

第6回日経STOCKリーグ レポート

# トイレ美人

～ 女性社員の働きやすい職場～



(京王百貨店新宿店、左から2階、4階、6階)

チームID	SL601749
学校名	学習院女子高等科
チームリーダー	2年 小迫由希
チームメンバー	2年 鈴木菜緒 2年 宮野瑠衣子

銘柄コード	銘柄名	投資額
7649	スギ薬局	110万円
8234	大丸	70万円
8235	松坂屋	70万円
8258	OMCカード	50万円
8114	デサント	30万円
2204	中村屋	30万円
2502	アサヒビール	30万円
2284	伊藤ハム	30万円
4204	積水化学	20万円
4967	小林製薬	20万円
5332	東陶機器	15万円
9008	京王電鉄	15万円



## 日経リーグ参加を決めて

いまや、株は私達にとって身近な存在となっています。一部の人しかできないと思っていた株売買も、ローソンのピーカブーくんやインターネットで手軽にできるようになりました。そして最近ではライブドアの堀江社長、インターネットでよく目にする楽天が株問題で取り上げられ、世間の注目を集めるなど、株はますます身近に感じられるようになってきました。

ですが、株とは日本の景気に大きく関係し、企業の価値をも左右する重要なものです。まだ学生で、社会経験のない私達にとって日本経済、企業に関わる株は遠い存在に思えて興味はあるけれど手を出すことができませんでした。そんな時に、日経ストックリーグという企画を知ったのです。バーチャルの株取引に参加することで実際に株取引に触れ、株に対する知識を深め、企業について調べ、時には訪問をすることで企業についても知ることができるのではないか、という期待。そして経済に対する理解をも深めることができるのではないか、という思い参加を決めました。



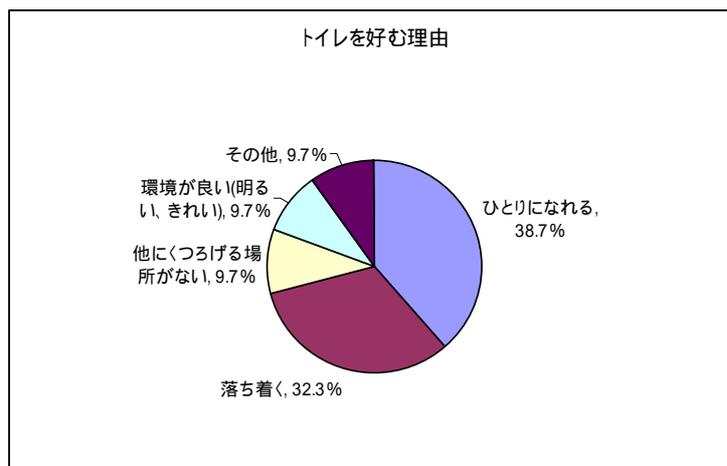
## なぜトイレを選んだのか

こうして日経STOCKリーグが始まり、日経新聞が学校に毎日届くようになりました。それは10月15日の日経プラス1を見たときのことです。その日の何でもランキングは「女性派遣社員が働きやすい職場」。なんと1位は・・・「トイレがきれい」。トイレがきれいだと使い心地も気分もいいですが、でも1位?!当たり前だといわれれば、当たり前の結果のような気がします。しかし、私たちは正直驚かざるをえなかったのです。そして、なぜトイレが1位になったか疑問に思いました。また、101人委員会でも「女性正社員が働きやすい職場」は「トイレがきれい」が3位と書かれていました。働く女性はなぜ、こんなにきれいなトイレを求めているのでしょうか？

まず、私たちは働く女性の社会的状況を考えてみました。確かに今日でも女性の問題は尽きませんが、以前に比べ女性の社会進出は盛んになってきていることは明らかです。最近のビジネスマンは「女性配慮、活用(育児休暇制度など)」にも関心があり、6月28日の日経新聞によると、もうすぐ女性活用第三の波が到来するようです。それは今まで女性自

身が自ら社会に出ようとした努力の結果かもしれませんが、最大の原因は「働き手不足」だそうです。急激に進む少子化による人口減少(予想より早く 2005 年からもう減っています!!)と、団塊の世代の方々がもうじき定年退職し、一気に労働者が減ってしまうのです。そこで目を向けられたのが女性。この労働力不足を補うために、企業は率先して女性社員を増やそうというのです。これからは女性社員をより多く抱えた企業が勝ち残っていくでしょう。だから女性社員に入社してもらうために、企業は女性が働きやすい職場環境を作らなければいけません。特にきれいなトイレを。なぜならトイレとは女性にとってとても大切な場所だからです。

10月19日のワーキングウーマンの記事をもとに、社会法人ニューオフィス推進協会(NOPA)に問い合わせしてみました。「オフィスワーカーのモチベーションをあげる要因はこれだ」という報告書によると、オフィス内における最も好む場所はどこかという問いに対し、喫煙女性は喫煙室。非喫煙女性はトイレがそれぞれ1位となりました。喫煙の有無で大きく変わりますが、ここでもトイレの重要さがうかがえます。また、トイレを好む理由としては「一人になれるから」が1位となっています。(下図参照)多くの企業が経費削減のため手狭なオフィスを使い、ひとりになれるのがトイレだけのようです。仕事で疲れている女性社員は、トイレでほっと息抜きしていたのです。トイレは安らぎを与えてくれる、たった1つの場。しかも、女性はトイレを化粧直しするためにも使います。そこで同僚と軽く話してコミュニケーションをとることもあるようです。毎日何回か行くトイレが汚ければそんなことはできないでしょう。きれいなトイレに行くと心身の力をほぐせれば、仕事の能率も上がります。トイレが働く女性にとってリフレッシュできる大切な場だということがわかりました。





## いざ、投資先決定

こうしてトイレのきれいな女性にやさしい企業に投資することにしました。しかし、きれいとはあまりに感覚的ではっきりとした基準がないため、トイレの数で決めることにし、東証第1部の207社に以下のようなアンケートをメールで送りました。

### アンケート

- (1) 貴社の全従業員数
- (2) 貴社の全女性従業員数
- (3) 本社ビルの女性従業員者数
- (4) 本社ビルにあるトイレの個室数
- (5) 本社ビルにある洗面台数
- (6) トイレはきれいか

\*本社ビルとは自社ビルのみに限らせていただきました。

\*(6)できれいか一応うかがったところ、2社以外すべて「きれい」と答えました。

全回答してくださった30社のアンケートをもとに下の表を作成し、その上位10までの企業とトイレ大手メーカーである東陶機器、そして2003年から04年末にかけて全部で8フロアのトイレ改修を行った京王百貨店の系列である京王電鉄に投資することにしました。

アンケート表

企業名	合計	(1)	(2)	割合<1>	(3)	(4)	割合<2>	(5)	割合<3>
スギ薬局	11.43	5908	4222	71.46	60	24	2.50	16	3.75
大丸	7.57	6555	3923	59.85	87	22	3.95	22	3.95
松坂屋	7.44	4910	2740	55.80	18	6	3.00	4	4.50
OMC カード	5.62	4,839	3857	79.71	149	21	7.10	21	7.10
デサント	3.86	663	208	31.37	92	28	3.29	19	4.84
中村屋	3.72	1500	555	37.00	73	11	6.64	22	3.32
アサヒビール	3.48	3608	496	13.75	68	24	2.83	61	1.11
伊藤ハム	3.17	1887	224	11.87	55	55	1.00	20	2.75
積水化学	2.90	2494	268	10.75	50	27	1.85	27	1.85
小林製薬	2.84	1183	262	22.15	39	10	3.90	10	3.90
ギガスケーズデンキ	2.55	2422	824	34.02	40	6	6.67	6	6.67

東映	2.49	318	72	22.64	59	13	4.54	13	4.54
すかいらーく	2.45	92256	55724	60.40	161	16	10.06	11	14.64
丸井	2.18	8300	3300	39.76	350	40	8.75	37	9.46
松屋	2.17	894	362	40.49	279	26	10.73	35	7.97
SXL	2.04	1119	157	14.03	48	15	3.20	13	3.69
カシオ計算機	2.00	3127	306	9.79	115	47	2.45	47	2.45
日本ハム	1.76	2711	293	10.81	49	16	3.06	16	3.06
住友林業	1.70	4314	700	16.23	85	16	5.31	20	4.25
パイロットコーポレーション	1.63	1222	286	23.40	129	18	7.17	18	7.17
カゴメ	1.57	1304	268	20.55	47	9	5.22	6	7.83
ピア	1.46	890	546	61.35	400	19	21.05	19	21.05
JT	1.29	10124	1356	13.39	182	35	5.20	35	5.20
ALSOK	1.26	11968	1190	9.94	83	21	3.95	21	3.95
東京電力	1.00	38291	4598	12.01	497	84	5.92	82	6.06
シチズン時計	0.88	1799	300	16.68	19	2	9.50	2	9.50
王子製紙	0.60	4984	250	5.02	100	24	4.17	24	4.17
Jパワー	0.25	2144	34	1.59	100	32	3.13	32	3.13
グラッチェガーデンズ	0.14	92250	3182	3.45	161	16	10.06	11	14.64

\*青文字の(1)(2)(3)(4)(5)は、アンケートの問いと対応しています。

\*割合<1>は女性が占める割合を表し、 $\{(2)/(1)*100\}$ したものです。

\*割合<2>はトイレの個室1つに対する女性従業員数を表し、 $\{(3)/(4)\}$ したものです。

\*割合<3>は洗面台1つに対する女性従業員数を表し、 $\{(3)/(5)\}$ したものです。

\*合計は $\{割合<1>/(割合<2> + 割合<3>)\}$ と計算したもので、この数値が大きいほど、女性にやさしい企業とします。

投資額は、この合計の数値の小数点以下を切り捨て、10万をかけたものです。東陶機器と京王電鉄には15万ずつ投資することにしました。

銘柄名	投資額	合計
スギ薬局	110万円	11.43
大丸	70万円	7.57
松坂屋	70万円	7.44
OMCカード	50万円	5.62
デサント	30万円	3.86
中村屋	30万円	3.72
アサヒビール	30万円	3.48
伊藤ハム	30万円	3.17
積水化学	20万円	2.90
小林製薬	20万円	2.84
東陶機器	15万円	
京王電鉄	15万円	



## 突撃 トイレット

従業員用トイレが汚くては顧客を満足させることは出来ない。つまり、顧客用トイレがきれいならば、従業員用トイレもきれい。私達はそう考え、今回投資した12社の中で、東京近郊にある、東陶機器、京王電鉄、大丸、松坂屋、デサント、中村屋の顧客用トイレを実際に訪れました。きれいさ、見た目、機能、洗面所などに注目し、各企業ごとに以下にまとめました。

### 1、東陶機器（TOTOテクニカルセンター）

一つ一つの個室も広く、掃除も行渡っていきまるで自分の家のようにくつろげるトイレでした。悪臭は全くせず、暖房便座、擬音装置、ウォシュレットなどの機能も完備。洗面所は鏡も大きく、照明の明るさも丁度良かったです。障害者やお年寄り対応のトイレは自動ドア、手すり、背もたれなど様々な工夫がされているほか、子供用の小さいトイレまであり、全体的に充実していました。

### 2、京王電鉄（京王百貨店新宿店）

フロア利用者の要望を事前に調査し、1階～8階の全てに利用者のニーズを取り入れた設計になっています。例えば、利用者の多い1階は混雑しないような設計、ヤングファッションを取り扱っている2階は明るく若々しい雰囲気など。車椅子やオストメイト対応の多目的トイレやベビーシート、オムツ替えベッドなどの機能も多く、非常に快適なトイレでした。

### 3、大丸（東京店）

古いがよく掃除されていました。しかし、古いため、あまり清潔感はありませんでした。暖房便座、擬音装置、ウォシュレットが設置してあり、便利でした。悪臭はしないものの、芳香剤の匂いが強く、また、トイレ・洗面所ともに数が少ないのが難点ですが、掃除が行き届いており、全体的にきれいでした。

### 4、松坂屋（銀座店）

良く掃除されていますが、使用する人が多いため、少し汚れていました。悪臭もせず、暖房便座、擬音装置、ウォシュレットと機能も充実。トイレの数は6個、洗面台は4個と数も丁度良かったのですが、古いため、鏡や洗面台の傷が少し目立ちました。

### 5、デサント（目白店）

新しく、掃除も完璧にされていました。悪臭もせず、塵や髪の毛などは全く落ちていませんでした。擬音装置も設置されていました。洗面所とトイレが一体になっていて、個室が広がったのですが、2個しかないため、一人の使用時間が長いと、混んでしまう恐れがあります。また、鏡との間が広く、見辛かったのですが、衛生面には全く問題の無いトイレでした。

### 6、中村屋（新宿本店）

古く、あまり広くはないが、きちんと清掃されてあるのできれいで、トイレに入るまでの扉が高級感に溢れていました。悪臭があるわけでも芳香剤が強すぎるわけでもなく、程よい香りでした。機能も充実しており、室温も心地よく、擬音装置も設置されていました。自社ビルの各階の間の階段に設置されており、全部で3ヶ所（個室は全部で5個）。洗面所は1ヶ所につき2つあり、鏡も洗面台も大きく、手を拭く紙やゴミ箱もあり、使いやすいトイレでした。



## TOTO テクニカルセンターを訪問して

今回、私達はトイレ産業で有名な TOTO テクニカルセンターを訪問する機会に恵まれました。その際一級建築士の資格をお持ちの内藤さんに詳しくお話を伺い、私達のテーマに対するたくさんの方の事を教えていただきました。

近年では、2010年問題（団塊の世代が一度に退職することによって引き起こされる労働者不足）により、テナントの撤退が増えるのではないかとわれています。その状況を未然に防ぐためビル会社を始めとした多くの企業は改善策を打ち立ており、その中でも特に注目されているのがトイレを代表とした水周りの改善です。「女性社員がきれいなトイレを求めている」という現状は賃貸オフィスでも変わらないようです。

例えば、和式トイレのレバーが壊れているトイレや、洗面台の個数が少ないために休憩時間には込み合ってしまう、借り洗いが多発するトイレ。パウダールームがないために洗面台に化粧品や歯ブラシが散乱しているトイレ。このような女性、男性の両社員から倦厭されている現状を打破するために様々な改善策が行なわれ始めています。オフィスではトイレの個室に荷物を置くことのできるスペース、音姫などの擬音装置やパウダールームの設置が女性社員から喜ばれているそうです。また、パウダールームは従来の男性と同じ基準ではなく、女性の身体に合わせたサイズで作られるようになったそうです。そうする事で、同じ広さでも洗面台数を増やす事が可能となりました。そしてオフィスだけでなく、商業施設でもこのような対策は行なわれています。個室にコートを掛けるためのバーやゆっくりできるようにシッティングタイプのパウダールームなど、細やかな気配りが増やされています。

このような改善をすると、環境面にも良い影響をもたらします。一回あたりの洗浄水量はセンサー式洗浄設置後には約3リットルの減少、一回のトイレ使用での洗浄回数は擬音装置後には1.5回減少しています。自動的に節水が行なわれていました。節水になるということは、同時に二酸化炭素ガスの減少にもつながり、温暖化防止となります。一つの対策がたくさんの方面に影響している、ということに気がつくことができたのは広い視野を持つことができたからに他なりません。私達が視野を広げる機会を頂いたTOTOの方々に大変感謝しております。



## おわりに

玄関を見ればその家の暮らし方がわかる。同じようにトイレを見ればどんな企業なのかわかるのです。女性配慮という点からトイレを覗いてみると、そこには経済が見えました。細かな気配りをし、女性社員が働きやすい環境をつくっていくことによって、今まで気づかなかったことが発見できます。その発見した事は、男性に、企業に、そして経済へとつ

ながっていくのです。環境にも良い事をふまえると、世界にもつながって言えるかもしれませんが。女性が働きやすい職場は男性にも働きやすい職場。そしてトイレは、企業、そしてトイレを映し出す鏡だったことがわかりました。

そして、日経 STOCK リーグに参加し、株というものを通し経済社会の一端を見ることができました。会社の合併、新製品の開発、社会現象、円相場、毎日動くすべてのことが、企業の評価につながり、株価と密接に関わり、変動していく。あらゆることが、株に影響を与えている。そしてなにより重要なことは、株とは一部の人だけが動かしているのではなく、社会全体が動かし、株もまた、社会のありようで生き物のように変動していくこと。あたりまえのことで、言葉にするととても簡単なことですが、生で感じられたことはなんともいいようがありません。

私達は今回株についてなんの知識もなく、なにもわからない状態から「株への興味」だけで参加を決めました。どこからなにを始めていいのか見当もつかず、様々な業種の企業について調べ、メールを送信させて頂くことから始めました。ひとつひとつの会社には、たぶん毎日途方もなく多くのメールが来るであろうにもかかわらず、多くの会社から丁寧な回答を頂き、巨大で遠いものと感じていた企業、社会というものが、私達学生に真摯に向き合い、社会を知る手助けをしてくださることへの驚きと喜び！社会、経済について知りたい気持ちがどんどん大きくなりました。新聞や経済雑誌だけからの情報だけでなく、何度ものメールのやりとり、実際に会社を訪問させていただくことから、私達なりに企業というもののありかた、成り立ち方を理解する機会も得ました。

日経 STOCK リーグはここで終了となってしまいますが、私達の株の研究はまだ始まったばかりです。毎日の株価チェック、社会面チェック。以前はあまり興味を持つことのなかった分野へこれからも視線をむけ、企業に注目し、株について、社会についてより深く学ぶ目を養ってまいりたいと思います。そして、今回調べた女性が働きやすい会社、社会もみまもり、いつか社会人となるべきへの道しるべとしたいと思います。

ありがとうございました。



## 参考文献

### <新聞>

2005年日経新聞

6月28日 ワーキングウーマン

10月15日 日経プラス1

10月19日 ワーキングウーマン

11月24日 ビギン日経!

12月17日 朝刊

### <サイト(2006年1月13日現在)>

「労働者抵抗広場」 <http://homepage3.nifty.com/54321/labor.html>

「きれいなトイレ@東京」 <http://e-toilet.jp/>

### <本>

日経アーキテクチャ特別編集版「商空間デザイン」2005年7月号 日経BP社

「お掃除社内革命」 橋本奎一郎著 中経出版

### <ニューオフィス推進協議会>

「オフィスワーカーのモチベーションをあげる要因はこれだ」報告書

「女性が働きやすい研究部会」報告書