

誰もが使いやすく、リフレッシュできる先進的なオフィストイレ 「nagomuma restroom」が誕生 ～7月21日(水) TOKYO TORCH 常盤橋タワー3階にグランドオープン～

TOTO株式会社(本社:福岡県北九州市、社長:清田 徳明)と三菱地所株式会社(本店:東京都千代田区、社長:吉田 淳一)とのコラボレーションで誕生した、身体と心をリフレッシュできる先進的なオフィストイレ「nagomuma restroom(読み:ナゴムマ レストルーム)」がTOKYO TORCH 常盤橋タワー3階に7月21日(水)、オープンします。

TOTOは1980年代より、建築の専門家の皆さまと共創して、きれいで快適なパブリックトイレ^{※1}空間を提案し続けてきました。昨今、オフィストイレ空間に求められる機能は多様化しており、仕事のモチベーションにトイレが大きく影響するという調査結果^{※2}もあります。用を足すだけのトイレ空間ではなく、「**気分を切り替える場所**」としてリフレッシュできる**トイレ空間**が求められています。今回、**三菱地所株式会社とのコラボレーションにより、誰もが使いやすく、イキイキと働くための“未来のオフィストイレ”をテーマに協議を重ね、リフレッシュの場となるトイレ空間「nagomuma restroom」が誕生しました。**

「nagomuma restroom」は“誰もがほっと一息ついて「和む」ことができる”をコンセプトに、左右の広がりと包まれ感のある**特徴的な六角形ブース**に加えて、**照明とサウンドの演出によってリラックス効果を高める仕掛け**を取り入れています。**内装デザインは4種類用意し、気分と好みで選べます。個室内で用足し・手洗い・身支度ができる個室完結型**となっており、**多様なワーカーのプライバシーを守り、様々な利用目的で使用できます**。また、6月に発売した**トイレ器具をIoTで管理する「パブリックレストルーム設備管理サポートシステム」**が初導入されており、利用者は空き状況を入り口のサインージで確認してトイレを使用でき、管理者は効率的にトイレの維持・管理を行えます。

TOTOは、ユーザー視点に寄り添い、社会的なニーズを取り込みながら、パブリックトイレにおける、“きれいで快適なトイレづくり”を進めてきました。これからも、オフィスの価値を高める、清潔・快適で環境にも配慮したオフィストイレ空間を提案し、日本のきれいなトイレづくりに貢献します。



「nagomuma restroom」入口 [撮影:傍島利浩]
人を和ませ、また次のアクションへとつなげていくことから、「循環する心の輪=和」をコンセプトに誕生



心身ともにリフレッシュできるトイレ
4種類の内装デザインを用意し、照明と音を組み合わせるリフレッシュできるトイレ空間を提供



「nagomuma restroom」ロゴ

「nagomuma restroom」のポイント

- (1) 心身ともにリフレッシュできるトイレ
 - ・左右の広がりや包まれ感のある六角形ブース、4種類の内装デザイン
 - ・照明とサウンドを合わせた演出でリラックス効果を高める
- (2) 様々な利用目的に対応できるトイレ
 - ・多様なワーカーが様々な用途で使用できる、個室完結型
 - ・2箇所のフレキシブルブースは、利用状況に応じて男性/女性用に可変
- (3) IoT活用で利用者・管理者の利便性を向上
 - ・「パブリックレストルーム設備管理サポートシステム」導入の初現場

※1: 商業施設、交通施設、オフィス、学校など、住宅以外のあらゆる施設のトイレをTOTOではパブリックトイレと呼んでいます

※2: 調査:「オフィス水まわり意識調査」TOTO調べ(2018)より(調査詳細はp2をご参照ください)

「nagomuma restroom」設置場所

1:「TOKYO TORCH」プロジェクトについて

三菱地所株式会社による「TOKYO TORCH」プロジェクトは、東京駅日本橋口前に位置する常盤橋街区で10年超にわたって進められている再開発です。プロジェクト内の大型ビルのひとつ、常盤橋タワーは2021年6月30日に竣工しました。

2: 常盤橋タワーの施設構成説明

地上38階建ての常盤橋タワーは、多様なワーカーがイキイキと過ごすことを目指した、「働く」を発信する場所です。B1階～3階が商業ゾーンになっており、3階はビル就業者向けの共用スペースである、カフェテリアラウンジ「MY Shokudo (まいしょくどう)」があります。今回、三菱地所とのコラボレーションで誕生した「nagomuma restroom」は、一般の利用者と多様なワーカーをサポートするトイレ空間として3階に位置しています。



常盤橋タワー外観
[撮影:川澄・小林研二写真事務所]

常盤橋タワー3階トイレ「nagomuma restroom」概要

名称	nagomuma restroom (読み:ナゴムマ レストルーム)
所在地	東京都千代田区大手町2丁目、中央区八重洲1丁目 常盤橋タワー3階
施行者	三菱地所株式会社
設計・施工	株式会社三菱地所設計(監修)／TOTO株式会社・TOTOアクアエンジ株式会社(企画・設計) 戸田建設株式会社(施工)
3階トイレ概要	男女切り替え可能ブース=個室2室／女性トイレ=個室5室／男性トイレ=個室2室、小便器4台、洗面2台

<背景> オフィストイレの役割の変化

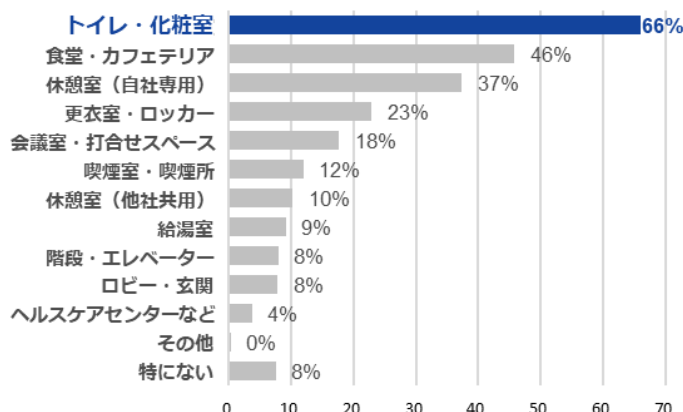
昨今、働き方改革などの職場環境の変化を受けて、オフィスワーカーのトイレに対するニーズも変化しています。TOTOの調査※3では、仕事のモチベーションに影響する場所の第1位が「トイレ・化粧室」で、「食堂・カフェテリア」「休憩室」「更衣室」などを上回って約7割のオフィスワーカーが「トイレ」を仕事のモチベーションに影響する場所として重要視していることがわかりました。

また、オフィスワーカーの半数は「トイレで気分を切り替えたい」と感じており、特に20代～30代の若年層では約7割に上っています。年代が若いワーカーほど、トイレを気分転換の場所に使っている傾向が見えます。

上記の調査結果から、オフィスにおけるトイレは単なる用足しの場ではなく、「気分の切り替え」「リチャージ」の場としての役割を担っています。オフィスワーカーにとって「トイレの快適性」が仕事のモチベーションに重要な役割を果たしていることがうかがえます。

※3:「オフィス水まわり意識調査」TOTO 調べ(2018)より

Q:あなたが業務を行う執務スペース以外で「この場所の快適性が仕事のモチベーションに影響する」と思う場所は?(上位3つまで回答)



出典:「オフィス水まわり意識調査」
TOTO調べ(2018) n=1041

「nagomuma restroom」の誕生

「nagomuma restroom」は三菱地所より、TOKYO TORCHプロジェクトにて“未来のオフィストイレ”を共に創りたいとのオファーから始まりました。働き方が大きく変わっていく中で、今後のオフィスにおけるトイレの在り方を考え、ワーカー目線のトイレ空間を追求した結果、気持ちを切り替え心身ともにリフレッシュできるオフィストイレ「nagomuma restroom」が誕生しました。

人と人が繋がるコミュニティスペースにおいて、トイレは唯一心や身体を休めることのできるプライベート空間として、用を足すだけではない多用途空間へと移り変わっています。

例えば「会議前、眠くならないように気合いを入れる」「プレゼン前、身だしなみチェックをして心を落ち着かせる」「外出から帰社後、デスクワークの為に頭を切り替える」など、あらゆるシーンで気持ちを切り替え、ほっと一息つき、次のアクションにつなげていくトイレ空間を目指しました。

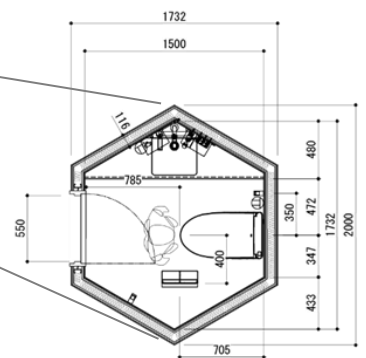


「nagomuma restroom」の主な特長

【1】心身ともにリフレッシュできるトイレ

■六角形ブース

特徴的な六角形のブースは、通常の四角形と比べて広がり感と包まれ感があり、リラックス効果を高めます。「働く人の気分を切り替える」トイレに相応しい形状です。

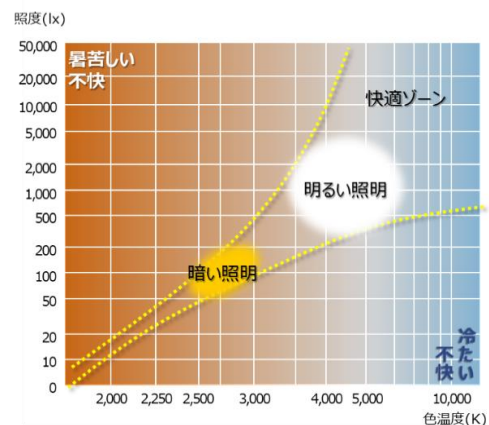


■照明&サウンド～視覚・聴覚でのリラックスによるリフレッシュ～

視覚・聴覚によるリラックス効果を狙い、照明とサウンドの仕掛けを取り入れました。トイレブースに入室すると、天井・鏡・足元照明が点灯し、便座に座るとサウンドが流れ、リラックス演出が始まります。人が快適に感じる「色」と「明るさ」のバランスが取れた照明を取り入れ、サウンドは4種類の内装デザインに合わせた音源が流れます。



サウンド(水の流れる音や、鳥のさえずり等)が流れ、天井・鏡・足元照明が点灯



クルーゾフ曲線※4内の快適ゾーンの照明を使用

※4 オランダのクルーゾフ博士が測定した色温度と照度の快適曲線

■4種類の内装デザイン

リラックスを演出する、個性豊かな4種類の内装デザインを採用しました。各内装デザインにはそれぞれコンセプトを設定しています。

くつろぎ…… ブラウン基調の木目調で落ち着きやぬくもりを与え、緊張を緩和します。

いきぬき…… ベージュ基調の優しい色合いの空間で、ほっと安らげます。

おちつき…… 都会的で洗練され、落ち着いた雰囲気が高揚した気持ちを静めます。

ひらめき…… 爽やかなホワイト基調の空間によって、気分を一新し、心と体が冴えわたります。



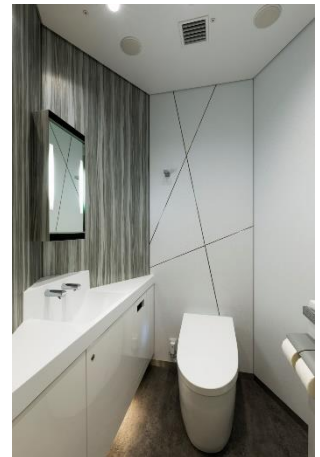
くつろぎ



いきぬき



おちつき



ひらめき

[上記4点写真 撮影:傍島利浩]

【2】様々な利用目的に対応できるトイレ

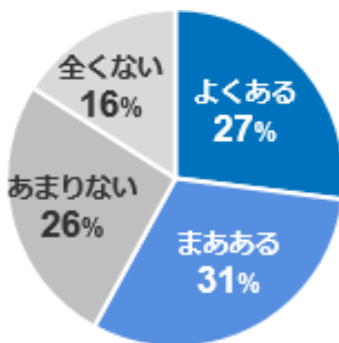
■個室完結型

トイレで「1人で過ごしたい・誰にも会いたくない」と感じているオフィスワーカーは男性約6割・女性約7割と多いことが調査^{※5}からもわかっており、そのようなニーズに応える個室完結型のトイレです。ブース内に洗面カウンターが設置されており、プライバシーを守りながら、用足し後の手洗いや身だしなみの確認まで、共有スペースを使わずに行えます。多様なワーカーが様々な用途で使用できる個室空間です。

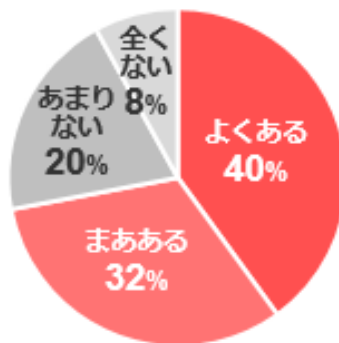
※5:「オフィス水まわり意識調査」TOTO調べ(2018)より

Q:あなたは勤務先(オフィス)のトイレで、用足しから手洗いまで「1人で過ごしたい・誰にも会いたくない」と感じた経験はありますか

男性 (n=520)



女性 (n=520)



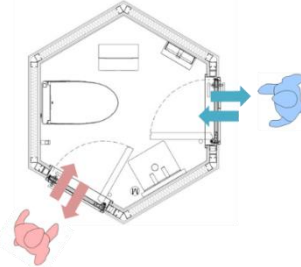
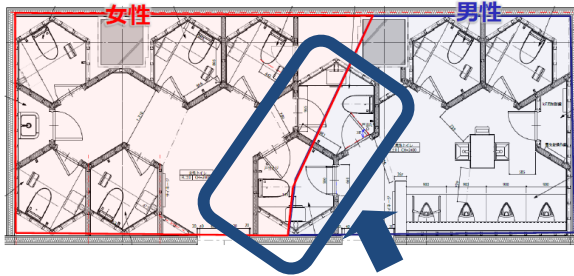
出典:「オフィス水まわり意識調査」TOTO調べ(2018) n=1041



個室の洗面カウンターにて身だしなみのチェックができ、横のカウンターは荷物置きにもなります。

■フレキシブルブース

中央2カ所のトイレ空間は、六角形の2辺にドアがついており、男女ブースの切り替えが可能なフレキシブルブースとなっています。混雑度のデータを分析しながら、男女ブースを切り替えて使用できます。



フレキシブルブース(中央2カ所)

【3】IoT活用で使いやすいオフィストイレ

2021年6月発売の「パブリックレストルーム設備管理サポートシステム」が導入されており、利用者向け、施設管理者向けの以下2つのサービスが導入されています。

■空き状況表示サービス

トイレの空き状況を男子トイレ・女子トイレ入口のサイネージで確認することができるため、空いている個室、好みの空間デザインを選択して利用できます。



男女トイレの入り口に設置

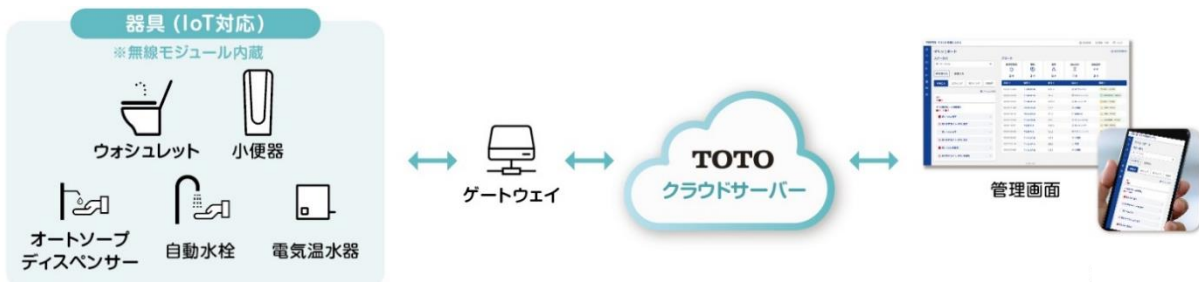


空室ありの場合(左)と満室の場合(右)

■設備管理サポートサービス

IoTの活用により、トイレの器具の状況がリアルタイムに分かり、設定を遠隔で変更できるため、施設管理者の負担軽減を実現するサービスです。

例えば、水石けんの残量が管理画面でリアルタイムに把握できるため、効率的に補充できます。また、「ウォシュレット^{※6}」の温水や便座の温度設定、手洗いの湯温の設定を管理画面で一括変更できるので、従来は現場で一台ごとに設定を変更していた移動や作業時間を削減します。また、利用状況の長期的なレポートによって、清掃の最適化や修繕計画を立てることができます。



※6:「ウォシュレット」は TOTO 株式会社の登録商標です。

地球環境に配慮した「サステナブルプロダクツ」

TOTOは、「きれいと快適」「環境」を両立するTOTOらしい商品を「サステナブルプロダクツ」と定義し、これらの商品を普及させることによって、地球環境に配慮した、きれいで快適・健康な暮らしの実現に貢献していきます。

■「nagomuma restroom」で採用されている「サステナブルプロダクツ」



ウォシュレット一体形便器

ネオレストAH

【きれいと快適】フチなし形状/トルネード洗浄/セフィオンテ外/きれい除菌水
【環境】節水(4.8L以下)/節電

美しいデザインと先進テクノロジーを搭載したTOTOの高級シリーズ。直線的な美しいフォルムは様々な空間と調和し、TOTO独自の「きれい除菌水」で便器・ノズルを除菌し、汚れや臭いの発生を抑えます。また、オート洗浄・オート開閉機能により、自動でトイレを洗浄し、フタが閉じる為、タッチレスで衛生的にトイレを利用できます。



自動水栓(個室)

ツインデッキカウンター(ボウル一体タイプ)

【きれいと快適】タッチレス
【環境】節水

自動水栓・自動水石けん供給栓(オートソープディスペンサー)により、器具に触れずに手洗いを行うことができます。また、手洗いがしやすい広いボウルは、周囲への水はねを抑えます。



小便器(男子トイレ)

UFS900J系

【きれいと快適】タッチレス/きれい除菌水/セフィオンテ外
【環境】節水

センサーとスプレッダー(洗浄水出口)を一体化したシンプルなデザインと、大幅節水を実現した小便器です。少ない水量でも効率的な洗浄ができる新尿石抑制・節水システムにより、尿石の発生やニオイの元となるアンモニアの発生を抑制します。



自動水栓(男子トイレ)

壁掛ハイバック洗面器(コンパクトタイプ)

【きれいと快適】タッチレス
【環境】節水

自動水栓と自動水石けん供給栓(オートソープディスペンサー)により、器具に触れずに手洗いを行うことができます。どのような空間にもマッチするシンプルなデザインです。

新共通価値創造戦略 TOTO WILL2030

きれいと快適



環境



人とのつながり



「環境・社会的価値」と「経済価値」を同時に実現する新共通価値創造戦略 TOTO WILL2030では、「きれいと快適」「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」として経営とCSRの一体化に取り組み、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/ir/individual/vision/index.htm>