

ISSN 2186 – 3989

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—

山本 啓一、石川 勝彦

Selection and Effectiveness of Shoplifting Prevention Measures
—The Impact of Store Perceptions and Causal Attributions—

Keiichi Yamamoto, Katsuhiko Ishikawa

北 陸 大 学 紀 要
第57号(2024年9月)抜刷

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—

山本 啓一^{**}、石川 勝彦^{**}

Selection and Effectiveness of Shoplifting Prevention Measures
—The Impact of Store Perceptions and Causal Attributions—

Keiichi Yamamoto^{*}, Katsuhiko Ishikawa^{**}

Received August 19, 2024

Accepted August 29, 2024

Abstract

This study examined shoplifting prevention measures in supermarkets, investigating their patterns, relationships with store attitudes and causal attributions, and effectiveness. A questionnaire survey was conducted on 120 stores, including 41 supermarkets, in Fukuoka Prefecture, Japan. The study identified four approaches to shoplifting prevention. Analysis revealed relationships between these four approaches and stores' attitudes and causal attributions towards shoplifting. However, no significant differences were found in the improvement of shoplifting damage ratios or year-on-year comparisons among the approaches. The findings suggest that the selection of shoplifting prevention measures is influenced by store managers' subjective attitudes and causal attributions, with potentially insufficient evaluation of effectiveness. The study highlights the need for improved awareness among store personnel and more effective preventive measures. Future research should consider increasing sample size, incorporating perspectives from environmental design and situational crime prevention perspective, examining management incentives, and investigating self-checkout-related issues. This research contributes to the development of more effective shoplifting prevention strategies by elucidating the selection process and effectiveness of current measures.

Key Words : Shoplifting, Crime Prevention, Crime Prevention Awareness

^{*} 北陸大学経済経営学部教授 Faculty of Economics and Management, Hokuriku University

^{**} 鳴門教育大学大学院学校教育研究科講師 Naruto University of Education, Graduate School of Education

^{**}責任著者 山本啓一 Keiichi Yamamoto ke-yamamoto@hokuriku-u.ac.jp

1. はじめに

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を対象とした質問紙調査にもとづき、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を明らかにすることを目的とする。

地域住民の身近で発生する犯罪（街頭犯罪）の代表として窃盗がある。窃盗は、侵入窃盗、乗り物盗、非侵入窃盗に分類される。侵入窃盗には空き巣や忍込み等がある。乗り物盗には自転車盗や自動車盗等があり、非侵入窃盗にはひったくりや万引き等がある。本稿が扱っている質問紙調査の実施時期前後である 2005 年から 2019 年の 15 年間の認知件数推移をみると（法務省, 2023）（以下、2005 年の認知件数→2019 年の認知件数、と表記する）、侵入窃盗は 76.4%の減少（244,776 件→57,808 件）、自動車盗は 84.7%の減少（46,728 件→7,143 件）、ひったくりは 95.1%の減少（32,017 件→1,553 件）と多くの罪種においてかなり減少した。しかし、万引きは 39.1%（153,972 件→93,812 件）しか減少していない。万引きは暗数が多いと目算されており、認知件数だけで件数の増減や深刻さを推定することは困難ではあるものの、他の犯罪と比較すると万引きの減少率はかなり低いことがわかる。また、2019 年から 2023 年の 5 年間の認知件数推移でも、侵入窃盗は 23.5%の減少（57,808 件→44,228 件）、自動車盗は 19.3%の減少（7,143 件→5,762 件）、ひったくりは 64.5%の減少（1,553 件→551 件）に対して、万引きは 0.7%の減少（93,812 件→93,168 件）しかない。しかも、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。

万引きに関する研究としては、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たものが多い。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 歳以上の検挙率は、2010 年には 26%だったのが 2021 年には 42%まで上昇している（警察庁, 2022）。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。これらの研究はおも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いえる。

他方、店舗に着目する研究も多い。店舗と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、なか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、身に着けて出店できる商品が多い等がみられる（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た（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）。

店員が声か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，大久保・徳岡，2023）。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）。

職場全体の組織風土や防犯意識に関しては、責任者が柔軟性・創造・独自性を有すること、パート・アルバイトが大局的・長期的な視点を持つことで、防犯意識・防犯行動が発見されることが見いだされている（大久保・徳岡・皿谷，2024）。ここからは、店長や防犯責任者が、万引き発生率の低い店舗の実践を参考に、防止効果が明らかな防止策を選択的に導入することや、防犯意識や接客態度の向上をもたらす従業員教育を行うことが望ましいことが分かる。

ところが実際には、店舗環境を改善しようとししない店舗が多く見られること（藤本ら，2018）、効果性が不十分な防止策が導入されたままであること（大久保ら，2012）、防犯に結びつかない考え方やアプローチに変化が見られないこと（大久保ら，2024）、などの現状がある。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）は明らかにされつつあるが、万引き発生に対する店舗の意識や考えかたやと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。店舗が効果の高い万引き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。

以上をふまえ、本研究では万引きに対する防犯意識と防犯対策のパターンをそれぞれ抽出した上で、防犯意識のパターンと防犯対策のパターンの対応関係を明らかにする。そのうえで、得られた防犯対策パターンの効果を合わせて検討する。このことを通して、効果の高い万引き防止対策として、望ましい防犯意識の在り方、効果性の高い防犯対策のカップリングを明らかにすることを目的とする。

2. 方法

（１）回答者・調査方法

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。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。うちスーパーマーケットは 41 店舗であった。調査は 2013 年に実施された。また筆者らはスーパーマーケットの店長や防犯責任者および制服または私服保安員を派遣する警備会社へのヒアリングも実施している。

(2) 測定項目

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」「算出してない」「その他」から単一選択とした。

万引き被害比率：直近の年間不明ロス金額のうち、どの程度が万引き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」「被害は大きいが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」。

3. 分析

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。

4. 結果

(1) 回答店舗の特性

1). 頻度の高い被害品目

最も多いのは食料品で 68 件の回答があった。続いて雑貨 (25 件)、酒類 (23 件) と続いた (表 1)。特にスーパーマーケットにおいて食品の割合が高く、「牛肉 (高級部位)」や「食料品 (名産品)」等、生活必需品というよりは贅沢品 (少し高いもの) が目立っていた。万引きの動機としては、生活困窮よりも別の要因が存在していることが推定される。

表 1 頻度の高い被害品目

カテゴリー	報告数	例
食料品	68	米, 肉, 魚, 惣菜品, 菓子, ペットボトル飲料
雑貨	25	酒, 缶ビール, ワンカップ
酒類	23	雑貨, 家電, 小物, 衣料品, 文具, 玩具, ごみ袋

2). スーパーマーケットにおけるロス金額の算出方法

特に万引き件数が多いスーパーマーケットに限定すると、ロス金額の算出方法は、「商品の単品管理を行い、ロス金額を算出する」が最も高く 14 件だった。続いて「算出していない」という回答が 12 件だった。その後、「決算上の粗利からロス金額を推定する」(9 件), 「その他」(4 件) と続いた (表 2)。6 割以上の店舗がロス率を把握している一方で、ロス率を算出していない店舗が 3 割近くあることがわかる。在庫管理システムの導入ができていない店舗とそうでない店舗の二極化が見られる。

表 2 ロス金額の算出方法

	回答数	%
商品の単品管理を行い、ロス金額を算出する	14	34.15
決算上の粗利からロス金額を推定する	9	21.95
その他	4	9.76
算出していない	12	29.27
欠損値	2	4.88
合計	41	100

3). 不明ロス金額における万引き被害比率

不明ロス金額に占める万引き被害比率の報告結果を見ると、最も回答が多かったのが「10%未満」で 18 件, 続いて「~30%未満」(9 件), 「分からない」(7 件) であった (表 3)。多くの店舗では、万引き被害は不明ロス金額のうち 1 割程度だと認識している一方で、「分からない」と回答した店舗も 1 割以上あった。これらの回答からは、スーパーマケ

ットにおいては、不明ロス金額のうち万引き被害の割合は、実はそれほど高くはないことが推察される。ただし、同一企業であっても、店舗によって回答が異なっている場合もあった。万引き被害とは、警察への届け出件数のことなのかグレーゾーンも含めた「万引きと疑われるロスなのかについて、回答者の認識が一致していないうえ、比率自体も感覚的に回答している店舗が多いと推測される。

表 3 万引き被害比率

	回答数	%
10%未満	18	43.90
～30%未満	9	21.95
～50%未満	4	9.76
～75%未満	1	2.44
分からない	7	17.07
欠損値	2	4.88
合計	41	100

4) 前年度との比較

万引き被害について前年度との比較をみると、「変わらない」が最も多く 43.9%，つづいて「やや増えた」が 22.0%だった（表 4）。万引きが減ったとの回答は 9.76%しかなく、万引き対策を導入している店舗であっても万引きを減らすことができていないことがわかる。また「分からない」との回答も 2 割近くあり、そもそも万引き被害の実態を把握していない店舗がかなりあることもわかる。

表 4 前年度との比較

	回答数	%
大変増えた	2	4.88
やや増えた	9	21.95
変わらない	18	43.90
やや減った	4	9.76
分からない	8	19.51
合計	41	100

5) 万引きに対する防犯意識

万引きに対する防犯意識の要約統計量を表 5 に示す。最も回答が多いのは「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」が 20 件，続いて「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」が 5 件だった。また、「被害は大きいが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」という回答が 5 件あり、万引き対策の重要性は認識しているもののコスト面が大きな制約要因となっていると考えている店舗があることがわかる。一方、「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」とか「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」と

いう消極的な姿勢を表す回答は合計3件しかなかったが、「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」という当事者意識の低さを表す回答は4件あった。

表5 万引きに対する防犯意識

	回答数	%
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	2	4.88
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	20	48.78
被害は大きいが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	5	12.20
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	1	2.44
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	5	12.20
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	4	9.76
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	4	9.76
欠損値	0	0.00
合計	41	100

6). 万引きに対する原因帰属

万引きに対する原因について最も回答が多かったのは「店舗拡大による従業員一人あたりの守備範囲の拡大」と「失業者の増加など長引く経済不況」が9件、続いて「従業員の(防犯)意識の低下」と「マイバッグの普及」が6件だった(表6)。「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」「万引きがしやすい商品配置」は店舗側に原因を求める認識、「遊興費欲しさ」「マイバッグの普及」は万引き犯側に原因を求める認識、「失業者の増加など長引く経済不況」「インターネットオークションの出現」は万引き発生の社会的誘引に原因を求める認識と分類できる。

表6 万引きに対する原因帰属

	回答数	%
店舗拡大による従業員一人あたりの守備範囲の拡大	9	21.95
従業員の(防犯)意識の低下	6	14.63
失業者の増加など長引く経済不況	9	21.95
遊興費欲しさ	3	7.32
万引きがしやすい商品配置	4	9.76
インターネットオークションの出現(転売できるため)	2	4.88
マイバッグの普及	6	14.63
その他	2	4.88
欠損値	0	0.00
合計	41	100.00

(2) 万引き防止対策のパターン抽出と万引きへの防犯意識及び原因帰属との関連

1). 万引き防止対策のパターン抽出

ここで、万引き防止対策のパターンを抽出したうえで、万引きに対する防犯意識や万引きの原因帰属との関連を見る。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1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。

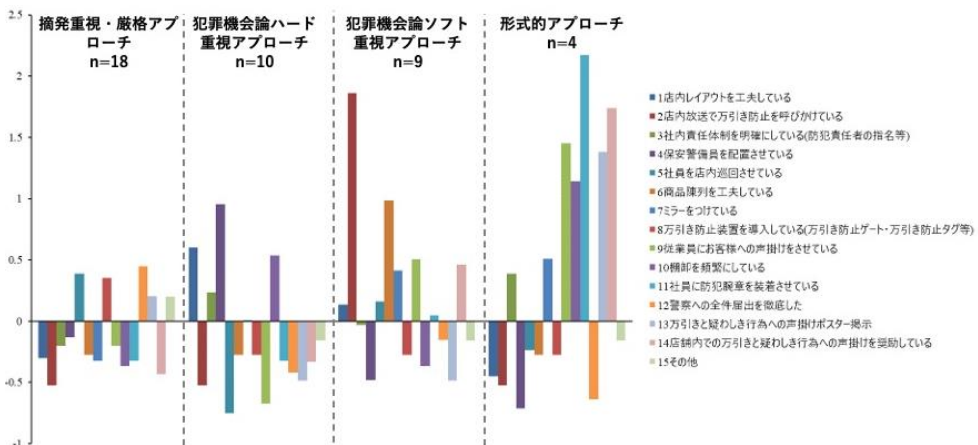


図1 万引き防犯対策のパターン

2). 万引き防止対策のパターンと万引きに対する防犯意識との関連

ここでは、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にどのような関連があるか検討した。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2）。描画された対応図を見ると、「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」と対応していた。「犯罪機会論ハード重視アプローチ」は「被害は大きいが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」とやや対応していた。「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」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。

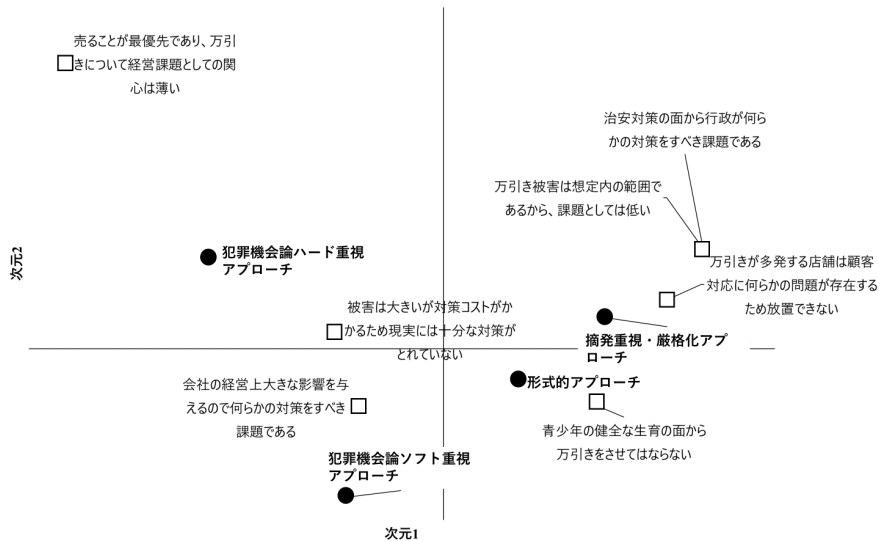


図2 万引きに対する防犯意識と万引き防止対策のパターンの多重対応分析

3). 万引き防止対策のパターンと万引きに対する原因帰属との関連

続いて、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間にどのような関連があるか検討した。具体的には、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3）。

描画された対応図を見ると「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」と対応していた。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」とやや対応していた。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。

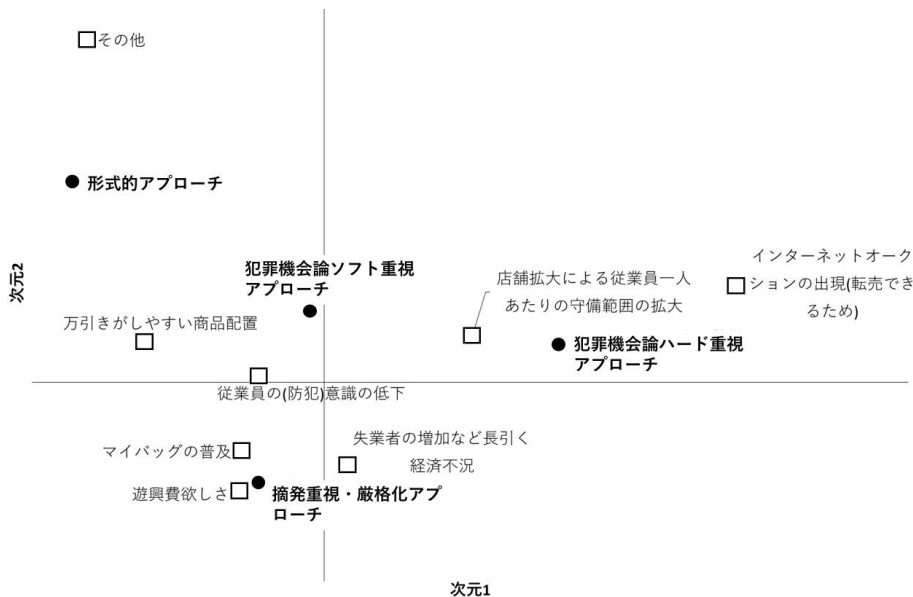


図 3 万引きに対する原因帰属と万引き防止対策のパターンの多重対応分析

(3) 万引き防止対策のパターンと万引き被害比率、被害の前年度比との関連

被害比率が万引き防止対策のパターンによって異なるか検討したところ、有意な差は見られなかった ($F(3, 28)=1.846, p=.162, \eta^2 p=.165$) (図 4)。また被害比率の前年度比についても有意な差は見られなかった ($F(3, 29)=0.770, p=.553, \eta^2 p=.059$) (図 5)。

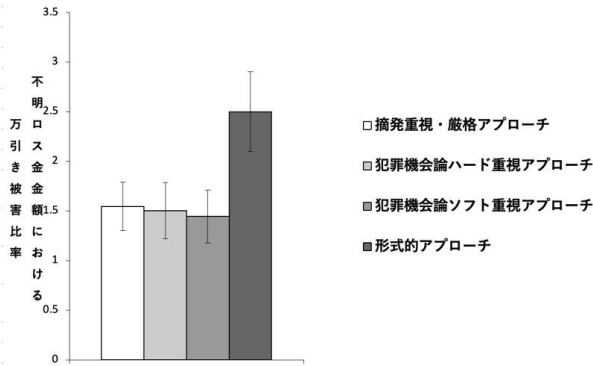


図 4 万引き防止対策のパターンと被害比率の関係

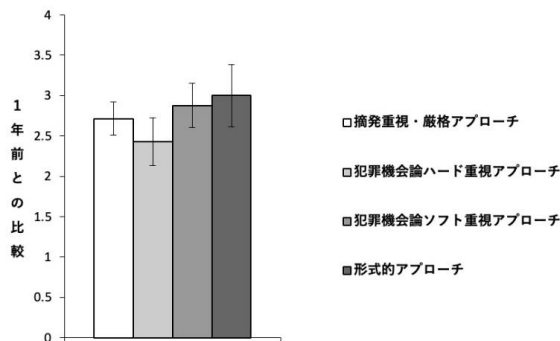


図5 万引き防止対策のパターンと前年度との比較の関係

5. 考察

本研究はスーパーマーケットを対象に、万引き防止対策のパターンを抽出するとともに、パターンが選択される背景として、万引きに対する防犯意識および万引きに対する原因帰属との関連を検討した。さらに、万引き防止対策の効果を検討するため、万引き防止対策パターンと万引き被害比率との関連性を検討した。このことを通じて、万引き防止対策がどのような防犯意識にもとづいて選択されるのか、そして、導入された対策が万引き抑止や被害の低減に効果を発揮しているかを検討することを目的とした。

万引き防止対策のパターンは、社員の店巡回、防止装置導入、届け出の決定を中心とする「摘発重視・厳格アプローチ」、店内レイアウト、保安警備員の配置、棚卸を中心とした「犯罪機会論ハード重視アプローチ」、店内放送、商品陳列、声掛けを中心とした「犯罪機会論ソフト重視アプローチ」、そして、声掛け、腕章着用、ポスター掲示を中心とした「形式的アプローチ」の4つのクラスターが抽出された。

では、これら4つのアプローチは、店舗側のいかなる防犯意識にもとづいて選択されたのだろうか。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、選択されたアプローチと明確な対応関係がいくつか見出された。

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が特徴であった。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、「被害は大きいが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、このアプローチは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であり、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感じられた。

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。前述の通り、現在では中高年の万引き犯が増加しており、「形式的アプローチ」は万引き発生の現状に関してもずれた認識を持つアプローチであると言えるだろう。

では、これらの選択の違いは万引き防止に影響を与えているのだろうか。4つのアプローチによって、売上ロスにおける万引き被害比率の高低に関して、「形式的アプローチ」の平均被害比率は高かったものの、統計的な差は見られなかった。さらに被害比率の前年比較においても4つのアプローチによる差異はみられなかった。

ここまでの分析が示していることは、4つのパターンに分類される万引き防止策は、防犯対策を主導する立場にある防犯責任者や店舗責任者の主観的な防犯意識と原因帰属にある程度依存して決定されていることである。「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」とか、「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」という防犯責任者や店長の防犯意識によって万引き対策が左右されるだけでなく、万引きの原因が犯人の遊興費欲しさやマイバッグの普及にあると考えるか、店舗拡大による人手不足にあると考えるか、従業員の管理意識や防犯意識の低下にあると考えるかという原因帰属の違いによって、万引き防止策のアプローチが異なっている。つまり、どのような万引き防止策を採用するかという選択は防犯責任者あるいは店舗の店長が原因帰属と防犯意識に条件づけられている、というつながりのパターンが存在する。筆者が行った店舗ヒアリングなどにおいても、同一企業であっても店舗が異なれば万引き防止アプローチが異なっていることがしばしば見られたが、本研究からは店長の防犯意識や原因帰属の違いにその理由を求めることができるだろう。

他方、前年度比からの被害比率の改善には結び付いていないという結果からは、有効性の観点から防犯対策を評価・分析する視点が薄く、万引きが多い店舗においては、店舗、加害者、犯罪を引き起こす環境要因について、リーチしやすい認知要因に検討材料が限局

され、一度定着した防犯意識や主観的な原因帰属に基づく対策が優先され、実効性の観点からの評価・分析・改善の試みは手薄という状況が発生していると考えられる。

今後の課題としては以下の通りである。第1に、アンケートの回答者数が少ないため再度の調査において十分な数の回答を確保する必要がある。第2に、防犯環境設計や犯罪機会論の視点を考慮する必要がある。出入り口の数や客の導線のコントロールといった領域性、什器の配置による従業員や客相互の見通しの確保といった監視性に加え、店長や従業員の管理意識・規範意識や縄張り意識・防犯意識といった心理面における防犯意識などをふまえ、原因帰属、具体的な防犯策の効果性を検討する必要があるだろう。この要因には、店長の権限や裁量あるいは万引き防止に対するインセンティブの有無といった要因も重要となるであろう。第3に、セルフレジに関わる事象が質問紙に含まれていない点は改善が必要である。

これらの点を改善し、防犯対策の効果性、対策措置を左右する要因をより詳細に明らかにすることを通じて、本研究成果の実社会への応用として、防犯責任者や店長に対してどのように働きかければ主観的な原因帰属や防犯意識を相対化し、より効果的な万引き防止アプローチを採用するに至るかという手法を検討する必要がある。「摘発重視・厳格アプローチ」の最大の弱点は、様々な店舗や私服警備員（万引きGメン）のヒアリングからしばしば聞かれた「万引きは摘発しても減らない」という声である。いかなる方法をもってすれば、「摘発重視・厳格アプローチ」の店舗が「犯罪機会論アプローチ」も採用するようになるだろうか。また、ハード面による万引き防止対策を重視する店舗は、従業員という「人の目」や「縄張り意識」を軽視する傾向があるように思われる。一方、ソフト的な万引き防止対策を重視する店舗は、コストをかけて「私服警備員」の導入や、「棚卸し」の頻度を高める取り組みに消極的であり、実際の万引き発生状況にも敏感であるとは言えない。そして、声掛け、腕章着用、ポスター掲示を中心とした「形式的アプローチ」をとる店舗に対して、いかに実質的な万引き防止策への転換を促すかは最大の課題であろう。

店舗における万引き防止対策の選択パターンは、防犯責任者や店長の固定観念とでもいえる考えかたや意識と結びついている。特定の万引き防止策の導入には、防犯責任者や店長のマインドセットが大きな影響を及ぼしているという点は、本研究で明らかになった成果である。実際、筆者がヒアリングした警備会社の担当者は、「万引きGメンを派遣する場合であっても、将来的に万引きを減少させるための一時的な対策として要請される場合もあれば、万引きGメンにかかる費用を取り戻すくらいのきびしい摘発を要請される場合もある。我々自身が共感するやり方もあるれば、そうでないやり方を要請されることもある。トップ（経営層や店長）の経営姿勢が非常に大きい」と述べた。万引き防止対策とは、単なる万引き防止という課題にとどまらない防犯責任者や店長のマインドセットの転換が求められる。こうした点をふまえ、今後、店舗関係者のあるべき防犯意識や解決アプローチを進めるための啓発パンフレットや研修プログラム等の開発へとつなげる必要があるだろう。

（本研究は公益財団法人日工組社会安全研究財団の助成を受けたものです。）

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.
- 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.
- 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/keurashi/higai/akisu/taisaku1.html> 閲覧日 2024 年 8 月 15 日
- 小宮信夫. 2017. 犯罪学における犯罪原因論と犯罪機会論. *法学新報*, 123(9-10).
- Lindblom, A. & Kajalo, S. 2011. The use and effectiveness of formal and informal surveillance in reducing shoplifting: A survey in Sweden, Norway, and Finland. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 21, 111-128.
- 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・岡田涼・時岡晴美・堀江良英・松下昌明・高橋護・尾崎祐士・藤沢隆行. 2013. 万引き防止対策におけるエビデンスに基づく社会的実践サイクル：店舗および店内保安員の調査結果に基づく未然防止のための店内声かけマニュアルの作成とその実施. *香川大学教育学部研究報告*, 139, 35-51.
- 大久保智生・堀江良英・松浦隆夫・松永祐二・永富太一・時岡晴美・江村早紀. 2013. 店舗における万引きの実態と万引きへの対応と防止対策の検討：香川県内の店長と店員を対象とした聞き取り調査から. *法と心理*, 13(1), 112-125.
- 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.
- 大久保智生・徳岡大・皿谷洋子. 2024. 組織風土が店舗での万引き防止対策に及ぼす影響－店舗責任者とパート・アルバイトの比較から－. *HOSPITALITY：日本ホスピタリティ・マネジメント学会*, 34, 29-37.
- 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・三坂梨紗・濱本有希・平伸二. 2011. 万引き被害者の被疑者の特徴に関する質問紙調査. *福山大学こころの健康相談室紀要*, 5, 45-52.
- 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.
- 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.
- 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%AC5%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 8 月 15 日