

JEAS News

vol. **14**

2010 盛夏号



日本 EAS 機器協議会 発行

JEAS News

第 14 号

目 次

- ・ ごあいさつ 日本 EAS 機器協議会 会長 山村 秀彦..... 1
 - ・ 平成 22 年度 通常総会..... 2
 - ・ 平成 21 年度 活動報告..... 2
 - ・ 平成 22 年度 事業計画..... 5
 - ・ 「2009 年度 EAS 機器の市場規模に関する調査」報告書に関して..... 6
 - ・ EAS 機器 ご相談窓口の開設について..... 6
 - ・ シンポジウム ①「東京都内における万引きの現状と防止策について」..... 7
警視庁生活安全部長 山下 史雄
 - ②「食品スーパーにおける安心・安全の確保」..... 10
日本スーパーマーケット協会専務理事 大塚 明
 - ・ 平成 22 年度 日本 EAS 機器協議会役職一覧／組織図..... 17
-
-

万引は窃盗罪です！！

刑法 235 条「窃盗罪」

10 年以下の懲役、もしくは、50 万円以下の罰金

ごあいさつ

日本 EAS 機器協議会 (JEAS) 会長

山村 秀彦



平成 22 年度は、日本 EAS 機器協議会も 9 年目を迎えています。関係省庁はじめ関連諸団体の皆様のご指導ご支援と、会員各社の協力の賜物であります。心から御礼を申し上げます。

万引犯罪の状況ですが、警察庁の統計によりますと、わが国の万引犯罪の認知件数は平成 4 年の 66,852 件から平成 16 年の 158,020 件まで 2.4 倍と急激に拡大してまいりましたが、平成 17 年から減少に転じ、平成 19 年には 141,915 件とピークの平成 16 年より 10% 減少に転じていました。ところが平成 20 年から増加に転じ、平成 21 年は 149,892 件と 5.6% 増加しました。また東京都では平成 21 年に 19,955 件と平成 16 年比、実に 29.7% と急増していて、まさに憂慮すべき状況でございます。

また、小売業の現場では

- ・ 青少年や 65 歳以上の高齢者万引の増加
- ・ 同一商品を棚ごとごっそり持っていく大量万引き
- ・ 役割分担を決めて万引を実行する外国人などの計画的万引き
- ・ 中古品店やネットオークションでの換金目的による万引き

等益々多く、犯罪内容も激しくなっているのが現状です。

万引犯罪を小売業の収益管理という側面だけでなく、地域の青少年健全育成や安心・安全な街づくりという社会的な側面からも、万引犯罪を起こさせない取り組みが、売り場を提供する小売業や商材メーカーも含めた夫々の業界に求められてきています。

一方、警視庁では昨年の「万引はその後の犯罪の入り口になる」との認識から被疑者約 1,000 名を対象に意識調査を行いました。更に小売現場での負担軽減と犯罪暗数顕在のため「万引犯罪全件届出」制度をスタートすると共に、関連緒団体を組織化した「東京万引防止官民合同会議」を立ち上げ、「犯罪撲滅」に取り組んでいくとのことで大変心強い活動だと存じます。

また、防犯の社会的インフラとして益々重要性を増している EAS 機器と埋め込み型医用機器との共生についても、安心してお買い物をしていただけるように、EAS 機器の所在を明示する EAS ステッカーや EAS・POP の貼付や啓蒙も引き続き推進して参ります。

日本 EAS 機器協議会は今後も、万引犯罪撲滅の唯一のソリューション団体として、所轄官庁はじめ関連諸団体のご指導や様々な専門家の皆様の助言をいただきながら、「健全で安全な店舗」運営のお手伝いや「地域社会の安全・安心は万引防止から」をキャッチフレーズに鋭意努力して参りたいと存じますので、引き続きご支援ご協力のほどよろしくお願い申し上げます。

日本 EAS 機器協議会 平成 22 年度通常総会開催



平成 22 年 6 月 1 日（火）アルカディア市ヶ谷（私学会館）にて、日本 EAS 機器協議会 平成 22 年度通常総会が開催されました。

第一部総会では、第一号議案「平成 21 年度事業報告、収支決算の件」が議案書どおり可決されました。第二号議案「平成 22 年度の組織、人事の件」では、会長 山村秀彦氏、副会長 三宅正光氏、土岐知則氏に平成 22 年度より任期 2 年での就任が議決されました。第三号議案「平成 22

年度事業計画、収支予算の件」については、昨年に引き続き、不況下こそ、役立つソリューション団体として認知度・信頼度の向上を図るべく、事業を拡大していくことを基本テーマとして可決されました。

平成 21 年度 活動報告

1. 事業の概要

警察庁の統計によると、わが国の万引犯罪の認知件数は、平成 20 年に 145,429 件と前年比 2.5 % 増加、更に、平成 21 年は 149,892 件と 3.1 % 増加しました。

加えて 最近の小売業の現場では

- ・ 1 回に棚 1 列の物をごっそり持っていく万引
- ・ 役割分担を決めて万引を実行する集団万引
- ・ 商品を決め込んで万引する外国人の万引
- ・ 年々増える高齢者による万引
- ・ 急増する中学生の万引
- ・ 中古品店やネットオークションでの換金目的による万引

等犯罪内容も激しくなっており、殺傷事件まで起きているのが現状であります。このような状況の中で、「日本 EAS 機器協議会」に求められる役割は、益々重要なものとなってきました。

万引犯罪を小売業の収益管理という側面だけでなく、地域の青少年健全育成や安心・安全な街づくりという社会的な側面からも、万引犯罪

を起こさせない取り組みが、売り場を提供する小売業や商材メーカー含めた夫々の業界に求められてきています。

また、各地域では警察や教育関係、小売業を中心に「万引犯罪防止」の活動が活発化し、全国で 20 近く組織され、活動しています。昨年からの警視庁の取組みに加え、平成 22 年 5 月 21 日の警察庁長官通達により、全国の警察本部が万引問題を正面から取り組むことへの道筋ができました。このような社会の動向を捉えて、企業の社会的な責任（CSR）という観点からも万引犯罪防止対策を検討している業界や企業も増えています。これに呼応して日本 EAS 機器協議会各社も、EAS 機器の更なる技術開発や品質向上努力を通して、当業界の円滑な拡大と発展を支えるための活動を展開しています。一方、防犯の社会的インフラとして益々重要性を増している EAS 機器と心臓ペースメーカーなどの埋め込み型医療機器との共生についても医療機器装着者の皆様が安心してお買い物をしていただけるよう、EAS 機器の所在を明示

する EAS ステッカーや EAS・POP の貼付、啓蒙に努めて参りました。

日本 EAS 機器協議会は、今後も、万引犯罪撲滅のソリューション団体として、所轄官庁はじめ関連諸団体のご指導や専門家の皆様の助言をいただきながら、「健全で安全な店舗」運営のお手伝いや「地域社会の安全・安心は万引防止から」をモットーに鋭意努力して参りたいと存じますので、引き続きご支援ご協力のほどよろしくお願い申し上げます。

<平成 21 年度活動の概要>

警視庁が万引に関する基礎データとして、4～6 月に万引被疑者 1,050 人を取り調べた警察官に対する調査を実施し、専門家の分析及び提言がなされ、11 月 1 日より全件通報がスタート、12 月 2 日に「東京万引防止官民合同会議」、10 月 5 日に渋谷からスタートした各地の「万引防止連絡会」の立上げ等、次々と諸施策が実施に移されています。このような中で、日本 EAS 機器協議会は小売業の皆様の万引防止の直接の窓口として、警視庁の動きをサポートしてまいりました。一方、EAS 機器の医療機器との共生という意味で、先の ARIB（(社)電波産業会）での試験に続き、新規参入会員及び既会員の機種を対象に同様の試験を実施しました。加えて、総務省が取り組んでいる電子機器の磁界測定の研究に EAS 機器を提供し協力しました。また、近い将来の社会インフラとして、ソースタギングの普及促進を図るために「小売業のソースタギングに関する意識調査」を実施しました。

EAS 機器業界の健全な発展とお客様に「万引防止に関するソリューション団体」としての信頼を得るための、保守契約の在り方や EAS 機器の設置基準等を定めるための協議も行いました。

2. 協議会の活動報告

<理事会>	平成 21 年 6 月 5 日（総会）
	平成 21 年 7 月 29 日
	平成 21 年 10 月 20 日
	平成 22 年 1 月 28 日
	平成 22 年 3 月 18 日
<運営委員会>	平成 21 年 4 月 20 日
	平成 21 年 7 月 29 日
	平成 21 年 10 月 20 日
	平成 22 年 1 月 28 日
	平成 22 年 3 月 18 日

3. 各委員会活動報告

- (1) ユーザー団体幹部との「万引犯罪防止対策会議」
山村会長が「東京万引防止官民合同会議」に参画し、会議の 5 つの委員会のうち、「防犯設備委員会」副委員長と「調査研究委員会」委員を務めることとなった。
- (2) ユーザー団体との出前講座
 - ・平成 21 年 6 月 30 日、京都五条警察署で「万引被害を抑止するためにはどうしたらよいかを考える勉強会」に出席し、三宅副会長が講演を行った。
 - ・平成 22 年 3 月、SECURITY SHOW2010 で土岐副会長と三宅副会長がそれぞれ 3 月 11、12 日に講演を行った。
- (3) 政策・研究委員会
委員長・・小原史郎
委員・・土岐・喜多・松本・甲斐・佐久間
 - ①「2009 年度 EAS 機器の市場規模に関する調査」の実施
2009 年 12 月 14 日～2010 年 1 月 19 日に亘ってアンケートを実施し、報告書を作成した。
 - ②「2009 年度 EAS 機器の実態調査」の実施
実態調査に関してはお客様企業への負担に配慮し、隔年で実施することにした。

- ③ EAS 機器の保守契約に関する調査・研究
 会員企業から保守契約書の実例を提示いただき、その契約条項を整理して2010年1月の理事会に提出した。保守契約を勧めるパンフレットの原案を作成し、会員企業各社にパンフレット原案についての意見と保守契約の現状に関するアンケートを実施した。
- ④ RFIDに関する情報収集と研究
 2009年11月26日「韓国のRFID機器の使用・開発状況の視察報告」
 社団法人日本自動認識システム協会から招待され、10月に韓国ソウルで開催されたRFID/USN KOREAに高千穂交易株式会社の瀬澤氏が出席、その視察報告を会員企業に行った。
- ⑤ 生体電磁波環境に関する講演会
 2009年11月26日「生体電磁環境に関する動向」
 講師：独立行政法人情報通信研究機構
 電磁波計測研究センター EMC グループ
 研究マネージャー工学博士 渡辺聡一様
- ⑥ ソースタギングに関する調査・研究
 三宅副会長を委員長とするソースタギング準備委員会に業務を引き継いだ。
- ⑦ EAS 機器の設置基準に関する調査・研究
 設置基準委員会から調査報告を受け取り、引き継いでいくこととした。
- ⑧ EAS 機器に関する資格制度の調査・研究
 平成22年度から試験的な教育の実施に向けて準備をした。
- (4) ソースタギング準備委員会
 委員長・・・三宅正光
 委員・・・高野・佐久間・佐藤顧問・福井
- ① 小売業の意識調査を行った。全国883社に対し調査を依頼し、110社から回答を得た。ソースタギングを全体では「知っている」、
 「なんとなく知っている」合わせて70%であった。EAS 導入市場では、更に90%が知っている状況である。8月に報告書を発行した。
- ② 今後は「東京万引防止官民合同会議」で、新規システムとして提案していくことを目標として準備を進めた。
- (5) 技術基準委員会
 委員長・・・福井昂
 委員・・・辻・瀬澤・多ヶ谷
- ① 対ペースメーカー等との干渉試験
 北海道大学にて4社11台実施されました。平成14～15年にARIBで実施された試験結果と同等の結果であった。
- ② 電磁界測定
 昨年度に引続き実施され、RF方式2台、EM1台、自鳴式1台、AM1台、計5台を測定しました。特に問題になるようなところは無かった。
- (6) 総務委員会・事務局
 委員長・・・福井昂
 委員・・・内藤・樋口・芝田・田中・甲斐・加藤
- ① ユーザーへのPR
 ・JEAS NEWS12号、13号発行
 ・ホームページ更新
 ・パンフレット増刷
 ・新聞広告（セキュリティ産業新聞に会長の新年挨拶と名刺広告）
- ② 会員増強
 加入：富士ゼロックス株式会社（平成22年4月1日より）
 休会：シグマ株式会社（平成22年4月1日より1年間）
- ③ EAS ステッカー、EAS POP の配付
 ステッカー：平成21年度9,400枚、累計133,890枚

POP: 平成 21 年度 1,600 枚、累計 8,400 枚

- ④総務委員会委員長が東京都「中学生の職場体験事業」の推進委員をしている関係で6月3日、「東京子ども応援協議会」に参加した。
- ⑤特定非営利活動法人全国万引犯罪防止機構と連携を取った。
- ⑥タイムリーに会議通知、資料作成、議事録作成、議案書作成、各案内の発信を行った。

(7) SECURITY SHOW2010 プロジェクト

担当: 株式会社三宅

昨年より来場者は減ったが、知名度 UP に貢献した。

- (8) 運営委員会 メンバー: 会長、各副会長、各委員長、佐藤顧問、事務局
理事会に先立ち開催することと、緊急に対応しなければならない事項の協議について電子媒体を使って推進した。

平成 22 年度 事業計画

警察庁資料: 万引認知件数は、平成 20 年 (1~12 月)145,429 件 前年比 2.5%増
4 年ぶりに増加、更に 21 年(1~12 月)前年比 3.1%と増加している。

1. 基本テーマ

- ①不況下こそ、役立つソリューション団体であること
- ② JEAS の事業拡大・発展
- ③ EAS ステッカー及び EAS・POP の認知度 UP と普及促進

2. 事業計画

万引撲滅を通して犯罪の起きにくい社会の実現に向けて JEAS の役割を果たそう！
昨年度からの警視庁の万引防止対策の諸施策に対する継続的な支援に加え、今年度から始まる警察庁主導の全国の万引防止対策に積極的に情報提供・出前講座・意見具申等を通じて JEAS の役割を果たすことにより存在感を示そう。

- (1) ユーザー団体幹部との「万引犯罪防止対策会議」(山村会長)
「東京万引防止官民合同会議」には小売業・商店街関係 18 団体が参画しており、22 年度から

本格的な議論がされることになる。この中で各団体との連携を強めていくこととする。

- (2) ユーザー団体との出前講座 (三宅副会長)
「東京万引防止官民合同会議」の各委員会の場を通じて各団体との連携を図る。

各種展示会を活用する。

- ・「平成 22 年度万防機構通常総会」
6 月 3 日: 三宅副会長
- ・「第 4 回地域防災防犯展」大阪
6 月 11 日: 土岐副会長

- (3) 政策・研究委員会

- ①「2010 年度 EAS 機器の市場規模に関する調査」の実施
- ②「2010 年度 EAS 機器の実態調査」の実施
- ③ EAS 機器の保守契約の推進活動の実施
- ④ RFID に関する情報収集と研究の実施
- ⑤生体電磁環境に関する講演会の実施
- ⑥ EAS 設置基準に関する調査・研究の実施
- ⑦ EAS 機器に関する資格制度の調査・研究の実施

- (4) 技術基準委員会

- ①医療機器との干渉試験の実施: 21 年度実施の整理
- ②生体電磁環境に関する電磁波測定

- (5) ソースタギング準備委員会

- 業界を絞っての実験を推進する予定
- (6) 総務委員会・事務局
- ①ユーザー団体へのPR、諸団体との連携
東京万引防止官民合同会議に資料提供や意見
具申を通じてPR
 - ②経産省、総務省、厚労省、警察庁、警視庁と
の連携
 - ③EASステッカー・POPの普及促進
安全・安心のシンボルを目指してPR
 - ④会員増強
未加入会社を積極的に勧誘

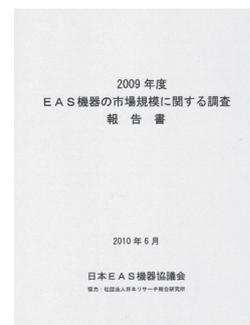
- EASステッカーの重要性
- ⑤会報・ホームページ
会報：年2回、ホームページ：更新頻度UP
 - ⑥SECURITY SHOW 2011
EASのブースを拡大して、希望する会社と
共同出品を検討
 - ⑦JEASの苦情等受け付け窓口
お困り相談窓口：福井・加藤（ホームペー
ジ、会報に記載）
 - ⑧通常総会

「2009年度EAS機器の市場規模に関する調査」報告書に関して

日本EAS機器協議会では、協議会活動の一環として「2009年度EAS機器の市場規模に関する調査」を政策・研究委員会の2008年度活動のテーマとして企画・実施いたしました。この調査報告の実施にあたりましては、協議会会員各位の協力はもちろんのこと、会員外の企業各位にもご協力いただき感謝しております。改めて関係各位に御礼を申し上げる次第です。

この調査は、EAS機器の市場規模を把握するためのもので、EASシステム・機器の普及促進にあたり重要な基礎資料になるものと確信しております。

また、今年度も引き続き本調査をおこなっていきたいと考えておりますので、関係各位のご協力をよろしくお願いいたします。



EAS機器 ご相談窓口の開設について

日本EAS機器協議会では、EAS機器全般に関するご相談窓口を開設致しました。

ご相談窓口では、皆様からのEAS機器に関するご質問、ご相談、苦情などをお受けしております。連絡先は、下記の日本EAS機器協議会事務局宛となります。

【ご相談窓口】

日本EAS機器協議会事務局

住所：〒160-0004 東京都新宿区四谷1-2-8 中村ビル4F

電話：03-3355-2322 ファックス：03-3355-2344

E-mail: info@jeas.gr.jp

ホームページ: <http://www.jeas.gr.jp/>

シンポジウム

1、「東京都内における万引きの現状と防止策について」

警視庁生活安全部長

山下 史雄



警視庁では、平成 21 年 3 月 1 日に「警視庁施策総合検討委員会」を設置しました。

この委員会は、副総監を委員長として、「犯罪に強い社会の実現のための行動計画 2008」に基づき、各部門が横断的に取り組むべき新たな治安上の課題について総合的な検討を行っています。このなかで「社会における規範意識向上に向けた対策」として、万引きの蔓延、ゴミ・落書きの放置、交通ルール・マナーの欠如について検討しています。この「万引き」については、初発型の犯罪であり、社会の規範意識の低下を特徴的に示す犯罪です。社会における「割れ窓」の一つとして、これを「将来の東京の治安に影響を及ぼすおそれのある重要な治安問題」として取り組んでいます。

「万引きの現状」

東京都内の万引きの現状としては、平成 10 年頃より認知件数が増え始め、昨年 21 年には、19,955 件と過去最多となっています。全刑法犯認知件数が平成 15 年から減少傾向にあるにもかかわらず、万引きが増加していることから、全刑法犯認知件数に占める万引きの割合は、平成 10 年に 2.7 %であったものが、平成 21 年には、9.7 %と増加しています。認知件数の 10 件に 1 件は「万引き」によるものになっています。

以前は、万引きといえば青少年特有の犯罪と言われていたが、少年の割合が平成元年に 50 %を越えていたものが、平成 21 年には 30.4 %にまで減少している。その一方、高齢者の万引きが増えてきており、平成 11 年に 336 人だったものが、平成 21 年に 3,110 人と 9.3 倍となり、全体に占める割合も、21.0 %となっている。もはや、万引きは少年特有の犯罪ではなく、どの世代にも見られる犯罪であるといえます。また、万引き少年の学年別検挙・補導人員では、以前は高校生が一番多い傾向にあったが、現在は中学生が一番多い。平成 21 年には、中学生 2,060 人（前年比 52.6 %増）、小学生 434 人（前年比 46.1 %増）となっており、小学生、中学生などの早い段階から万引きが発生している点については懸念しています。

さらに、悪質な万引き事案も増えてきています。化粧品・下着・書籍など高額商品を売却目的で大量に盗む行為や、商品についている防犯タグの切断、家族連れでショッピングカートごと持ち出す行為、「かごダッシュ」と呼ばれる商品を買いたる商品かごに詰めて走り去る行為などが発生しています。都内における万引き被害額について万防機構などの協力を得て、警視庁で推計したところ、年間約 670 億円という金額になりました。こ

これは、平成18年に記録した振り込め詐欺の60億7,000万円の10倍以上の金額であります。万引きについては、いつ被害にあったか不明であったり、犯人を捕まえても全て警察に届け出をしなかったりするため、実態を把握することはきわめて難しいものと考えています。

「万引きの背景」

警視庁として、万引きの背景について、専門家に分析してもらうため「「万引きをしない・させない」社会環境づくりと規範意識の醸成に関する調査研究委員会」を平成21年7月に設置しました。

この委員会では、少年、成人、高齢者に分けてそれぞれの万引きの特徴を調査・分析しました。少年の万引きでは、「捕まるとは思っていなかった」というような規範意識の低さからくる「ゲーム感覚」であり、先輩や友人からの「誘いを断り切れなかった」というものがあります。成人の万引きでは、「孤独」「むしゃくしゃしていた」という点があり、ほぼ3人に1人は、過去にも万引きの犯歴をもっていました。また、再犯者の中には、売却目的での計画的な犯行におよぶ悪質なケースもありました。過去の経験から「捕まってもたいしたことがない」という万引きに対して甘い認識や規範意識の著しい低下もありました。最後に、高齢者の万引きでは、「孤独」「困窮」「生き甲斐のなさ」から万引きの犯行に至るものが多く、成人の万引きと同様に、3人に1人は過去にも万引きの犯歴がありました。少年、成人と異なるのは、初犯者と再犯者に大きな変化が無く、スーパーなどで比較的低額な食料品を繰り返し万引きするパターンが多いことです。

また、店舗に対しても調査を行ったところ、全件を警察に通報する店舗と、事案に応じて通報する店舗と対応がまちまちでした。理由としては、警察の事件処理に要する時間がかかることがあげられ、お店の皆さんに大きな負担になっているとの声がありました。これは万引きを通報した際に、最寄りの警察署に赴き、通常3～4時間程度の調書作成時間を拘束されることがあるためです。

これらの調査結果を踏まえて、「万引き防止対策に関する総合的提言」がまとめられました。この提言では、「たかが万引き」とする被疑者など関係者や社会一般の意識の低さが、犯行を容易にし、再犯へのハードルを低くしていることを上げ、警察・行政・業界・地域住民・関係団体などによる社会総ぐるみの対策が必要であるとしています。この中で、小売店舗による万引き被害の全件届出が必要不可欠であり、その前提として、警察における手続きの簡素化・迅速化を行うべきとしています。

「万引き防止対策」

万引き防止対策として、平成21年9月に「万引き防止のためのアクションプログラム」を策定しました。基本的な考え方として、1)警察のみならず、行政、小売店舗、家庭、学校、地域住民、民間ボランティア、関係団体等社会を挙げた総合的な取組みとすること、2)万引きに対する「規範意識の向上」を図るために「社会における絆づくり」等に取り組み、万引きをさせない社会環境をつくること、3)万引き防止対策を将来にわたる持続的な取組みとし、それにより「安全・安心な街、東京」の実現に寄与すること、となっています。

このアクションプログラムを推進するために、警察、業界団体、関係団体等を交えた「東京万引き防止官民合同会議」を立ち上げ、各地域における万引き防止連絡会と連携し、「万引きをさせない社会環境づくり」に取り組んでいます。警察としては、制服警察官の警戒・立寄りや情報発信、被害品の流通防止対策などを行います。お店では「万引き防止マニュアルの作成」などにより「万引きをしにくい店舗づくり」として、店員に

よる声掛け運動などを行います。学校では万引き防止教育を行います。また地域でもボランティアによるパトロールなどを行い、社会総ぐるみの環境づくりを推進しています。また、万引きを犯した人に対しては、「二度とさせないための感銘力のある措置」を行います。

万引きの全件届出に向けた取組みとして、関係機関と協議し、万引きに関する捜査書類の簡素化を実現し、被害の受理方法も、原則として警察官が店舗に赴いて被害届の受理を行うこととしました。また併せて、小売業界 17 団体に対して、万引き被害の全件届出を要請しました。この結果、要請以降の 6ヶ月間で、届出が 19.9%増加し、書類作成時間も平均 1 時間 39 分に短縮しました。将来的にはこの作成時間について 1 時間を目指していきたいと考えています。

平成 21 年 12 月には、「東京万引き防止官民合同会議」において、「万引きは犯罪である」「万引きをしない・させない・見逃さない」共同宣言を行いました。以下の 3 項を共同宣言として採択しました。

- 1) 社会総ぐるみの取組みを展開します。
- 2) 万引きをさせない環境整備を推進します。
- 3) 全件届出と感銘力のある措置に努めます。

また、各地域において、小売店舗・地域の商店会・町会・学校・自治体・PTA・児童相談所などで構成される万引き防止連絡会を設置しています。平成 22 年 5 月時点で、都内の全警察署を網羅する 165 の連絡会を設置しています。この連絡会で通じて、キャンペーンや広報啓発（ポスター・チラシ作成）などを地域ごとに行い、店舗などにポスターやのぼり旗などを掲示しています。学校の道徳・倫理の授業で使用する万引き防止指導教材を警視庁・東京都・東京都教育庁合同のワーキングチームを設置して、作成しました。平成 22 年 7 月以降、都内の各小・中・高校に教材を配布し、活用していく予定です。同時に保護者に対するリーフレットも作成し、新中学 1 年生対象の保護者説明会で 10 万枚を配布しました。万引きを犯した少年やその保護者に対して、感銘力のある措置を行うため、CD に収録した訓戒資料を任意に視聴してもらい「二度と万引きをしてはならない（させてはならない）」旨の訓戒を与え、再非行防止を図るようにしました。警視庁ホームページ内の万引き防止コーナーにも掲載してありますので、興味ある方は、ご覧いただければと思います。訓戒 CD の内容は、万引きをした少年の作文を題材に、万引きは犯罪であること、検挙後の処遇及び法律などの決まりを守ることの大切さを自覚させるものとなっています。また、保護者用として、万引きをした子供への対応の大切さ、万引きの重大性を子供に実感させる必要性、万引きをした原因、背景の理解の方法及び今後の保護者としての対応を紹介するものとなっています。次に、高齢者に対する対策としては、「孤独」「生き甲斐のなさ」への対策として、高齢者及び高齢者を支える人たちを対象とした啓発活動を進めるための自治体と連携したモデル地区事業を計画しています。高齢者への対応は難しく、老人クラブなどお年寄りが集まる会合での万引き防止を呼びかけたとしても、このような会合に出席されない方への万引き防止アピールをどうするかが今後の課題です。再犯防止のための対策として、再犯者への厳格な処分の推進と共に、再犯者の更正、立ち直りを図るため、地域における清掃活動や、環境美化活動など社会奉仕活動への参加をさせるべきである、と調査研究委員会より提言を受けています。今後はこのような取組についても検討していきます。

本来、治安問題の根本は、人々が身近に触れる治安を乱す事象に対して、どれだけ自省的であるか、あるいは、どれだけ批判的であるかにあります。その意味からも、首都東京の治安回復をより確実なものとするために、万引き防止対策にしっかりと取り組む必要があります。取組を弱めれば、治安が悪化していくことが危惧

されます。警視庁としては、こうした考えで、今後もこの万引き問題に取り組んでまいりますので、皆様方の御支援、御協力をよろしくお願いいたします。

2、「食品スーパーにおける安心・安全の確保」

日本スーパーマーケット協会専務理事

大塚 明



食料品を中心としたスーパーマーケットが現在どのような状況にあるのかをご説明させていただくことで、万引きや万引き防止、地域社会への連携を強めることに繋がると考えています。

「小売業を取り巻く環境の変化と対処すべき課題」

小売業界は、いま大変な状況になっています。

一つは、「革新」という意味において曲がり角になっています。60年前にセルフサービス、ワンストップショッピング、チェーンストアという武器を手にしました。セルフサービスは、一方では万引きの件数を増やす

ことになってしまいましたが。

企業の命は30年と言われていますが、これらの武器をもって30年間商売をしていました。30年も経過すると、小売業全体が同じような形態になってきます。その後、今から30年前に新しいものが導入されました。それが、POSレジです。POSレジを利用することで「情報で商売する」ということが始まりました。「何月何日何がいくつ売れた」、「どこの店舗で、何時に品切れがおこったか」という情報が手に入ったので、隣のライバル店と全く違う競争ができました。残念ながら30年経過すると、これもみんな同じやり方、商売になってきています。このため現在では、価格戦争のような形になっております。革新は、60年前のレジスターで始まり、30年前には、POSレジ導入で始まりました。これらはハードウェアをきっかけとしたモデルがありました。レジスターを導入し使用することで新しい商売の形ができ、利益が上がるというモデルでした。POSレジ導入も同様で、このようにデータを分析するとお客様の期待が理解でき、実施するとお客様は喜ぶますよというもので、モデルがありました。しかしながら現在では、目指すモデルがなく、皆さん、新しい革新を模索しているということが小売業を取り巻く環境となっています。

iPadが発売されました。発売前に品切れになる程の人気です。このデジタル世界が小売業におよぼす影響としては、たぶん10年後に新聞を家庭に配ることが無くなるかも知れません。新聞を家庭に配らなくなったら、小売業はチラシを使ったマーケティングが成り立たなくなる可能性があります。大きな消費層である団塊の世代が、定年になり退職すると年収が200~300万円に減ってしまいます。団塊世代が完全リタイアする3~4年後は消費に及ぼす影響は大きなものがあると予想出来ます。また、消費税もあがると考えられます。数回に分けて上がるかも知れません。生活必需品である食品の消費税は上がらないかも知れませんが、も

し上がるとなると、訴求価格ゾーンが変わってしまいます。いま、スーパーマーケットで、ものすごく売れている企画は、100円均一や98円均一です。この価格帯は、消費税が5%から10%あるいは15%にあがってしまうと、それを販売表示価格に入れ込まなくてはなりませんので104円均一とか110円均一とかになります。商品そのものの価格は同じであっても売上は悪化すると考えています。小売業としては、利益構造をもっともっと考え強い体質を作らなくてはならなくなっています。そして、上場企業では、国際会計基準の制度導入があります。環境問題もシビアになっており、現在は原単位の改善で良いのですがいずれ総量規制が始まると思います。1店舗を閉店しない限り、新しい店舗をつくれな、ということになるかもしれません。あるいは、キャップ・アンド・トレードのような排出権を購入してようやく出店できる、ということになるかもしれません。

このような状況の中で、小売業が抱えている問題が大きく分けて4つあります。

1) 高コスト構造への対応

モノの値段はどんどん下がっているにもかかわらず、高コスト構造になってしまっていることであります。これは、法律が強化されたり、法律が緩和されたりした結果として、高コストとなり、経営環境が厳しくなっています。まちづくり三法の見直しにより、大型店舗がつくれなくなり、大きなショッピングセンターをつくっている企業が、大きなお店を作れないためにスーパーのような規模の小型店舗形態に進出してきました。こうなると土地を貸す側のオーナーとしては、少しでも高く購入してくれるところへということになります。良い物件の入手コストは、ものすごくあがってきています。また、労働基準法の運用が強化されて来ており、順法的には良いことなのですが、サービス残業の規制や総労働時間のしほりなどがあり、結果として人件費の高騰につながっております。そのほかには、環境問題も大きな課題となっています。

2) 商品ライフサイクルの短縮化

商品のライフサイクルが極めて短くなってきていることです。昔の傾向だと、売れ始めからだんだんと売り上げが上がっていき、ピークになってから、だんだん売れなくなり、終売後に振り返ってみたら、儲かったなあという話でした。あのピークの山をもう少し大きくする為に違った手が打てたらよかったのになあと分析をしていました。しかしながら、今は、違ってきています。最初は売れるかどうかわかりません。突然急に売れ始めて、急いで在庫を確保しますが、ストーンと売れなくなる、ということがあります。過去のようなベルカーブではなくて、茶筒のような売り上げ推移になっています。これに対応する能力はきわめて難しいし、販売初期にはチャンスロスが山のようにあり、かつ販売後期には、マークダウンロス（値下げロス）や売り切れなかった商品の廃棄ロスが発生しています。

3) お客様の変化

今日のテーマに関連するのですが、お客様が大きな変化をしています。ひとつは、売る側より買う側が目利きになってきました。チーズやワインを販売していると、お客様のほうが良く知っています。昔は、売る側が上で、お客様に商品の説明をしていましたが、今は逆になっています。

少子高齢化の問題もあります。いま、日本全体で、一人暮らし世帯が3割を超えています。夫婦2人暮らしが約2割です。一人暮らしと二人暮らしあわせて全体の半分以上です。トータルでは、1世帯あたり2.5人を割りました。こうなるとファミリーという言葉が、言葉だけになってきています。こんな時代であり、こうなるとどんどん所得の格差ができています。日本は中流意識であり、スーパーマーケットなどの小売業は、中

の上をターゲットとして商売をしていました。しかしながら、これが「アッパー」と「ボリューム」という風に上下に完全に分かれてきています。また、この「ボリューム」という中にも生活維持のための商品購買と自分の人生をエンジョイするための商品購買とに分かれてきております。

日本は、昔からどちらかというと規制の強い国でした。「法律は許してもお天道様は許さない」という傾向がありました。このため、自分のこだわりなどをあまり出さずに生活していました。こだわりがないものは、「みんなと同じ」という横並びで商品を購入していました。しかしながら、最近は世間の既成が緩くなってきており、自己をしっかりと表現するようになってきています。自己を表現するための支出はいといません。個人で支払える金額には上限がありますから、自分に関係の無いものについては、何もしない、実をとるという生活観が生まれてきています。たとえば、最近では仲人さんがいるような結婚式がほとんどなくなりました。自分にとって関係ないものには最小の対応か何もしないということです。一昔前は、結婚式当日に初めて会ったという形だけの仲人さんがいました。みんなと同じことをするという文化でした。このような社会規範の低下が社会にとってどうなるのか、と考えると、小売業者としてやるべきことがあると考えます。また、「消費者の自己責任」と「企業の自己責任」というものがあるとしたら、圧倒的に企業の自己責任を問われるようになってきています。「万一」ということが毎日のおこっています。たとえば、ある小売業でペットボトルの水に関するクレームが入り、「購入した水を冷蔵庫に入れておいたら、カビが発生した」とのことで、いつ購入したかを問い合わせたところ、6ヶ月前に購入したものであるとのことでした。いろいろと事情を聞いていくと、その家の娘さんがペットボトルをラップ飲みしてそのまま保管していたとのことでした。ラップ飲みしたことにより、細菌が水に移ったと思われる、と説明したが、納得してもらえませんでした。そういうようなクレームと毎日戦う必要があります。若いお客様の間で、最近流行っているものとして「クックパッド」や「マート族」というものがあります。クックパッドは、インターネット上に料理のレシピを掲載し、そのレシピを見て調理した人からのコメントが寄せられるというものです。こういう傾向をみていると、情報を提供する側とされる側のどっちが主役ということが無くなってきています。買う側、売る側の境目がなくなってきました。

4) 競合の激化

スーパーマーケットの競合がものすごく増えています。現在、日本のスーパーマーケットは、2万店舗弱あります。スーパーマーケットでの店舗が約18,000店、イトーヨーカドーやイオンの食品フロアもスーパーマーケットと同じですので、これをカウントすると約1,600店となります。日本の人口が約1億2千8百万人であり、店舗数で割ると、6.5千人に1店舗となります。スーパーマーケットが利益を上げるために必要なお客様の数は、ヤオコーの標準店舗（約600坪）で、おおよそ3万人です。この3万人の何%のシェアをとれるかですが、これだけ必要です。しかしながら、現実には、データ上の数値ですが、6,000～7,000人で1店舗あるので、スーパーマーケット5店舗あるうちの2店舗が閉店するとちょうど良い感じになるのでしょうか。閉店をさせる事は現実にはできないため、かなり過酷な競争状態が続いています。

「厳しい結果であった決算実績」

スーパーマーケット各社の昨年の1年間の決算が発表されました。多くの企業が、減収減益・増収減益または、減収だがやや増益になったという程度でした。かなり厳しい状況です。この時の対応は、多くの企業で似

通っておりまして。特徴としては、低価格戦略で客数を伸ばすというものです。一品単価は下がっても買上点数を上げて相殺する計画です。売上げが上がれば同じ経費だとしても経費率が下がるので、利益が確保できると考えました。しかしながら、買上点数は伸びませんでした。経費はそのままであるため、結果として経費率が上がり、利益がとれなくなってしまったのです。

「需要創造とロス対策」

スーパーマーケットの課題として、新しい消費をどうやってつくるかと、ロスをどうやって減らすかがあります。新しい消費をどうやって作るか、については、いままでの様にメーカーが作ったものをただ並べるだけではお客様が買ってくれないため、お客様目線で売場をつくり、商品を並べる戦いになっています。お客様の「ため」の売り場と、お客様の「立場になった」売り場ということ考えた場合、大きく異なっています。お客様の「ため」は、小売業としての主観にたっています。「お客様の立場になる」ことは、お客様目線ということであり、そのような売り場作りが必要になっています。具体的には、スーパーの売り場の中でお客様に一番近いのは、パートさんですので、このパートさんが売り場をつくと売上げが伸びる、ということになっています。このため、いま店舗では、パートさんに一生懸命権限委譲しています。たとえば、年末の商戦で、シャンパンを販売するときに、通常であればシャンパンのみをメインに販売していましたが、パートの女性の意見を取り入れたところ、2杯目からはシャンパンではなく、ワインとかビールとか焼酎とかになるというので、一緒に売り場で提案した結果、売上げが伸びました。ヤオコーでは、2月の節分に恵方巻を100店舗で1億円ぐらい販売します。この場合、恵方巻を1本食べたら、他のおかずが不要になります。このとき、精肉・鮮魚部門の売り場ではなにもしないのか、ということはなく、「翌日のメニューを提案しよう」ということで積極的に売場を構成し、提案しました。そういう戦いになっています。

もうひとつが、ロスとの戦いです。ロスの割合は、スーパーマーケットでは、おおよそ営業利益と同じだけあるとされています。イトーヨーカドーもそうであるし、ヤオコーもそうです。売上対比4%の営業利益がでている場合、同額のロスがあります。このロスをどうするか、が課題となっています。ロスの中には、「見えるロス」と「見えないロス」があります。

見えないロス = 品切れなどで売れなかったロス

見えるロス = 値下げ、廃棄などのロス

意図されたロス（悪意のあるロス：万引き、社員の不正）

意図されないロス（悪意のないロス）

意図されたロスは、原因として売り場の緊張が緩んだり、管理システムが機能低下したりすることで、発生しています。これは企業として、継続して戦い続けなければならない課題となっています。意図されないロスについては、教育や文化の問題であり、企業が努力すればだんだん減ってきます。どのように「意図されたロス」を減らすかが、大事な問題です。ロスの中で、たな卸しロスが、おおよそ売上げの1.5%になっています。この中には、値下げ伝票の切り忘れなどといった伝票処理のミスがあるので、本当の意味での万引きがどのぐらいあるのかは、つかめていません。この「たな卸しロス」のトータル金額を1%ぐらいに何とかできないか、ということで店舗として努力しています。ロスが多いところでは、2%~2.5%のところもあり、これを低減するために万引きに対しては、機械化するなどの方法や、社員の不正を減らす努力をしていく必要があ

ると考えています。

流通業界の競争力の流れ

70年代： 高度経済成長・高度消費社会・商品の技術革新。「一括仕入」「大量販売」

80年代： 成熟社会。多品種少量生産時代。「単品管理」のシステム化。カテゴリーマネージメントが生まれる。

90年代： カテゴリーの極大売り上げと利益の追求。

クロスマーチャンダイジングの問題に発展。オペレーションからソリューションへ。

00年代： ライフスタイルアソートメントという概念。

万引きの特徴の変化

70年代まで： 経済的な理由から万引き行為に走ることもあった。

それ以降は、客を装って一点もしくは複数点の商品をかすめ取る行為が主流。

少年グループの度胸試しの一環として行われることもあった。

80年代以降： 単価の高い商品（育毛剤、化粧品、健康食品など）を狙って、見張り役、実行役など数人でチームを構成し、チームプレイにより同一商品を大量に万引きする事案が発生。

90年代以降： 主婦や未成年などが遊び感覚で軽い気持ちで万引きし、常習化するケース。

さらに、昨年ぐらいからは、高齢者の方が万引きすることが多くなってきています。

「安全・安心への取り組み」

お店では、お客様に対して安心、安全を担保する必要があります。ヤオコーの社内では「安心」と「安全」を以下のように分けて考えています。

「安全」：具体的な危険が物理的に排除されている状態

「安心」：心配・不安がない主体的・主観的な心の状態

BSE問題のときに、吉野家の安部社長は、肉が安全であるならば、輸入させてほしいとっていました。

「安心できない」から輸入できないとするのではなく、「安全」であるならば輸入すべきであると政府へ訴えていたニュースが流れていましたが、「安全」と「安心」はアプローチが違うのです。

この「安全」という言葉は、ケネディ大統領が提唱した消費者4つの権利にも入っています。

・安全である権利 ・選択できる権利 ・知らされる権利 ・意見を反映させる権利

この4つの権利をベースにして、お客様が安心してお買い物をしていただけるように取り組んでいます。

スーパーマーケットでは、安全・安心を実現するために、食品の安全・安心を管理しています。

・品質管理・衛生管理での自主基準の設定

・食品衛生の知識を習得するための講習会への参加および資格取得

・食品衛生のマニュアルによる食品の安全管理の徹底

「安全」を確保するため、過去の食品をめぐる事故についても検討しています。

1) 公害など化学物質による食中毒事故（水俣病や第二水俣病など）

- 2) メーカーの製造工程上で混入した化学物質による食中毒事故
(中国製冷凍食品による農薬中毒事件、森永ヒ素ミルク事件やカネミ油症事件)
- 3) 細菌性食中毒菌による食中毒 (O 157 事件や雪印乳業の集団食中毒事件)
- 4) 犯罪的要素の食中毒事故 (和歌山毒物カレー事件など)
- 5) 食品による窒息事故 (餅やこんにゃくゼリーなど)

これらはスーパーマーケットの売場に直接的に関係ないこともありますが、食品を扱うことにおいて、これを肝に銘じて対応しています。また、防災・震災などに対しては、スーパーマーケットとして、避難誘導訓練・防災訓練、消火器・消火栓の取扱訓練。自衛消防隊の結成、災害時の非常食、毛布など対策備品の備蓄をおこなっています。また、誘導ブロックや多機能トイレ、AED 設置や緊急救命講習の普及活動にも取り組んでいます。前回の中越沖地震の際に、スーパーマーケット協会に入っている新潟の会社では、地震があった翌日から店を開け営業しました。その結果として、震災復旧後、地元の方々から地元に着しているスーパーマーケットは頼りになるなあという声をたくさん頂きました。大手のチェーン店では、ヘリコプターなどで支援助物資をおくることはありましたが、翌日の営業開始にはなりませんでした。このようなことも、スーパーマーケットの使命であると感じ、スーパーマーケット協会全体として取り組んでいます。

「万引きされない店にするために」

万引きされない店にするために4つの取り組みを考えています。

●従業員教育の徹底、行動基準作り

- ・従業員などへの教育・訓練の実施
- ・人員配置、配置場所などの見直し
- ・声掛けの励行、店内放送の実施
- ・トラブル未然防止のための方針の明示
- ・商品点検の実施、商品整理の徹絶
- ・警備会社への委託と警備方針の確立

●環境づくり

- ・監視強化エリアの設定
- ・視認性の確保
- レジや商品の陳列場所の研究
- 店内、売場照度の確保
- 商品の陳列棚などの配置
- 店内防犯ミラー、防犯カメラの導入

●万引き防止用各種機器の導入

●警察への通報体制づくり

店舗における万引き対策としては、カメラが主流となっています。ただし、モニタリングするための経費を掛けられないという事情もあります。「万引き G メン」を警備会社と契約して配置したりしていますが、これも毎日ではありません。万引き防止用の各種機器については、一生懸命検討しています。しかしながら、売り上げが10億～20億の店舗では、万引き防止機器の導入が進んでいないのが現状です。これは、商品に取り付けるタグの問題（水濡れできない）などもあります。野菜や豆腐など日用品に対して、どのようにタグを貼るのが課題となっており、このあたりについて、JEAS 機器協議会のみなさんと一緒に連携していきたいと考えています。

「小売業の使命を達成する」

店舗側で万引きを捕まえようとして、過敏になるとお客様を犯人扱いしてしまうことになります。また、レジ袋の有料化により、マイバックを推進したところ大変残念な結果ですが、万引きが増えています。これについては、筑波大学の卒業研究にて検証されました。

近年では、買い物難民（食の砂漠化）という問題が発生しています。これは、郊外などに大型店舗が集中したことにより、駅周辺地域でも食料品を購入することができない高齢者の方が増えてきたことを指しています。このような問題に対して、スーパーマーケット協会として取り組んでいくことを考えています。

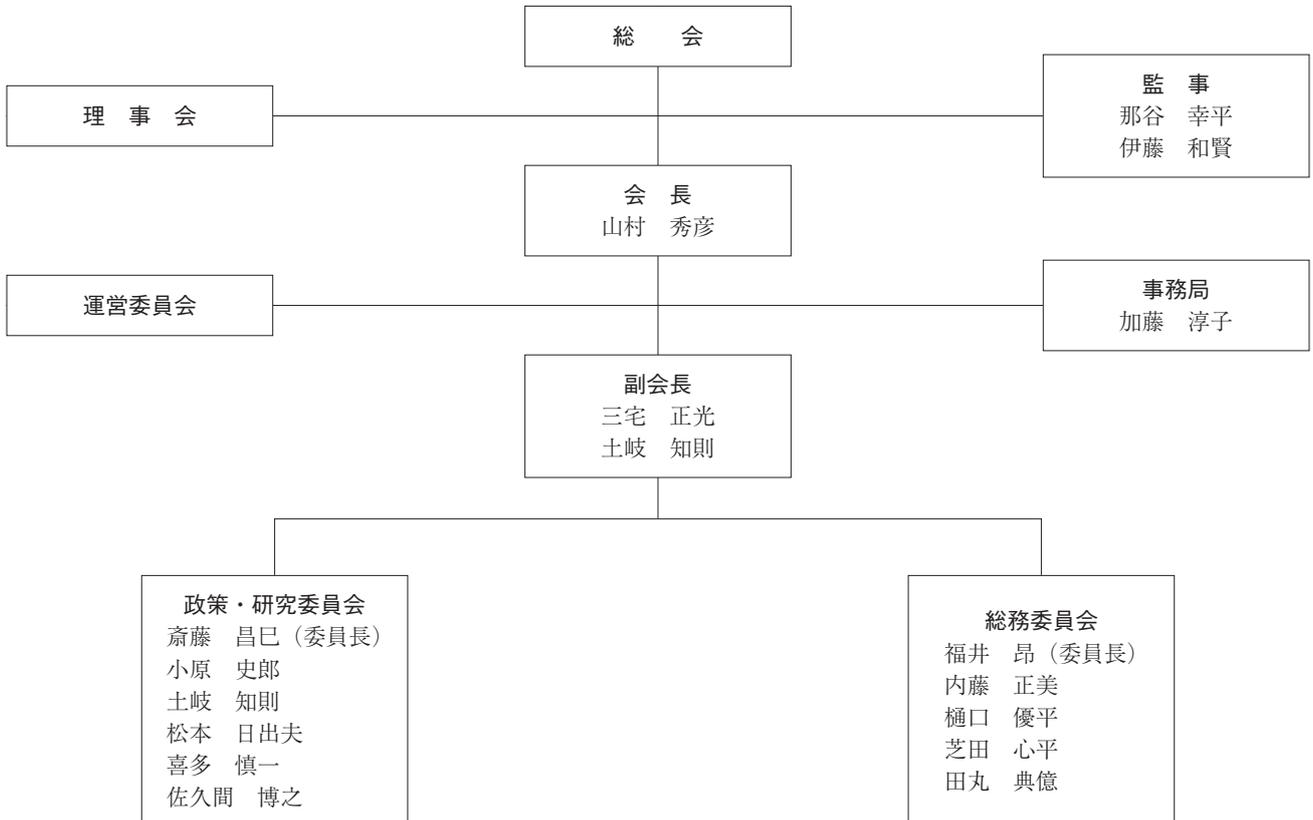
希望をもっているときにモノが売れます。明日の生活に対する希望があり、家族がいる、家庭が持てるという希望があることで、売上げというものが増えます。近年では、一人暮らし世帯なども増えているため、擬似ファミリー市場が伸びています。擬似ファミリーの代表的なものとしては、ペット市場や趣味でつながっているホビー仲間、コミュニティというものがあります。このような生活者の潜在欲求を鋭敏にキャッチしうる能力を持ち、市場や制度の変化への適切な対応をすることが、小売業の使命です。スーパーマーケットとしては、地域に根ざした人たちとのコミュニケーションをどうするのか、お客様との距離をつめることが必要と考えています。お店では、万引きを防止するために声を掛けるのではなく、お客様との距離を縮めるために声を掛けるという文化が変わることで、結果として万引きが減ることが理想です。

スーパーマーケット協会としては、こういうことを目指していきたいと考えています。このために皆様のお知恵やみなさんと一緒になって解決していきたい。また、同じような業界と一緒に取り組んでいきたいと思えます。

平成 22 年度 日本 EAS 機器協議会 役職一覧

	No	組 織	社名・団体名	役職名	氏名
理 事	1	会 長	高千穂交易(株)	取締役会長	山村 秀彦
	2	副会長	(株)三宅	代表取締役社長	三宅 正光
	3	副会長	アイデックコントロールズ(株)	代表取締役社長	土岐 知則
	4	政策・研究委員会	ACTUNI (株)	代表取締役社長	小原 史郎
	5	政策・研究委員会	ユニパルス(株)	営業本部ロジスティクス 営業部次長	喜多 慎一
	6	政策・研究委員会	住友スリーエム(株)	セキュリティおよび トレンサビリティ製品部製品部長	松本日出夫
	7	総務委員会	(株)エスキューブ	顧問	福井 昂
	8	総務委員会	西武産業(株)	取締役営業部長	樋口 優平
	9	総務委員会	チェスコムアドバンス(株)	常務取締役	内藤 正美
	10	総務委員会	タカヤ(株)	事業開発本部 R F 事業部 営業部 S S 担当マネージャー	田丸 典億
	11		(株)チェックポイントシステムジャパン	営業本部本部長	希代 清輔
監 事		監 事	(株)ジーネット	セキュリティシステム部 マネージャー	那谷 幸平
		監 事	松尾産業(株)	顧問	伊藤 和賢

日本 EAS 機器協議会組織図



会 員 名 簿

●正会員

- 1 アイデックコントロールズ(株)
- 2 ACTUNI (株)
- 3 (株)エスキューブ
- 4 エム・ケー・パビック(株)
- 5 グンゼ(株)
- 6 (株)コージン
- 7 (株)ジーネット
- 8 (株)ジャストコーポレーション
- 9 住友スリーエム(株)
- 10 西武産業(株)
- 11 高千穂交易(株)
- 12 タカヤ(株)
- 13 チェスコムアドバンス(株)
- 14 (株)チェックポイントシステムジャパン
- 15 (株)店舗プランニング
- 16 (株)トスカ
- 17 富士ゼロックス(株)
- 18 松尾産業(株)
- 19 (株)三宅
- 20 ユニチカ(株)
- 21 ユニパルス(株)

●賛助会員

- 1 セコム(株)

●特別会員

- 1 NPO 法人 全国万引犯罪防止機構
- 2 タグ&パック事務局
- 3 (社)日本自動認識システム協会
- 4 (社)日本防犯設備協会

《休会》

シグマ(株)

(50音順)平成22年8月現在

日本EAS機器協議会 会報 第14号

発行日：平成22年9月15日
発行人：山村 秀彦
発行：日本EAS機器協議会 事務局
〒160-0004 東京都新宿区四谷1-2-8
TEL 03-3355-2322 FAX 03-3355-2344
ホームページ <http://www.jeas.gr.jp/>