

# 令和8年度通常総会・第2回大プレゼン大会

## ～ 職業専門家たちの新たな挑戦 汝、強みを知れ！～

令和8年度工業会JEASの通常総会(第25期)を2026年6月5日(金)に主婦会館プラザエフにて開催します。昨年に引き続き、14:50からの第2部は会員各社の15分プレゼン提案(実質発表タイムは14分)の大会を開催します。審査方法や賞品は前回に準じます。詳細は別紙の申込み用紙を参照ください。

### ～ 職業専門家たちの新たな挑戦 汝、強みを知れ！～の意味

- ① 第1回大会の「真の防犯マーケティング度」※1や「JEAS職業専門委員」※2の原理原則論を踏襲し、それを日々の活動に生かし、曇りない心眼をもって自社製品や営業スタイルの「満足度」と「重要度」、「強み」や「弱み」を整理しておくこと。  
(事例)CSポートフォリオ分析 <https://quest-research.co.jp/research/2021-06-23>
- ② 限られた経営資源(人・モノ・資金・情報)の中で、最初から全方位的考え方(強者の理論)を目指すのではなく、今ある資源を、戦略面で優位に立てるところに集中投下し、一点突破(弱者の理論)を図ること。
- ③ そのためには、直接的には一見関係が無いような周辺情報や人的ネットワークや資格などに関心を持つ。あるいは表層的な問題だけに目を捕らわれることなく、構造的な欠陥や潜在的なニーズに思いを馳せる。  
(事例)「MUSUBU 宮若」見学ツアー <https://www.jeas.gr.jp/pdf/20251010.pdf>
- ④ 新規の打ち合わせの際も、会議室や机上の価格の打ち合わせだけに留まらず、開発予定、作業や配送体制の現場確認、業務フローの可視化を怠りなく進めておく。今後に向けてのそれらの保有能力情報を幹部やチームメンバーと共有しておく。  
(事例) オーム電機吉川本社見学会 <https://www.jeas.gr.jp/pdf/20260312.pdf>
- ⑤ ギリギリの価格交渉も必要だが、新たな商品開発(視察含む)や物流面の改善費用を見込み(+原価参入)、それらの課題対応の進捗を定点観測し、パートナー企業との真の関係強化を図る。

このような活動の中で、自社の強みや製品の良さが磨かれる。以上を日々体感していくことを「汝、強みを知れ！」と言う。

※1 真の防犯マーケティング度とは前回パンレット <https://www.jeas.gr.jp/pdf/20250318.pdf> の裏面参照

※2 JEAS職業専門委員 <https://www.jeas.gr.jp/pdf/20240305.pdf> の裏面参照

# 2025年度 通常総会記念行事

15分勉強会13年間継続(55回)に感謝!

‘大プレゼン大会(案)’

～真の防犯マーケティングを目指して～



2013年1月22日(火)第1回15分勉強会

～防犯民主主義実現に向けて～

EAS 機器と防犯カメラとロス・プリベンション推進のための工業会

## 令和7年度通常総会・大プレゼン大会(案) 概要

令和7年度JEAS通常総会は2025年6月6日(金)13:30～ 主婦会館プラザエフにて開催します。  
毎年行っていた15時からの第2部の記念講演をとり止めて、会員各社の15分プレゼン提案の大会を開催します。

### 目的

1. 会員間の学びの推進と第3部意見交換での情報交換の活発化
2. 法令順守や社会的な配慮を含めた総合プレゼン力の向上
3. 小売業の皆様もお招きし、企業の紹介を図る。

会場にはセキュリティショーのJEASブースで展示しているパネル(正会員)を展示。

日時:2025年6月6日(金)14:45～ 16:45

会場:主婦会館プラザエフ9Fスズラン (東京都新宿区四谷)

発表企業:6社 申込が多い場合は事前書類審査または予選大会を実施し、6社に絞る。

各社プレゼン時間:15分厳守

内容:各社のシステムやサービス。なお、防犯領域に限定しない。

審査員:招待小売業者の皆様より3名程

審査基準:①小売業でのニーズ ②発表の分かり易さ ③話が楽しい  
④遵法やSDGsの観点 ⑤真の防犯マーケティング度※

賞金:金賞5万円商品券、銀賞3万円商品券、ユーモア一賞2万円商品券

申込条件:JEASの正会員であること。

**各社パネル展示:セキュリティショーで展示している各社パネルを後方に展示**

担当委員会:企画は政策・研究委員会、実施は総務委員会

公開:Teams等でライブ公開する。

※次のページを参照のこと



## 真の防犯マーケティング度とは(素案)

- 新たなロス対策や万引対策を計画する際、躊躇することが多いが、テスト導入し、**関係者のヒアリング**や**来店者アンケートを実施して**、新の実態を確認して、本格導入をしていただきたい。昔の失敗や食わず嫌いで、改革を怠ることのないよう、丁寧なプレゼンに心掛けなければならない。
- 新たな取り組みが成功した際も、同じように、成功した理由を知らべておくが良い。
- いまだに、万引防止器(EAS機器)や電子ミラーや保安員や顔認証システムを毛嫌いされる本部の方がいるので、今回の大プレゼン対策の審査要素として、そのような固定的なイメージをどのように払しょくしたかも審査の要素に含める。
- 新の防犯マーケティング度には、個人情報保護やデータガバナンスの事例を含める。例えば、顔認証システムの店頭の告知文やHP上でのプライバシーポリシーの内容も加点要素とする。
- 総じて言えることだが、現場の課題や想定される問題点を調べない・放置したままで事業計画数値を決めても、長期的に達成することは困難である。事業計画立案者がそれらに視点を置くことで真の防犯マーケティングが経営の基盤・足場となる。
- 導入後の定点観測や監査の実施は、防犯やロス対策の効果をさらに高めていくことになる。ひいては、それらが企業の永続的発展を生む。

年	回数
2013	4
14	10
15	16
16	21
17	27
18	32
19	37
20	42
21	47
22	52
23	55
24	

15分勉強会は13年で  
55回開催された。