

吉松こころの
取材日記



「トップ営業」の時の洋服はド派手が吉

某月某日

多田多延子社長(44)は、これまで、1日も欠かさず5日、ピンクを着ている。カルビーの伊藤秀二社長、ピンクを着ているらしい。よって、ピンク色の洋服は400着を超えているという。この多田社長がピンクにこだわる理由はいくつかある。広島で被爆2世として生まれ、「ブラックレイン」に代表される18歳で「初代のミスJ R広島」になり、その後、広島にオリンピックを招致しようと60万人の署名を集め、最近では幅84・1メートル、高さ36メートル、重さ1トンの折り鶴を折ってギネスブックに載ったという。

この多田社長がピンクにこだわる理由はいくつかある。広島で被爆2世として生まれ、「ブラックレイン」に代表される18歳で「初代のミスJ R広島」になり、その後、広島にオリンピックを招致しようと60万人の署名を集め、最近では幅84・1メートル、高さ36メートル、重さ1トンの折り鶴を折ってギネスブックに載ったという。

マフラーに至るまですべてピンク色。財布などわざわざクロコダイルをピンクに染めたというツワモノ。次は車まで染めようかと考えている。恐る恐る下着の色も聞いてみたら、あっさり「上も下もだワ」だった。2009年の5月15日からこの5日、ピンクを着ている。どこにいても目立つ服装をウリにトップ営業を繰り返して今日を築いてきた。

ついに洗剤メーカーまでも賃貸業界に目を付けてきた。エアコン洗浄やガスレンジ清掃、外壁洗浄の分野で売り込みを掛けるのは、洗剤の製造・販売業、TSP(広島県下もだワ)だった。2009年の5月15日からこの5日、ピンクを着ている。どこにいても目立つ服装をウリにトップ営業を繰り返して今日を築いてきた。

「You are in the pink.」という表現は、「幸せに満ちている」の意味だと聞いたとき、「毎日ピンク色を着よう」と決意。巻き起こせるか、見モノだ。

「洗浄」「安全・経済的」「防汚・防さび・ツヤ出し」「除菌・消臭」の機能を持つ環境に優しい洗剤を開発したのはTSP（広島県広島市）。同社の「スーパーエコ・クリーナー」は国内の自社工場で作られ、食品工場や外食業界などで導入されているプロ向けの環境改善洗剤だ。

「スーパーエコ・クリーナー」は、洗剤でありながら泡が出ない。主成分は水。汚れやにおいのもととなる有機物を分解し、汚れの間に入り込むことで洗浄してしまふ。泡や液体で落とすというよりは、分解する力で落とす。このため原液の状態でも人体への経口毒性が低く、その安全性

は食塩よりも高いという。製造・販売するTSPの多田多延子社長



20リットルの「スーパーエコ・クリーナー」を作る原液1リットルで4500円。400リットル作ることでできる20リットルの製品もある。

TSP 主成分は「水」の万能洗剤 賃貸住宅のあらゆる部分に対応

し、掃除の時間が短縮されれば、当然、人件

能。場所や部位、製品

らゆる部分に使用可能。臭いや刺激はなく手で触ってもよい。「希釈

して携帯用スプレーに入れれば、食事前の手の除菌にも役立ちます」（多田社長）

によると、「泡がないため流すのも簡単です。掃除のとき汚れを落とす時間より、泡を流す方に時間が掛かる

と言われます。スーパーエコ・クリーナーであれば、使用する水は5分の1から3分の1。節水にもなります

費の削減にもなります」と解説する。シルク、ウール、パール、オパール、サンゴなど風合いが気になる物

以外ほぼすべてのものに使用できる。金属やアルミ、ゴムなどを腐食する心配もない。素材を傷つけることは

必要もない。また、環境性が高いため、廃液はそのまま水道に流すことができる。多田社長は「排水される際、配管の中の汚れも分解し、きれいにしています」と語る。

と謳っています。スーパーエコ・クリーナーであれば、使用する水は5分の1から3分の1。節水にもなります

1。節水にもなります

素材を傷つけることは

カーペットやソファ

から変えていきたい



TSP (広島県広島市) 多田多延子社長(44)

1。節水にもなります

素材を傷つけることは

カーペットやソファ

から変えていきたい

世界の洗剤市場はおよそ200兆円。「1%から変えていきたい」

ピンクの服がクローゼットに400着

365日ピンク色を着る

通称「ピンク社長」

◆環境改善洗剤「スーパーエコ！クリーナー」を製造・販売するTSP（広島県広島市）の多田多延子社長は、365日全身ピンクしか着ないことで有名な社長だ。「ピンク社長」と検索すると上位1位。ピンクはピンクでもかなり明るいピンクで、ほとんどがオーダードードだそう。クローゼットには常時400着にもものぼるピンク色の洋服が詰め込まれている。「英語で『あなたはピンク』というと、『幸せに満ちている』という意味なんです。もともとピンクは好きでしたが、そういった意味からピンクを着ています」と多田社長。会社のブランディングにも役立っている。