

# EX.VIEW

'99/秋の新商品ご案内





## とよだ みき氏の横顔

・86年 豊橋義塾大学卒・カリフォルニア州立大学留学 / 商業デザイン専攻  
 ・88年 (株)エス・ピー・エーでマーケティングコンサルティング従事  
 ・90年 ガーデンデザイナー活動を開始  
 ・93年 (有)バウムスタンプ設立 代表就任  
 ・97年 同社デザイン部門を独立 (有)オフィストヨダ設立 代表就任  
 著 書 「ガーデンデザインの本」「スモールガーデンの本」  
 「とよだみきのガーデンデザインレッスン」(講談社)

## 永田 等

弊社エクステリア建材事業本部長



とよだ氏

モノづくりの伝統技術で  
新しいアルミ文化を創造しましょう

永田 私どもの本社がある富山県高岡市は初めてということなので、まずアルミ産業と高岡の関係について簡単にお話します。もともと高岡は加賀前田藩の領地だったんですが、二代藩主の時に産業政策の一環として高岡に鋳物産業を起こしました。鋳物産業は加賀藩の中心である金沢の文化が育んできた“美術工芸”の流れを汲み、それが今日の伝統産業である高岡銅器にまで発展しました。また、時代のニーズに伴って、銅からアルミという新しい素材へ、美術工芸品から日用品、さらには建材という新しい分野へと広がり、アルミ産業が発展してきたわけです。

とよだ氏 高岡はしっとりした趣のある街だなという印象を持ったのですが、そうした美術工芸の伝統が引き継がれている所だからなんですね。

永田 当社は、エクステリア業界に参入して20年になりますが、その間、いわば“素材としてのアルミ”で今日まで来た感があります。しかし今後ビジネスとしてさらに発展させていくには、デザインということをしっかり意識してモノづくりを行い、暮らしの中に深く息づいていかなければならないと考えています。

とよだ氏 まさにその通りだと思います。デザインということになると、そのものだけではなく景観や街並みなど周囲との関連性も踏まえる必要が出てきます。そうしたきちんとした意味付けが前提にあってモノづくりをするというのは絶対に必要なことだと思います。

実は私、高岡に来てお話を伺ったり、実際にアルミの商品を拝見して、アルミというものに興味を感じ始めているんですよ。

永田 それはうれしい話ですね。是非、具体的に聞かせて下さい。

とよだ氏 まず、アルミにはアルミという素材がもつ美しさがありますから、それを全面的に打ち出すことが必要だと思います。そして、アルミをさらに利用していこうというのであれば、建物のデザインと関連させて考えることが大切でしょう。住宅の建材にきっちりアルミを使い、さらに外構でアルミの魅力を発揮している商品を使用すれば、建物とエクステリアとの間に統一感を出すことができるわけです。

例えば、アルミの商品をふんだんに使ったモデルハウスをつくるのも一案で、その中からエクステリアの方向性も感じとれてくると思うんですよ。

鋳物文化をつくった高岡が、今度はアルミ文化をつくっていけるんじゃないですか。期待しちゃいますね、私は。

日本に於ける新しい庭文化は  
先人の知恵に学ぶことから生まれる

永田 先生は新しい庭のあり方を提案され高い評価を受けていらっしゃいますが、新しさの鍵は何なのでしょう。

とよだ氏 新しいというよりも、現在の生活を日本人が昔から持っている感性の面から見直す作業をしているんですよ。もともと日本人は雪見障子を用いて外の風景をインテリアに取り入れたり、縁側という、庭と建物のつなぎの場をつくるなど、自然を感じることに得意な民族だったと思います。それが、家の中と外をはっきり分けてしまう建物が登場した頃から、外での過ごし方が下手になったんじゃないでしょうか。ですから、もう一度今の生活に合わせた形での庭のあり方を提案すれば、まったく新しい庭の魅力を引き出せると思います。

永田 なるほど。今の生活に合わせた形というのが、先生が常におっしゃっている“使う庭”であり“過ごす庭”なんですね。では先生がプランニングの段階で大切に



## INDEX

■ 対 談 / とよだ みき氏 & 永田本部長	— 1
■ 設計ノート / アベ建材株式会社	— 4
■ '99年秋 新商品ダイジェスト	— 5
■ 御庭会通信	表4

# 空間のコーディネーター とよだ みき氏は 昔から培われてきた日本人の感性で 現代の生活をデザインする



永田

ていらっしゃることは何でしょう。

とよだ氏 まず考えているのは、そこに住む家族が“主語”になるような空間をつくることです。その家族が庭でどう過ごしたいか、庭に何を求めているか、ですね。その次に、その希望を全面に出した場合に隣り近所との関係はどうかを検証します。そこで“不協和音”が出そうな時はなるべく周囲に“聞こえないように”つくる努力をします。

先日、京都でこの人たちはすごいなと感心したことがあるんです。それは自分たちが何を守っていかなければいけないかを熟知していることなんですよね。ある老舗のお菓子屋さんがあって、その隣に別のお菓子屋さんがコンクリート打ちっばなしのお店を建てたんです。ところが不協和音どころか、見事にマッチしているんです。どんな手法を使っているかといいますと、まずコンクリートの壁に老舗の壁と同じ素材の板をはめ込み、境界には老舗と同じデザインの格子を入れているんです。

そして極めつけはコンクリートの壁から隣と同じ軒を出していることです。この軒は機能的には全く必要のない軒なんですけど、こうし

た工夫によって二つの建物の間には同質の“空気が”流れているわけです。これはデザイナーの力だと思いました。

永田 そうですね。今、どこの街でも開発が盛んに行われていますが、街並みの調和のために、やはり高さとか色だけでも制限すればいいのと思うような場所がありますね。ところで、先生は空間づくりにおいて「ネガティブスペース」という言葉をよく使っています。このネガティブスペースについて伺いたしたいと思います。

とよだ氏 日本語で言うと“間”ということになるでしょうか。空間をつくる時につくりたい空間だけを考えていくと、後のスペースは置き去りになり、全体として見た場合に、生きたスペースと死んだスペースに分けられてしまうんです。

そうではなくて、物事は全て周囲との関係・バランスでできあがっているんですよ、ですから最初からそのことを意識してつくらないといけないですよ…ということを行っているわけです。

永田 なるほど。ではもうひとつ、先生のデザインのテーマとして、身近なリゾートというのがありますが、これもユニークな発想ですね。

とよだ氏 一般的にリゾートというと“特別な場所と時間”というイメージがありますが、実は特別どこか遠くへ出かけなくて

も、家のドアを出たらそこには必ず自然があるんですね。アスファルトの上だって雨が降れば雨の匂いがある…それをもっと楽しもうという発想なんです。

永田 おっしゃるように人間ってすごい感性があると思うんです。ただ、そういう感性を持っているにも関わらず、それを意識するの難しいかと、すごく生活の潤いが違ってきますよね。

で、先生のデザインされた空間というのは、季節や自然をスーッと感じられるようになってきていて、ふっと日常から解放されて、とてもリラックスした気分になる、そういったことが身近なリゾートなんじゃないかな。

販工店さんはもっと自信を持ってユーザーにコンタクトしていくべきです

永田 先程から、空間づくりにおいてはデザインがいかに大切かということをお話されているのですが、残念なことに我々の業界はまだデザイン重視という考え方が希薄なんです。

ですからなかなか設計で予算が頂けないのが現状なんですけど、販工店さんはどうすればデザインをお金に代えていけるかについてアドバイスをいただけますか。

とよだ氏 本当にむずかしい問題ですね。でも、私がある地方で一緒に仕事をした販工店さんは、すでにその努力をしていらっ





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。もっと自信をもって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。



第16回エクステリア施工コンテスト グランプリ受賞 浜松市T様邸 '99年7月撮影



アベ建材株式会社  
代表取締役 阿部浩之氏 静岡県浜松市

## 綿密なデザインと施工技術で「作品」をめざす

●この住宅では敷地の関係上、エクステリアを構成する全ての要素(玄関、アプローチ、庭、カーポート等)を道路に面して横並びに構成することがデザインのポイントになっています。

施主様の要望は、「高い塀で囲って外から見えなくしてほしい」ということでしたが、道路から建物までの距離が十分ではないので、庭が想像以上に狭く感じられること、景観としても重い印象になってしまうことが予想できたので、鋳物のフェンスを使用し、そこに蔦系の植物を這わせることでこの問題点をクリアしました。

●基本のスタイルとしてはセミオープンの外構に決定し、施主様の希望である「花を育てたり、庭で食事をしたり、家族で使う庭にしてほしい」というテーマのもとに花壇を作り、芝を植え、植栽をふんだんに取り入れて緑いっぱいのエクステリア空間を演出しています。そして設計の第一のポイントは庭をゆったり見せるために、空間の変化をフェンスのアーチに求めたことです。施工工程としては、まず土留堀をアーチに作り、その上に鋳物のフェンスを納めていくわけですが、現場監督の指示のもと、その場で一つ一つアーチに合わせて寸法をとりながら、ジョイント金具で調整施工いたしました。また、色も全体のバランスを考えて特注のグレーにし、鋳物門扉も同様の色に合わせました。

●第二のポイントは、庭を2つのタイプで構成していることです。この住宅は門扉を中心に右側が親世帯、左側が子の世帯に分かれている二世帯住宅のため、子世帯側のガーデンアプローチには現代風に芝をしき枕木でアクセントをつけ、親側の庭には飛び石を使って日本庭園風に仕上げています。これは門を一步入らないと分からないほどの小さい表現ですが、それぞれの生活スタイルを大切にしたいとの思いからこのようにデザインしています。



'98年5月 施工完成時撮影



子世帯側のガーデンアプローチ

シリーズ充実で更にご提案の幅が広がりました

■ ガーデンエクステリア



## ガーデンヴァール 新アイテム追加

### ブリックシリーズ



門柱1型〈フェンス取付タイプ〉 H:862・1142追加

鋳物フェンス・鋳物スクリーン・木製フェンス・スチールメッシュフェンスとの組み合わせが可能…単調になりがちなフェンスにアクセントを!



花台 2型

花台 3型

花台 1・2・3型

タイル張りユニットの連結で簡単に施工ができ、外観も高級感のある仕上げとなっています。

### ウッドシリーズ



スクリーン

4タイプのデザインの組み合わせで、周りの条件やお好みに応じておしゃれな空間を演出できます。

### ファニチャー&グッズシリーズ



GP-K1型



GP-R1型

プランター

ガーデンヴァールオリジナルロゴマークの入ったおしゃれなプランターで、お庭にアクセントを。



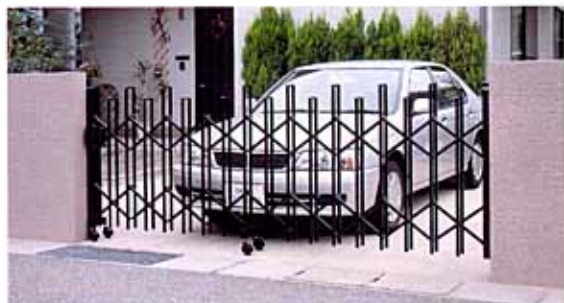
噴水

水の音が心をなごませ、お庭に楽しい雰囲気を与えます。



バーベキューセット

ユニークなデザインがガーデンパーティを盛り上げます。



カーテンゲートCVUN-1型

意匠性と機能性をさらにアップ! 門柱と本体も別梱包とし、より扱いやすい梱包形態になりました。



カーテンゲート  
ガイドレール後付けタイプ

好評のガイドレールタイプに後付けタイプを追加。



カーポート エクオーレ

サイドまで回り込んだ屋根が、雨・風を効果的にガードします。



テラス囲い晴れもようF型(フラット屋根)

雨や雪の吹き込みを抑える「ひさし」付き。  
屋根が柱より1尺大きい形状…玄関の風除室にも使えます。



テラススーパーマイオーレ ウッドオプション

テラスをステキなガーデニングのステージに。  
テラスと庭の境界面にラチスパネルや柱カバーを取り付け、ハンギングなどのガーデニング空間に活用できるオプションです。

トピックス

「スーパー御庭番」ニューリリース



作 図 3Dカラー プレゼンボード

…設計者のアイデアを  
素早くビジュアルに表現できる  
CADの誕生です

“カンタン・スピーディ・経済的”この3つをコンセプトに発展してきた外構専用CAD「御庭番」for Windows95が、従来の特長をそのまま継承し、新たな機能を搭載して、次世代外構CAD「スーパー御庭番」として生まれ変わりました。  
スーパー御庭番は、あなたのイメージをシンプルな操作でスピーディに、そしてビジュアルに表現できる外構専用CADとして、これからも進化しつづけます。



おにわかい つうしん

# 御庭会通信

●東北御庭会 開催——8月3日仙台国際ホテル

8月にリリースされた、次世代御庭番である「スーパー御庭番」VER1.0の概要説明が行われた。また、3Dカラーシステムの今後のバージョンについての説明も併せて行われた。



●四国御庭会 発足——8月24日リーガロイヤルホテル新居浜

今回、新たに四国地区で御庭会が発足し、会長は(株)アキラの和田社長、副会長にベスト産業(株)の岩下社長が就任された。また、「スーパー御庭番」VER1.0の概要説明が行われた。

タウンスケープデザイナーとよだ みき先生 講演会 実施

上記、東北御庭会および四国御庭会において、現在テレビ、雑誌等で活躍中のタウンスケープデザイナーとよだ みき先生による講演会が実施された。

「ガーデンデザインの現状と今後の方向性」をテーマとし、ガーデンデザインを考える上でのポイントや今後の方向性を先生の手掛けた施工例を紹介しながら熱く語られた。



おにわばん  
御庭番スタッフ紹介

長崎県西彼杵郡 株式会社サネフジ

「お客様の個性を大切に、  
プロとして質の高い仕事を」がモットー



北様 森様

大町様 福本様

大町 文一様

毎日楽しくて、とても充実しています。まだまだ勉強中ですが、仕事で心がけている事は建物と植栽との調和です。長崎ではオープン外構が主流になってきていますが、ニーズに対応することはもちろん、これからは差別化を図って個性的な提案ができるようにと思っています。そのためにもたくさんの本を読んだり現場を見て回って、良いものはどんどん取り入れたいと思っています。

森 隆秀様

最近ではガーデニングに興味をお持ちのお客様が多いので、見栄え良く感じのいいデザインで、楽しめる庭を提案するように心がけています。また設計だけではなく、植栽に関しても造園屋さんと相談しながら、年間を通してアドバイスするように心がけています。



代表取締役社長 実藤 志郎様

最近のお客様は、ウッドフェンスなど木を使ったエクステリア空間を望まれる傾向が強くなってきていますね。我々の仕事は図面が勝負ですが、その点、御庭番の立体パースは分かりやすいと好評です。今後も「提案と図面」でプロとして勝負していきます。