

報道関係各位

2025年5月14日
株式会社LIXIL

部屋を移動せずに、1つの空間で洗濯家事を完結 「ランドリープラス」が変える、洗面空間の常識

近年、コロナ禍の影響によるライフスタイルの変化や、共働き世帯の増加により、日本でも需要が高まりつつあるランドリールーム。LIXILのランドリープラスは、これまで家の中をあちこち移動しながら作業していた洗濯という行為を、1つの空間で完結させる商品です。洗面器やカウンター、鏡、ランドリーバーなどのアイテムを、間取りやライフスタイルに合わせて自由に組み合わせることで、理想のランドリー空間を実現します。ランドリープラスの企画担当の塗木とデザインリサーチ担当の中西が、日本における洗面空間のニーズ変化と併せて、開発背景や特長について語ります。



(写真) ランドリープラス プロジェクトメンバー。中央が塗木、向かって左隣が中西。

働き方の多様化や、季節性の外部環境により注目されるランドリールーム

——ランドリープラスの開発背景を教えてください。

塗木：私たちはこれまでいろいろなタイプの洗面化粧台を提案してきましたが、近年は共働き世帯の増加により夜に洗濯をしたり、花粉やPM2.5といった屋外環境要因により室内で洗濯物を干す家庭が増えるなど、洗濯の仕方に変化が出てきています。また、洗濯行為とは、洗濯物を洗濯機から出して、カゴに入れてベランダに持っていき、干す、乾いて取り込んだらリビン

グでたたみ、各部屋のクローゼットへしまうのが一般的な流れですよね。何度も部屋を行き来する必要があるため、タイムパフォーマンスを重視する消費者の中で、室内で効率的に洗濯行為が行えるランドリールームへのニーズが高まりつつあります。こうした時代背景を受け、ランドリーブラスの企画・開発に着手しました。私たちにとって通常の洗面化粧台と異なるランドリールームの開発はまったくの新分野だったので、まずは基本的なノウハウを蓄積するところからスタートしました。

――消費者が洗面空間に求めるニーズは、これまでどのように変化してきたのでしょうか？

中西：多くの住宅の洗面空間は、洗顔や髪を整えるなどの「身支度」、入浴の際の「脱衣」、洗濯機を置くことにより「洗濯家事」を行うのが一般的です。1坪前後の限られた場所で3つの役割が凝縮されているのが、今の日本の洗面空間です。海外と比べても、日本のランドリールームの環境はまだまだ整っていないのが現状です。

共働きの家庭が増加している昨今、夜しか洗濯できない、雨が降ったらリビングに干す等、時間や環境の制約を受けやすい洗濯という家事が、子育て世帯の大きな負担になっています。できるだけ家事を効率化することで、家族との時間や自分の時間をどれだけつくれるか。洗濯を効率化したいというニーズは大きいと考えています。

<洗濯家事の悩みごとエピソード>



洗濯工程を効率化する「ダブルトライアングル」

そこで私たちが提唱しているのが「ダブルトライアングル」という概念です。洗濯家事の工程を「衣類を仕分けて、洗って、乾かす」という「洗いの工程」と、「衣類を取り込み、たたんで、しまう」という「片付けの工程」に分けます。洗いの工程では、洗面ボウルの横に設置したカウンターを使うことで、仕分けから乾かすまでの一連の作業を体を屈めることなく行えます。片付けの工程は、ハンガーをかけるランドリーバーをカウンターや引出しの上に配置することで移動がなくなり、片付け家事がムダなく行えます。

この様に各行為の場所を手の届きやすい距離にし、トライアングルが小さく結べていることが重要です。ご家庭での洗濯動線を見直し、よりスムーズに生活する環境を整えるためのメソッドがダブルトライアングルです。広さの限られる日本の住宅事情で、いかに快適に洗濯できる空間を実現するか。家事の流れを考え、最適な設備のレイアウトによってダブルトライアングルで洗濯行為を完結できる空間が手に入る、それがランドリープラスです。



(写真) ダブルトライアングルのイメージ図

間取りやニーズに応じて、選べるバリエーション

――商品としてのランドリープラスの特長について教えてください。

塗木：大きな特長としては3つあります。1つ目は、洗濯をスムーズにするためのアイテムを多く取り揃えていること。2つ目は、お客さまの間取りやニーズに合わせて選べる、さまざまなバリエーションを用意していること。3つ目は、洗練された印象を与えるフレーム構造のオープンデザインを採用していることです。1つ目の特長として挙げたアイテム展開として、ガス衣類乾燥機「乾太くん[※]」専用の置台であるランドリーユニットも用意しています。昨今はタイムパフォーマンスを重視するお客さまが増えてきているので、短時間でコインランドリーのようにふわふわに仕上がるガス衣類乾燥機が設置できるユニットも好評です。

※「乾太くん」は東京ガス株式会社の登録商標です。

また、ランドリープラスは「隠す収納」ではなく「魅せる収納」を意識している点も特長です。開放的なデザインで、お客さま自身でアレンジをしながら収納できる空間が実現できます。競合他社の商品と比べても、私たちのランドリープラスは洗面器や水栓もセットで提供でき、トータルコーディネートができる点が強みです。

中西：部屋干しをして乾きにくいと感じる時や臭いが気になったことはありませんか？そのような時は「エコカラットプラス」という調湿機能を持つタイルを組み合わせると、室内の湿気を吸収してくれるので、梅雨や寒い季節でも乾燥時間を短縮できます。雑菌の繁殖も抑えられるので生乾き臭の抑制も期待でき、おすすめです。



（写真左）ガス衣類乾燥機「乾太くん」専用のランドリーユニット、（写真右）「エコカラットプラス」との組み合わせ

――ランドリープラスは新築だけでなく、リフォーム物件にも対応しているのでしょうか？

塗木：リフォーム物件に対応するために、必要なアイテムのみをご提供することも可能です。例えば、洗面空間に洗濯機があり、洗濯物を干すスペースがない場合は、「ランドリーバー」を設置することで干し場が生まれます。ランドリープラスという商品名には、既存の洗面空間

にアイテムを追加（プラス）するだけでも、生活スタイルに合ったランドリー空間を提供できるという意味が込められています。

これからも多様化するライフスタイルに合わせた商品を

――企画・開発を振り返ってみて、苦労した点を教えてください。



中西：今はハンガーだけでもさまざまな種類や大きさがあるので、市販のハンガーを20種類ほど用意して、どのサイズの衣類でも干せるかを試しました。

そして私たちがこだわったのは、実際にランドリープラスを使いながらの空間での検証です。例えば衣類の収納スペースを設けるにしても、すべての衣類を収納することはできないので、どの衣類を優先して収納できるようにするのか。洗濯で使用するさまざまな道具の検証なども含め、専門家の意見を仰ぎながら仕様を決めていきました。

塗木：これまで培ってきた洗面化粧台の開発と違い、まったく新しい領域に対して商品を投入するので、お客さまに新しい商品を認知いただく必要があり、そのためには時間を要します。新領域の兆しに対して、スピード感を持って発売することを重要視しました。

ひと部屋で洗濯行為を完結させるランドリールームを構成するパーツには、どのくらいのバリエーションが必要になってくるのか。スピード感を持って発売するには用意できるアイテムは限られますし、少なすぎても私たちが実現したい空間にはなりません。このバリエーション展開には非常に頭を悩ませました。

中西：バリエーションに関してはお客さまの選びやすさも意識して、必要最小限の品揃えとしました。今後、お客さまのご要望や使いやすい組合せに対応していくことも考えています。

――洗面空間は今後どのように変化していくと考えていますか？

中西：最近は暮らしやすく工夫された住まいの情報が簡単に手に入り、さまざまな便利家電を使う暮らしが当たり前になる中、洗濯という負担の大きい家事の現状を何とかしたいと願い、ランドリールームという場所を重視する方が増えてきました。日々の暮らしで感じるストレスを我慢せず、衣類家事も身支度もそれぞれに向き合える場所として、ライフスタイルの多様化と共に、住まいの形も変化していくと思います。これからもお客さまのライフスタイルを学びながら、ご自宅に取り入れたいと思っていただける商品を提供できたらと考えています。

塗木：これまでの洗面空間は朝の身支度、掃除や洗濯などの作業を行う場所であり、住宅の中でもこだわりの優先順位が低い空間でした。しかし最近では、洗面空間で音楽を聞きながらメイクをするなど、徐々にこだわりのある空間に変わってきていますし、洗面化粧台を廊下やリビングの近くのオープンスペースに設置する方もいらっしゃいます。私たちとしても、近年、注目が高まってきている洗面空間を、より心地よい場所にできるよう新たな価値づくりに挑戦していきます。

【LIXILのイノベーション】

LIXILでは、「世界中の誰もが願う、豊かで快適な住まいの実現」というパーパス（存在意義）の実現に向け、常に新しいことにチャレンジしています。これまでの枠にとらわれない斬新な発想、そしてさまざまなバックグラウンドを持つ従業員の多様な視点や協業者とのコラボレーションから生まれる新たな価値―このようなことを大切に、イノベーションを創発していくことで暮らしの未来を創造していきます。

LIXILは今後も、私たちの行動指針LIXIL Behaviorsの一つにある「実験し、学ぶ」企業文化を醸成し、“やってみよう”と仲間が背中を押してくれる環境を整えてまいります。

<https://www.lixil.co.jp/corporate/innovation/>

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。

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/>