

報道関係各位

2026年7月3日
株式会社LIXIL

【LIXILキッチン調査：ライフスタイル編】 8割超がキッチンで「LDKの家具」と回答 効率重視の「設備」から、自分自身の「モチベーションとゆとり」を叶える場所へ

株式会社LIXIL（以下、LIXIL）は、公式サイトキッチンページにアクセスした215名を対象に、「キッチンと暮らしに関する意識調査（ライフスタイル編）」を実施しました。今回の調査では、かつての効率重視の「調理設備」という枠組みを超え、実に8割超がキッチンリビングやダイニングの延長にある「家具」として捉えている実態が判明しました。さらに、キッチンに求める価値も家事の効率化だけに留まらず、そこに立つことで自分自身の「モチベーションを高め、心のゆとりを叶える場所」へと大きくシフトしている生活者の本音が浮き彫りになりました。在宅時間のあり方が見直され、LDKが名実ともに住まいの中心となった今、キッチンに求められる役割も変化しています。



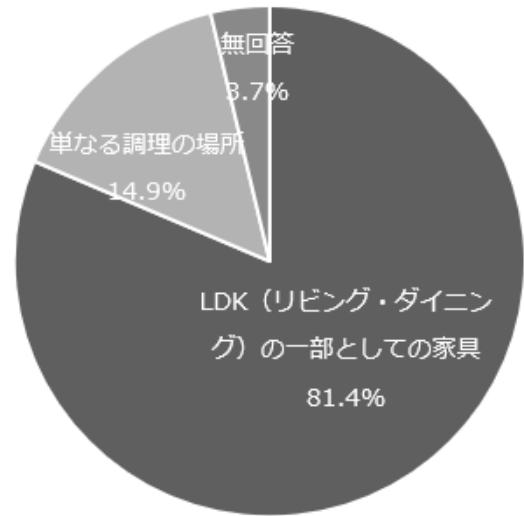
「キッチンと暮らしに関する意識調査（ライフスタイル編）」結果概要

- 「キッチンはLDKの一部である家具」との認識が81.4%に到達。
- 今後のキッチンに最も望む変化は「自分のモチベーション向上と気持ちにゆとりがうまれる（54.9%）」。
- デザインのこだわりは「生活感を出さない整理された空間（40.0%）」と「家具との調和（27.4%）」
- 理想の環境は「掃除のラクなレンジフード（76.3%）」と「家族の気配（42.9%）」の融合。

■8割超がキッチン「設備」ではなく「LDKの家具」と認識

「あなたにとって、キッチンはどのような存在ですか？」という問いに対し、「LDK（リビング・ダイニング・キッチン）の一部としての家具」と答えた人が81.4%を占めました。「単なる調理の場所」と答えた人はわずか14.9%にとどまり、かつての「台所」という独立した作業場のイメージは払拭されていることがうかがえます。近年のLDKが一体となった間取りの普及や、今年4月にイタリアで開催された「ミラノサローネ国際家具見本市」でもお気に入りのデザイン家具のように“魅せるキッチン”が主流となる中、キッチンはソファやダイニングテーブルと同じように、LDK全体のインテリアの質や居心地の良さを左右する家具として定義されています。

あなたにとって、キッチンはどのような存在ですか？

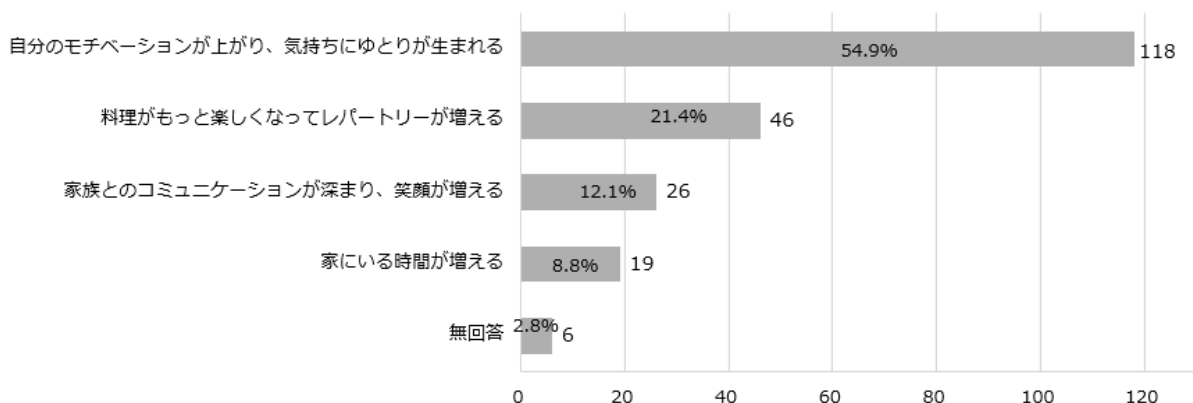


<全体> n=215

■キッチンがもたらすのは自分自身の「モチベーションとゆとり」

「今後のキッチンにどのような変化を望みますか？」という問いでは、54.9%が「自分のモチベーションが上がり、気持ちにゆとりが生まれる」と回答し、過半数を占めました。「料理がもっと楽しくなってレパートリーが増える（21.4%）」や「家族とのコミュニケーションが深まり、笑顔が増える（12.1%）」といった項目を大きく引き離しています。生活者はキッチンがあることで、単なる家事効率の向上だけでなく「自分自身の心を整え、ゆったり過ごすこと」を望んでいるという、深層心理がうかがえます。

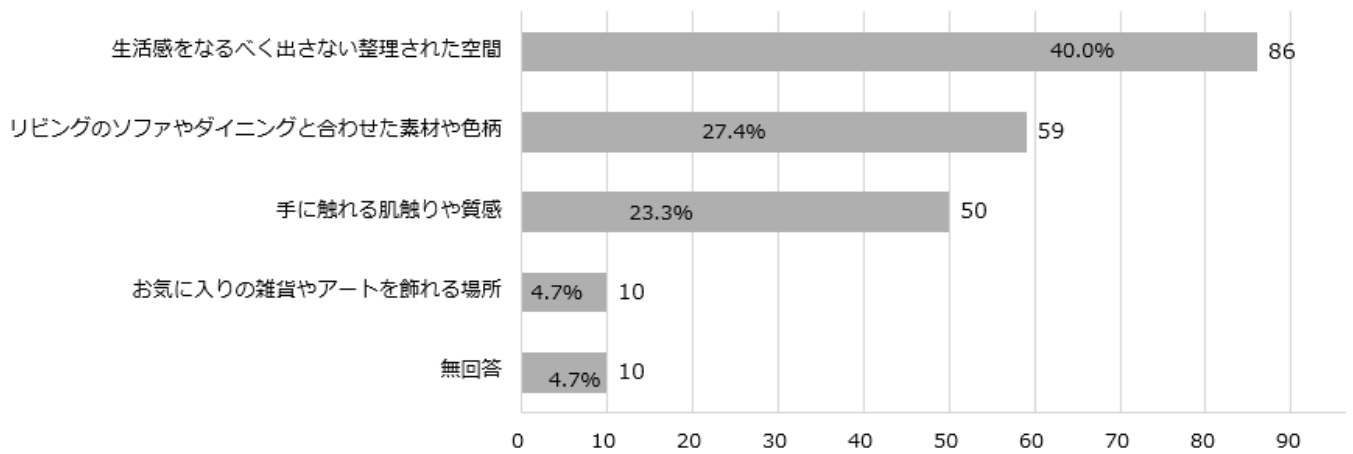
今後のキッチンにどのような変化を望みますか?(n=215)



■デザインへのこだわりは「ノイズレスな空間」と「家具との調和」

キッチンのデザインで最もこだわりたいことについては、「生活感をなるべく出さない整理された空間（40.0%）」がトップに。次いで「リビングのソファやダイニングと合わせた素材や色柄（27.4%）」、「手に触れる肌触りや質感（23.3%）」と続きました。LDKと一体化した家具だからこそ、雑多な生活感を上手に隠しつつ、周囲の家具とトータルコーディネートされた美しい佇まいや、触れたときの心地よさを大切にしたいという美意識が反映されています。

キッチンのデザインで最もこだわりたいことは何ですか?(n=215)

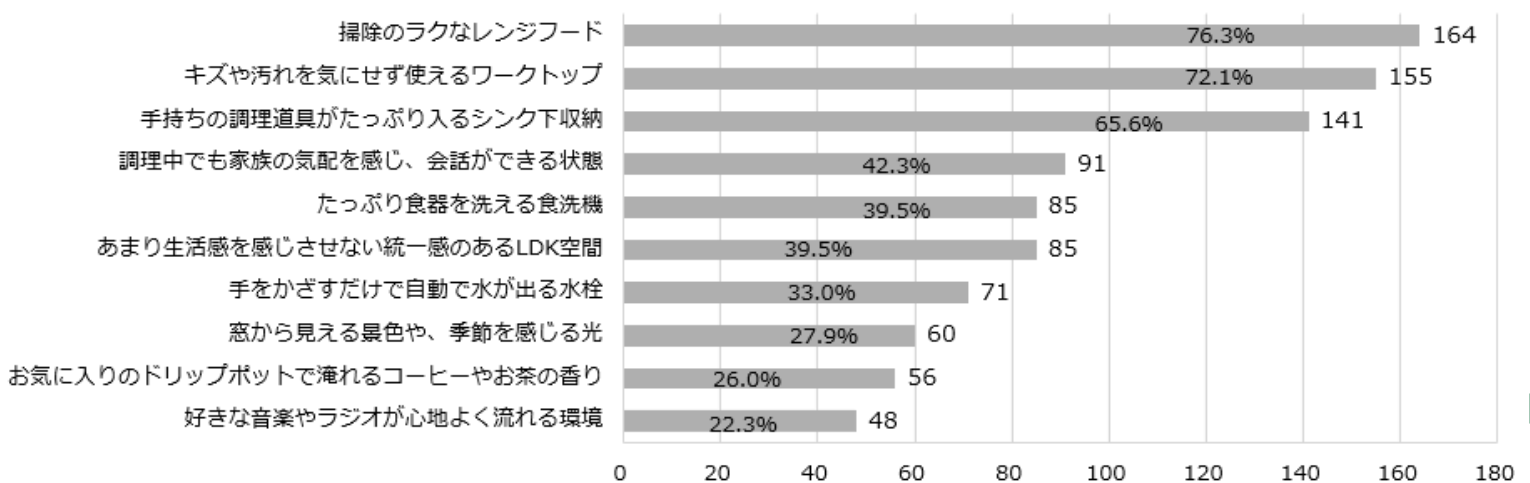


■面倒な家事は「機能」で解決し、生まれた余白で「情緒」を楽しむ

「キッチンにあつたらいいと思うこと（複数回答可）」では、トップは「掃除のラクなレンジフード（76.3%/164件）」、次いで「キズや汚れを気にせず使えるワークトップ（72.1%/155件）」、「手持ちの調理道具がたっぷり入るシンク下収納（65.6%/141件）」となりました。これらは日々の家事のタスクを徹底的に排除したいという願いの表れです。しかし、その機能性を求める動機の前にあるのは、効率化だけではないこともわかりました。同じ問いに対して、「調理中でも家族の気配を感じ、会話ができる状態（42.3%/91件）」や、「あまり生活感を感じさせない統一感のあるLDK空間（39.5%/85件）」、さらには「窓から見える景色や光（27.9%/60件）」、「お気に入りのドリップポットで淹れるコーヒーやお茶の香り（26.0%/56件）」を求める声があがっています。

面倒なお手入れや収納のストレスを機能によって賢く省力化し、それによって生まれた時間と心の余白で、家族との繋がりや、自分をもてなす時間を楽しみたいという、現代を生きる生活者の理想の姿が浮かび上がります。

あなたがキッチンにあつたらいいと思うことは何ですか?(複数回答可 n=215)



■ キッチン「自分を愛し、日常の暮らしを大切にするステージ」へ

今回の調査から、現代のキッチンに求められているのは、単に家事を効率よくこなすことだけではないということが明らかになりました。現代の生活者が求めるのは、キズや汚れを気にせず、お手入れもラクな優れた機能やアイテムを利用しながら、リビングの家具と美しく調和した空間で過ごすこと。それだけで自然とモチベーションが上がり、ふと淹れたてのお茶の香りに癒やされたり、視線の先に家族の気配を感じて安心したりする。そんな、機能がもたらす『心のゆとり』と、空間がもたらす『情緒的な歓び』が重なる瞬間こそがキッチンのあり方だと言えます。

LIXILでは、家具のような美しい佇まいと、暮らしに寄り添う快適なテクノロジーを通じて、一人ひとりの愛すべき日常を生活者とともにつくっていきます。新しいキッチンの導入を検討されている方は、LIXILがご提案する各種デザインスタイルや快適な機能を取り入れる方法もおすすめてです。

■ LIXILのキッチンとアイテムをご紹介

・キッチン「ノクト」(2026年4月発売)

調査で要望の高かった「LDK空間に調和する美しさ」と「高い機能性」を両立した、暮らしの真ん中に置きたくなるキッチン。目指したのは、単なる調理の場を超え、お気に入りの家具のように心を満たす「Reラックス(リラックス)キッチン」。意匠性と耐久性を兼ね備えた新素材ワークトップ「リテックストップ」をはじめ、シンプルなスクエア型シンク、人気のフロントオープン食洗機が美しく納まるキャビネット、豊富な扉バリエーションなど、美しさも使い勝手も両立する新しいキッチンのあり方を提案します。



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

・リテックストップ

ノクトのワークトップに導入される新素材ワークトップ「リテックストップ」。木やコンクリートなど自然素材の表情を高精細に再現した色柄とスリムなデザインが、空間に美しく調和し、こだわりのキッチンを演出します。高いデザイン性でありながら、キッチンのワークトップに求められる耐久性も兼ね備えています。



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

・スライドストッカー

立体構造で収納スペースをムダなく活かし、奥行きいっぱいまで収納できる大容量のフロア収納。手前のアシストポケットはよく使う道具を立てて収納でき、扉を開くときに連動して手前にでてくるシェルフは手の届きやすい高さにあります。使用頻度や作業をするエリアに合わせて、取り出しやすくスッキリ収納できるので、調理作業がスムーズになります。



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

LIXILキッチンについて：<https://www.lixil.co.jp/lineup/kitchen/s/bi/>

■調査概要

調査名称：キッチンと暮らしに関する意識調査（ライフスタイル編）

調査方法：インターネット調査

調査期間：2026年5月1日～31日

有効回答：LIXIL公式サイト来訪者のうち215人

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

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