

## 作業効率はトイレで変わる。



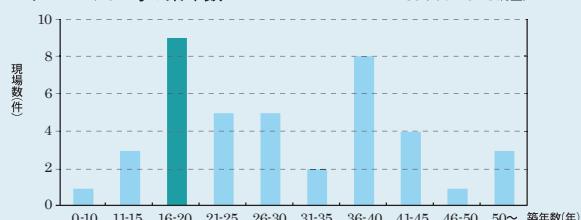
### トイレを見直せば、ワーカーの意識も変わる

トイレは多忙なオフィスワークのなかで手軽に気分転換できる場所。そして質の高いトイレタイムは作業効率を高めるようです。事実、オフィスビルで働くワーカーたちへのアンケートによると、8割以上の人々が「トイレの快適性・清掃性は仕事のモチベーションに影響する」と回答。トイレへの具体的な要望として、「洋式便器」「温水洗浄便座」「小物置き」「自動水栓」「お湯の出る水栓」などの設置を挙げています。

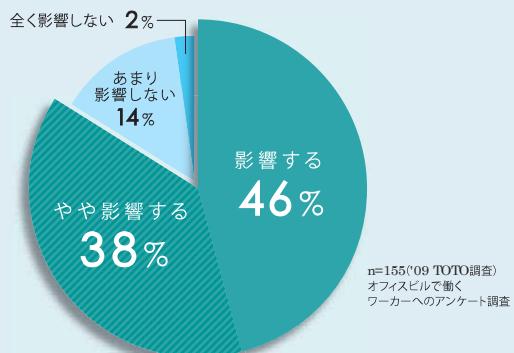
### オフィストイレはいつ改修するもの？

トイレをリニューアルする動機として、かつては水漏れや目詰まり、異臭、商品寿命による作動不良など、配管設備の老朽化が最も一般的でした。つまり、従来は「必要に迫られての改修」が中心であり、更新サイクルは30～40年程度と比較的長期スパンだったのです。しかし近年ではテナントの誘致目的、ランニングコストの低減、環境配慮といった動機が多く、スパンも築20年前後と早い段階でのリニューアルが増加しています。

■リニューアル時の築年数



Q 「トイレ空間」の快適性・清掃性は  
仕事のモチベーションに影響しますか？



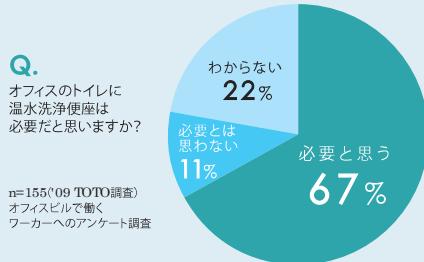
ダブルスキン化による日射負荷低減、設備機器更新、内装全面改修でトイレリモデルを実施。  
男性トイレにも「小物入れ」を設置するなど、すべての利用者に向けた配慮がなされている。

# アンケートでわかる ワーカトイレのあり方

オフィスで働く人々は、トイレに対してどのような意識を持っているのでしょうか。  
ワーカーたちの傾向を知り、プランニングに取り入れてみてはいかがでしょうか。

## いまやオフィストイレに 「ウォシュレット」は不可欠

オフィスでは約7割、工場では約5割の方が職場でも温水洗浄便座を求めています。用を足す場としてだけでなく、リフレッシュを目的としたトイレ整備も進んできています。



Pick Up

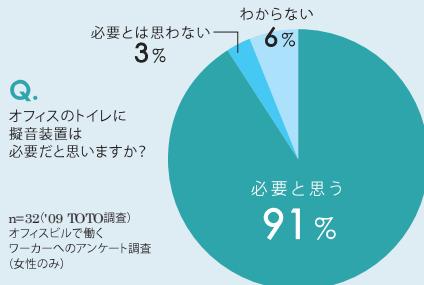


「音姫」を内蔵したパブリック向けウォシュレット。

ウォシュレットPS2 ▶32ページ

## 「音姫」は日本人女性の エチケットという事実

女性は1回のトイレ使用で平均2.3回の水を流すと言われています。女性トイレは特にデリケートな場所。親しい仲間だからこそ使用時の音を聞かれたくないという心理から、オフィスや工場でのニーズは高くなっています。

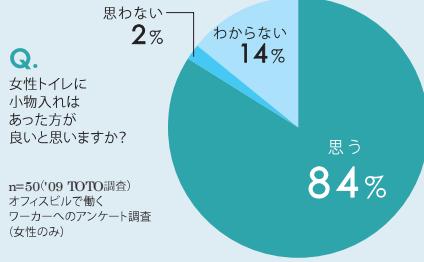


便器に近くと自動で流水音が流れるオートタイプ。

音姫(トイレ用擬音装置) ▶44ページ

## お客様の目に入るトイレは 整理整頓できる小物入れを

PRやCSRの一環として工場見学を受け入れる企業も多く、いまや〈大人の社会科見学〉は一大ブームに。なにかと目に留まりやすいトイレだからこそ、整理整頓の姿勢が重要となってきています。



散乱しがちな歯みがきセットや化粧ポーチなどすっきり収納できる小物入れ。

小物入れキャビネット ▶45ページ

## 歯みがきの習慣で マナー向上＆リフレッシュ

口腔ケアは接客業だけでなく、社会人の基本的な身だしなみのひとつ。ワーカトイレでの歯みがき人口も年々増加傾向にあります。



コップなしで口がすぐれる上向き吐水の歯みがき専用ボウル。

歯みがき器 ▶41ページ

## 環境への取り組みが盛んな工場・オフィスにおすすめの再生水対応商品

▶31ページ

再生水は水資源を有効に活用する半面、器具・設備への負担が問題視されるので、耐腐食性に対応した器具の設置をおすすめします。TOTOでは再生水が給水金具に与える

トラブルを低減するために、専用給水金具を品揃えしています。再生水仕様品には「特殊樹脂コーティング」や「高耐食メッキ」「高耐食性材料」を使用しています。



Pick Up

オートクリーンC  
(再生水仕様)

▶31ページ

[その他の必要な配慮はこちる] .....

快適性

▶4ページ

ユニバーサル  
デザイン

▶10ページ

環境配慮

▶14ページ