

## 民間企業と警察の連携相次ぐ

## 特殊詐欺やサイバー防犯で活躍

警察が民間企業と組んで、社会問題の対策に乗り出す動きが相次いでいる。警視庁は大京グループのマンション管理会社、大京アステージ(東京都渋谷区)にマンション業界としては初めて、「振り込み詐欺被害防止アドバイザー」を委嘱。約2100人が警視庁と連携し高齢の居住者らに向けて、特殊詐欺に対する広報啓発活動を始めた。一方、宮城県警はパソコンや情報家電などICT関連製品のサポートサービスを行うキューアンドエー(同)に対し、インターネット社会の防犯に取り組むサイバーパトロールを委託した。

大京アステージは全国の約43万世帯と接点を持ち、「近年は

さまざまなサービスの提供に力を入れている」(宮川公之介常務)。その一環として5000人の管理人が認知症のサポーターとなる講習を受けている。今回は東京都内の全管理受託物件(約2600組合)に勤務する管理員と本社社員らが委嘱された。

警視庁がまとめた2016年1～8月の特殊詐欺被害額は約37億円。このうちオレオレ詐欺が7割以上を占め、前年実績を上回っている。オレオレ詐欺の被害者は70～80代が圧倒的に多く8割が女性。警視庁の担当者は「女性の70代以上にターゲットを絞ってフォローすると、被害がぐっと減るのでは」と話している。

このためアドバイザーは、日頃の会話を通じて振り込み詐欺の被害防止について、注意喚起を行っていく。また、マンションの空室状況も把握していることから、警視庁では詐欺犯人のアジト発見につながる情報提供にも期待している。

キューアンドエーは仙台市に主要コンタクトセンターを設置しており、犯罪被害防止のための教育活動やサイバー空間の浄化活動などによって構成される、サイバー防犯ボランティア活動に賛同。民間企業として宮城県警から初めてサイバーパトロールを委託された。

具体的にはICTの有識スタッフによるサイバーパトロール

警視庁の振り込み詐欺被害防止アドバイザー委嘱式。  
大京アステージはマンション業界で初めて重責を担う



隊を仙台拠点に編成。CSR(企業の社会的責任)活動の一環として活動し、「事件の予兆をフィードバックさせる」(牛島祐之社長)。スマートフォンを使用するコミュニティーサイトでの青少年への犯罪やトラブルが年々増加しているのに対応、当面はインターネット上での保護と保全を目的とした活動を中心に行う。

主な任務は、検索サイトを通じた情報チェックのほか、会員制交流サイト(SNS)やブログなどの書き込み内容、個人売買のホームページに掲載された違法・有害情報の通報。同社ではAI(人工知能)を活用した事業に力を入れており、今回もAIの必要要素を活用しながら有害情報のキーワードを探索・分析する。

## 本間ゴルフ「TOUR WORLD」3代目

## プロの声反映 さらに進化

本間ゴルフ(東京都港区)は戦略商品「TOUR WORLD(TW、ツアーワールド)」の3代目モデル「TW737」を18日に発売する。初代と2代目のヘッドを、プロゴルファーの細かいニーズに合わせた試作品の中から、厳選したモデルを進化させた。

ドライバーの価格は8万6400円。発売に伴い「1万人の大試打会」や公式フェイスブックサ

イトを通じて製品の感想を伝えるなど、各種キャンペーンを順次展開していく。

同社は、ゴルフに対するモチベーションが高く「1打でも縮めたい」「1打でも飛ばしたい」と向上心を持ち続けるゴルファーを「熱意系ゴルファー」と定義。これを踏まえ2013年から「熱意系 HONMA」というキャッチコピーを前面に展開し、TWを核に攻勢をかけてい

る。また、契約プロによって構成された「TEAM HONMA」を結成。イ・ボミプロや谷原秀人プロをはじめ目覚ましい活躍を見せている。

クラブ開発では試作モデルをプロが使い、フィードバックされた意見を反映した新たな試作品が誕生する。こうしたプロセスの連続によってクラブが進化する仕組みを構築している。伊藤康樹社長は「激しい戦いを勝ち抜くためにも、プロの要望は尽きるところがない。当社にはさまざまな要望を具現化する開発ノウハウがある」と現在のビジネスモデルに強い自信を抱く。

新モデルのTW737はドライバーの場合、形状や重心設計に明確な違いのある4つのバリエーションを完成。「鍛流カップフェース」と「高密度カップフェース」を新たに開発した。フェアウエーウッドとユーティリティは、今までのシリーズになかった大きめサイズのヘッドを用意した。

## SFJ社長、東京外大で講演

## ヘッドハンターの目線伝授

人材サービスのサーチファームジャパン(SFJ、東京都千代田区)の武元康明社長一写真—は20日、東京外国語大学府中キャンパス(東京都府中市)で「21世紀はヤジロベエ」と題した講演を行う。同大が企画した催しで一般にも公開する。入場料は無料。

ヤジロベエとは、社会を生き抜くために必要となる人格的なしなやかさや強靱さの根源となる、心的能力を示す概念。18年間にわたって人材育成に携わってきた武元氏が、ヤジロベエの能力を活用してグローバルに活躍できる職業人になるためには大学で何を学ぶべきか、といった点を伝授する。

具体的には「ヘッドハンターは、あなたのどこを見ているのか」「心をどうやってみるか、感じるか〜人物(人格・人間性、常識性)を探る〜」「評



価されるヒト〜それは企業も同じ〜」「日本の経営を取り巻く環境」などのテーマについて、さまざまな事例を引き合いにしながら、実社会で成功するための秘訣を明らかにする。

武元氏は、日系と外資系の航空会社を経て、大手総合商社系の人材ビジネス会社に転身。トップヘッドハンターとして知られ、人材育成に関する研究も行っている。

TW737の新製品発表会



## 生活ビジネス

## 野菜無駄なく少人数のサラダ手軽に

キュービーグループの「サラダクラブ」(東京都調布市)は、洗ってカットした野菜を組み合わせて袋詰めした「パッケージサラダ」を販売。利便性に加え、野菜を無駄にせずに少人数分のサラダを食卓に手軽に出せると人気だ。

仕事と子育てを両立する忙しい女性や、単身、高齢者など幅広い層に受け入れられ、ここ数年は売上高2桁増が続いている。全国210の契約産地から、安定して野菜を調達。北海道から沖縄まで17カ所の工場加工し、年間を通じて一定の価格で



提供できるのも強みだ。会社設立は1999年。定番の「千切りキャベツ」や「カットレタス」以外に、順次商品アイ

「サラダクラブ」の「産地検索アプリ」の画面

テムを拡大。一般の家庭でそろえるのは難しい野菜も加えた「10品目のサラダ」各種や、「ミックスサラダ」「和風サラダ」などのパッケージが売れ筋だ。

生食用のカット野菜は70年代に米国で開発され、90年代に急成長したという。「日本でも女性の社会進出などを背景に需要は大きい」と田中龍二専務は話す。

同社の推計では、日本のパッケージサラダ市場は約1200億円で、同社のシェアは25%。米国市場は約7800億円の規模があるとして、田中専務は「日本でも数年で2000億円程度に伸びる」と期待する。

今年3月には、中身の野菜への安心感を高めてもらうと、産地や生産者をスマートフォンで調べることができる「産地検索アプリ」を、5品目を対象に配信。「生産農家にも、やる気につながる」と好評(田中専務)で、対象を順次拡大する計画だ。

「サラダクラブ」の  
パッケージサラダ



野菜以外に、サラダにのせるトッピングやドレッシングにも商品を拡大。「店頭でいろんな食べ方を提案するなど地道な取り組みを進め、多くのお客さんに利用してもらいたい」と田中専務は意気込む。