

総論

1. 女性が暮らしやすくなる空間とトイレ

- 入口の「食」と同様、出口である「排泄」は、本来最も重要な行為の一つ。人間の尊厳にもかかわり、「暮らしの質」に強く影響。
- また、外出先での唯一の個室とも言えるトイレ空間で、女性は様々なことを行っており、その在り方は、女性の「暮らしの質」に大いに影響。
- ➡ 女性が暮らしやすい空間へと転換する象徴として、トイレを中心に取り上げ、その現状を通観した上で、施策の方向性、個別施策を検討する。

2. 快適なトイレ空間が重要

- 国民からの提案募集でも、(狭義の)「快適性」「清潔性」「安全性」など、トイレ空間の(広義の)「快適さ」について、様々な具体的提案があった。
- 社会が成熟した我が国では、「快適さ」という付加価値へと関心が移行。心の豊かさをもたらすようなトイレ空間へとシフトしていく必要。
- 快適なトイレ空間を取り上げることで、防災や国際貢献、経済成長、地方創生などの重要課題に関し、生活実感のあるメッセージを発信可能。

3. トイレ空間の概観

- 集客力向上につながる商業施設と異なり、改修インセンティブの働きにくい公共トイレの改修はなかなか進まず、快適とは言い難い状況。
- 例えば、老朽化した学校のトイレを使いたがらない子供は多い。暗く汚いトイレはいじめの温床にもなりかねない。学校のトイレ改修は子どもにとって重要な課題であり、今後、いじめの防止効果や災害時の生活環境の改善効果が広く認識され、改修の流れが加速することが望まれる。
- また、公衆トイレや公園トイレの一般的なイメージは「汚い」「危険」。女性の利用者も極めて少ないが、快適さを向上させる動きも生じている。

4. 防災の観点

- 被災時は、短時間でトイレ空間の快適さが著しく損なわれる。トイレの使用を避けるため、飲食を控え、健康被害へとつながるケースもある。
- 防災拠点となる公共施設の約6割が学校施設。高齢者等への負担が大きい和式便器や、断水時に使用困難な節水非対応のトイレが多く、大きな課題。

5. 国際貢献の観点

- 世界の約25億人は衛生的なトイレが使えず、約10億人は日常的に野外排泄。感染症拡大や女性への性暴力、女子就学への支障など、様々な問題の温床。
- 我が国の無水型・循環型トイレの技術により、インフラ未整備地域の人々の生活向上に直接寄与でき、日本に対するイメージの向上にもつながる。

6. 成長戦略・経済成長の観点

- 東京オリンピックの機会に、日本の「おもてなし文化」を凝縮・具現化した温水洗浄便座や擬音装置、節水型便器を訪日外国人に使用してもらうことにより、世界市場における日本のトイレの一層のシェア拡大が期待できる。
- 高機能製品に裏打ちされた快適なトイレ空間は、「おもてなし文化」という我が国のソフトパワーを発信する絶好の媒体。
- 快適なトイレ空間への改修が進めば、快適なトイレ空間で集客力が高まる等の認識が更に広まり、改修の機運が醸成され、国内市場でも好循環を生む。

7. 地方創生

- 快適なトイレ空間には集客力があり、観光客誘致や移住促進につながる。
- 先進的な自治体では、快適なトイレ環境を目指し、認証制度の導入などの取組が進められており、こうした取組の一層の定着が望まれる。

II 取組(ジャパン・トイレ・チャレンジ)

【凡例】★：パブリシティが見込める施策 ●：その他の施策

① 快適性・清潔性・安全性についての施策

ア)表彰・事例集の作成、トイレ情報の提供

- ★表彰や事例集の作成を通じ、トイレ空間やトイレに関する取組の好事例を広く発信し、トイレの質の向上に向けた機運を醸成する。
- ★ICTを活用した「トイレナビ」(コメント付きのトイレマップ)を作成する。

イ)トイレに関する「基本的な考え方」の提示

- 施設管理者において、「基本的な考え方」を踏まえた対応を行う。
- 関係省庁において、「基本的な考え方」を踏まえ、自ら基準等を見直し、又は関係団体等に見直しを要請する。

＜基本的な考え方＞

- (1) トイレは男女別に設置する。便器は男女の平均利用時間の差や、男女の利用実態を反映した数とし、待ち時間の男女均等化に努める。
- (2) 明るさを確保し、安全面に配慮する。特に配慮が必要な場合は、照明や見通しの確保等、必要な安全確保の措置を講じるよう努める。
- (3) 通気性・清潔性の確保に努める。
- (4) 落書きの防止・消却に努める。
- (5) 使用方法、マナー等の周知に努める。

ウ)学校や公園等のトイレ

- 改修資金を工夫しつつ、災害発生時に備えトイレの改修を進める。
- 学校のトイレは、学校全体の老朽化対策の一環として、改修に対する補助も含め対策を推進する。
- ★公衆トイレの新設・改修に当たっては、観光資源となりうることから、必要に応じ、著名なデザイナーの活用など話題性・集客力の向上も考慮する。

エ)公衆トイレの安全性の向上

- 設置管理者(自治体)において、防犯カメラや防犯ベルの設置、警備業との提携、自主防犯ボランティア等の協力による巡回等を推進し、公衆トイレの防犯性を向上する。その際、警察や防犯設備の専門家等と連携するよう努める。
- 公衆トイレについて、犯罪発生等のおそれが認められる場合には、必要に応じ、警察官がパトロールの際に立寄り等を行う。

オ)トイレにおける広告掲出

- ★トイレの維持管理費、改修費確保のため、トイレにおける広告の掲出について検討する。その際、都道府県の屋外広告物規制に留意し、必要に応じ当該規制の見直しに向けた動きを促進する。

カ)女性の職域拡大

- 男性が中心だった業界の女性用トイレ拡充等の好事例を発信し、機運を醸成する。
- 職場での女性用トイレの設置数に係る労働安全衛生法に基づく衛生基準について、労働基準監督署による指導を強化する。

② 国際貢献

ア)ODAを活用した途上国支援等

- ODAを活用し、インフラ未整備地域でも使用可能なトイレの普及など、途上国の排泄環境の向上のための支援を行う。
- 海外で大規模な災害が発生した場合、被災国政府や国際機関等の援助要請及び被災国の慣習等を踏まえつつ、携帯トイレその他のトイレを含む様々な緊急人道ニーズに対応する。

イ)WAW! 2015

- ★WAW! 2015において、海外発信や国際貢献の課題を中心にトイレを取り上げる。

③ 成長戦略・経済成長

ア)国際標準の取得

- 温水洗浄便座の国際標準を取得し、平成30年の規格発行を目指す。
- 日本の高い節水技術に基づいたASEAN諸国への認証制度支援を通じて、節水トイレの普及基盤を構築する。

イ)訪日外国人向け魅力発信

- 2020年東京オリンピック・パラリンピックを契機として、「おもてなし」の観点から訪日外国人向けに日本の高機能トイレの使い方やピクトグラム等の解説を行い、日本の高機能トイレの快適さ・清潔さを体感してもらうことで、魅力ある日本のトイレの発信とその普及・拡大に繋げていく。
- ★国内の国際空港に日本の高機能トイレを整備し、訪日した外国人に世界最先端のトイレを体験してもらうことにより、その魅力を発信する。
- 外国人向け動画等により、日本のトイレの良さを発信する。

ウ)クールジャパン

- 「ジャパン・ハウス」(海外主要都市における日本の広報文化外交拠点)において、日本の高機能トイレを紹介するよう所要の措置を講ずる。
- クールジャパン機構の支援によるジャパンモールにおける日本の高機能トイレの導入の検討を促進する。
- ★海外の見本市における日本の高機能トイレの出展を支援する。

④ 防災

ア)避難所のトイレの改善 (下記のほか「①ウ」再掲)

- 各教育委員会に対し、避難所に指定された学校について、防災担当部局と連携しつつ、災害時のトイレの確保を盛り込んだ「施設利用計画」を策定するよう促す。その際、女性や高齢者、障害者等にも配慮した内容とするよう留意する。

イ)避難所のトイレのモデルケースの提示

- ★避難所における災害時のトイレの適切なモデルケースを提示することとし、関係者による検討会を設置してその具体的な内容等について検討を行う。

⑤ 地方創生

ア)地方の公共トイレ改善に向けた好事例の発信 (下記のほか「①ウ」3番目の★再掲)

- 公共トイレの改善に向けた好事例を発信し、地域間格差の改善に向けた機運を醸成する。

イ)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 (「①オ」再掲)

⑥ ユニバーサルデザイン化の推進

- 関係者による協議会の設置等により、男性も利用可能な授乳室・おむつ替えスペースの普及に向けた方策、ベビーカーマークの普及に向けた方策、妊産婦による障害者用駐車場の利用の在り方等について検討を行う。