



# トイレ診断士の技術で 台湾の鉄道トイレを快適に!

## 台鐵廁所變乾淨

攜手斯巴克引進「日本第一廁所」診斷技術



【記者吳志雲／台北報導】  
台灣的鐵道廁所的快適化のため、トイレ診断士が立ち上がりました。この度、株式会社アメニティと台湾の清掃会社であるスパークー社は、台湾の鉄道トイレのメンテナンスに関して業務提携を行うこととなりました。2019年11月19日には、台湾交通部、スパークー社、アメニティが共同で記者会見に臨み、その模様は台湾大手の新聞、テレビでも大きく報道されました。

会見に先立ち、スパークー社のスタッフ20名にTCM(トイレクリーナーマイスター)研修を行い、日本のトイレメンテナンス技術を伝え、日本のトイレ診断士が実際に台湾の駅のトイレを診断、メンテナンスを行いました。今後主要駅を中心TCM研修を活かしたトイレメンテナンスを行っていく予定で、アメニティネットワークの技術に大きな期待が寄せられています。

台湾の新聞記事「台湾鉄道のトイレがきれいに変わった」

台湾の鉄道トイレの快適化のため、トイレ診断士が立ち上りました。この度、株式会社アメニティと台湾の清掃会社であるスパークー社は、台湾の鉄道トイレのメンテナンスに関して業務提携を行うこととなりました。2019年11月19日には、台湾交通部、スパークー社、アメニティが共同で記者会見に臨み、その模様は台湾大手の新聞、テレビでも大きく報道されました。

会見に先立ち、スパークー社のスタッフ20名にTCM(トイレクリーナーマイスター)研修を行い、日本のトイレメンテナンス技術を伝え、日本のトイレ診断士が実際に台湾の駅のトイレを診断、メンテナンスを行いました。今後主要駅を中心TCM研修を活かしたトイレメンテナンスを行っていく予定で、アメニティネットワークの技術に大きな期待が寄せられています。



台湾のニュースでも放送されました。

## トイレアクセサリーで 世界の子どもたちを救おう!

「世界中にはトイレが無い国がたくさんあり、不衛生な環境の中で毎日800人の子どもが命を落としている」そんな状況を知ったトイレ研究家の白倉正子さんは、トイレアクセサリーの販売を通じて寄付金を集めています。

トイレアクセサリーは、ネックレスやピアス、ネクタイピン、ストラップなどがあり、便器やうんちのモチーフに目が釘付けになってしまいます。2019年6月から本格的に販売を始め、約300個を販売、すでにザンビアとケニアにトイレを作るための寄付を行ったということです。この活動は2019年11月19日に行われた全国トイレシンポジウムでも「グッドトイレ入選努力賞」を受けられました。

あなたもトイレアクセサリーで世界を救う活動に協力してみませんか?きっと運(ウン)が付きますよ。

お問い合わせ:info@entoiletplannerアントイレプランナー白倉正子まで



## Toilet Topics



白倉さんの耳には洋式便器のピアスが!

## 編集後記

先日、日本トイレ協会主催の全国トイレシンポジウムに参加してきました。今年のテーマは「公共交通のトイレの進化」。空港や鉄道、高速道路、道の駅などのトイレの設計や管理をする方々のお話を伺うことができました。各方面的なゆめ研究と努力で、現在のような快適な公共交通のトイレができるっていのかと感銘を受けました。かわや版の紙面でも紹介できればと思います!

### 30周年記念プレゼント

アメニティネットワーク30周年を記念いたしまして、トイレピッキスでもご紹介しましたトイレストラップを30名の方にプレゼント致します。

こちらのQRコードよりご応募ください。応募締め切り2020年1月15日。当選された方にはご連絡を差し上げます。

※ストラップデザインは届いてからのお楽しみ。



# トイレを楽しくする新聞 かわや版 KAWAYABAN

2020新年号  
Vol.82

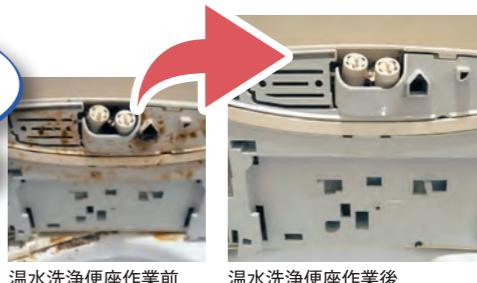
## 快適トイレを実現する アメニティの「3つのR」とは

お陰様でアメニティネットワークはこの度、設立30周年を迎えることができました。心より感謝を申し上げます。今号のかわや版では、改めてアメニティネットワークの根幹業務である「3つのR」についてお話したいと思います。

### 1 Refresh リフレッシュメンテナンス

機能・美観復帰

これまで蓄積した汚れを落としきり  
設置したてのようなきれいな状態へ。  
まずはトイレのリフレッシュから。

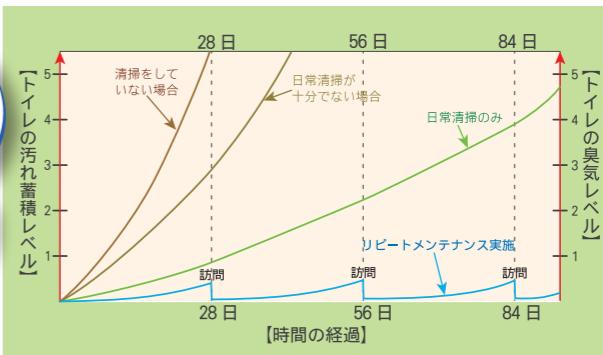


日常清掃では落とせない頑固な汚れをプロの技術でキレイな状態に戻します。

### 2 Repeat リピートメンテナンス

定期診断管理

リフレッシュで  
キレイになったトイレ。  
そのキレイをプロの  
定期訪問で  
効率よく高品質に  
維持・管理。



- トイレルーム全体の点検
- 薬剤や消耗品の交換
- 日常清掃に対するフォローアップ清掃の実施
- レンタル機器の点検やメンテナンス
- お客様へのご報告

### 3 Renewal リニューアルサポート

設備改善支援

通常のメンテナンスでは  
対応しきれない故障や破損に対応し、  
早めの対処。  
設備改善支援を行います。



トイレの相談はトイレのプロへ



# Amenity Toilet History アメニティ・トイレヒストリー

株式会社アメニティの創業者である前代表取締役・山戸里志はどのようにしてトイレと出会い、現在のアメニティネットワーク®につながっていったのか。アメニティ・トイレヒストリーをお送りします。

## トイレとの出会い

今から遡ること42年前、トイレを取り巻く状況は現在とは随分と違っていた。旧国鉄のトイレは、すぐにその場所が分かるほど強烈なニオイを放ち、美味しい食事を提供する飲食店のトイレもそれと大差ない所が多かった。“臭い、汚い、怖い、暗い”という「トイレの4K」の隆盛期である。



山戸里志は当時、家電製品を売るセールスマンを指導するコンサルタントだった。家電製品は一人の顧客に一度販売すると、また同じ製品を買ってもらうのに数年を要する。次から次へと新しい顧客を開拓していくなければならない。それよりも、何か継続性のあるビジネスはないだろうかと模索していた時、山戸が出会ったのがトイレの芳香剤という商品だった。「臭いトイレを好きな人はいない。毎月巡回して芳香剤の交換をすれば顧客と継続的なつながりができる!」

そこでターゲットとして狙ったのが銀座や六本木の高級クラブ。「お店もホステスも綺麗なのに、トイレだけ汚れていてはお客様に申し訳ないでしょう」そんな営業トークで次々と顧客を増やしていくのだった。

## 起業・未知の領域のトイレで独立

営業コンサルタントとトイレの芳香剤の定期巡回販売という二足のわらじをはいていた山戸であったが、次第にトイレという未知の領域のビジネスに魅了されていった。

- そしてついに1975年、トイレビジネスに専念するために独立。横浜の自宅を本社に東陽商会(現在の株式会社アメニティの前身)を設立した。
- んな時代である。山戸は、ケミカル関連の会社に協力を求めながら、やがて寝食を忘れるほど尿石対策に没頭していく。そして、平成元年(1989)にアメニティが設立されたときに発表されたのが、マリンクールと言うスルファミン酸を主剤とした小便器用の尿石防止剤である。



横浜市内の自宅兼事務所

「環境を守り、環境を創る」を経営理念に掲げ、芳香剤の定期巡回サービスを専門とする事業を開始。営業コンサルタント時代の腕を生かし、顧客は瞬く間に増えていった。

順風満帆なスタートを切ったと思われた山戸であったが、思わぬクレームが彼を襲った。それは、「芳香剤とおしつこの臭いが混ざって気持ち悪い」というものだった。

そこで山戸は「香りで臭いをごまかすマスキングではなく、根本から臭いを断ち、汚れがつかないシステムを作らなければ」と決意を新たにし、その問題解決に挑戦するのであった。

## ニオイの原因「尿石」のメカニズムを検証

“トイレのニオイと汚れの問題”は尿石の研究と対策が主なテーマとなつた。臭いトイレの最大の問題が尿石から発生するアンモニア臭であることを明確にしたのである。当時は尿石という言葉すら一般的に使われていない時代であり、便器の黄ばみ、スケール、汚れ…等の言葉がビルメンテナンス業界でも一般的であった。ケミカル企業の強酸系製剤の一部に尿石という言葉が使われていたかどうか、今では、その検証も難しい…そ

## トイレのフランチャイズビジネスの始まり

1989年、会社設立以来、初のスルファミン酸系尿石防止剤「マリンクール」を開発・発売した山戸は、販売してくれる代理店を作るため、全国行脚に奮闘していた。そんな中、製造を委託していたメーカーが、密かに代理店以外に商品を横流ししていたことが発覚。これを機に、製造から販売まで一貫したシステムの必要性を感じ、代理店ではなくフランチャイズ(FC)として展開し、理念を共有しながら販売網を広げていこうと決心した。

そこで、マリンクール発売と同じ年の1989年12月、FC展開をするための本部として、横浜市保土ヶ谷区に株式会社アメニティを設立した。今から30年前、山戸里志が47歳を迎えた初冬のことであった。

独立して東陽商会としてビジネスを立ち上げてから十数年。ネットワークの体系とメーカーとの連携でようやく研究開発体制が整い、アメニティネットワークとして全国展開へのスタートを切ったのである。

## フランチャイズで全国展開へ

そのころは、世の中のトイレを取り巻く環境は今よりもずっと悪く、“臭い、汚い、暗い、怖い”的な4Kトイレがまだ

まだ、まかり通っていた時代であった。山戸が目指していたのは快適なトイレ空間の創造。そのためには単なる商品の流通だけでは目指す理想のトイレ空間の実現は難しいと考えたのだ。そこで、アメニティのトイレビジネスに共感し、理念を共有してくれるパートナーがあつてこそ実現可能と考え、単なる代理店方式ではなく、フランチャイズというチェーン展開を選択したのであった。そして、加盟店の開発に全国行脚し、全国の各拠点にアメニティネットワークのショップが誕生した。その一方で、アメニティのトイレサービスの拡充のため、独自の製品・サービスの企画・開発に取り組んでいた。そして1990年、今もアメニティの主力商品となっている防跳型尿石防止剤「ピピダリア」を開発したのであった。

## トイレのメンテナンスを変えた尿石防止剤「ピピダリア」

トイレのニオイや汚れの原因となっている尿石。この尿石との戦いが続いているわけだが、「そもそも尿石が発生しないようにすれば…」と考えたのが「防跳型尿石防止剤ピピダリア」の開発のきっかけだった。尿石が発生するメカニズムを解明し、また、排尿時の尿の飛散も要因のひとつになっているため、容器自体に尿跳ね防止の機能を持たせた。そして「ピピダリア」は薬剤の製法、形状の2つの特許を取得した逸品となった。現在では容器に古紙を使用することによってマイナーチェンジし、更に環境に優しい製品としてバージョンアップしている。



このピピダリアによって、予防型メンテナンスの考え方方がより一層明確に確立されていくことになる。4週間に1回のトイレ定期診断管理「リピートメンテナンス」が全国のFCショップによって広がっていった。

## トイレ診断士®誕生

アメニティのトイレサービスは予防型メンテナンス。トイレも人間の健康管理と同じで、そのトイレの症状にあわせた維持管理をすることが、ニオイや汚れを予防していくことになる。そのため、トイレに潜在、顕在する問題点を診断する技能が肝要となる。一方で、アメニティネットワークはフランチャイズで全国展開しているため、サービスの品質を標準化していくことも必須の課題。そこで、有効な仕組みと考えたのが資格制度だ。トイレ診断

士という資格によって、サービスレベルの均質化を図ると共に、スタッフのモチベーションアップにも繋がると考えたのだ。全国の加盟店の中から有志が集まり、それぞれの得意分野の知識・技術・ノウハウを結集し、トイレ診断士の資格制度が構築された。

1997年に第1回目の試験が開催され、2003年にはトイレ診断士の技能が認められ、厚生労働省の社内検定制度でも認定された。このトイレ診断士は、アメニティネットワークの大きな財産となったのだ。現在、142名のトイレ診断士が全国で活躍している。



## アメニティネットワーク新時代へ

2014年の10月には、創業者である山戸里志から2代目社長の山戸伸孝へ事業が継承された。「快適トイレのプロ集団を目指す」という理念のもと、「トイレクリーンマイスター®」「トイレクリーンマイスター・トレーナー」などの新たな資格制度も構築し、さらなる技術の向上を図っている。平成から令和へ、アメニティネットワークは躍進を続けていくのであった。



## 株式会社アメニティ代表のインタビュー記事が書籍化されました

株式会社日経BPより、「リアルビジネス3.0 あらゆる企業は教育化する」が書籍発行されました。以前、「日経トップリーダー2017年11月号」の特集「小さな会社の『戦わない経営』」にてアメニティの記事が掲載されました。その書籍版として発行されたものです。お目通りいただければ幸いです。