

第21回「トイレ川柳」結果発表

ネオレスト賞（最優秀賞）

「知らんやろ 出た快感を AIは」

TOTO株式会社（本社：福岡県北九州市、社長：田村 信也）は、第21回「トイレ川柳」の入賞作品[ネオレスト賞（最優秀賞）（1句）／トイレと健康賞（1句）／仲畑貴志賞（3句）／優秀賞（9句）／中学生・高校生賞（3句）／キッズ賞（3句）／佳作（20句）]を決定しました。

2025年6月16日（月）から8月25日（月）までの期間、トイレにまつわる川柳を募集し、今回過去最高となる**40,925句が集まりました**。第1回より「トイレ川柳」の審査員を務め、初代ウォシュレット※1の販売キャンペーン広告「おしりだって、洗ってほしい。」のコピーライター・仲畑貴志氏に選考いただいた結果、「ネオレスト賞（最優秀賞）」には「**知らんやろ 出た快感を AIは**」が選ばれました。また、今回2025年8月に発売したウォシュレット一体形便器「ネオレストLS-W」と「ネオレストAS-W」にセンサーで便の状態を読み取り、便の形や色、量を自動計測する新機能を搭載したことから、「健康に寄り添う」という新たな価値を提案したいという思いで設けた「トイレと健康賞」には「**新機能 かかりつけ医に なる未来**」が選ばれました。



トイレ川柳は毎年幅広い年代から応募があり、計21回での累計応募総数は**約60万句**になります。今年の傾向として、家族や人生の句に加えて、AIなど最新テクノロジーをテーマにした句が特徴的でした。応募作品は、時代と共に変化するライフスタイルを映す鏡になっているようです。

受賞20句（佳作以外）については、**トイレトペーパー型川柳集『第21回トイレ川柳大賞』**〔希望小売価格（予定）：350円（税込）〕に掲載し、**2025年11月10日（トイレの日※2）にTOTO出版より発行予定です**。


※1:「ウォシュレット」はTOTO株式会社の登録商標です。 ※2:11月10日は「いいトイレ」と読めることにちなみ、日本トイレ協会が1986年に制定した「トイレの日」です。


受賞作品

（）内は雅号（ペンネーム）

ネオレスト賞（最優秀賞）・・・1句	
<p>知らんやろ 出た快感を AIは</p> <p>（あっちゃん）</p>	<p>■賞品 タンクレストイレ 「ネオレストLS」 （きれい除菌水※3 搭載） または賞金20万円</p> 
トイレと健康賞・・・1句	
<p>新機能 かかりつけ医に なる未来</p> <p>（にしくん）</p>	<p>■賞品 コンフォートウェーブシャワー 3モード（ミスト）シャワー ※シャワーヘッドのみ</p> <p>ウルトラファインバブルを含むミスト吐水モード「ナチュラルケアミスト」を搭載し3種類の吐水切り替えができるシャワーヘッドです。</p> 

※3:きれい除菌水は、汚れを抑制するもので清掃不要になるものではありません。実使用環境での除菌効果は確認できていません。すべての菌を除菌できるわけではありません。きれい除菌水の詳細は、TOTO ウェブサイト (<https://jp.toto.com/products/toilet/neorest/>) をご参照ください。

仲畑貴志賞・・・3句	
<p>紙もって 白馬に乗った 王子来て (ピンクのポスト)</p> <p>君ん家(ち)の トイレ又来て いいかなあ (けんけん)</p> <p>孫とじい トイレ争う 仲になる (あーちゃんおーちゃんのじいじ)</p>	<p>■賞品 TOTOオリジナルグッズ(3点セット)</p>  <p>超ミニチュア便器 ネオレスト 第21回川柳集 キーリング 20個 写真は第20回の川柳集</p>


優秀賞・・・9句	
<p>音姫を 使う娘に 成長し (ヒメママ)</p> <p>もう一度 生き直そうと トイレ出る (三郎)</p> <p>長居して 家族が騒ぐ 90歳 (ハルル)</p> <p>気になると 恋と尿意は 加速する (ぽこ雲斎)</p> <p>社長にも ズボン脱がせる すごいやツ (中年やまめ)</p> <p>音姫を 押してた妻は 今どこに (となみ)</p> <p>公衆の トイレは町の 通知表 (ショクドー)</p> <p>今年こそ トイレに貼ろう 入選句 (川瀬さん)</p> <p>ウォシュレット「キレイ」「癒し」の ニ刀流 (まっちゃん。)</p>	<p>■賞品 携帯ウォシュレット</p> <p>いつでもどこでも 携帯できるおしり洗浄器 「携帯ウォシュレット」</p> 

中学生・高校生賞・・・3句	
<p>トイレまで「合格必勝」貼るな母 (ともきっず)</p> <p>紙がない Wi-Fi あるのに 紙がない (ずっと待ってるよ)</p> <p>なぜ笑う 君もトイレは するだろう (トイレで考える人)</p>	<p>■賞品 QUOカード5,000円分</p>

キッズ賞(対象:小学生以下)・・・3句	
<p>大統領 アイドル来ても 先着順 (たこわさ)</p> <p>うちのねこ 朝のトイレに ついてくる (るなこ)</p> <p>すわるとき スカートひらり プリンセス (えまり)</p>	<p>■賞品 こども商品券5,000円分</p>

佳作・・・20句	
<p>またおいで 言われたような また来ます (フクタケ)</p> <p>ある意味じゃ トイレのドアも 非常口 (ぴょん)</p> <p>もう行けぬ 流し忘れた 彼の家 (まどん)</p> <p>おむつから やっとトイレで もう巣立ち (びなぽ)</p> <p>押しトイレ わざわざ階を 移動する (楠木祐)</p> <p>まごたちに トイレ取られて 二つにし (マガ爺)</p> <p>試合前 弱気を流す 水の音 (はまにしばんだ)</p> <p>早くして ピンチはチャンス なんて嘘 (パーコ)</p> <p>新しい トイレに変えて 孝行す (ただ今掃除中)</p> <p>冷戦も 夜中のトイレは 譲り合い (カジ)</p> <p>カギかけて 心のカギは 外す場所 (ナカジマ)</p> <p>握力の 最高記録 出るトイレ (さごじょう)</p> <p>社のトイレ 穴場の階は 教えない (水瓶座)</p> <p>数時間 待った気がする ドアの前 (イブキング)</p> <p>恋をして 花を一輪置く トイレ (汐海 岬)</p> <p>試したら 二度と戻れぬ 紙の世へ (ゆかり)</p> <p>トイレ二個 「要るかな」「要るよ」 要りました (コタラフ)</p> <p>どうしても 川柳ペーパー 使えない (たかちゃん)</p> <p>リフォームは まずトイレだと 全社員 (さっぱり)</p> <p>時代劇 どんなトイレか 気になって (T字アンバランス)</p>	<p>■賞品</p> <p>QUOカード1,000円分</p>

上記の結果一覧はTOTOウェブサイトでも公開しています。

TOTOウェブサイト	https://jp.toto.com/knowledge/useful/senryu/top/	
------------	---	---

※川柳・雅号(ペンネーム)の表記はすべて、応募者の表記通りです。

※作品の著作権は、TOTO株式会社に帰属しています。法令で認められている場合を除き、転載使用はご遠慮ください。

仲畑貴志氏選評

TOTOトイレ川柳、第21回の「最優秀賞」は「知らんやろ 出た快感を AIは」(あっちゃん)に決定いたしました。わたしたちの生活のあらゆる場に関与するAI。その範囲は、これからますます増大して、どこまでがヒトの意思かが問われる時代が来ることでしょう。でもAIは、喜怒哀楽という言葉と表現は可能でも、肉体感をとまなう実感を得ることはむずかしい。あっちゃんさんのこの句は、トイレから、人類とAIの関係性を考える大きな表現と言えるでしょう。今回設定された「トイレと健康賞」は「新機能 かかりつけ医に なる未来」(にしくん)。日々接することから、トイレは身体データの宝庫です。未来のトイレはどうなるだろう？想像するだけでも、ワクワクしますね。「仲畑貴志賞」は、オチャメな句が評価される傾向があります。あとで、思い出し笑いを誘うようなら大成功。入賞作は、それぞれ視点がユニークで、見事入賞となりました。「中学生・高校生賞」と「キッズ賞」は、その世代ならではのテーマで詠まれた句が目を楽しませました。さまざまな言葉を頭の中で動かして句を考える。それは、身体に運動があるように、心の体操と言えるでしょう。心と身体の適度な活動は、きっとすこやかな日々につながるでしょう。どうぞ、みなさま、健康なお通じとともに、お元気で。



仲畑貴志
コピーライター

1947年京都市生まれ。日本の広告界を代表するコピーライター。代表作に、ウォシュレットの販売キャンペーン広告「おしりだって、洗ってほしい。」や「ココロも満タンに、コスモ石油」など。毎日新聞の人気コーナー「仲畑流万能川柳」の選者としても知られる。

応募者の傾向

トイレ川柳は毎年子どもから大人まで、幅広い年代の方から応募があります。30代以上の方からの応募が多く、特に30～40代の方の割合が高い傾向がここ数年続いています。今年は4万句前後の応募があり、おかげさまで計21回での累計応募総数は、約60万句になりました。

(%)

年代	応募比率
12 歳以下	1.6
13～19	3.8
20～29	8.6
30～39	19.4
40～49	18.7
50～59	16.1
60～69	16.6
70 歳以上	15.1

共通価値創造戦略 TOTO WILL2030

きれいと快適・健康



環境



人とのつながり



「社会的価値・環境価値」と「経済価値」を同時に実現する共通価値創造戦略 TOTO WILL2030 では、「きれいと快適・健康」「環境」「人とのつながり」を取り組むべき重要課題「マテリアリティ」としてサステナビリティ経営を強化し、国連の「持続可能な開発目標(SDGs)」にも貢献していきます。

<https://jp.toto.com/company/profile/philosophy/managementplan>