

表現力を鍛える

プレゼンテーションは顧客との真剣勝負の場であり、住まいづくりの始まりである。

第7回・・・K邸「長野県」

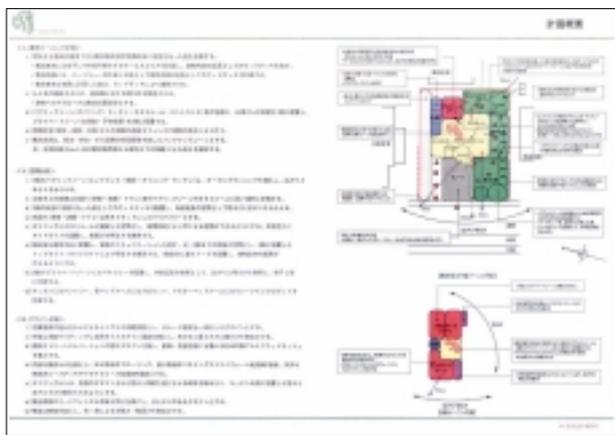
「施主の要望と建築条件」

市街地の宅地整備された西側道路に接道した矩形の敷地で、すで

に東側・南側・北側に住宅が建ち、西側には北アルプスを望むことができる。おばあちゃんを中心に家族が集まるスペースと、高齢

者に配慮した1階のプランニング、北アルプスを眺めながら生活できる住宅の希望があった。

構造・規模：木造2階
延べ床面積：168・16㎡
家族構成：40代夫婦と子ども2人
親1人の5人家族
施工：2006年6月～12月
総事業費：3300万円



計画概要



配置・平面図(1/100)での表現

計画概要

計画内容をさまざまな手段で伝え保存する

敷地全体のゾーニングの内容と、内部空間の構成、住宅の外観や内部のデザイン・構造や設備の考え方を明記している。

ゾーニングでは住宅・ガレージ・庭の配置、アプローチや避難・メンテナンスのための動線を明記。内外部空間のつながりや日当り・風通し、外部空間の広がりや北アルプスへの眺望、樹木や木塀による視線遮断の説明を、簡潔書きと図式で示している。

図式では空間領域や動線・視線を着色し、ポイントとなる部分は脚注している。

プレゼンテーションは儀式ではなく、提案者と施主の間で紳士的に行われる

内部空間については、1階と2階の単位空間構成と、つながりや階層による性格（プライベートゾーンかパブリックゾーン）の説明をしている。デザインでは、住宅の形態や仕様、植栽やフェンス・デッキを含めた外構、空間を構成するのに適用した構造の提案を明記している。

計画概要は、提案者と施主がプレゼンテーションの内容をいつでも確認できるため、製作している。

配置・平面図

平面のスケール感を
感じられるように

周囲の既存住宅の開口部高さも含めた位置を現地確認し、配置・1階平面図に略式に明記している。

1階におぼあちゃんの寝室とリビング・ダイニング、タタミスペース、キッチン・ダイニング・水周りのパブリックゾーン、2階に主

寝室と子ども部屋のプライベートゾーンを配置した。2階まで吹き

抜けの階段を中心に玄関、キッチン・ダイニング、タタミルーム、おぼあちゃんの部屋、トイレや浴室の水周り空間を周回できる。

また、階段に沿うかたちで主暖

房となる薪ストーブを設置。ストープ周りは床や壁と同一面とし、歩行の妨げとならないようにした。

1階のキッチンの壁を45度に振り、前面道路の視線を気にしないで、北アルプスを眺められるようにしている。

縮尺1/1000のフリーハンド図面に、内部を着色せず、外部を着色して浮き出す表現に。線描は0.1mmの水性サインペンを使用、人や家具・車、植栽を描き入れることで平面的なスケール感を確認しやすい。着色は水性マーカーで施している。

立面図

不明な線がないように
ていねいに書く

ガレージも含めた平屋の大屋根による形態と総2階切妻屋根の形態を組み合わせたデザイン。外部

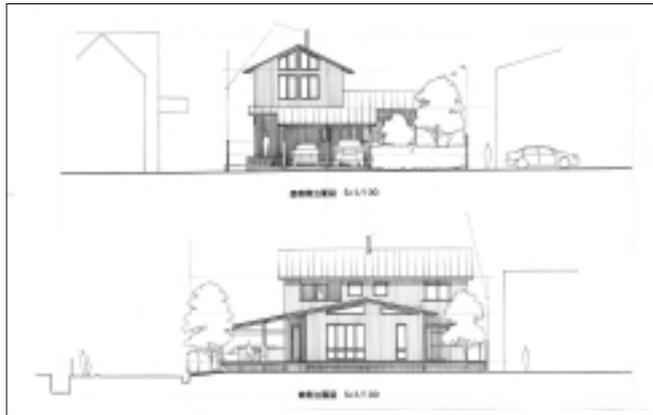
プレゼンテーションについては
1. プレゼンテーションとは
企画住宅のようにコンピュータソフトのなかから選別を行い、プリントしたものを施主に提出するようなことは、プレゼンテーションとは言えません。その人（施主）のための誠意ある提案を、プレゼンテーションといふべきです。
施主の要求によって表現方法が異なり、提出する資料内容が異なるのは当然。そのためプレゼンには有償で行われるものだと思います。
2. 重要なことは何か
図面を見栄え良く見せることや住宅のデザインを良くすることも大事ですが、プレゼンの内容に提案者の姿勢が表れることが重要。もちろん、押しつけてなく施主の

プレゼンの心得

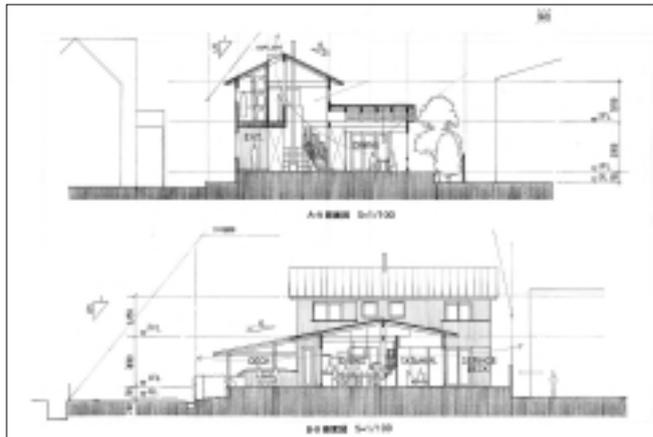
最終回



青木和壽
（有）和建築設計事務所代表 / 長野県塩尻市
TEL : 0263-51-0318
http://www.kazu-design.co.jp



立面図(1/100)での表現



断面図(1/100)での表現

は使用できる部分に無垢木材を用いる。

北側斜線および道路斜線を明記、プレゼンテーション時に提出する許認可関係のヒアリング議事録ともに内容を説明している。

プレゼンテーション図面は、定規を使用した鉛筆の濃淡と線の太さによる表現。屋根や外壁材のテクスチャーをていねいに書き、不明瞭な部分がないようにしている。植栽や車や人を描き、立面的に建物のスケール感や景観の雰囲気を出す。

断面図

内外部の広がりや構造も説明できる

内外部空間のつながりや、1階と2階のつながり、内部の高さや幅員が、人や物を書き入れることで確認できるような表記にしている。風通しや採光の確保ができることも線で表記している。

施主の要望と提案するデザインの内容から、この住宅に適用する軸組構法も説明できるように、主な柱や梁も明記している。

表現は立面図同様、定規を使用し、鉛筆の濃淡やフリーハンドで行っている。

ポリウレム模型

壁面や屋根面の見え方を確認する

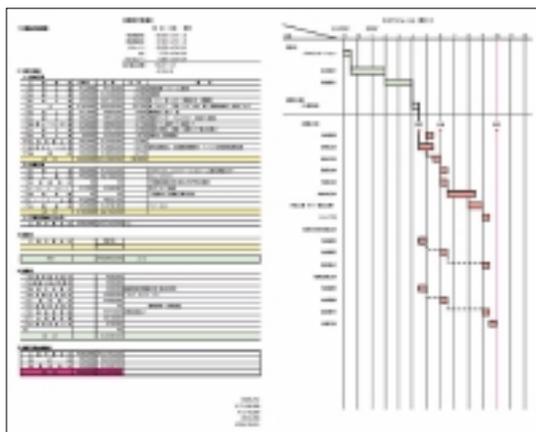
断熱材の硬質スチレンフォーム材をヒートカッターにより製作した縮尺1/100の模型を提出している。住宅の形態や屋根勾配、高さ、外壁面4面と屋根面の5面の見え方も確認できる。

工事概算予算とスケジュール

これまでのデータから予算・工程を算出

提案した住宅の概算工事予算と

工事概算予算とスケジュール



竣工写真

内部階段周り。階段を中心に周回できる空間と2階との空間のつながりはプレゼンテーションの内容がいかされている



外部西側。バルコニーの設置によりフロントエレベーションが変わっているが、形態はプレゼンテーションの雰囲気を残している



スケジュールを提示。概算工事予算はこれまで竣工した住宅の工事費のデータをもとに坪単価掛けしている。スケジュールは工事費同様、これまで竣工した住宅のデータをもとに作成している。市販の表計算ソフトを活用してつくる。

意向を踏まえていることが大事です。CADでも手によるドローイングでも良いですが、提案者としてこだわりたい内容が見える内容が求められます。

3. 内容をどう伝えるか

図面で表現が乏しければ、文章でも図式でも構わない。模型でも良いでしょう。慣例化した図や文章でなければ、施主は冷静な判断を行い、提案の内容を理解するよう努めるはず。慣例化した図や文章では、認識の誤差を生じやすい。うえ競合他社との違いが見えず、受注機会を失う可能性があります。施主の目線に立った表現方法は提案者によって異なっており、その技術は高度なものです。

4. 誰がプレゼンするか

プレゼンは提案内容を考えた者で、会社を代表する者が行うべきです。工務店であれば社長、設計事務所であれば所長です。これは、企画住宅を大量販売する企業にはできないことです。

施主に提案者の顔を見せることで、信頼を確保することが最も大事。プレゼンテーションは形骸化した儀式的なものではなく、提案者と施主の真剣勝負の場であり、紳士的に行なわれるべきである。これを最後に述べて、終わりにしたいと思います。