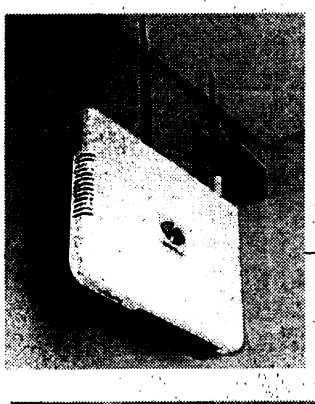
女性の安全、24時間守る

ドゥーイング

商業施設等82店舗で活躍

全ての女性に安全・安心な店舗を――。ブロードバンドサービスの普及と「あんしん空間」の提供を推進する株式会社ドゥーイングが、今春に立ち上げた二十四時間盗撮防止システム「スペース・パトロール」に、大きな注目が集まっている。近年は、インターネットの普及などによって無線盗撮機器を使用した盗撮が急増。被害に遭う有名企業も少なくない。トイレや更衣室、フィッティングルームが安心して利用できないとなれば、必然的に客や従業員は離れていく。盗撮への対策は、もはや企業の死活問題と言っても過言ではない。そうした中で、スペース・パトロールを導入する企業が増えてきている。オフィスや施設内に設置した専用端末が二十四時間盗撮被害を未然に防ぐというシステムで、利用店舗数はファッションビル「アクトス」、ドライビングスクール、スーパー銭湯、ホテル、レストランなど全国で八十二にものぼる。この数こそが需要と信頼を示す何よりの証。女性を守る力強い味方が現れた。



今春から展開する「スペース・パトロール」の専用端末（左）と心斎橋オーパの水着売場での実際の設置例。心斎橋オーパではこれまでに被害報告はなく、その抑止効果に信頼を寄せる

盗撮の被害件数に関する具体的な統計はないが、各種報道を見る限り増加の一途を辿っているのは間違いない。特に機器の高度化が進んだ最近では、極小のCCDカメラなどを設置し、撮影された映像を電波で飛ばして別の場所で受信する「電波盗撮」が多発。この手法の場合、撮影者が現場にいないため犯人の特定が難しく、結果的に盗撮が野放しになってしまう。また、報酬目当ての女性が仕掛けるケースも増えており、これが被害の拡大を助長している。

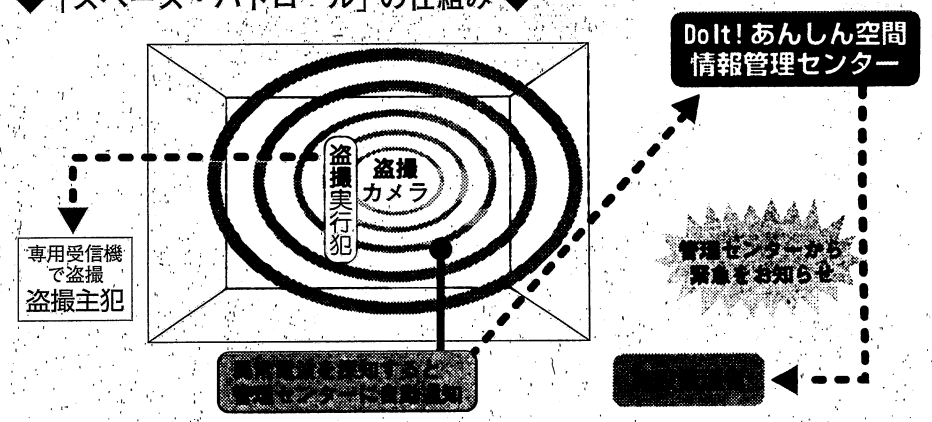
企業側も対応策を講じているが、場所の性質から監視カメラなどは設置できず、入口の警戒を強化したところで盗撮機器を仕掛ける側が女性であれば全くの無意味。被害に遭う可能性が高まっていることを把握しながら、手を拱いている経営者が少なくないのが現状だ。

そうした経営者の苦悩を解決するのが、スペース・パトロールだ。一カ所につき一台を設置しておけば、二十四時間体制で異常な電波を探知し、女性の利用者や従業員を盗撮犯罪から守る。

スペース・パトロールのメリットは多数あるが、とりわけ①監視カメラではないため通常は監視不可能なプライベート空間にも設置できる、②遠隔管理のため探査員の訪問調査が不要、③一台当たり二万円からのコストで、二十四時間安心な空間を保てるレンタルサービス――といった点は大きな強みだ。

既に、多くの企業が導入に踏み切っている。スポーツクラブのアクトスでは新規・既存の全店舗に同システムを採用。さらに、持ち歩き可能な探知機で定期的に盗撮機器の有無を調査する「ハンディ・パトロール」も、大手フランチャイズチェーンが利用を開始していることもあり、コスト面で導入に慎重な姿勢を示す経営者はまだまだ多いが、「制服やネームプレート者」だと思っているのは誤りで、今後は被害者（＝従業員）が施設側を訴える可能性も出てくる」と強調する。もはや待ったなし。利用者、そして従業員を守るために、スペース・パトロールやハンディ・パトロールの力を借りない手はないだろう。

◆「スペース・パトロール」の仕組み◆



女性が安心して利用しているはずのプライベート空間
（更衣室・トイレ・エステ・ジムなど）

快適で安心な環境を保証

心斎橋オーパの場合

本館の全トイレ、きれい館の水着村に

オーパでは、盗撮犯罪の抑止を目的に、心斎橋オーパの本館の全トイレと、きれい館の水着村（水着売場）にスペース・パトロールシステムを導入している。現在までに被害報告はなく、「抑止効果が働いているのではないかと考えています」（同社）と信頼を寄せる。安全・安心の確保に万全を期す同社の姿勢には、顧客や従業員からの評価も上々だ。

「それまで心斎橋オーパでの盗撮被害はありませんでしたが、多くの商業施設で盗撮被害が発生しているということで、ファッションビルである弊社でも被害にあう危険性があることから、お客様に安心していただくため、採用させていただきました」

ファッションビルを運営する上で不可欠な〝危機管理〟の一つとして、スペース・パトロールの導入に踏み切った。大々的に盗撮防止を謳っているわけではないため、大半の利用者は設置に気付いていないが、「接客の際などにお話すると、盗撮被害の発生件数の多さに驚いておられ、スペース・パトロールのような監視システムがあれば安心だというお声をいただいております」という。

また、管理運営現場のスタッフ、テナントの販売員といった従業員からも「盗撮抑止効果により、お客様に快適にお買い物を楽しんで頂けるということで現場スタッフとしても安心ですし、自分達も安心して働けます」など高い評価を受けており、CSR、ESの観点からも重要な役割を果たしている。

オーパでは「心斎橋オーパでの効果検証を踏まえ、今後他の店舗への設置・拡大について検討を図っていきたい」としている。

6ブランド18型で

レナウン　婦人コートフェア

ノベルティを進呈

レナウンは、十月二十八日から十一月八日まで、百貨店向けレディス全六ブランドを対象としたフェア「コートパーティ」を開催している。昨秋冬は、三年ぶりに復活したレディス十八型トーキングクロック」を客には、ノベルティとして、時刻と気温を音声とバックライトで知らせる「ハートフェアに先駆けて、十月二十日からウェブ限定で各ブランドから一型、合計六型のコートが抽選で当たるプレゼントキャンペーンを開始。他にもポスター、ブランド別POP、新聞・雑誌・交通広告などを活用した大々的なプロモーションを仕掛ける。

フェアでは、高級ダウンを使用したロングダウンコート（アクアスキュータム／八万三千円）をはじめ、四通りの着こなしが楽しめるマルチコート（エイディ三万九千円）、モデルの前田典子さんとのコラボコート（シンプルライフ／三万六千円）、カットワーク刺繍を施したエレガントなデザインのコート（トクコ・プルミエヴォル／十三万円）などを代表的なアイテムとして訴求する。

なお、十一月十一日から三十日までGMS向けの販促としてメンズ六、レディス五の全十一ブランドを対象としたコートフェアを開催する。

「キース」25周年記念企画

ルック来春夏

80年代チェックを復刻

ルックは「キース」から来春夏、ブランド誕生二十五周年を記念した企画を打ち出すオケージョンラインでは、黒とベージュなどモノトーンで統一したトータルコーディネートを提案。特に素材や涼やかな柄のアイテムを販売する。

キースの復刻プリントでは、ベルト中央のステッチカラーを内装のグログランテープにも使用した。トローリーとリュックには、本体中央にファスナーポケットを付け、シンプルながらディテールにこだわった仕様になっている。トローリーにはダイヤル南京錠が付いているほか、内側に荷物が収納できるポケットを付けるなど利便性を維持しながらも、デザイン性を優先し、機能は最小限に抑えた。

本来のブランドアイコンであるチェックを打ち出す

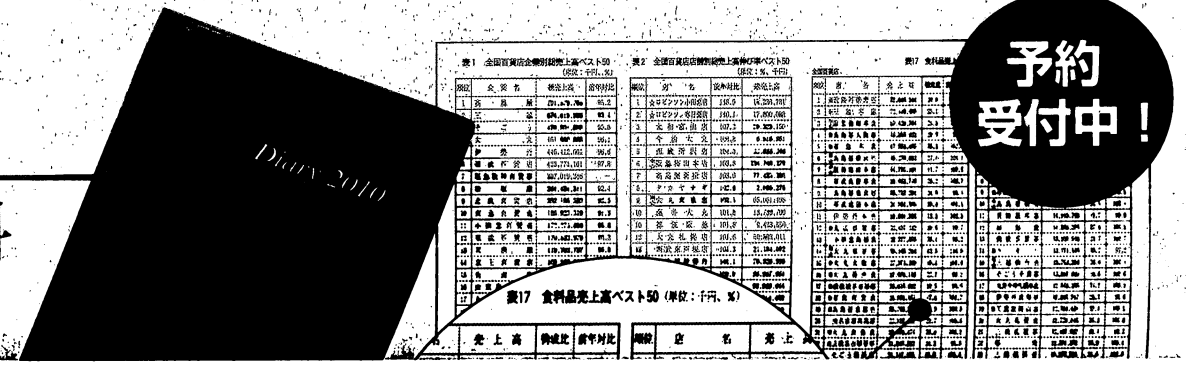
その他、ブルー中心のリヴィエラに対して温かみのあるフラワーカラーのアイテムを提案する。

また、雑貨でリボンチェックを採用する。

来春夏より改めて打ち出すオケージョンラインでは、黒とベージュなどモノトーンで統一したトータルコーディネートを提案。特引き締めている。また、ベ

1台当たり2万円から CSR、ESに寄与

社手帳 2010

できる便利な百貨店ポケット資料

〔売店舗 立地法該当店便覧〕付