

Big Life

MONTHLY MAGAZINE

企業経営の進化を考える
エグゼクティブのための人間情報誌

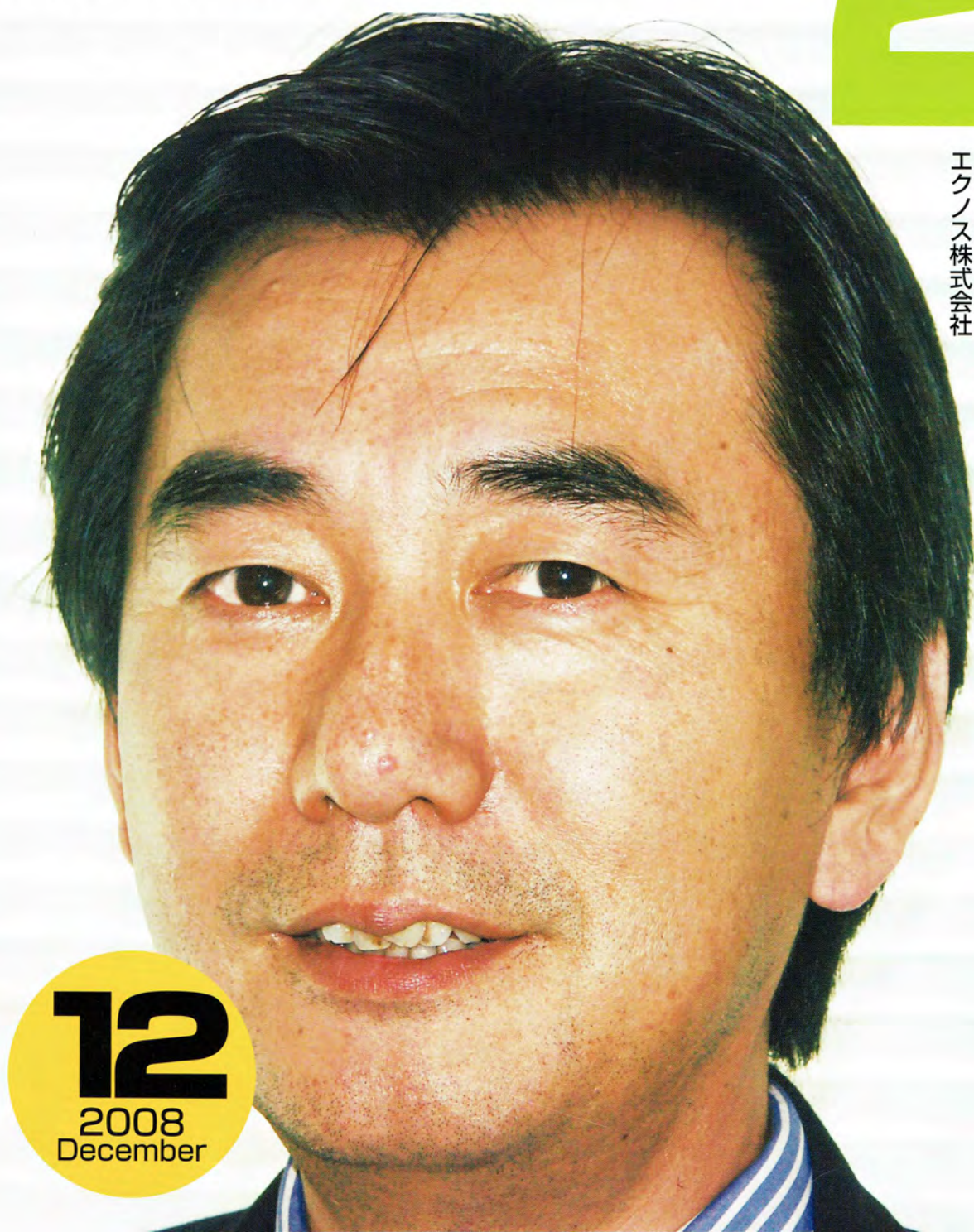
<http://www.biglife21.com>

21

ランドスケープの近未来を先取りする
「階段」や「手すり」に究極の機能美を求めて
カッデンアーキテック株式会社
地球全体を視野に入れたマーケティング
駐車場の近未来をデザインする
エクノス株式会社

12

2008
December



消費者の魂の叫び

北海道の銘菓「白い恋人」や伊勢名物「赤福」、老舗の高級料亭「船場吉兆」などひっきりなしに起こる「偽装」問題や、中国産「冷凍ギョーザ」事件、農水省と企業の癒着が招いた「事故米」問題、中国産「メラミン」混入食品など、消費者の安心・安全を足もとから揺るがす「食品問題」が毎日のように起こっている。

なかでも不安視されているのは中国産の食材だ。冷凍ギョーザやメラミンだけではない。たとえば、中国から輸入される冷凍野菜の中には、日本政府の決めた残留農薬の基準値を大幅に上回る食材がとどまることなく入ってきている。一応、検査にひっかかれれば輸入されないことにはなっているが、この検査は、コンテナに積まれた膨大な食材の中から、いくつかの検体を選び調査しているだけだ。農薬の付着は個体ごとにまちまちなので、検査をすり抜けて残留農薬たっぷりの冷凍野菜が大

株式会社アミコーポレーション
代表取締役 兒玉 彰氏

「アルカリイオン水」で 食の不安を一掃させる!!

消費者の「魂の叫び」に応じて創業

大手航空会社の国際線機内食の仕事に携わってきた氏は、他社の食品加工工場を見る機会があり、高濃度の次亜塩素酸を使用している現状に驚き、疑問を感じ、機内食工場で得た衛生管理の知識を元に、新発想による打開策を見出して創業を決意した。

量に日本に入ってきているといわれている。

それだけならば、日本の消費者の多くは、原産地表示をみて中国産となっていれば買わないという選択をすることもできるが、やっかいなのは、輸入された食材が日本で加工して販売されたり、外食産業で使われた場合、中国産という表記がどこにもなくなってしまうことだ。これでは、消費者は選択のしようがない。

かくなる上は「自炊しかない」と決意する消費者も多いが、実は、スーパーなどで売られている国産の野菜にも、残留農薬がたっぷりと付いているのである。では、一体どうすればいいのか？

消費者の魂の叫びが聞こえてきそうな日本の食品事情だが、こうした問題を解決するのに最適な商品を開発した会社がある。千葉県茂原市に本社を置く「株式会社 アミコーポレーション」が開発した強アルカリ除菌洗浄水「Germs Wash (チャームズワッシュ)」だ。同社の代表取



プロフィール
児玉 彰 (こだま あきら) 氏
 1958年、岡山県岡山市生まれ、50歳。国立神戸海技大学校（現在の独立行政法人海技教育機構）を中退。その後、ホテルチェーン店などを經由して日東興業に入社。その後、JALグループで国際線の機内食を提供する会社に転職し、主にマネージメント業務を担当。2002年、株式会社アミコーポレーションを設立。代表取締役就任、現在に至る。

株式会社アミコーポレーション
 〒297-0037
 千葉県茂原市早野2360
 TEL 0475-25-1338
 URL <http://www.gwash.net/>



業務用 20 リットルから
 ハンディタイプに入れ替えている



清掃業務

締役の児玉彰氏に取材した。

「アルカリイオン水」が生む奇跡

浮き出てくる。これは水で洗っただけでは不可能な除去効果だ。さらにワックス等も除去できる。

使えない。こうした場合、「Germ's Wash」なら、サビが防止できて、微生物による腐敗も抑えることができる。

一念発起して独立！

児玉氏は、大手航空機「JAL」の国際線機内食を製造する会社に20年間近く勤めていた。そのキャリアが、「Germ's Wash」を生み出す原点となった。氏は語る。

「仕事柄、世界的に有名な『おいしい水』の産地に行く機会が多かったのですが、実際に現地に行ってみると、やっぱり、水がおいしいんですね。当然、その水を使って料理をしたものはおいしいですし、その水を生活用水にしていると、身体にもいいんです。機内食でお客様に提供する食事には、水は不可欠ですが、たとえば、水道水を使ってジュースをつくと、時間単位で、劣化していくんですよね。お客さんのために、なんとか水を腐らせないようにできないものかと、ずっと考えてきました」

日本では、戦後60年以上経った今も、殺菌のために、次亜塩素酸ソーダやアルコールを使用している。川や海に流すとヘドロのもとになる、化学薬品の界面活性剤も使ったりしている状態である。

そもそも、日本の大手産業界は、長年、研究し尽くしているのに、こうした化学薬品よりも「アルカリイオン水」を使ったほうが、消費者にとって有益であることは、百も承知。それなのに、なぜ、アル

株式会社 アミコーポレーション」のモットーは「安心・安全・環境汚染ゼロ」。それを体現した製品が「Germ's Wash」だ。この製品は、強アルカリイオン水で、成分の95%が水でできており、これに貝殻の焼成パウダーを加えることで、除菌、農薬剥離効果を高めている。原料はすべて自然由来。その特徴は主に6点。

一つ目は、強アルカリ水による「農薬除去効果」。たとえば、スーパード売っている野菜を同製品で洗うと、農薬が

二つ目は、「除菌効果」。強アルカリにより、大腸菌、サルモネラ菌、大腸菌O157といった細菌を死滅させ、細菌の増殖も防止。さらに、水の腐敗も防ぐ。

三つ目は、「消臭効果」。悪臭の原因となる硫化水素、アンモニアや、生鮮物が酸化して放つ腐敗臭を、強アルカリにより抑制する。

四つ目は、「サビの防止効果」。鉄のサビを止めるには、油やワックスを塗布するケースが多いが、金属製の食器や包丁などのキッチン用品には

六つ目は、「カビ取り・防カビ効果」。強アルカリイオン水により、カビの生育を妨げ、剥離・死滅させる。

その効果のほどは、千葉県で100年以上の歴史を持つ老舗の製薬会社が、約8ヶ月間、「Germ's Wash」を丹念に調べた検査により立証済みだ。



チャームスワッシュの原水生成装置

カリオン水を使わないのか
という点、コストがかさむた
めだ。こうした現状を氏は次
のように嘆く。

「アルコールが混ざったもの
や、次亜塩素酸ソーダが混ざっ
たものを、子どもたちに食べ
させて、知らん顔している」と

いう、今の図式は異常ですね。
はつきりいって、食品工場のな
かには、人間としてのポリシー
はないのか?と聞いたいくらい
化学薬品付けの工場もあって、
コワイですよ。化学薬品を使
えば、抜群に殺菌できますが、
それを体内に入れるなんてい
うことは、考えられませんね。

危険過ぎます」

なんとかアルカリ質で安
全な水はできないものか……。
人知れず呻吟していた氏に出
会いが訪れた。ある洗浄機器
メーカーが、強アルカリ水を
製造しているのを偶然知った
のだ。

「これだー」。そう思った氏
は、独立開業に踏み出した。

大手企業の系列会社からの
脱サラだったが、躊躇はなかつ
た。「私が入社したのは、大手
企業だからではなく、やりた
いことをするためでした。ぬ
るま湯につかっている社員であ
り続けるよりも、自分の好き
なことをやった方がいいんじや
ないか、という結論にすぐに
達しましたね」と氏は回想する。
こうして氏は2002年8
月に「有限会社アミコーポーレ
ション」を立ち上げた。

時代のニーズに合致

アミコーポーレーションは、
2008年11月に有限会社か
ら株式会社に移行。今年で
創業して6年目に入る。「G
erms Wash」の価格

は「20リットルコック付」が
19,425円、「2リット
ルペットボトル 6本」が
15,120円、「スプレータ
イプ500cc 12本」が
18,900円などのバリエー
ションがあり、真に安心・安
全を追及している人にとって
決して高くはない価格。

これまで同社の業績は、ゆ
るやかに右肩上がりで推移し
ている。主な取引先は、国際
線機内食企業などの日本航空
グループ、成田国際空港内レ
ストラン他ゴルフ場4ヶ所な
ど多数。

「お客さんには絶賛して頂い
ているんです。事故もありま
せんし、一度使って頂くと契約
が途切れるということは何と
もなく、ずっと使って頂いて
います」と氏は自信をもって
言う。

食の安心・安全を求める一
般ユーザーである消費者全般
に対して、販路を伸ばしてい
るかどうかが、気になるとこ
ろだが、これについて氏は次
のように説明する。

「今は、まず食材や水をいつ

ばい使う調理師や食品加工会
社など『プロ』に使って頂いて
いる段階です。最終的には、一
般ユーザーから納得して買っ
て頂きたいという思いはあり
ますが、派手に売上げを伸ば
そうとするのは、私の性に合
わないんですよ。今は地道
にコッコツと信頼と実績を築
いていく時だと思っています。
じっくりやっていくことがベス
トだと思っています」

たしかに、日本ではひっき
りなしに何かしらヒット商品
があるが、大抵、一過性で長続
きしないものだ。最近も、朝
にバナナを食べるとダイエット
になるとワイドショーに取り
上げられてブームになり、スー
パーでバナナが不足するエリ
アも出たが、あれもその類で
ある。こうした飽きっぽい大
衆によってすぐに忘れ去られ
てしまう儂い一過性の現象に
比べ、時代のニーズに本当に
合致したものは、着実に民衆
に普及していく。

たとえば、ペットボトルに
入った水やお茶を買う、とい
うのは、一昔前なら考えられ

ない光景だった。それが今や
2兆円産業に発展している。

その背景には、劣化して、も
はや使用できないレベルにま
で達した生活用水がある。そ
れと同じように、今は、お金
を払って買う水は飲む水に限
定されているが、次第に、生
活用水全般の水に対しても、
安全のために対価を払って当
然、という時代になる可能性
は高いのではないか。

食に対する関心が高まるこ
とで、これまで大手企業を中
心とした産業界の間で「暗黙
の了解」となっていた、身体
に悪い化学薬品の存在が、消
費者に認識されつつある。前
述したように、中国産の食品
問題や不景気も相まって、自
炊して安心して食べたい、と
いう消費者ニーズはかつてな
いほど高まっている。

時代のうねりは、同社にとつ
て追い風となりそうだ。地道
な活動が実り、同社の製品が
産業界や消費者に広く普及し
ていくことを期待したい。