

25年前に、銀座松屋とINAX(現LIXIL)が企業イメージの再生と来店者拡大を目的に行ったトイレ改修は、関係者にとってインパクトのある出来事でした。それは、女性が外出先でニーズに合ったトイレがないことを受けて、カラフルでデザイン的にも質の高い魅力的空間を出現させ、陰鬱で均一だった場所が大いに変わる可能性があることを示してくれました。その後、女性の社会進出や商業界の過酷な競争などの時代となり、多くの商業施設がトイレ改修に取り組みました。そして、商業施設においてトイレがきれいなことは当たり前になり、機能を超えて休憩室を兼ねた魅力的空間づくりが盛んになりました。この間、その時代背景や価値観も変化しました。今、トイレに何が求められているのか、ここからどこに行くのか、を考えている中での「カラフルタウン岐阜」の設計依頼でした。

我々の行動パターンに“ついでに…する”という現象があります。排泄は誰にとっても必然性があり、そこに“ついでに”を絡ませると、それが集客性につながります。

カラフルタウン岐阜のSC(ショッピングセンター)もその成り立ちにおいて“ついでに”を利用した

ものです。車を買おうとする時、日常の買い物と結び付けることで購買力を誘発しようというわけです。吹抜けになった店舗の向かいに、20台近くの車が並んでいて、ついでに見て、試すことができます。ここは、トヨタ自動車が全面出資した会社が運営しています。トイレは2ヵ所依頼され、1ヵ所はグルメタウンの横で、ユニバーサルデザインとパウダーコーナーの充実、駐車場からの入り口に近いということから安全性の確保がテーマでした。そのため、内部は死角のない見通しの良い平面計画ですが、そうすることで、ともすると機能的になりがちな空間を、中心の手洗いと豪華な花でおもてなしの心を表出しています。

もう一ヵ所は、先述した車の並んだ吹抜け空間に直行した面にあります。我々はこの空間を老若男女、子連れファミリー、障害を持った人たち、誰もが使いやすく休憩できる“みんなのトイレ”をテーマとしました。特にファミリー対応については、乳児期のおむつ替え・授乳、幼児期の子どもトイレに加え、子どものプレイルームをつくりました。男親も女親も祖父母も、子どもにかかわる親が1人ででも何人でも、楽しく心豊かに使えるよう、細やかな工夫がありま

す。機能面からプライバシーのある場所も必要で、そこにも配慮しながら設計しましたが、基本的には開放的で他家族との交流も自然体できるように考えました。子どもトイレは車のトイレにして、便器が運転席に、後ろ座席は子どもを介助する親を見立て、トイレタイムをドライブタイムと想定しました。人気が高く、開店当初は車トイレで40家族待ちと依頼先からうれしい報告がありました。

我々は、ファミリートイレとしては20年前くらいから設計していましたが、内容の充実したファミリートイレづくりは初めてでした。しかし、最近、このような要請が多いのは、子育てを両親で行うことが定着した表れなのでしょう。ちなみに、きれいなパウダーコーナーを改修し、ファミリートイレに…という希望さえ出現してきました。求められるトイレのニーズは、社会の変化に影響を受け、変わってきているようです。

こぼやしじゅんこ — 設計事務所コンドラ代表 / 日本女子大学家政学部住居学科卒業。現在、文化学園大学非常勤講師、日本トイレ協会理事。

主な作品：滑川市立西部小学校[2005]・東京メトロ銀座線三越前駅[2006]・大丸東京店[2007]・博多駅ビル[2011]のトイレ設計、千代田区秋葉原有料公衆トイレ[2006]など。



1 — みんなのトイレ入り口 | 2 — 子どもトイレ | 3 — 子どもトイレブース
4 — おむつ替えコーナー | 5 — 男子トイレ | 6 — グルメタウントイレ [写真6点とも：滝田フォトアトリエ]