

海外のクライアントがとくに関心を抱くのが、私たちの環境技術です。この分野では世界の最先端を走っているという自負があります(日建設計)。専門知識や現場の空気を習得するほか、人脈ネットワークをつくるため、国内トップ企業に毎年優秀な人材を「企業留学」をさせています(久米設計)。クライアントの新規開拓では、HPの役割が大きい。一般企業のオーナーの方が、当社のHPを見て仕事を依頼されるケースも増えていきます(安井建築設計事務所)。

特集 | 大手組織事務所のブランド力

大手組織事務所・若手社員座談会 = 「コストバランスに優れた高品質な建築づくり」
不況を生き抜くブランディング戦略

日建設計「海外市場」、久米設計「人間力」、安井建築設計事務所「対話力」

ゼネコン匿名座談会 = 「図面の総合図をちゃんとつくってください」

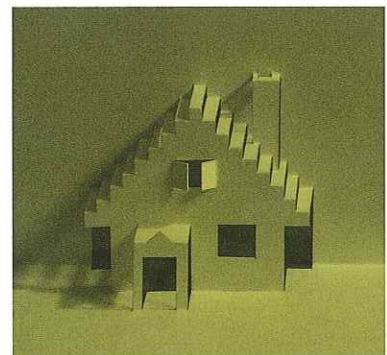
「設計組織のブランドが高まることは建築の社会的価値向上につながる」 = 馬場璋造

オビエチオンの視線
土に触れる暮らしを
取り戻す
|| 塩見直紀 (半農半X研究所代表)

モダンな建築のメッセージ3
レストランに再生された
「旧飯箸邸」
|| 松隈洋

論評 建築を学ぶ学生に 伊勢神宮の森を 見せよ — 養老孟司

建築家の水準が高いのに、土建の水準が低いことは、戦後日本の自然破壊を見れば分かる。なぜか。学問の総合性がない。例えば、生物学に関する知識がない。その知識が少しでもあれば、すべての用水路をコンクリート詰めにすることもなかったであろう。



折り紙
建築士
養成講座
12
木原隆明



美しき
構造設計
の世界③
新谷真人