



BIM 提案初物件完成写真(外観)



BIM 提案初物件完成写真(内観 1)

BIM 提案初物件完成写真(内観 2)

## 早く確実な、お客様との合意形成を目指し 地域一番の提案型企業が BIM 活用に挑戦！

豊橋市に本社を置く花田工務店は、昭和3年の創業以来、約90年の実績を誇る地域密着型の建築会社である。マンションなどの集合住宅から戸建注文住宅、さらには広く土地活用コンサルティングまで、「創業の心=誠実」の社是に基づく幅広いサービスにより地域の厚い信頼を獲得している。そんな同社では、昨年、地元業界の先陣を切って BIM 導入を決め、ARCHICAD の活用を開始した。早くも大きな成果を上げつつあるというその取り組みについて、プロジェクトを牽引する同社企画設計部の佐藤有重部長と牧平信亮氏にお話を伺った。

### 競合が見せた BIM プレゼンの衝撃

「この地域で当社は“賃貸マンションの花田工務店”として知られています。土地活用からトータルに提案できる提案型企業として、地域から信頼されてきたのです」。部長として企画設計部門を牽引する佐藤氏はそう語る。佐藤氏によれば、近年は医療施設、教育施設、工場やオフィスビル、戸建住宅、福祉施設等も幅広く手がけるようになったが、やはり企画から設計施工まで、トータルに自社で行う提案型企業としての展開が同社の根幹をなしているという。

「規格品でなく1品1品違うものをお客様に提案していくので、プレゼンを通じてお客様に企画意図や建物イメージを正しく伝え、ご理解いただかなければなりません」。それだけに提案力の高さには定評を持つ同社だったが、数年前に手がけたある案件で、競合相手の大手企業が行ったプレゼンテーションに大きな衝撃を受けたという。

「BIM を用いた非常にビジュアルなプレゼンだったのです。幸い案件は当社が受注できましたが、BIM の威力を目のあたりにした営業担当が危機感を抱き、当社も BIM を導入すべきではないかと進言されたのです」。当時、大都市圏では BIM の活用が始まっていたが、名古屋周辺での取り組みは遅れていた。佐藤氏も「BIM

という言葉はともかく、その具体的な内容は把握していなかった。

「ちょうど付合いのあった関東の同業者が BIM に取り組み始めたというので、話を聞きに行きました。そこで、BIM の多彩な可能性を見せられて大きな刺激を受けたのです。当社も早く入れなければ、と」。すぐにトップへ報告し賛意を得た佐藤氏は、まず人材確保に乗り出した。狙いは当時設計部へ異動してきたばかりの牧平氏だ。社内 SE としての PC システムを管理していた同氏が、折よく建築学科卒の経歴を生かし異動してきたのである。

「建築学科出身とはいえ、私は構造が専門でした。計算や実験ばかりで、PC は多少詳しいものの、CAD に触れたこともありませんでした」。苦笑いする牧平氏が、それでも BIM 担当の役割を引き受けたのは、BIM そのものに強い魅力を感じたからだという。

「IT 担当として BIM のデモを見る機会があり、建築業界が一変する!と感じたのです。これは当社も一刻も早く導入すべきだと思い、どんな風に進めるべきか考えるうち、自分で担当したいと思うようになりました」。

こうして BIM の導入を担当することになった牧平氏は、まず BIM ツール選定準備を任せられ、出会ったのが ARCHICAD だった。



株式会社花田工務店  
企画設計部 部長  
品質管理責任者  
佐藤 有重 氏



株式会社花田工務店  
企画設計部  
設計チーム  
牧平 信亮 氏

### 株式会社花田工務店

<http://www.ha-net.co.jp/>

本社所在地 豊橋市  
代表者 代表取締役 花田 邦司  
創業 1928 年  
事業内容 建築工事業



BIM 提案初物件-外観



BIM 提案初物件-応接室



BIM 提案初物件-事務室

## 高品質&シンプルな最適の BIM ツール

「こうして始まった BIM 導入には 2つの狙いがありました。1つは BIM によるスピード感のあるプレゼンで、お客様と早期の合意形成を図ろうというもの。そして、もう 1つは設計施工の全プロセスにわたり BIM データを活用し、各図面の整合性を図ろうというものでした」。これに基づき、牧平氏は比較対象表を作成。候補となった ARCHICAD と、もう 1種類の 3DCAD を詳細に比較していった。営業ツール・設計ツールとしてどれだけ使えるか。企画設計部員のスキルでどこまで使いこなせるのか。細かく検討していったのである。

「結論はすぐに出来ました。ソフトとしての構成は ARCHICAD の方が高品質かつシンプルで分かりやすく、しかも 3D 初挑戦の設計部員でも使いこなせる敷居の低さがありました。また、機能を深掘りしたければ GDL(建築オブジェクトのプログラミング言語)でどこまでも対応できるのも魅力でした」。これに基づき、2015年9月に牧平氏は企画設計部へのレビューを行い、部員全員による検討を経て ARCHICAD の採用が決ったのである。

「ARCHICAD の選定ポイントは、初期段階でスピーディにプレゼンまで持って行くことができ、早期の合意形成を創りだすのに優れていた点です」。佐藤氏もそう語る。当初は同氏も実施設計までトータルに 3D データを流し施工に

繋げてこそ BIM だと考えていたが、そうしたこだわりもやがて消えたという。

「最初から全てを完璧にやろうとするのはハードルが高く、BIM 導入そのものを行き詰まらせかねません。まずはプレゼンなど、お客様へのアプローチにおける活用を優先しようと切り替えていったのです」。こうして佐藤氏らは、操作教育と並行して ARCHICAD を用いた実案件でのプレゼンを、月 1回ペースで行っていく計画をスタートさせた。

## 月1度の「BIM プレゼン」チャレンジ

「月1回の BIM プレゼンは、ARCHICAD で具体的に「何が出来るか」を確かめる狙いもありました」(牧平氏)。BIM でのどのようなプレゼン資料をまとめられるのか、3D シミュレーションはどんな風に見せられるのか。ARCHICAD をさまざまに試しながら、牧平氏はプレゼン資料を作っていたのである。なかば手探りの試みだったが、導入効果は意外なほど早く現われた。

「とにかく ARCHICAD で作ったプランへのお客様の食い付きが驚くほど良くて。もちろん全てのお客様とはいきませんが、総じて凄く好評だったのです」。

たとえば――と牧平氏は言葉を続ける。大きな敷地で 2棟の建物プランを提案した案件では、土地自体のきつい勾配や影の落ち方など細部まで分かりやすいシミュレーションを採

用して深く感謝されたし、別の案件では iPad に外観モデルを入れて行ったところ「家の中もこれで見たい!」と頼まれ、ウォークスルーを作っていた結果、仕様の検討まで話を進められたという。

「3提案目の時は、お客様が“自宅居間で家族や入居管理会社の方と一緒に見たい”とおっしゃるのでモニタを持参し、ARCHICAD のウォークスルーでお見せしました。これも非常に好評で、お客様の具体的な要望が相次ぎ、私たちも“住む人目線”でのアプローチを体感できました」(佐藤氏)。

このようにして、BIM プレゼンは徐々に他の企画設計部メンバーも巻き込みながら内容を充実させていき、回数も月 2回にペースアップして続けられた。そしてこの成果を受けて、2016年夏、佐藤氏らは新年度の目標として新しい BIM 活用の計画を全社へ向けて発表したのである。

「企画設計部は年間 120件程度の新規プラン依頼を受けるので、今期はうち 70件を BIM でやっていきます。また、積算部門と連携し、BIM を活かしてプラン段階で予算算出にも挑戦していきたいと考えています。どちらもまだまだこれからの取組みですが、BIM 導入の成果は明らかですし、ますます積極的に取り組んでいきたいですね」(佐藤氏)



BIM 導入活動表



BIM 導入活動-社内報告



BIM 導入活動-社内改修

# GRAPHISOFT®

A NEMETSCHKE COMPANY

グラフィソフトジャパン株式会社

本社 〒107-0052 東京都港区赤坂3-2-12赤坂ノアビル 4F TEL:03-5545-3800 / FAX:03-5545-3804  
大阪営業所 〒532-0011 大阪市淀川区西中島7-5-25 新大阪ビル6F TEL:06-6838-3080 / FAX:06-6838-3081

Graphisoft and ARCHICAD are registered trademarks of Graphisoft. All other trademarks are the property of their respective owners.