳昭様、庄子いづみ様。最後尾に控えるのは仙台支店・澤田。