

キッチン"見た目"にもこだわって、インテリアに調和する空間に 意識調査で約6割が自宅のキッチンデザインに「不満」と回答

株式会社LIXIL（以下LIXIL）は、人と暮らしに寄り添い、空間と美しく調和するデザインを追究し、多様化するライフスタイルにマッチする製品の開発に繋がっています。今回は、LIXIL公式サイト来訪者341人を対象に、キッチンの"見た目"（デザイン性）に関する意識調査を実施しました。



■キッチンの見た目（デザイン性）に関する意識調査結果概要

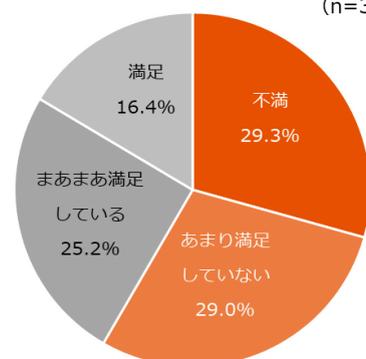
- 約6割（58.3%）が現在のキッチンの見た目に不満と回答
- 不満の理由は「古い」「安っぽい」「おしゃれでない」、満足の理由は「清潔感」「色合い」「質感」など
- 生活感をなくす工夫は「物を使い終わったらしまう」が最多、次いで「全体の色味を揃える」
- キッチンのテイストは「ナチュラル」「ミニマル」が人気の傾向
- 新築・リフォームで見た目をアップデートするなら「デザイン性」を最重視

■約6割が自宅のキッチンの"見た目"に「不満」と回答

自宅のキッチンの"見た目"の満足度について尋ねたところ、約6割（58.3%）が「不満」（29.3%）「あまり満足していない」（29.0%）と回答しました。

不満な理由としては、「古い」「デザインがよくない」「安っぽい」「おしゃれでない」という声が挙がる一方、満足な理由には「清潔感がある」「明るい色」「スッキリしている」「家の雰囲気合っている」などが挙げられました。

現在のキッチンの見た目に満足していますか？
(n=341)



■キッチンもインテリアに調和するデザインがポイント

次に、自宅のキッチンの"見た目"について、自慢ポイントや好きな部分を尋ねたところ、「シンプル」「色が淡く目に馴染む」「汚れが目立ちにくい色」「物を見せない収納」「生活感をなくしている」「スタイリッシュ」「木目調の素材感を活かしている」などが挙げられました。

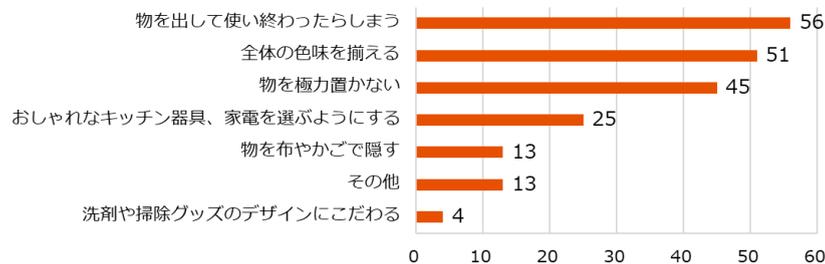
近年は、LDKの境がなく、同じ空間でゆるやかにつながるレイアウトが主流となっています。今回の調査でも、そのようなトレンドを背景に、生活感が出やすいキッチンをできるだけスッキリ見せ、インテリアに調和するデザインを求める声が目立ちました。



■どうしてる？生活感をなくすキッチンづくり

では、キッチンをスッキリ見せ、生活感をなくすにはどうすればよいのでしょうか？皆さんが実施している工夫の中で最も多かった回答（複数回答可）は、「物を出して使い終わったらしまう」（56回答）でした。次いで「全体の色味を揃える」（51回答）、「物を極力置かない」（45回答）と続き、「見せるキッチン」への意識の高さがうかがえました。「物を出して使い終わったらしまう」は基本的なことではありますが、習慣づけるのが難しいという方も多いかもしれません。よく使うものは取り出しやすいところに置くなど、収納から見直すこともポイントです。

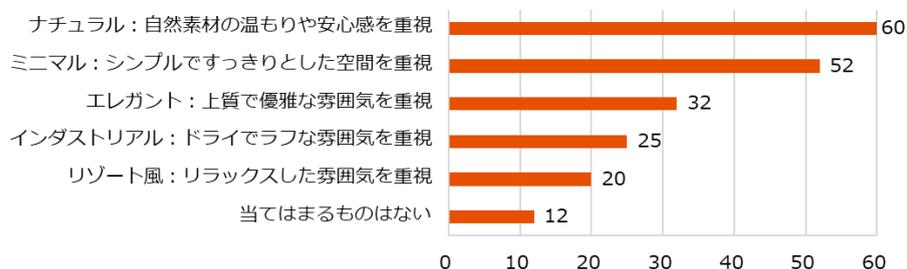
キッチンをスッキリ見せるためや“生活感”を隠すために
工夫していることはありますか？（n=127 複数回答可）



■「ナチュラル」「ミニマル」なキッチンデザインが人気

好みのキッチンのデザインテイストについて尋ねたところ（複数回答可）、「ナチュラル」（60回答）が最も多く、続いて「ミニマル」（52回答）、「エレガント」（32回答）となりました。木目など自然の素材感を活かした「ナチュラル」や、余計な装飾を省いてスッキリとした空間を演出する「ミニマル」は、キッチンだけでなく住空間全体にも取り入れやすいテイストです。トータルコーディネートでリビングになじむキッチンづくりを心がけると、理想のキッチンに近づけるかもしれません。

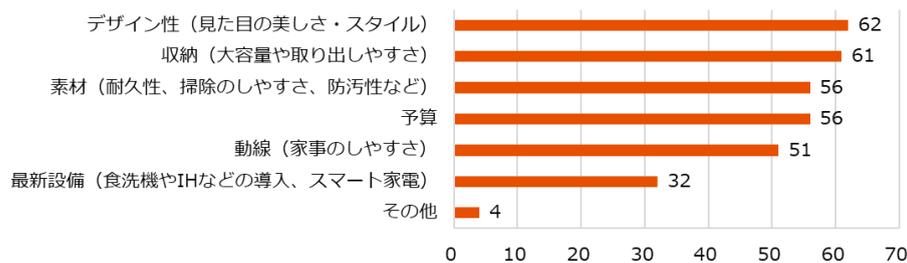
好みのキッチンのテイストを選んでください。
（n=151 複数回答可）



■これからキッチンを選ぶなら、「デザイン性」を重視する人が最多

今後新築やリフォームでキッチンを更新する際、最も注目する項目を尋ねたところ（複数回答可）、「デザイン性（見た目の美しさ・スタイル）」（62回答）が最多となりました。次いで「収納（大容量や取り出しやすさ）」（61回答）、「素材（耐久性、掃除のしやすさ、防汚性など）」と「予算」が同列（56回答）、「動線（家事のしやすさ）」（51回答）、「最新設備（食洗機やIHなどの導入、スマート家電）」（32回答）と続き、デザインと機能性を両立させたいという傾向が浮き彫りになりました。

もしキッチンをリフォーム・新築でアップデートするとしたら、
最も注目するポイントは何ですか？（n=122 複数回答可）



今回の調査から、キッチンの“見た目”にこだわりを持つ人が多いことが明らかになりました。特にデザインや色合い、素材などの視覚的要素を重視する傾向が目立ち、機能性と合わせて「毎日使いたくなる」空間づくりがこれまで以上に重視されるようになってきていることがうかがえます。

LIXILでは、機能だけではなく、デザイン面からも快適さを追求した製品を展開しています。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を取り入れる方法もおすすめです。レシピに沿って建材をお選びいただくと、ナチュラルやミニマルなど、お好みに合わせたテイストを統一感のある仕上がりで実現できます。詳しくは@Home Living（アットホームリビング）のウェブサイトをご覧ください。



@HomeLivingサイト：<https://www.lixil.co.jp/lineup/s/homeliving/ldk/>

■調査概要

調査名称：キッチンデザインに関する意識調査

調査方法：インターネット調査

調査期間：2025年2月12日～同年3月4日

有効回答：LIXIL公式サイト来訪者341人

本件に関するお問い合わせ先

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

広報担当：齋藤 TEL：070-3189-2293 / 050-1791-2712

※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。

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55,000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、2024年3月期に1兆4,832億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/>