



しゃいましたね。その社長さんがおっしゃるのは「質の高い空間づくりの要望がある場合は設計料をいただいています。デザイン・設計は無料ですと言っている限り、この問題は解決しないし、ちょっと余裕のある会社がデザインは有料ですと言っていかなければ、後に続く企業が出てこないですよ」ということでした。頼もしいですよ。ですから販工店さんの中で多少は余裕があると思われる方は、きちっとデザイン有料を打ち出して、周りをリードしていくことが大きな成果につながると思います。私の場合、もちろんデザインは有料です。現時点でデザインしている人ががんばらなければ、後に続く方が出ないと考えているからです。大げさな言い方をすれば業界に対する私の責任だと考えています。

永田 貴重なご意見をありがとうございます。デザイン料と言う前に、施主様に見せられる図面そのものがなかったところからスタートしていますから、販工店の皆さんも苦労されているんですよ。

当社も10年前からCADを出して販工店さんをバックアップし、今ではパースまでを含めた図面を簡単に描けます。施主様とのコミュニケーションを図る上では格段の進

歩を遂げていると思います。

とは言ってもバブルが弾けてからは、販工店さんの受注額は平均して100万円ぐらいにまで落ち込んできていて、これまで外構だけだった販工店さんもガーデニングにすごく関心を持ちはじめています。

後は、エンドユーザーにどう入り込んでいくかなんですが、一方でガーデニングの流行から園芸家が外構分野に進出する動きもあって、販工店さんには危機感も生まれているんですよ。

とよだ氏 でも、園芸家には外構設計という空間づくりはむずかしいと思います。やはり設計・施工のプロである販工店さんが中心となるべきです。もっと自信をもっといただきたいですね。

永田 業界が一丸となってここを乗り越えなければいけないですね。我々も販工店さんの受注につながる道をいろいろ探っているわけですが、その一つとして販工店さんがホームページを開設できるような支援しています。一般のお客様にホームページでPRするというのも、今後は有用になってくるのではないのでしょうか。

設計と施工を分業するのも 業界が発展していくひとつの道

とよだ氏 分業という言い方があてはまるかどうかは分かりませんが、建築の世界ではデザインは建築家に依頼して、それを



施工するのは工務店というふうに位置づけがはっきりしていますよね。

例えばデザインにまだ自信がない販工店さんの場合は、「当社はデザインはデザイナーに頼みます。しかし施工は自信を持って当社がやります」といった役割分担をはっきり打ち出して、お客様と交渉するというのも一つの策だと思いますよ。

こうした役割分担をしていけば、非常に層の厚い産業になっていくと思います。外構に対して100万円かけるつもりの方の施主様に、もう少し予算をかければもっと魅力あるものになりますよという提案ができれば、300万円になることもあり得るのですから。

その時、鍵となるのがデザインと技術力。両者の努力が実って、エクステリアという市場もさらに確立されるのだと思います。

永田 そういった観点からも先生にはオピニオンリーダーとして、エクステリア業界を引っ張って行っていただきたいですね。

……本日はありがとうございました。