

CUCINA

40TH

**ANNIVERSARY
BOOK**

CUCINA



昭和12年当時の『四ツ橋』風景
(写真提供：四ツ橋電気科学館)

時は昭和12年。商人と職人の街として繁栄した、
大阪市西区の北堀江に誕生したクチーナの前身である「森本家具装飾店」。

この店は、主に店舗や企業に向けられた商業用の注文家具を
生産、販売していた家具屋だったため、

1社ごとの多種多様な厳しいオーダーに応えなければならず、

そこで鍛え上げられた手作業による技術が、

現在のクチーナの礎となって、

今日も脈々と受け継がれているのです。

ジャパンメイドにこだわり続けて40年。

最高の材料と最良のデザインで、

世界に2つとない

フルオーダーキッチンを提供してきた

クチーナの歴史から、

職人技が光る自社工場の現場風景、

クチーナを支え続ける方々の思いなど、

クチーナのこれまでとこれからを

この記念誌にのせてお届けします。

CUCINA HISTORY 40th

CUCINAが歩んできた軌跡

～日本のインテリア史とともに～

CUCINAの工場を訪ねて

モノづくりの現場にこそ哲学がある

CUCINAの使い手

なぜCUCINAは選ばれるのか？

CUCINAを支える現場

素材提供から企業ユーザーの視点

CUCINAのもうひとつの顔

トータルインテリアの提案

40周年の節目に原点回帰と

潜在意識の追求を目指して



静岡県浜松市にあるクチーナの工場では、
扉の裁断から塗装、組み立てまでが一括管理されています。
この地は、ピアノなど楽器の産地であることから、
以前より塗料メーカーや材料メーカーが多く存在しており、
そこには達人とも称される匠の技をもった職人も多く住んでいます。
日本製にこだわるクチーナのモノづくりに欠かせない、
気候と技術、その他物流の観点からもバランスのとれた浜松に
工場を構えることとなりました。



オーダー家具屋からスタートしたクチーナの創業者はおよそ50年前、
ミラノ・サローネでシステムキッチンという、
日本ではおおよそ考えられなかった美しいキッチンと出会います。
あれから40年。クチーナは
「トータルインテリアの第一歩は、キッチンから始まる」をモットーに、
これまで培ったノウハウを最大限に活かし、
お客様ひとりひとりのどんなオーダーにも応えられる
メーカーでありたいと考えています。



2009
新コンセプトキッチン
「CUCINA criterio」発表。



2003
イタリア「altamarea社」と
提携。バスルームファニチャー
「Mohly altamarea」発表。



1994
東京都渋谷区代官山に「ク
チーナ東京ショールーム」を
新築オープン。



1992
提案型システムキッチン
「New CUCINA」を発表。



1984
モーリシステムキッチン
「CUCINA」アイボリー



1979
モーリシステムキッチン
「CUCINA」ナラデラックス

CUCINA
HISTORY

CUCINAが
歩んできた軌跡

～日本のインテリア史とともに～

2013
名古屋市に「クチーナ名古屋
ショールーム」をリニューアル
オープン。

2015
仙台市青葉区に「モーリコー
ポレーション仙台ショールーム」
をオープン。

2006
横浜市に「クチーナ横浜
ショールーム」をオープン。
「株式会社クチーナ福岡」を
設立。福岡市に「クチーナ福岡
ショールーム」をオープン。

2009
東京都目黒区にトータルイ
ンテリアショップ「Souks
(スーク)」を新築オープン。

2001
「株式会社クチーナ沖縄」を
設立。宜野湾市に「クチーナ
沖縄ショールーム」をオー
プン。

1994
「株式会社クチーナこうべ」
を設立。神戸市中央区に「ク
チーナ神戸ショールーム」を
オープン。

1998
「株式会社クチーナ横浜」を
設立。「モーリショップ大阪
ショールーム」を移設グランド
オープン。

1987
東京杉並区に「株式会社モー
リコーポレーション」を設立。

1988
「株式会社モーリインターナ
ショナル」を設立。インポート
家具の提案、国内販売を行う。

1980
「クチーナ東京ショールーム」
を赤坂に移転オープン。

1981
名古屋市に「クチーナ名古屋
ショールーム」をオープン。

1976
国産部材型システムキッチン
「CUCINA」を発売。

1977
東京都港区虎ノ門に「クチーナ
東京ショールーム」をオー
プン。

1937
大阪市西区に
「森本家具装飾店」を創業。



2010

- 11 東日本大震災発生
- 11 代官山「SITE」オープン
- 12 渋谷駅直結の複合商業施設「渋谷ヒカリエ」が開業
- 12 ノーベル生理学・医学賞を山中伸弥教授が受賞（iPS細胞）
- 13 歌舞伎座と歌舞伎座タワーからなるGZANKYBUKIZAZAがオープン
- 13 富士山が世界文化遺産に登録
- 13 東京五輪2020の開催決定
- 13 宇宙飛行士の若田光一が日本人初国際宇宙ステーションの船長に就任
- 14 消費税が5%から8%に増税
- 15 北陸新幹線開業（東京～金沢間が2時間半に）
- 15 北里大特別栄誉教授の大村智博博士がノーベル生理学・医学賞受賞



criterio
(2015)



MY KITCHEN
STORIES
(2015)



criterio
(2013)



CUCINA
(2013)



PRO
CUCINA
(2013)



CUCINA
(2010)



CUCINA
criterio
(2009)



CUCINA
(2006)



CUCINA
(1999)

2000

- 00 新紙幣2千円札発行
- 00 BSデジタル放送開始
- 01 ウィキペディアが発足
- 01 ユニバーサル・スタジオ・ジャパン開園
- 01 東京デイズニースー開園
- 01 アメリカ同時多発テロ事件
- 03 六本木ヒルズがグランドオープン
- 04 アテネ五輪開催
- 04 新紙幣発行（一万円札福澤諭吉、5千円札樋口一葉、千円札野口英世）
- 06 表参道ヒルズがオープン
- 07 国立新美術館開館
- 07 第一回東京マラソン開催
- 07 iPhone OS（アップル社）発売
- 08 リーマンショックによる世界的金融危機

1990

- 90 バブル経済崩壊で株が暴落
- 90 東京都庁が新宿に移転し、新東京都庁舎開庁
- 91 ハルセロナ五輪で岩崎恭子が金メダル獲得
- 93 レインボーブリッジ開通
- 94 大江健三郎がノーベル文学賞受賞
- 95 阪神・淡路大震災発生
- 95 地下鉄サリン事件
- 96 「Yahoo! JAPAN」がサービスを開始
- 97 消費税率を5%に引き上げ

1980

- 80 モスクワ五輪開催（日本はボイコット）
- 80 ジョン・レノン銃殺事件
- 82 東北新幹線 上越新幹線開業
- 83 東京デイズニースー開園
- 83 コムテギャルソン、ワイズなどDCブランドの流行
- 85 男女雇用機会均等法が制定
- 85 日本航空123便墜落事故
- 86 チェルノブイリ原発事故
- 87 地価の異常高騰、銀座で1坪1億円を突破
- 87 利根川進博士、ノーベル生理学・医学賞受賞
- 87 国鉄民営化
- 88 東京ドームが完成
- 89 昭和天皇崩御、昭和から平成に
- 89 消費税法施行、税率は3%
- 89 天安門事件
- 89 ベルリンの壁崩壊



CUCINA
(1999)



piccolo
(1997)



CUCINA VIVO
(1995)



New CUCINA
(1992)



CUCINA
(1986)



CUCINA
ALTO
(1985)



CUCINA
ALTO
(1985)



CUCINA
(1984)



CUCINA
(1984)

1970

- 70 植村直己・松浦輝夫がエベレスト登頂に成功
- 71 マクドナルド日本第1号店が銀座にオープン
- 71 第2次ベトナム
- 71 NHK総合テレビが全番組カラー化を実施
- 71 アポロ14号、月に着陸
- 72 札幌冬季五輪開催
- 72 沖縄返還
- 72 上野動物園でパンダ公開
- 74 長嶋茂雄（巨人）現役引退
- 74 佐藤栄作がノーベル平和賞を受賞
- 76 モントリオール五輪開催（体操男子団体が5連覇）
- 76 ロッキード事件
- 77 パソコック「Apple II（アップル社）」発売
- 78 60階建の超高層ビル「サンシャイン60」が開館
- 79 第2次オイルショックによる物価急上昇

1960



携帯電話機、ショルダーホン

1985年に発売された「ショルダーホン」が、日本で初めて登場した携帯電話機です。自動車から離れても利用できる車外型自動車電話。その重量はなんと約3kgで、携帯する時はショルダーバッグのように肩からかけて持ち出すというものでした。

AXISビルオープン

現在も建築インテリアの最新情報や最先端のトレンドを発信し続ける「AXIS」が、拠点となるビルを東京・六本木にオープンしたのは1981年のこと。日本初となる民間によるデザイン拠点として注目されました。



写真提供：アクシス

シンプルモダンなキッチン の代表格

「CUCINA」は、クラシックからモダンまで、どんな空間にも対応できるラインナップが特徴です。なかでも「ボルス」は、ダイニングやリビングとのコーディネートがしやすいことで人気を集めました。ライフスタイルや動作、身体にフィットしたキッチンを提供すると同時に、創業当初からトータルコーディネートの重要性を提案し続けています。



CUCINA

厳選したナラ材を使用して木目の美しさを際立たせた「ボルス」は、シンプルな家具調デザインで注目されました。



海外有名デザイナーの建築物が増加

バブル経済と円高によって海外の有名デザイナーによる建築物が多数つくられたのもこの時代の特徴です。フィリップ・スタルクによるアサヒビール吾妻橋ビルは、独創的なフォルムで、大きな話題になりました。



写真提供：ハーマンミラージャパン

SOHOの定着

ライフスタイルの多様化で、自宅を小さなオフィス(=SOHO)として仕事をする人が増え始めます。仕事に対する意識の変化やインターネットの普及を背景にじわじわと広がりをみせていきます。

DINKsというライフスタイルの浸透

“Double Income No Kids”の頭文字をとってDINKs。共働きで、子供を意識的に持たないという考え方や価値観を指します。自分たちのためにインテリアや趣味を充実させようという暮らし方に憧れる人が増えました。



品のある質感とデザインで人気の高かった、明るい色調の「ナラグレー」。シンプルで洗練された印象です。

CUCINA

多彩なバリエーションがある「CUCINA」のヒット

マテリアルにこだわりを持たせたシステムキッチン「CUCINA」は、9タイプ21色のバリエーションで、個々のオリジナリティの実現を追求しました。色、素材、デザインを自由に選べ、ダイニングスペースとのトータルコーディネートも自由自在。



写真提供：ソニー

ソニー ウォークマンの大流行

自宅に置かれたステレオで聴いていた音楽は、ソニー ウォークマンの登場で、外に持ち出すことが可能な時代へと入ります。「モバイル」というコンセプトで開発され、音楽の楽しみ方そのものを変えた象徴的な商品。世界的な大ヒットとなりました。

日常にもポストモダニズムの遊び心

装飾を否定して合理性や機能性を追求する行き過ぎたモダニズムで、味気なくなってしまうという批判から生まれたのがポストモダニズムの考え方。好景気に沸いた'80年代は、ポストモダン・デザインの建築物やインテリアなどが溢れ、日常生活にもさまざまなアイテムが登場しました。



写真提供：アレッシィ ショップ 青山

CUCINA HISTORY

1980's

ポストモダニズムとバブル経済

デザインの実験場ともいわれた大阪万博で始まった'70年代の勢いのまま突入した'80年代。インテリア界は激動の時代の始まりでした。

合理性や機能性ばかりを追求するモダニズムを批判する思想、ポストモダニズムが台頭し、情緒性や遊びのあるデザインが生み出されるようになります。バブル経済を背景に、奇抜なデザインの建築物が増える一方で、インテリアコーディネーター制度が確立するなど、国内のインテリア産業が成長するさまざまなきっかけに溢れていました。

時を同じくして、“トータルインテリアの第一歩は、キッチンから始まる”をキャッチフレーズにしたブランド「クチャーナ」は、キッチン革命が始まったばかりの時代の波に乗り、この頃大きく躍進を遂げます。



**コンパクトキッチン
「PICCOLO」発売**

家族構成の多様化に合わせて、
単身者用にさまざまなバリエーションを
持つ「PICCOLO」が開発されました。
「住む人が自由に創るキッチンシステム」は
コンパクトでも自分らしさを
表現したい人に支持されました。

**東京ガス・
リビングデザインセンター
OZONEオープン**

「リビングデザイン」というコンセプト
のもと、東京・西新宿の新宿パーク
タワー内に住まいづくり、インテリア
のソリューションセンターがオープン。
生活者とプロの双方が活用できる画
期的な施設として注目されます。



写真提供：リビングデザインセンター OZONE



写真提供：ミサワホーム

オール電化住宅「太陽の家」

深刻化する環境問題への有効手段
として、太陽エネルギーが注目され
ます。ミサワホームでは「太陽光発
電システム」を開発。家庭の消費エ
ネルギーのすべてを電力でまかなう
オール電化住宅「太陽の家」を発表
しました。

ファジー家電の流行

流行語大賞にも選ばれた「ファ
ジー」。あいまいという意味のファ
ジー理論を、コンピューター制御
に応用した家電が数多く発売され
ました。お米から出る水蒸気とその
変化で炊き分けができる炊飯器や、
センサーで汚れを検知する洗濯機
などが売れました。



写真提供：象印マホービン

家庭用コンピューター普及元年

1998年にアップル社が発表した
iMacは、半透明のスタイリッシュ
なデザインと印象的なカラーリン
グ、そして当時としては低価格で
発売されたことで大ヒットします。
一般家庭にも広く受け入れられるよ
うになりました。



表情豊かな「CUCINA VIVO」発売

マテリアルにこだわりを持たせたシステムキッチン「CUCINA VIVO」は、
6タイプ20色のバリエーションで、オリジナリティの実現を追求。
色、素材、デザインを自由に選べるうえ、
収納システムやビルトイン機器などの選択肢も豊富にラインナップ。



CUCINA



写真提供：ソニー

ペットロボットAIBO登場

子犬型のペットロボットAIBO（ア
イボ）。全長30cmで4足歩行がで
き、子犬のような動作をし、ユーザ
ーとコミュニケーションを図りながら
成長するように設計されています。
高額にもかかわらず、本物のペット
が飼えない家庭を中心に人気が増
加。

**ミッドセンチュリー
デザインの人気**

'50年代にデザインされたミッドセ
ンチュリーモダンの家具が注目さ
れ、なかでもチャールズ&レイ・イ
ームズがデザインしたシェルチェア
の人気が沸騰。カフェや公共空間
にも数多く取り入れられ、コレクター
ズアイテムに。



写真提供：
ハーマンミラージャパン

CUCINA
HISTORY

1990's

**ライフスタイルを
尊重する時代へ**

1億2000万総中産階級という意
識に変化が現れるとともに、ライフ
スタイルが多様化するようになります。
核家族化が進みさらに子供のいる
世帯が減り、少子高齢化も手伝っ
て、家族構成自体にさまざまな変化
が顕著になるのも'90年代の特徴で
しょう。インテリアシーンではミニマ
リズムも注目されるようになり、多
様化するライフスタイルと相まってさ
まざまな情報が溢れ出ます。

この頃のモーリショップでは
「コージーインテリア 居心地のい
い住空間」というテーマなどを打ち
立て、一点豪華主義とは異なる、
ワンランク上のコーディネートスタ
イルを提案していました。

無人飛行機 ドローンが話題に

空からの撮影や、災害現場での活動などで認知されていた空飛ぶ無人機ドローンが、一般家庭でも手に入れることができる時代に。より手軽に使えるように進化中。ドローンが遠隔地に生活物資を運ぶなど、生活に密着した使用方法まで発表されています。



各分野で再認される 日本文化の真髄

2013年に和食がユネスコ無形文化遺産に登録されるなど、世界的に関心が高まる日本文化。伝統的な手仕事に関する評価は顕著で、メイド・イン・ニッポンの認知度は高まるばかり。職人の技を後世に伝えようという動きが盛んになっています。

「CASA STYLE」発表

2000年代に入ると現代生活に合わせたオリジナルファニチャー「CASA STYLE」を発表。都会的で若々しいシンプルモダンなテイストで、さまざまなライフスタイルにフィットする家具を目指します。熟練職人のいる自社での国内生産にこだわりました。



CUCINA
HISTORY

2000's~

情報のグローバル化と エコ意識の高まり

欧米をはじめとした世界のインテリアシーンでは、日本をモチーフにしたZENスタイルがもてはやされ、ミニマリズムが流行。徐々に鮮やかな色づかいもトレンドとして戻ってきます。ノートパソコンの普及など、家電のデザイン化、コンパクト化が進むことにより、インテリアの自由度が増したことは、暮らしを大きく変えるきっかけになりました。

'90年代から、エコ意識の高い消費者は増え続け、再生可能な資源を使ったインテリアへの関心はさらに高まりを見せるようになります。珪藻土など、身体にやさしい素材を使う住宅にも多く関心が寄せられました。また、テクノロジーを駆使したさまざまな暮らしの要素はさらに進化し続けています。

トータルインテリアショップ「Souks」オープン

2009年東京・目黒通りにオープンしたSouks。「市場」を意味する店名の通り、地下1階から地上3階までの各階に、イタリアをはじめ国内外から集められた家具が所狭しと並んでいます。



介護でも玩具でも進む ロボット事業

“我が家にロボットがやってくる”。まるで映画のようなシーンが現実になりました。人型ロボット「pepper」は、一般家庭でも購入可能。インターネットと繋がっており、クラウドを通して今までできなかったことが次々とできるようになります。



©SoftBank Robotics Corp.

セカンドライン「criterio」の実力

2009年に立ち上げられた新ブランド「criterio」は、厳選された素材や上質感を保ちつつ、リーズナブルな価格でクチーナのイメージを表現できるセカンドライン。より多くの方々に機能美のキッチンを知っていただきたいという思いで開発されました。



写真提供：
ダイソン

羽根のない扇風機 「エアマルチブ라이어」

扇風機なのに羽根がない、不思議なフォルムで話題になり、最新テクノロジーとデザインの融合で、脱・既成概念の象徴ともいえるプロダクトが発売に。同じ発想でヒーターや加湿器などの家電にも発展しています。

北欧モダンデザインのブーム

木製家具をはじめとする自然素材を多用する流れから、北欧デザインへの興味が高まり、北欧モダンデザインのブームが訪れます。ハンス・J.ウエグナーやアルネ・ヤコブセンなどの作品から、リーズナブルなIKEAまで、北欧=おしゃれなイメージが定着しました。



写真提供：
カール・ハンセン
&サン ジャパン



CUCINAの工場を訪ねて

モノづくりの現場にこそ
哲学がある

職人たちの腕と経験が 紡ぎ出す“つくる美学”

静岡県浜松市にあるクチーナの自社工場は、
およそ5000坪の敷地に従業員約90名を抱えており、
それぞれのラインにはベテランのスタッフが
徹底した管理の元に日々邁進しています。
熟練された職人の巧みなる技術と
心地よい緊張感に包まれた製造の現場を
じっくりと紹介します。

1 邸宅分の扉を全て並べ、
木目のつながりや、
微妙な色合いの違いを
塗装歴50年のベテランが
厳しい目で確認していく。

「在庫は持たない。受注した分だけ業者が発注するシステムなので、ここには余分な原材料は一切ありません。クチーナはデザインにも工場にも無駄がないのです」

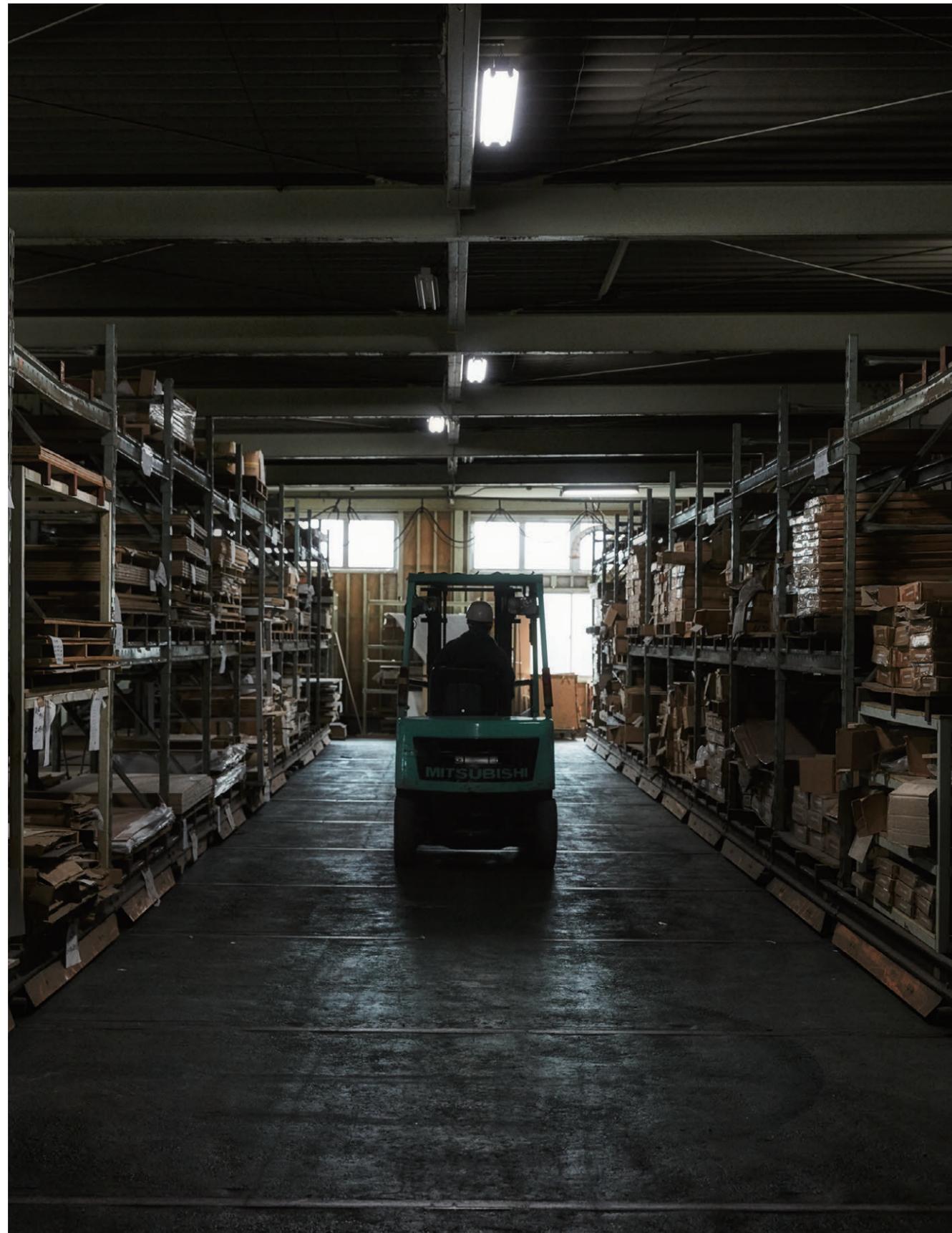
開口一番、自信を持ってそう言い切るのは、今回の取材にあたり全工程の案内役を買って出た工場長の堀内文男さん。前身の時代からクチーナの自社工場に至るまで、現場一筋で腕を磨いてきた生粋の職人です。

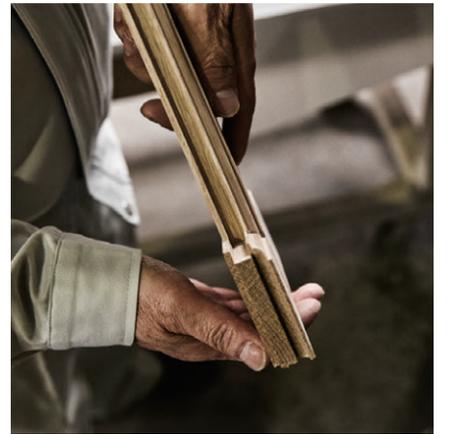
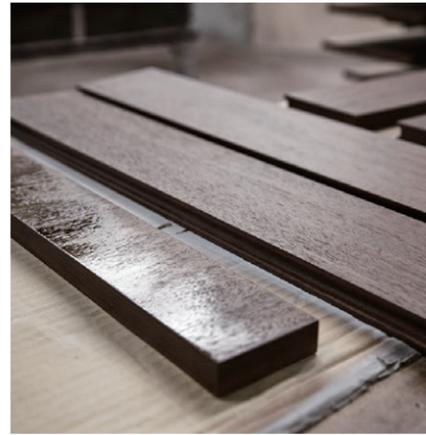
約2000坪の倉庫と約3000坪が割り当てられた工場は、大きく扉加工、塗装、組み立て、梱包及び出荷部門に区分けされており、それぞれの現場にベテランの職人と、最終確認を行う女性スタッフが配置されています。

実はクチーナの工場では、各工程の最終チェックをすべて女性スタッフが行っていきます。

「もちろん、女性の眼の方が細やかな部分にまで行き届くということもありますが、いざという時は男性よりも女性の方が厳しい眼で正しい判断をします。どんな些細なことでも女性は見逃しませんし、容赦なくNGも出しますからね」

熟練の技と
女性の厳しい感性が光る現場





手間を惜しまず
邸別管理を守り抜く

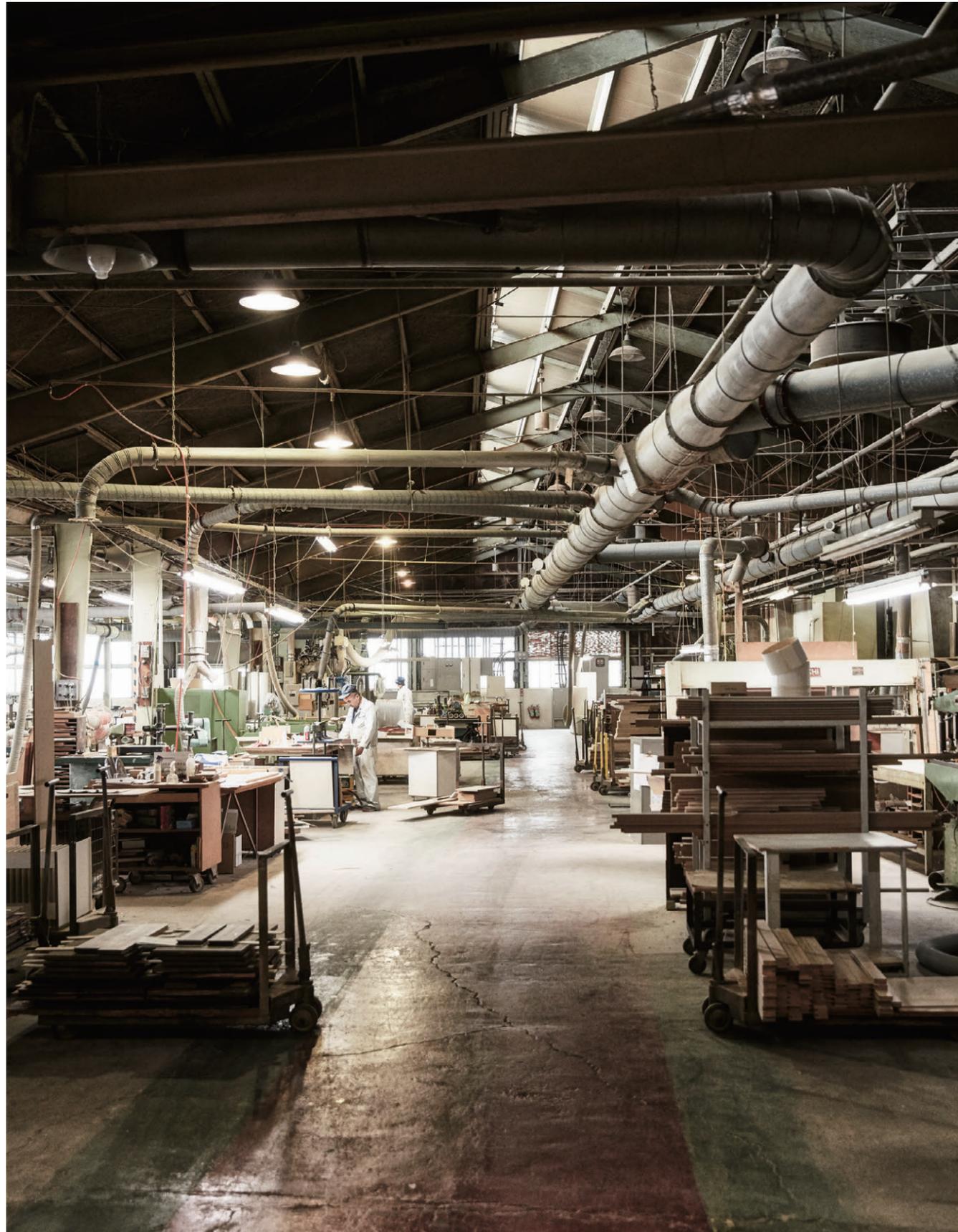
さて、この工場では徹底的に守り抜かれていること、それは邸別管理という独自のシステムです。作業効率の観点からいえば、例えば同じ素材で同じサイズの扉なら、納品先が別であっても、一度に裁断した方が機械のプログラムを変えずに作業を続けることができるので圧倒的にスピーディですが、この工場では一見効果的と思えるこのやり方は一切採用していません。たとえ1軒のお宅の扉のサイズがすべて違っていても、その都度プログラムを細かく調整し、その手間を惜しむことをしません。なぜなら、1軒のお宅に納品するすべてを一連の流れでやらないと、そこには必ず誤差が生じ、結果的に最終チェックを通過するクオリティに届かないことがわかつているからです。

特に塗装では、職人の技術、気温、塗料の調合加減などが最終的な仕上がりに影響するので、クチーナの最大の特長である、扉の面合わせ基準を満たすためには、手間であるとうと、非効率であるとうと1軒分は同じ流れでやらないのです。

確かな品質を支えるのは
人の手と人の眼

製造の現場は、独自の工夫や専売特許の機械やツールがあるため、ややもすると撮影不可のケースも決して珍しくはありません。しかし、今回の取材では、木材の裁断や面取りなどの扉加工、得意とする独自の塗装技術、そしてクチーナが誇る、扉の木目をすべて同じにする面合わせなどの工程も公開しています。なぜなら、この工場が持つ技術やノウハウは、誰に見せても、絶対に真似できないものだからだと工場長は語ります。

「この工場は、昨日今日できたばかりの単なるオートメーション工場とは違います。実作業こそ機械が担いますが、どんな工程であっても、そこには必ず人の手と人の眼が関与しています。使い手であるお客さまと、つくり手である我々職人の無言の会話です。いずれは我々の手を離れていく製品だからこそ、そこに職人の魂や、人の手、人の眼を加えることが知らず知らずのうちにお客さまにも通じるような気がするのです。つくる側の責任として自信のないものをお届けするわけにはいきませんからね」



妥協のない姿勢とプライドが
確かな自信を生む

この工場で製造されるほとんどの製品は、国内屈指の銘木突板を取り扱うことで知られる『北三』からの仕入れによるものです。樹種だけで15〜16種類を仕入れており、これらはすべて樹齢200年から300年の銘木ばかり。また、塗料も接着剤もすべてが30年以上同じメーカーのものを使うというこだわり。

「我々のポリシーはとにかく実績重視。製品として送り出すものは常に同じクオリティを保つたものでなければならぬという信念をもってモノづくりに取り組んでいます。また、我々がつくったキッチンが世代を超えて使ってもらえるものでありたいと願っていますので、古き良きものを重んじつつも、新しい素材や加工にも積極的にチャレンジする姿勢も忘れなようにしたいと考えています」

モノづくりの現場は、多くの経験や積み重ねてきた努力、あるいは数々の失敗の上にこそ存在するのですが、この工場にはさらに、つくり手にはつくり手の美学があるということを物語る、強い志が宿っています。

file. 01

「つくり手同士のプライドが
育んだ信頼関係」



東京都生まれ。山崎雅雄建築研究室代表。戸建住宅、集合住宅、別荘を主に設計。コーポラティブハウスやバリアフリー住宅、省エネ住宅にも取り組む。

建築家

山崎雅雄

Masao Yamazaki

個人邸や別荘、コーポラティブハウスなど、主に住宅を手掛けている建築家、山崎雅雄さん。細やかに計算された動線と際限まで削ぎ落とされたフォルムを得意とし、これまで手掛けた物件の約8割にクチーナのキッチンを採用しています。

「クチーナとの最初の出会いは、まだ個人事務所設立前に集合住宅を手掛けた際、建築会社から紹介されたのが始まりです。以来、個人事務所を設立してからもずっと、腐れ縁(笑)のような付き合いです」
これほどまでにクチーナに信頼を寄せる理由のひとつには、メーカーとしてのプライドがあるからだと言

寄さんは話します。

「私は基本的に図面を書いたらそのままつくってもらう主義なので、お願いしたことをほとんど全て叶えてくれるメーカーはクチーナ以外にありません。どんな難題にも果敢に挑んでくれるので、そこはもう建築家とメーカーとのプライドのぶつかり合いでもあるわけです。設計者として意匠的に私自身も満足いく仕事をしたいし、使い手であるお客様にも満足していただきたい。施主と建築家の2者に堂々と対峙するその姿勢は、付き合い始めてから今までまったく変わっていませんね」
様変わりするライフスタイルや

家族構成のなかで、日本の住宅事情もセオリー通りではなくひとり

ひとりの好みや要望に応えることが必然になってきています。特にキッチンは、かつての厨房と呼ばれていた作業場のイメージはほとんど払拭され、家族の中心、住まいの中心へと昇華しています。山崎さんが手掛けた物件も、ビルトインコンロを使わないお宅や、料理のにおいを完全にシャットアウトできるようなキッチンを要望するお宅など実に様々で、ふたつとして同じキッチンはないといいます。
「私が、クチーナが他と違うと思うているもうひとつは、スタッフの教育がしっかりされているということ

と。例えば、前述のビルトインコンロのないお宅などは、仮に他のメーカーのショールームに行くと、絶対に『どうしてコンロをつけないんですか?』って言われてしまう。でもクチーナのスタッフは決してそれを言わない。お客様が主体だという本質をしっかりと叩き込まれているんでしょうね。だから私が同行しなくても、お客様を安心してショールームに紹介できる。この部分でも他との違いを実感しています」

建築家とメーカー、決して年月の多さだけではないこの信頼関係こそ、選ぶ理由、選ばれる理由の真髓が反映されているのではないのでしょうか。



「家具感覚で選ぶキッチンの有感性」



秋田県生まれ。京都大学大学院修士課程終了後、山下設計、アモルフなどを経て、1994年荻津郁夫建築設計事務所設立。リゾート施設から戸建て住宅まで幅広く活躍。

建築家

荻津郁夫

Ikuo Ogitsu

「クライアントにクチャーナのキッチンをおすすめしている理由のひとつは、建築空間との調和を図りやすいからです。家具屋さんから出発しているだけあって、家具の延長としてキッチンを納められるような、そんな感覚もありますね」

個人住宅はもちろん、老舗和風旅館や公共施設などを幅広く手がける建築家、荻津郁夫さんは、さ

まざまな角度からホスピタリティを見つめ、心地よい空間づくりを考えています。2004年に竣工した「abd」で初めてクチャーナのキッチンを採用して以来、機能面やデザイン性、コストも含めて、さまざまな打ち合わせを重ねるなかでクチャーナに辿り着くことが増えたのだそう。「セミオーダーあるいはフルオーダーなので他の空間ともトータル

コーディネートできる点は大きな魅力です。ただ、キッチンの場合、単純にテイストや色を揃えて終了ではなく、使い手がそれを使いこなしてこそ本当の価値がありますから、まずはシヨールームで実際に触れて納得してもらうのが一番。アレンジが効くので、ファクスやプリンター置き場をつくりたいとオーダーしたクライアントもいらつしやいます。細かい要望に对应してもらえる懐の深さは、我々設計者としてもうれしい部分です」

また、荻津さんの目は、仕上げの技術やディテールへのこだわりにも向けられています。

「キッチンをつくるときには、どこかで壁や他の家具などと出会いますよね。その壁とキッチンとの納め方やキッチンパネル同士の接合の仕方について、我々設計者とうまくコミュニケーションがとれるメーカーさんとお仕事をしたいというのが本音です。その微妙な共通認識を持っているのがクチャーナさんだと思っています。だから安心してお願いできるんです」

「神は細部に宿る。そんな価値観を共有できるからこそ、信頼関係を保てるのかもしれない、とも語ってくれました。



photo 浅川敏



photo 浅川敏



「キッチンを中心に暮らしをデザイン」



二級建築士。ライフスタイルプランナー。小学校教員を経て、町田ひろ子インテリアコーディネーターアカデミーで学び、ロンドンのKLC School of Design マスターコース修了。interior design&DecorationのDiploma(資格)を取得。デザイン事務所のICワークス勤務後、デザイン事務所ing design&Atelier-mou.設立。

インテリアデザイナー

前田久美子

Kumiko Maeda

インテリアデザイナーの前田久美子さんは、戸建て住宅やマンションの新築・リフォームを年間30棟以上手掛け、これまでに400件にもおよぶ物件に携わってきました。人それぞれの価値観に向き合いながら住まいづくりを考えてきたことで、生活デザインの重要性を感じているといいます。

「クチーナの魅力は、こだわりがあればあるほどカスタマイズできるハンドリングの良さだと思っています。パーツを組み合わせるだけという使い勝手重視の発想ではなく、「どう暮らしたいか」を考えた生活デザインを可能にするキッチンだから、皆様にご提案することが多いのかもしれない」
 家族の健康をつくる住まいの中心としてキッチンを中心に考え、そ



ここに立つ人が楽しめるスペースにすることを意識している前田さん。すべて決め込み過ぎずに、使う人が自分仕様に変えていける、余白を残したスマートさが、使い勝手のいい楽しいキッチンには必要だと考えています。

「20年程前に自宅を新築する際、キッチンを中心にしました。数年先の自分のライフスタイルの変化を想定して、「今は使わないけれど後で食洗機を入れよう」とスペースをあけておいたり、収納場所をきっちり決め過ぎないで設計したんです。そのおかげで、生活の変化や自分の好みに合わせてカスタマイズして使えています。不具合もなく、デザインはまったく飽きることはありません」
 こうした実体験を踏まえ、特に



こだわり派の方に、迷わずクチーナをおすすめする理由があるといいます。

「どうしても面材で使いたい色がなかった時、『この色出せませんか?』ってお聞きしましたら、ふたつ返事でOKをいただいたんです。これほどの対応力で、わがままをカタチにしてくれるメーカーは他にはありません。クチーナにしたお客様からは決まって『人を呼びたくなりました』『気がつくともキッチンに立っています』というお声を多くいただけているというのが、本当に嬉しいですね」

ご自宅での使用感や多くの実績も重ね合わせ、その安心感と信頼があるからこそその評価。クチーナの存在の大きさが感じられました。



「つくることが喜びになるキッチン」



管理栄養士。2006年よりマルエツ料理&カルチャー教室いーとびあ講師として、主に身近な材料で手軽につくるアイデア家庭料理を担当しています。

料理教室講師

筑比地昌子

Masako Tsuihiji

「キッチンのワークトップは、掃除がしやすく衛生的なステンレスにすることが第一条件でした」

管理栄養士であり、料理教室の講師として活動している筑比地さんが、ご自宅をリフォームするにあたって絶対に譲れないポイントでした。最初に相談したリフォーム会社の担当者からクチーナのキッチンをすすめられ、シヨールームを訪

問。以前から知ってはいたけれど、実物を見るのはその時が初めてだったそうです。

「ほとんど一目惚れの状態ですね。イメージしていたものが目の前にあるという感じでしたから。後で他社も数軒まわってみましたが、まったく迷いませんでした。ステンレスと木目調の組み合わせが、リビング側の和モダンなイメージにもびつた

りだと感じだからです」

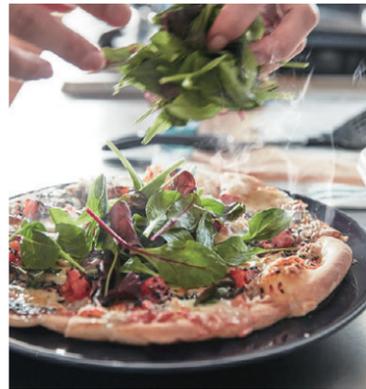
仕事柄キッチンに立つことが多い、お母さまと並んでお料理することもしばしば。ゆくゆくは自宅でお料理教室もできるようにと考えて、シンプルなし型でスペースをゆったりとり、作業動線をコンパクトにまとめました。

「もともと、粉ものを取り扱っていた家業の影響で、自然と粉もの料理が好きになっていました。掃除がしやすく衛生的なステンレスの上なら、直接パンやピザの生地を練ったり伸ばしたり、なんでもできると思っただけです。広めにつくっていただいた作業台が本当に使いやすくて気に入っています」

手際よく、あっという間にピザを仕上げている様子からも、その言葉の意味が伝わってきます。

「コーナーのつなぎ目を出さない工夫や、リビングから作業中の手元が見えないようにカウンターを高めにしただけで、全体的にすっきりした印象になりました。クチーナの細かな対応力のおかげです」

人が集まるホームパーティの機会が増えたという筑比地さん。このキッチンでお料理教室を始める日はもう間近かもしれません。



高級家電とのコラボで
キッチンにさらなる付加価値を



ドイツの高級家電メーカーとして世界的にも有名なミーレ社。日本でもその機能性、デザイン性には多くのファンがいます。しかし、高性能で人気の食器洗い乾燥機は、日本のものよりもサイズが大きいということもあり、システムキッチンに組み込むことが出来ず諦めるユーザーも多くなか、クチーナのキッチンならすべての機種がビルトイン可能。食器洗い乾燥機の扉をキッチンや造作家具と同じ面材にするなど、カスタムメイドならではの対応で信頼関係を築いています。



ビルトイン家電

ミーレ・ジャパン株式会社

1899年創業。2015年には、ドイツのベスト・ブランド・アワードで1位を獲得するなど、世界が認めるドイツ発祥の電気機器・家電製品メーカー。

お客様の美意識を表現する
技術力と対応力のつながり



デザイン、機能共にクチーナのキッチンになくはないレンジフードブランドの AriaFina。製品の開発や販売など、クチーナとは全面的な協力体制でお客様に満足いただけるキッチンを目指しています。お客様の美意識を表現できる技術力と対応力は双方ともに認め合うところ。完成度の高い仕上がりにつながるクチーナの姿勢に共感する AriaFina との共同開発が、より美しいキッチンをつくりあげるためには必要不可欠です。

富士工業株式会社



レンジフード

富士工業株式会社
AriaFina株式会社

デビューは2002年。洗練されたイタリアのデザインと高度な日本の技術の融合によって生まれた、スタイリッシュで機能的なレンジフードブランド。

厳選されたこだわりの部材で
実現する繊細な木目の佇まい



突板製造販売業として日本国内一の取引量を誇る北三とクチーナとの関わりは、40年前の創業当初から始まりました。キッチン扉の木目をすべて合わせるというこだわりを実現するため、3000㎡の原料からわずか200㎡しか取れない贅沢な面取りを求めるクチーナに対し、常に最高の材料を提供する北三。ハイクオリティな製品は、素材とつくり手のどちらにも妥協があってはいけないことを、北三とクチーナの関係は物語っています。



突板

株式会社 北三

創業1924年。世界中の銘木の輸入、突板の製造販売を手掛ける老舗。伝統の製材技術をベースに、先進の設備を駆使した新しい製造技術も導入しています。

キッチンの印象を決める
ワークトップにも幾多のこだわりを



扉の色やデザインは、キッチン空間全体の雰囲気左右する、いわばキッチンの顔ですが、もうひとつシステムキッチンの印象を決める部材として、ワークトップの素材にこだわるお客様も多くいます。機能性、耐久性、自然素材の美しさなどを備えた人工大理石を加工するデュポン™コーリアン®は、クチーナのオーダーキッチンなかでも一番人気。クチーナのキッチンに欠かせない、お客様のさまざまな要望に応えてくれる頼もしい存在です。



人工大理石

MRC・デュポン株式会社

1965年にアメリカで誕生して以来、世界約130カ国で使用されている人工大理石、デュポン™コーリアン®の製造販売を日本国内で行っています。



フレキシブルに組み合わせを変えられる
アルケティボ社のソファ「Inkas」。

自分らしさのある 調和のとれた住空間のために

「トータルインテリアの第一歩は、キッチンから始まる」
システムキッチン、クチーナ誕生時のこのコンセプトは、時を経て揺るぐことなく、いまも受け継がれています。食・住の中心であるキッチンを核としつつ、トータルインテリアとは何かを追求してきた結果辿り着いたのは、造作家具や輸入家具を取り入れる独自の商品構成で、お客様からの要望に丁寧に応えることでした。

職人がひとつひとつ仕上げる別注家具をつくっていた「森本家具装飾店」の頃から、質の高い住空間づくりにこだわってきたクチーナ。キッチンをはじめ、洗面や収納などの造作家具も含めて、全体のバランスを考慮したインテリアの提案ができるというのが大きな強みです。ライフスタイルの多様化により、洗練されたデザインの輸入家具の需要も高まり、個性を表現するために必要不可欠な存在になっています。クチーナでは、キッチン、造作家具、輸入家具をバランス良く取り入れるトータルインテリアの提案で、心地良い豊かな暮らしづくりを支えています。

CUCINAのもうひとつの顔

トータルインテリアの提案



堂々たる存在感をみせるカッテラン社のダイニングテーブル「Spyder wood」。



BRONX
KOINOR

Coco

Design:Studio Kronos
cattelan italia
W400×D430×H740mm
(SH640mm)



HOPPY

Design:Giorgio Manzani
BONALDO
W400×D480×H570-820mm
(SH510-760mm)



Toto

Design:Paolo Cattelan
cattelan italia
W440×D480×H870-1130mm
(SH560-830mm)

ゆとりの空間を実現する 洗練されたデザイン

輸入家具のラインナップは、ミラノサローネやケルンメッセなどの国際家具見本市で出会った、国内ではなかなか触れられない特別感のあるものばかり。イタリアの名門家具メーカー、カッテラン社やドイツのコイノール社などを筆頭に、ヨーロッパを中心とした高級家具メーカーのアイテムを厳選して紹介しています。なかでも、ガラスや大理石を使用したデザイン性の高いテーブルをはじめ、素材やデザイン、バリエーション豊富な椅子やアスツールなど、暮らしを美しく彩る家具が人気です。



Skorpio

Design:Andrea Lucatello
cattelan italia
W1820×D900×H750mm



STIJL

design:GIUSEPPE VIGANO
arketipo
W1300×D650×H300mm



Spyder wood

Design:Giorgio Cattelan
cattelan italia
W2000×D1000×H750mm



Newyork

Design:Stefano Conicconi
cierre

掲載輸入ブランド

arketipo
firenze

1980年代、織物産業が盛んなイタリア・フィレンツェにて創業。織物への情熱と細部へのこだわりが布張りのソファやチェアに活かされ、ヨーロッパを中心に、ハイエンド層から高い評価を得ています。

cattelan
italia

1979年設立。斬新なイタリアンモダンデザインで定評あるブランド。特に木・ガラス・金属・レザー・大理石などの異素材を組み合わせた斬新なデザインは、世界中のディーラーから注目を浴びています。

BONALDO

1936年設立。イタリアならではのポップな色や遊び心あるデザインが揃うブランド。世界的なデザイナーとのコラボレーション作品は、数々の賞を受賞し、イタリアンデザイン界をリードしています。

KOINOR

1953年の設立以来、レザーソファで世界を牽引するドイツの家具ブランド。現在、最も革新的なソファメーカーとして注目を集め、ヨーロッパはもちろん、世界38カ国に出荷されています。

CANTORI

1976年、イタリアのカメラーノ地方で創業。他ではまねのできない芸術的な美しいデザイン、素材の良さ、剛健さに定評があります。高度な金属加工の技術によりこれまでになかった躍動感のあるデザインを実現させています。

cierre
living in leather

1972年設立したソファブランド。新しいデザイン、良質なレザー商品を提供するため、熟練職人により、製造に必要な素材はすべて厳しく吟味・チェックされ、原皮から独自の革処理を施しています。

KELVIN GIORMANI
Luxury Sofas

ヨーロッパ・モダンデザインを継承し、ドイツの伝統的な製造手法により、幅広いソファのスタイルをつくり上げています。革の品質や構造の堅固さもさることながら、カスタマイズ可能な独特なデザインが人気です。

FIAM

1973年、ガラス職人であったヴィットリオ・リヴィにより設立されたイタリア気鋭の家具ブランド。著名デザイナーを多数起用し、曲げガラスの最先端技術と斬新なアイデアによる家具は、世界中から注目を集めています。

※その他の高級家具ブランドも多数取り扱っています

唯一無二の空間をつくる造作家具

空間のイメージやお客様の好みに合わせ、ヒアリングを重ねながらつくりあげる造作家具。システム収納や飾り棚など、備え付けのものを中心に、レイアウトや素材選びを含めて提案しています。クチャーナのキッチンに合わせてリビングのTVボードやサイドボードを制作することも可能で、トータルコーディネートができます。



斬新なデザインと快適性を兼ね備えたくつろぎのカタチ

J'Adore
CANTORI



M-0293
KELVIN GIORMANI

Windsor
arketipo



Ghost
Design:Cini Boeri
FIAM
W950×D750×H680mm

ワンランク上のくつろぎ空間を求める方々に共通するテーマが、機能美へのこだわり。見て触れて座って心地良いと感じられる家具であることは大前提です。だからこそ、ヨーロッパの美意識と伝統に培われ、ひとつひとつ丁寧な手仕事で仕上げられた輸入家具のなかでも、とりわけ信頼のおけるメーカーの商品だけを厳選しています。まるでオートクチュールのように、素材や色の組み合わせが楽しめるソファや、彫刻を思わせるエレガントなベッドなど、ラグジュアリーな空間にふさわしいアイテムが揃います。

Mohly Group

株式会社 クチーナ 静岡 浜松工場
株式会社 モーリコーポレーション 東京 / 横浜 / 仙台 / Souks
株式会社 モーリショップ 大阪 / 名古屋 / 福岡
株式会社 クチーナごうべ 神戸
株式会社 クチーナ沖縄 沖縄

発行：株式会社 モーリコーポレーション
東京都渋谷区鉢山町15-1 / TEL 03-5458-5500
cucinastyle.jp

160421KP

40周年の節目に原点回帰と 潜在意識の追求を目指して

創業以来「トータルインテリアの第一歩は、キッチンから始まる」をコンセプトに、お客様ひとりひとりのニーズのすべてにお応えすべく、システムキッチンを提供して参りました。40周年はひとつの節目ではありますが、単なる通過点です。

インテリアの中でも家具は取り替えがききますが、キッチンは一度取り付けたら20年から30年は使われる方がほとんどですから、流行だけを追いかけて、消費のサイクルを鑑みた息の長い提案が必要になってくると考えています。

以前は豊かさの提案というキーワードを使っていた時代もありましたが、豊かさの定義は時代によって変わるものだという現実がわかってきたなかで、我々がこれから課題にすべきは、飽きずに長く使っていただけるキッチンという原点に立ち戻り、時代に惑わされない商品とは何かを追求することだと思います。今後はお客様の潜在的なニーズを如何に聞き出して実現していくかということに尽きるでしょう。何を求められているかをどこまで掘り下げられるか？ 言われた通りに製品を提供するだけではなく、いかに聞き手に回り、お客様の要望の本質を見極めた提案ができるか？ クチーナはこれからも常にお客様の満足と納得に対応する企業でありたいと考えています。



モーリグループ 代表

CUCINAの想い

つねに顧客満足を最優先とする。
つねにデザインと品質にこだわる。
つねに改善意識を持ち続ける。

陣内伸樹