

設計：コーデザインスタジオ

住まい手に聞く

リフォームの本音

文・大菅力



おすが・つとむ

1967年東京生まれ。早稲田大学第二文学部中退後、木材業界雑誌の出版社を経て1994年に株式会社建築知識（現在の株式会社エクスナレッジ）に入社。月刊「建築知識」、季刊「iA」などの建築、インテリア専門誌の編集長を務める。2010年に退社。現在フリー。季刊「リノベーションジャーナル」（新建新聞社刊）の編集長を務める。主な著作に「リフォーム 見積り+工事管理マニュアル」（建築資料研究社）、「世界で一番やさしい仕上材（内装編）」（エクスナレッジ）、「心地よい住まいの間取りがわかる本」（同）がある。



リビングよりダイニングを見る。LDKが一体となったオープンな間取り

今回は20代後半の若い夫婦のマンションリフォームを紹介する。情報収集の考え方、依頼先の選定方法、プロに対して求めるもの、住まいに対する理想など、若い世代の率直な意見を聞くことができた。

リフォームのプロセス

Aさんは埼玉県川口市のマンションで暮らす20代の夫婦。夫が築35年程度のマンションを所有していたため、結婚を機にそこで夫婦で暮らすことになった。ただし、このマンションは小さな部屋に区切られた間取りだったので、2人で暮らすには適していないとAさんは感じていた。そこで、Aさんはリフォームすることを考えた。

Aさんはインターネットを利用する傍ら、リフォーム雑誌を数冊購入して情報収集をはじめた。「まず、リフォームでできることとできないことを知りました」とAさんは振り返る。そうした基本的な知識を得た上でプロから適切な助言



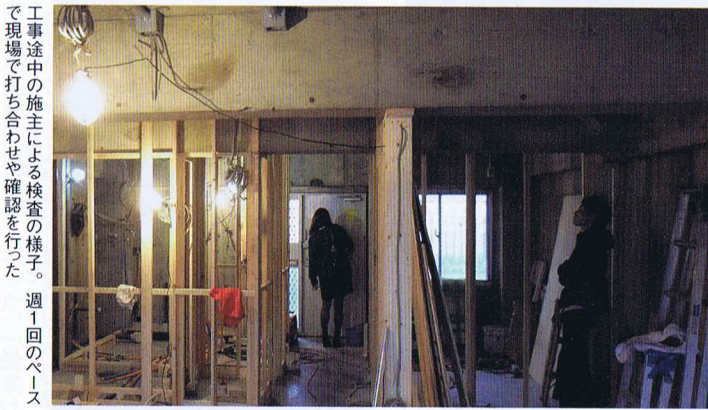
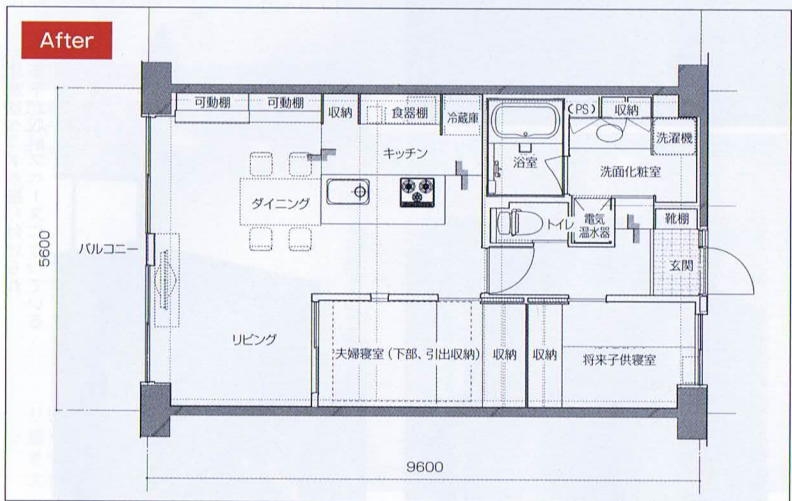
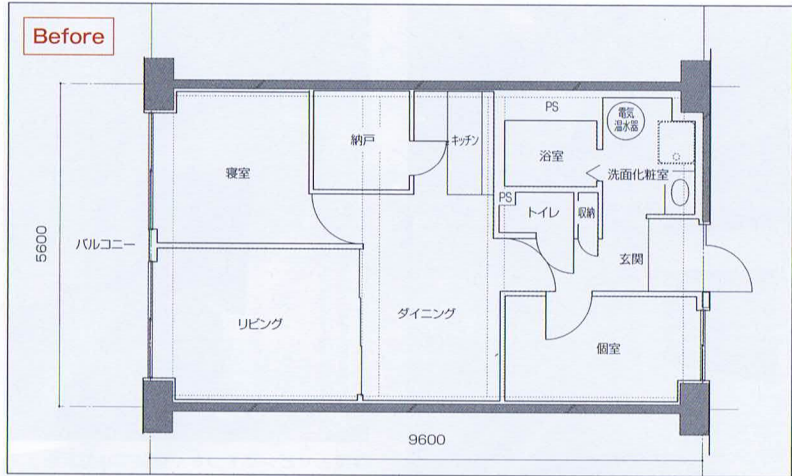
改修前のリビングとダイニング。部屋が細かく区切られていた



改修前のキッチン。スペースが狭く、隔離されていた



解体後の様子。既存の床はそのままにして上から張り替えている



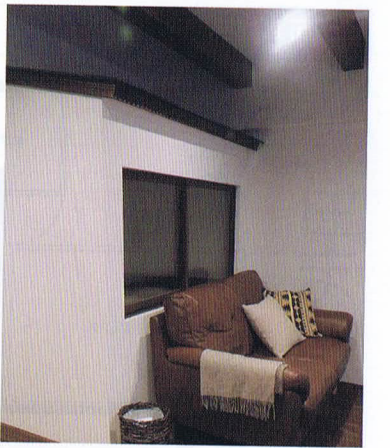
工事途中の施工主による検査の様子。週1回のペースで現場で打ち合わせや確認を行った

を得たいとAさんは考えた。基本的な知識を得る手段として、「インターネットよりも雑誌が役に立った」とAさんは言う。「雑誌には余計な情報が載っていないのがよかった」とAさん。情報が選別されていることで効率的に知識を得ることができると感じたようだ。

Aさんは雑誌に掲載されているリフォーム会社のなかから何かピックアップし、アプローチしてみることにした。ピックアップの手がかりは事例写真だ。「ナチュラルな雰囲気が好きなので、ムクの木を使っている事例を中心にチェックした」とAさん。その上でAさんは記事を読み込み、自分たちとリフォーム会社のイメージ共有ができそうかどうかを読み取るうとした。そうした時期にAさんは身内から設計事務所を紹介される。それが小嶋直氏の主宰するコーデザインスタジオだった。

「イメージ共有」を重視した依頼先選び

大規模リフォームを検討する施工主のなかでも、設計事務所を敬遠する人は意外と多い。業務内容が見えにくいことに加え、要望が反映されにくい、費用が高（かさ）むなどのイメージをもたれることがあるためだ。ただし、Aさんの場合は、当初から設計施工のリフォーム会社と設計事務所の双方を検討先として考えていた。「設計と施工が一体なのか外部に委託するのかの違いがあるだけで、ど



寝室とリビングをつなぐ建具には型板ガラスが組み込まれている。普段は開けていることが多い。夏場はリビングのエアコンで寝室も冷房する予定



寝室はベッドが造り付けられ床下が収納スペースになっている



将来の子供部屋。あらかじめベッドや収納が設けられている



竣工時の様子。ダイニングからリビングを見る。Aさんこだわりの化粧梁が雰囲気を醸成する。リビングに貫入させた寝室が小屋のような見え方になっている



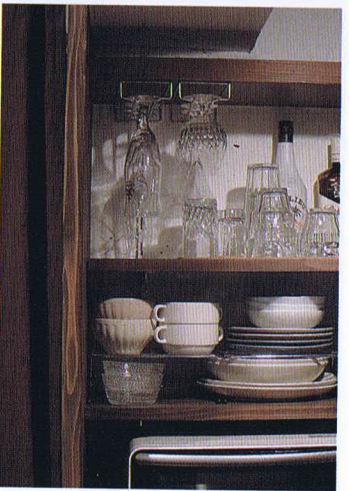
IKEA製のステンレスキッチン。入居して3カ月を過ぎたがパーツの一部が未着。同社製品は費用対効果が抜群に高いが、収納パーツが購入先でない店舗からの取り寄せとなり、在庫のないパーツの納期がはっきりしないなど現場は混乱した。キッチンメーカーのような対応は望めず、大らかに構えて採用することが必要



キッチンを移設する際に勾配確保のために床を一段上げている。仕上げはインテリアの統一性を重視し、ダイニングなどと同じムク材で仕上げた。細長いマットを敷いて水はねを防いでいる



ダイニングとキッチンの壁面はガチャ柱を用いた可動棚が設けられている。カーテンで覆われている部分は掃除機などを入れるスペース。カーテンは施主のDIY



キッチンの背後の可動棚には、施主がDIYでグラスホルダーを設置した



竣工時の様子。天井は石膏ボードを張らず、躯体を白く塗装して仕上げ、天井高さを確保



リビングには2台のエアコンを左右に振り分けて配置。当初は木製のカバーをつける予定だった。カーテンボックスを利用した飾り棚が重宝するという

にリフォームを終えたいと考えていたためだ。

依頼先を選定するにあたり、Aさんが重視したのは前述したようにイメージが共有でき、センスが合うこと。プレゼンに際しては各社から大まかな見積もり提示があったが、コストは依頼先を判断する材料にはしなかった。最終的にAさんは、プランが気に入ったことに加え、白模様のプレゼンが分かりやすかったこと、毎回の打ち合わせが次回のプラン修正にきちんと反映されていたこと、説明が丁寧だったことなどを評価して、コーデザインスタジオにリフォームを依頼することにした。

リフォームの内容

設計期間は、しっかり設けるほうが良い

プランに際してAさんが要望したのは、部屋をつないでリビングを広げたいということ、キッチンを広くしたいということだ。インテリアの方向性としては、前述したようにナチュラルな雰囲気希望した。具体的には木材の色調と化粧梁を設けることにこだわった。インテリアの方向性に関しては、雑誌の事例写真や資料をしながら、イメージの共有化を図った。イメージ共有に用いたのはすべてリフォーム事例で、新築住宅や店舗、ホテルなどは使用しなかった。「提案は

ちらもやることは同じ」とAさんは捉えていた。「強いて言えばリフォーム会社は設計と施工が一体なので、材料調達の手間が少しく安くなる」と考えていた（Aさん）。

そこでAさんは3社のリフォーム会社とコーデザインスタジオの計4社からプレゼンを受けた。ちなみに4社というのは数を決めて絞り込んだわけではない。「気になる会社に順次接触し、提案を受けるうちに打ち止めにしなかった」というのが実際のところだ。候補を絞り込む前に順次接触したのは、直接聞かないと分からないことが多いと判断したためだ。「特にイメージが共有できるか、要望がきちんと伝わるかどうかは誌面の情報では分からない」とAさんは言う。

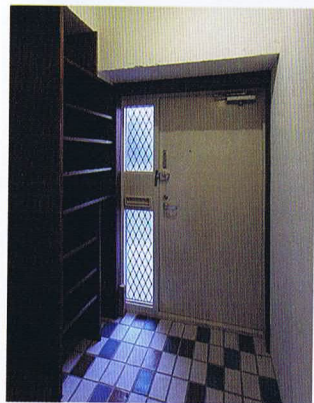
こうしてプレゼン時に営業や設計担当者からさまざまな情報を得たAさんだったが、「結局はよく分からない部分が多々残った。自分たちには聞き取りや機能的なことだけでなく、雰囲気づくりのための知識も不足していたことが分かった」とAさんは振り返る。一般にはプレゼンを重ねるうちに夢を膨らませる施主が多いが、Aさんは冷静に自己分析を見てみると、計画をいったん白紙にすることにしようとしたが、Aさんは依頼先を選定し、計画を進めることにした。その理由は「せっかくなので詰めたのでもったいない」と感じたこと、増税前

求めていたが、奇抜なものは避けたかった」とAさんは振り返る。

キッチンは情報収集するなかで、インテリアとの相性をふまえてステンレス製を希望した。洗面と浴室に関してはコンパクトでよいと考えていた。玄関先から浴室内が見える配置なのが気になってはいたが、それを直すのは無理だろうと諦めていた。後に電気温水器の配置を換えることやパイプスペースをずらすことができること、小嶋氏の提案を受けて洗面を広げ、浴室の方向を変えた。

こうした要望をもとに3カ月程度の期間をかけて、設計を練り込んでいった。「徐々に選択肢を絞っていく作業だった」とAさん。こうした作業に消耗する施主もいるが、Aさんにとっては楽しい作業だった。自身の経験を踏まえてAさんは「設計期間はしっかり設けたほうが良い」と言う。打ち合わせを重ねることで、自分自身がほしい空間や機能のイメージが具体的に、優先順位がはっきりしてくるためだ。「年内に入居したいという事情があれば、さらにじっくり取り組んだらう」とAさんは説明する。

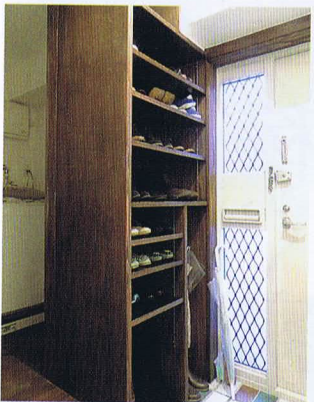
Aさんがこのように感じたのは、小嶋氏が打ち合わせ時に設計意図を細部まで説明したためでもある。一般に設計意図の説明は、施主の関心が強いプランや仕上げ、設備などが中心になりやすい。下地や配管などの隠蔽される部分や専門性が高い細かいディテールなどは省かれがちだ。ただし、大規模リフォームを行う



竣工時の玄関。収納を自一杯設けている。カラフルなタイルがほどよいアクセントになっている



LDKと玄関をつなぐ廊下。天井の照明は躯体に直接固定し、露出配線とすることで天井高さを確保



玄関の現状。適切な収納の割り付けにより、効率的に靴が収納されている。収納は洗面脱衣所との間仕切りを兼ねており、背後に洗濯機が覗く



トイレと廊下は引き戸で仕切り、ミニマムなスペースにまとめている。アクセサリ類は施工支給品



廊下とLDKを仕切る建具は既存の再利用。高さが変わったため、下框に木材を足して延ばし、再塗装している。ドアノブは施工支給品



電気温水器の配置を変えたことで、洗面と浴室の向きを変えることができ、効率的にスペースが使えるようになった。ミラーの背面は収納。配管が干渉しない壁面にニッチを設けるなどスペースを最大限に活用している



電気温水器を廊下側のスペースに移設することで、水廻りのレイアウトがすっきりした。洗面脱衣所の扉が電気温水器の扉を兼ねる無駄のない設計

リフォームの本音

施主の多くは、Aさんのように細部まで知りたいと考えていることが多い。丁寧に説明し、理解を高めてもらうことで施主の納得の度合いや満足度の度合いが変わってくる。そして、設計者のやりたいことや美意識への共感も生まれてくる。設計意図の説明は非常に大切である。

見積もりは納得いくまで確認する

設計がおおむね固まった段階で相見積もりを取った。小嶋氏と付き合っている深い工務店と大規模リフォームで実績のある工務店、マンションの管理組合から紹介された工務店に見積もりを依頼した。ただし、管理組合から紹介された工務店は、小嶋氏の図面を見て「うちではつくれない」と辞退した。

2社から出てきた見積金額のうち、小嶋氏と付き合っている深い工務店はAさんが小嶋氏に伝えていた予算を少し超える程度に納まっていた。もともとAさんは検討段階でのリフォーム会社とのやりとりで、予算の感覚を掴んでいた。「要望がその時点から大きく変わったわけではなく、見積もりが予算をそれほど超えることはない」と踏んでいたとAさんは振り返る。

Aさんは小嶋氏のアドバイスをもとに1社を選定し、予算内に抑えるために見積もりを精査していった。Aさんはなかなか細かく見積もり内容をチェックし、不明な点を小嶋氏に質問した。「必要なも

のが全部入っているか、不要なものがないかという視点でチェックした。目にしたことのない材料名などが書いてあると、それが何かを聞いて個数も確認した」とAさん。たとえば造作用の合板などは柵板の数ではなく、3×6判の枚数として書かれているので、その数量で合っているのかを小嶋氏に確認した。

そのうえで減額案を検討した。1つはキッチンを廉価なIKEA製にして、予定していた食洗器の採用をやめた。そして造作する柵の個所を減らし、収納扉も省略した。さらに各室の扉は既存のものを再利用することにした。

細部は住みながら整えたい

設計がフィックスし、現場がはじまると日々の進捗はメールや電話で小嶋氏よりAさんに報告された。そして現場では週に一度定例の打ち合わせが行われ、Aさんも出席した。そうした場でコンセンソトの位置や仕上げ材の色の最終確認などが行われた。「実際の光とスケール感で確認できるのでイメージしやすかった」とAさん。現場でサンプルを見て、悩んでいた床の塗装色をこげ茶色に決めたり、壁の色を当初有力だったクリーム色寄りの白色から真っ白に変更した。また、造作によるエアコンカバーの存在感が予想以上に大きかったので、カバーは外すように変更をした。「こうした細部を自分の目で見てから決められたのは非常によかった」とAさん。現場における検討

や変更は施主の満足度を高めることを改めて実感した。

約2カ月半の工期を経て、2013年12月にリフォームは終了した。「いろいろな提案をもらって、それがイメージ通りに出来上がっている」とAさんは小嶋氏の設計を高く評価。第一にAさんが評価するのが、動線が改善され、生活のストレスが減ったこと。そして、空間に広がり生まれ、きれいに整ったことをAさんは喜んだ。「人に見せても恥ずかしくない家になったので、きれいな状態を保ちたいという気持ちが生まれた」（Aさん）。買い物をするときの感覚も変わり、「雰囲気合わないものは置きたくないので、ものを買うときには以前より吟味している」とAさんは言う。

デザイン面では、寝室とリビングのつながりが気に入っている。寝室のリビング側のスペースの天井を下げることで、リビングの壁の一部を屋根のように見せている。「こうした提案が出てくると、こだわりをもって取り組んでいたアイデアが伝わってきて、こちらも気合が入った」とAさんは振り返る。

Aさんは小嶋氏とのやり取りを振り返って、「設計者に求めたのは間取りなどの骨格と雰囲気づくり。最初に細かいところまで全部つくりこむのではなく、自分たちで改善できるところは住みながら自分でやれば良いと考えていた」と言う。そうした考え方が強く現れたのが、自分でカスタマイズできるガチャ柱によ

る可動式収納。実際、すでに柵のレイアウトを何度か変更し、ガラスホルダーをDIYで取り付けるなど、少しずつ自分たちが使いやすいかたちに整えている。こうした可変性が機能するのは、全体の収納量が小嶋氏の見定めにより確保されているためだ。

日々の実感を踏まえAさんは、「自分が住みたい家のイメージがあり、デザインや雰囲気づくりを重視する人には設計事務所はお勧め」と今回のリフォームを総括した。

情報公開がさらに大切になる

このようにAさんは慎重かつ現実的な判断をする施主だ。インターネット情報を山のように集めてマニア化する前に、さつと雑誌で基本情報を得るところや、コンテンツから得られる情報の限界を感じることにリフォーム会社などにアプローチするあたりにそれがよく表れている。そして、各社のプレゼンから予算の感覚を掴んだ上で、施主とイメージ共有できる資質の有無を軸に依頼先を見定め、あまり細かい注文を付けずに設計者からの提案を引き出しつつ、提案の内容や意図などを納得いくまで説明を受け、理解してから慎重にそれらを承認する。これからの大規模リフォームには、若い世代を中心にこうしたスマートで堅実な施主が増えるだろう。施主に対する各プロセスでの情報公開の姿勢が、今まで以上に重要になってくると感じた。