

サカエチカ クリスタル広場トイレ 改修後ご利用者調査報告書



TOTO株式会社
2017年9月

調査概要

調査場所	サカエチカ クリスタル広場横トイレ通路及びウェイティングスペース	
調査日時	①2017年5月24日（水）、②2017年5月27日（土） / 13:30～19:00	
調査方法	ヒアリングによるアンケート調査	
調査員	TOTO株式会社	
状態	トイレ改修後、約6ヶ月経過（2016年11月末に改修後オープン）	
目的	①商業施設の利用実態調査 ②商業施設トイレへのニーズ把握	
n数	全数 = 306 ①2017年5月24日（水） = 158（男性：52、女性：106） ②2017年5月27日（土） = 148（男性：54、女性：94）	※調査目標数:300で調査実施 （男性:100、女性:200）

回答者属性

1、性別

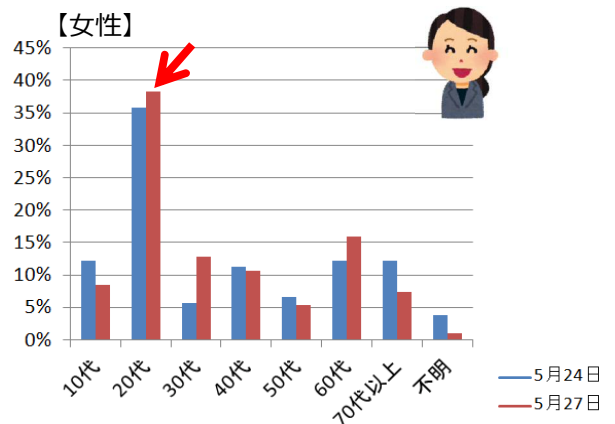
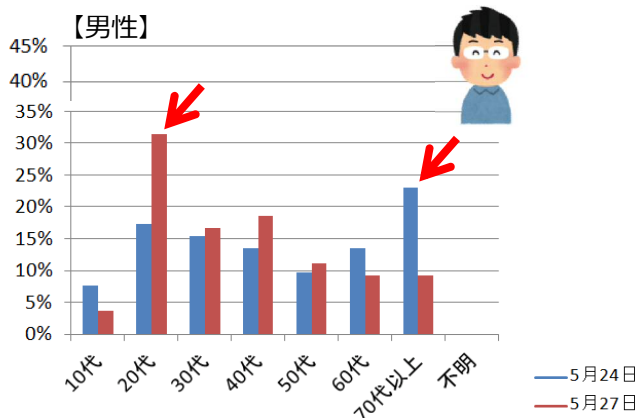
(人)

日付	男性	女性	合計
5月24日	52	106	158
5月27日	54	94	148
	106	200	306

2、年代構成

(上段:人数、下段:各日における年代別比率)

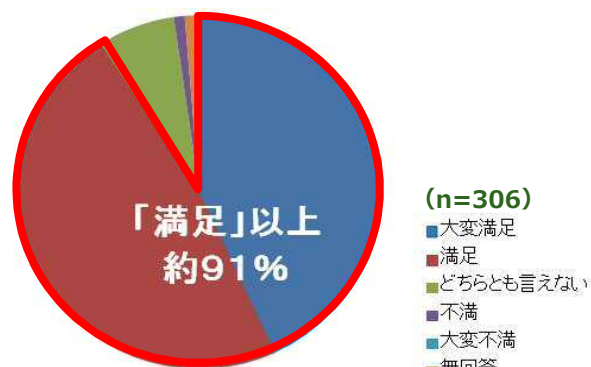
性別	日付	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	不明	合計
男性	5月24日	4	9	8	7	5	7	12	0	52
		8%	17%	15%	13%	10%	13%	23%	0%	100%
女性	5月24日	13	38	6	12	7	13	13	4	106
		12%	36%	6%	11%	7%	12%	12%	4%	100%
女性	5月27日	8	36	12	10	5	15	7	1	94
		9%	38%	13%	11%	5%	16%	7%	1%	100%
										306



- ・男性：平日、休日でボリュームゾーンの年代が異なる。
平日は70代が多く、休日は20代。
- ・女性：平日、休日ともに20代が多い傾向。

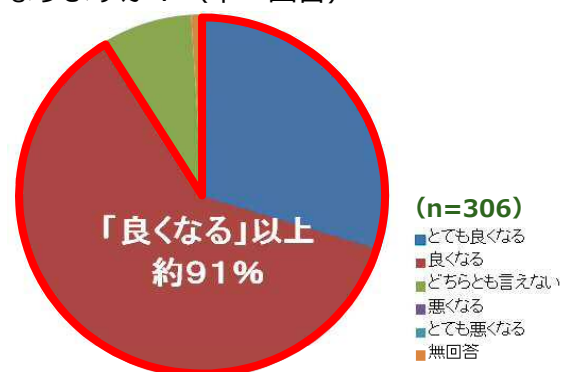
①トイレをお使いになった満足度をお聞かせ下さい。(単一回答)

大変満足	132	43%
満足	146	48%
どちらとも言えない	21	7%
不満	3	1%
大変不満	0	0%
無回答	4	1%
合計	306	100%



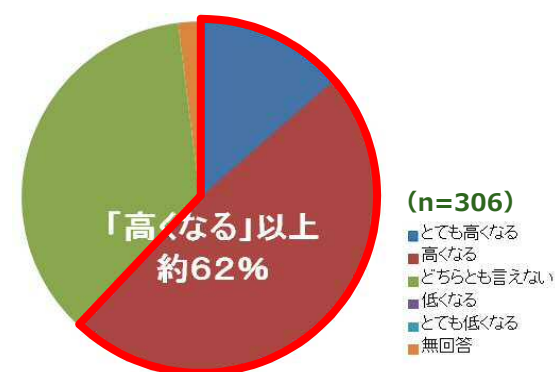
②このトイレがあることでサカエチカのイメージは良くなりますか？(単一回答)

とても良くなる	91	30%
良くなる	187	61%
どちらとも言えない	25	8%
悪くなる	0	0%
とても悪くなる	0	0%
無回答	3	1%
合計	306	100%



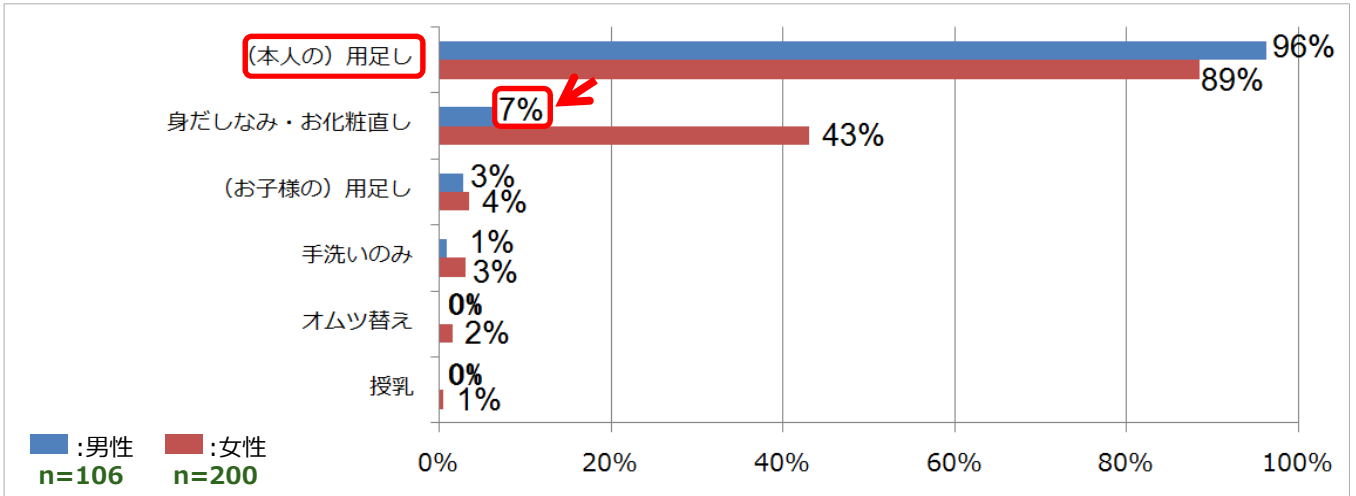
③このトイレがあることで、サカエチカに来たいという気持ちは高くなりますか？(単一回答)

とても高くなる	41	13%
高くなる	149	49%
どちらとも言えない	110	36%
低くなる	0	0%
とても低くなる	0	0%
無回答	6	2%
合計	306	100%



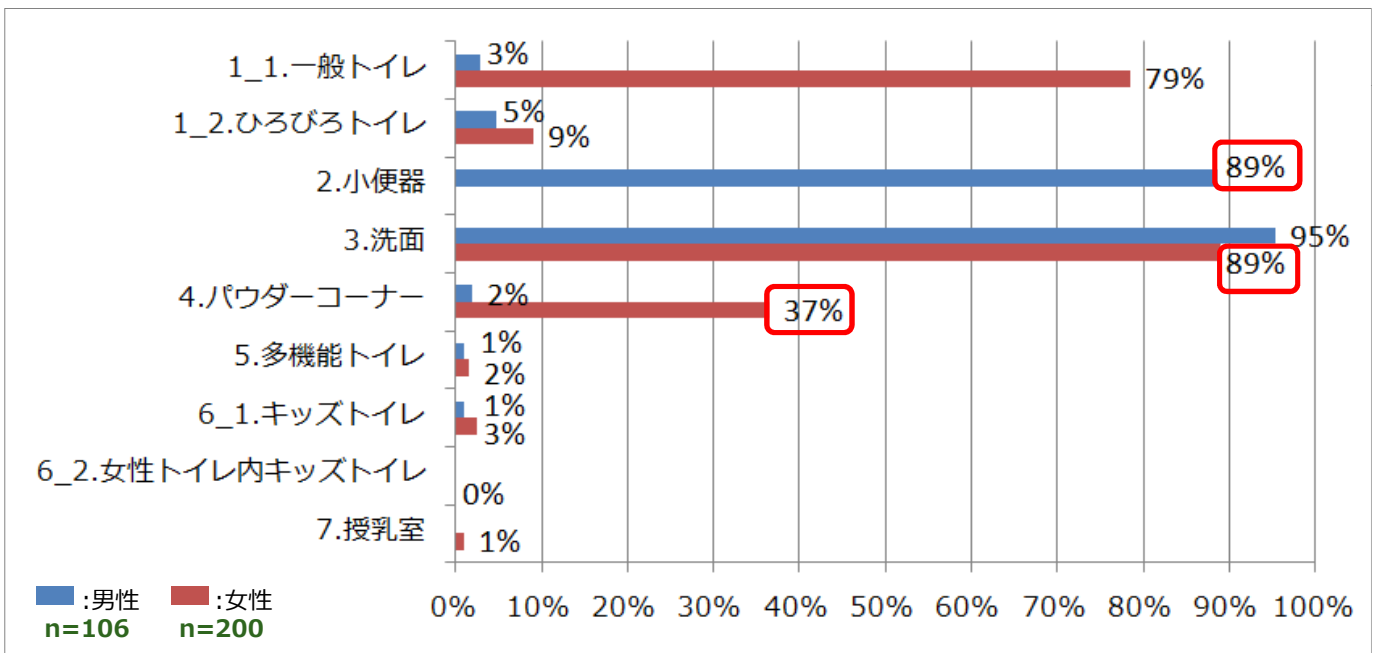
- ・トイレ満足度の結果は、満足以上の評価が**全体の91%**。
→**ご利用者から大変高い評価を得ている。**
- ・トイレの評価から、商業施設：サカエチカの施設自体のイメージが「とても良くなる」「良くなる」との回答は**全体の91%**。
→**「トイレ評価が高いと、その施設自体の評価も高くなる」**ことが伺える。
商業施設におけるトイレの位置づけは非常に重要。
- ・このトイレをきっかけに、サカエチカに来たいという気持ちが「とても高くなる」「高くなる」との回答が**全体の62%**。
→**快適なトイレを作ることが、その商業施設にくるためのきっかけ＝リピート来店にもなる。**

① 本日のトイレのご利用目的を教えてください。（複数回答）



- ・ 男女共に利用者の約9割が（本人の）用足し利用。
- ・ 身だしなみ・お化粧直しは、男性も利用有り。

② 本日ご利用になった場所・設備を教えてください。（複数回答）

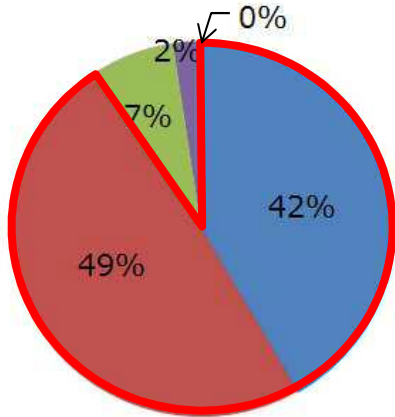


- ・ 男性全利用者のうち89%が小便器を利用。
- ・ 女性全利用者のうち89%が大便秘器を利用。
- ・ 女性全利用者のうち37%がパウダーコーナーを利用。
- ・ 女性利用者のパウダーコーナー利用年代別に分析すると 20代が56%。（右記一覧表参照）

年代別	利用人数	割合
10代	6	8%
20代	41	56%
30代	4	5%
40代	7	10%
50代	1	1%
60代	8	11%
70代以上	6	8%
合計	73	100%

③【大便器ブースを利用した方で、ウォシュレットを利用した方】

ウォシュレット（エコリモコン）のボタン操作は分かりやすかったですか？



n = 125

- 1. とてもわかりやすかった
- 2. わかりやすかった
- 3. どちらとも言えない
- 4. わかりにくかった
- 5. とてもわかりにくかった

ウォシュレットPS

押すたびに発電 = 電源不要



リモコンの弱点を解消
乾電池交換や電源工事が不要。



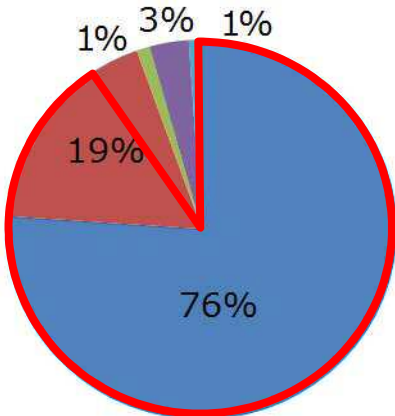
施設管理者
今までは電池が切れる前に
全て交換していた...

・「5.とてもわかりやすかった」「4.わかりやすかった」が**91%**。

→ウォシュレット（エコリモコン）のボタン操作方法は全体的に評価が高かった。

④【小便器を利用した方】

小便器まわりの臭いは気になりましたか？



n = 92

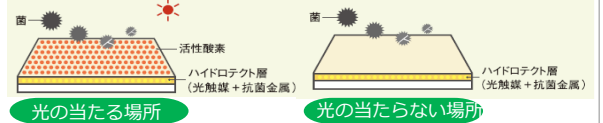
- 1. 全く気にならない
- 2. 気にならない
- 3. どちらともいえない
- 4. 気になる
- 5. とても気になる

小便器まわり（床・壁材） ハイドロセラシリーズ

光触媒作用 = 「抗菌・防汚・防臭」効果を実現！



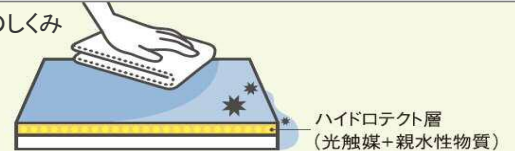
● 抗菌のしくみ



光触媒作用により活性酸素が発生。**ニオイ・汚れの原因菌を減少**させます。

光の当たらない場所でも**抗菌金属が動き、菌を減少**させます。

● 防汚のしくみ



ハイドロテクト層の「親水性物質」により、空気中の水分で水膜を形成、汚れが浮きやすくなり水ぶきなどで簡単に落とせます。

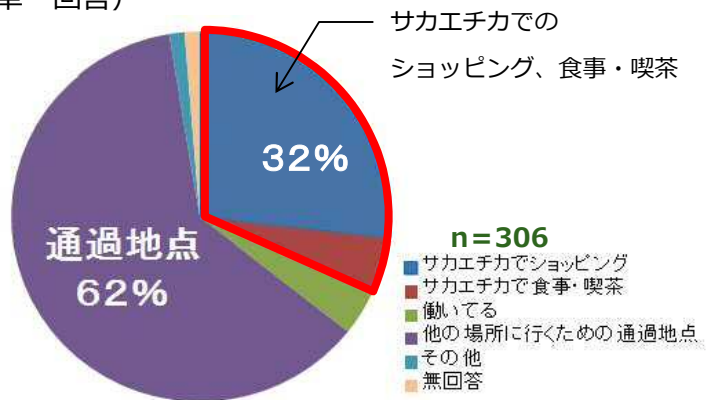
・「全く気にならない」「気にならない」が**95%**。

→小便器周りのハイドロセラ（壁・床）の効果の有効性が伺える回答結果。

①サカエチカのご利用目的を教えてください。(単一回答)

サカエチカでショッピング	82	27%
サカエチカで食事・喫茶	15	5%
働いている	12	4%
他の場所に行くための通過地点	189	62%
その他	4	1%
無回答	4	1%
合計	306	100%

※その他意見：散歩、ウォーキング



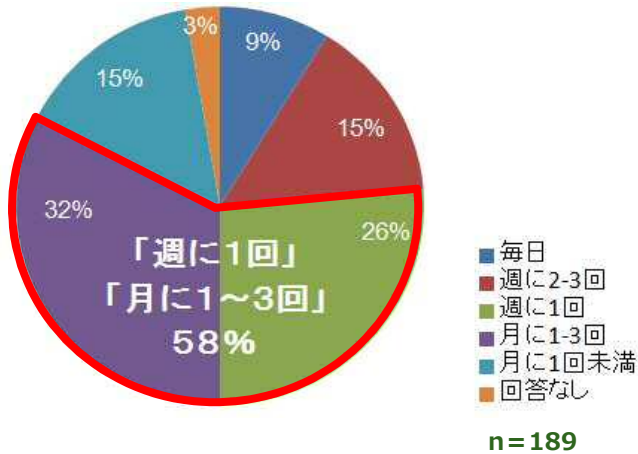
- ・トイレの設置場所の特性上、地下鉄や周辺施設への通過点に位置しており、上記結果となっている。
- ・サカエチカでのショッピング、食事も3割を超える。

②_1 このトイレのご利用は初めてですか？

はじめて	116	38%
いいえ	189	62%
合計	305	100%

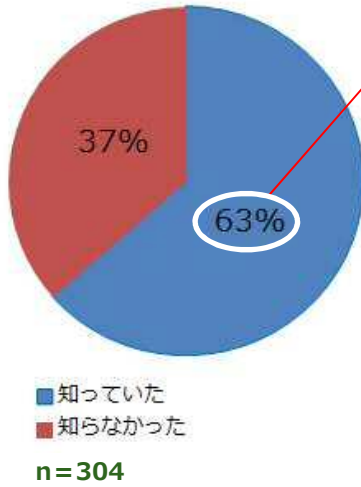
- ・ リピート利用が62%。

➔ ②_2 (ご利用が初めてで無い方) サカエチカクリスタル広場トイレのご利用頻度を教えてください。



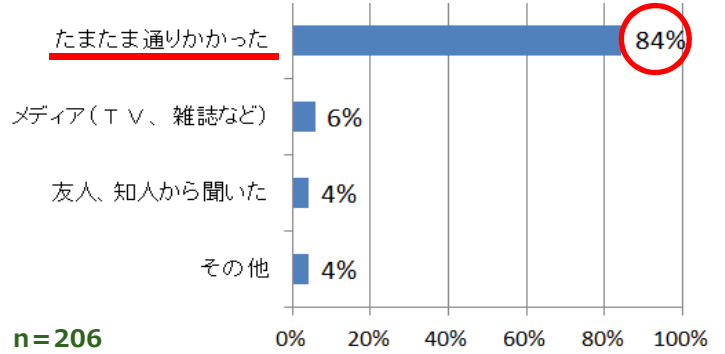
- ・ 「週に1回」「月に1~3回」ご利用になる方が 58%。

①サカエチカトイレが改修されたことをご存知でしたか？

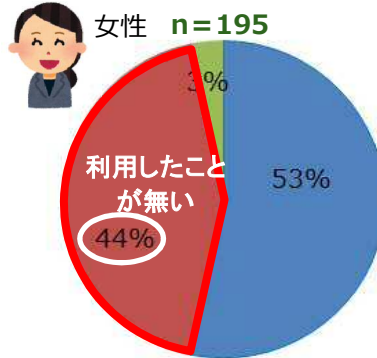
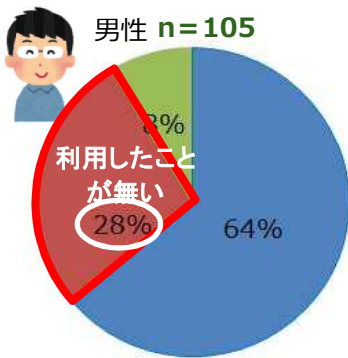


(「知っていた」と回答した方にお聞きします)

改修したことをどうやって知ったのですか？ (複数回答)



②改修前のトイレを利用したことがありますか？

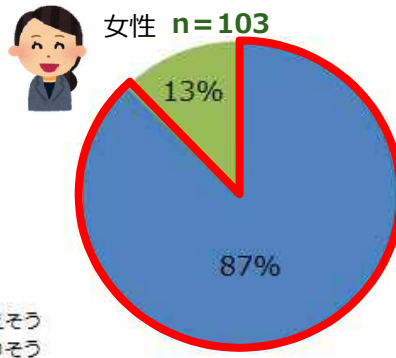
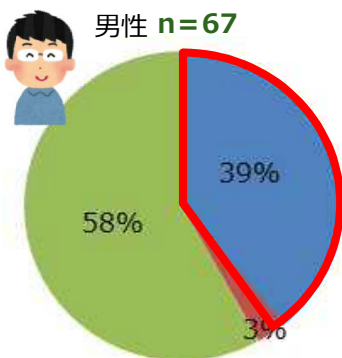


■ ある
■ ない
■ 覚えてない

・女性の**44%**が「利用したことが無い」と回答。←男性は28%。

③ (「改修前のトイレを利用したことがある」と回答した方にお聞きします。)

改修前と比べ、改修後の利用頻度は増えましたか？ また今後増えそうですか？

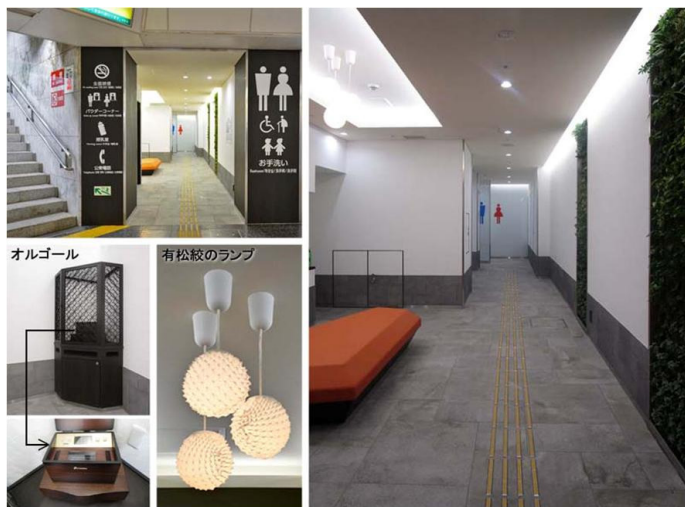


■ 増えた・増えそう
■ 減った・減りそう
■ 変わらない

・ **男性は約4割、女性は約9割**が増える・増えそうと回答。

→男性と女性で、**トイレに対する意識や評価に対する違い**がはっきりと出ている。

トイレエントランス



(写真左上)クリスタル広場から見たトイレ入口。(写真右)壁面緑化されたトイレ前のウェイトニングスペース。(写真左下)300曲を生演奏で奏でるオルゴールと地元伝統工芸品の有松絞のランプを設置。

男子トイレ 洗面・小便器まわり



小便器コーナーは、隣を気にせず利用できるよう間仕切りを設置。汚れやすい小便器まわりの清掃性に配慮し、前面板・床面には防汚・防臭機能のある機能性タイル：ハイドロセラを採用。

キッズトイレ



お子様連れに配慮しキッズトイレを新設。子どもたちが楽しみながらトイレを利用できるように、壁面は森の中で動物たちと遊ぶイメージのオリジナルイラストで飾られている。

授乳室



乳幼児連れの利用者に配慮して、授乳室を新設。防犯に配慮して、扉前のインターホンで管理会社に連絡をして入退室する仕組みをとっている。

男性トイレ ひろびろブース



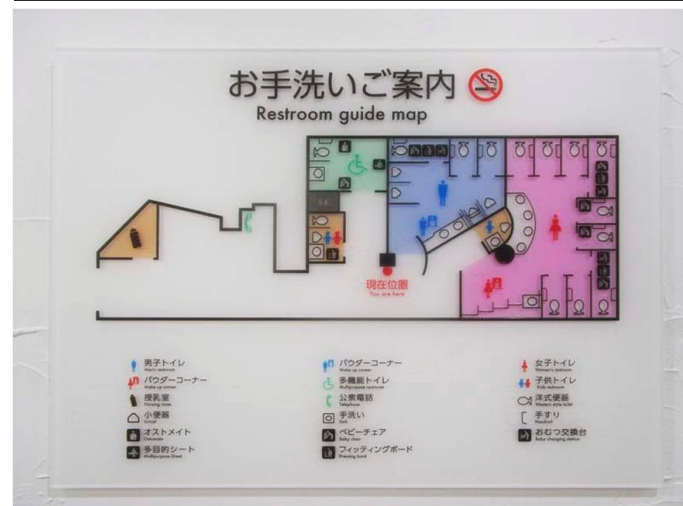
汚れやすい大便器の床の清掃性に配慮し、壁掛大便器・フラッシュタンク式を採用。男性1ヶ所、女性2ヶ所にひろびろブースを設置。ベビーチェアやベビーシートを備えて、乳幼児連れに配慮している。

女性トイレ 洗面・パウダーコーナー



(写真上段)地元：瀬戸焼の洗面ボウルが設置された洗面コーナー。(写真下段左)隣からの視線を気にせず化粧直しができるように配慮し、間仕切りを設けたパウダーコーナー。

案内図

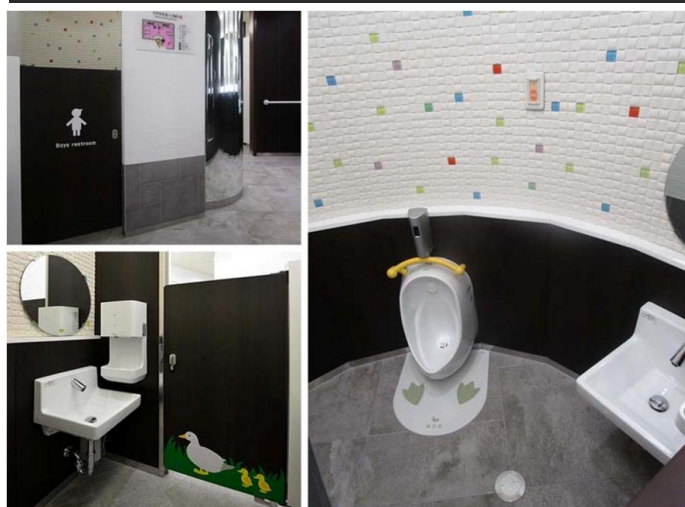


改修前



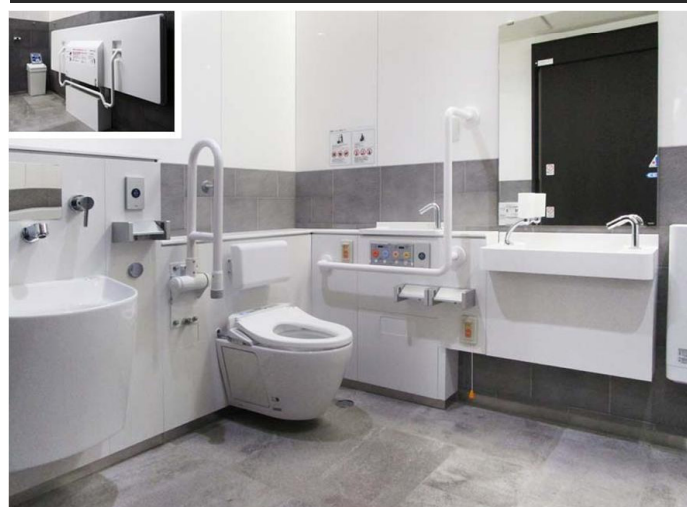
改修前のトイレは、和式便器が中心で、「使いづらい」という声も寄せられていた。トイレのサイン表示もわかりにくく、薄暗い雰囲気でも利用者も少なかった。

女性トイレ内キッズトイレ



男の子連れのお母さんに配慮し、女性トイレ入口付近に幼児用小便器を設置した男の子用のキッズトイレ。子どもを見守れる高さの扉を設けながら、気がねなくゆったりと使用できる個室ブースとした。

多機能トイレ



オストメイト対応、収納式多目的シートと幅広い利用者に配慮して、壁掛タイプのコンパクト多機能トイレパックを採用。防犯に配慮して扉前のインターホンで管理会社に連絡をして入退室できるようになっている。

建築概要

名称	サカエチカ クリスタル広場トイレ
所在地	愛知県名古屋市中区栄3-4-6 サカエチカB1F
施主	栄地下センター株式会社
設計	中部復建株式会社 有限会社ヒットプロジェクト
施工	清水建設株式会社
竣工年月	(改修)2016年11月

水まわりの特長

<改修の経緯>

「サカエチカ」は、名古屋のメインストリート広小路通下に広がる商業地下街である。2019年に開業50周年を迎えるにあたり、来店客へのおもてなしの一環として、栄交差点の真下に位置し、待ち合わせや憩いの場として賑わう「クリスタル広場」横のトイレをリニューアルした。コンセプトは『あたくも路地に一步入ったかのような都市の喧騒から離れた心とらぐ憩いの空間』。待合スペースの照明に有松絞りのランプ、世界初となる300曲を生演奏出来るオルゴール、伝統工芸品である瀬戸焼の洗面ボウルなど、地域性を生かした製品を多数採用した、オリジナリティあふれた空間となっている。子供、子育て家族、忙しいオフィスパーソン、高齢者まで幅広い年齢層に、安心して気持ちよく使ってもらえるように、きめ細やかな配慮を施している。

<トイレの特長>

〈ユニバーサルデザイン〉〈おもてなし〉〈五感で感じる〉をテーマに、癒しの空間を目指した。男女トイレともに全個室に清掃性のよい壁掛式大便器とウォシュレットを完備。近年増えつつある訪日外国人利用者にも配慮し、サイン表示は、4ヶ国の多言語対応となっている。子供連れ利用者に配慮し既設トイレにはなかった授乳室やキッズトイレも整備。男女トイレには、ベビーカーごと入室可能なひろびろブースを設けるなど設備を充実させた。