

第153回定例会 報告レポート

■2013年7月4日(木) 15:00~18:00

■TOTO浜松町ビル24F(東京都港区)

(本レポートの著作権は、メンテナンス研究会に帰属します。)

転記・引用等の際には、事務局にご一報下さい)

〒221-0863 横浜市神奈川区羽沢町685(株式会社アメニティ内)

TEL: 045-372-1156 FAX: 045-371-7717

代表メール: jimu@toiletmaintenance.org

公式HP: <http://www.toiletmaintenance.org>



日本トイレ協会

メンテナンス研究会

今回は、「シリーズ：グッドトイレ選奨(※)の応募作品から学ぶ」と題し、2回目として、トイレ設計のパイオニアである(有)設計事務所ゴンドラの作品の関係者2名をお招きし、最近の取組みについて伺いました。(※「グッドトイレ選奨」とは、日本トイレ協会が主催で行っている、トイレの良い設計事例や取組みなどを募集して褒め称えあう取組みです。全国トイレシンポジウムの会場で来場者による投票を行い、得点が多いものを「グッドトイレ選奨」と認定しています。2009年より実施。毎年10~15作の応募があります)

一人目の櫻木神社の高梨富弥宮司からは、神社におけるトイレのあり方と、トイレの神様に代表されるトイレにおける民俗的&宗教的文化から考える「トイレの場の世界」を伺いました。二人目の(有)設計事務所ゴンドラ代表である小林純子様からは、商業施設におけるトイレ改善の課題とこれからの視点について、25年間にわたる経験から、お話をいただきました(当初の予定では学校のトイレについても話す予定でしたが、次回に変更しました)。

会場では、類の無なかった奥の深いトイレ研究の話題を伺い、興奮が冷めませんでした。

事例①「KAWAYA HALL 千葉県櫻木神社の参拝客用トイレ [2012年応募作品] トイレの神様のあれこれ…トイレの場の世界について~」

講師：櫻木神社 宮司 高梨富弥様

櫻木神社 URL: <http://sakuragi.info/>

1、トイレの神様について調べたきっかけ

私は千葉県野田市の櫻木神社で宮司をしております。櫻木神社には毎年正月に10万人の参拝客が訪れますが、十分なトイレ施設がなく、一時的に仮設トイレを設けて対応しており、私はそれが気になっておりました。そこで神社にふさわしいトイレを作りたいと思いました。そこで様々なトイレ作りに取り組んでいる(有)設計事務所ゴンドラの小林純子先生を知り、依頼をしました(平成24年に完成。詳細は次の小林純子氏の発表にあり)。

私は最初に「神社にはどんなトイレがふさわしいか？」を考えるため、他の神社や寺院のトイレを見



講師の高梨富弥宮司。難しい神事の話分かりやすく説明して下さいました。

学したり、トイレ文化について調べたりしました。すると神社のトイレは社務所の中にある小さいトイレを使用させたり、また社殿から離れた裏の目立たない場所にあったり、残念ながら決してきれいではない…という具合でした。トイレの位置に関して言えば、トイレはご不浄の存在なので、神社ならば社殿から遠ざけますし、家屋ならば、裏側の西北（乾／いぬい）の位置が多いようです。しかし、「乾の方角に神宿る」という言葉のように、裏側には神様がいらっしゃるという考え方も、片や存在します。つまりトイレのような、裏側の排除された場所に神様がいらっしゃるのです。こんな一見理解しがたい状況に疑問を感じ、私は思い切って「トイレと神様の関係」や「トイレの場の世界」について、深く調べてみることにしました。

2、場の世界としてのトイレとは？

人が暮らす領域には、3つに分類される生活世界があります。

1つ目は「此界」（つまり今が大事！という概念が生きているこの世のこと）、2つ目は「境界」（別の世界とを結ぶ境目）、3つ目は「異界」（この世とは異なる世界）という具合です。ちなみに神道には未来や来世について強いて語ることはありません。なぜならそれが神の範疇として捉えられるからです。話を戻すと、トイレはこの3つのうち、2番目の



KAWAYA ホール（トイレ／左側）と櫻木神社社務所（右側）。トイレを手前の目立つ場所にした。

「境界」にあたると思われる。つまり此界と異界を区別し、つなぐ接点なのです。境界には生活の場（かまど・井戸・蔵・土間など）が対象になる事が多く、特に祭祀・儀礼が行われることの多い空間です。例えば正月になると、新年を迎える儀式としてかまど（台所）や井戸やトイレにお供えをして、神様にご挨拶をする風習がある…なんて話を聞いたことがある人は多いでしょう。それはなぜでしょう？そこが境界（信仰の場）になっているからです。

ではこの「境界」とはどんな意味があるのでしょうか？一例を出すと、再生・変換の場、更新の場、何かが起きる所、コミュニケーションの場、混沌とした場…などの要素があります。これをトイレに当てはめると「生命に関わる場であり、時に神聖視され、物事が変換・転換する再生の場として肯定的に捉えられている（いた）」と言えるのです。でもこれだけでは分かりにくいと思うので、今から具体的なエピソードを加えて説明します。

3、トイレは、コントロールのきかない場所

まずトイレの呼び方ですが、トイレを表す言葉では、厠（かわや）・川屋・雪隠・便所・ご不浄・手水場・御手洗・化粧室・閑所などがあります。名称がこんなに多いのは珍しい

のではないのでしょうか。

次に「トイレには神様がいる」とよく聞きますが、それを具体的に全部言える人はいますか？たとえば地域に根差す土着神としてのトイレの神様としては、セッチンさま・オヌシさま（愛知県津島町）・チョウズバさま（茨城県真壁）・ジョロガミさま（長野県下伊那）・ウツシバミョウジン（福岡県相ノ島）等がおります（編集部注：もっとたくさん事例がありました）。これらは大変小さい地域・集落単位でいることもあるので、様々な風習やエピソードが存在します。同じく禅寺・密教の世界では、トイレのことを東司（トウス・トンス）や西浄（セイジョウ・セイテン）と呼び、神様はウスシマさま（烏枢洪摩）・ウスサマ明王（烏枢沙摩明王）がいるとされています。

神道では弥都波能売神（ミズハノメノカミ／水の神）や、埴山姫神（ハニヤマヒメノカミ／土の神）と呼ばれ、宮中ではトイレのことを御東場（オトウバ）・御東（オトウ）などと呼び意味づけをしています。…という具合です。

ようするに、多く居すぎて、コントロールの効かない場所なのです（笑）。トイレの名称さえ、一つに決められないほどです。トイレはそのくらい混沌としており、コントロールしにくい場所です。だからこそ、メンテナンスが大事なのです。



禅寺で有名な永平寺（福井県）の中の、トイレを意味する「東司<とす>」。 (写真提供：白倉正子)

4、トイレで行われる祭祀の分類

次に、トイレの祭祀を、おおよそ4つに分類して、そこで何がおこなわれているかを紹介しましょう。

①産育儀礼…赤子をこの世に社会的に再生・蘇生させる。

トイレで、生まれてきたばかりの赤ちゃん（赤子）に関する信仰はよく見られます。例えば妊婦の帯祝いを廁（トイレ）で行い、掃除をすれば美しい子が産まれるとか、赤飯を炊いて廁神に供えれば安産になる…という類のものです。中にはお七夜に命名をし、赤子の額に「犬・×」の字を紅や墨で書いて、廁参りをするものがあります。これは赤ちゃんは「異界」のもので、これを「此界」に移行させるという意味があると思われます。つまり別世界のものを、この世のものとして受け入れる儀式をトイレで行うと言えば、先ほど申し上げた、「境界としてのトイレの位置付け」が理解しやすくなるでしょう。似ている例として、廁で赤子におむつをかぶせ、糞便をたべさせる真似をして詣でる…というものもありました。これも糞便と赤ちゃんは体から出てくるという点で共通しているからでしょう。

②年中行事…時間空間（季節や年）を更新・再生・蘇生させる

これは、正月や節分などの特別な時期に行うものです。例えば長野県伊那地方では、新年の年取りは便所の戸を開け、その前にゴザを敷き、お膳を供え家族そろって食して新年を迎えるという儀式を行っているそうです。茨城県真壁地方では6月26日（夏至に係か？）にチョウズバギオンの日といって、うどんを作って便所に供え、紙で作った人形を祀るそうです。

③建築儀礼…家のもつ宇宙的世界観を活性化させる

これは家を作る時や壊す時に行われる風習です。例えば富山県では新築の時、便壺の下に人形や化粧品を埋めるそうです。石川県金沢では、便壺の下に、男女一対の人形に、酒・塩・おはぎを供え、さらには市販されている土人形を水引で結んで無病息災を祈念します。この人形は現在でも売られており、水洗化した現代でも類似の行為（例：飾る）を行うそうです。

④病気に関する儀礼…死と生についての転換を図る

これは長野県飯田では、夜泣きの子供がいたときは便所に鏡餅を供え祈願しているそうです。また長野県諏訪では、同世代の子供が亡くなった時には、（同様に自分の子供が早死にしないように・あの世と一緒に連れて行かれないように）年を早く取らせるために、便所で魚を食べさせて祈願するそうです。

これ以外にも、婚礼の際に新郎がトイレに1時間も隠れ、新婦がそれを探しに行く（＝未婚から既婚への転換を図る儀式）とか、後産が下りない時には下駄と草履を片方ずつはいて便所に行く…などもあります。これは一時的にわざと不均衡な状態を作り、良い方向に転換させるという願いが込められていると思われます。

これらに共通しているのは「境界での転換」だと整理をしましたが、お分かりいただけたでしょうか？



トイレに飾られた土人形の「トイレの神様」。夫婦の姿をしている。現代では埋めずにトイレ室内に飾ることが多いそうだ（インターネットより）

5、「トイレの文化力」の見える化

日本のトイレにおいては、単に排泄の場のみならず、豊かな民俗文化によって培われてきた日本文化の精華が、祭祀・儀礼・伝承を通じて、描写されている空間であると言えるでしょう。しかし現代社会においては、生活のスタイルの変化により、畏怖心や自身の靈性が減り、祀るべきという文化が忘れられつつあります。それによりトイレを怖いと思う事や、畏敬の念（尊敬する気持ち）や信仰心を抱くことが減りました。

そこで、トイレに対しての畏怖や畏敬の念を持たせ、期待や希望につながる心的効果を高めることはできないでしょうか？私は日本のトイレには、文化力があると思います。ですので、それを「見える化」し、生活価値の正しい方向付けをすることにつなげることが必要だと思うのです。

そこで私は、その取り組みの一つとして、「トイレにむかし話しを持ち込む」ということにチャレンジしました。つまり「むかしむかし…」のフレーズから始まる、トイレを大事にすると良いことがあるよ…という内容の物語を作り、「KAWAYA ホール」と命名した櫻木神社のトイレに、そのお話しを書いたパネルを掲示することにしました。この話を子連れの親が欲しがり、コピーをお持ち帰りになることがありました。



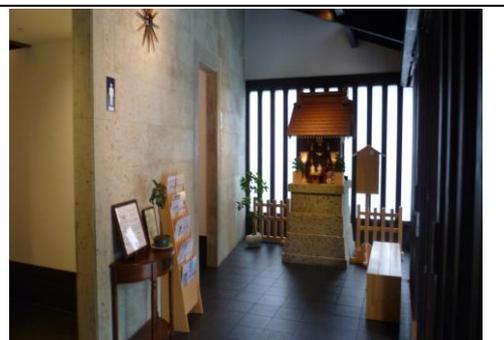
KAWAYA ホールに掲示された「トイレのお話し」。高梨宮司が自ら創作し、トイレの世界観を表現している。子供に好評。

次に、「厠の禁忌六か条」を定めました。これは◇唾（つば）を吐くこと、◇汚すこと ◇騒ぐこと ◇ものを食べること ◇中の人をむやみに呼ぶこと ◇中の人をむやみに覗くこと ※これらは厠の神（トイレの神さま）の怒りをかうことになりますのでやめましょう…。こう定めて掲示しました。するとトイレの使用のマナーが少々はマシになりました。（でも、使用マナーが完全に良くなったわけではありませんが…）この禁忌を近所のスーパーの店長さんが「ぜひうちの店にも貼りたい」と申し出られ、実際にお貼りになられたそうです。その結果、効果はある（＝マナー改善につながった）とのことで、大変嬉しく思いました。

それから、神社のトイレならではの挑戦として、KAWAYA ホールのロビー部分に「川屋神社」を祀りました。これはトイレの神様のいるお社です。これを設置したことにより、きちんと手を合わせて拜んでいく人の姿が、あとをたちません。利用者はきっと心が引き締まるのでしょうか。トイレに神様がいたり、そこに敬意を表する機会を再現し具現化したことで、トイレに対する畏敬の念が復活してほしいと願うばかりです。

最後に清掃についてですが、トイレ掃除とは「生活価値の文化的生産活動であり、見直し、聞き直し、やり直して、衛生と安穏な生活価値を、文化的に醸出させる作業である」と私は捉えております。神社の考えには清掃に対し、古い時間を送り出し新しい時間を手にするという願いが込められております。また禅寺や密教では、トイレ清掃を修行と捉える習慣もあります。ですので、トイレ掃除を大切にしたいものです。

実際に、KAWAYA ホールは、宮司の私自身がトイレの掃除をしております。心無い使われ方をし、心が折れることは何度かありました。でも私はこの「コントロールできない場所をどうしたらいいか？」を常に考えながら前に



川屋神社。手を合わせる人も多い。心が引き締まる。

進むしかない、受け止めております。

私はトイレの専門家ではないですが、「日本のトイレの文化力が世界を変える」と信じ、トイレに込められている未来完成図を信じて、トイレと向き合っていこうと思います。

6、質問

Q1：神社は全国にいくつあるのですか？宗派は分かれていますか？

A1：全国には伊勢神宮を頂点として、約8万社あります。宗派は分かれています。

Q2：トイレの神様は女性だと聞いたのですが、実際はどうですか？

A2：女性が多いですが、性別が無いものや夫婦もあります。まさになんでもあり！です。

Q3：海外にもトイレの神様はいますか？もしくはそういう文化はありますか？

A3：中国にはあるそうですが、それ以外はあまり聞きません。

【編集部注意】定例会終了後に、高梨講師より以下が追加されました。

「18世紀、イギリスの政治学者チェスターフィールドは「時間の空費をするな、便所に行く時は新聞をさげていって読み、読んだ新聞は便所の神にささげればよろしい」と手紙に書いているそうですので、西洋にも廁神の存在はあったのかも知れません。」以上

事例② 「商業施設のトイレ改善の課題とこれからの視点」

講師：(有)設計事務所 Gondola 代表 小林純子様

(有)設計事務所 Gondola URL：<http://gondola-archi.com/>

1、自己紹介、そして櫻木神社のトイレ設計

私は建築家になり、特にトイレの設計を手掛けるようになって、かれこれ25年が経過しました。その間、様々なトイレ設計に関わることができ、本当に楽しく幸せな時間を過ごしましたが、その一方で、トイレ設計の在り方について常に悩み、「これでいいのか？」と考える日々でした。今日はその作品を通し、社会変化とトイレの関係についてお話ししつつ、トイレ改善の課題とこれからの視点を、お話しできればと思います。

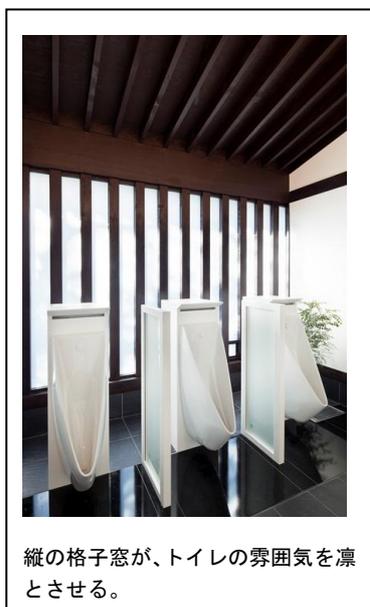
さて、具体的な話に入る前に、先ほど事例①で

高梨宮司がお話した、千葉県野田市の櫻木神社のトイレについて、建築的な切り口から説明したいと思います。まず、私は初めてこの神社を訪問した時に最初に感じたのは、本



(有)設計事務所 Gondola の小林純子講師。最先端を走る存在だからこそ、産みの苦しみもある…と感じ、ただただ頭が下がる思いで拝聴しました。

堂が大変大きいということです。高梨宮司によりますと、普通トイレは本堂の裏側に設置されることが多いそうですが、ここではあえて表の目立つ場所に決め、正面の駐車場のすぐ脇で、参拝者が見つけやすく、安心して入れる場所に設置することにしました。



縦の格子窓が、トイレの雰囲気を凛とさせる。

トイレのデザインですが、神社は神聖な場所であるのと同時に、自然に囲まれた場所でもあります。周りを見ると境内ではゆっくりくつろぎ、観光している方もおりましたので、半公共的な存在でもあると感じました。そこでトイレの壁を格子状にし、(窓を上の方に小さくつけるのではなく)壁の上から下までの縦のラインで、和紙を通じた暖かい自然光が入るようにしました。また自然の風が入るように窓を付けました。トイレ全体では、洗面台や小便器を壁に押し付けるのではなく、敢えて壁から少し前に出して自立させ、角が見えるようにしました。こうすると部屋の広さを感じることができるので、効果的です。男性の小便器に関しては、3つの便器ごとにパーテーション(仕切り壁)を設け、さらに小便器上部に換気口を設けました。これで

自動換気を行うことにより、小便器の臭いを鼻で感じる前に悪臭を吸い込むことが出来るので、悪臭抑制になりました。通路部のフロアにはロビーを設け、川屋神社やトイレのお話のパネルを展示するスペースを設けました。またベンチに人が座ってくつろぐ人が多いので「ベンチの下に暖房を設けてほしい」と高梨宮司から依頼されました。ここまで行き届いた要求を聞く度に、高梨宮司の優しさとこだわりに関心しました。神社のトイレの設計は、初めての経験だったので、非常に勉強になりました。

2、トイレの社会的な動きと、ゴンドラのエポック的な建築

さて、今から30年前のトイレと言えばとにかく汚く、4K(暗い・怖い・汚い・臭い)と倦厭されていました。そして1985年に日本トイレ協会が発足し、国鉄が民営化(JRの誕生)になり、公共トイレの見直しが始まりました。1988年には(メンテナンス研究会の会長である)坂本菜子さんを中心に、松屋銀座というデパートのトイレが改装され、トイレ改善の幕が開いた気がしました。女性の意見を取り入れるなど、トイレの概念を変える大きな出来



チャームステーションでは、女性がトイレに求めるすべての要素を入れようと、意見を出し合い盛り込んだ。平坦なトイレではなく、変化と動きを持たせた。

事として強く刺激を受けたことを、今でも思い出します。そして1989年（平成元年）に、香川県のチャームステーションという観光施設のトイレの改修の設計のチャンスを受け、私は初めてトイレに関わりました。それまでのトイレブースがただずらっと並んでいるだけだったトイレ内の配置に変化を与えたいと思い、トイレブースを段々に配置するとか、フロアに中庭を設けるとか、男子小便器を卍型に配置するなど、デザイン化に挑戦しました。実は「母子トイレ」と「父子トイレ」を設け、育児世代を応援するトイレを設けたのですが、（最近ではお父さんの子育てにおけるトイレ配慮を求める声が増えているのに）ほとんど使用されていませんでした。まだ時代が早過ぎたようです。でもいろんなことに挑戦できて楽しかったです。

1990年には、東村山市の児童公園トイレの建築を手掛けました。しかし残念ながら破壊・イタズラ・心無い使用のされ方をされ、大変傷つきました。しかし「トイレの快適さは設計のみではなく、メンテナンスとの協力が欠かせない」と痛感しました。そういう意味では良い勉強となりました。それからはメンテナンスを読み込んで設計を行うことや、メンテナンスワーカーとの意見交換会を開くことを、重んじるようになりました。

3、商業施設のトイレ、そしてラスカの挑戦

私が関わったトイレとして、「商業施設」は欠かせない存在です。商業施設は来店者の6～7割が女性で、集客のために女性の要望を取り入れたトイレ改良が増えました。トイレのグレードが高まると、他の施設にも影響を与えたようです。トイレ競争は機器の高性能化に導かれ、空間設計が自由度を増し、デザインやテーマ性を持たせ話題性を競ってきました。その競争の中でトイレがそのカテゴリーを超えてきています。商業施設のトイレの動きを見ることは、トイレの先端の動きを見る事につながるのです。例えば「外出時に利用しやすいと感じるトイレは？」と聞くと、第1位が商業施設で、第2位が駅、第3位が官公庁施設…という具合です。

利用者ニーズ・デザイン・メンテナンスをトータルで考えて持続する快適さの創造に取り組んでいるのは、「湘南ステーションビル ラスカ」です。（<http://www.lusca.co.jp/index.html>）

この会社はJR東日本（株）のグループ会社として1971年に平塚店が第1号としてオープンしました（現在は、茅ヶ崎・小田原…と続いている）。地域密着型の駅ビルとして、地元市民に対愛着度を高めていただく工夫が数々なされており、快適なトイレ造りもその一



ラスカでは、トイレを守るために、社員と清掃員・デベロッパの意見を集める「メンテナンス会議」を実施している。ここで出された意見をできるだけ早く解決させている。

つとして、注目されてきました。まさに「ラスカのイメージチェンジはトイレから」という牽引役となりました。

トイレを作る上で、人材育成の課題であった女子社員を中心に、「ワンダフルクラブ（WC）」を発足し、利用者の立場でトイレ改善提案を行っています。4か月に1度のメンテナンス会議を主催し、現場清掃者やWCの構成員が作業やトイレチェック（毎日）から出てくる諸問題の解決にあたっています（現在で19年間65回を数えます）。そして2012年からはプロジェクトチームの体制から、会社組織の一部になるなど、その存在は大きくなり、一部の女性たちが本業の合間に行う体制から、全社的に行う体制に成長しています。まさにトイレをマネジメントしている手ごわい施主です（笑）。ここまで行うのは世界でも初めてではないでしょうか？

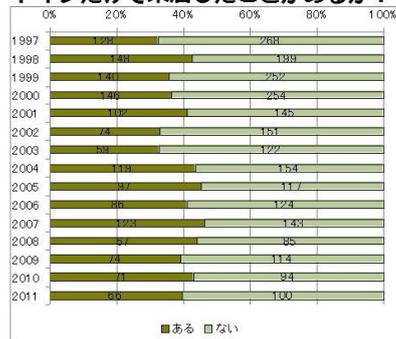
湘南ステーションビルトイレ造りの目標として、私は4つの指針を立てました。①利用者のニーズにきめ細かに対応したトイレをつくる ②常にきれいなトイレにして顧客満足度UPに繋げ、リピートを誘う。③トイレつくりや運営への参画が女性社員のモチベーションアップに ④トイレから話題性を生み、ラスカのイメージアップを広める…です。（編集部編；このあとはラスカのトイレの写真を、たくさん拝見しました。印象的だったのは、子供用のトイレの近くの便器に、子守をしているお父さんが大勢いる様子や、清掃員が店舗の案内もしている様子、トイレが階ごとにコンセプトやデザインが違い、お気に入りのトイレを見つけられるようになっている工夫、地域の文化財や自然環境を生かしたレイアウト…などがありました。さすが！の一言です）

そしてラスカの伝統的な取り組みとして、お客様に毎年、トイレに対するアンケート調査を実施しています。これ続けることにより、来店者の動向を検証することができるので、私も非常に注目しています。たとえば「ラスカのトイレでお気に入りのトイレはありますか？」（平塚店）では、「ある」と答える方が増えたり、減ったりしていません。これはマンネリ化を示しているのかもしれませんが。また「お気に入りの理由」では、清潔・明るい・落ち着いて利用できる…3項目が不動の支持を受けております。やはり快



美しいトイレに、誰もが心を奪われます。でもそれは単にデザインがキレイなだけでなく、小林先生の我が子を育てるような情熱と、ワンダフルクラブの方々の愛情で、

トイレだけで来店したことがあるか？



調査・湘南ステーションビルラスカ・ワンダフルクラブ

ラスカでは、毎年トイレアンケートを取っています。同じ質問項目で続けているため、時代の変動が把握しやすいそうです。利用者の生の声が、次なるヒントにつながっています。

適なトイレが利用者共通の希望なのです。

それからトイレメンテナンス会議で登った課題ですが、建築・使い勝手・利用者マナー・清掃など7つのカテゴリーに分けて整理をしています。例えば「建築」の項目の1位は「臭い」でした。「利用者のマナー」での2位は「盗難・盗電（盗電＝携帯電話などの充電をするなど）」でした。こうした観察と検証をする姿勢から、今後のトイレの在り方を模索できればよいと思っております。

4、「渋谷ヒカリエ」から最近のトイレの傾向をつかむ

最近、注目されているトイレと言えば、東京都渋谷区の「渋谷ヒカリエ」ではないでしょうか？これは私達が関わったトイレではありませんが、非常に気になったので、検証してみました。まず印象的だったのはトイレにネーミングがされている（＝Switch Room）ことや、エレベーターホールとトイレが一体に考えられていること（＝待ち合わせがしやすい。生きやすいなどのメリットがある）ことでした。レイアウトはかわいらしさを意識されており、各ブースごとにデザインが違っても、一見の価値があります。またパウダーコーナーの中心にショーウィンドー（商品展示）があることや、花粉や焼き肉の臭いを除去する風圧のある設備がある、授乳室にテレビがある、会員制のパウダーコーナーでは携帯電話の充電もできる…など、多機能



「渋谷ヒカリエ」のトイレは、理想のトイレの究極の形を実現している気がします。排泄目的だけではなく都会のオアシスとしての機能を果たしトイレ業界に新たな視点を投げかけてくれました。

休息コーナーも豊富ですが、これまで見込まれていた「簡易的な休息」を想定しているものではなく、休息そのものが目的になっているサロンがあることは、特記すべきことでしょう。ようするに渋谷ヒカリエのトイレは、トイレと付属機能をあえて主客転倒させ、都市空間の中でより快適な空間、レストルームをつくり、癒しを提供しているのです。トイレで用を足して、ついでに別の用事（身繕いや休息）もするという習慣を、逆にしたとも言えるでしょう。商業施設の女性トイレは、まちなかのラウンジになってきたのです。戦略として、トイレが店全体のMD（マーチャンダイジング＝販売促進に活用する）との中で考えられ始めました。

渋谷ヒカリエ以外のトイレでも、トイレのMD活動の事例があります。例えば化粧品会社とコラボして育児支援グッズ（オムツの試用品）を提供したり、商品のサンプルを置いたり、実際に美容グッズを使用（試用）できる場所がトイレと連動して…という具合です。

今から30年以上前には、汚い存在だったトイレが、今ではここまで来ていることを、ご理解していただけたことでしょう。しいていけば、今後の商業施設に求められているト

イレは、どんな形なのでしょう？話題性は？機能性は？デザイン性は？メンテナンス性は？一体どんなものなのでしょう？みなさんはどう思いますか？これらをみなさんと一緒に考え、時代の先を見ていく協力ができると嬉しく思います。以上で講演を終わりにします。ご清聴いただき、どうもありがとうございました。

5、関係者からの意見や感想

今回の講演で話題に出ていた湘南ステーションビルラスカの関係者の2名が、会場にお越しになっておりました。両名からも簡単な意見や感想を頂きました。

①田中友里さん（湘南ステーションビルラスカのワンダフルクラブ代表）

私は5年前（2008年）にワンダフルクラブに入り、今ではまとめ役を仰せつかっております。これまでにたくさんの女性社員の先輩方がこのワンダフルクラブを盛り上げ、支えて下さいました。私にとってトイレとは、「教育＝共育」だったなあと実感しました。トイレの勉強をしたのは初めてでしたが、単なるキレイさを求めるだけではなく、コミュニケーションの機会となったからです。これからもトイレから学べることを学んで、皆様にお伝えして参りたいと思います。

②佐竹明雄さん（湘南ステーションビル（株）元取締役／現在は日本トイレ協会事務局長）

湘南ステーションビル（株）はJR東日本（株）のグループ会社として誕生しましたが、なにせ男性社員が多いものですから、女性社員の雇用や育成については、慣れていない部分がありました。しかし商業施設で来店者の7割が女性ですから、女性の社員の存在はとても大切でした。中には男性の社長との意見の違いを埋めるのに、苦労したこともあったでしょう。ラスカのトイレは、そういう意味で、社長・利用者・女性社員をつなぐ存在だったと言えます。そして女性社員に任せて責任を持たせることで、社員教育にもつながりました。また社長の経営哲学も、形に示す事ができました。

私が取締役として非常に意識したのは、清掃員やデベロッパーの方々にも意見を聞くべきだ…ということです。普段は話をする機会のない方達にも意見を求めたかったのです。そこでメンテナンス会議を発足させました。中には反対する人もおりましたが、実現してよかったです。これがラスカの大きな原動力になっていることを誇りに思います。



ワンダフルクラブの現リーダーの田中友里さん。女性たちの意見をまとめて、トイレ造りに尽力なさっています。



トイレ建築の第一人者である小林純子先生の講演のため、会場は満席でした。

6、感想

「グッドトイレ選奨の応募作品に学ぶ」シリーズの2回目でしたが、作品そのものの話より、そこに至るまでの背景や文化的視点・様々な経験をお話しいただいた回となりました。トイレに神様の話では、ある聴衆者の感想が印象的でした。それは「私達はトイレをキレイにしたいためにデザインや機能の話にばかり出口を求めてしまい、神様の存在やその民俗的文化を置き去りにしてしまったかもしれない。ここで改めてそのことを思い出し、トイレの存在やマナーのあるべき姿を見直すべき時かもしれない」と…。深い一言です。

小林純子先生のお話しでは、トイレの最先端を走る先生ならではの分析が参考になりました。そして小林先生が作品を作る度に、産みの苦しみを味わっているのだと、改めて知る思いでした。しかしその苦しみがあるからこそ、美しく、使いやすいトイレが増えたのでしょう。本当に偉大な存在だと、感じました。今度はメンテ研と一緒に理想のトイレ造りをできればいいな…と思いました。(アントイレプランナー白倉正子)

日本トイレ協会メンテナンス研究会では常時、会員を募集しております。

会員になられると、定例会のお知らせや、報告レポートの送付等を受けられます。

□■日本トイレ協会メンテナンス研究会 入会概要■□

会員種別…法人会員〔年間費 30000 円〕

個人会員〔年間費 10000 円〕

○入会金は無し。

○後期以降（11月1日～3月31日）は半額。

希望者には所定の書類をお送りします。事務局にご一報ください。

◆事務局：〒221-0863 横浜市神奈川区羽沢 685 (株)アメニティ内 (担当：内田)

TEL 045-372-1156 / FAX 371-7717

Mail：jimu@toiletmaintenance.org (担当：白倉)

ホームページ：<http://www.toiletmaintenance.org>

◆代表：坂本菜子 / 設立…1992年