

住宅&住宅設備トレンドウォッチ

いま気になる
住宅設備

住宅&住宅設備トレンドウォッチ

これからのキッチンづくりの キーワードは「ライフスタイル」



2019.11.22

生活者の暮らし方に対する意識が変わってきています。特に家の中でも人気のあるキッチンは、生活者自身がライフスタイルに合った「使いたいキッチンを選ぶ・作る」ことも身近になりつつあります。

これまで800件以上のオーダーキッチンを手掛けたインテリアデザイナー／キッチンデザイナー・和田浩一さんから、使う人のライフスタイルに沿うキッチンの考え方をご紹介します。

キッチンは果たして「設備」なのか？

現在の建築業界の流通では、キッチンは設備ルートで流れてきます。しかし使い手にはその意識があるでしょうか？そこに日本のキッチンの危うさが潜んでいると思っています。一方、ヨーロッパのキッチンはほとんどが家具からの発想で作られています。自由で魅力的なキッチンはそういった発想の違いから生まれているのでしょう。

設備から発想をスタートさせるとどうしても『商品』としてのキッチンを考えてしまい、価格や機能（お掃除ラクラク&収納たっぷり）を優先しがちです。そうすると画一的な商品が出来上がり、メーカー間の決定的な差が生じにくいのも現実です。しかし日本の住宅市場では、90%以上をメーカーのシステムキッチン（設備としてのキッチン）が占めており、使い手はほとんどキッチン単体のみの宣伝しか見ることがないため、日本市場では設備としてのキッチンからなかなか脱却できないままなのです。キッチンは空間に入り、人が使ってはじめて成立するものなので、当然のようにインテリアコーディネーションや人とのコミュニケーションが最も重要なポイントなのです。空間の一部としてのキッチンは家族ごと、空間ごとに違うはずです。



住まい毎に個性のある、空間の一部としてのキッチン

キッチンのイメージを決定する「部材」と「レイアウト」

キッチンのイメージを決定する部材としては、ワークトップと面材が大きなウェイトを占めます。ワークトップに使われる素材はステンレス、人工大理石だけでなく、クォーツストーン、セラミック、天然石が挙げられます。最近では木や樹脂モルタルも注目されています。筆者はお客様の了承が得られれば何を使ってもいいと思っています。もちろんそれぞれの特徴を熟知して、お客様に告知する必要があります。面材も同様です。天然木、塗りつづし、化粧板、金属、人工大理石、樹脂モルタル・・・様々な可能性を考えましょう。



ワークトップの新顔『front art steel-3e (特注色)』。
鈍く光るゴールドが妖艶な雰囲気を実際立させる
(photo by STUDIO KAZ)

次に使い勝手を左右する要素として、レイアウトを考えます。昨今、日本のメーカーキッチンにはほとんどがパッケージ商品であり、サイズが決まれば全ての位置や寸法が決まっています。それでは画一的なレイアウト、通り一辺倒の使い勝手になり、人がキッチンに合わせなければならないということになります。筆者は、キッチンの構成要素を四つに分けています。「火」「水」「作業（包丁）」「収納」です。この4要素の中で収納以外の3つはすべてワークトップの上で行うコトであり、ワークトップと収納はほとんど無関係ですので切り離して考えます。「火」「水」「作業（包丁）」のなかで、手元から視線を外していい行為は「水」だけです。そこで、まず使う人が一番見たい風景を意識してシンクの位置を決めます。次は使い手家族の食生活を考慮してコンロの位置を決めます。例えば焼き魚や揚げ物が多いご家庭に対面型のコンロは絶対に避けるべきです。そしてその間にまな板を置く場所を決めます。それを関連づけるだけでキッチンのレイアウトは完成です。意外と簡単ですね。最後に収納は行為によってその位置を決めます。レイアウトに関することを書き出すと長くなるので、今回は触りだけですがご参考下さい。

道南杉の三層パネルをワークトップにした KOIYA
キッチン (photo by Bunsei Matsuura)



キッチン家電と、導入時のポイント

さて、キッチンでもう一つ大事なことはキッチン家電です。最近では惣菜やプレカット食材などが流通し、家電側も自動調理機能が多くなりました。つまり調理行為は以前とは作法が変わるので、新たなキッチン家電が必要になってきます。また、ライフスタイルやインテリアとの親和性を考慮すると、輸入ビルトインキッチン家電も気になってきます。10年前に比べて輸入キッチン家電の種類はかなり増えました。それぞれの家庭事情を考慮して選択したいものです。その時にはランニングコスト、使用頻度、見た目、そしてインテリアとしての完成度（充実度・満足度）も含めて検討することを忘れないでください。イニシャルコストだけで判断すると必ず後悔することになります。



ビルトイン機器を適度に配置した黒いキッチンがインテリアの一部として家族や友人とのコミュニケーションの場となっている (photo by STUDIO KAZ)

満足いくキッチンをつくるのは意外に気力と体力が必要だと思えます。時には専門家にも相談しながら、お客様に合ったキッチンづくりに取り組んでみて下さい。

テキスト=和田 浩一 (株式会社 STUDIO KAZ)

監修=リビングデザインセンター OZONE

製品のご案内

エコでスマートなタッチ機能付きキッチン水栓



メーカー名	DELTA ((株) ハイステージ)
URL	https://www.high-stage.co.jp/storage_products/faucet/
製品名	トリンシック タッチタイプキッチン水栓
仕上げ	アークティックステンレス
サイズ	高さ 399mm 幅 61mm(根元部分) 奥行き 241mm
価格(税抜)	127,000円(本体価格)

Touch20®Technology は DELTA 最大の特徴であり、唯一無二の特徴でもあります。シャワーヘッド以外のどの部分にタッチしてもオン・オフができるストレスフリーな機能です。手の甲でも反応するので汚れた手で水栓に触れなくて良くなります。水の自動止水機能も搭載されており、まさにエコでスマートな水栓です。

キッチンをはじめ水まわりは、住まいの中でも特にこだわりが出る部分です。見た目の美しさはもちろん、使いやすさや機能性も重要な要素になります。DELTA の水栓は、様々なライフスタイルに応じたコーディネートを実現し、毎日気持ち良く過ごせる快適空間を実現します。



レンジフードのファンは汚れる、という常識を変える



メーカー名	富士工業株式会社
URL	https://www.fujiioh.com/oilsmasher/index.html
製品名	オイルスマッシャー搭載レンジフード
品名・品番	CLRL-ECS シリーズ
カラー	ブラック (BK)、ホワイト (W)、シルバーメタリック (SI)
サイズ	間口750mm、900mm
価格(税抜)	CLRL-ECS-751R/L BK ¥170,000、CLRL-ECS-751R/L W 170,000円、CLRL-ECS-751R/L SI 180,000円、CLRL-ECS-901R/L BK 185,000円、CLRL-ECS-901R/L W 185,000円、CLRL-ECS-901R/L SI 195,000円



10年間ファンのお掃除不要※1！1分間に1,500回(「強」「中」運転時)という速さで回転するディスクが、煙に含まれる大半の油をキャッチ。ディスクの油は遠心力で分離され、オイルガードに回収。ファンとレンジフード内部※2のお掃除が不要※1で、お手入れラクラク。家事の時短につながります。

※1「お掃除不要」とは、レンジフード内部が汚れないという意味ではありません。普及製品：BDR-3HL(富士工業製)の1年間相当の油が付着する期間が、オイルスマッシャー搭載製品は約10年となるため、製品設計上の標準使用期間中はお掃除をする必要がないとしています。普及製品については1年に1回ファンを清掃することを前提としています。

※2内部：ケーシング