

報道関係各位

2026年7月1日
株式会社LIXIL

LIXIL、新オウンドメディア『Lifescape Clips』とLINEサービスで 住まいづくりのCX改革を加速

リフォーム検討初期の迷いや不安に伴走。“理想の暮らし”を共創するパートナーへ

株式会社LIXIL（以下LIXIL）は、本年4月に発表したLIXILブランドの提供価値「Lifescape Design」を体験するオンラインコンテンツとして、新オウンドメディア『Lifescape Clips』と、リフォーム初期検討層向けのLINEサービスを、2026年6月30日より開始しました。



『Lifescape Clips』は、さまざまな愛すべき日常の情景（Lifescape）を垣間見ること暮らしのヒントを得ることができるWEBメディアです。LINEサービスでは、理想の暮らしに向けた一歩を踏み出せる体験をご提供。簡単にできる『リフォーム診断』や、補助金・施工事例などの知っておくべき情報を適切にご案内することで、検討初期の悩みや不安に優しく寄り添います。
Lifescape Clips：<https://www.lixil.co.jp/brand/lifescape/>
LINE公式アカウント：https://s.lixil.com/line_official

リフォーム検討期の漠然とした悩みや不安に伴走するパートナーへ

住まいのリフォームをなんとなく考え始めてから、実際に動き出すまでには、一般的に1～3年という長い迷いと憧れの時間があります。従来の設備・建材選びを中心としたWebサイトだけでは、「何から始めればいいのかわからない」「自分が理想とする暮らしが見えない」という、リフォーム検討者の心細い気持ちに寄り添いきれていないという課題がありました。多くの方が求めているのは、単なる製品の機能や価格だけではなく、「ライフステージの変化を迎えたときに、我が家でどんな愛すべき時間を過ごしたいか」という感情を動かす体験の具体化です。そこで私たちは、日常的に手元で使えるLINEと新しいオウンドメディアを組み合わせることで、まだ顕在化していないニーズや課題にも最初の一歩から優しく伴走する、もっとも身近なパートナーとなることを目指しました。

■オウンドメディア『Lifescape Clips』

「みんなの愛すべき日常集」をコンセプトとしたWEBメディア。空間と時間をデザインすることで生まれる、さりげないけどかけがえのない「愛すべき日常」の瞬間を、豊かなストーリーとともにご紹介します。

・「オモテ」と「ウラ」で、好きの理由を紐解く

カードの「オモテ」面では生活者視点での心地よい暮らしやインスピレーションの源となるストーリーを紹介。「ウラ」面ではその豊かな暮らしの実現を支えるLIXILの商品や開発思想という驚きに出会える構成になっています。ただ眺めるだけで、あなたの心の中にある「理想の暮らしの空気感」が自然とあぶり出されていきます。



■LIXIL公式LINEアカウントサービス

『Lifescape Clips』での出会いを、より具体的な理想へと育むためのコミュニケーションプラットフォームとして、LIXIL公式LINEサービスを開始します。

・たった1分、心の声に耳を傾ける『リフォーム診断』

LINE上で5問程度の簡単な質問に答えるだけで、現在の検討フェーズや住まいへの想いを診断。診断結果に基づき、楽しんで理想に近づけるユーザー専用の「リフォーム検討ToDoリスト」がその場で作成されます。

・一人ひとりの興味に寄り添うパーソナライズ配信

LINE上での診断結果やユーザーの関心セグメントに基づき、一人ひとりのニーズに最適化されたお役立ちコンテンツや施工事例、大切な補助金情報などを、タイムリーにお手元へお届けするパーソナライズ配信を展開予定。メニューからは、ショールーム予約や各種相談サービスへも、簡単にスムーズにアクセスできます。



リアルとデジタルを繋ぐ、究極の寄り添い型プラットフォームへ

LIXILはコロナ禍で来館が困難になった2020年、Zoomを活用した『オンラインショールーム』をいち早く確立。ご自宅のサイズをその場で測りながら相談できたり、離れて暮らす遠方の家族と3世代と一緒に画面を囲めたりと、従来の店舗の枠を超えた温かい顧客体験（CX）を創出してきました。さらに、夜21時までの相談サービスや、専門スタッフとデジタルで繋がれる「無人スタジオ」の開設など、業界の常識にとらわれない大胆なDXで、常にユーザーと従業員の双方の体験価値を高める変革を牽引しています。

今回の施策は、デジタル顧客接点を先導してきたLIXILのCX強化における新たなステージとなります。今秋に一部リニューアルを予定している「LIXILショールーム東京」とも連動し、オンラインで得た住まいづくりのワクワクを、リアルな安心と感動へシームレスに繋ぐ次世代のプラットフォーム構築を加速させてまいります。

将来的にはLINEを共通のインターフェイスとして、情報収集から相談、施工、アフターメンテナンスにいたるまで、住まいの理想をいつでもシームレスに叶えられる「究極の寄り添い型CXプラットフォーム」への進化を見据え、一人ひとりの豊かな暮らしに長く伴走し続けます。

■LIXIL常務役員 CX部門 リーダー 兼 Digital部門 CX Digital リーダー 安井 卓からのコメント

住まいのリフォームは、多くの方にとって、人生における大切なイベントです。しかし、いざ考え始めると「何から手をつければいいのか」「自分にとっての理想の暮らしとは何か」と迷われる方が少なくありません。私たちが目指すDXの本質は、デジタルを通じて顧客体験（CX）と従業員体験（EX）を共に高めていくことにあります。デジタルを活用することで、従業員がより深く「お客さまとの対話」に集中できる環境をつくる。その進化形が、今回の『Lifescape Clips』とLINEを活用した新サービスです。リフォームへの迷いに寄り添い、お客さまがご自身で「愛すべき日常（Lifescape）」を描けるようサポートします。この取り組みは、私たちが目指す次世代CXプラットフォームの始まりにすぎません。デジタルとリアル境界をなくし、住まいづくりのすべてのプロセスにおいて、お客さまと従業員、双方の笑顔が循環するような、新しい顧客体験のスタンダードをここから切り拓いてまいります。

■LIXIL Design & Brand Japan, Brand Marketing Strategy リーダー 久保 克典からのコメント

私たちが目指しているのは、単に多様な住宅設備・建材をお届けするブランドから、お客さまが理想の暮らしを実現するためのライフスタイルパートナーへの進化です。今回立ち上げる『Lifescape Clips』やLINEによるサービスは、私たちが掲げる“愛すべき日常を、つくろう。”という想いを具現化する重要な接点となります。スペックの比較から始まる従来の住まいづくりではなく、「家でどんな時間を過ごしたいか」という純粋なワクワクから始まる、クリエイティブなブランド体験の場を創出したいと考えました。検討の初期段階から、日常的にLIXILに触れていたいただき、必要なタイミングでそっと寄り添う。そんな中長期的な関係性を築くことで、お客さまの人生に最も深く伴走できるブランドへと成長してまいります。

■本年4月の発表内容

- ・プレスリリース <https://newsroom.lixil.com/ja/2026040301>
- ・ブランドページ <https://www.lixil.co.jp/brand/>

About LIXIL

LIXILは、世界中の誰も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。

日本国内においては、「愛すべき日常を、つくろう。」をブランドスローガンとして掲げたLIXILをはじめとする、日本の住まいと暮らしに深く根差したブランドを幅広く展開しています。

株式会社LIXIL（証券コード: 5938）は、2026年3月期に1兆5,107億円の連結売上収益を計上しています。

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

※このリリースは、LIXIL Newsroom (<https://newsroom.lixil.com/ja/>) でも発表しています。