



NIPPON STEEL KOWA  
REAL ESTATE



リビオ  
ライフデザイン  
総研

The **Orangepage** Inc.

News Release

2022年10月21日

報道関係者各位

株式会社オレンジページ  
日鉄興和不動産株式会社

## 夢のキッチンをみんなで創ろう！「Plus Kitchen PROJECT」

### リビオライフデザイン総研×オレンジページによるオリジナルキッチン開発

～スペシャルプロジェクト第3弾、家族みんな料理が好きになるファミリー向けキッチンを共同開発～

日鉄興和不動産株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：今泉 泰彦、以下「当社」）と、生活情報誌『オレンジページ』を発行する株式会社オレンジページ（本社：東京都港区、代表取締役社長：立石 貴己）は「もっと料理上手になるキッチン」をテーマに効率的に料理ができる設備・仕様を研究する「Plus Kitchen PROJECT」を立ち上げ、2018年3月より活動を行ってきました。2019年6月には共同で単身者向けオリジナルキッチンを開発し、2019年10月にはファミリー向けオリジナルキッチンを開発いたしました。

この度、「Plus Kitchen PROJECT」第3弾として、家族みんな料理が好きになるファミリー向けオリジナルキッチンの共同開発を行い、当社が販売中の『リビオレゾン北綾瀬（以下「本物件」）』のEタイプ（3LDK／61.61㎡）、Fタイプ（3LDK／65.02㎡）、Gタイプ（3LDK／65.43㎡）に導入することといたしましたのでお知らせいたします。



### 【オリジナルキッチン開発の経緯】

「Plus Kitchen PROJECT」第3弾では、当社が運営するリビオライフデザイン総研（以下「総研」）と（株）オレンジページ暮らしデザイン部（以下「暮らしデザイン部」）がコロナ禍を通じた暮らしの変化について、キッチンに注目。総研や暮らしデザイン部の調査研究で得られた料理や家事、住まいに関するデータを持ち寄り、方向性を検討。データだけでは紐解けない実態を暮らしデザイン部運営のモニター組織「オレンジページメンバーズ」に個別デプスインタビューを実施しました。

これらの調査結果をもとに、コロナ禍で料理頻度が上がり、その分キッチンも汚れ「名もなき家事」が増えたことから『清掃性が高いこと』在宅勤務により夫の家事・育児への参加もこれまでより見られることから『誰でも使いやすいこと』の2点に着目。家族みんなが料理を好きになり、みんなでシェアしたくなるオリジナルキッチンの開発を行いました。



日鉄興和不動産株式会社

〒107-0052 東京都港区赤坂1-8-1 赤坂インターシティAIR  
Tel.03-6774-8000（大代表） Fax.03-6774-8328 <http://www.nskre.co.jp>

## 【オリジナルキッチンの設備・仕様のポイント】

### ① フィルター自動洗浄機能付きレンジフード

お湯を入れてボタンを押すだけで、レンジフードの自動洗浄を行います。面倒な油汚れもボタン1つで掃除を完了してくれるので、日頃の手間をカットしてくれます。



### ② 水でゴミを集めるシンク

調理中の野菜洗いや後片付けの皿洗いの水の流れで、シンクの中のゴミを排水溝に向けて流してくれる、水を科学して誕生したシンクです。



### ③ フレームレスとなったガラストップコンロ

清掃性が高いガラストップコンロの採用に加えて、フレームレスとなっているタイプを採用しました。従来型で散見された微妙な段差に汚れが詰まったりすることへのストレスが軽減されます。



### ④ キッチン周辺のコンセントを増設し、レシピホルダーも設置

キッチン家電の利用増加の背景からコンセントを増設。また、誰でもキッチンを使いやすいように、タブレット端末にも対応したレシピホルダーを設置。



### ⑤ キッチン、ダイニングの両方から利用できる2way収納カウンター

シンク前にキッチン側、ダイニング側の両方から利用できる収納カウンターを設置。家事効率アップと「どこに何があるか分からない」というトラブル減少につながります。



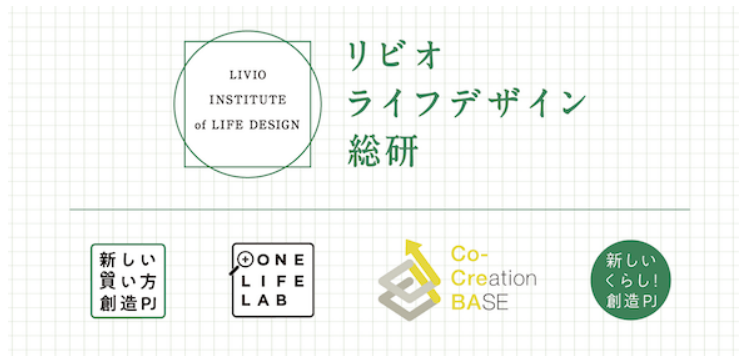
## ■ 物件概要

名 称：リビオレゾン北綾瀬  
所 在 地：東京都足立区谷中一丁目 10 番（地番）  
交 通：東京メトロ千代田線「北綾瀬」駅徒歩 5 分  
総 戸 数：68 戸  
構 造・規 模：鉄筋コンクリート造・地上 15 階建  
敷 地 面 積：830.70 m<sup>2</sup>  
専 有 面 積：33.15 m<sup>2</sup>～65.43 m<sup>2</sup>  
間 取 り：1LDK～3LDK  
竣 工 時 期：2024 年 3 月上旬（予定）  
入 居 時 期：2024 年 3 月下旬（予定）  
売 主：日鉄興和不動産株式会社  
設 計：株式会社啓建築設計  
施 工：風越建設株式会社



## ■ リビオライフデザイン総研

- 設 立：2021 年 7 月 12 日
- U R L：<https://sumai.nskre.co.jp/lab>
- 活 動 内 容：ライフデザインの発想で、人生を豊かにするマンションについて、人とマンションのあらゆるシーンを見つめ研究する社内シンクタンクです。シングルライフに特化し調査研究を行う「+ONE LIFE LAB」、最新の技術やテクノロジーを他企業と共創する「Co-Creation BASE」、マンションを買う前、買う時に自分らしく購入検討ができるよう提案を行う「新しい買い方創造プロジェクト」、ニーズに応え、あたらしい暮らしの提案を行う「新しい暮らし！創造プロジェクト」から構成されています。
- 運 営：日鉄興和不動産株式会社





NIPPON STEEL KOWA  
REAL ESTATE

### ■ オレンジページ暮らしデザイン部

- U R L : [https://note.com/orangepage\\_/](https://note.com/orangepage_/)
- 活動内容 : モニター組織「オレンジページメンバーズ」を運営するマーケティング部門。メンバーズには、さまざまな暮らし情報・暮らし体験によってはぐくまれた生活感度の高いモニターが数多く所属。その声を集め、企業のコンテンツや商品開発、販促施策を行っています。

〈本件に関するお問い合わせ先〉

日鉄興和不動産株式会社 広報室 担当 : 丹羽 (にわ) 、 吉田  
TEL : 080-1383-5138 E-Mail : tomoe.niwa@nskre.co.jp

株式会社オレンジページ 暮らしデザイン部 担当 : 高谷  
E-Mail : kurashi@orangepage.co.jp



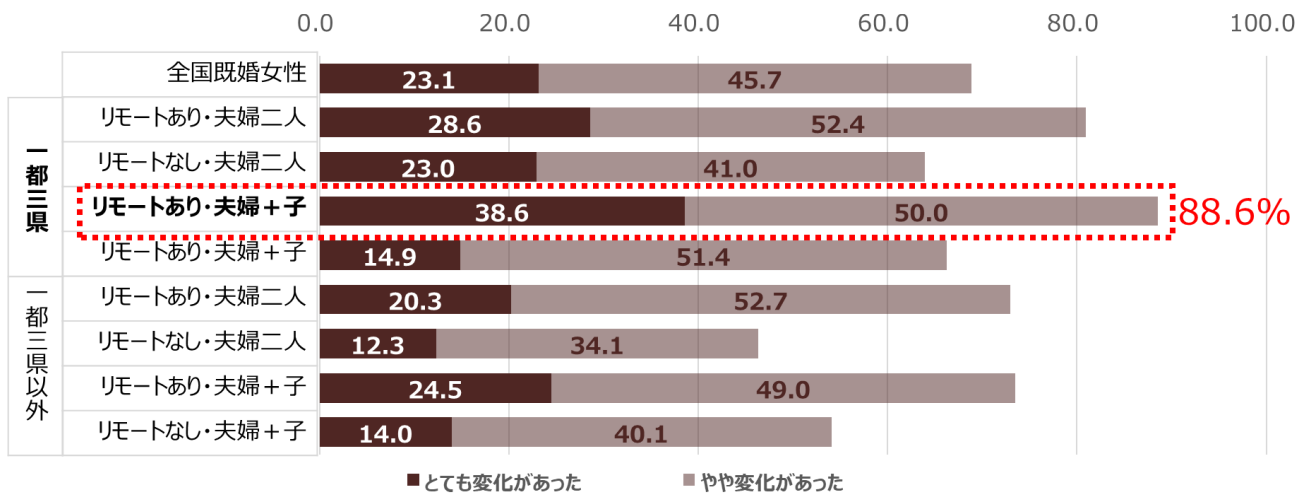
◀添付資料▶

### 【夢のキッチンをみんなで創ろう！「Plus Kitchen PROJECT」第3弾の活動内容】

「Plus Kitchen PROJECT」第3弾ではオレンジページメンバーズにコロナ禍を通じた暮らしの変化を調査するとともに、大きな変化について個別デプスインタビューを実施しました。

#### ◀暮らしの変化を実感しているのは、「リモートワーク経験者」▶

オレンジページメンバーズへの調査では、全体の69%が「暮らしに変化があった」と回答し、特に一都三県在住でリモートワーク経験者が89%と最多でした。

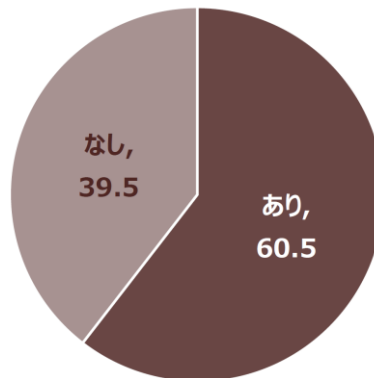


#### ◀料理頻度の増加は、キッチン家電で対応▶

個別デプスインタビューでは、「昼食作り」などの料理頻度が増えたという声が多い結果となりました。その対処法を聞いてみると「同時調理ができるオープンを利用する機会が増えた」「リモートワークの合間に仕込み、長時間かかる料理も気軽にできるようになった」という声が聞かれました。そのような調理を実現するために、キッチン家電を購入した方も多くおり、オレンジページメンバーズへの調査でも「コロナで購入・買い替えたキッチン家電がある」と答えた方が約61%となりました。

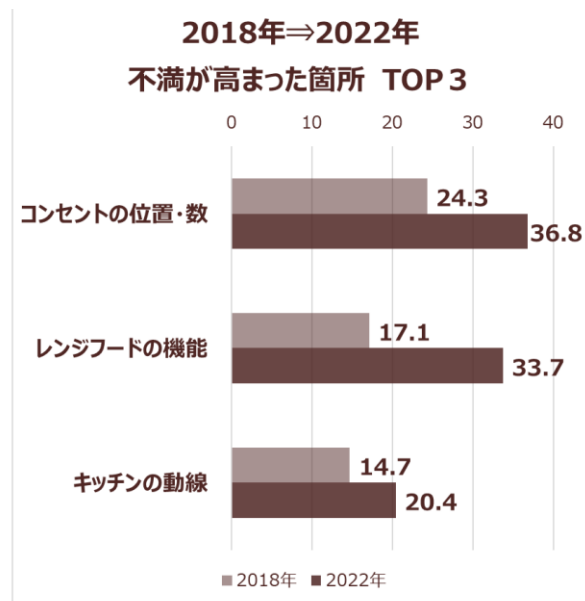
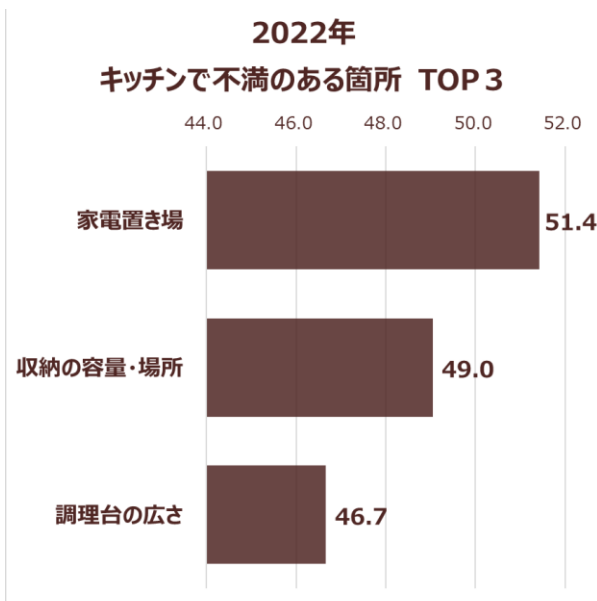
#### キッチン家電の買換え、購入

(一都三県・リモートあり・夫婦+子, n=210)



### 「料理頻度が増えて感じたキッチンへの不満」

料理頻度が増えたことで改めて感じるキッチンへの不満を個別デプスインタビューで聞いてみると「キッチン家電の利用頻度が増え、コンセント数の不足を感じた」「汚れる機会も増えて、水回りやコンロの掃除が増えた」「家族みんながキッチンを使う頻度が増え、高さや収納の使い勝手が気になるようになった」という声があがりました。オレンジページメンバーズへの調査でも「コンセント」「レンジフード」「キッチンの動線」という項目が、キッチンへ感じる不満として変化が大きい項目の上位になりました。



(2022年、n=964、全国・既婚女性・夫婦二人または夫婦+子)  
(2018年、n=708、全国・既婚女性・夫婦二人または夫婦+子)

### 「リモートワークが与えるよい変化」

くらしの変化についてよかった点を個別デプスインタビューで聞いてみると「これまでより夫が家事を手伝ってくれる機会が増えた」「通勤時間が無くなった分、家族で過ごす時間が増えた」という声が聞かれました。子育てにおいて「料理ができる子に育てたい」という意見も多くあがり、家族みんなで過ごす時間や、夫や子供がキッチンを利用する頻度が増えていることがわかりました。

