

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1回：「U邸」長野県

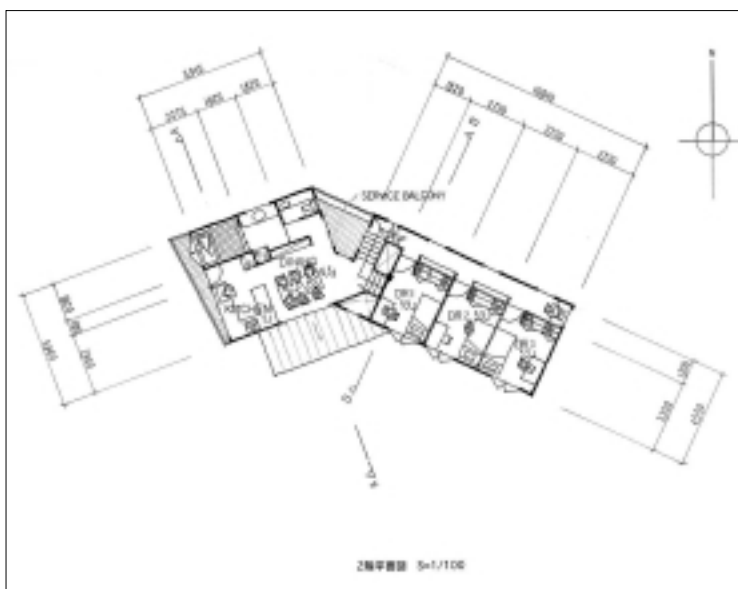
構造・規模：木造2階、延べ
180・76㎡
家族構成：夫婦+子ども3人
工期：年月、月
総事業費：万円

「施主の要望と建築条件」

施主のイメージは「木のぬくもりを体で感じ、家族の気配がわかる空間。かつ、北アルプスを眺める生活」。家族構成は夫婦と子供3人。隣接して母屋があるため、客間なしの家族5人のための住まい空間が必要だった。

施主は外部にガレージも希望。敷地は北側に工場がある歪（いびつ）な形態で、前面道路から1m高く、南側と西側に北アルプスの眺望がある。南側に庭を確保し、土地を有効利用できる提案を望んだ。

配置平面図(縮尺1/100)での表現



ロケーションの生かし方

歪な敷地に建物を配置するので、無駄な土地利用にならないよう、北側境界線に平行な建物と前面道路に平行な建物を組み合わせ、南側に庭を確保した。

プレゼンテーションのやり方やそこで使うツールは、つくり手によって千差万別。手書き図面、CG、模型、そのほかもあるものの組み合わせ。いずれにしても、そのできいかんで、家づくりの計画が前に進むかどうかが決まる。プレゼンを「お約束」で終わらせないためには、設計者自身が一つひとつの表現の意味を深めることが必要だ。(有)和建築設計事務所の青木和壽さんが実際に使った図面類をもとに、そこに何が表現されているかを見ていく。

ガレージは庭のスペースが狭くならないよう、建物内に組み込むインナーガレージ。建物は土地形状にあわせ「く」の字型に配置し、北アルプスをどこからも眺められるようにしている。北側工場からの視線や音の遮断に対しては、北側開口部を最小限度に抑制し、高い位置に設置した。

プレゼンではエンドユーザーを 納得させる成果物を提供する

家族の気配が感じられること

前面道路と敷地との高低差を生かしたインナーガレージの上部に、キッチンおよびダイニング・浴室・トイレを配置。リビングや寝室は現状敷地に配置し、ガレージ、リビング、ダイニング、子供部屋とスキップフロア形式にした。

スキップフロアの中段になるキッチン・ダイニングから、下段のリビングや玄関ホール、上段の子供室が

人が空間を 使っている様子

図面は鉛筆による表記で、配置図・平面図はフリーハンド。住宅内部以外を着色することで、内部を浮き上がらせるようにしている（前ページの着色なしとの比較）。家具や物（車・自転車など）、人間の動作（食事をしていたりテレビを見ている）も表記して、空間の使い方を提示している。



立面図(縮尺1/100)での表現



建物の表情とスケール

木のぬくもりを感じられるよう、内外装の仕上げに無垢木材を使用。立面図および断面図は、鉛筆の濃淡を使った表現とし、建物の屋根や外壁材のテクスチャー、外構も表記し提示した。

外観デザインをより具体的に表現し、雰囲気あるものとするため立面図に影を入れ、鉛筆の濃淡により距離感を出し、全体に立体的な雰囲気を出した。遠近を表現した透視図ではないので、人や車、植栽は建物と同スケール。車や人を表記することにより、スケール感がでる。

プレゼンの心得 その1



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>

プレゼンテーションには報酬がある

プレゼンテーション（以下、プレゼン）は本来、依頼または承諾を得て、有償で行わなければならない。プレゼンは設計事務所や工務店が自らの力（デザイン性を主とした技術）を、エンドユーザーに、時間と能力を費やし提示する行為だからだ。そしてそれが、住まいづくりのものになる。

表現方法は別として、能力と成果物提出に対する報酬は当然と考える。

エンドユーザーは、プレゼンは無償サービス行為と思う傾向にある。これはハウスメーカーやフランチャイズにみられる企画住宅のように、住まいづくりすべてが商品パッケージ化されているものと、混同しているところに原因がある

木造の力強さのデザイン

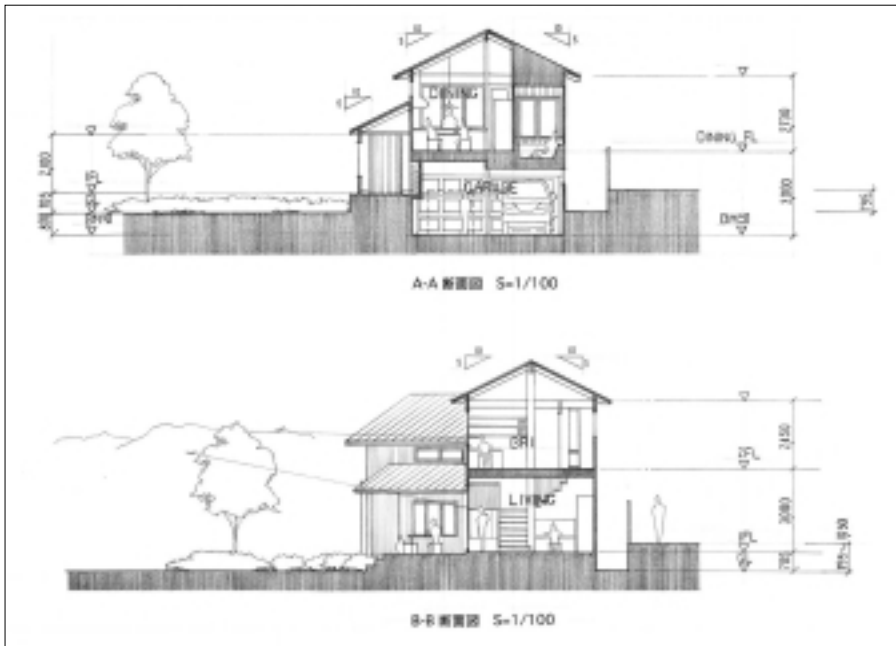
木造住宅として表現するため、柱や梁の構造材や軒の先などのデザイン要素を表記した。2階部分の構造材は表出させ、木造の力強さと木の優しさを提案している。

スキップフロアによる内部空間の上下関係を表記し、各内部空間からの視線を書き入れ、アルプスへの眺

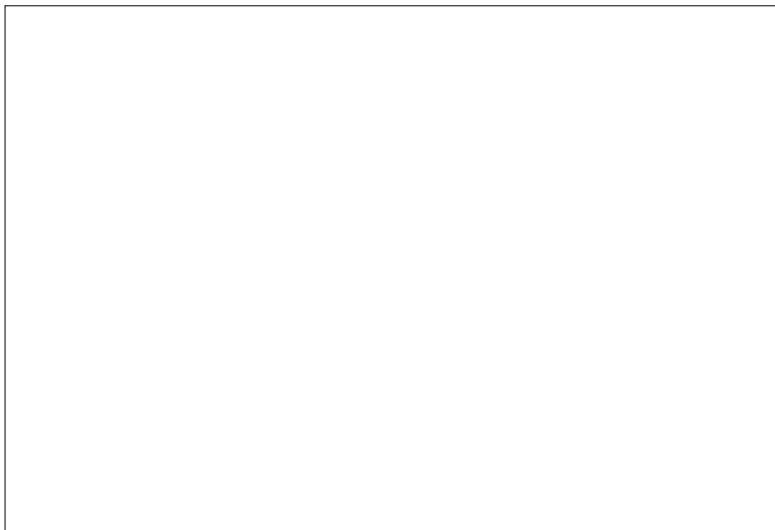
望が確保できることを提示した。

人の動作や物（車・テーブル・イス等）を書き入れることで、空間の大きさを施主が確認できる。空間として利用しない部分や壁・床・屋根は着色を施し、空間利用できないことを表記した。

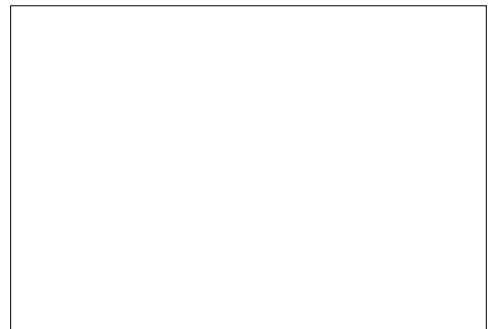
断面図(縮尺 1 / 100)での表現



竣工写真



ダイニング・キッチン内部：開口部の先に北アルプスを望む



前面道路からの外観

プレゼンテーション内容が活かされた住宅となった。細部は基本設計で打ち合わせを行い、より具体的なものとしている。

ように思う。

プレゼンは有償であるとエンドユーザーに説明し、ハウスメーカーとの違いを明確にし、報酬を提示すべきだ。報酬額は設計事務所や工務店によって異なるが、私の場合は、時間業務に対する報酬支払いをお願いしている。

ただし、プレゼンの内容がエンドユーザーの納得できるものでなければ、有償にはなりえない。このことは、提案側がきちんと認識しなければならない。

ということは、プレゼンは、現実に建設可能な内容を提示できないければならない。そのためには、エンドユーザーの要望を把握するとともに、法令の整理など必要な準備をしなければならない。

住まいの要求が不確定であれば、プレゼン可能な状況になるまで打ち合わせを行う。不確定な住まいづくり要素によるプレゼンは、エンドユーザーを納得させる成果物を提示できないはずである。

プレゼンに必要な住まいづくり条件

家族構成

周囲の環境も含めた計画地条件

住まい方/ライフスタイル

構造・設備含めた外観・内観デザイン

仕様・施工システムも含めた建設コスト