IRODORI Selection

エクステリアをいろどり、日々の暮らしをいろどる

Vol.2

特集 あかりの魅力。
小さな照明で素敵な空間

Gテリア株式会社

IRODORI Selection Vol.2

色をつけることのほかに、おもしろみや風情、
華やかさを加えることの意味を持つ「いろどり」。
『IRODORI Selection』には、
エクステリアをいろどる「デザインする」ことで、
暮らしにいろどりを添え、
楽しい毎日を過ごしてほしいという思いが
込められています。
本誌は、施工のアイデアや、商品の取り入れ方を
多彩にイメージしてもらえるよう、
エクステリアの傾向や、
人気のデザイナーが実践する設計のポイント、
また素材の魅力を引き出した商品開発の裏話など、
エクステリアをいろどる工夫や旬の情報を
皆様にお届けしていきます。

Contents

02 特集
あかりの魅力。小さな照明で素敵な空間

08 ［シリーズ］エクステリアマンシップ・2
叶屋商店（神奈川県）― クルーズ 由美子
地域コミュニティに溶け込んで
お客さまの気持ちに応える

10 TOPICS
新商品紹介／イベントスケジュール

12 発見！ちょっとユニークなエクステリアアイテム
第２回「森を感じる“木ごもり椅子”」
デザイン／C.H.O.design（早川貴章）

発行日　2012年1月6日

発行／Gテリア株式会社
〒154-0015 東京都世田谷区桜新町1-1-1

編集・取材／フォンテルノ
デザイン／盛田尚弘
表紙写真／薗田純一
本文写真／白石ちえこ（P2、3、5）
文／山家一男（P8、9）
印刷／凸版印刷株式会社

＊本誌掲載内容および写真・図版の無断転載を禁じます。

Gテリア株式会社

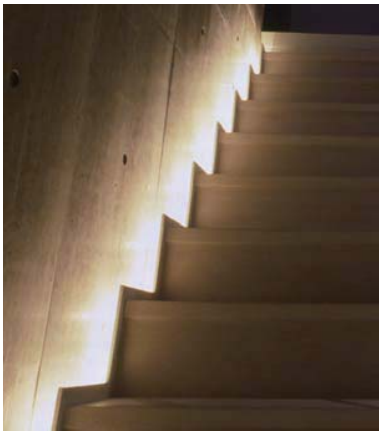
ランドスケープデザイナーの二見恵美子さんが手掛けた
新宿マルイ本館の屋上庭園「Q-COURT」 。
都心の美しい庭とあって、
多くの人が訪れる人気スポット

りの魅力。

小さな照明で素敵な空間

夜の空間演出に欠かせない照明。
とくに寒い冬を彩るあかりは、人々に温かな気持ちを与えます。
しかし、エコな世の中、明るさだけを求める時代ではありません。
「照らす」という目的を果たしながら、ちょっとした工夫で
癒される空間、おしゃれな雰囲気をつくるには……。
あかりの楽しさと共に、環境にやさしい照明術や
光による演出ポイントを紹介します。

Gテリア株式会社



上左／窓からすぐの外壁を照らし、キッチンにも外への広がりを演出　上／狭い空間でも全面でなくポイントで照らすと、広がりを感じられる　下左／照明デザイナーの東海林弘靖さん。LIGHT DESIGN INC. 代表。 www.lightdesign.jp 下右／階段と塀の間に溝を設け、テープライトを仕込んだ。光に浮かび上がりオブジェのよう。思わず上り下りしたくなる素敵な空間に（写真4点とも／金子俊男）

暗さを楽しむあかり、「美暗」という価値観

生活のなかで、あらゆるところで使われている電気。それはどこかで発電していて、日本の場合、その多くを原子力発電で賄ってきました。しかし、3月11日の震災以降、その割合は減り、また、電力のあり方についても考えさせられています。節電の意識が高まり、いたるところで照明を消していきましたが、街が暗くなったことで、活気がなくなり、また安全が危ぶまれるなど、マイナス面が表面化。あかりの重要性を実感できました。

「ただ、やみくもに照明を明るくするのではなく、無駄なものと必要なものを見極める。あかりに感謝して、その大切さを再認識しながら上手に付き合ってほしいですね」と話すのは、照明デザイナーの東海林弘靖さん。個人住宅から商業・公共空間まで、数多くの照明設計を手掛けるほか、ドキュメンタリー番組や講演会などにも出演するなど、第一線で活躍するあかりのエキスパートです。

「“暗い”というとネガティブなイメージがありますが、暗さに価値を見出すことで、室内外を問わず少ないエネルギーの照明で“幸せ”が表現できます。例えば、月夜のサハラ砂漠やオーロラなど、光量は少なくても、とても素晴らしい光の空間ですよね。反対にエネルギーをかけたからといって、それほど明るさを感じないこともあります。暗さを上手く利用して、あかりで美しく彩る。それを分かりやすく伝えるために“美暗（びあん）”という言葉を考えました」。では実際に美暗するためには、あかりとどのように付き合えばいいのでしょう。

どこから照らしているかわからない、美しい光

照明をする際、照らすことばかりを目的にして、直接光を当てたり、光量の多い明るさを求めがちです。

人の目には暗順応（あんじゅんのう）という能力が備わっています。それは、ほの暗いなかでは瞳孔を開いて光の変化をしっかりとらえようとする力のこと。反対に裸電球などが強く光っていると、瞳孔が縮み周囲が暗く感じられてしまいます。

「明るいと思わせるツボがあります。それはまぶしさを排除すること。周辺のあかりを感じ取れる環境をつくることで、少ないエネルギーで十分に明るい空間が生まれます。あかりは置く位置で全

照明は片側のみに設置。照明を対面に反射させることで並行したあかりとなり、光のアプローチが生まれた

Gテリア株式会社

上左／大きな照明はなく小さな光をうまく配して夜の庭園を演出　上右／光の花が咲いたような小路　下左／控え目な光で落ち着きある空間。明るさは十分に感じられ、リラックスできる　下中左／テーブル席では、夜でもお茶をしたり、お弁当で食事会を楽しむ人たちも　下中右・下左／照明で幻想的な雰囲気に（すべて新宿マルイ本館の屋上庭園「Q-COURT」　）

然違った効果が出てきますから、屋外の照明でも、たくさんではなく、どこに設置するかがポイントです」と東海林さん。

軒先の照明は主に玄関脇に付けますが、ボラード器具を壁から離して立てれば、玄関周りの壁一面が照らされ、趣あるエントランスを演出できます。特に外壁が白い場合に効果的だそう。

「美しい光を演出するには、光源は隠して光を受ける面を際立たせること。どこからかわからないけれど、どこかを照らしているという状況が大切です」

樹木など、物を照らす際には逆光にならないように、そして光の色にも気をつけます。温かみのある白熱灯もいいのですが消費電力量が高いので、LEDランプの電球色を使えば、環境にやさしく、雰囲気のあるエクステリアがつくれます。また、屋外照明のスイッチを室内に設けるのもお勧め。暗い室内で庭の照明をつけると奥行きが出て部屋が広くなった感覚が楽しめます。

庭を生かした照明とは

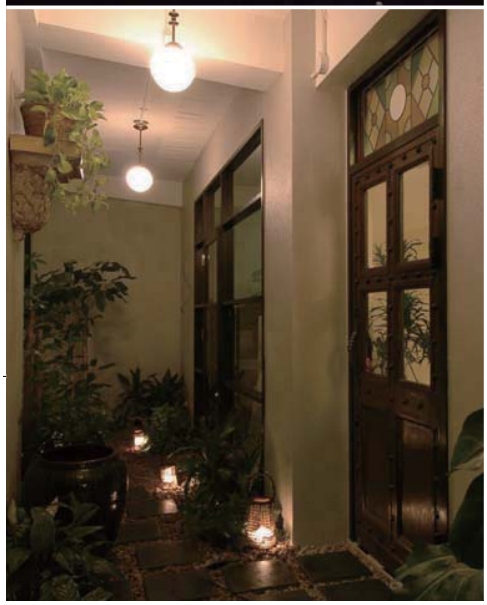
エクステリアには建物やアプローチ、庭など、さまざまな要素があります。庭園設計のプロは、どのように照明で上手に演出しているのでしょうか。ランドスケープアーキテクトの二見恵美子さんに教えていただきました。

人と自然への優しさが凝縮された照明計画を

“人も、植物・建築も、宇宙の自然の一部です”。ランドスケープデザインをするにあって一番大切にしている言葉です。どんな土地や敷地にも可能性や素質、能力があって、それらを引き出すのがプロの腕でもあると思います。

屋外を主に設計するランドスケープデザインにおいて、当初から照明のことも考えに入れて設計することは大切です。また、照明デザインを行うには、昼間から日没までのシーンの移り変わりをいかに想像していくかが重要になります。日没だけでなく、夜の照明効果への切り替えを意識してデザインする必要もあります。

“光があることで幸せになるようなデザイン”や“光を楽しむライフスタイルの提案”をすることもわれわれの重要な役目です。地形と風、常緑、落葉など細かい状況を把握してデザインしていくのはもちろん、木漏れ日や樹木の影が



上左／大阪のビジネス街の中心淀屋橋のある大正時代築洋館の屋上庭園、バラのアーチの下の小路のあかり。薄暮れ頃の散策は格別で屋上にいることを忘れさせる空間に。1997～1998　上／4600m²に9100株の植物が育つ大阪第三セクターOCAT屋上エコロジーガーデン。オリジナルデザインの照明で優しい光の演出。 1998～2000　下左／2012年オープンの新社屋・二見老松Bld（大阪市北区西天満）。昭和40年代の建築をリノベーションして全館緑化のビルに蘇生。ランドスケープ＋建築デザインの情報発信基地としてスタート。写真はファサードからのアプローチのインドアグリーン。www.emi-web.com　下／ランドスケープデザイナーの二見恵美子さん。E.M.I. PROJECT代表。 本誌で紹介した新宿マルイ本館の屋上庭園「Q-COURT」 など、緑が美しいランドスケープデザインを数多く手掛けている

どこまで伸びるか、路面の反射光や水の映り込みなどを生かす工夫をします。また夏の景観、冬の景観も含めて、涼しさや暖かさなど演出の細かい配慮は必要です。

設計するにあって自然光と人工光、その両方の特長を視野に入れ想像しながらデザインを進めることも大切になります。

私はデザインする時、人工的な光が優しい自然の光に感じられるように演出することを心がけています。ですから頭の中で考えただけのデザインではなく、実際に現場で勝負する場合が多くなります。また、いかにも照明デザインしましたと力を入れ過ぎず、自然感を演出することに気を配ります。さまざまな場面で、照明器具をできるだけ隠したりすることも、また、反対に隠さず器具そのものをオブジェとして大胆に見せる方法もあります。

植栽もライティングも必要な場所に必要なだけ

一昔前、日本の高度成長時代には、日本の住宅の照明は空間全体を照らす全般拡散型の照明が主流でした。ですから今でも必要以上に明るさを指向する傾向があります。日本の住宅は欧州に比べると明るすぎるとはよく言われることですが、「必要な場所に必要なだけ」をポリシーにして計画すれば、明るさもあるけれど陰影もある個性的な生活シーンを演出することができます。

このように適材適所に必要なだけの照明を配置すれば、住宅のインテリアでも庭園でも確実に素敵な空間になるに違いありません。植栽するにも植物がどのくらい成長するかを吟味して植えなければ大きくなり過ぎて処分することになりますし、当初の照明では間に合わなくなることもあります。

植物は成長しています。ランドスケープ、庭園が完成した時からが勝負ですから、先を見越したデザイン計画が必要です。

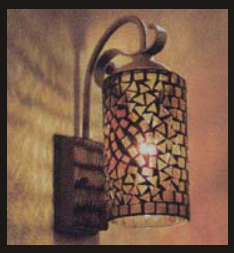
低成長期に入り持続可能な社会の実現を継承しなければならない時代には、“小さな灯りで素敵な空間をつくる”“最小の照明で大きな空間に見せるデザイン”がわれわれの課題です。これがひいては省エネにつながり地球環境にも優しいということになります。

近年進化しているLED照明。省エネを考えるなら選択肢のひとつですが、白熱球にはLED照明には表現できない陰影の美しさがあることも確かです。しかしここ数年LED照明の進化はめざましく、白熱球に匹敵する優しい光の新製品が出来つつありますから、これらも駆使しながら省エネライフスタイルを提案することも私たちの役目であると思います。

エントランスを美しく飾るエクステリアライト

「KOSTLICH（ケストリヒ）」
（全2タイプ各2色）

「VORHALL（フォールハーレ）」
（全2タイプ各2色）



「Redlich（レートリヒ）」
（全3色）

帰宅した家族や来客を温かく迎えるエントランスの照明。家や玄関のデザインに合わせたエクステリアライトで素敵な外観を演出したいですね。Gセレクションでは、手作り感あふれるおしゃれな照明をそろえました。ガラスを通した繊細で表情豊かな光が、趣ある夜のエクステリアに仕立てあげます。

「Lieblich（リーブリヒ）」
（全6色）

“あかり”を演出する厳選アイテム

ライトの陰影でつくる幻想的なエクステリア

表札灯

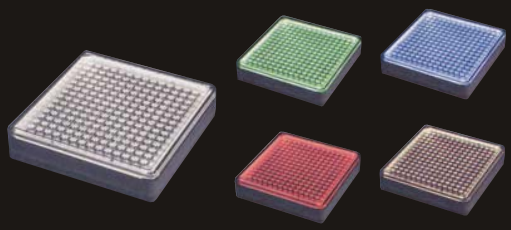
表札やサイン、庭の植栽などに光をあてることで、昼間とは異なる幻想的な雰囲気が生まれます。下面配光の表札灯やLEDのスポットライトなどを使ってワンランク上の空間づくりをしてみませんか。

スパイクスポットライト

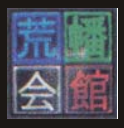
シーリングダウンライト

アクセサリーのようなカラフルな照明

「SBH80R（ソーラーブリック丸型）」（全5色）



「SBH200F（ソーラーブリック 200角）」（全5色）



オリジナルデザイン例

路面にはめ込むソーラーブリックは、ホワイト、ブルー、レッド、グリーン、電球色の全4色。オリジナルデザインもできるので、玄関アプローチや駐車場にちりばめれば、個性的で楽しい装いに。

●合資会社 叶屋商店（神奈川県）

地域コミュニティに溶け込んでお客さまの気持ちに応える

叶屋商店／KANOUYA店長

クルーズ 由美子さん（談）

神奈川県川崎市中原区を中心に、川崎市、横浜市、東京都世田谷区・大田区で仕事を展開する叶屋商店。3年前にエクステリアショップ「KANOUYA」をオープンさせ、地域のエンドユーザーを取り込もうとさまざまなプロモーションに奔走する店長のクルーズ由美子さんに話をうかがいました。

三代で培ってきた経験を融合し独自のスタイルを展開

二代目の叶屋商店と軒を連ねるエクステリアショップKANOUYAは、工事部と倉庫として使用していたスペースを改装したもの。看板のカラーリングにも色彩検定の資格を持つ由美子さんのセンスが表れる

お店の前には、花やガーデニンググッズを並べお客さまの足を止める工夫を。入り口からショップ店内にかけて得意の石張りを凝らし、ショールームとしての機能を持たせている

長野出身の祖父が東京で石工の修業を積み、1954年に創業したのが叶屋商店です。現社長である父の代に建材資材販売へ転向し、現専務である叔父がエクステリア部門を立ち上げました。今でも、当社には石張や一級石材施工技能を持った職人さんがいて、質の高い石工事ができることも強みの一つです。

エンドユーザー展開を始めたのは2009年4月から。一般のお客さまに立ち寄ってだいただくために、事務所の隣接スペースをエクステリアショップに改装し、ホームページも立ち上げました。

きっかけは、当時伸び悩んでいた資材販売や下請け工事から、ユーザー直受け工事へシフトして新規受注を伸ばすためでした。そうすることで、工事代金の立て替えや回収リスクを低減できるメリットも見込めましたが、以前からエンドユーザー展開を勧めてくださったアイエクス前会長に、「特に女性がやるべき」と背中を押してもらい、いろいろご協力いただいたことが決めて手でしたね。

ショップを拠点に、地域に根差したコミュニケーション戦略

店の前に花やガーデニンググッズ、店内には自分で選んだポストなどの小物を置いて、気軽に立ち寄れる工夫をしています。

また、セールやフェアを定期的に行って集客を図るのはもちろん、職人さんを講師に夏休みの宿題木工教室や、外国人の夫によるクリスマス英語カードづくり教室など、イベントも積極的に行っています。地域諸団体や婦人部会など参加できるものは、すべてに顔を出してPRに努めています。受注に直接繋がらないとしても、投資です。

来店での受注は6割ほどに上がり、効果が見え始めています。ショップ自体もまだ3年目なので、さらに広いエリアで知名度を上げていくことがこれからの課題だと思っています。

母屋の手前、道路に面したYさま所有のアパートを取り壊したスペースをエントランスと車庫に。ガーデニング好きのYさまとの綿密な打ち合わせで、素敵な空間が生まれた

お客さまのYさまは、通りすがりにショップで花を買っていただいていたお客さま。ご相談に来られて受注に結び付いた。家屋は築26年だが、エクステリアを新しくしたことで、新築のような印象に

素敵な家を演出するエクステリア

石と植物を組み合わせて生まれた上品な空間

ショップ内にディスプレイされた小物グッズ。すべて由美子さんの目で厳選したものが並ぶ。これがいいという感覚が合うと、その後の打ち合わせもスムーズ進むと話す

お客さまのニーズを引き出し職人と連携するコーディネート力

女性である強みは、窓口となることの多い奥様からニーズを聞きだせる点だと思います。高い施工技術はプロなので当然ですが、仕上がりが美しくても希望にそぐわなければクレームとります。

お客さまが「こんな風に仕上げたいな」とイメージしていること、素材やカラーへのこだわりなどを早い段階で共有して、商品をお客さまと一緒に何度もチェックを重ねて選ぶ。それを職人さんに橋渡しをする。お客さまのニーズと職人の技術を結ぶコーディネイター的な役割が私に課せられた仕事です。

現在では、お客さまの7割が新規、3割がご紹介となっています。リピーターや口コミ紹介が増えていて嬉しいのですが、そこには満足のいく仕上がりと信頼される接客があってこそのものだと肝に銘じています。

エリアに眠る潜在ニーズを掘り起こし地域で頼りにされるお店に

エリア内でのエンドユーザー展開では、ハウスメーカーを介さずダイレクトにお客さまと繋がることで、問題が発生した時にいつでも飛んで行けるフットワークの良さが発揮でき、臨機応変な対応が取れることも強みになります。そんな時、職人さんのスキルも重要です。現場で施工中に、隣家の方から相談を受けてすぐに営業に連絡が入り、受注に至るケースもありました。今後は職人さんの接客力・セールス力も高めて戦力にしたいと考えています。

エクステリアのニーズは、潜在的にどの住宅にもあるものです。ショップで、現場で、ホームページやポスティングなどさまざまなツールで、そのニーズをうまく掘り起こして行けたらと思います。「エクステリアのことなら、まずは叶屋に相談」と頼られるような地域の一番店に成長していきたいですね。

T O P I C S

エクステリアのポイントとなる新商品や展示会などのイベント情報を紹介します

G selection NEW ITEMS［新商品紹介］ 問い合わせは右ページ掲載の最寄りのＧライフグループ各社へ

Made in Japanの品質にこだわった ワイヤーフレームのファニチャー「FRAMES＆SONS」

FRAMES＆SONSは、国内メーカーと若手日本人デザイナーがタッグを組み、クオリティーとデザインにこだわった家具ブランドです。

デザイナーはスタイルを追求するだけでなく、「モノ」の機能から使い勝手までを重視してデザインし、そして、作り手はメイン素材である「鉄」と真剣に向き合い、常に最善を目指した製造方法とコストのバランスを考えながら商品開発をおこなっています。

現在、デザイナーは５人。それぞれが個性的を発揮しつつも、決して奇抜なだけのデザイン家具ではなく、あくまで機能美にこだわったモノづくりを心がけています。そこから生まれた商品は素材感を生かしたスタイリッシュでありながら、日本古来の伝統美をほのかに感じさせるシンプルなデザイン。ワイヤーフレームのコレクションは、ベンチ、アームチェア、テーブルなど、エクステリアを楽しむアイテムがそろっています。Made in Japan ならではの高品質な商品は、ほかとは違う「何か」を感じてもらえるはず。

FRAMES＆SONSは、素晴らしいアイデアを持つデザイナーと、培ってきたノウハウを駆使しカタチにするメーカーのコンビネーションから生まれた商品を展開しています。

左／RD03 Arm chair （クッションは別売りのC03 Cushion L）
右／１本の線でつながっているようにも思える、裏も表もないシンメトリックなデザイン（左から RD09 Coat stand、RD11 Umbrella stand）

インテリアであり、エクステリアでもある新しいジャンルのファニチャーシリーズ（左から RD01 Stool、RD04 Arm chair-double、RD06 Table-acrylic、RD03 Arm chair）

EVENTS INFORMATION ［イベントスケジュール］

月　　日	イベント名称	会場
1／7（土）～ 9（月・祝）	Pet 博 2012 in 幕張	幕張メッセ
18（水）～ 20（金）	第４回次世代照明 技術展～ライティングジャパン～	東京ビッグサイト
2／8（水）～ 10（金）	第 73 回東京インターナショナル・ギフト・ショー 春 2012	東京ビッグサイト
29（水）～ 3／2（金）	第２回エコハウス＆エコビルディング EXPO ＊その他同時開催あり	東京ビッグサイト
3／6（火）～ 9（金）	建築・建材展 2012（第 18 回）＊その他同時開催あり	東京ビッグサイト
7（水）～ 8（土）	第 47 回大阪インターナショナル・ギフト・ショー 春 2012	マイドームおおさか

森を感じる“木ごもり椅子”

デザイン／
C.H.O.design（早川貴章）

写真／大瀧格

青森県の代表的な樹種、青森ヒバ。ヒノキ科アスナロ属の針葉樹で、ヒノキチオールを含み抗菌・防虫効果がある。この青森ヒバを使って新たなスタイルを提案したのが“木ごもり椅子”だ。

「香りはヒノキに似た日本人好みの落ち着く香り。また木目が穏やかでやさしく、ほんのり赤みがかかった白色。木肌はしっとりと柔らかな感じがします。特徴を生かすために、デザインのキーワードを“香”“肌”とし、青森ヒバを積極的に体感できるような、身体と一体となれるような装置作りを目指しました」とデザイナーの早川貴章さん。釘を使わないほぞ組の椅子は、国産材だからといって和風にせず、あえてモダンなデザインに仕上げた。

「天井をつけたのは、この装置の中で何もせず頭をからっぽにして日常から離れて、青森ヒバを堪能できるように、また一人の静かな時間を楽しめるように、ある程度閉ざされた箱状の空間を作りたかったから」。

鳥が巣ごもりするように、人が木にこもる姿をイメージし名付けた「木ごもり椅子」。座って目を閉じれば、ヒバの森にいるような心地が楽しめる。

● 問い合わせ先 ● 11ページ掲載のGライフグループ各社へ

【プロフィール】
早川貴章／1966年愛知県生まれ。1990年金沢美術工芸大学卒業。1990～93年株式会社INAX（現LIXIL）勤務。1993～97年株式会社D'CODE勤務。 1998年C.H.O.design設立。家具、水回り機器、医療器具、ハウスウェア、伝統工芸、ITなどの商品開発にかかわる。