

店舗における「万引防止ポリシー」が万引対策とその成果に与える影響に着目した万引調査 —福岡県における事例分析—

研究代表者

北陸大学経済経営学部 教授 山本 啓一

共同研究者

国立大学法人鳴門教育大学大学院学校教育研究科 講師 石川 勝彦

1. 問題の背景

本研究は、福岡県のスーパーマーケット等における防犯責任者および店長を対象とした質問紙調査およびヒアリング調査に基づき、万引き防止対策の現状とその効果、さらには、店舗が当該予防策を導入するに至った認知的な背景との関連性を明らかにすることを目的とする。

令和5年版『犯罪白書』によれば、2014（平成26）年から2022（令和4）年までの9年間で万引きの認知件数は減少したが、非侵入盗に占める割合は24.8%から36.5%に上昇している（図1）。

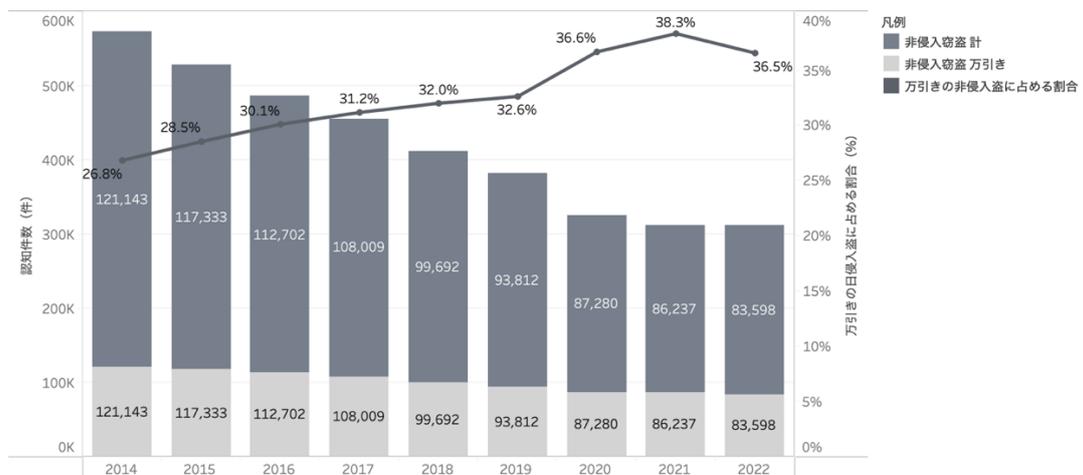


図 1：非侵入窃盗と万引きの推移および非侵入窃盗に占める万引きの割合
(平成 26 年～令和 4 年) (出典：『犯罪白書』令和 4 年版)

万引きは他の罪種と比べて減少率が低く、特に2021（令和3）年からは減少率が低下している。万引きの多くはスーパーマーケット等で発生しており、顕在化していない案件もかなり多いとされている。さらに、2022年から2023年にかけては9,570件も増加しており、コロナ後の刑法犯認知件数増加をもたらす一つの要因となっている。

従来の万引き研究の多くは、万引き犯の特徴や万引き犯を生み出す社会に焦点を当ててきた。例えば、社会経済状況の変化と高齢者の万引きの関連性に着目するもの（矢島，2018）や、社会学理論である一般緊張理論の観点から見た高齢者犯罪（齊藤，2018）などがある。実際、高齢者の万引き件数は増加しており、警察白書の統計によれば65歳以上の検挙者は、平成22年には26%だったのが令和3年には42%まで上昇している（法務省，2023）。海外の研究では、若年層の非倫理的消費行動と万引きの関連性に着目したもの（Egan & Taylor, 2010）や、アルコール依存症等のメンタルヘルスの問題との関連性を明らかにしたもの（Blanco et al., 2008）等がある。これらの研究は主に万引き犯を生み出す社会環境や社会的状況に着目していると言えるだろう。

他方、店舗に着目する研究も多い。店舗は万引き被害者でありながら、万引きの機会を提供している場所でもあり、万引き防止対策の導入や実施に関わる主体でもある。近年では、防犯環境設計（CPTED; Crime Prevention through Environmental Design）や犯罪機会論の視点から店舗側に焦点を当てた研究も増えている。防犯環境設計とは、環境の適切なデザインと効果的な利用により犯罪と犯罪不安を減少させ、生活の質の向上をもたらすことができるという社会改善アプローチである（Crowe, 1991）。我が国においては警視庁が、直接的な手法として「対象物の強化」と「接近の制御」、間接的な手法として「監視性の確保」、「領域性の確保」という4分類を定式化している（警視庁，2016）。犯罪機会論については、小宮（2017）が犯罪抑止の3要素として抵抗性・領域性・監視性を取り上げ、それぞれ物理的・心理的環境の観点から恒常性と管理意識、区画性と縄張り意識、視認性と当事者意識とし、特に領域性および監視性の向上を組織的にまたはコミュニティとして実現していくことを提唱している。

万引きが多発する店舗には食品スーパーマーケット（いわゆるスーパー）が多く、中でも店内に社員が少ない、女性客が多いといった店舗で万引きが多いと指摘されている（大久保ら，2012）。また、盗難されやすい商品の特徴としては、レジから遠くに陳列されていること、平均単価が安いこと、身に付けて出店できる商品が多い等が挙げられる（藤本ら，2018）。店舗の物理的な特徴としては、棚密度が低く店舗面積が狭い場合に、不明ロス比率が高くなる傾向があるという（藤本ら，2018）。

万引き防止対策としては、万引き防止対策マニュアル、警備員の配置、警察の立ち寄り、万引き防止の張り紙、防犯カメラ、防犯ミラー、陳列の工夫、防犯機器の導入といった「ハード面」の対策に加え（大久保ら，2012）、声掛け、客の観察、店員への教育、死角の認識といった従業員の認知と行動をベースとした「ソフト面」の両面があることが指摘されている（皿谷・平，2018）。ハード面・ソフト面の対策が万引きに及ぼす効果については、ハード面

としては警察の立ち寄り、陳列の工夫が抑止効果を示し、ソフト面としては客の観察、店員への教育が有効であることが示唆されている（大久保ら，2013；Lindblom & Kajalo，2011）。防犯カメラの効果性については、予防効果や抑止効果よりも、むしろ事後的に万引き発生の確認や犯人の特定に効果があると考えられている（全国万引犯罪防止機構，2010）。

店員が声掛けを行うことで万引きが低下する傾向がみられる点は、接客と防犯効果が密接に関連していることを示唆する（大久保・岡田・時岡・堀江・松下・高橋・尾崎・藤沢，2013）。ここからは、従業員の防犯意識を改善するとともに、ホスピタリティ意識を向上させることが万引き防止につながるという研究が生まれている（大久保・皿谷，2020）。従業員のホスピタリティ意識による対応は、万引き増加が懸念されるセルフレジにおいても効果的だとされている（大久保・徳岡，2023）。

このような研究成果をもとに、実務レベルにおいては、センサーカメラの導入や防犯カメラの動画解析等の技術的なアプローチが進められている。そのような投資が難しい小売店舗向けには、すでに全国万引防止機構や多くの自治体において、万引防止ガイドラインやマニュアル策定等が作成されている。これらは環境犯罪学や防犯環境設計等に関する既存研究の成果に基づいて策定されており、万引防止対策は概ね確立していると言える。

ただし、万引き防止対策は現状では自治体や警察が期待するほど進んでいない店舗が多い。それにはいくつかの原因が考えられる。

第1に、ハード面（物理的）における対策に関するコストの問題がある。防犯カメラの設置や、視認性の高いレイアウトの導入等には多大なコストがかかる。店長レベルには導入の権限がない店舗も多いため、コストの方が被害額よりも大きいと見積もられ、本格的な導入が見送られる店舗が多い。こうした対策がいかに効果的であっても、費用対効果が見合わないと考える経営判断が行われる限り導入されにくい。我々が視察した店舗の中には、すでに機能していない旧型のカメラやダミーカメラが据え付けてある店舗も多く見られた。人手不足の店舗においては、カメラ動画の確認作業自体が大きな負担となっている現状がある。

第2に、ソフト面（意識等）における対策の難しさがある。例えば、「従業員の連携」や「あいさつ・声掛けの徹底」に関しては、従業員教育等の組織的・継続的な取り組みが必要である。防犯責任者の呼びかけだけで実施を徹底することは容易ではなく、店長レベルの関与が重要になる。そのためには店長の育成や企業としての万引き防止ビジョン等の明確化が求められる。

第3に、万引きとはそもそも顕在化しにくい犯罪である。在庫ロスが発覚した時点は万引き発生時と乖離していることが多い。ロスの原因には、レジミス、紛失、内部不正等も含まれることもあり、原因把握が難しい。ヒアリングやアンケート調査でも、「ロスの原因が結局判明せず」とか「万引きの可能性もあるが、証拠がない」といった声もしばしば聞かれる。また、万引き発生直後であっても、犯人を確保しておらず、防犯カメラに証拠が残っていない場合は、警察への届け出も難しい。防犯カメラ等で万引き犯を確定できたとしても、店舗によってはすべて届け出をしているわけではないとの声もあった。

以上の理由から、実際には、店舗環境を改善しない店舗が多く見られることは既存研究からも明らかになっている（藤本ら，2018）。また，防犯効果が不十分な防止策が導入されたまま変更が見られない店舗や（大久保ら，2012），防犯に結びつかない考え方やアプローチから変化しない店舗（大久保ら，2024）が多いといった現状がある。

一方，経営の観点から万引対策が不可欠だと考え，万引対策導入のコストを正当化するためのポリシーを明確に意識している企業や店舗は，万引対策に対する投資が進んでいることが多い。本研究においても，我々がヒアリングを行った企業のなかには，店舗における不審な行動を検知し，映像確認を行うことを組織的に行っている他，セルフレジにおいても未スキャンを検知するシステムの導入など多大な投資を行っている企業もあった。将来的には，九州や首都圏のスーパー各社と連携を結び，動画解析を受託するといった新ビジネスの立ち上げも構想しているとのことであった。このように，万引き防止に関して強いリーダーシップを発揮しようとしている企業も登場している。

研究代表者が8年前に行った調査では，経営姿勢の点において万引対策に消極的な店舗と積極的な店舗に二極化していた。その背景には，万引きに対するコスト感覚などの経営姿勢や，店長の万引きに対する固定観念によって，万引き対策が選択されがちだという要因が指摘できる（山本・石川，2024）。こうした店舗の防犯意識と防犯行動の関連性については，万引き件数の多い店舗における従業員の意識や（大久保，2016），店舗の組織風土と防犯行動の関連性（大久保ら，2024）といった要因は明らかにされつつある。店舗の意識や考え方や防犯対策パターンの関連性はより検討されるべきであろう。効果の高い万引防止策や店舗づくりを導入するためには，店長や防犯責任者がどのような意識や考え方を持てばよいのかといった対応関係が明らかになれば，効果的な万引き防止対策導入のシナリオ構築にも活用できるからである。

2. 研究の目的

本研究の目的は、以下の3点である。

- 1) 経営レベルで明示的・暗黙的に意識される「万引防止ポリシー」が、効果的な万引防止策の導入および改善に影響を与えているという仮説を検証すること。
- 2) 優れた万引対策を導入している店舗や企業の事例分析を通じ、効果的な「万引防止ポリシー」の特徴を明らかにすること。
- 3) 「万引防止ポリシー」のパターン化を行い、より多くの店舗や企業が効果的なポリシーを導入し、積極的な万引防止対策を実施できるようにすること。

これらの目的を達成するため、本研究では以下のアプローチを取る。

まず、実際の万引きの発生状況を踏まえつつ、経営の観点から万引対策が不可欠だと考え、万引対策導入のコストを正当化するためのポリシーを明確に意識している企業や店舗に着目する。これらの企業や店舗では、万引対策に対する投資が進んでいることが多い。その背景には、導入する対策が万引きに対する経営姿勢によって選択されるという要因が存在すると考えられる。

次に、防犯責任者や店舗責任者および経営層が有効な「万引防止ポリシー」を導入し、より積極的な万引防止対策を実施しやすくするために、ポリシーのパターン化を行う。また、ポリシー策定のプロセス等のパターン化によって、ポリシー策定の重要なポイントも明らかにする。

店舗の防犯意識と防犯行動の関連性については、万引き件数の多い店舗の従業員の意識（大久保，2016）、店舗の組織風土と防犯行動の関連（大久保ら，2024）などが明らかにされつつある。本研究では、これらの先行研究を踏まえつつ、万引対策の背後にあるポリシーの重要性を実証することを目指す。

本研究の学術的意義は、万引防止に関する新たな知見を提供することにある。同時に、実務的意義として、実際の店舗や企業に対して、効果的な万引防止策を導入するための経営戦略上のロジックやストーリーを提供することが挙げられる。これは結果的に、我が国の万引認知件数の減少につながると考えられる。

さらに、店長や防犯責任者がどのような意識や考え方を持つべきかという点についても知見を得ることで、効果的な万引き防止対策導入のシナリオ構築にも寄与することができる。このように、本研究は学術的貢献と実務的貢献の両面を持つ研究であると位置付けられる。

3. 研究方法

本研究では、以下の段階的アプローチを採用する。

1) 万引き発生状況の分析 - 福岡県警から提供された万引き発生データおよび検挙者データの分析

目的：近年の万引き発生状況を詳細に把握する

2) 店舗レベルの調査

a) 店長及び防犯責任者へのアンケート調査

b) 従業員へのアンケート調査

目的：店舗レベルでの防犯意識と対策の実態を明らかにする

3) 企業レベルの調査 - 防犯対策部署担当者へのヒアリング調査

目的：企業単位での取り組みの方法や考え方を把握し、店舗レベルとの共通点や相違点を明らかにする

4) データ分析と総合考察 - 上記1)～3)で得られたデータの総合的分析

目的：効果的な万引防止ポリシーや店舗経営方針を特定する

5) 実務への応用 - 店長向け万引き防止ガイドブックの作成

目的：研究成果を実務に還元し、店舗レベルでの啓発を促進する

以上の方法論的アプローチにより、マクロ（県全体）、メゾ（店舗）、ミクロ（店長・従業員）の各レベルでのデータを収集・分析し、多角的な視点から万引き防止ポリシーの効果を検証する。量的データ（アンケート調査）と質的データ（ヒアリング調査）を組み合わせることで、より深い洞察を得ることが可能となる。

また、既存データと新規データを比較分析することで、時系列的な変化も捉えることができる。これにより、万引き防止対策の効果や、社会経済状況の変化が万引き発生状況に与える影響なども考察できる可能性がある。

最終的に、学術的知見を実務に応用可能な形に集約し、店長向けガイドブックとしてまとめることで、研究成果の社会実装を図る。このアプローチにより、理論と実践の架け橋となる研究を目指す。

4. 研究結果

(1) 万引き発生データおよび検挙者データ分析

本研究においては、まず福岡県警察から提供された2017年～2023年の認知件数データと検挙件数データの分析から始めることとする。これらのデータについては、研究代表者が福岡県警犯罪予防研究アドバイザーを委嘱されていることからアクセス可能となった。

認知件数データには、主に「発生日月日・時・分」「被害総額」「発生地市区町村」「発生場所」「現金以外の被害品」「刑法犯認知カウント」等が含まれている。検挙件数データには、「主たる被疑者の犯行時年齢」「主たる被疑者の国籍等」「性別等（主たる被疑者）」「主たる被疑者の犯行の動機・原因」「主たる盗品等の処分先」「検挙（解決）年月日」「被害総額」「発生地 市区町村」「発生場所」等が含まれている。

まず、福岡県で2017年から2023年までに発生した万引きの件数、被害総額、平均被害額は氷1および図2の通りである。

表 1 福岡県における万引き認知件数・被害総額・平均被害額（2017年-2023年）

発生日	認知件数	平均被害額	被害総額
2017	4,822	17,259	83,169,000
2018	4,276	17,216	73,564,000
2019	4,302	17,967	77,134,000
2020	4,022	12,941	52,021,000
2021	4,282	14,881	63,661,000
2022	3,997	18,653	74,538,000
2023	4,450	13,737	61,087,000
総計	30,248	16,156	488,279,000

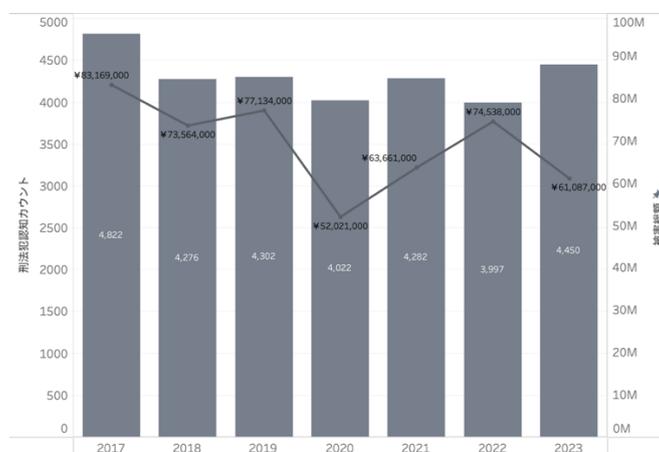


図 2 万引き認知件数・被害総額推移（2017年-2023年）

認知件数は2020年まで減少傾向を辿っていたが、2021年には増加し、その後増減を繰り返しながら、増加傾向に転じている。被害総額の年間平均は約7千万円であり、7年間の合計被害額は4億9千万円近くに達している。

一方、福岡県の小売業の年間商品販売額は4兆7607億8076万円である（福岡県H26商業統計）。7千万円はその0.00147%であり、万引き被害額は県全体の経済規模からから見ると極めて僅かな金額である。ただし、店舗が把握している不明ロス比率は、これよりはるかに大きい。万引きは暗数が極めて大きい犯罪であることが推察される。

万引き発生に関する傾向を把握するために順に見ていくこととする。まず、7年間の認知件数を月ごとで見ると（図3）、1月～3月、5月は、認知件数が増加するとともに、3月は被害額が突出して高いことがわかる。一方で、夏季は被害件数、被害額ともに少ない傾向にある。3月は新学期、新年度の準備のためパソコンや家電等の高額品の需要が高まるといった要因、または多くの企業が決算にあたる月であることから、棚卸し等の在庫確認によって万引きが顕在化したという要因などが考えられる。新年度、新学期に向けて高額商品が出回る時期には、多くの人が売り場を回遊し、立ち止まって商品を手にとる等、人込みに紛れカモフラージュしやすい機会を狙っている可能性も考えられる。

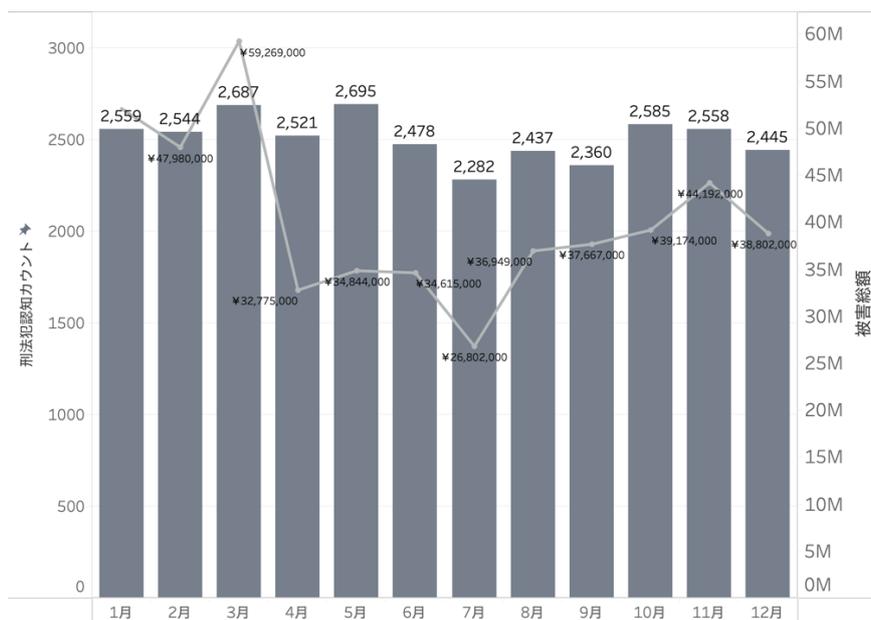


図3 福岡県における月ごとの認知件数（2017年-2023年合計）

時間別に見ると（図4）、午前中（10時～12時）の発生が多く、開店と同時に万引きが発生していることがわかる。ここからは、開店直後の警戒や予防策に注力することで、万引きの発生を減少させられると推察できる。ただし、発生数が多い理由として、開店直後で客が少ないためだけでなく、開店直後の警備保安員（万引きGメン）投入が多いために検挙件数が多くなっているという可能性も考えられる。一方、平均被害金額は19時から21時にかけての方が高い傾向にある。被害品の内訳からみると、19時から21時にかけては食料品の万引き

が減少し、他の機械類や衣料品などの万引きが増加する傾向にある。

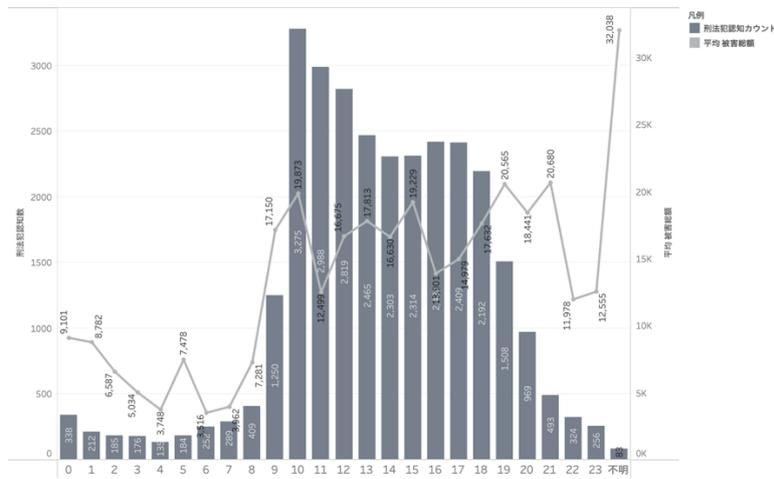


図 4 時間ごとの認知件数・平均被害額 2017 年-2023 年合計

続いて発生場所ごとの推移をみる (図5)。万引きの発生場所としては、商業施設が依然として多いものの、近年はドラッグストアやコンビニエンスストアでの発生が増加傾向にある。「その他の商店」とは、2021年以降警察の分類では路面店などが含まれるようになり、認知件数が増加したように見えるが、これは分類上の問題である。ただし、平均被害額が極めて高額であることは注目したい。

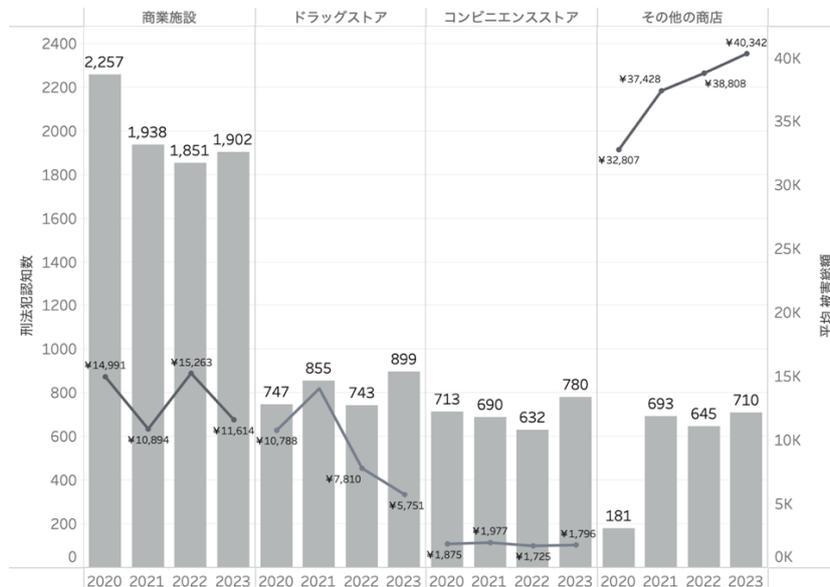


図 5 発生場所ごとの認知件数および平均被害額推移 (2020 年-2023 年合計)

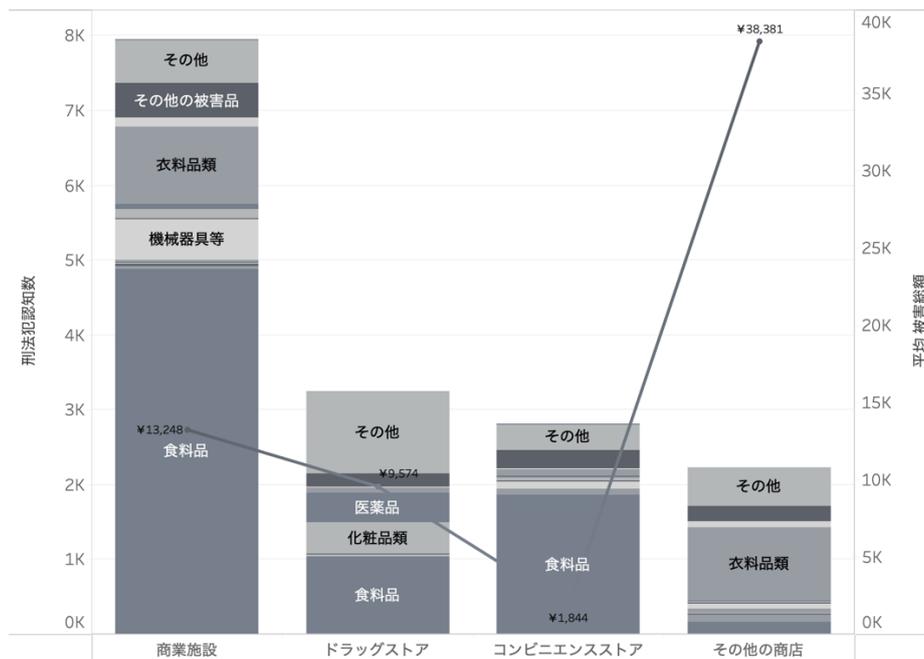


図 6 発生場所ごとの被害品 (2020 年-2023 年合計)

発生場所ごとの被害品内訳を見ると (図6) , 商業施設とコンビニエンスストアは食料品が 6 割に達しており, ドラッグストアは食料品, 化粧品, 医薬品が 6 割を占める。その他の商店では衣料品が 4 割以上を占めている。認知件数は少ないものの, 高額な衣料品が万引きされていることを伺わせる結果となっている。従来, 万引きに関しては認知件数の増減のみが注目され, 1 件あたりの被害額に注目されることはあまりなかった。それは警察が公表しているデータが認知件数のみであることに由来する。実際, 万引きに対する警察の興味関心は「認知件数が増えたか減ったか」が中心である。しかし, 店舗側からみれば, 件数よりも被害額の方が重要である。ここに, 万引きに対する警察側と店舗側の認識ギャップが存在すると言えるだろう。

続いて, 検挙データをみる。認知件数でみると, 若年層の検挙者は主に男性であるが, 年齢が高くなるほど女性の割合が上がっていくことがわかる (図7) 。一方で, 被害額でみると, 20代男性が突出していることがわかる。また, 図8の年齢別被害額内訳でみると, 65歳以上は食料品が半数以上であるのに対し, 20歳代は機械類・家電製品等 (カテゴリは筆者が再分類を行った) , 衣類品類, 化粧品類が目立つことがわかる。図9の年齢別被害額でみた処分先をみると, 高齢の万引きはほとんど「自己消費」であるのに対し, 20歳代は「質屋」「古物商」で半数を超える。換金のために万引を行っていることが推察される。図10の年齢別被害額でみた動機の内訳をみても, 高齢の万引きはほとんど「所有・消費目的」であるのに対して, 20歳代になると「ギャンブル依存・遊興費充当」が最も多く, 続いて「所有・消費目的」, 「債務返済と生活困窮」となる。若年層の万引きは, 非行やギャンブル依存, 経済的な困難など, 多様な背景が考えられる。特に, 窃盗品を容易に売却できる環境が整っていることが, 若年層の犯行を助長している可能性がある。

以上の分析結果をまとめよう。認知件数で見ると50歳以上が過半数を占め、特に65歳以上の高齢者の検挙件数が大幅に増加している。食料品などの生活必需品の万引きが多い。一方、20歳代男性は、機械類や衣料品等の高額な商品を万引き、質屋やリサイクルショップで換金するなど、全く異なる特徴がみられる。

警察は、主に認知件数の増減のみだけでなく、被害額に注目し、若年層の万引きに焦点を当てることも重要であろう。若年層の万引きは路面店や家電店、ホームセンターなど、高齢者が万引きを行う場所とは異なる場所で発生していることから、万引き防止の啓発活動を、スーパーマーケット等だけでなく、アパレルの路面店などにも広げる必要があると思われる。

本研究においては、福岡県警から提供されたデータにもとづき、警察が明確に意識していない「被害額」に着目した実態を明らかにすることができた。店舗側の立場に立てば、万引被害は件数よりも被害金額のほうが経営上重要な観点である。万引き防止は警察と店舗の強力関係が不可欠であることから、今後の万引き防止策を検討するにあたっては、被害額に着目し、情報提供や協力関係を進める企業を見直していく必要があるように思われる。

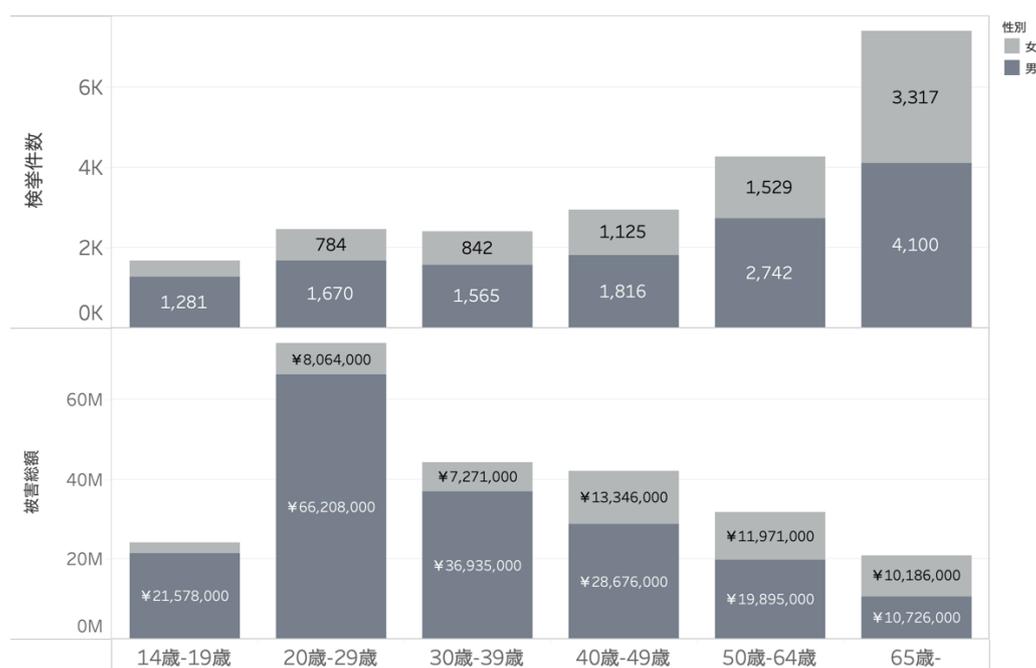


図 7 年齢別・性別認知件数と被害額 (2020年-2023年合計)

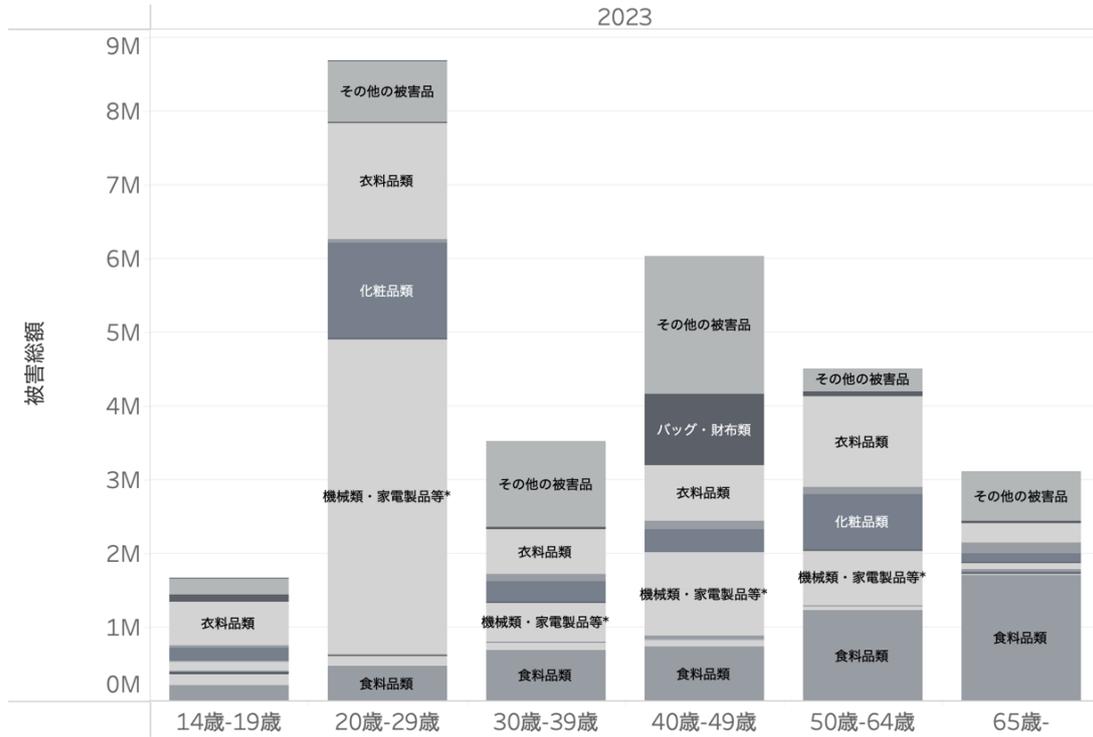


図 8 年齢別被害額の内訳 (2023 年)

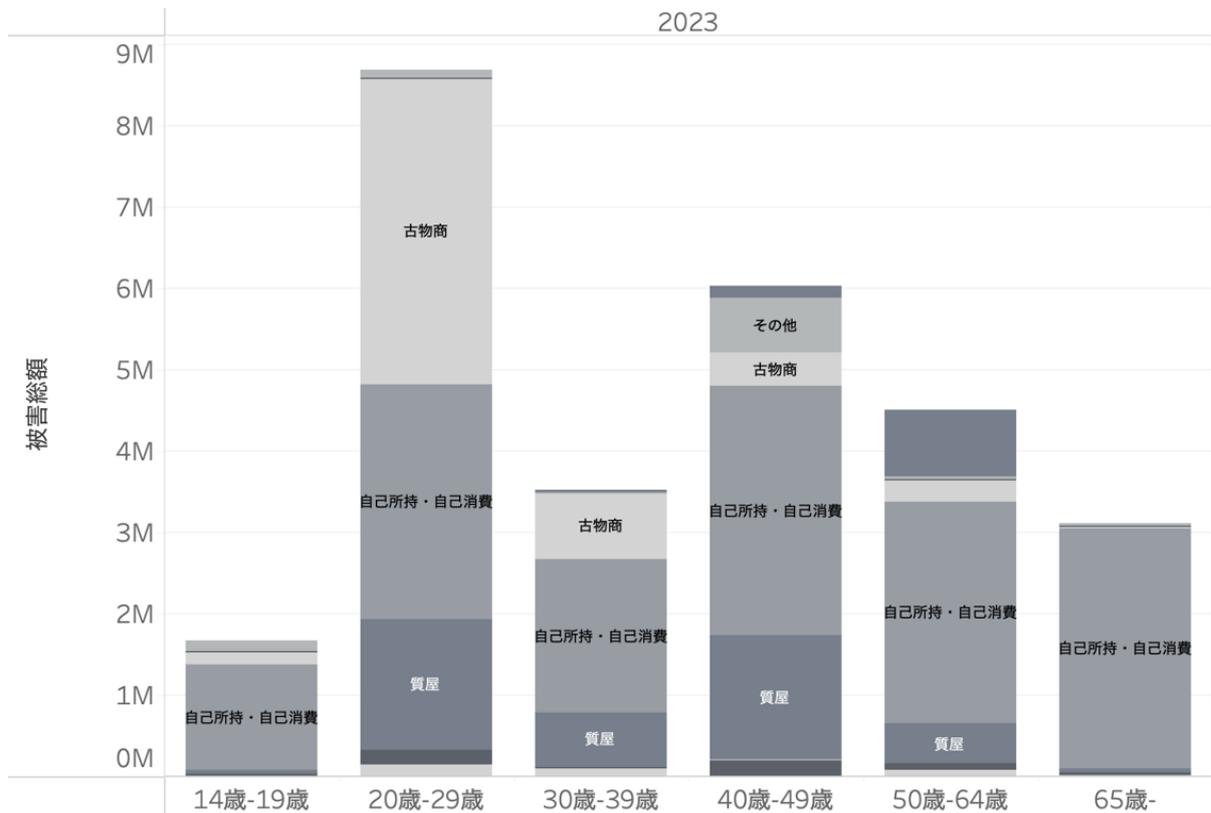


図 9 年齢別被害額でみた処分先 (2023 年)

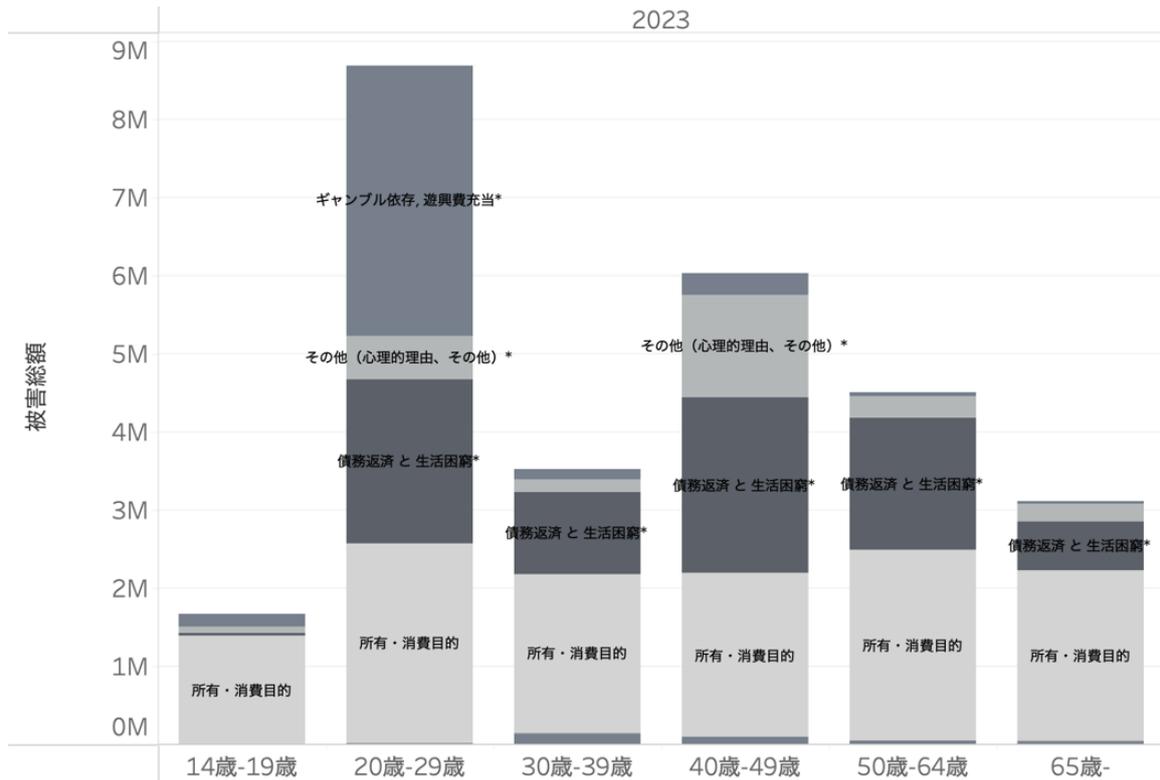


図 10 年齢別被害額でみた動機 (2023 年)

(2) 店舗アンケート分析①

福岡県のスーパーマーケット等の店舗における防犯責任者を対象とした質問紙調査の分析を行った結果をみる (山本・石川, 2024)。まず, 以前実施されたものを改めて分析する。この調査は2013年に福岡県警の協力を得て, 福岡県万引防止連絡協議会を通じて, 小売企業各社の防犯責任者宛に調査を依頼し, 店舗ごとに回答紙を配布してもらい, 回答を得たものである。回答者は各店舗の店長等の責任者レベルの人物に回答を依頼した。その結果, 120店舗の回答を得た。測定項目としては次のとおりであった。

被害品目: 万引き被害頻度の高い品目を5つまで自由記述により記載するよう求めた。

ロス金額算出方法: 普段の店舗管理において, ロス金額をどのように算出しているか, 算出方法に回答を求めた。具体的には「商品の単品管理を行い, ロス金額を算出する」「決算上の粗利からロス金額を推定する」「算出していない」「その他」から単一選択とした。

万引き被害比率: 年間不明ロス金額のうち, どの程度が万引被害によるものと考えているかについて「10%未満」「~30%未満」「~50%未満」「~75%未満」「75%以上」から単一選択とした。

万引き被害の前年度との比較: 万引き被害比率が前年度比べ今年度どのように変化したかについて「大変増えた」「やや増えた」「変わらない」「やや減った」の4件法で回答を求めた。

万引きに対する防犯意識：以下の項目により測定した。回答は単一選択とした。「売ることが最優先であり、万引きについて経営課題としての関心は薄い」「会社の経営上大きな影響を与えるので何らかの対策をすべき課題である」「被害は大きい対策コストがかかるため現実には十分な対策がとれていない」「万引き被害は想定内の範囲であるから、課題としては低い」「青少年の健全な生育の面から万引きをさせてはならない」「万引きが多発する店舗は顧客対応に何らかの問題が存在するため放置できない」「治安対策の面から行政が何らかの対策をすべき課題である」「特に問題意識はない」。

万引きに対する原因帰属：万引きの原因として想定している事柄の回答を求めた。以下の選択肢の中から単一選択とした。「マイバッグの普及」「失業者の増加など長引く経済不況」「店舗拡大による従業員一人あたりの守備範囲の拡大」「万引きがしやすい商品配置」「従業員の(防犯)意識の低下」「インターネットオークションの出現(転売できるため)」「遊興費欲しさ」「その他」。

万引き防止対策：万引き防止対策として導入している項目について、2件法「実践している / していない」で回答を求めた。「従業員にお客様へのお声かけをさせている」「店内放送を活用し、万引き防止を呼びかけている」「店内ポスター、掲示物等を作り貼らせている」「商品陳列を工夫させている」「防犯ミラーや防犯カメラを設置している」「万引き防止装置を入れさせている」「従業員の意識改革を行なっている」「保安警備員を配置させている」「棚卸しを頻繁に行わせている」「万引き防止マニュアルを作成、配置している」「万引き防止実施訓練を行っている」「朝礼等で万引き防止をテーマに取り上げている」「外部講師によるセミナーを活用している」「顧客満足度を高めるようにしている」「ロス費用の発生状況を人事評価に反映させている」「その他」。

これらのデータをもとに、回答が得られた店舗において導入されている万引き防止対策と、責任者の防犯意識及び万引きに対する原因帰属の関連を検討した。万引き防止対策は、一般的には複数の対策の組み合わせが多く、組み合わせのパターンも多数存在する。そこで、パターンを析出するため万引き防止対策の15項目に対し階層的クラスター分析を適用した。その後、得られたクラスターを説明変数とし、防犯意識及び万引きに対する原因帰属との関連を検討した。具体的には多重対応分析を実施した。最後に万引き防止対策の効果測定の一環として、万引き防止対策のクラスターと万引き被害率との関連を検討した。

まず、万引き防止対策のパターンを検出するために、15の万引き防止対策の回答に対し、階層的クラスター分析(ユークリッド距離、ウォード法)を適用した。デンドログラムの分岐形状からクラスター数を4つに指定することが可能と解釈した。各クラスターの特徴を図11に整理した。

第1クラスター(n=18)は「社員を店内に巡回させている」「万引き防止装置を導入している(万引き防止ゲート・万引き防止タグ等)」「警察への全件届け出を徹底した」の標準化得点が高かったため、「摘発重視・厳格アプローチ」と命名した。万引きの摘発を重視するアプローチである。

第2クラスター(n=10)は「店内レイアウトを工夫している」「保安警備員を配置させている」「棚卸を頻繁にしている」の標準化得点が高かったため、「犯罪機会論ハード重視アプローチ」と命名した。店舗の管理を重視するとともに、店内レイアウトの工夫が区画性や視認性を高めることにつながると考えるアプローチである。

第3クラスター(n=9)は「店内放送で万引き防止を呼び掛けている」「商品陳列を工夫している」「従業員にお客様への声掛けをさせている」「店舗内で万引きと疑わしき行為への声かけを奨励している」の標準化得点が高かったため、「犯罪機会論ソフト重視アプローチ」と命名した。

第4クラスター(n=4)は「従業員にお客様への声掛けをさせている」「社員に防犯腕章を装着させている」「ポスター掲示」「店舗内での万引きと疑わしき行為への声かけを奨励している」の標準化得点が高かったため、「形式的アプローチ」と命名した。防犯腕章やポスター掲示は警察等が実施する啓発活動の中で提唱されることも多いが、第1～第3クラスターで導入されているような実質的な防止策が取られることなく、表面的・形式的な対応しか導入していないアプローチである。

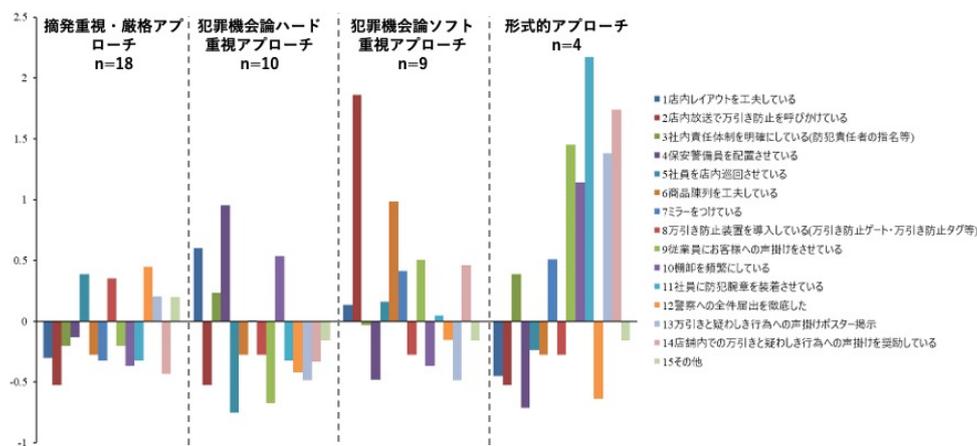


図 11 万引き防犯対策のパターン

続いて万引きに対する防犯意識と万引き防止対策のパターンの間の関連性をみた。具体的には、防犯意識を尋ねる項目の回答と、万引き防止対策のパターンの2変数を指定して多重対応分析を実施した(固有値は次元1で.812, 次元2で.657; 相関係数は次元1で.901, 次元2で.810)。図12を見ると、「摘発重視・厳格アプローチ」は「万引きが多発する店舗は顧客の対応に何らかの問題が存在するため放置できない」と対応していることがわかる。「犯罪機会論ハード重視アプローチ」は「被害は大きい対策コストがかかるため現実には十分な対策がとれていない」とやや対応しており、「犯罪機会論ソフト重視アプローチ」は、「会社の経営上大きな影響を与えるので何らかの対策をすべき課題である」とやや対応している。「形式的アプローチ」は「青少年の健全な育成の面から万引きをさせてはならない」と対応している。「売ることが最優先であり、万引きについて経営課題としての関心は薄い」という消極的な姿勢はどのアプローチとも対応していないことが明らかになった。

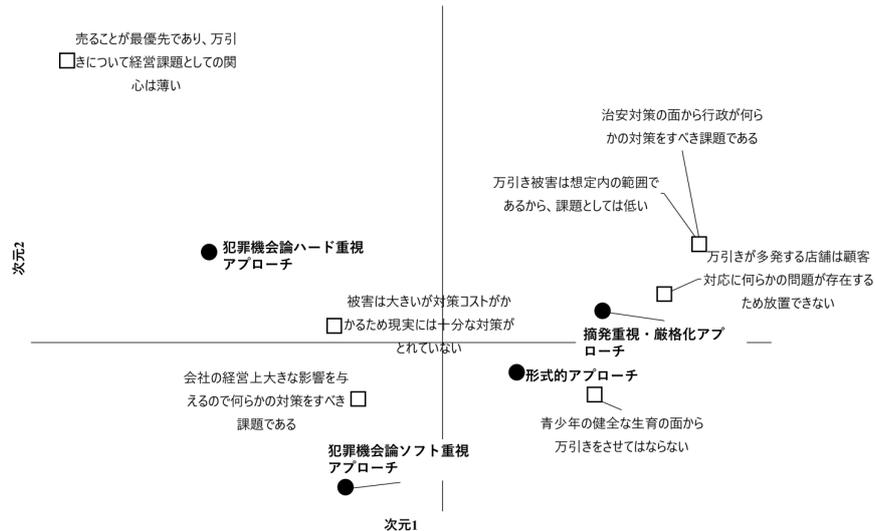


図 12 万引きに対する防犯意識と万引き防止対策のパターンの多重対応分析

万引きに対する原因帰属と万引き防止対策のパターンとの関連性については、原因帰属を尋ねる項目の回答と万引き防止策のパターンの2変数を指定して多重対応分析を実施した（固有値は次元1で.782、次元2で.698；相関係数は次元1で.884、次元2で.835）。

図 13 を見ると「摘発重視・厳格アプローチ」は「遊興費欲しさ」「マイバックの普及」と対応している。万引き犯に対する厳しい見方と摘発重視アプローチが対応しているといえる。「犯罪機会論ハード重視アプローチ」は「店舗拡大による従業員一人あたりの守備範囲の拡大」とやや対応している。スーパーマーケットの中でも店舗の増加等により規模を拡大している企業は、「店内レイアウトの工夫」や「保安警備員の配置」や「頻繁な棚卸し」等、万引き防止に対するコストをかけることで、「従業員一人あたりの守備範囲の拡大」による「人の目」の減少を補完しようとしているといえる。「犯罪機会論ソフト重視アプローチ」は、「万引きがしやすい商品配置」や「従業員の防犯意識の低下」とやや対応しており、万引きの原因を店舗運営のあり方に求めているといえる。「形式的アプローチ」には対応関係がみられず、万引きに対する原因帰属を意識していないことがわかる。

これら4つのアプローチについて、万引きに対する防犯意識、万引きに対する原因帰属の2つの側面から検討した。万引きに対する防犯意識については、次の4点を指摘できる。

第1に、「摘発重視・厳格アプローチ」は、万引きの原因帰属が「遊興費欲しさ」「マイバックの普及」と対応していた。遊興費ほしさという心理的要因と、マイバック普及という環境要因の両方に帰責している点の特徴であった。また店舗の防犯意識として、「万引きが多発する店舗は顧客の対応に何らかの問題が存在するため放置できない」との対応関係が見られた。興味深いのは、摘発重視アプローチの背後にあるのは「万引きは、万引きを行う者が悪い」あるいは「万引きという犯罪は断固許さない」といった万引き犯への非難に終始しているのではなく、むしろ「店舗の対応に問題がある」という店舗側への原因帰属意識が背後にある点である。筆者がアンケートと同時期に行ったヒアリングでも、万引きに甘いと他の顧客や従業員が安心できなくなるため、万引き防止ゲートを設置して厳格に対応していると述べた防犯担当者がいたが、このアプローチに近いといえる。

ただし、このアプローチを取るタイプは、保安警備員の配置や犯罪機会論的アプローチの視点は薄いという特徴も見られる。

第2に、「犯罪機会論ハード重視アプローチ」は、万引きの帰属原因として「店舗拡大による従業員一人あたりの守備範囲の拡大」と対応していた。店舗拡大とは当然ながら業績が好調であることが推察され、それがゆえにコストをかけて保安警備員の配置、店内レイアウトの改善、棚卸し重視といったアプローチを取ることができていると考えられる。ただし、従業員の声掛けや商品陳列の工夫等の対策は弱い。コストをかけた万引き防止策を導入できる企業はえてして本部主導型であることが多く、その反面、店舗従業員の防犯意識向上といった取組みが弱い傾向が見受けられる。そのため、「被害は大きい対策コストがかかるため現実には十分な対策がとれていない」という有効な対策の導入とコストのジレンマに陥りがちである。

第3に、「犯罪機会論ソフト重視アプローチ」は、万引きの帰属原因として「万引きがしやすい商品配置」や「従業員の防犯意識の低下」が対応している。ここから、「商品陳列の工夫」や「お客様への声掛け」という対策が選択されているといえる。これらの対策は店舗ごとの従業員教育が不可欠であり、店長のマネジメント能力が問われる。ただし、店内放送での呼びかけやミラーの設置などの対策も取りがちな点からは、全般的にコストをかけない方策に偏っていることが見て取れる。「会社の経営上大きな影響を与えるので何らかの対策をすべき課題である」という文言の「何らか」とは、できるだけ低コストな手法でという意味として解釈できる。筆者が行ったヒアリングからは、地場のスーパーの多くはこのアプローチに近いといえる。

第4に、「形式的アプローチ」は「青少年の健全な育成の面から万引きをさせてはならない」と対応している。このアプローチには、保安警備員の導入、万引き防止装置の導入、警察への届け出、店内レイアウトや商品陳列の工夫等が「含まれない」特徴があり、かわりに声掛け、腕章着用、ポスター掲示などの視覚的な警告の提示というほとんどコストをかけようとしない手法に留まっていること、万引きの摘発を避けていることを特徴とする。

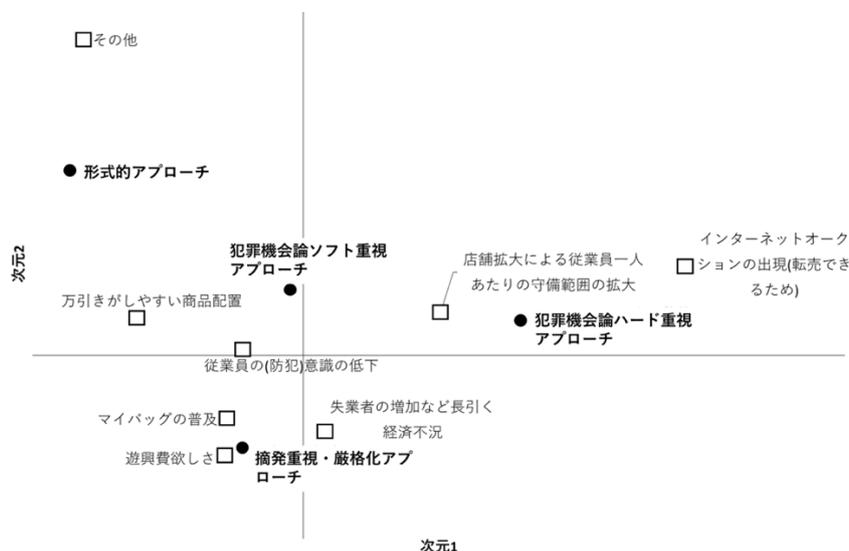


図 13 万引きに対する原因帰属と万引き防止対策のパターンの多重対応分析

(3) 店舗責任者に対するアンケート調査

本研究では、2023年8月に福岡県万引き防止機構を通じて福岡の店舗責任者に対してアンケート調査を実施した。

調査の目的

調査の目的は以下の3点である：

1. 万引き防止に関するポリシーと万引きに対する原因帰属の関連性の解明
2. 万引き防止に関するポリシーと万引き防止策の策定との関連性の検証
3. 万引き防止策の効果性の評価

回答者

回答者43名の内訳は以下の通りである：

- 役職：店長39名(90.7%)，店主1名(2.33%)，副店長1名(2.33%)，社員2名(4.65%)
- 業種：食品スーパーマーケット15名(34.88%)，書店15名(34.88%)，コンビニエンスストア5名(11.63%)，総合スーパーマーケット5名(11.63%)，その他3名(6.98%)
- 正社員数：1人7名(16.28%)，2人12名(27.91%)，3～5人11名(25.58%)，6～10人5名(11.63%)，10人以上8名(18.60%)
- パート・アルバイト数：0～10人7名(16.28%)，11～30人24名(55.81%)，30～50人3名(6.98%)，50人以上9名(20.93%)

調査項目

- 万引き防止に関するポリシー（7項目，2件法）

「売ることが最優先であり，万引きについて経営課題としての関心は薄い」

「万引き被害は想定内の範囲であるから，課題としては低い」

「青少年の健全な生育の面から万引きをさせてはならない」

「治安対策の面から行政が何らかの対策をすべき課題である」

「会社の経営上大きな影響を与えるので何らかの対策をすべき課題である」

「被害は大きい対策コストがかかるため現実には十分な対策がとれていない」

「万引きが多発する店舗にはなんらかの問題が存在するため放置できない」

の7項目とした。回答は「1当てはまらない」「2当てはまる」の2件法とした。

- 万引きに対する原因帰属

「店舗拡大による従業員一人あたりの守備範囲の拡大」

「従業員の防犯意識の低下(パート比率の増加による)」

「物価高などによる経済不況」

- 「犯人自身の遊興費欲しさ」
- 「犯人自身の万引きに対する規範意識の欠落」
- 「インターネットの転売サイト等」
- 「中古ショップの増加（転売できるため）」
- 「犯人自身の将来への不安」
- 「レジ袋有料化によるマイバッグの普及」
- 「コロナ禍に基づく変化」

の10項目とした。回答は「1当てはまらない」「2当てはまる」の2件法とした。

－ 万引き防止対策

- 「1 店内レイアウトを工夫している」
- 「2 店内放送で万引き防止を呼びかけている」
- 「3 社内責任体制を明確にしている(防犯責任者の指名等)」
- 「4 保安警備員を配置させている」
- 「5 社員を店内巡回させている」
- 「6 商品陳列を工夫している」
- 「7 防犯ミラーをつけている」
- 「8 万引き防止装置を導入している(万引き防止ゲート・万引き防止タグ等)」
- 「9 従業員にお客様への声掛けをさせている」
- 「10 棚卸を頻繁にしている」
- 「11 社員に防犯腕章を装着させている」
- 「12 警察への全件届出を徹底した」
- 「13 万引きと疑わしき行為への声掛けポスター掲示」
- 「14 店舗内での万引きと疑わしき行為への声掛けを奨励している」
- 「15 防犯カメラを設置している」

の15項目に対し、「1 導入していない」「2 導入している」の2件法で回答を求めた。

背景情報

その他、集計において重要な変数を測定した。まず2021年度および2022年度におけるおよそその万引き件数を実数で尋ねた。加えて、2022年度における不明ロス金額のうち、原因が万引きと思われる割合(%)を「10%未満」「30%未満」「～50%未満」「～75%未満」「75%以上」の中から回答者は選択した。また要約統計量をすでに示したが、回答者の役職、店舗の社員数、パート・アルバイト数を実数で尋ねた。

結果

1 調査項目の因子分析

本節では、「万引きに関するポリシー」「万引きに対する原因帰属」「万引き防止に関するポリシー」に対し、因子分析を実行した結果を表示する。なお、「万引き防止策」については、因子分析ではなく、クラスター分析によって回答者を分類することとした。

1-1 万引きに対する原因帰属

万引きに対する原因帰属に関する項目に対して因子分析を行った。平行分析を実行したところ、4因子構造が提案されたため、4因子を指定して主成分分析を実行した。主成分負荷量が.40以下、あるいは、複数の項目に.40以上である項目を削除し、主成分分析を行ったところ表2の因子パターンが得られた。

表2 万引きに対する原因帰属の因子パターン

項目	Factor1	Factor2	Factor3	共通性
犯人自身の将来への不安	.945	.087	-.150	.865
コロナ禍に基づく変化	.762	-.105	.179	.675
従業員の防犯意識の低下(パート比率の増加による)	-.045	.819	-.034	.690
店舗拡大による従業員一人あたりの守備範囲の拡大	.045	.760	.093	.582
中古ショップの増加(転売できるため)	.009	-.071	.800	.635
インターネットの転売サイト等	-.011	.155	.627	.437
因子寄与	1.598	1.451	1.121	
α 係数	.796	.766	.654	
ω 係数	.843	.774	.673	

第1主成分は、「犯人自身の将来への不安」「コロナ禍に基づく変化」で構成されたため、「被害者」要因と解釈した。第2主成分は「従業員の防犯意識の低下(パート比率の増加による)」「店舗拡大による従業員一人あたりの守備範囲の拡大」で構成されたため、「店舗」要因と解釈した。第3主成分は「中古ショップの増加(転売できるため)」「インターネットの転売サイト等」で構成されたため、「転売」要因と解釈した。

主成分の特性を明らかにするため、背景要因との関連性を集計した。表3には、店舗の正社員数、パート・アルバイト数、2021年のおおよその万引き件数、2022年のおおよその万引き件数との相関係数を掲載した。集計の結果、F3_転売が、2021年および2022年のおおよその万引き件数と正の相関を示した。

続いて、業種別に、万引きの原因帰属に関する平均値の違いを図14にプロットした。集計の結果、コンビニエンスストア、食品スーパー、書店、総合スーパーにおいて、共通してもっとも平均値が高かったのは「店舗」要因であった。「その他」の業種のみ、「転売」要因の方が「店

舗」要因よりも平均値が高い結果となった。いずれの業種においても、「加害者」の要因はほとんど原因として帰属されない傾向がみられた。

表3 万引きに対する原因帰属と背景要因との相関係数

	店舗の従業員数「正社員数」	店舗の従業員数「パート・アルバイト数」	年間のおおよその万引き件数「2021年度」	年間のおおよその万引き件数「2022年度」
原因_F1 加害者	.091	.059	-.043	-.034
原因_F2 店舗	.103	.238	.305	.255
原因_F3 転売	-.027	.014	.725 **	.600 **

** $p < .01$, * $p < .05$, + $p < .10$

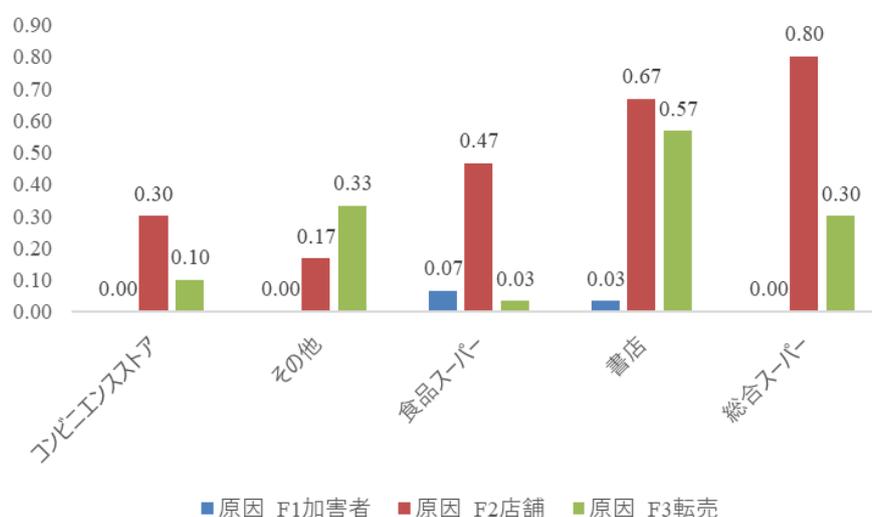


図14 業種別の万引きの原因帰属の平均値 (因子別)

1 - 2 万引き防止ポリシー

万引き防止ポリシーに対する主成分分析の結果を表4に示す。固有値1以上を基準に主成分を抽出するとともに、主成分負荷量が.40以下、あるいは、複数の項目に.40以上である項目を削除する手続きを実行したところ、3つの因子パターンが得られた(表4)。第1主成分は「会社の経営上大きな影響を与えるので何らかの対策をすべき課題である」「売ることが最優先であり、万引きについて経営課題としての関心は薄い」「被害は大きい対策コストがかかるため現実には十分な対策がとれていない」から構成されたため「経営優先」と解釈した。第2主成分は「青少年の健全な生育の面から万引きをさせてはならない」「万引きが多発する店舗にはなんらかの問題が存在するため放置できない」から構成されたため「問題解決」と解釈した。第3主成分は「治安対策の面から行政が何らかの対策をすべき課題である」から構成されたため「治安重視」と解釈した。なお、第2因子の「問題解決」および第3因子の「治安重視」は、いずれも万引き問題を解決しなければならないという志向性を有しており、万引き問題の解決

のより細かな志向性の違いが、第2因子と第3因子の分化に表れている、と解釈することができる。

表5に、万引き防止ポリシーの主成分と背景要因との相関係数を整理した。相関分析の結果、5%水準で有意な相関係数は得られなかった。有意傾向 ($p < .10$) だった相関係数として、パート・アルバイト数が少ないほど、治安重視の要因が高まる傾向が見られた。

続いて、万引き防止ポリシーの各主成分の得点が、業種によって変動するかどうか確認した(図15)。いずれの業種においても、「治安重視」の得点が最も高かった。次に平均得点が高かったのは「経営重視」であった。その後「問題解決」と続いた。このことから、万引き防止ポリシーとして、最も広く共有されているポリシーが、治安維持の観点から、万引きは解決されなければならない、という信念であることが窺えた。

表4 万引き防止ポリシーの因子パターン

項目	Factor 1	Factor 2	Factor 3	共通 性
会社の経営上大きな影響を与えるので何らかの対策をすべき課題である	-.862	-.079	-.017	.729
売ることが最優先であり、万引きについて経営課題としての関心は薄い	.728	-.028	.036	.536
被害は大きい対策コストがかかるため現実には十分な対策がとれていない	-.454	.101	-.097	.235
青少年の健全な生育の面から万引きをさせてはならない	.088	.812	-.298	.760
万引きが多発する店舗にはなんらかの問題が存在するため放置できない	-.132	.755	.328	.703
治安対策の面から行政が何らかの対策をすべき課題である	-.093	.004	-.927	.863
因子寄与	1.537	1.285	1.065	
α 係数	.449	.396	---	
ω 係数	.704	.822	.863	

表5 万引き防止ポリシーと背景要因との相関係数

	店舗の正社 員数	店舗のパー ト・アルバイ ト数	年間のおおよそ の万引き件数 「2021年度」	年間のおおよそ の万引き件数 「2022年度」
ポリシー_F1 経営重視	.196	.107	-.070	-.158
ポリシー_F2 問題解決	.050	.039	-.147	-.152
ポリシー_F3 治安重視	-.151	-.278 ⁺	.076	.133

** $p < .01$, * $p < .05$, + $p < .10$

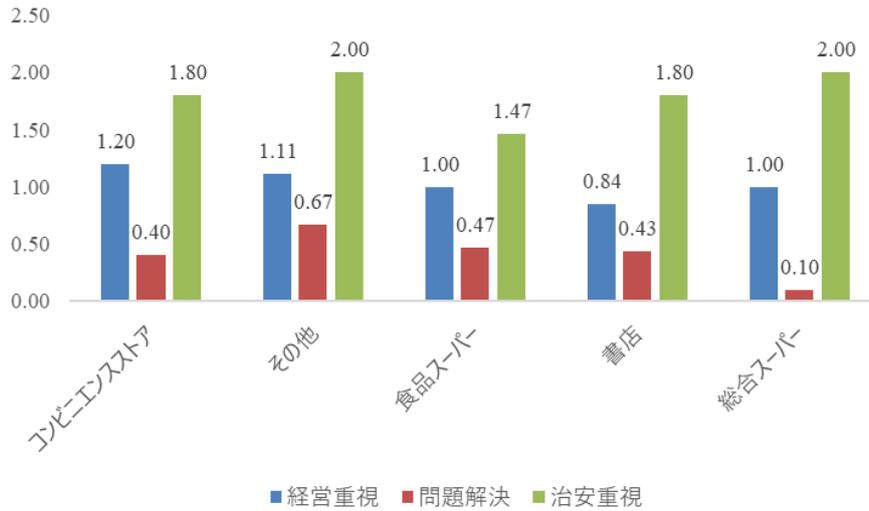


図 15 業種別の万引き防止ポリシーの平均値（因子別）

2 調査項目のクラスター分析（万引き防止策）

万引き防止策の回答に対しては、階層クラスター分析によって回答者を、回答の類似性に基づくクラスターに分類することとした。具体的には階層クラスター分析（ウォード法、ローデータによる距離）を用いた。デンドログラムを描画したところ、4 クラスターに分類可能と解釈できた。図 16 に階層クラスター分析の結果を整理した。

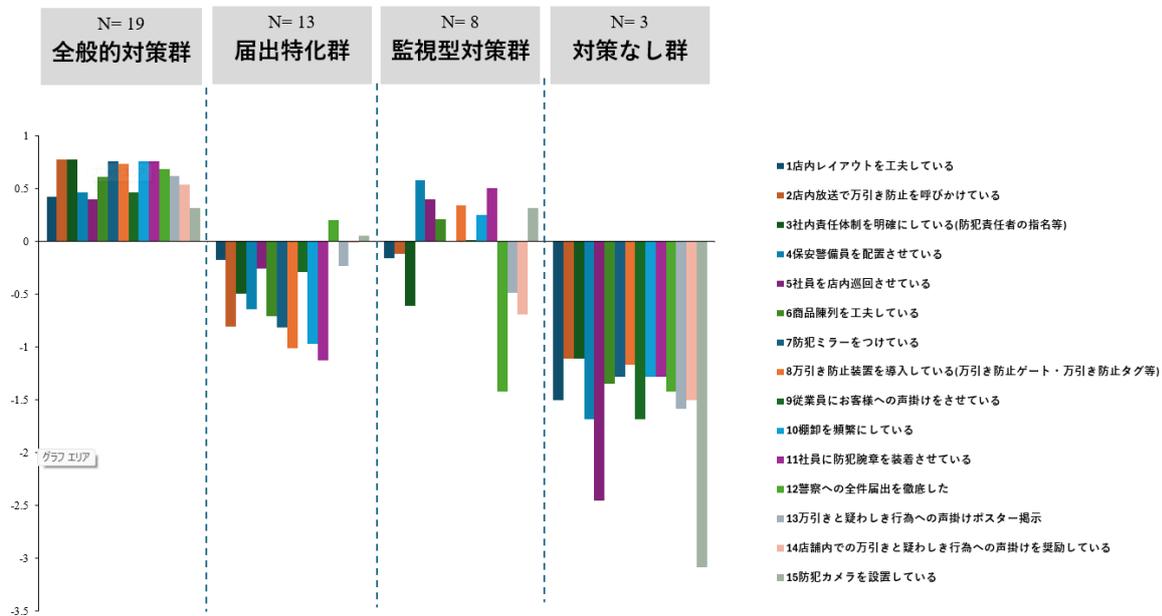


図 16 万引き防止策の階層クラスター分析の結果

第 1 クラスターは、15 の万引き防止策の導入がいずれも高いというプロフィールが得られた

ため「全般的対策群」と命名した。19名が該当した。第2クラスターは「12 警察への全件届け出を徹底した」に特化したクラスターと解釈できたため「届け出特化群」と命名した。13名が該当した。第3クラスターは「4 保安警備員を配置させている」「5 社員を店内巡回させている」「6 商品陳列を工夫している」「8 万引き防止装置を導入している(万引き防止ゲート・万引き防止タグ等)」「10 棚卸を頻繁にしている」「11 社員に防犯腕章を装着させている」「15 防犯カメラを設置している」の標準得点が高い群である。これらの項目は、保安警備員や店員などの人の目による監視、加えて、万引き防止装置・防犯カメラといった標準的な監視装置による対策群と解釈できるため「監視型対策群」と命名した。8名の回答者がこれに該当した。第4クラスターはすべての項目について標準得点が低いというプロフィールが得られたため「対策なし群」と命名した。

万引き防止対策のクラスターと、背景情報との関連性を検討する。まず、業種との関連性を検討したところ、表6を得た。(1)は実数によるクロス表、(2)は実数の列を100%とする場合の割合(%)を表す。割合を見てみると、概ねいずれの業種においても全般的対策群のボリュームが大きく、続いて、届け出特化群、と続いた。ただ、コンビニエンスストアと書店は監視型対策群の割合が第2位を占めた。

表6 万引き防止対策と業種との関連

(1) 実数

出現値	業種 (業種)					合計
	コンビニエンスストア	その他	食品スーパーマーケット	書店	総合スーパーマーケット	
全般的対策群	2	2	6	7	2	19
監視型対策群	2	0	1	5	0	8
届け出特化群	1	1	7	2	2	13
対策なし群	0	0	1	1	1	3
合計	5	3	15	15	5	43

(2) 割合 (列を100%とする, 数字は割合(%)を表す)

出現値	業種 (業種)					合計
	コンビニエンスストア	その他	食品スーパーマーケット	書店	総合スーパーマーケット	
全般的対策群	40.00	66.67	40.00	46.67	40.00	44.19
監視型対策群	40.00	0.00	6.67	33.33	0.00	18.60
届け出特化群	20.00	33.33	46.67	13.33	40.00	30.23
対策なし群	0.00	0.00	6.67	6.67	20.00	6.98
合計	100	100	100	100	100	100

続いて、正社員数を万引き防止対策クラスターごとに平均値を比べたところ、図17の結果が得られた。全般対策群と届け出特化群の正社員数が多いことから、正社員が多い大規模店舗で

ある場合、全般的に対策が可能となるか、逆に警察への全件届け出のみの対策に留まる群に両極化する傾向がみてとれた。正社員数が少ない場合には、監視型対策群もしくは対策なし群に両極化する傾向も、あわせて検出された。

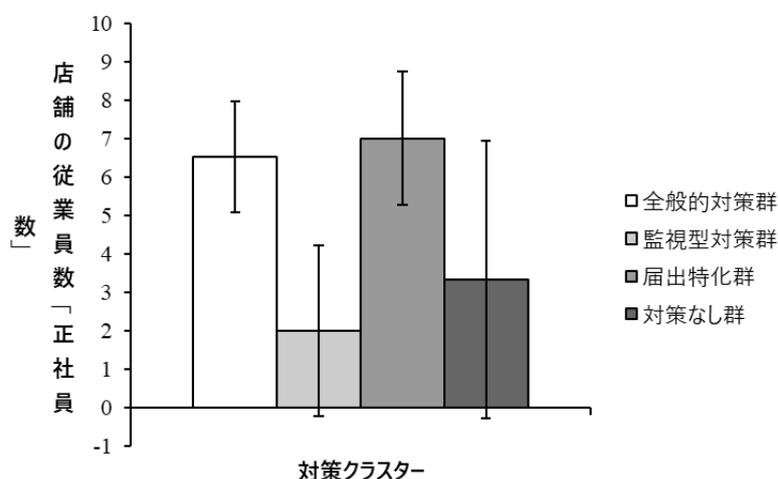


図 17 正社員数と万引き防止対策クラスターとの関連

パート・アルバイト数と、万引き防止対策クラスターの関連性を探ったところ、正社員数と万引き防止対策クラスターの関連性が再現される結果となった（図 18）。すなわち、パート・アルバイト数の多い大規模な店舗となるほど、全般的対策群、もしくは届け出特化群に分類される傾向、そしてパート・アルバイトが少ない場合、監視型対策群もしくは対策なし群に分類される可能性が高まることが窺えた。

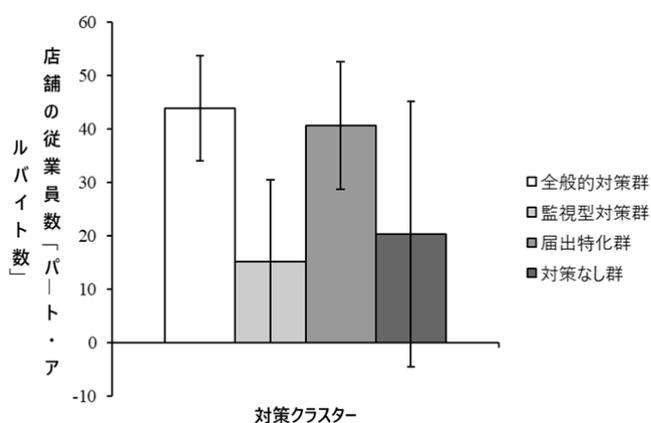


図 18 パート・アルバイト数と万引き防止対策クラスターとの関連

次に、2021 年度のおおよその万引き件数（図 19）と 2022 年度のおおよその万引き件数（図 20）との関連を検討した。検討の結果、いずれの年度についても最も平均値が高かったクラス

ターが監視型対策群，つづいて，全般的対策群，届け出特化群，対策なし群，と続いた。これらのことから，万引き防止対策クラスターは一定程度，認知件数と対応関係にあることが見てとれた。

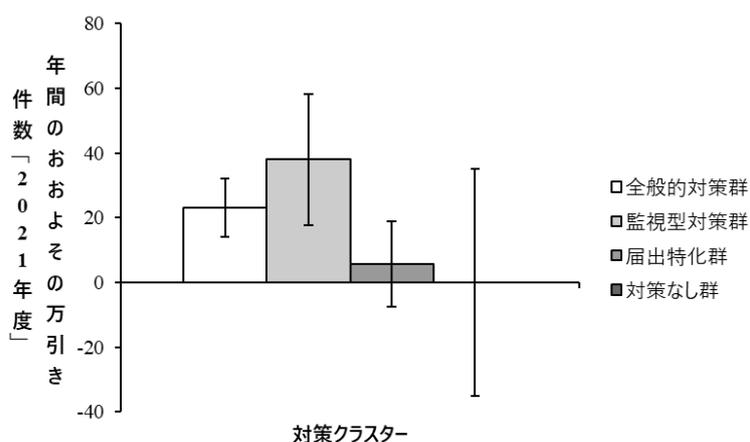


図 19 2021 年度のおおよその万引き件数と万引き防止対策クラスターとの関連

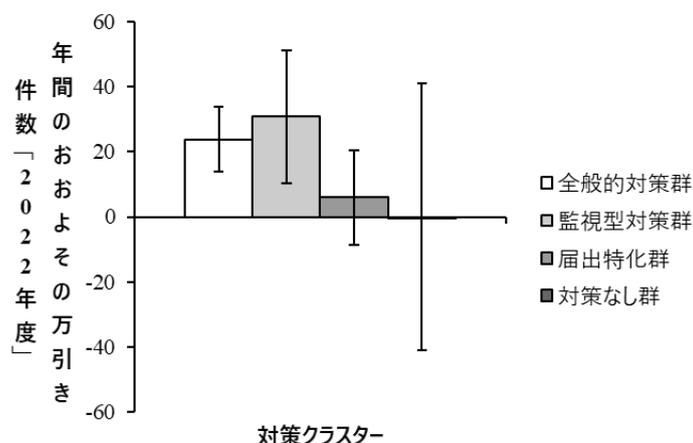


図 20 2022 年度のおおよその万引き件数と万引き防止対策クラスターとの関連

3 原因帰属・ポリシー・対策の対応関係

万引きに対する原因帰属，万引き防止に対するポリシー・万引き防止対策はどのような対応関係にあるのだろうか。以下ではこの点について多変量解析の結果を示す。

3-1 原因帰属・ポリシー・対策の対応関係を投入した多次元尺度構成法

多次元尺度構成法は，2 要因以上の変数間の関連性を視覚的に表現したい場合に用いられる

集計手法の一つである。相関係数やクロス表は2要因の関連性の強さを表現する際に強力なツールとなるが、3変数以上の変数間の関連性を表示することができない。多次元尺度構成法は、多重対応分析とならで、3変数以上の変数間の関連性を表示することを可能にする。階層クラスター分析と似て、関連性の強い変数、類似した変動をみせる変数が近くに配置され、関連性の弱い変数、類似した変動を見せない変数は互いに遠くに配置される。

図21に得られた多次元尺度構成法の対応図を示した。●は対策群、菱形は原因帰属の因子、四角はポリシーの因子を表す。ポリシーに注目すると、「問題解決」因子は、原因帰属と近くに配置された。具体的には、「店舗」因子および「転売」因子の近傍に配置された。このことから、店舗に原因を求める、転売が可能な環境に原因を求める傾向性と、問題解決を志向するポリシーに対応関係が存在することが窺えた。他方、経営重視のポリシー、治安重視のポリシーは、原因帰属とも対策群とも一意な対応関係を示さなかった。続いて近くに配置された要素を見てみると、原因帰属の「加害者」、対策群の「対策なし群」「監視型対策群」が互いに近傍に配置された。このことから、加害者に原因を求める傾向が、監視型対策群、ないしは（前節から万引き被害がないことに由来する可能性が示唆されているが）対策なし群への所属と関連すると考えられた。

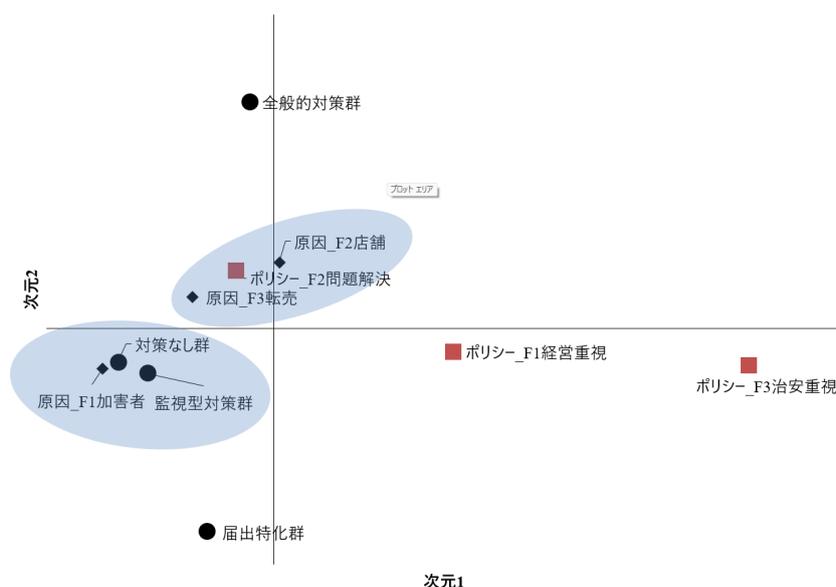


図 21 原因帰属・ポリシー・対策の多次元尺度構成法

3-2重回帰分析による、万引き被害に対する、原因帰属、ポリシー、対策の関連性

表7に、2021年度および2022年度における年間のおおよその万引き件数をそれぞれ目的変数、万引きに対する原因帰属、万引きに対する防犯ポリシー、万引き防止対策を説明変数とする重回帰分析の結果を示した。なお、対策群のうち「対策なし群」が説明変数に投入されていないのは統計分析の原理に由来する。ダミー変数を重回帰分析に投入する際に、すべての水準

を投入すると、全ての水準が1か0の対応関係（ある水準で1なら他の水準では必ず0）となり、すなわち線形従属となり、回帰係数の計算ができなくなるためである。

分析の結果、原因帰属「転売」が有意な正の回帰係数を示した。このことから、認知された万引き件数は転売という原因帰属と関連することが窺えた。

表7 2021年度および2022年度の万引き件数を目的変数、正社員数、原因帰属、ポリシー、対策を説明変数とする重回帰分析（表中数字は偏回帰係数を表す）

変数名	年間のおおよその万引き件数「2021年度」	年間のおおよその万引き件数「2022年度」	VIF
店舗の従業員数「正社員数」	.148	.161	1.811
原因_F1 加害者	.030	-.036	1.694
原因_F2 店舗	.053	.002	1.454
原因_F3 転売	.741 **	.734 **	1.442
ポリシー_F1 経営重視	.410 +	.456 +	1.826
ポリシー_F2 問題解決	-.011	.084	2.114
ポリシー_F3 治安重視	.002	.006	1.392
全般的対策群	.184	.146	9.175
届出特化群	.004	.010	6.666
監視型対策群	.292	.290	5.146
R^2	.650 **	.618 **	

** $p < .01$, * $p < .05$, + $p < .10$

表8には、年間の不明ロス金額の内、万引きが原因と思われる割合を目的変数、万引きに対する原因帰属、万引きに対する防犯ポリシー、万引き防止対策を説明変数とする重回帰分析の結果を示した。分析の結果、原因帰属の「転売」因子が正の係数、ポリシーの「問題解決」因子が、負の係数を示した。このことから、転売に原因帰属することと、不明ロス金額のうち万引きが占める割合の認知が関連すること、そして、万引きに対する課題解決志向性が不明ロス金額における万引き比率の低下への認知と関連することが示唆された。

表8 不明ロス金額のうち万引きが占める割合を目的変数、正社員数、原因帰属、ポリシー、対策を説明変数とする重回帰分析（表中数字は偏回帰係数を表す）

変数名	万引き被害率予想	VIF
店舗の従業員数「正社員数」	-.193	1.382
原因_F1 加害者	.031	1.423
原因_F2 店舗	.038	1.284
原因_F3 転売	.473 **	1.446
ポリシー_F1 経営重視	-.226	1.317
ポリシー_F2 問題解決	-.466 **	1.563
ポリシー_F3 治安重視	-.233	1.292
全般的対策群	.413	5.332
届出特化群	.416	4.327

** $p < .01$, * $p < .05$, + $p < .10$

3-3 階層的クラスター分析を用いた集計

万引き原因帰属，万引き防止ポリシー，万引き防止対策の3つには，それぞれ一定の対応関係があることを前節までに示した。また万引き原因帰属，万引き防止ポリシー，万引き防止対策は，それぞれ万引き被害件数，不明ロス金額における万引き被害割合と一定の関連があることを示した。ここでは，万引き原因帰属，万引き防止ポリシー，万引き防止対策を，それぞれの要因の観点ではなく，階層的クラスター分析を援用することで，総合的なプロフィールとして扱い，万引き被害件数，不明ロス金額における万引き被害割合との関連性を探索することとした。

まず，万引き原因帰属，万引き防止ポリシー，それぞれの因子，および万引き防止対策のクラスターを投入して階層的クラスター分析を実行したところ，3 クラスターに分類することが可能であった（図 22）。原因帰属，ポリシー，対策群のそれぞれについて，もっとも標準化得点の高い因子ないし群を，当該クラスターの特性とみなすこととした。このことに基づき，クラスターの命名は，原因帰属，ポリシー，対策群のそれぞれについて，もっとも標準化得点の高い因子ないし群の名称を併記することとした。

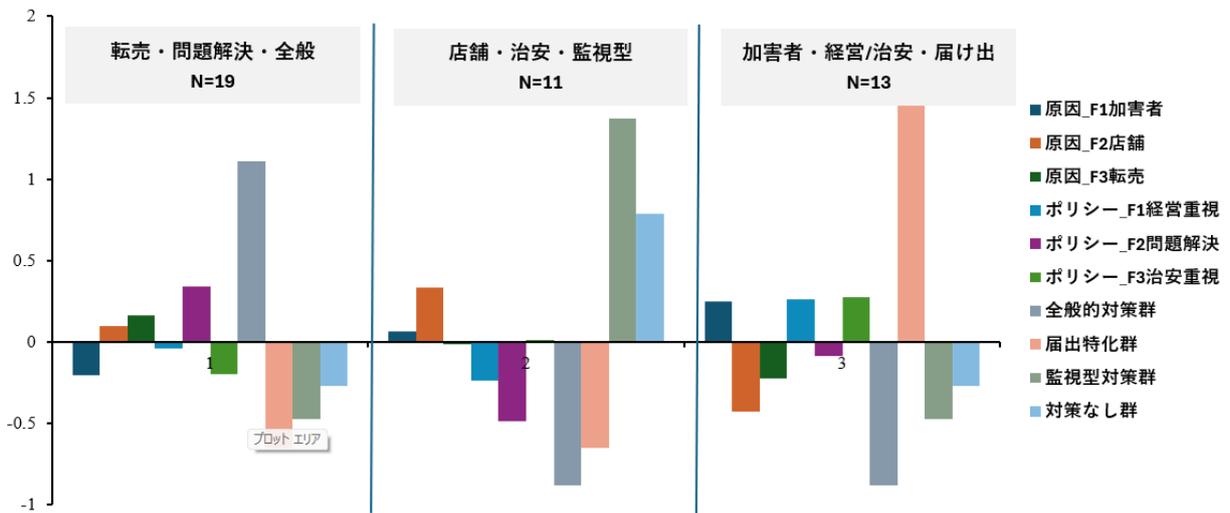


図 22 クラスター分析

第1クラスターは，標準得点のプロフィールから，「転売・問題解決・全般」と命名した。第2クラスターは，「店舗・治安・監視型」と命名した。第3クラスターは「加害者・経営/治安・届け出」と命名した。得られたクラスターは，2021年度および2021年度のおおよその万引き件数，および不明ロス金額における万引き被害割合とどのように関連するか，説明変数として

以降の分析に利用する。

2021 年度および 2021 年度のおおよその万引き件数と得られたクラスターとの関連性を検討した。具体的には、2021 年度および 2021 年度のおおよその万引き件数をそれぞれ目的変数、得られたクラスターを説明変数とする集計を行った。集計の結果、図 23 が得られた。1 要因分散分析の結果は有意でなかったため ($F(2, 23)=0.759, p=.480$)、グラフが与える印象とは異なり、実質的な万引き件数の違いはないと考えられる。

次に 2022 年度のおおよその万引き件数を目的変数、得られたクラスターを説明変数とする 1 要因分散分析を行ったところ、分散分析の結果は有意ではなかった ($F(2, 27)=0.572, p=.571$) (図 24)。このことから、得られたクラスターによって、2022 年度におけるおおよその万引き件数には差がないとかが得ることができた。

最後に、不明ロス金額における万引き被害割合との関連性を、同様に 1 要因分散分析により検討したところ、主効果は有意ではなかった ($F(2, 40)=0.43, p=.654$) (図 25)。このことから、不明ロス金額比率は、得られたクラスターによる変動はみられないことが窺えた。

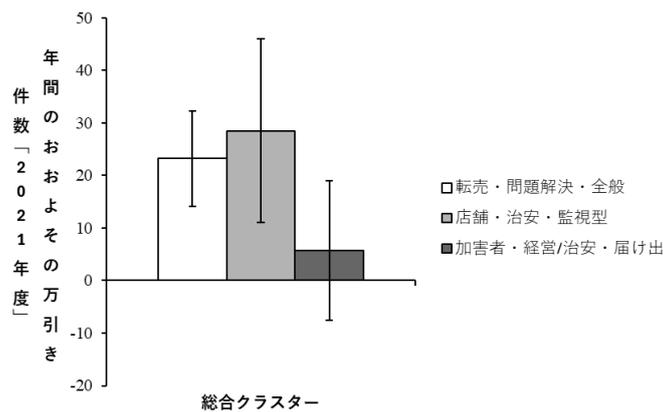


図 23 2021 年度におけるおおよその万引き件数と得られたクラスターの関連性

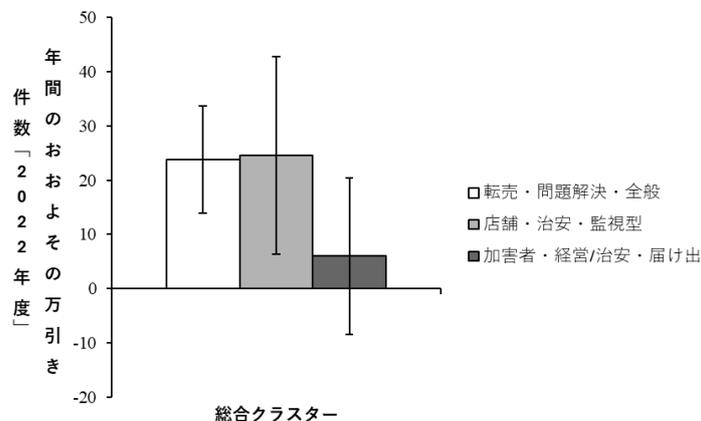


図 24 2022 年度におけるおおよその万引き件数と得られたクラスターの関連性

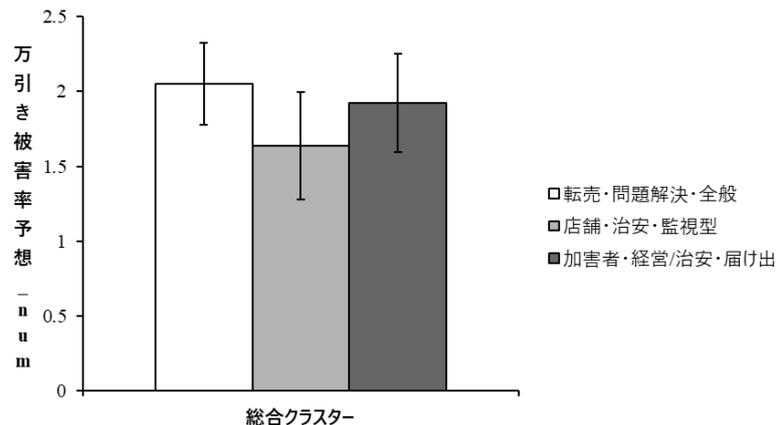


図 25 不明ロス金額における万引き被害割合と得られたクラスターの関連性

考察

本調査は、店舗責任者の万引き防止ポリシーが、万引きに対する原因帰属、万引き防止策の策定、背景要因（正社員数、パート・アルバイト数）とどのような関係にあるか、そして、万引き防止に対してどのような関連性（効果性）を示すのか、店舗責任者に向けたアンケートから探索することを目的とした。

第1に、万引き防止ポリシーは、経営重視、問題解決、治安重視の3因子に分類することができた。問題解決、治安重視の2つは、万引きを防止もしくは減らすことが必要だとする因子であり、問題解決はその名の通り店舗の経営や市民の健全な道徳性のために万引き防止が必要であるとの意識であり、治安重視は、治安の面から万引き防止が必要と考える意識を指す。

第2に、万引き防止ポリシーは、正社員数、パート・アルバイト数、2021年及び2022年の万引き件数との相関関係は見られなかった。つまり、店舗の規模や万引き件数によって形成されるものではなく、店舗責任者の信念に由来する可能性がみとれた。

第3に、3つの因子の平均値を互いに比べてみると、業種によらず、「治安重視」が最も平均値が高く、次に「経営重視」、最後に「問題解決」という順序性がみられた。まず、「治安」の問題として万引き防止ポリシーは店舗責任者に保有されること、そしてこの傾向は、業種によらず共通であることが窺えた。

第4に、万引きの原因帰属と一定の対応関係を有することが窺えた。具体的には、ポリシーの「問題解決」の因子が、万引き発生の原因を「店舗」に帰する意識、加えて「転売」（しやすい環境）と対応関係があることが窺えた。他方、「経営重視」「治安重視」は、特定の原因と密接に関連するものではない傾向がみられた。

第5に、万引き防止ポリシーは、特定の万引き防止策とは対応関係を持たなかった。防止策として「全般対策群」「届け出特化群」「監視型対策群」「対策なし群」がみいだされたが、一意な対応関係は検出されなかった。

第6に、効果性として、不明ロス金額における万引き割合に対し、負の関連をみられた。つまり、問題解決ポリシーを強く保有するほど、不明ロス金額における万引き割合を減らせているという実感を保有できる傾向にあった。

これらの結果から、先に行った分析と合わせ、店舗責任者が持つ万引きポリシーが重要な要因であり、防止効果を高めるための課題発見へとつなげる可能性が垣間見えた。店舗の人員数や万引き件数に関わらず、店舗責任者が「万引きを解決すべき課題とみなす」というポリシーを保有することが重要であることが見えてきた。続いて、「万引きを解決すべき課題とみなす」ポリシーを持つことで、万引きの原因を店舗の不完全さに帰する、主体的な経営管理的態度が高まる可能性が伺えた。店舗内で改善可能なポイントを発見し、施策を検討する態度が一部万引き防止ポリシーによって支えられていることは、店舗責任者がポリシーを保有することの重要性を示している。

なお、不明ロス金額における万引き比率が、ポリシーの影響で低減したとはいえ、万引き件数がポリシーと関連を示さなかったことは、ある意味で、ポリシーが効果にまでつながっていない可能性を示しており、この点は改善が必要とみなせる。適切なポリシーを保有するとともに、基本的な防犯環境設計について理解を深めること、店舗の立地や来店客の特性に応じた対応に関する知識、経費をあまりかけることなく、万引きさせにくい環境を用意する接客の技法、といったノウハウの共有と実行が重要であろう。ただし、一見すると、ポリシーが効果性を示さなかった点は、一定程度、調査法の問題でもある。本研究は1度の横断調査であるため、要因間の関連性を記述しうるだけの観察データである、という限界がある。ポリシーの保有を原因とみなし、万引き件数を結果とみなすためには、因果関係を検討するための固有の調査デザインの設計が必要である。この点について、研究上の課題が残された。

(3) 店舗従業員に対するアンケート調査

調査の目的

従業員を対象にした調査を通じて、防犯ポリシーが共有されていることによって、従業員の防犯行動、防犯意識がどのように変化するか、対比的に明らかにすることを目的とした。

分析

分析1 従業員の防犯行動と関連数要因の探索

防犯ポリシーによって、従業員の防犯行動が促進されるかどうか検討した。

分析2 防犯ポリシーと防犯対策の導入状況および有効性認知との関連

防犯ポリシーを有することによって、防犯対策（万引き防止策）の導入状況がどのように変わるか、対比的に明らかにする。また、防犯ポリシーの保有状態によって、導入している防犯対策が有効かどうかの認知（有効性認知）がどのように変わるか、検討した。

分析3 防犯ポリシーの保有が、従業員の防犯関連意識に与える影響

防犯ポリシーを店舗が保有することによって、従業員の万引きおよび防犯対策に対する「意識」がどのように変わるか、自由記述を比較することで検討した。具体的には「万引きへの考え」「万引き増加への考え」「防犯対策への考え」「防犯の重要ポイント」に関する自由記述を比較した。

方法

回答者・調査手続き

福岡県の販売店舗に勤務する従業員を対象に、万引き防止協議会を通じてWebアンケートへの回答を依頼した。回答フォームには、個人情報保護、回答中断の自由、学術利用に限定されること、回答をもって調査趣旨に同意したとみなされることを明記した。

回収数は70票。うち、正社員が回答した11票を分析から除外することとし、59票を有効回答票とした（有効回答率84.2%）。表9に勤務年数の度数分布、表10に業種の度数分布を示した。

表9 勤務年数と度数分布

		人数	割合(%)
勤務年数(年)	1	15	25.42
	2	8	13.56
	3	14	23.73
	4	15	25.42
	6	1	1.69
	7	1	1.69
	9	1	1.69
	10	1	1.69
	13	1	1.69
	20	2	3.39

表10 勤め先業種の度数分布

		人数	割合(%)
業種	コンビニエンスストア	8	13.56
	食品スーパー	37	62.71
	書店	3	5.08

調査項目

①防犯ポリシー

勤務する店舗に防犯ポリシーが定められておりこれが共有されているかどうか、次の項目により尋ねた。「万引き対策に関する店舗全体の方針があると感じますか」「万引き防止策に関する店舗全体の考え方があると感じますか」「店舗として万引き発生時の注意喚起や情報共有がなされていると感じますか」。回答は「1当てはまらない」～「5当てはまる」の5件法で求めた。分析1～3を通じて、防犯ポリシーの従業員の意識と行動への波及効果をみていくが、当

該項目は防犯ポリシーの指標として分析に利用された。

②相談機会

万引き防止について議論する機会がどの程度存在するか尋ねるため「万引き防止のために、他の従業員と話し合うことはありますか」の項目を準備した。回答は「1当てはまらない」～「5当てはまる」の5件法で求めた。分析1において、防犯行動の予測因子として分析に利用された。

②防犯行動

従業員がどの程度防犯行動をとっているか尋ねるため「あなたは店舗で仕事をする中で、万引きが発生しないように気を配っていますか」の項目を準備した。回答は「1当てはまらない」～「5当てはまる」の5件法で求めた。分析1において、防犯行動の指標として利用された。

④防犯対策の導入および効果性の認知

15個の万引き防止対策について、「導入しているか」そして「有効か」について、2件法（「あてはまる」「あてはまらない」）で回答を求めた。15個の万引き防止対策は以下とした：

- 「1 店内レイアウトを工夫している」
- 「2 店内放送で万引き防止を呼びかけている」
- 「3 社内責任体制を明確にしている (防犯責任者の指名等)」
- 「4 保安警備員を配置させている」
- 「5 社員を店内巡回させている」
- 「6 商品陳列を工夫している」
- 「7 防犯ミラーをつけている」
- 「8 万引き防止装置を導入している (万引き防止ゲート・万引き防止タグ等)」
- 「9 従業員にお客様への声掛けをさせている」
- 「10 棚卸を頻繁にしている」
- 「11 社員に防犯腕章を装着させている」
- 「12 警察への全件届出を徹底した」
- 「13 万引きと疑わしき行為への声掛けポスター掲示」
- 「14 店舗内での万引きと疑わしき行為への声掛けを奨励している」
- 「15 防犯カメラを設置している」

これらは、分析2において、防犯ポリシーの有無を比較基準として、比較された。

⑤自由記述

防犯ポリシーの、従業員への「意識面」への影響を可視化するため、4つの自由記述を尋ねた。具体的には「万引きへの考え」「万引き増加への考え」「防犯対策への考え」「防犯の重要ポイント」について回答を求めた。

結果

分析1 従業員の防犯行動と関連する要因の探索

分析1では、従業員が万引きが発生しないように気を配る行動（防犯行動）が、どのような条件によって支えられているか探索した。

具体的には、目的変数として「あなたは店舗で仕事をする中で、万引きが発生しないように気を配っていますか」を重回帰モデルに投入する。説明変数は、店舗の防犯ポリシー（「万引き対策に関する店舗全体の方針があると感じますか」「万引き防止策に関する店舗全体の考え方があると感じますか」「店舗として万引き発生時の注意喚起や情報共有がなされていると感じますか」）、相談機会（「万引き防止のために、他の従業員と話し合うことはありますか」）、職場への意識（「現在の職場は忙しい」「現在の職場に愛着を感じる」「職場の人たちとは気軽に話せる」）、を変数として投入する。

重回帰分析に先立ち、説明変数を圧縮することができるかどうか確認するため、因子分析を実行した結果を示す。

防犯ポリシーの因子分析および性質

店舗にどの程度、防犯ポリシーが共有されているかに関する尺度の3項目に対し、主成分分析を実行した（表11）。適切な主成分負荷量（ $\lambda < .869$ ）、高い内的整合性（ $\alpha < .903$ ）が示されたため、3項目の尺度得点を後の分析に用いた。

防犯ポリシーの基本特性を記述する。勤務年数との順位相関係数を算出したところ、有意な係数が得られなかった（ $\rho = -.018$, $p = .893$ ）（図26）。勤務年数に関係なく、店舗に防犯ポリシーが存在している場合には、パート・アルバイトに十分共有されることが窺えた。

続いて、業種によって防犯ポリシーの保有状況が変動するか確認したところ、業種の主効果が有意だった（Welch補正： $F(2, 8.607) = 6.699$, $p < .01$ ）が、多重比較（Holm法）で有意となるペアは存在しなかったため、実質的には業種は無関連と考えられる（図27）。

表 11 防犯ポリシーの因子パターン

項目	Factor1	共通性
万引き防止策に関する店舗全体の考え方があると感じますか	.954	.910
万引き対策に関する店舗全体の方針があると感じますか	.934	.872
店舗として万引き発生時の注意喚起や情報共有がなされていると感じますか	.865	.748
因子寄与	2.529	
	α 係数	.903
	ω 係数	.939

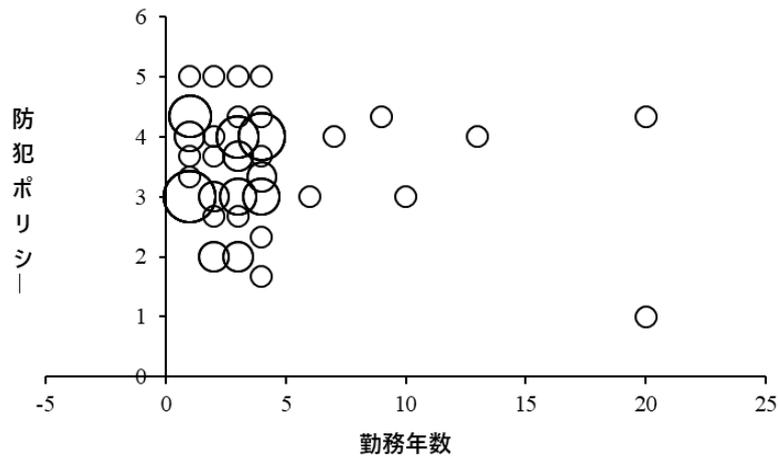


図 26 勤務年数と防犯ポリシーのバブル散布図

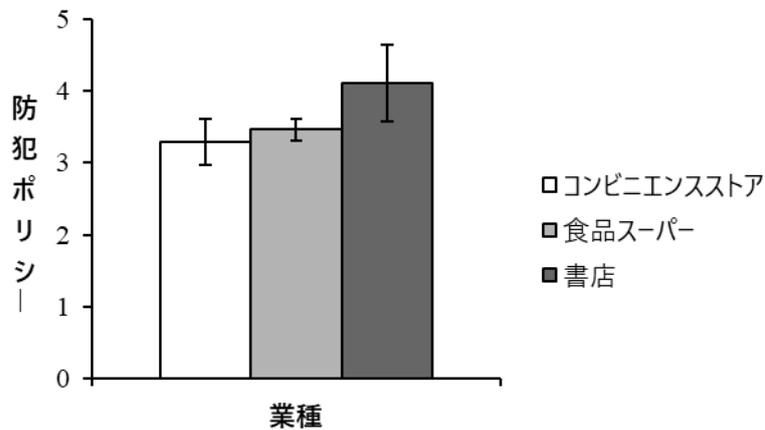


図 27 業種と防犯ポリシーの関連

職場愛着の因子分析および性質

従業員の店舗に対する愛着の尺度 2 項目に対し、主成分分析を実行した (表 12)。適切な因子負荷量 ($\lambda < .903$), 許容可能な内的整合性 ($\alpha = .773$) を得たため、2 項目の平均値を尺度得点とし、のちの分析に用いた。

勤務年数との関連の有無を検討したところ、順位相関係数は有意でなかった ($\rho = -.100$, $p = .449$) (図 28)。

続いて業種との関連性を検討したところ、分散分析 (Welch 補正) において業種の主効果は有意だった ($F(2, 8.607) = 5.972$, $p = .024$) が、多重比較 (Holm 法) は有意ではなかった。このことから、実質的には職場愛着は業種による有意な変動はないことが示唆された (図 29)。

表 12 職場愛着の因子パターン

項目	Factor1	共通性
職場の人たちとは気軽に話せる	.903	.816
現在の職場に愛着を感じる	.903	.816
因子寄与	1.631	
α 係数	.773	
ω 係数	.898	

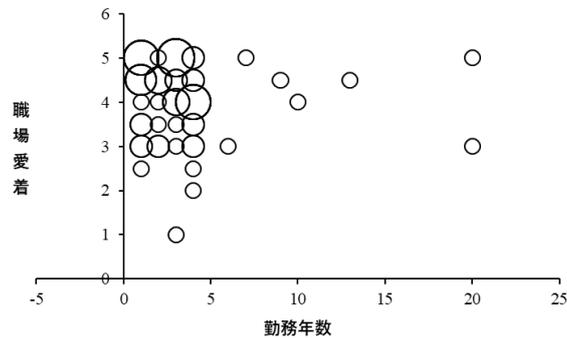


図 28 職場愛着と勤務年数の関連性

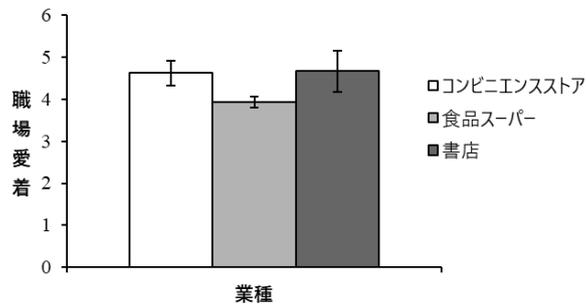


図 29 職場愛着と業種の関連性

重回帰分析

防犯行動を目的変数，防犯ポリシー，相談機会，職場愛着を説明変数とする重回帰分析を推定した（表 13）。推定の結果，防犯ポリシーおよび相談機会が有意な正の係数を示した。このことから，店舗に防犯ポリシーが定められておりこれが従業員に共有され意識されていること，そして，日々防犯について店舗内で議論が行われていることで，従業員の防犯行動の生起頻度は高まることが示唆された。他方，職場への愛着は，防犯行動にはつながらないこと示唆する結果となった。

表 13 防犯行動を目的変数とする重回帰分析

変数名	β	95%下限	95%上限	VIF
防犯ポリシー	.494 **	0.275	0.713	1.313
職場愛着	.053	-0.157	0.263	1.208
相談機会	.295 *	0.066	0.524	1.442
	R^2	.501 **		

** $p < .01$, * $p < .05$, + $p < .10$

以下に、具体的にパートアルバイトが行っている防犯行動を業種ごとに整理して示した（表14）。

表 14 パート・アルバイトの防犯行動

業種	気配り（自由記述）
コンビニエンスストア	<ul style="list-style-type: none"> ・ 来店時にお客様の顔を見るようにしている。 ・ いらっしゃいませを言う ・ 店内を巡回してみたりしている。 ・ お客様をよく見るぐらい ・ 滞在時間が長いお客や、不審な態度のお客がいたら、店内の防犯ミラーをチェックしたり、店長やマネージャーに報告する。 ・ 挙動が怪しい(集団で固まる、立ち読みコーナーに長時間いるなど)をレジからマークしてます ・ 挨拶 ・ お客様と目を合わせるようにする、定期的に店舗内を巡回する。 ・ 大きな声で声かけをするなど
食品スーパー	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自分の業務をしながら全体に目を配り、挙動不審者がいないか気にしている ・ 声掛けをするようにしている ・ 目配りされている ・ いらっしゃいませなどの声掛け ・ 不審な人の連絡 ・ 声かけをする ・ 自分の持ち場で目が届く範囲でなるべく自然にお客様の様子や行動をチェックしている ・ 怪しい人がいたら、情報共有して注視している ・ カートの下に商品を置いたままのお客様がいないか常に確かめる ・ お客様にすれ違い挨拶やお声かけと、遠くから見る ・ レジ近くの売り場を見渡している ・ 店内をうろろしている行動を気かけます。 ・ 店内の巡回 ・ 不審な動きをしている人がいないか ・ 怪しげな人を見るとその人の様子を見る ・ カゴ抜け ・ かご抜け ・ 挨拶をする ・ あやしい人がいないか様子を見る ・ 挨拶などで声を掛ける ・ 店内挨拶をして回ったり人通りの少なそうな所を通ります。 ・ いらっしゃいませの声かけて存在をアピール
書店	<ul style="list-style-type: none"> ・ お客様の来店時に顔を見て挨拶する ・ 死角が極力無いようにディスプレイをする ・ 以前働いていた店でストック(引き出し)を勝手に開けて、ストックから万引きした事例もあるので、ストックの管理も徹底するように心がけています。

- ・ 棚の陰になっている部分は強化して見回りをしています
- ・ 声かけ
- ・ お客様の目線
- ・ 店内巡回と声掛け

分析2 防犯ポリシーと防犯対策の導入状況および有効性認知との関連

防犯ポリシーがしっかり定められ、従業員に共有されている店舗と、そうでない店舗では、店舗に実装されている防犯対策はどのように異なるのか、また、防犯対策に対する効果性はどのように異なるのか、検討する。

防犯ポリシーと防犯対策の導入状況の関連性

まず、防犯対策の導入の有無の要約統計量を表 15 に示す。平均値の高い順に「15 防犯カメラを設置している」「4 保安警備員を配置させている」「9 従業員にお客様への声掛けをさせている」「5 社員を店内巡回させている」と続いた。

続いて、防犯ポリシーと防犯対策の導入状況に関連性があるか検討するため、相関係数を算出した（表 16）。実施的には、有意な相関係数が得られ対策は、防犯ポリシーを保有している店舗では導入されているが、防犯ポリシーの導入が弱い店舗では相対的に導入が遅れている対策であると解釈することができる。相関係数の高い順に「1 店内レイアウトを工夫している」「2 店内放送で万引き防止を呼びかけている」「5 社員を店内巡回させている」「13 万引きと疑わしき行為への声掛けポスター掲示」「7 防犯ミラーをつけている」となった。

表 15 防犯対策の導入状況

変数名	有効 N	平均値	標準偏差
15 防犯カメラを設置している	70	0.800	0.403
4 保安警備員を配置させている	70	0.500	0.504
9 従業員にお客様への声掛けをさせている	70	0.486	0.503
5 社員を店内巡回させている	70	0.429	0.498
3 社内責任体制を明確にしている(防犯責任者の指名等)	70	0.343	0.478
10 棚卸を頻繁にしている	70	0.329	0.473
13 万引きと疑わしき行為への声掛けポスター掲示	70	0.329	0.473
1 店内レイアウトを工夫している	70	0.314	0.468
7 防犯ミラーをつけている	70	0.286	0.455
14 店舗内での万引きと疑わしき行為への声掛けを奨励している	70	0.257	0.440
12 警察への全件届出を徹底した	70	0.243	0.432
6 商品陳列を工夫している	70	0.229	0.423
2 店内放送で万引き防止を呼びかけている	70	0.157	0.367
8 万引き防止装置を導入している(万引き防止ゲート・万引き防止タグ等)	70	0.143	0.352
11 社員に防犯腕章を装着させている	70	0.057	0.234

表 16 防犯ポリシーと防犯対策の導入状況の相関係数

	防犯ポリシー
1 店内レイアウトを工夫している	.459 **
2 店内放送で万引き防止を呼びかけている	.326 *
5 社員を店内巡回させている	.317 *
13 万引きと疑わしき行為への声掛けポスター掲示	.301 *
7 防犯ミラーをつけている	.301 *
9 従業員にお客様への声掛けをさせている	.239 +
3 社内責任体制を明確にしている (防犯責任者の指名等)	.234 +
14 店舗内での万引きと疑わしき行為への声掛けを奨励している	.226 +
8 万引き防止装置を導入している (万引き防止ゲート・万引き防止タグ等)	.221 +
10 棚卸を頻繁にしている	.216
6 商品陳列を工夫している	.191
15 防犯カメラを設置している	.186
11 社員に防犯腕章を装着させている	.163
12 警察への全件届出を徹底した	.152
4 保安警備員を配置させている	.031

** $p < .01$, * $p < .05$, + $p < .10$

では、導入されている施策の有効性認知は、防犯ポリシーの保有状態とどのような関連性にあるのだろうか。以下に、導入した防犯対策に対する有効性認知について集計を行った。

まず、表 17 に有効性認知の要約統計量を示した。有効性が高く認知されている順に「8 万引き防止装置を導入している (万引き防止ゲート・万引き防止タグ等)」「2 店内放送で万引き防止を呼びかけている」「11 社員に防犯腕章を装着させている」「5 社員を店内巡回させている」と続いた。

続いて、有効性認知と防犯ポリシーの相関係数を算出した結果を表 18 に示した。具体的には「8 万引き防止装置を導入している (万引き防止ゲート・万引き防止タグ等)」「2 店内放送で万引き防止を呼びかけている」「11 社員に防犯腕章を装着させている」「5 社員を店内巡回させている」と続いた。

次に防犯対策に対する有効性認知と防犯ポリシーの相関係数を算出したところ、いずれの相関係数も有意とならなかった。有効性は防犯ポリシーを保有している程度とは関連しなかった。有効性は、ポリシーの問題ではなく、実店舗での具体的な実効性の影響を受けると思われた。

表 17 導入した防犯対策に対する有効性認知の要約統計量

変数名	有効 N	平均値	標準偏差
8 万引き防止装置を導入している (万引き防止ゲート・万引き防止タグ等)	70	0.543	0.502
2 店内放送で万引き防止を呼びかけている	70	0.514	0.503
11 社員に防犯腕章を装着させている	70	0.500	0.504
5 社員を店内巡回させている	70	0.471	0.503

7 防犯ミラーをつけている	70	0.471	0.503
12 警察への全件届出を徹底した	70	0.471	0.503
13 万引きと疑わしき行為への声掛けポスター掲示	70	0.471	0.503
14 店舗内での万引きと疑わしき行為への声掛けを奨励している	70	0.457	0.502
1 店内レイアウトを工夫している	70	0.443	0.500
6 商品陳列を工夫している	70	0.443	0.500
3 社内責任体制を明確にしている(防犯責任者の指名等)	70	0.414	0.496
4 保安警備員を配置させている	70	0.414	0.496
15 防犯カメラを設置している	70	0.386	0.490
9 従業員にお客様への声掛けをさせている	70	0.357	0.483
10 棚卸を頻繁にしている	70	0.343	0.478

表 18 導入した防犯対策に対する有効性認知と防犯ポリシーの相関係数

	防犯ポリシー
1 店内レイアウトを工夫している	-.070
2 店内放送で万引き防止を呼びかけている	.057
3 社内責任体制を明確にしている(防犯責任者の指名等)	.093
4 保安警備員を配置させている	-.115
5 社員を店内巡回させている	.001
6 商品陳列を工夫している	.153
7 防犯ミラーをつけている	.003
8 万引き防止装置を導入している(万引き防止ゲート・万引き防止タグ等)	.012
9 従業員にお客様への声掛けをさせている	.120
10 棚卸を頻繁にしている	.079
11 社員に防犯腕章を装着させている	.149
12 警察への全件届出を徹底した	-.076
13 万引きと疑わしき行為への声掛けポスター掲示	.114
14 店舗内での万引きと疑わしき行為への声掛けを奨励している	.074
15 防犯カメラを設置している	-.118

** $p < .01$, * $p < .05$, + $p < .10$

分析3 防犯ポリシーの保有が、従業員の防犯関連意識に与える影響

最後に、防犯ポリシーの保有状況が、従業員の防犯関連意識に与える影響を整理する。具体的には、「万引き犯への気持ち」「万引き増加への考え」「防犯環境への意見」「防犯環境の重要ポイント」の4つについて、対比的に整理した。なお、対比的に意見をとらえるため、便宜的に、防犯ポリシーを平均値で2群に分け、防犯ポリシー高群・低群の意見を併記する形とした。また、記述中「特にない」「分からない」等の記述は表から除外した。

万引き犯への気持ちを表19に整理した。高群・低群に関わらず、万引きに対する断固とした構えが表明されていた。すなわち、従業員の万引きに対するモラルはいずれの店舗であっても極めて高いことがみてとれる。

表 19 万引き犯への気持ち

防犯ポリシー高群	防犯ポリシー低群
<ul style="list-style-type: none"> ・ 軽蔑します ・ 最低だと思う ・ 絶対捕まえたい 許さない ・ 腹が立つ ・ 一概に犯罪行為であるが、動機についての斟酌(生活苦、イジメについては)とアフターケアまでパッケージにするべきだと思う ・ 不信な人がいないかみている ・ モラルの問題 ・ 単価の高い、安いに関わらず店舗には損害が出るので持参金の中で収まる購入の仕方をして欲しい ・ 事情があるにせよ犯罪は犯罪なので絶対してはいけない ・ わるい ・ 絶対にやってはいけない事 ・ 悪意 ・ よくない ・ 犯罪だと思います ・ 悪い人 ・ 悪いと思います ・ やめていただきたい、 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 可哀想な人 ・ 何か事情があるのだと思うが、してはいけないことだと認識して欲しい。 ・ 絶対に許せないと思っている ・ 軽蔑する ・ 盗んだ商品の1個分の利益を取り戻すのに何個売らなきゃいけないと思ってるんだと思う ・ 悪 ・ 各々色々あるともう ・ 犯罪で許せない ・ 良くないと思う ・ 良くない ・ よくないこと ・ 万引きは犯罪なので辞めて欲しい ・ 不愉快 ・ 犯罪はいけないけど、何かしら事情があると思う ・ 行けないことです。やってはいけない事です ・ 悪い

続いて「万引き増加への考え」についての回答を表 20 に整理した。高群低群ともに、物価高等の社会への言及がみられる一方、店舗ですべきことへの言及はポリシー高群の方が高い頻度でみられた。

表 20 万引き増加への考え

防犯ポリシー高群	防犯ポリシー低群
<ul style="list-style-type: none"> ・ 治安が悪くなっている様と思う ・ 物価が高くなっているのに対して、時給等が上がらないからだと思っています。 ・ 減らせる努力が必要 ・ 老人が多い ・ 見つけ次第捕まえたい ・ 不景気だから ・ 環境 ・ 万引きにくい店づくりをしたい ・ 心理的な要素があると思う ・ 初回見つからなければ何回も万引きする人が出てくることや欲しいものではないのに精神的なものから万引きにはしる人もいるので自分で悪い事だと自覚して欲しい ・ 悲しい ・ 遊び半分というのは割合数的には固定していると思うので、最近の諸物価の高騰による生活苦から増加しているのではと考えます ・ 少しでも減少していくと良いかと思っています ・ よろしくない ・ 一度成功すると、何度もやっている ・ 利用者の意識が薄れてきたんだなと考えます、 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 万引きは犯罪なのでもっと厳しく対処すべき ・ 分からない ・ 物価や働き場が少なくなってきた。 ・ 不景気、不平等、不平不満、承認欲求 ・ 悲しい ・ 値段の高騰と病気だと思う ・ 世の中が急に物価高になり、必要な物を買えない人が増えているのでは。 ・ 人員不足とレジ袋有料化 ・ 作業中心ではなくお客様を見たり声掛けすべきと思います ・ 国が悪い、岸田が悪い ・ 価格の高騰も関係していそう ・ モラルの低下が進んでいると思う。 ・ モラルの低下 ・ コロナが流行し、経済が悪くなったから

「防犯環境への意見」を表 21 に整理した。いずれの群においても、「特にない」等の記述が多く、深い認識には至っていない様子であった。

表 21 防犯環境への意見

防犯ポリシー高群	防犯ポリシー低群
<ul style="list-style-type: none"> ・ 近隣店舗など万引きなど情報共有がない事(ドラッグストア勤務時代はあったので) ・ 死角がある事 ・ 購入前にカゴに入れたまま、違うテナントに行く人がいる ・ 視覚があり、カメラがないところがある ・ 万引きがあっても店長である責任者が警察に連絡しない ・ 見回りがあまりできない、 	<ul style="list-style-type: none"> ・ マイバックに詰めるのを禁止した方が良い。 ・ レジからの死角が多い ・ 気にしたことない ・ レジから見て死角が多いので、ぶっちゃけ犯人からしたら、万引きし放題だと思う。 ・ 死角が多い ・ 防犯に対する従業員の意識が低い ・ お客様か高齢のかたが多いせいかカートやカゴの中にバックを入れたまま会計にだす人が多い。お客様のものを勝手に触ることはできないため、会計未済のものか混ざっていないか確かめられない、カゴのなかにバックを入れないようにお客様に呼びかけてほしい。 ・ 私服警備員を巡回させる ・ 防犯にあまり気を使っていない気がする。 ・ 私服警官が同じ方では無いほうがいいです。

続いて、防犯環境の重要ポイントに対する記述を整理した(表 22)。高群・低群に一見すると質的な違いは見られず、記述内容に類似した部分が多い印象をうける。声掛け、巡回、させない雰囲気、警備員配置、社員への報告が主だった内容だった。

表 22 防犯環境の重要ポイント

防犯ポリシー高群	防犯ポリシー低群
<ul style="list-style-type: none"> ・ 清潔さ ・ 万引きさせないお店の雰囲気作り。例えば店員が店内を巡回するなど ・ 従業員同士での情報共有 ・ 挨拶 ・ させない環境、雰囲気作り ・ 人の目配り ・ 警備員の巡回と疑わしい行動をとっているかたへのさりげない声がけ ・ 保安の方を特に繁忙期等は巡回して頂いたほうが安心して勤務に勤められると思います。 ・ 常に、警備が、入って欲しい ・ あやしい人を見かけら、社員に報告する ・ 店内のお客様にあいさつをする ・ スタッフ個々の防犯意識 ・ できるだけ見通しのよい環境をつくること ・ 店内の巡回 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 売り場設置方法 ・ 監視カメラの設置 ・ レジからお店全体を見渡せる事 ・ 「この店は何かあったらすぐに警察呼ぶ店だな」と思われるお店づくり ・ 万引きをしたら無事では帰れないと思わせる ・ 売り場の死角を無くす。従業員が売り場に出る ・ 私服警備員の配置 ・ 買い物をするお客様のマナー向上 ・ お声かけや挨拶 ・ 死角を作らないことや社員や警備員の見回りを強化するべき。 ・ 声かけ ・ 声掛け ・ 相手を留まらせる言動をしないといけないと思います。

(4) 店長クラスのマネージャー人材等へのヒアリング

ヒアリング対象の選定

上記の店長アンケートから、ヒアリング対象を選定した。選定基準は、2021～2022年にかけて万引きの認知件数が減少したと回答した店舗とした。以下結果である。また、本社に万引き対策の責任者が存在する企業に対しては、当該責任者に対してオンラインでヒアリング調査を行った。具体的には、福岡県のスーパー6店舗、書店3店舗、セルフレジ担当者2名、防犯責任者3社を対象とした。いずれも半構造化面接を行なった。

ヒアリング結果

ヒアリングの結果、以下の傾向が見出された。スーパーマーケットでは、店長への評価が売上のみで評価され、万引きと連動していない企業が多いようである。店舗のロスが店長の報酬と連動しないため、「万引き対策にエネルギーを注いでも評価されない」と思う店長が多く、万引き防止に対する意識が低い傾向が見られるようである。実際、ヒアリングを行ったある店舗では「確かに防犯に関しては数字的な全社的な数値目標はない。そのため、自社内でもやる気を出して頑張る店長と、事なかれ主義に分かれる」とのことであった。

そのような中で、万引きが減ったと回答した店舗の店長からは、万引きに対して次のような発言が見られた。

- ・ 「毎日の労働の積み重ねを蔑ろにされるのが嫌だ。」
- ・ 「(万引きされると) 自分のものが盗られた、許せない、という感じがする。」
- ・ 「来客者をお客様としてお迎えしたい、お客様を万引き犯にしたくない。」
- ・ 「万引き対策は実際コストはかかるが、抑止していかないと、『万引きしやすい店』という印象が定着してしまう。取られるロスよりも、コストをかけてでも『万引きできない店』という印象を与えたい。」
- ・ 「万引き犯を捕まえたら、パートさんも喜んでいた。」
- ・ 「万引きと内引き(内部不正)の両方を減らさないとロスも減らない。」
- ・ 「お店がいろんなところで緩まないように、そして、従業員が楽しく働けるように。」

これらのコメントは、本社の方針というよりも、むしろ店長個人の信念やマインドセットである点が特徴的であった。店長は、裁量の範囲内あるいは本社への稟議を経て、店舗ごとに必要と思われる対策を行っていた。そのため、カメラの導入といったハード面の対策よりも、従業員の意識改善や情報共有といったソフト面に関する方策が中心となっていた。例えば、以下のようなコメントが見られた。

- ・ 「事務所にこもらないようにしている。売り場に行って、パート、お客と話すようにしている。そうすると『あの人怪しいよ』と教えてくれるようになる。」
- ・ 「パートさんには『あなたたちを信頼しています』というメッセージを出して、任せろ。そうするとパートさんが責任感を持って、店長不在時でも頑張ってくれる。」

- ・ 「パートさんに権限を与えると、責任感が高まり、防犯意識につながる。」
- ・ 「店作りの一環としていろんな施策があり、その中に万引き対策がある。全部がつながっている（客層、店作り、防犯）」
- ・ 「従業員にお客様への声かけ、挨拶をするようお願いしていると、お客さんの方から声かけてもらえるようになっている。」

いずれの店長もパート従業員との関係性を密にしたうえで、パート従業員の役割を重視しているという共通点が見られた。また、万引き防止策は独立した対策というよりも、内部不正を含めた店舗モラル全体の問題として捉えているだけでなく、お客様へのホスピタリティや店舗の魅力づくりと連動していると捉えている点に共通点が見られた。

ヒアリングを行った店長が特に力を注いでいたのがセルフレジの万引き防止である。近年、人手不足が常態化するなかでセルフレジを導入する店舗が増加している。福岡の大手スーパーマーケットでは、セルフレジ等の導入により不明ロス率が上昇したという。セルフレジの万引き対策として、レジごとにカメラの台数を増やすとともに、利用者の顔と手元が表示されるモニターを設置するといった取り組みを進めるとともに、香川大学大久保智生准教授のアドバイスをもとに、レジ担当者（セルフレジサポーター）の研修を行い、「おもてなしの心でお客様の買い物をサポートする」というスタンスで、①セルフレジ担当者は、全てのセルフレジが見えるエリアに移動すること、②セルフレジエリアに入ってきた全ての客に対して目を見ての挨拶をすること、③そばに立つなど客の行動を観察してことをアピールすること、④客の困りごとに気づき手伝いをすること、といった行動をとれるようにした（大久保・徳岡，2023）。その結果、セルフレジ担当者の歩数の増加、顧客満足度の上昇、セルフレジでのみ精算件数の減少などが得られたという。実際、大久保准教授の研修プログラムは福岡県万引防止連絡協議会等の研修を通じて、他の企業にも広がっており、今回のヒアリングや店舗視察において、セルフレジ担当者がそのような動きをする店舗がいくつか見られた。セルフレジ担当者へのヒアリングを通じて次のようなコメントが得られた。

【セルフレジ担当者ヒアリング】

- ・ 挨拶が大事。
- ・ お客さんにセルフ使ってもらいたい、好きになってもらいたい。
- ・ 困ってないかなーと思ってお客さんを回っている。困っていたら即座に助けに行く。
- ・ 受けた研修は実行している。自然にお客を見るようになった。
- ・ うっかりのお客さんも多いだろうから、それを防ぐために、セルフレジを手伝う。カートの下段はみる。
- ・ 声かけのついでに未スキャンのチェックをささっとやっている。
- ・ いやらしくなく、全体をみるため、後ろに下がって見渡したりする。

他店舗でのヒアリングを通じてセルフレジでの万引きに対する懸念はしばしば聞かれた。そこで、本研究においてもセルフレジ対応については大久保准教授のプログラム内容をより広げることが重要であると考えられるようになった。

犯防対策部署担当者へのヒアリングと考察

店長クラスのヒアリング以外にも、全社的な観点から防犯対策に取り組む責任者へのヒアリングも行った。その多くは、防犯を含めた店舗づくり等の方針に関してはトップダウンの姿勢が強い企業である。そのうちの1社は、システムを利用した新しい万引き防止対策に積極的で、セルフ・レジ、スマート・カートにおける万引き防止・検出システムの開発や、従業員教育コンテンツの開発、顔認証AIカメラの効果的な運用等について開発・検証を進めている。ただし、すべてがトップダウンのため、店長自身の意識向上に苦労しているとも語っていた。

また、ある小売企業では店長への権限委譲を積極的に進めると同時に、万引きに対しても店長の評価に加えるようにしていると語っていた。その結果、万引きに対して厳格な姿勢を持つ店長が増加したという。一方で、防犯対策が防犯ゲート、カメラ、AIカメラといったハード面に偏っており、ヒアリングを行った店長クラスの認識と必ずしも一致していないことも明らかになった。

また、防犯担当者からみれば、店長の防犯意識を高めることが重要であることはもちろんであるものの、担当者が必ずしも店長に対する権限を持っておらず、店長の協力が得られないという点もいくつかの企業から聞くことができた。その他、次のようなコメントが得られている。

- ・ 店長が万引き対策に後ろ向きなのは良くわかる。万引き捕まえた時の警察との対応はしんどい、5時間かかる。
- ・ そもそも店舗で万引きをさせない、というところに進まないといけませんが、現状ではほぼできていない。
- ・ 一部の店舗でなく広げていかないと、店長が話を聞いてくれない。
- ・ 店長の評価が万引きに関わると、万引きは許さない店長は増える。店長が権限を持つと、責任感が高まり、防犯意識につながる。
- ・ 店舗にまかすだけだとどうまくいかない、本社がサポートする必要がある。

防犯対策部署担当者と店長クラスの情報共有や意見交換が重要であることがわかるが、実際にはそうした取組みが積極的に行われている企業はさほど多くないように見受けられる。

以上のような店長のヒアリングを通じて、店長の個人的な信念やマインドセットが万引き防止に影響しているという分析を裏打ちする結果が得られた。また、ソフト面の対策、特に従業員の意識改善と情報共有が効果的であることも明らかになった。ソフト面の対策に関しては、店長の役割は非常に大きいといえる。実際に万引きが減少している店舗においては、店長が積極的に自身の裁量を最大限に活用し、店舗づくりやスタッフ同士の連携強化を実現しようというプロアクティブな姿勢、「原因を叩く」という課題解決志向、店舗を取り囲む社会環境や顧客ニーズに対する敏感な洞察といった能力を発揮しているという共通点が見られた。

ハード面の対策に関しては、本社の防犯対策部署の役割と店舗の連携強化が課題となる。特

に、セルフレジ対策には、ハード面とソフト面の両方からのアプローチが必要であることが明白である。

一方、店長や従業員の多くが、防犯環境設計（CPTED）に関する体系的な知識を欠いており、効果的な対策立案や実施に支障をきたしている可能性がある。顧客の導線のコントロール、棚の低さや通路の広さ等の売り場の視認性の確保、店舗内や陳列商品の清潔さ・整然さといった、「領域性」「自然監視性」「イメージの改善」「環境」といった要因が万引き発生を抑止するという知識を保有している店長がほとんどいないことが確認された。全社的なレベルで組織的対応を行っている企業の責任者であっても、予防に必要な防犯環境設計の知見をほとんど持たず、摘発重視の姿勢に偏っているようであった。防犯環境設計の改善に関する権限も有しておらず、「売り場の棚を低くする、死角をなくす、ということにはできていない」といったコメントがあった。また、「レイアウトを工夫することは、売り上げが下がることが多いので対策が難しい」といった売上と防犯のジレンマに関するコメントもあった。

以上から、店長の防犯意識向上のための効果的なツールの開発とともに、万引き防止と顧客サービス向上を両立させる店舗運営モデルの確立が不可欠であることが明らかになったといえる。また、店長および従業員向けの防犯環境設計（CPTED）に関する啓発プログラムを通じて、自然監視、接近制御、領域性の強化、活動の活性化といった CPTED の基本原則の理解促進や、店舗レイアウト、商品陳列、照明、サイン等の具体的な改善方法の習得、費用対効果の高い防犯対策の立案・実施能力の向上といったことを実現していく必要があるといえる。

まとめと考察

本研究は、福岡県の小売店舗における万引き防止対策の現状と効果、および店舗が予防策を導入するに至った認知的背景との関連性を明らかにすることを目的として実施された。店舗責任者へのアンケート調査、従業員へのアンケート調査、そしてヒアリング調査の結果を総合的に分析した結果、以下の知見が得られた。

1. 万引きの発生状況と被害実態

福岡県警のデータ分析から、万引き件数ではなく被害額でみると、20歳代男性による高額な万引き被害が無視できないレベルに達していることが明らかになった。

2. 万引き防止対策のパターン

店舗アンケート分析からは、「摘発重視・厳格アプローチ」「犯罪機会論ハード重視アプローチ」「犯罪機会論ソフト重視アプローチ」「形式的アプローチ」の4つの主要なアプローチが特定された。これらのアプローチは、店舗の防犯意識や万引きに対する原因帰属と密接に関連していることが明らかになった。

3. 万引き防止ポリシーの重要性

アンケート調査から、店長が余裕する防犯ポリシーが万引きの原因帰属と密接な関係がある（解決志向が強いほど、店舗に責任がある、転売できることが原因、という認知が高まる）ことが示された。さらには、万引きポリシーが従業員の防犯行動を促進させることが明らかになった。具体的には、防犯ポリシーの存在と日々の防犯に関する議論が、従業員の防犯行動の生起頻度を高めるといったことである。また、防犯ポリシーの存在は、特定の防犯対策（店内レイアウトの工夫、店内放送での呼びかけ、店内巡回など）の導入と正の相関関係にあることが示された。

4. 従業員の防犯意識

従業員の万引きに対するモラルは、防犯ポリシーの有無にかかわらず極めて高いことが明らかになった。しかし、万引き増加への考えや防犯環境への意見については、防犯ポリシーの存在が従業員の意識に影響を与えている可能性が示唆された。

5. 店長の役割と意識

ヒアリング調査から、万引きが減少した店舗の店長には、個人の信念やマインドセットが強く影響していること、従業員の意識改善や情報共有といったソフト面の対策を重視していること、パート従業員との関係性を重視していることなどの特徴が見られた。

特に本研究で明らかにできた知見とは、「店長クラスのマネージャー人材の持つ規範や価値観および知識は、店舗レベルの万引き防止策の導入およびその成果を大きく左右する」という点である。より具体的には、店長クラスの人材は、①万引き等の犯罪は許せないという個人的・職業的な規範的意識、②店舗において万引き等の犯罪を防ぐことは経営課題からみて重要であるという課題認識、③店長の裁量や権限の範囲内で効果が得られる方策を導入する

ことは可能であるという当事者意識，④万引きという現象は独立したものではなく，より大きなリスクの前兆事案であるとか，顧客満足度や従業員満足度と連動する（顧客満足度が減少すれば万引きが増える等）といったロジックをもとに万引き対策はコストパフォーマンスを越えた重要性を持つという認識，⑤万引き対策は店舗作り（客層，店作り，防犯）の一環の一つとして万引き対策があり，すべてが繋がっているというシステム思考，という5つの観点に集約されるとみることができそうである。

一方で，多くの企業では店長評価が売上のみに基づいており，万引き対策と連動していないことも明らかになった。

6. セルフレジ対策

セルフレジの導入に伴う不明ロス率の上昇が課題となっているが，カメラの増設やモニターの設置などのハード面の対策に加え，セルフレジ担当者（サポーター）の研修プログラムの導入が効果を上げている事例が確認された。

7. 防犯環境設計（CPTED）の知識不足

店長や従業員の多くが，防犯環境設計（CPTED）に関する体系的な知識を欠いていることが明らかになった。この知識の欠如が，効果的な対策立案や実施の障害となっている可能性が高い。

以上の知見を総合的に考察すると，効果的な万引き防止策の実施には以下の要素が重要であると考えられる。

1. 明確な防犯ポリシーの策定と従業員への共有

店長が策定する店舗レベルでの防犯ポリシーの存在が従業員の防犯行動を促進し，特定の防犯対策の導入にも影響を与えることが明らかになった。したがって，各店舗が明確な防犯ポリシーを策定し，それをパートやアルバイトを含む従業員に効果的に共有することが重要である。

2. 店長の意識改革と評価システムの見直し

万引きが減少した店舗の店長に見られる特徴を踏まえ，店長の防犯意識向上のための施策が必要である。同時に，店長評価に万引き対策の成果を反映させるなど，評価システムの見直しも検討すべきである。

3. ソフト面とハード面のバランスの取れた対策

物理的な防犯設備の導入だけでなく，従業員の意識改善，情報共有，顧客とのコミュニケーションなどのソフト面の対策も重視すべきである。特に，パート従業員を含む全従業員の積極的な関与と権限付与が重要である。

4. 防犯環境設計（CPTED）の知識習得と実践

店長および従業員向けの防犯環境設計（CPTED）に関する教育プログラムの開発と実施が急務である。これにより，自然監視性，接近制御，領域性の強化，活動の活性化といったCPTEDの基本原則の理解を促進させ，店舗レイアウト，商品陳列，照明，サイン等の具体的な改善

方法の習得が期待できる。

5. 本社と店舗間の連携強化

本社の防犯対策部署と店舗の連携を強化し、情報共有や意見交換を活発化させることが重要である。これにより、効果的な対策の迅速な導入や、店舗ごとの課題に応じたカスタマイズされた対策の実施が可能となる。

6. セルフレジ対策の継続的改善

セルフレジに関しては、ハード面の対策とソフト面の対策を組み合わせた総合的なアプローチが必要である。特に、セルフレジ担当者の研修プログラムの充実と継続的な改善が重要である。

7. 年齢層や業態に応じた対策の実施

高齢者と若年層では万引きの特徴が大きく異なることが明らかになったため、年齢層や業態に応じて万引き防止対策を工夫する必要がある。特に若年層の万引きに対しては、衣料品、化粧品類、機械類等等において高額の万引きが発生している。いずれも自己消費というより換金性の高い商品が狙われていることから、衣料品に関しては、特にブランド商品を扱う路面店（アパレル店や古着店等）においては、店長及び従業員レベルでの万引きに対する意識向上が求められる。こうした店舗は従業員が万引きに対応した研修を受けることも少なく、防犯環境設計等の視点にもとづく店舗づくりも弱い。特に古着店は高額商品の陳列が珍しくない一方で、視認性の低い店舗レイアウトが目立つ。防犯タグやゲートなどの防犯装置が導入されていないことも多い。こうした店舗に対する注意喚起や啓発活動が重要となる。

8. 今後の課題

今後の課題としては、アパレル店舗等より広範な地域や業態を対象とした調査、防犯ポリシーや対策の導入が実際の万引き発生率にどのような影響を与えるかを長期的に追跡する縦断的研究の実施、そして防犯環境設計の知識を活かした店舗ごとの万引き防止策の開発と効果検証が挙げられる。特にセルフレジ対策についてはより長期的な追跡調査が必要となるであろう。

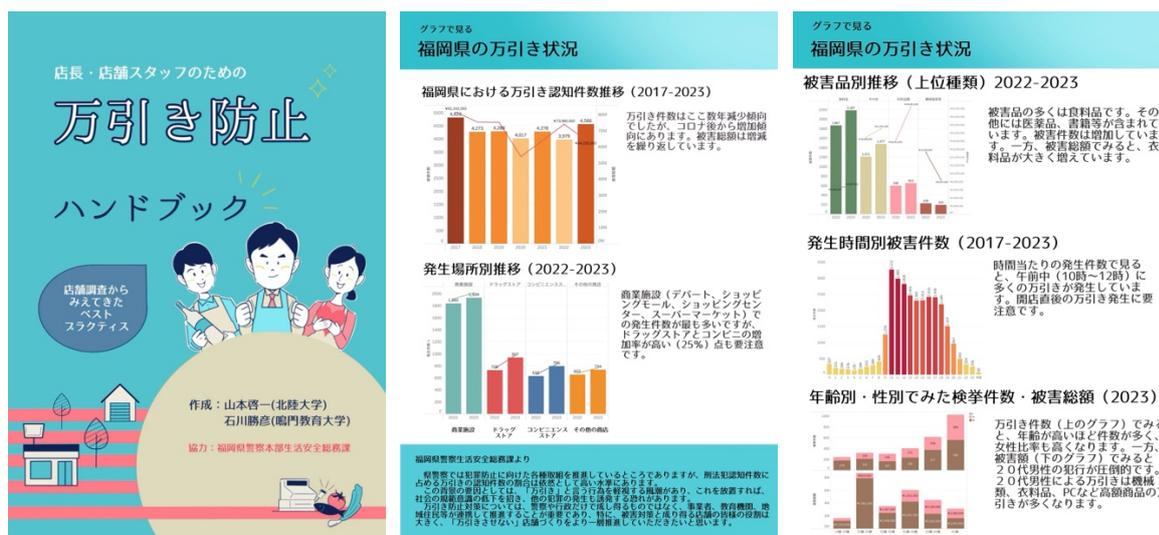
店長・店舗スタッフのための「万引き防止ハンドブック」の作成

本研究を通じて明らかになった「望ましい万引き防止ポリシー」を、実際の店舗レベルで導入してもらうためには、店長や従業員から見て分かりやすく簡潔な啓発パンフレットが求められる。そこで、上述したような「店長クラスのマネージャー人材の持つ規範や価値観および知識は、店舗レベルの万引き防止策の導入およびその成果を大きく左右する」という知見をもとに、

- ① 万引き等の犯罪は許せないという個人的・職業的な規範的意識、
- ② 店舗において万引き等の犯罪を防ぐことは重要であるという認識
- ③ 店長の裁量や権限の範囲内で万引きを解決しようという当事者意識
- ④ 万引き対策はコストパフォーマンスを越えた重要性を持つという認識
- ⑤ 万引き対策は店舗作り（客層、店作り、防犯）の一環であるというシステム思考

という5点を強調した内容で、文字数を極力減らし、読みやすいものを作成した。また、店長のリーダーシップを中心とした行動規範、セルフレジの対策、防犯環境設計の基本的な知識等も含めた内容とした。

このパンフレットは、2024年7月29日（月）に福岡県万引防止連絡協議会研修会の一環として開催された研究会において、研究成果を報告するとともに、サンプルコピーを配布した。このパンフレットは店長や一般の従業員を意識して作成したことを説明し、各店舗への配布を依頼した。また、福岡県警および福岡県万引防止連絡協議会のホームページへPDFファイルの掲載を依頼し、実際に掲載されることとなった。



福岡県警犯罪予防アドバイザーによる研究で見えてきた万引きに強いお店に共通する店長像

万引きを減らすための
店長さんの5つのマインドセット

- 「万引きは許せない！」**
「私は万引きは許せないんだ、自分の店舗で起きることはイヤなんだ」といった信念から生まれる言葉は、店舗スタッフ全員に響きます。
- 「お客様のなかから万引き犯を出したくない」**
万引き犯も、元々は「お客様」なのです。お客様の「良い物体験」を向上させ、「危がさす」機会を与えないことは店舗ができる最大の予防策です。
- 「他にも問題が起きているかも」**
万引きが多発しているお店は、店舗モラルの低下など他の問題も起きているかもしれません。万引きに日い姿勢は他のリスクを発生させる要因だと考えることが重要です。
- 「自分たちで解決できる！」**
「万引きは店舗の努力でどうにも解決できない」「万引きGメン頼み」という諦めの気持ちを持つのではなく、お店の改善策により必ず減らすことができるといった信念を持つことは大切です。
- 「お店づくり全体で解決していこう」**
万引き予防のためには、防犯カメラ、防犯ゲート等の防犯設備の導入以外にも、できることはたくさんあります。出入口の改善、棚の配置、商品陳列の工夫、店舗スタッフのお客様との「自あわせ」や「声かけ」の徹底、お客様以上の視線が確保される店舗づくりなど、総合的な対策が効果的です。

店長が意識したい 防犯に強い職場づくり

店長のリーダーシップ

- 事務所にこもらない
- フロアの仕事を率先して進める
- スタッフさんとことん気遣う

フロア業務・声かけを率先することで率先垂範！

店舗スタッフは店長が管理業務だけでなく、現場の業務を率先してこなしてくれることで、店長の防犯意識に共感してくれるようになります。

スタッフさんの要望・話を丁寧に聞く

店長が、店舗スタッフの要望に目を向けられることで、気にかけてもらえると感じてくれます。店舗への信頼感があると、ちょっとした気になった情報も自然と共有されるようになります。

従業員の心理的安全性

- 悪いニュースを共有してもらえる雰囲気
- スタッフ同士の間関係がよくなるようよく話を聞く
- どんなことでも共有する習慣をつくる

現場への権限委譲

- 意見を任せる・意見を採り入れるなどしてコミットしてもらう
- 裁量・自由を与えて、相互の信頼関係を築く

魅力的な職場環境は、万引き防止にもつながります

防犯カメラ等のハードウェアの整備に加えて、店長の率先垂範、店舗スタッフへの支援、店舗全体の風通しなどによって、店舗全体の防犯意識も高まり、店舗スタッフたちが自ら万引き防止の方法を考えることにも繋がります。店長のリーダーシップにより、店舗スタッフの当事者意識、防犯意識を高めていきましょう。

セルフレジの担当者は セルフレジ・サポーター

画面ばかり見てちゃダメ！

お客様がセルフレジを使ってくれて嬉しい！

お客様が困っていないかいつもチェック

セルフレジ担当者がとるべき3つの行動

- 1 定位置はPCの前ではなく、セルフレジ全体が見渡せる場所とセルフレジエリア。とにかく働きましょう。
- 2 おもてなしの気持ちでお客様のセルフレジ使用をサポートしましょう。
- 3 セルフレジの正しい使い方をサポートする気持ちでセルフレジの不正使用を防ぎましょう。不正使用の手法が明らかになったら、店舗全体で共有しましょう。

セルフレジの万引きを減らすためには、防犯装置の導入だけでなく、セルフレジ担当者の「目」がエリア全体にいき渡る必要があります。

セルフレジ担当者は「警戒心」よりも「ホスピタリティ」の精神を持ちお客様と積極的に関わることが大切です。

このページ内容は高田実業大学 大卒防犯指導士の研究結果を基としています。
監修：大卒防犯指導士 福岡県(2022)「ホスピタリティ」に注目したセルフレジ対策—セルフレジサポーター 職員の業務改善— 日本経済大学 大学院 防犯学 研究 19(2)107-117頁

店舗スタッフの気持ちに寄り添った防犯メッセージを打ち出しましょう

お店から万引きが出てしまったとき
どんな気持ちになりますか？

あのいつも笑顔で僕しかったお客様が、とショックです

そうですね、お客様も従業員も皆さんも地域でお付き合いしていますから、ショックは大きいですね

喜んでいただくために考えた仕入れですし、お店への愛着もありますから

地域の方を万引き犯にせず、愛されるお店であるために皆さんで協力しましょう

- 1 万引き摘発より万引き防止が重要
- 2 万引きはスタッフのモチベーションに関わる問題
- 3 店舗スタッフ全体で組織的・継続的な防犯体制を作り上げよう

従業員もお客様の地域から来ています。スーパーで万引きが出ることは、残念なことに地域の人が万引き犯になっていると聞こえます。ですから、「地域の方をお店を大事にしよう」といったストーリーを打ち出せば、店舗スタッフの防犯意識や協働体制整備が進むでしょう。

万引きを防ぐお店づくり

視認性の確保

通路は広く、棚は低く見通しの良い場所ではできるだけ広くレジからの見通しもできるだけ広く周囲から見えにくい場所を作らない

管理意識の徹底

整然とした商品ディスプレイ棚の歯抜けを放置しない

領域性の確保

出入口を少なくする
出入口を区別する
カゴの区別などで未精算を明確化

重要なレイアウト条件

- 視認性
従業員からもお客様同士も「見えやすい」構造と雰囲気
- 管理意識
清潔で秩序だった望ましい状態を維持しようという意思
- 領域性・監視性
境界を設け、犯人が「逃げにくい」構造を作ること
万引き犯の侵入を許さないという意思

万引き防止 ハンドブック

2024年07月29日 発行
2024年10月10日 更新

イオネス・デザイン
Satsu

このハンドブックは、福岡県警大卒防犯指導士の研究結果を基としています。
監修：大卒防犯指導士 福岡県(2022)「ホスピタリティ」に注目したセルフレジ対策—セルフレジサポーター 職員の業務改善— 日本経済大学 大学院 防犯学 研究 19(2)107-117頁

掲載 URL
 福岡県警：https://www.police.pref.fukuoka.jp/seian/seian/adobaiza-seido_2.html
 福岡県万引防止連絡協議会：<http://www.fukuoka-manbou.com/date2/index.html>

参考文献

- Blanco, C., Grant, J., Petry N., Simpson, H., Alegria, A., Liu, S. and Hasin D. 2008. Prevalence and correlates of shoplifting in the United States: Results from the National Epidemiologic Survey on Alcohol and Related Conditions (NESARC). *American Journal of Psychiatry*, 165-7.
- Crowe, Timothy D. 1991. *Crime Prevention through Environmental Design*, Butterworth-Heinemann.
- Egan, V. & Taylor D. 2010. Shoplifting, unethical consumer behaviour and personality. *Personality and Individual Differences*, 48-8, 878-883.
- 法務省. 2023. 令和5年版犯罪白書.
- 警視庁. 2016. 防犯環境設計による防犯対策. <https://www.keishicho.metro.tokyo.lg.jp/kurashi/higai/akisu/taisaku1.html> 閲覧日 2024年10月15日
- 大久保智生・堀江良英・松永祐二・永富太一・時岡晴美. 2012. 万引きの多い店舗はどのような特徴があるのか—万引き防止対策に関する店舗調査から—. *香川大学教育学部研究報告第I部*, 138, 11-21.
- 大久保智生・堀江良英・松浦隆夫・松永祐二・江村早紀. 2013. 万引きに関する心理的要因の検討：万引き被害者を対象とした意識調査から. *科学警察研究所報告*, 62, 41-51.
- 大久保智生. 2016. 被害者としての店舗の万引き犯に対する感情の検討. *感情心理学研究*, 23, supplement号, 21.
- 大久保智生・皿谷陽子. 2020. 店員のホスピタリティと防犯意識の検討：スーパーマーケットでの万引き防止の観点から. *Hospitality：日本ホスピタリティ・マネジメント学会誌*, 30, 9-16.
- 大久保智生・徳岡大. 2023. ホスピタリティに注目したセルフレジ不正対策-セルフレジサポーター導入による効果の検証-. *日本ホスピタリティ・マネジメント学会誌*, 33, 25-33.
- 齊藤知範. 2018. 一般緊張理論の観点から見た高齢者犯罪—東京都における高齢者の万引きの研究. *犯罪社会学研究*, 43, 25-41.
- 皿谷陽子・平伸二. 2018. 業種別従業員の万引き防止対策についての意識調査. *日本心理学会第82回大会抄録集*, 401.
- 全国万引犯罪防止機構. 2010. 『第5回全国小売業万引き被害者実態調査報告書』. <https://www.manboukikou.jp/01/wp-content/uploads/2020/08/%E7%AC%AC%E5%9B%9E%E5%85%A8%E5%9B%BD%E5%B0%8F%E5%A3%B2%E6%A5%AD%E8%AA%BF%E6%9F%BB.pdf> 閲覧日 2024年10月15日
- 藤本典志・大山智也・雨宮護. 2018. 総合リユース店舗における万引き被害の空間的特徴：一般化線形混合モデルを用いた分析. *都市計画論文集*, 53(3), 603-609.

- 矢島正見. 2018. 社会経済状況の変化と高齢者万引き・万引き高齢者. 犯罪社会学研究, 43, 15-24.
- 山本啓一・石川勝彦. 2024. 万引き防止対策の選択と効果—店舗の防犯意識と原因帰属の影響—. 北陸大学紀要, 57, 85-98.