

「第 36 回住まいのリフォームコンクール」総評

住まいのリフォームコンクールも今年で 36 回目を迎えた。作品集に掲載される入賞作品は、単に優れた作品として表彰されるだけでなく、今後のリフォームに対して参考になる重要な資料である。魅力あるリフォーム事例が今後とも登場し続けることを大いに期待する次第である。

募集部門については、時代のニーズに合致するよう何度か区分を変更しているが、昨年からは「住宅リフォーム部門」と「コンバージョン部門」の2つの部門で募集している。

住宅リフォーム部門の今年の傾向としては、昨年以前と比較して、特殊な作品が目目を引く例がさほど見られないような印象であった。これは、リフォームという住宅供給スタイルがもはや特別なものではなく普遍的な存在になりつつある、とは言えないだろうか。応募件数は 15 年前にピークを迎えて以後は減少傾向であり、昨年は持ちなおしたものの今年はまた一昨年の値に戻っている。と言っても、応募件数が多ければ良いというものでもない。同工異曲の特徴のない作品が多量に応募されて来ることがあるが、ある程度は社内等で選別してから応募してはどうか、との意見もあろう。

コンバージョン部門は昨年からは始まったが、今年は 33 件の応募があり、昨年からは5割の増加である。従来のリフォームの対象範囲はあくまで住宅であったが、この部門では住宅から非住宅へのリフォームも対象とされている。今年もそういうリフォームにとって参考になる、興味ある事例が見られた。住宅と非住宅を共通に見ることは、少子高齢化や生活スタイルの多様化の時代においては、今後の建築の活用方法として極めて重要な視点となろう。

なお、魅力的な作品であっても、残念ながら法的な疑義のため受賞対象から除外される例が無いわけではない。とくに特別賞の選定にあたっては、価値ある設計例であっても残念ながら選外とせざるを得ないケースもある。作品集で公開される作品は今後のリフォームへの参考資料になるものなのだから、この点は十分に考慮される必要がある。

また、毎回繰り返し書いていることだが、プレゼンテーションにはまだまだ改善の余地がある。応募作品の評価は A3 版シート1枚で判定するのだから、限られた紙面を有効に使ったプレゼンテーションが要求されることは言うまでもない。残念ながら今回の応募作品にも、プレゼンテーションを軽視した作品が少なからずあった。類似の写真が複数あったり、改装前の写真が無意味に大きかったり、逆に小さすぎて解読できなかったり、どこの写真かわかりにくいなどの事例はなかなか無くならない。応募シート1枚の限られたスペースを有効利用し、作品の魅力を分かりやすくアピールすることは、プレゼンテーションの基本である。

以上のようにいくつかの問題はあるにせよ、このコンクールが新しいリフォームの提案・発表の場としてさらに機能していくことを大いに期待したい。

第 36 回住まいのリフォームコンクール審査委員会
委員長 真鍋恒博