LIXIL

NEWSLETTER

報道関係各位

2026年11月12日
株式会社LIXIL

【LIXIL：洗面空間での過ごし方に関する調査】
洗面空間は「作業場」から「自己肯定感を高める空間」へ
ノイズレスな環境や上質な空間美を求めるニーズが判明

株式会社LIXIL（以下 LIXIL）は、LIXIL公式サイトの来訪者345人を対象に「洗面空間での過ごし方に関する意識調査」を実施しました。秋から年末に向けて、住環境の見直しやリフォームへの関心が高まります。そこで、身支度、手洗い、洗濯、脱衣など多目的な役割で暮らしの起点となる洗面空間での「過ごし方」や求める「理想の空間」についてうかがいました。今回の調査から、洗面空間が従来の「効率的に作業を済ませる場」から、「心身を整え、自己肯定感を高める大切な空間」へと変化している実態が浮き彫りになりました。

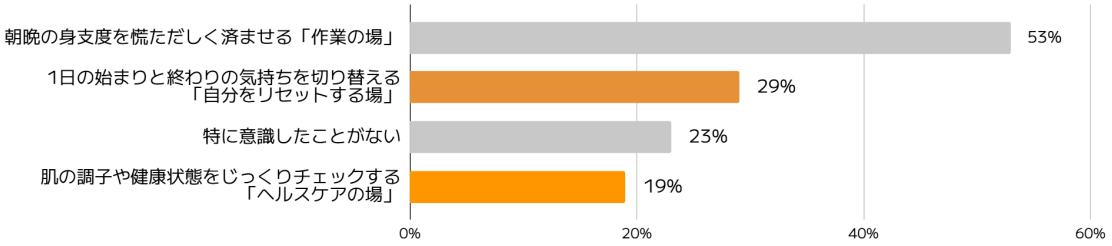


「洗面空間での過ごし方に関する調査」結果 概要

- 約半数（48%）が洗面空間を単なる**「作業場」**ではなく**「自分をリセットする場」**や**「ヘルスケアの場」**として捉え、心理的リセットの拠点として重視
- 理想の過ごし方は**「自己肯定感・モチベーション向上」**（45%）と**「来客への自信」**（45%）が時間効率を上回る
- 空間への不満上位は**「汚れ」**と**「生活感」**。重視したい機能は不満を解決する**「高い清掃性」**（42%）と**「生活感を隠す大容量収納」**（25%）に集中
- 浴室・洗面の同時リフォームでは**「家事ラク」**（50%）に加え、**「デザインの一貫性」**（22%）で空間全体を統一したい潜在ニーズが判明

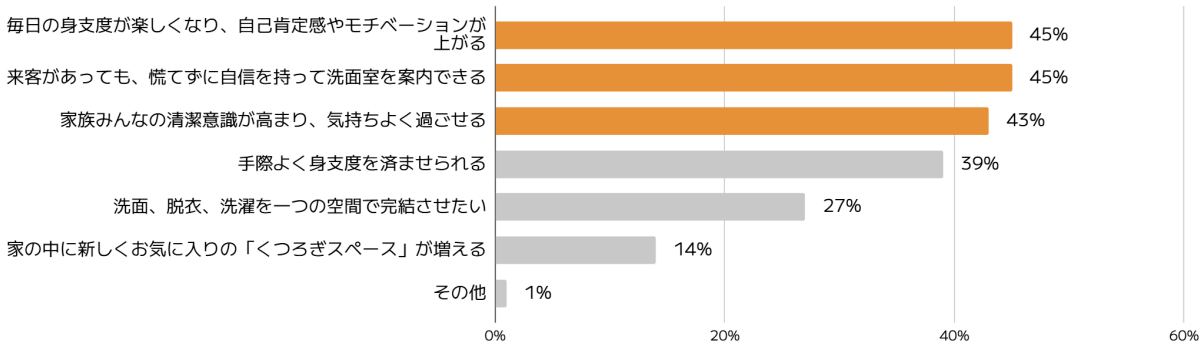
■ 単なる「作業場」から「自分をリセットする場」へ。洗面空間に求める役割の変化
自宅の洗面空間の役割について尋ねたところ、「朝晩の身支度を慌ただしく済ませる作業の場」（53%）が半数超を占める一方で、「1日の始まりと終わりに気持ちを切り替える、自分をリセットする場」（29%）や「肌の調子や健康状態をじっくりチェックする、ヘルスケアの場」（19%）と捉える人が合わせて約半数（48%）にのぼりました。
洗面空間は、手洗いや洗顔、身支度をこなす場所にとどまらず、心身のコンディションを整える大切な空間として機能し始めています。

あなたにとって、自宅の洗面空間はどのような場所ですか。（n=343 複数回答可）



■ 効率よりも「自己肯定感」。理想の暮らしはモチベーション向上と来客への自信
洗面空間で叶えたい理想の暮らしについて尋ねたところ、「毎日の身支度が楽しくなり、自己肯定感やモチベーションが上がる」（45%）と「来客があっても、慌てずに自信を持って洗面室を案内できる」（45%）が同率トップとなりました。次いで、「家族みんなの清潔意識が高まり、気持ちよく過ごせる」（43%）が続いています。
現代の生活者にとって洗面空間は、効率性よりも、毎日の気分を高めるセルフケアの拠点であり、住まい全体の満足度や自信を象徴する場所として位置づけられていることがうかがえます。

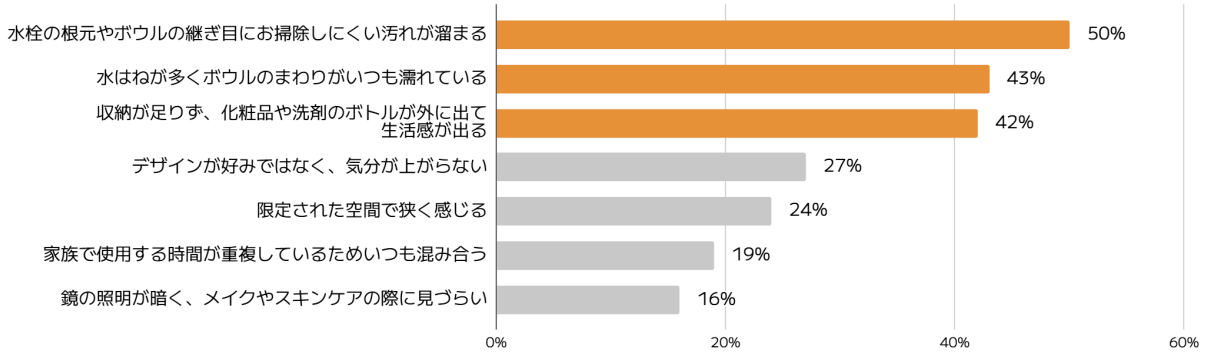
洗面空間でどのような暮らしを叶えたいですか。（n=340 複数回答可）



■ 不満の正体は「視覚的ノイズ」。求められるのは高い清掃性と隠す収納

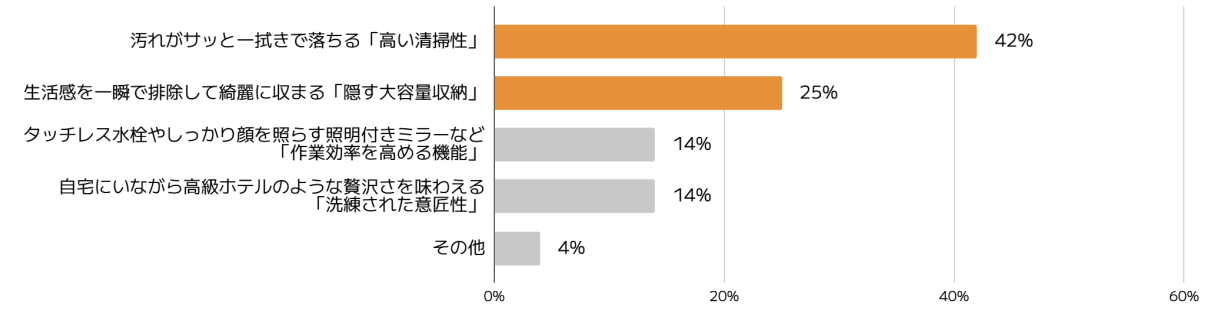
現在の洗面空間に対するストレスや不満を尋ねたところ、「水栓の根元やボウルの継ぎ目にお掃除しにくい汚れが溜まる」（50%）が最多となり、「水はねが多くボウルのまわりがいつも濡れている」（43%）、「収納が足りず、化粧品や洗剤のボトルが外に出て生活感が出る」（42%）と続きました。

現在の洗面空間で、ストレスや不満に感じていることは何ですか。（n=331 複数回答可）



また、洗面空間で最も重視したい機能では、「汚れがサッと一拭きで落ちる高い清掃性」（42%）と「生活感を一瞬で排除して綺麗に収まる隠す大容量収納」（25%）に回答が集中しています。

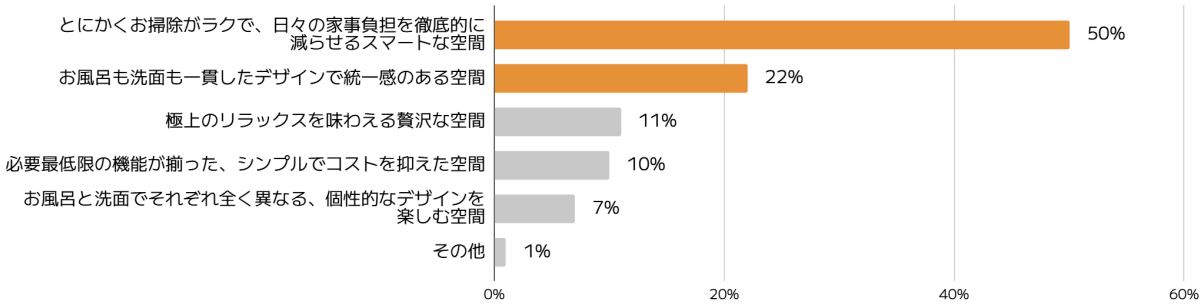
洗面空間で重視したい機能は何ですか。（n=340 単一選択）



落ちない汚れや散らかった日用品は、目に入るだけで小さなストレスになってしまいます。心地よく快適な空間をつくるには、掃除のしやすさとすっきり片付く工夫が欠かせません。

■ 浴室と洗面の空間づくりで求めるのは「家事ラク」と「デザインの一貫性」
浴室と洗面空間を同時に新しくできるとしたらどのような空間作りに憧れるかを尋ねたところ、「とにかくお掃除がラクで、日々の家事負担を徹底的に減らせるスマートな空間」（50%）が半数を占めたほか、「お風呂も洗面も一貫したデザインで統一感のある空間」（22%）が2位となりました。ストレスフリーな清掃性に加え、浴室と洗面空間全体でインテリアデザインを統一し、ホテルライクで上質な空間を実現したいという潜在ニーズが示されています。

浴室と洗面空間を同時に新しくできるとしたら、どのような空間作りに憧れますか。（n=339 単一選択）



今回の調査を通じて、これからの洗面空間には、生活感やお手入れの不満を解消する機能性と、毎日の身支度で気分を高める洗練された意匠性の融合が求められていることが明らかになりました。
LIXILでは、こうしたユーザーの声に応え、日常の家事負担を減らしながら美しく心地よい空間を実現する製品をご提案しています。

■ 調査概要
調査名称：洗面空間での過ごし方に関する調査
調査対象：LIXIL公式サイト来訪者（有効回答数：345件）
調査方法：インターネット調査
調査期間：2026年9月

＜参考資料＞

■高い清掃性と空間美を実現する「ルミシス」の主なアイテム

LIXILの洗面化粧台「ルミシスは、アンケートで求められた「清掃性」のニーズに真正面から応える機能と、ホテルライクな意匠性を兼ね備えています。

・キレイアップ水栓

特許技術により、水栓金具を上部（ミラー下）から吐水させる構造を実現。水栓の根元に水が溜まらず、水垢の発生を抑えて拭き掃除の手間を大幅に軽減します。



・ボウル一体タイプカウンター

洗面ボウルとカウンターにつなぎ目がない一体成型で、サッと一拭きで汚れが落とせます。さらにバックガードが壁とのすき間をガードし、水はねやホコリの蓄積を防ぎます。



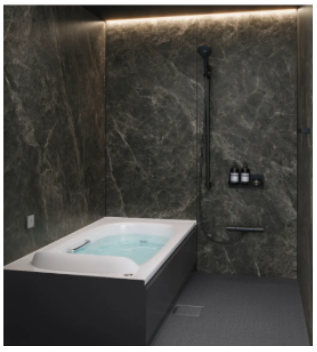
・大容量の「隠す収納」

日用品をすべて扉内に収めることで、空間のノイズ（生活感）を排除し、美しい意匠を際立たせます。



・「お風呂＋洗面」のトータルコーディネート

システムバスルーム「スパージュ」との連携により、浴室と洗面空間の一貫したトータルコーディネートを可能にしています。洗面室とお風呂の素材やカラーリングをシームレスに繋ぎ、高級ホテルの一室のようなリラックス空間を実現できます。





プロユーザーが投票する、リフォーム産業新聞社主催の「リフォーム大賞2026」において、『ルミシス』は洗面総合部門で1位（8年連続）、高級価格帯部門で1位（11年連続）を獲得しています。





LIXILの洗面化粧台について：https://www.lixil.co.jp/lineup/powderroom/
リフォーム大賞2026について：https://www.reform-online.jp/news/manufacturer/10535.php

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（https://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。