

ML

MODERNLIVING

見直すこと

空間構成

デザイン

もてなし

収納

設備

キッチンを見直す

What works best for you?

ReTHINKING THE KITCHEN



CONTENTS

最新キッチン実例7軒 — 藤森照信が振り返るキッチンの歴史 — 時短を叶える収納
願望別設備カタログ — 春夏秋冬 — 四季のしつらえ — ミラノ・デザイン・ウィークリポート



ヴェネタクッチーネ
アートディレクター/
ダミアーノ・
ザンボン氏に
モダンリビング編集長/
高坂敦信が
インタビュー

Veneta Cucine

本国とのコミュニケーションから生まれる 真のイタリア製キッチン

イタリア屈指の生産台数と売り上げを誇るキッチンブランド、ヴェネタクッチーネが日本に本格上陸。本国でアートディレクターを務めるダミアーノ・ザンボン氏がイタリアから原宿のショールームに駆けつけ、同ブランドの特徴と魅力をじかに語ってくださいました。

撮影：兼下昌典 取材・文：荒井直子

年間9万台を提案していますので、
アイデアもノウハウも豊富です。

——
ダミアーノ・サンボン氏

安全性やサステナビリティへの配慮からも、
企業姿勢が伝わってきます。

——
高坂敦信

「家に帰って来たような温かみのある空間にデザインした」(ダミアーノ氏)という東京・原宿のショールーム。写真のダブルアイランドを含め6タイプのキッチンを体験できる。



談笑する2人。初対面だが、住まいに対する熱い思いで意気投合。

ヴェネタクッチーネが 世界で高い支持を誇る理由

世界で愛されるわけや、日本との取り組みについて
モダンリビング編集長の高坂が取材。四つのポイントをもとに紐解きます。

ていました。しかしこの20年、30年でキッチンがオープンが主流に。ダイニングやリビングとつながる場所となり、そのことは我々にとって大きな転機になりました。

高坂 ショールームを拝見すると、キッチンとワークスペースが一体にデザインされていたり、興味深いプランがありました。キッチンをとのよな場所と捉えているのでしょうか？

ダミアノ 今、我々が大切にしているキーワードが四つあります。一つ目は、機能性を含め、いかに心地よく料理を楽しむ空間にするか。これはキッチンメーカーとして当然の

ことですね。二つ目のキーワードは、連続性。先ほど言ったように現代の住宅はオープンキッチンが主流です。から、ダイニングやリビングなど別の機能をもつ場所とどうつながりをつくっていくか。それは単に空間のことだけでなく、素材の選定も含めてということですね。そして三つ目のキーワードとなるのが、コンディヴィーデレ。これは分かち合う、分割するという意味で、例えばキッチンにダイニングテーブルをつなげるという手法がありますが、違う機能をもつ場をどうやって自然につなげるかという事です。そのコンディヴィ

ダミアノ ありがとうございます。アイデアの発想から派生したのが、四つ目のキーワードとなる、働く場所です。

高坂 やはりコロナ禍におけるワークスタイルの変化が関係しているのでしょうか。

ダミアノ そのとおりです。アフターコロナでさまざまな生活様式が変わりました。これまで別々の場所で行われていたクッキングとワーキングが一つの住まいのなかで行うことになった。そこから我々が導き出した一つの哲学が、「ミスマッチドマツチ」という考えです。料理と仕事というミスマッチをどうマッチさせるか。この考えは空間としてだけでなく素材にも当てはまることで、トラディショナルな天然木とコンテンポラリーな新素材を居心地、使い心地に合せてどうマッチさせるか。その組み合わせのバランスこそがヴェネタクッチーネの腕の見せどころです。

高坂 今回、ヴェネタクッチーネの発想力や提案力をモダンリビング読者の方たちにお伝えしたく、事前に平面図をお渡ししてプランしていたことができました。まず、1週間でこのような素晴らしいクオリティの提案が届いたことに驚きました。

高坂 ウエルカムホールから続く壁面システムは圧巻です。これはまさにヴェネタクッチーネならではのですね。

ダミアノ これはシェーズクロックやウォークインクローゼット、オープン棚、吊り戸棚などを好きなように組み合わせられるシステムです。オープン棚の背面もガラスで抜きをつくったり、逆にクローズしたり、ライフスタイルや空間に合わせて選べるようにさまざまなバリエーションを用意しています。

高坂 壁面システムのなかにミニバーや書斎も組み込まれていますが、

POINT

1

「キッチンが家具」と捉えるデザイン

ダミアノ ありがとうございます。まさにヴェネタクッチーネの根幹となる考え方です。我が社はキッチンを単なる設備ではなく、家具として捉えています。昔のキッチンはクローズドな空間に独立して存在し

ダミアノ ありがとうございます。まさにヴェネタクッチーネの根幹となる考え方です。我が社はキッチンを単なる設備ではなく、家具として捉えています。昔のキッチンはクローズドな空間に独立して存在し



平面図をイタリアに送り、わずか1週間で届いた仮想プラン。日本のミドルアッパー層を意識したリアリティと高級感のあるデザイン。

POINT

2

「ミスマッチドマツチ」という独自の哲学

高坂 このプランの見どころを教えてください。

ダミアノ まず、ウエルカムホール（エントランス）からキッチンまで一つの空間として捉えている点。イタリアではあまり壁で細かく仕切ることにはせず、空間のつながりを大切にしています。ただ、ウエルカムホール、リビング、ダイニング、キッチンと機能はたくさんありますので、その連続性と区分けを先ほどお話した四つのキーワードをもとにゾーニングしました。

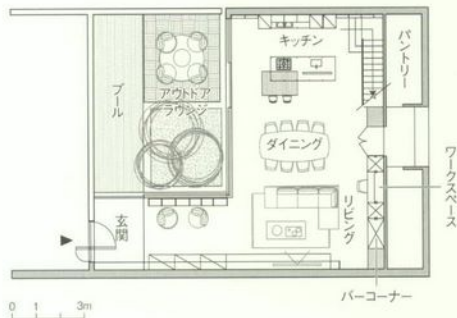
高坂 壁面システムのなかにミニバーや書斎も組み込まれていますが、



キッチンだけではない! イタリアの発想力と提案力を物語る空間シミュレーションを実施

「図面を見て意識したのが、玄関からキッチンまですべて見えるという空間の特性。庭側もガラス張りですから、一体感と区分けという相反するものをどう両立させるかということを考えました。まず、機能としては全体を大きく三つにゾーニングしています。玄関から入った空間はかなり広いので、ソファを置いてお客さまと話をしたりできるウエルカムホールとしています。そこからリビングとダイニング、その奥のキッチンへとつながっていきます。空間全体をまとめるために重要な役割を果たしているのが、ウエルカムホール

からキッチンまでL字形に連続させた壁面のシステム。このシステムのなかには収納やミニバー、ワークスペース、パントリーとさまざまな機能が盛り込まれています。異なる機能を一体的なデザインで調和させました。素材に関しては木がベース。そこに、ガラスや塗装材といった異素材を組み合わせることで、空間にメリハリをもたらしています。ポイントカラーはブロンズ。我々はファッションのトレンドも常に意識し、インテリア、ファッション、時代の風を読みながら総合的に提案します」。(ダミアノ氏によるプラン解説)



異なる機能を一体的なデザインで共存させる

アフターコロナでライフスタイルが変化したことから、キッチンの側にワークスペースを組み合わせることを提案。ガラスなどの異素材を使うことで空間を軽やかに仕上げることもつながっている。両隣の木の扉の内部はパントリーへの通路とミニバー。統一された素材、デザインで異なる機能を共存させる工夫が凝らされている。

五感に訴える素材の仕分け

“ミスマッチドマッチ”の思想を体現する、異素材が組み合わせられたキッチン。作業性を重視する建具やカウンタートップは人工石や塗装材を使用。一方、ディスプレイ要素の高いガラス棚の背面には木を採用。「人は木や石などの自然素材に対しては慎重に扱う」という行動特性まで計算して、素材をセレクトし、区分けしている。



ウエルカムホールからLDKまで連続性をつくる

大きな空間に連続性と奥行き感をつくり出すために、ウエルカムホール（エントランス）からキッチンまで壁扱いにL字形にシステムを配置している。シューズクローゼットといった収納から、ミニバー、ワークスペース、パントリーといったさまざまな異なる機能が並びながらも、同じデザイン、素材で家の奥まで自然とつながっていく。

素材や開閉のボリュームを整える

収納棚とキッチンカウンターの幅を合わせるなど、ボリュームをそろえることで統一感が生まれる。また、素材や色のバランスも重要。バックセットは一見すると塗装とガラス部分がアシンメトリーだが、面積はほぼ同じ。“コンディヴィーテレ”や“ミスマッチドマッチ”というヴェネタクッチェネならではの思想が組み込まれている。

イタリアと日本の対話で生まれるプラン

素材やデザインに統一感があったり、字形全体に一体感がありますね。
ダミアノ L字形を強調させることは奥行き感にもつながります。
 高坂 素材も木、石、ガラス、塗装材と多岐。これも先ほどおっしゃっていたミスマッチドマッチですね。
 LDK全体の色や素材の強弱のバランスが絶妙で日本の読者の方にも参考になると思います。
ダミアノ おっしゃるとおりです。素材のキートンなのは木と塗装材。細いリブを入れて洗練されたテクスチャー感を出したウォールナットをベイスに、キッチンの背面など使用頻度が高く、機性能が求められるところにはコンテンポラリーな塗装を施して区分けをしています。
 高坂 素材の使い分けにも意味付けがあるということですね。
ダミアノ 我々は機能と安全の先にデザインがあると考えています。よく、素材の仕分け、という言い方をしますが、素材は五感に訴えるものだと思うのです。例えば、人は木という自然素材に対しては慎重に扱う。でもキッチンという作業場であり慎重にならなければなりませんから、作業として使う場所

耐久性や抗菌性などのある塗装材にする。素材と作業はリンクしているべきだと考えています。
 高坂 作業する場合はコンテンポラリーな素材でも、ベイスの素材は木ということですね。
ダミアノ ヴェネタクッチーネはイタリアのヴェネト地方で創業した会社で、日本と同じように木の文化に根付いています。ですからファンダメンタルな部分は木が好まれます。
 高坂 ヴェネタクッチーネでは日本のプロジェクトでも、今回のように一軒一軒イタリアのスタッフがプランニングに携わると伺いました。
ダミアノ はい、私がプランニングするかもしれませんが(笑)。我々には年間9万台のキッチンをつくってきたことでノウハウが蓄積されてきました。もちろんイタリアの価値観を押し付けるつもりはありません。日本の価値観や文化、ライフスタイルを尊重しつつ、互いのアイデアや知識を融合させながら満足度の高いキッチンをつくっていかれたと思います。
 高坂 これだけのデザイン性をもちながら、先ほど安全性を大切にされているとおっしゃっていたのが印象的でした。

ダミアノ メーカー側が、かっこいいだろう。とお客さまにデザインを押し付けるのは間違いない。我々はキッチンの製造台数がイタリアでトップクラスのメーカーです。やみくもに薄くてスタイリッシュなカウンタートップよりも、体が当たっても痛くないとか、ケガにならないとか、作業の場として本心に安全かという点をとて慎重に考えているのです。
 高坂 安全性の向上のために製造上の工夫やこだわりはありますか？
ダミアノ すべて自社生産で一切外注しません。他社のものを織り交ぜると管理が行き届かないからです。また、新商品を出すときは少なくとも5年程度は研究して揺るぎない安全性を確認してから商品化しています。金物一つとっても何万回という検査をして安全性を確認します。万が一、不具合のあるものを販売してしまうたら9万家庭に影響が出てしまう。その影響の大きさは、そのまま企業としての責任だと考えています。
 高坂 高い安全性とデザイン性を叶えながら、価格が良心的だと感じました。製造過程で工夫していることや企業としての強みはありますか？
ダミアノ 最高級ブランドといわれるようなメーカーと同じくオリテイの金物や素材を使っていますが、我々は生産台数が違います。言い換えれば、仕入れの力がまったく異なるのです。
 高坂 生産工程も非常に効率的だと聞きました。
ダミアノ サステナビリティの話にもつながりますが、生産は100%ジャストインタイム。最新鋭のA

サステナビリティに配慮したものづくり



1967年にヴェネチア近くで創業したヴェネタクッチーネ。製造はすべて自社工場。最新鋭のAIを搭載したロボットが無駄のない効率的な生産を可能に。

Iを搭載したロボットでパネルのカットを決めていますから、端材が多く出るとか、余った素材を捨てるという発想はまったくありません。無駄なものをつくらないことがイコール、サステナブルと考えています。
 高坂 ほかにサステナブルな取り組みはありますか？
ダミアノ 太陽光や水といったエネルギーに関してはすでに取り組んでいます。原材料に関してもパーチクルボードは当然100%リサイクル材。ラッカーはすべて水性塗料のみです。そうした原材料の仕入れ先も、我が社の基準を満たすサステナブルな企業に限定しています。なぜ取引先にも同じ基準を求めるとい

うと、それが真にお客さまにサステナブルな商品を届けることにつながるからです。
 高坂 企業の真摯な姿勢が伝わってきます。日本ではまだヴェネタクッチーネのことを知らない人も多いと思いますが、モダンリビング読者にメッセージをいただけますか。
ダミアノ キッチンには家が一番大切な場所。なぜならキッチンの居心地のよさは、そのまま生活のリズムにつながるからです。キッチンは住まいにおけるすべての動作の起点であり、車では例えばモーターのようなもの。居心地のいいキッチンをつくるためにぜひ東京ショールームに足を運んでみてください。