

各 位

2014年11月27日

興和株式会社
興和新薬株式会社

二酸化塩素の除菌パワーで、ウイルス・菌の除去、カビを抑制！

空間除菌製品「ウイルス当番」 新発売！

リビングや寝室、キッチンや洗面所、玄関等に、
オリジナルキャラクター形状容器を置くだけ！

興和株式会社（本社：名古屋市中区、代表取締役社長 三輪 芳弘、以下「興和」）は、二酸化塩素の除菌パワーによりウイルス・菌を除去する空間除菌製品（家庭用二酸化塩素ガス製品）「ウイルス当番」を、2014年11月19日より、全国の薬局・ドラッグストア、スーパー・ホームセンターを通じて、新発売いたしました。

「ウイルス当番」は、空間中のウイルス・菌を除去し、カビを抑制してくれる二酸化塩素を主成分とした製品です。二酸化塩素は、ターゲットとなるウイルス・菌、カビへの酸化作用により、それらの構造を変化させ、機能を低下させます。

特許技術を用いて、容器内のゲル化剤から二酸化塩素ガスが持続的に放散しますので、くつろぎ空間であるリビングや、カビの発生が気になるキッチンなど、ご家庭の気になる様々な場所に置くだけで、簡単に使用することができます。

また、空間除菌製品では初めてオリジナルキャラクターをあしらったかわいい容器を採用しましたので、生活シーンにおいてインテリアを崩すことなく、どこにでも置くことができます。

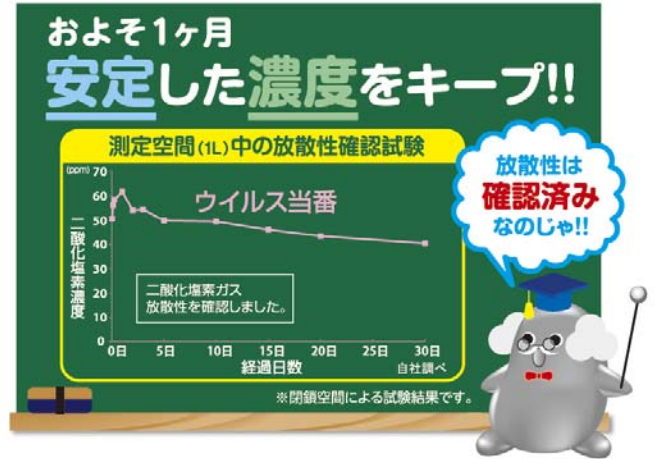
■「ウイルス当番」 特長

特長 1

二酸化塩素の除菌パワーが、
ウイルス・菌を除去！カビを抑制！

◆二酸化塩素の除菌パワー

二酸化塩素は、ターゲットとなるウイルス、細菌、カビへの酸化作用により、それらの構造を変化させ、機能を低下させます。



特長 2

いろんな場所に置くだけ簡単！！

- ・くつろぎ空間 リビングに
- ・寝ている間も用心！ 寝室に
- ・カビが気になる キッチンに
- ・ウイルス・菌と戦う 洗面所に
- ・ウイルス・菌の出入りに注意 玄関に

◆使用の目安

洗面所・トイレ等	1~3 畳	約 2 カ月間
リビング等	6~8 畳	約 1 カ月間

※ご利用環境により成分の広がりや持続期間は異なります。
また、本品はウイルスや菌、カビをすべて除去できるものではありません。



特長 3

空気中の二酸化塩素ガス濃度

◆実使用を想定した条件で、
データを確認しました

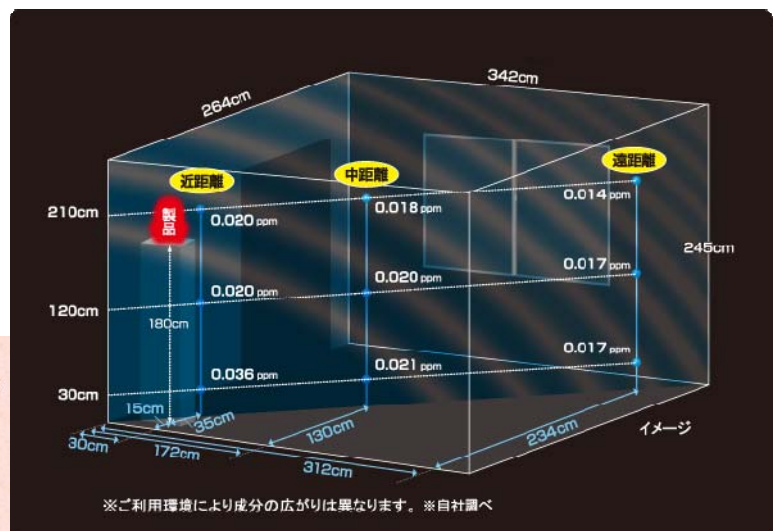
《試験条件》

- ・試験空間：約 6 畳間
- ・温度/湿度：成り行き
(平均温度/湿度：31.0°C/39.7%RH)
- ・測定時間：製品設置 8 時間前後
- ・室内出入：1 回/1 時間

0.02ppm 浮遊微生物が99%以上
低減するのに有効な濃度

25m³の密閉空間に二酸化塩素発生装置を置いて空間内二酸化塩素濃度を0.02ppmに調整後、対象微生物の除去を調べた。

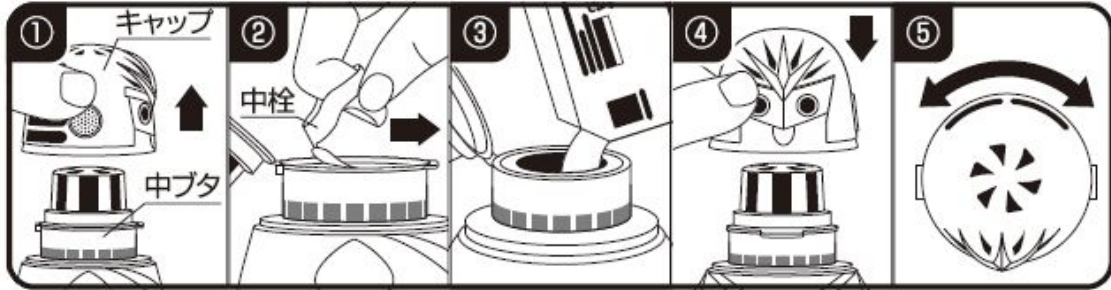
出典：アレルギーの臨床32(12),75-(2012)



※ご利用環境により成分の広がり異なります。※自社調べ

■「ウイルス当番」 使用方法

※記載事項を必ず守ってお使いください。



- ①添付のシールに使用開始日を記載し、ボトル背面に貼って、キャップを取りはずしてください。
- ②中ボタンを押し上げ、中栓のリングへ指を通し手前方向へ引き抜いてください。
※中は液体ですのでこぼさないように注意してください。また、中ボタンを回してはささないでください。
- ③袋に入っている粉末（ゲル化剤）をこぼさずにすべて入れて、**かき混ぜず**に静置してください。
※白い粉が舞う場合がありますので、吸い込まないように注意してください。
- ④**10分前後**して、中の液がゲル状に固まったことを確認してから、中ボタンを閉め、キャップをカチッと合せてください。
- ⑤キャップを回して成分放出量を調整し、成分臭を感じない状態で使用してください。特に使用開始時は成分臭を強く感じる場合があります。その場合は風通しのよい場所に移動させ、その後、使用場所で成分臭を感じないことを確認してから使用してください。
※**室内の高い場所**に置いていただくと、成分が均一に広がりやすくなります。

■成分

亜塩素酸塩水溶液・二酸化塩素発生調整剤・ガス発生活性化剤・吸水性材料

■特許

二酸化塩素ガスの発生方法（特許登録番号：特許第 4109165 号）

■内容量・希望小売価格（税抜）

60g : 1,000 円

商品サイト URL

<http://hc.kowa.co.jp/virustouban/>

商品のお問い合わせ

興和株式会社 お客様相談センター

TEL:03-3279-7560

その他のお問い合わせ

興和株式会社 広報第二部

TEL:03-3279-7392