第1580号（昭和57年7月8日第三種郵便物認可）
2018年（平成30年）7月10日(火)
週刊 エクステリア
EXTERIOR weekly
発行所
株式会社 協報
発行人 金井徹
〒556-0016 大阪市浪速区元町3-10-4(香陽ビル)
TEL 06-6631-8892 FAX 06-6631-8891
E-mail info@exterior.co.jp
東京 〒101-0035 東京都千代田区神田紺屋町13
TEL 03-5295-0801 FAX 03-5295-0802
E-mail kyoho@jade.dti.ne.jp
URL http://www.exterior.co.jp/
発行日 毎週火曜日(但し第5週火曜日は休刊)
購読料 年間 23,000円(税別・前納)

設計・施工は車の両輪

エクステリア設計の価値

JEXA EXデザインコンペ、プレゼンテーション大会

日本エクステリア設計協会（略称JEXA）主催のエクステリア設計者によるエクステリア設計者の為の〝エクステリア設計コンテスト〟が開催された（2面に関連記事）。課題に対して共通条件以外は何も制約のないコンテストによって真の、ようやく「エクステリア設計」が歩き始めたといえる。

エクステリア工事業は、界の成り立ちはメーカーによって〝設計力〟が培別名「販工店」と呼ばれが作り出す商品に夢を持われてきた。てきた。これは、販売工ち、その販売によって世そして設計から工事ま事店の略で、メーカー界を広げてきた。またメで請け負う設計工事店、イドから見て商品販売とーカーも、施工コンテスいわゆる「エクステリア工事をする流通、という トの実施で業界全体のモ専門店」が台頭してき意味で使われてきた。チベーションを大いに盛た。特にエンドユーザーかつてエクステリア業り上げてきた。このこと

JEXAプレゼンテーション大会（東京浅草橋）

設計コンテストのトロフィーと目録

設計料の有料化へ向けて

今回、日本エクステリア設計協会（JEXA）が開催した「エクステリア設計コンペティション」は、これまで軽視されていたエクステリア設計の重要性をアピールするものでもある。

上位9作品の公開プレゼンテーションは、作品をブラッシュアップすることができる非常に有効なスタイルである。作ったものをどう理解させ、感動し、納得してもらうか。この技術もまた必須な時代となってきた。設計技術を積み重ねる

対応をする場合は、多様な要望を整理し、イメージを提示することで、利幅のある受注につながる可能性が高いからだ。

しかしながら、「設計」は工事を請けやすくするための〝手段〟のような扱いで、そこに対価は設定されず、「設計者」が育つ土壌も脆弱だった。もちろん施工力は重要だ。設計だけでは現場は作れない。そこに設計力が加われば鬼に金棒となる。設計を実現できる施工力、施工の可能性を広げる設計力、この2つは両輪である。どちらが大きすぎても小さすぎても施工業社はスムーズに動きにくい。バランスがまた重要となる。

日本エクステリア設計協会（略称JEXA）主催のエクステリア設計者によるエクステリア設計者の為の〝エクステリア設計コンテスト〟が開催された（2面に関連記事）。課題に対して共通条件以外は何も制約のないコンテストによって真の、ようやく「エクステリア設計」が歩き始めたといえる。

エクステリア工事業は、界の成り立ちはメーカーによって〝設計力〟が培別名「販工店」と呼ばれが作り出す商品に夢を持われてきた。てきた。これは、販売工ち、その販売によって世そして設計から工事ま事店の略で、メーカー界を広げてきた。またメで請け負う設計工事店、イドから見て商品販売とーカーも、施工コンテスいわゆる「エクステリア工事をする流通、という トの実施で業界全体のモ専門店」が台頭してき意味で使われてきた。チベーションを大いに盛た。特にエンドユーザーかつてエクステリア業り上げてきた。このことは工事を請けやすくするための〝手段〟のような扱いで、そこに対価は設定されず、「設計者」が育つ土壌も脆弱だった。

もちろん施工力は重要だ。設計だけでは現場は作れない。そこに設計力が加われば鬼に金棒となる。設計を実現できる施工力、施工の可能性を広げる設計力、この2つは両輪である。どちらが大きすぎても小さすぎても施工業社はスムーズに動きにくい。バランスがまた重要となる。

設計料の有料化へ向けて

今回、日本エクステリア設計協会（JEXA）が開催した「エクステリア設計コンペティション」は、これまで軽視されていたエクステリア設計の重要性をアピールするものでもある。

上位9作品の公開プレゼンテーションは、作品をブラッシュアップすることができる非常に有効なスタイルである。作ったものをどう理解させ、感動し、納得してもらうか。この技術もまた必須な時代となってきた。設計技術を積み重ねることで、対価の取れる設計を目指したい。JEXAでは、協会発行の業務請負書の作成にも取り掛かっている。これは、最初のパース図提出後、発注になるのかならないのかの意思確認するものでもあるし、どこから有料であるかを、顧客に認識してもらうものでもある。これが一般化し、設計業務の効率化と有料化への足掛かりとしたい。

続新市場創造記

雪中松白為健全

機を見て盛を創る

㉒

〝エクステリア〟の概念⑫

「エクステリア」を定義づけると「様々な装飾材・機能商材を使用して作られる外部空間」ということができると書いた。産業化の発端は工場による規格化に端を発しているとも書いた。その点で見れば、先導役を果したのは〝ブロック〟の存在で、昭和40年（1965年）頃に装飾性のある「化粧ブロック」の国産化が始まったのが最初といえる。その後4～5年の間に様々な外部装飾商材、門扉・フェンス、バルコニー、テラス、物置などが次々と工場生産による規格化の道を辿り始めた。オーダー型の外回り商品が規格化の時代に入ることによって外部装飾の世界は一気に市場を広げていった。〝物〟が出揃い始めることによって流通（卸業、施工業）の対応力が求められるようになった。住宅を囲う外構関連は、ブロック塀（化粧ブロック）が金属製（スチール）の門扉、フェンスもブロック系流通によって自然に合体することになった。ブロックとフェンスは一方で（メーカー側では）ライバルでありながら、現場では合わさることで付加価値のとれる市場を作りあげた。

ブロックのスタートは建築物を主体とした〝建築コンクリートブロック〟。それゆえ、ブロックは建築物としての制約（建築基準法）を受けることになり、その事が今日まで続いている。ブロックに比べるとフェンスや門扉の施工のハードルは低い。ブロック流通が主役となったことからフェンスを含めた塀材のイニシアチブを取るのは必然的といえた。一方でこの堅固さ（モルタル充填による湿式施工、鉄筋施工）故に得たイニシアチブも、現在では逆の職人不足という大きな壁にぶちあたらざるを得なくなっているのも皮肉だ。

先導役となり、ブロック施工業者とブロック系問屋によってその市場が広げられることになった。遅れて規格化を物にした