



日本の生活文化を変えた
初代「ウォシュレットG」(1980年発売)

持続可能な社会に向けて

だれにも使いやすいトイレの追究

—ウォシュレットでトイレのユニバーサルデザイン度アップ!—

TOTO歴史資料館長 山谷幹夫

はじめに

日本ではじめて腰掛便器が誕生したのは今から約100年前。当時は欧米の商品を参考にしながら商品開発が行われたが、その後のたゆまぬ努力により今では日本のトイレは世界をリードするまでに発達している。

ここに至ったのは、トイレを快適にしたいという関係者の強い思いのほか、近年はユニバーサルデザイン（以下、UD）と環境配慮の視点でモノづくりが進められていることが寄与している。これらは、持続可能な社会に向けての展開にほかならない。

水洗トイレは和風便器から腰掛便器へ

昔の日本のトイレはしゃがみ式の和風便器が普通であった。しかし、和風便器に比べ腰掛便器の方が楽に用が足せるだけでなく、施工も楽で、万一便器が詰まった場合の処置も簡単などのメリットが多い。そこで、TOTOでは当初から腰掛便器を普及させたいと考えて事業を展開。あらゆる機会を利用して腰掛便器の優位性を説いた。

このようなPR効果と1960年に日本住宅公団（現：UR都市機構）が公団住宅に腰掛便器を全

面的に採用するようにしたこともあり、時代とともに腰掛便器の採用が高まっていった。そして、ついに1970年代後半には腰掛便器の出荷が和風便器を上回り、今では住宅のトイレにはほぼ100%腰掛便器が設置されるまでになった。

暖房便座でトイレの快適性がアップ

日本のトイレは冬になると温度が下がることから、1966年にヒーターを内蔵して表面をあたためる暖房便座が登場。これにより、便座に座ったときの「ひやっ」とする嫌な思いがなくなった。

1980年には表面温度自体を検知し四季を通じて一定の温度となるように電子制御方式の暖房便座が登場した。この改良形暖房便座の出現により表面温度は任意に調節でき、便座カバーもかけられるようになった。

いつしか便座は家電商品となり、快適性が飛躍的に向上したのである。

ウォシュレットの登場

ところで昔の日本には用便後におしりを洗う習慣はなかった。しかし、簡単におしりが洗える商品があればきっと清潔好きの日本で普及すると考えたTOTOはおしり洗浄機能を付加した便座に

着目した。これが今日のようなウォシュレットの開発と普及につながった。

ウォシュレットの開発にあたっては、お湯が何℃なら快適に感じるのか、どこに当てればよいのかなど、男女合わせて300人ものデータを集め、さまざまな実験を繰り返した。

こうして得られたデータから温水温度は38℃、便座の温度は36℃、乾燥温度は50℃、ノズルから吐出する温水角度は43°がよいことがわかり、これをもとに商品開発が行われた。

商品開発をするなかで最大の難関は38℃という温水をいかに維持するかということであった。通常の制御部品を使った温度管理は水に濡れることのあるウォシュレットでは問題があったが、風雨にさらされる信号機をヒントに特殊樹脂でコーティングされた制御部品を使うことによって問題を解決し、完成へと近づけていった。

完成した温水洗浄便座は、「洗いましょう。」との意味をもつ「レッツ・ウォッシュ」を逆さにした「ウォシュレット」と命名され、1980年に初代「ウォシュレットG」が発売された。

ウォシュレットは、トイレの広告と聞いただけでみんなが敬遠する時代に、「おしりだって洗ってほしい」というユニークなテレビコマーシャルを流すなど、熱心な販売促進活動により認知度が向上した。また、使い出したらやめられなくなるという口こみも手伝い、その後、日本全国に広まり、急速に普及していった。

今では温水洗浄便座の住宅への普及率は70%以上に達しているが、その大きなきっかけとなったのが初代「ウォシュレットG」である。この初代「ウォシュレットG」は、日本の生活文化を変えたとして、一般社団法人日本機械学会の「機械遺産」(2012年8月)、社団法人建築設備技術者協会

の「建築設備技術遺産」(2012年5月)に認定されている。

ウォシュレットでトイレのUD度アップ

用便後、おしりを浮かせて紙で拭く行為はお年寄りや障がい者にとってはたいへんであるが、お湯でおしりを洗えるウォシュレットはこのような問題を解決し、住宅はもとより、障がい者施設やだれもが利用する公共のトイレで使用されている。

最初は、おしり洗浄、温風乾燥、暖房便座の基本機能だけを有するウォシュレットであったが、その後、マイクロコンピュータを使用することで、高性能・多機能化したものへと変わっていった。追加されたおもな新機能には、ビデ洗浄、リモコン操作、脱臭、便器オート洗浄、便ふたオート開閉、便器リモコン洗浄、便器除菌水自動噴射などがあり、だれにも使いやすく、UD度がさらに高まっていることがわかる。なかでもウォシュレットのリモコンで大便器の洗浄ができるようになったことは驚くほど利便性を高めることになった。一方で、環境にも優しい節水・節電型の商品が追究されてきている。

とくに今後ますます高齢社会に向かっていくことを考えれば、身体が自由がききにくいお年寄りにとってこうした機能のついたトイレの存在は欠かせないだろう。だれもが健康を保ちながら快適な生活を送るという未来に向けて、ウォシュレットは進化してきたのである。今後とも、この方向で商品の開発が進むことを疑う余地はないが、将来的には単に用を足すだけでなく、使用時に体重、体脂肪、血圧、脈拍、尿糖などを自動的に計測して健康に役立つ情報を提供してくれるなど、夢のようなトイレが実現することもそう遠くないであろう。

「ウォシュレット」はTOTOの登録商標です。

