

報道関係各位

2025年12月17日
株式会社LIXIL

【LIXIL調査：キッチンとの距離感篇】

料理は「面倒」でも「好き」が半数。ライフステージの変化で見えた、キッチンに立つ人の複雑な本音とは？

株式会社LIXIL（以下LIXIL）は、LIXIL公式サイトに来訪した50代以上の215人の方を対象に、「キッチンとの距離感」に関する意識調査を実施しました。子どもの独立や自身の働き方の変化など、ライフステージの転換期を迎える50代以上の方々が、日々の調理とどのように向き合っているのか、その実態とインサイトを探りました。



■「キッチンとの距離感」に関する意識調査結果概要

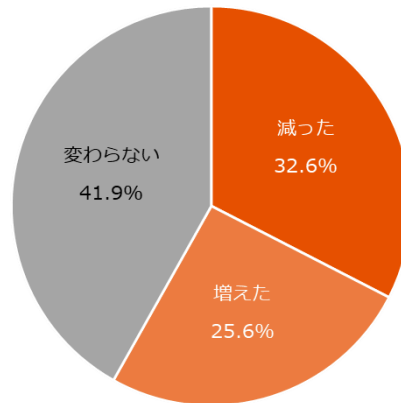
- 50代以上の3人に1人が、10年前に比べ調理頻度が「減った」と回答。最大の理由は「同居人が減ったため（子どもの独立など）」。
- 一方、調理頻度が「増えた」理由は「健康志向」がトップに。セカンドライフにおける食への意識の変化が浮き彫りに。
- 調理が「好き」な人は半数近くにのぼる一方、調理時の気持ちは「面倒くさい・義務感」が最多という結果に。
- 調理を「面倒」と感じる一方、「達成感・満足感」「愛情・思いやり」もほぼ同数。調理に対するポジティブとネガティブな感情が共存する実態が明らかに。

■ライフステージの変化が調理頻度に直結。

「減った」理由は子どもの独立、「増えた」理由は健康志向

50代以上の方に、10年前と比較した調理頻度の変化を尋ねたところ、「変わらない」（41.9%）が最も多かったものの、「減った」（32.6%）、「増えた」（25.6%）と回答した人も多く、調理頻度に見直しがなされている様子がうかがえました。

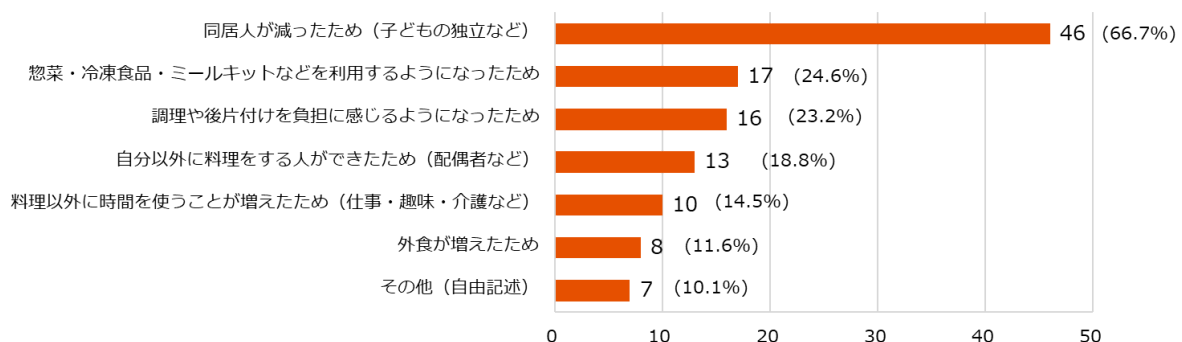
10年前と比べて、あなたが料理をする頻度は変わりましたか？ (n=215)



調理頻度が「減った」と回答した方にその理由を尋ねると、「同居人が減ったため（子どもの独立など）」（66.7%）が圧倒的多数を占めました。料理を食べる相手がいなくなることが、調理機会の減少に直接つながっていることがわかります。次いで「惣菜・冷凍食品・ミールキットなどを利用するようになったため」（24.6%）、「調理や後片付けを負担に感じるようになったため」（23.2%）が続きました。

料理をする頻度が「減った」と答えた方にお聞きます。主な理由を教えてください。

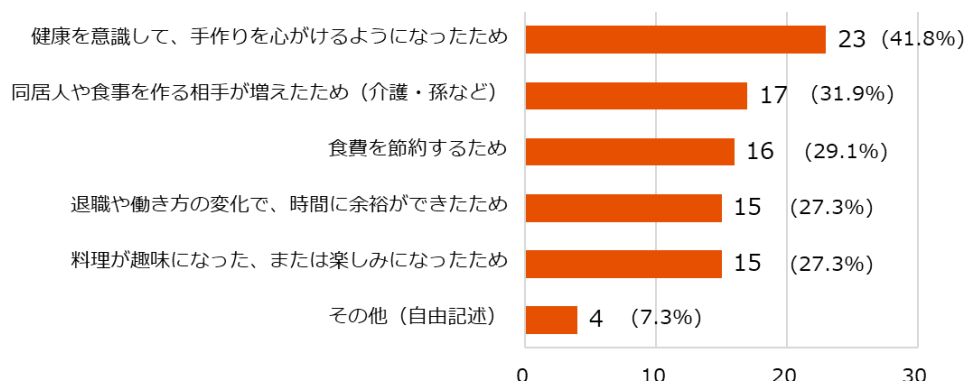
(n=69 複数回答可)



一方で、調理頻度が「増えた」と回答した方の理由は、「健康を意識して、手作りを心がけるようになったため」（41.8%）がトップでした。セカンドライフを見据え、自身の健康や家計、時間の使い方を改めて見直す中で、調理が新たな役割を担っている様子がうかがえます。

料理をする頻度が「増えた」と答えた方にお聞きます。主な理由を教えてください。

(n=55 複数回答可)

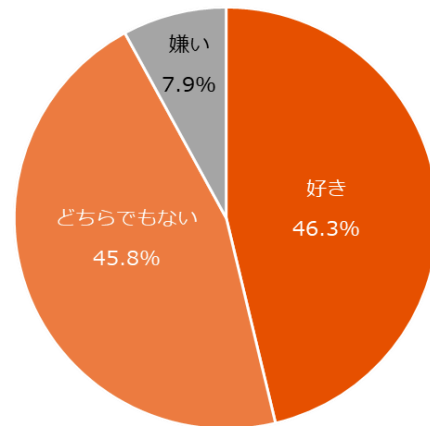


■「面倒」だけど「愛情」も。キッチンに立つときの複雑な本音

次に、調理に対する気持ちを深掘りしました。

「キッチンで調理をすることは好きですか」という質問に対しては、「好き」（46.3%）と「どちらでもない」（45.8%）がほぼ半数を占め、「嫌い」はわずか7.9%でした。

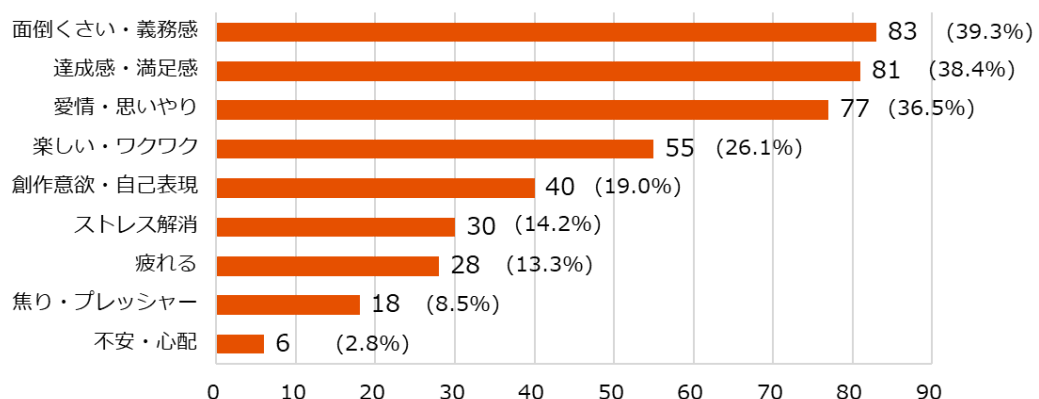
キッチンで調理をすることは好きですか？（n=214）



この結果をさらに興味深くするのが、「調理をするときの気持ち」についての回答です。最も多かったのは「面倒くさい・義務感」（39.3%）というネガティブなものでした。ところが、僅差で「達成感・満足感」（38.4%）、「愛情・思いやり」（36.5%）が続きます。この結果は、50代以上の方々が抱く、調理への複雑な心境を浮き彫りにしています。毎日の作業は

「面倒」で義務的なものと捉えている一方、料理を完成させたときの「達成感」や、誰かのために作る「愛情」といったポジティブな感情が、同じくらい大きなウェイトを占めているのです。

調理をするときの気持ちで、あてはまるものを教えてください。（n=211 複数回答可）



■「負担」を減らし「楽しさ」を未来へ。これからのキッチンが担う役割

今回の調査から、調理頻度が減る理由に「調理や後片付けを負担に感じる」という声が挙がったように、年齢を重ねるにつれて日々の調理が身体的な負担となる側面がうかがえました。調理は「面倒」で「疲れる」けれど、同時に「達成感」や「愛情」を感じる大切な時間。このポジティブな側面を長く維持するため、心理的な負担だけでなく、身体的な負担をいかに軽減できるかが、これからのキッチンにおける重要なテーマと言えるでしょう。例えば、無理のない姿勢で作業ができることや、少ない力で必要なものが取り出せること。こうしたちょっとした工夫の積み重ねが、日々の「負担」を減らし、調理を楽しむ心の余裕を生み出します。

LIXILでは、3,000時間以上にわたる行動観察や検証を通して人の動きを研究し、身体的な負担を軽減するアイテムを開発しています。これからもお客さま一人ひとりのライフステージに寄り添い、日々の調理がもっと楽しく、豊かな時間になるようなキッチン空間を提案してまいります。

■快適に調理を楽しむことができるアイテムをご紹介します

・らくパッと収納

調理する人の動線に沿って道具が取り出せる、らくパッと収納。扉が斜めに傾く動きを利用して、引出しを開けるために必要な力を約30%※軽減しました。軽い力で開閉でき、腰をかがめたり、奥のものを探したりする負担を軽減します。

※[比較対象]スライドストッカー らくパッと収納なし



・タッチレス水栓「ナビッシュ」

手が汚れていたり、両手がふさがっていたりしても、センサーに手をかざすだけで水の止水・吐水を操作。調理中のわずらわしさを減らし、作業をスムーズにします。



・オートダウンウォール

スイッチ一つで目の前の高さまで降りてくる吊戸棚収納。踏み台を使ったり、背伸びをしたりする必要がなく、身体に負担をかけずに安全に物の出し入れができます。



LIXILキッチンについて：

<https://www.lixil.co.jp/lineup/kitchen/>

■調査概要

調査名称：「キッチンとの距離感」に関する意識調査

調査方法：インターネット調査

調査期間：2025年10月1日～30日

有効回答：LIXIL公式サイト来訪者のうち、50代以上の男女215人

About LIXIL

LIXILは、世界中の誰かが願う豊かで快適な住まいを実現するために、日々の暮らしの課題を解決する先進的なトイレ、お風呂、キッチンなどの水まわり製品と窓、ドア、インテリア、エクステリアなどの建材製品を開発、提供しています。ものづくりの伝統を礎に、INAX、GROHE、American Standard、TOSTEMをはじめとする数々の製品ブランドを通して、世界をリードする技術やイノベーションで、人びとのより良い暮らしに貢献しています。現在約53,000人の従業員を擁し、世界150カ国以上で事業を展開するLIXILは、生活者の視点に立った製品を提供することで、毎日世界で10億人以上の人びとの暮らしを支えています。

株式会社LIXIL（証券コード：5938）は、2025年3月期に1兆5,047億円の連結売上高を計上しています。

LIXILグローバルサイト：<https://www.lixil.com/jp/>

発行元

株式会社LIXIL（<http://www.lixil.com/jp>）

本社：東京都品川区西品川一丁目1番1号大崎ガーデンタワー24F

※このニュースレターは、LIXIL Newsroom（<https://newsroom.lixil.com/ja/>）でも発表しています。