

第13回マンション・クリエイティブリフォーム賞総評  
マンション・クリエイティブリフォーム賞審査委員会  
委員長 秋山哲一

マンション・クリエイティブリフォーム賞は、マンションの大規模改修工事を担っている現場担当者の創意工夫を拾い上げ、ハード面での新しい改修技術提案とともに、関係者の合意形成を図りつつ顧客満足度を高めていくソフト面での取り組みのほか、改修工事を担う技術者・技能者の育成にむけた努力を社会に「見える化」していこうという試みである。今年でマンション・クリエイティブリフォーム賞は第13回となっている。

今回の応募には、築15年のマンションから築52年の高経年マンションまで幅広い年代、また、戸数でいうと82戸のマンションから約400戸という大規模マンション、階数でいうと8階建てから40階建ての超高層マンション、加えて、低層部分に商業施設を含むなど用途複合した多様なマンションを対象とした改修プロジェクトが含まれている。

今回は、応募提案の取り組みについて、以下の4つの部門を設定していた。具体的には、①現場体制（作業員教育等）に関して工夫した取り組み、②居住者対応に関して工夫した取り組み、③長寿命化に寄与する取り組み、④その他、である。応募事例については全般的に対象とした部門には偏りはみられなかった。

応募提案全体を通して、超高層マンション改修の案件が多かったのが印象的である。対象となる改修工事の内容もいわゆる大規模修繕工事に該当するもののほか、バリアフリー対応や省エネ対応などの事例が見受けられるのが特徴の一つである。昨年度までの提案物件に上がっていた、高経年マンション特有の排水管設備改修、耐震改修などは少数であった。一方で、工事中の新型コロナウイルス感染防止対策などは標準的に実装されつつあることが分かった。また、居住者、区分所有者対応としての工事の進捗状況等に関する情報提供工夫が取上げられていた。特筆すべき特徴は、現場のDX化などに積極的に取り組んだ提案があったことで、近未来の建設産業の人手不足に向けた積極的な取り組みとして先導的な事例になるものと期待される。今回も応募件数が少なかったのは残念であった。

さて、審査委員会では、応募物件の中から厳正に受賞者選定を行い、最終的に授賞対象の3物件を選定した。

ひとつは、築15年34階建て395戸の高層マンションの外壁・屋上防水工事を含む第1回目の大規模修繕工事である。工事の特徴は、建設DXによる働き方改革とSDGsに向けた取り組みである。現場の生産性向上に資するためスマートフォン、タブレット、ウェアラブルカメラなどのスマートデバイスを活用して、生産性向上にむけた取り組みを進めている。

具体的には、従来は外壁劣化状況調査の結果を紙に出力して現場への持ち運びをし、手書き





つぎは、築 19 年 29 階建 155 戸の用途複合マンションの第 1 回目の大規模修繕工事である。地下から 2F までが店舗、3F～5F が駐車場、6F～29F が住戸フロアとなっており、阪神淡路大震災の震災復興市街地再開発事業によって建設されたものである。

工事内容としては外壁改修、防水工事という一般的な大規模改修工事にあたる内容であるが、店舗・駐車場・住戸といった用途複合であるために、一般のマンションの改修工事とは異なり、昼間工事と夜間工事が混在するなど工事進行にあたって調整業務が発生することが予想される中で、どのような工夫が必要であったのかが興味深い視点である。提出された資料によると、昼間作業チームと夜間作業チームがそれぞれ別個の体制を取りつつも、工程上の引継ぎ事項がていねいに伝達できるように工夫がされていたことが分かった。



図 2-1 外観

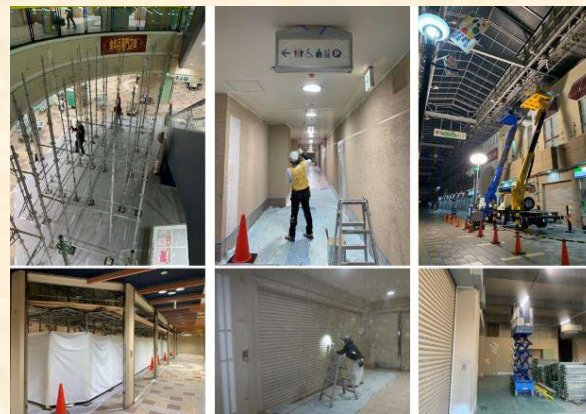


図 2-2 夜間作業

商業施設部分の昼間営業中に工事による悪影響が生じないように、きわめて慎重な施工計画が立案されていた。低層階の店舗部分の夜間工事による粉塵等の吹き抜け空間への飛散防止など、徹底した管理が行われていたことが良くわかる。これからも用途複合したマンションの高経年化が進行していくことが予想される中で、施工者側の施工管理体制構築のうえで、先進的な取り組みとして評価したい。

また、低層階の商業空間上部の吹き抜けガラスについては、当初の設計仕様ではメンテナンス性が低いことから施工者側 VE 提案をおこなって合わせガラス仕様の採用をみるなど積極的な提案活動を推進し、発注者や設計者の合意を獲得している点は大いに評価すべき点である。

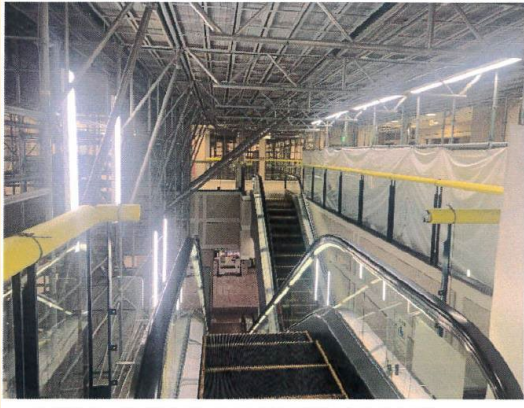


図 2-3 低層階への飛散防止



図 2-4 吹き抜けガラス

三つめは、築 38 年 8 階建て 177 戸（3 棟）のマンションの外壁・屋上防水工事を含む第 3 回目の大規模修繕工事を中心としたバリューアップの事例である。

工事内容には、外壁改修工事、屋上防水工事、玄関扉交換工事、エントランス改良工事が含まれている。本工事では、居住者対応に関する工夫に焦点を当てていた。管理組合は、設計者との協力のもと工事実施に際して 3 つの目標を設定していた。工事計画段階で目標設定を掲げ、それを明文化する姿勢から、計画的な取り組み意識の高い管理組合であったといえる。その後、計画目標を実現するための具体的な改修工事内容が合意されるというプロセスをたどっている。



図 3-1 外観



図 3-2 工事目標の明文化と共有

施工者としても、設計者と協力のうえ、色彩計画におけるアンケート実施による居住者の参加意識の向上に努めている。施工者から居住者向けの工事情報伝達とは別に、修繕委員会から独自のニュース配信などにより工事情報の補足説明が周知徹底されるなど、施工者と居住者間の綿密なコミュニケーションが行われたことによる効果がみて取れる。工事工程の進捗に合わせた駐車場の移動計画作成、駐車場の配置を再検討し車のトランクからの荷物の出し入れがしやすいように配慮するなど居住者ニーズに合わせたいい改修計画案の立案プロセスが良く説明できていた。



工事完了後修繕委員会から施工者に渡された似顔絵付きのメッセージカードに表れているように、修繕委員会を中心とした管理組合、設計監理者、施工者がていねいに意思疎通を図りながら、よりマンションの価値を高めるための課題探しから解決に至るプロセスが共有されたことが良くわかる事例として評価したい。

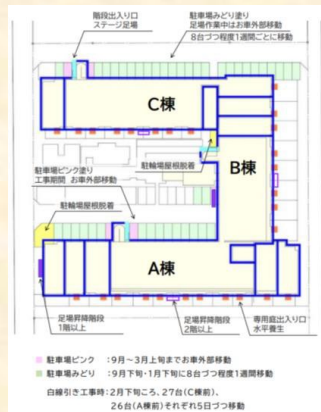


図 3-3 車の移動計画



図 3-4 メッセージカード

このような取り組みを共有するとともに、この業界を支えている技術者、技能者の提案型産業としての自覚を高め、さらにその努力の見える化の推進に期待したい。