

6 成長戦略としてのトイレ



加藤 篤
KATO Atsushi

特定非営利活動法人日本トイレ研究所
代表理事

今やトイレは日本の成長戦略の一つであり、世界に誇れる文化の一つとなっている。すべての人が使いやすいトイレ環境を整えていくため、日本のトイレは更なる進化を遂げ、次のステージへ向かおうとしている。

トイレ改善運動の起点

今からさかのぼること約30年前、公衆トイレは5K（くさい、汚い、暗い、怖い、壊れている）と言われており、マイナスイメージの象徴だった。公衆トイレはだれが設置し、清潔に保つのかをご存じだろうか？『廃棄物の処理及び清掃に関する法律』の第五条には、次のように記されている。

廃棄物の処理及び清掃に関する法律 (清潔の保持)

第五条 土地又は建物の占有者（占有者がない場合には、管理者とする。以下同じ）は、その占有し、又は管理する土地又は建物の清潔を保つように努めなければならない。

2, 3, 4, 5 (略)

6 市町村は、必要と認める場所に、公衆便所及び公衆用ごみ容器を設け、これを衛生的に維持管理しなければならない。

7 便所が設けられている車両、船舶又は航空機を運行する者は、当該便所に係るし尿を生活環境の保全上支障が生じないように処理することに努めなければならない。

市町村は必要な場所に公衆トイレを設置して、衛生的に維持管理しなければならないのだ。民間においても、土地や建物は清潔に保つ必要があることからトイレの必要性が発生し、それを清潔に保つことが求められる。本稿では、行政が設置するトイレ単独の建築物を公衆トイレとし、商業施設や公共交通機関のトイレなど、不

特定多数の人が利用可能なトイレも含めた場合を公共トイレと呼ぶことにする。

1984年、この公衆トイレを改善しようと立ち上がったグループがある。その名は「トイレっピアの会」だ。この会は、以前に私が所属していた地域交流センターというまちづくりのシンクタンクで生まれた。トイレっピアの会には、建築家やデザイナーはもちろんのこと、メーカーや清掃に携わる人、医師、研究者、そして自治体職員など様々な人が集まったと聞いている。具体的な取り組みとしては、11月10日を「いいトイレの日」としてシンポジウムを開催したり、いいトイレを表彰する活動を展開した。先人たちの活動により、日本のトイレは飛躍的に改善が進んだ。これまでの取り組みを大きく分類し、主な改善ポイントを表1に示す。ちなみに、私がこの活動にかかわったのは1997年からであり、第3次活動をより活性化させるための母体として、2009年に「特定非営利活動法人日本トイレ研究所」を設立した。

空間・設備的に一定の改善は進んだものの、まだまだ課題もある。トイレはすべての人がかかわるテーマであり、生活や社会のあり方と深く関係している。そこが魅

表1 トイレ改善のポイント

時期	内容
第1次活動 (1984～1994)	公衆トイレが抱える問題に光をあて、タブーからの脱却を図る【脱却】
第2次活動 (1995～2005)	公衆トイレだけでなく、学校や災害時、自然地域へとトイレ改善活動のフィールドを広げる【展開】
第3次活動 (2006～2016)	トイレ問題を社会的課題として位置づけ、行政と企業と市民が連携するプロジェクトとして取り組む【共創】

力であり、難題でもある。

本稿では、これまでの活動を踏まえ、トイレからの社会づくりと成長戦略について考えてみたい。

国が提案するトイレ施策

2014年11月、内閣官房すべての女性が輝く社会づくり推進室は、暮らしの質の向上に向けたトイレに関する国民からの提案募集を実施した。そこに寄せられた内容としては、「行列の解消」「広さ」「明るさ」「お年寄りの使いやすさ」「子連れでの使いやすさ」「床のきれいさ」「災害時の衛生状態の向上」「防犯ブザーの設置」等があった。これからのトイレは、機能の確保から質の向上へと進化することが期待されている。

これを受けて2015年5月、有村治子女性活躍担当大臣の下で開催された「暮らしの質」向上検討会において提言が発表された。この提言では、「排泄」は人間の尊厳にも関わる行為であり、個々人の暮らしの質に強く影響を与える重大事であると位置付けている。また、トイレの清潔性、快適性、安全性を向上させることが重要であることに加え、外交、成長戦略、防災、地方創生の観点からも重視し、快適なトイレを増やすための各般の取り組み「ジャパン・トイレ・チャレンジ」を実施すべきと示した。具体的には、表2に示すとおり6つの施策となっている。

国がトイレに関して全体的な方針を示したことは、少なくともこれまでの30年間では初めてである。この貴重な取り組みを社会に定着させることが必要である。トイレ

表2 ジャパン・トイレ・チャレンジの施策

項目	内容
① 快適性・清潔性・安全性についての施策	・表彰・事例集の作成、トイレ情報の提供 ・トイレに関する「基本的な考え方」の提示 ・学校や公園等のトイレ ・公衆トイレの安全性の向上 ・トイレにおける広告掲出 ・女性の職域拡大
② 国際貢献	・ODAを活用した途上国支援等 ・女性が輝く社会に向けた国際シンポジウム(WAW! 2015)
③ 成長戦略・経済成長	・国際規格の開発 ・訪日外国人向け魅力発信 ・クールジャパン
④ 防災	・避難所のトイレの改善 ・避難所のトイレのモデルケースの提示
⑤ 地方創生	・地方の公共トイレ改善に向けた好事例の発信 ・広告収入を活用した地方の公共トイレの維持管理の強化
⑥ ユニバーサルデザイン化の推進	—

の改善は、トイレそのものを改善することだけが目的ではない。トイレは生活そのものであり、それぞれの暮らしや社会が抱える課題が凝縮している。だからこそ、みんなで話し合うことに意味がある。トイレの改善をきっかけに、その先にある健康づくり、都市づくり、地域創生、国際平和などにつなげていきたい。

世界をもてなすトイレプロジェクト2020

国が立案した「ジャパン・トイレ・チャレンジ」を具現化していくためには、公共トイレの設置・管理者である地方自治体や民間企業等、トイレをつくる設計者やメーカー、そして利用者とのコラボレーションが必要である。

日本トイレ研究所は2014年11月に「トイレに、愛を。フォーラム(写真1)」を開催し、2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向けて、文化や性、障害などにかかわらず、すべての人が使いやすいトイレ環境を目指す「世界をもてなすトイレプロジェクト2020」をスタートさせた。このプロジェクトでは、トイレの困りごとに関する声を集めるアンケートを実施し、目標とした2020件を上回る声を集めることができた。

このアンケートで明確になったことが3つある。1つ目は、トイレへの要望で最も多くあげられたことは清潔の保持であるということ。汚れにくい、掃除しやすい、きれいに使いたくなるトイレのあり方を追求する必要がある。これは、世界の衛生問題の解決にもつながる。

2つ目は、日本のトイレは二極化しているということ。商業施設等のトイレは顧客サービスの一つとして位置づけられ、集客や顧客満足度、事業収入に貢献することが期待されているため、利用者のニーズにあわせて



写真1 保健・廃棄物の専門家、盲導犬ユーザー、LGBT団体、外国人、車椅子ユーザーでトイレについて話し合ったパネルディスカッション

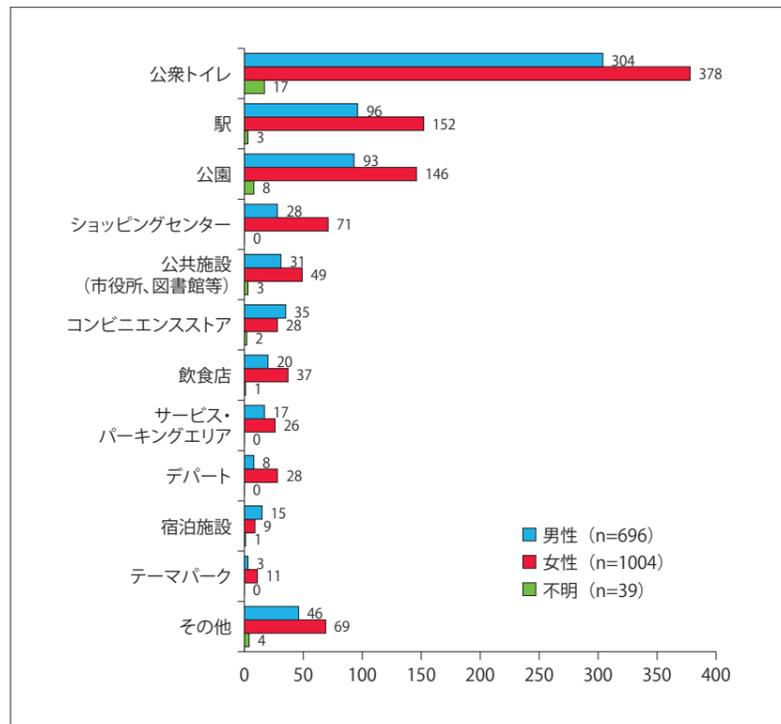


図1 改善すべきトイレの種類

改善が進む。一方で公衆トイレは、まちの清潔の維持に欠かせない重要な施設ではあるものの、収入は生まない。それどころか、清掃費、補修費、光熱費など、費用は出ていくばかりである。そのため、改善が思うように進まない。今回のアンケート(図1)で改善すべきトイレとしてあげられたトップ3は1位「公衆トイレ」、2位「駅のト

イレ」、3位「公園のトイレ」であった。

3つ目は、トイレの困りごとは多様化しているということ。高齢者、乳幼児の保護者、妊産婦、異性の介助、視覚障がい者、肢体不自由者、車いす利用者、内部障がい者、外国人、トランスジェンダーなど、トイレの困りごとはそれぞれ異なる。数少ない多機能トイレでこれらのニーズを満たすことは困難である。また、訪日外国人旅行者は2014年に初めて年間1,000万人を超え、2015年はそれを上回り過去最高となっている(図2)。今後も増加を目指しているため、文化や宗教にも配慮した多様化が一層重要になってくる。

そこで、2016年2月に「TOILET NIPPON」というサイトを立ち上げて、トイレの困りごとを解決するための活動をはじめた。トイレの困りごとを紹介すると同時に、それを解決するためのアイデアや工夫、事例などを募集し

ている。なかでもトイレの困りごとを伝えることは丁寧に実施していきたい。なぜならば、トイレの困りごとを知ることが、その人を知ることであり、多様性に配慮した社会づくりの学びにもなると考えているからだ。

たとえば、「床がぬれていたり汚れていたりすると、車いすに水や汚れがついてしまう。汚れたタイヤがぐるり

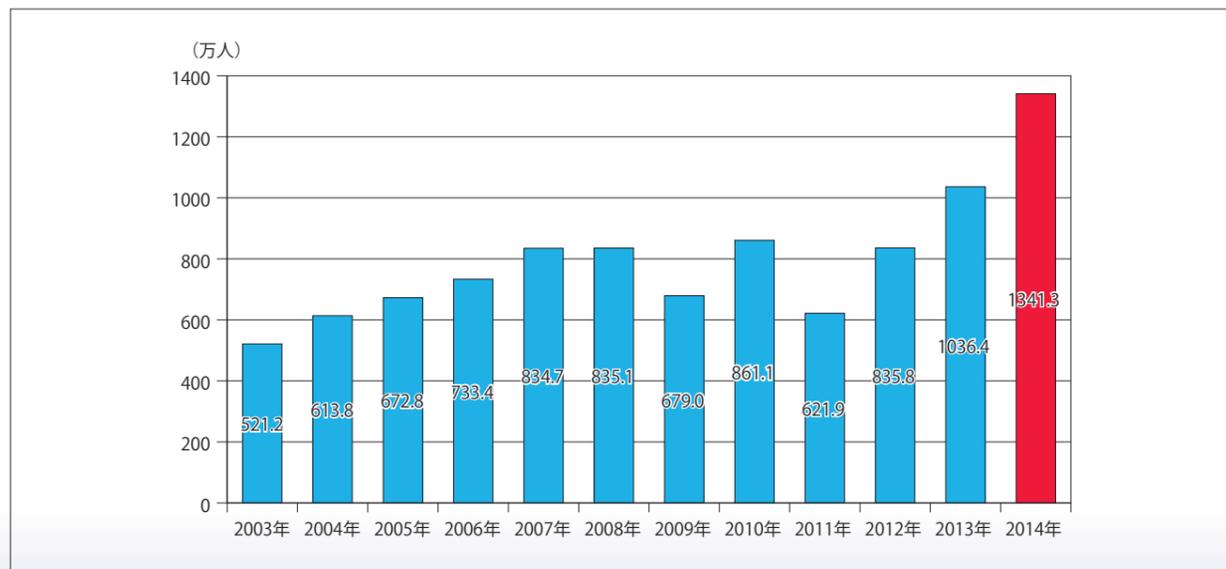


図2 訪日外国人旅行者数の推移(出典:平成26年度観光の状況『観光白書』)

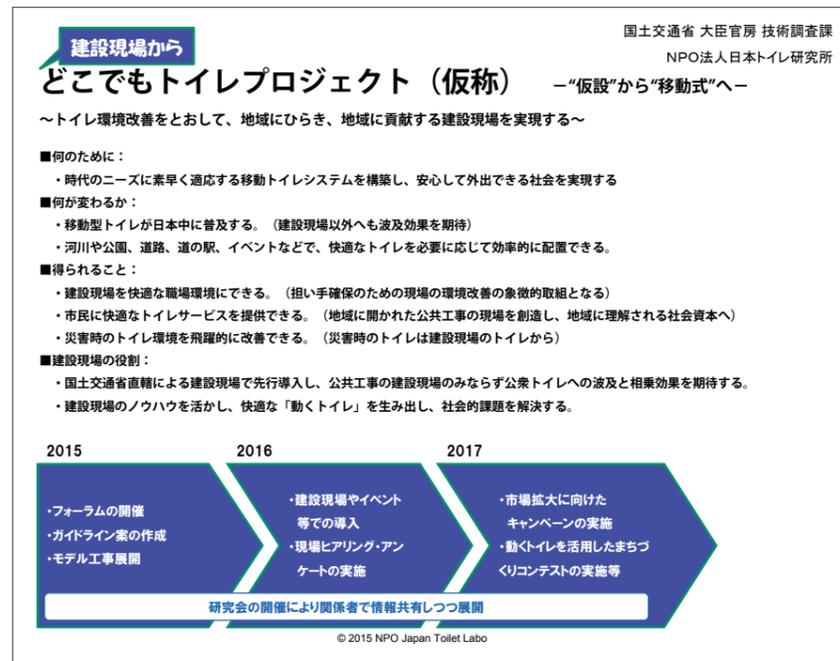


図3 「誰でもトイレプロジェクト」の概要

と回り、手や洋服を汚すことになるから困る」「ぬれた床に、パートナーである盲導犬を伏せさせるのがいやだ」という困りごとを知ることで、車いすユーザー、盲導犬ユーザーに何をサポートすべきかが明らかになる。また、困りごとを共有することは、様々な改善方法や配慮方法の創出にもつながるし、トイレのマナーアップにもなるのではないだろうか。

建設現場トイレの挑戦

日本のトイレは、次のステージに向けた進化が期待されている。例えば、暖房便座や温水洗浄便座などの高機能化、様々なニーズに応えるユニバーサルデザイン化、排泄介助等としてのロボット化などである。これらはいずれもトイレの成長戦略として重要なテーマである。

その一方で、世界の約25億人は衛生的なトイレを使用できない状況にあり、約10億人が依然として屋外排泄を強いられている。衛生的なトイレがないことは、水源汚染や周辺環境が不衛生になることで、多くの子どもたちの命を奪うことにつながる。ユニセフの調査によれば2012年に下痢が原因で亡くなった5歳未満の子どもは約58万人にもものぼる。命を守るためのトイレ整備は急務である。この課題に関しても、日本が有するトイレ・し尿処理技術への期待は大きい。この期待に応えられる可能性を秘めている分野の一つが建設現場

の仮設トイレだ。

建設現場は下水道に接続ができない場所も少なくないため、新たな技術開発が求められている。臭気対策や維持管理性に優れ、かつ快適で移動可能なトイレを実現することができれば画期的である。今、日本の建設現場は働く環境改善の一環として、トイレ改革に取り組んでいる。トイレの改善は、魅力ある建設業につながっていくと考えられているからである。また、建設現場で使用されている仮設トイレは、イベントや河川敷、また災害時等にも活用されるため、この取り組みがもたらす波及効果は大きい。国土交通省と日本トイレ研究所は、この取り組みを「誰でもトイレ

プロジェクト」として、推進したいと考えている。必要なとき必要な場所に、必要なだけ快適なトイレを提供する仕組みづくりが求められている。世界各国から多くの人々が来日する2020年の東京オリンピック・パラリンピックが、そのお披露目の場になったら素晴らしい。そして、2020年を機に日本の仮設トイレが世界のスタンダードとなり、国際イベントや自然地域を中心にした観光地等への普及、災害時支援や途上国の衛生支援に貢献することを期待したい。

トイレの未来に向けて

日本のトイレはさらなる進化を遂げようとしている。この動きを加速させ、成長戦略のテーマとして確固たるものにしていくためには、新技術開発への挑戦が不可欠である。たとえば、医療業界と連携して大小便から健康情報を取得するトイレのビッグデータプロジェクト、大小便を家庭レベルで瞬時に資源化するバイオプロジェクト、さらには、宇宙ステーションや他の惑星での使用を想定した宇宙トイレプロジェクトなどが考えられる。いずれも壮大なテーマであるが、実現不可能ではない。また、これらに取り組むことで、水洗トイレを超える技術が生まれるかもしれない。トイレの枠を超えて、様々な分野・業界と交流しながら、次世代の社会づくりに貢献したいと考えている。