

トイレ診断士派遣でメンテナンス においの元を断つプロ集団の誇り

東京都渋谷区役所前にある公衆トイレに今年五月、「区役所前トイレ診断士の厠堂」という白地の看板がお目見えした。渋谷区の公衆トイレの命名権（ネーミングライツ）を購入したのが、横浜市神奈川区のアメニティ。「トイレ診断士」と称するトイレ点検のプロ集団を全国に抱え、ビルや施設のトイレを清潔に保つサービスを提供する珍しい会社だ。

夜の銀座で学び 客のニーズくみ取り トイレ診断士を創設

約は年間一〇万円で三年間は、代々木公園のそばにあり、夜はホームレスの寝床にもなる。汚い、くさい、暗い、怖いという「4K」の典型的な場所。それでも、アメニティ社長の山戸里志は、トイレの清掃と修繕を行ない、診断士による週三回のパトロールを実施、ホームレスの顔も覚えたほど。「いちばん難しいところを挑戦する。ここが公衆トイレなのかと驚かせたい」と話す。

六六歳の山戸がトイレに関心を持ったのは、三十代を迎えた頃だった。工業高校卒業後、工場勤務を経て、百科事典のセールスマンとして腕を磨き、一九七三年、日本経営センター（東京都）に入社。営業のノウハウを生かし、カラーテレビや電子レンジといった家電の販売方法を、講師として販売店に指導していた。四、五人の小さな会社だったが、収入は十分。だが、体を壊せばそれでおしまい、不安定な仕事でもあった。

起・業・人

Number 286

やまと・さとし / 66歳、東京都出身。1973年に日本経営センター入社。芳香剤販売が好調で、76年に東陽商会を設立して独立。89年にアメニティ販売（現アメニティ）を設け、社長に就任。

販売。月一回、定期的に交換する商売を始めた。昼は講師で、夜は芳香剤を売り歩く日々が続く。すると、銀座や六本木、渋谷などの飲食店を中心に取引先は八〇〇店ほどに広がっていった。山戸は言う。「苦勞？ そんなものはない。売るのが楽しかった」。

わが社はこれで勝負！

厚生労働省認定の社内検定制「トイレ診断士」によるトイレの診断。トイレの汚れの状況や臭気の濃度を調べ、予防方法や維持管理方法を提案する。資格の取得は、業務経験1年以上で、学科・実技試験に合格する必要がある



K.Sumitomo

山戸は、商売をするうえで次の三点を条件にしていた。
第一に、オリジナル性のあるもの。第二に、大資本が魅力を感じない手間のかかるもの。第三に、家電のような耐久消費財を売るのではなく、電気やガス事業のように継続できるものだ。この三点が当てはまるものこそ、トイレの仕事だった。トイレは毎日使い、必ず汚れ、においも出る。メンテナンスが必要でトイレの数だけ市場があった。山戸は、日本経営センターの代理店として、七六年に東陽商会を設立し、独立。自宅のあった横浜の開拓を始めた。すると、

客側から「芳香剤でにおいをごまかすのではなく、においの元を取り除いてほしい」というニーズが高いことに気づく。そこで八九年にアメニティの前身、アメニティ販売を設立。尿の成分が便器で固まり、悪臭の元になる「尿石」の防止剤を扱い、販路拡大を目指して、フランチャイズ展開した。山戸のビジネスはそこで終わらなかった。それがトイレの



K.S.

山戸里志

アメニティ社長

AMENITY

「最高のもてなし」と地道なサービス続け海外展開も本格化
アメニティの売り上げは毎年順調に伸びてきた。ただ、前期は東陽商会を吸収し、在庫を圧縮したため、特別損失を計上。資本金を取り崩して充てたが、今年には未上場企業の資金調達を促す「グリーンシート」銘柄として、約五〇〇万円の調達に成功した。今年六月期は、売り上げ約九億円で、経常利益五

五〇〇万円とV字回復する見込み。山戸は「うちは、バブル崩壊したIT企業のように浮足立っていない。根を張って、トイレに足を突っ込んで仕事をしている」と胸を張る。山戸は、日本のトイレ文化を世界に広げる目標を持つ。千利体がトイレによるもてなしを説いたことに触れ、「昔からきれいなトイレが最高のおもてなしなんだ。日本人が生まれたときに教えるのはトイレの作法じゃないか。トイレには日本人の美意識が出てくる」と話す。そこで、店舗のある韓国展開をならむ。

「でも、将来の話をしたら、墓が見えてきてしまうんだよ」と笑うが、メガネの奥の瞳は衰えを感じさせない。 (敬称略) 本誌・小島健志

「かかりつけ医」である診断士の創設だ。トイレのにおいの原因はそれぞれ異なる。たとえば、便器がきれいでも、見えない配管部分が悪臭を生むときもある。診断し、メンテナンスサービスを提供すれば、より清潔に保つことができる。

を項目ごとに数値化して診断する。時には配管に内視鏡まで入れて検査する念の入れようだ。診断士とは別のトイレ管理士や節水診断士らも出動。月一回のメンテナンスやハイテク化されたトイレの掃除の仕方などを清掃員に伝える。今ではトイレ診断が事業の柱になった。国内外に五八店舗のネットワークを持ち、取引先は直営店だけで約二五〇〇件に上るアメニ

売上高は年々増加 特損処理で今期は V字回復予定

