

第19回メイクランド施工コンテスト総評

今年もメイクランド施工コンテストには数多くの素晴らしい作品の応募があり、その中から我々審査員により特に素晴らしいと思われる作品に対して各賞の決定をさせていただきました。ここで、コンテストを振り返り今年の特徴や気がついた事を簡単に述べさせていただきます。

■門まわり・車庫まわり部門

この部門は道路に面したファサードの中でも特に人目を引くとても大切なエリアです。土地も細分化され狭小地が多くなる傾向があり、今回も狭いながら設計力、デザイン力でそれを感じさせないよう上手く施工された事例が多くありました。高低差を活かした処理や自然石、植物をバランスよく配置して作られたファサードは町並みを構成する大切な要素にもなります。建築側では提案出来ないような専門店ならではの素晴らしい作品が目立ちました。

■庭まわり部門

近年のガーデンのデザインは「スタイリッシュ」と「ナチュラル」が主流になっています。スタイリッシュなガーデンではテラスや日除けなど実用的でローメンテナンスなものが多く、眺めるだけではなく食事をしたりお茶をしたり、夜はお酒を楽しめるなど室内と同じ様な使い方が出来るものが目立ちます。一方、ナチュラルなガーデンは植物を中心とした、眺めて楽しめるものが多く、手入れも庭の楽しみの一つと考えて頂けるお客様の夢を実現させた作品が多かったと思います。

■エクステリアリフォーム部門

新築着工棟数が減少し続けていく中、今注目を浴びているのがエクステリアリフォームです。家を建てた時はエクステリアの予算が無く物足りなさがあるものの妥協してしまったお客様が世の中には溢れているといっても過言ではありません。そんなお客様がエクステリアをリフォームすると生活も一変し気持ちにもゆとりが生まれてくるものです。インテリアと違いエクステリアは近隣の方たちもその効果を見て感じる事が出来るので会社のPR効果も絶大です。コンテストでは Before と After が同じアングルでエントリー出来るよう心がけましょう。

■ライティング部門

ライティングは今のエクステリアでは欠かすことが出来ない手法となりました。ファサードは勿論、エントランスやガーデンにも複数の照明を配置し光と影を上手く利用しながら夜の情景を演出しています。一見贅沢品と思われがちな照明ですが実は防犯的にもとても

有効で今後も益々期待できる部門となっています。

■パブリック・街並み部門

この部門は大きく分けて商業施設や公園などの空間に対する提案と、集合住宅や分譲住宅など街並みを創る提案によって構成されています。店舗などの商業施設においては近年、住宅用エクステリア資材が積極的に使われてきており、パブリックでありながらプライベート空間にいる様な演出が多くなっています。一方、集合住宅ではそのエントランスの魅せ方が邸宅を思わせるような造り方になってきており、こちらも戸建て感をいかに出すかが大切なポイントになります。そして分譲計画では自然石、十分な緑量、照明の効果によって近年類を見ないくらい大きな進歩を遂げています。

■プランニング部門

プランニング部門では単にプレゼン資料が綺麗だとか、パースがかっこいいということではなく、設計のコンセプトやゾーニング計画がしっかりしており、動線や視線、使い勝手までもよく考えられていることが重要です。そのうえで施主に対してそのプランをどの様に伝えるのかというプレゼンテクニックが重なって評価されるので、単に図面だけでエントリーするのではなく、資料の内容をしっかり準備して応募することがとても重要です。

この他にも新商品部門がありますが、その商品が作品の中で効果的に使われていたり、他の模範となるような使われ方をされていると評価が高くなると思います。

以上、簡単ではありますが各部門の総評とさせていただきます。次回も多くの素晴らしい作品がエントリーされますことを審査員一同心より願っていると伴に楽しみにしております。

メイクランド施工コンテスト
審査委員長 古橋宜昌