

万引犯罪の 起きにくい社会づくり

～地域の絆を守る防止策～

特定非営利活動法人 全国万引犯罪防止機構
(略称:万防機構) 普及推進委員
稲本 義範



81

地域密着の信用金庫は清掃活動を積極的に行うことで、地域の美化(＝付加価値向上)に努めているが、万引については各商店の問題として情報提供は少ない。しかし、一つの商品の万引による損失は、その数十倍の商品を販売しなければカバーできないことから、万引防止の啓蒙は、商店の経営支援にほかならない。万引防止策は、既にハード面・ソフト面の両面で確立しており、導入された地域では効果を上げていく。その中には、普段から住民と仲よくなり、挨拶を交わすといった、すぐにでもできるものも含まれる。

当然のことながら、犯罪の多い地域に人は住みたがらない。犯罪の未然防止は、商店の利益を守るだけでなく、暮らしやすいまちをつくり、地域の付加価値向上に寄与できる活動なのである。

1 万引犯罪の現状

警察の万引統計によると、全国の刑法犯と万引の認知件数は、平成14年が285万3739件に対し14万2件、24年が138万2121件に対し13万4876件、刑法犯全体の件数は半減している中、万引の認知検件数は高止まりの状態が恒常化している。かつては万引といえは少年犯罪と知られていたが、24年の高齢者の万引検挙は2万8673人となり、少年万引の検挙・補

導人員2万5649人を超えるに至る。さらに万引から事後強盗に発展するケースが増えており、治安対策上からも由々しき事態となっている。さらに、万引は届出がなく調査も及ばないため、統計に表れない暗数が極端に多い犯罪である。警察庁の推定では被害額年間4614億円(1日当たり12・6億円)になるといふ。もし、その損失を売価に上乗せしたと仮定した場合、4人家族1世帯当たり年間1万4726円を負担していることになる。

18年(2006年)5月28日から刑法



今年7月、多くの信用金庫の店頭で掲示いただいた「中学生の万引防止の壁新聞」。ご協力いただきました皆様に御礼申し上げます。

235条に罰金刑が加えられ、万引(窃盗罪)は、10年以下の懲役または50万円以下の罰金に処せられるようになった。この改正は、お金はあるにもかかわらず万引などの窃盗行為を犯す者が増えていることに対応したものである。罰金刑の導入によって万引に対しても刑を科しやすくなった。この改正後、高齢者の人口当たりの万引の検挙数増加に歯止めがあった。しかしながら高齢者人口は増加しているため、高齢者の検挙件数は悪化の一途をたどっている。

2 有効的な万引対策

●万引対策が進まない原因

ソフト面&ハード面の対策で万引は撃退できるのにもかかわらず、多くの店は万引対策に悩んでいる。その原因は、関係者間で情報共有がなされていない、または継続されないからである。

スタッフが発信した重要情報が店長や本部に届いても、それに対するフィードバックが全スタッフにされなければ長続きはしない。万引対策はすぐに成果が出るものではないため、評価や監査の項目に入れ、継続的な対策を講じないと棚卸時のロス改善などの成果には結びつかない。長期にわたってプ

ロセスを数値管理し、不明ロス率との関連を調べ、次への一手にする必要がある。特に、不明ロス率が逆ロスになっている店舗や棚卸ごとのロス率の変動が激しい店舗は要注意である。対策面の数値コントロールや原因究明が不十分だと、さらに不明ロスが悪化していく。

●万引されないための店員教育

万引防止対策の店員教育のはじめの一步は、自分の財産と同じ考えで売場商品を扱うという考え方に立つこと。例えば、書籍の場合、1冊盗まれれば50冊売らないと赤字になる。100円(売上) - 78円(仕入れ) - 20円(経費) = 2円(純利益)、100円売つて、利益がたった2円だということを意識すれば、損失防止の対策は進む。

昨年、「万引き防止対策モデル店舗」^{*2}に認定された都内の書店では、具体的対策として、挨拶の励行を徹底させた。相手の顔を見て挨拶をすることで、相手に万引できない店と思わせたのだ。笑顔づくりを含む挨拶を、アルバイトを含む全スタッフが励行することで、不明ロス率を6分の1に下げることが成功した。このようにソフト面の対策がしっかりとしている店舗は、ハード面であるEASやカメラなどの万引防止システムもうまく使いこなしている。

万引被疑者に「何があったら万引を諦めたか」を質問したところ、店員の声かけ(33・6%)、警備の巡回(23・8%)、防犯カメラ(13・4%)と回答が上位にあった。いずれも「顔を見られた」という視認性に関する内容だ。犯罪機会論は、このような実際の調査データに基づいて考案されている。

●犯罪する機会をなくすための犯罪機会論

犯罪に強い要素を別掲1に示す。抵抗性と領域性と監視性が高ければ高いほど犯罪機会は少なくなる。ここで重要なことは、犯罪に強い状況はハード面とソフト面の相乗効果でつくり出されるといふことだ。例えばどんなに縄張り意識が強くても、境界が示されていないれば犯罪者に侵入され、逆に死角がなくても、見ようとしなければ犯罪者を発見できない。このように、犯罪機会論は人格を変えようとするのではなく、状況を変えようとする考え方だ。このうち抵抗性を高める工夫は、管理タグの取り付け徹底、整理整頓(商品の空きを早く発見ができる)、什器下のストックを施錠する、社員通用口の入退室管理を設けるなどをすれば、標的が強固になり恒常性が高まる。

もともと、ハード面で恒常性を高めてもソフト面での管理意識が低ければ、抵抗性が高いとはいえない。例えば、管理タグを取

別掲1 (犯罪に強い3要素)

犯行の意図があっても機会(チャンス)がなければ犯罪は起きない。万引が起こった時、その要因をこの3要素に当てはめ、より明確で妥当性ある分析を

	犯罪に強い要素	ハードな要素	ソフトな要素
標的	抵抗性 …犯罪者から加わる力を押し返そうとすること	恒常性 …一定不変なこと	管理者意識 …望ましい状態を維持しようと思うこと
場所(領域)	領域性 …犯罪者の力が及ばない範囲を明確にすること	区画性 …区切られていること	縄張意識 …侵入は許さないとすること
	監視性 …犯罪者の行動を把握できること	視認性 (無視覚性) …見通しがきかない場所がないこと	当事者意識 …自分自身の問題としてとらえること

①抵抗性

抵抗性とは、犯罪者から加わる力を押し返そうとすることであり、ハード面の恒常性(一定不変なこと)とソフト面の管理者意識(望ましい状態を維持しようと思うこと)がある。

②領域性

領域性とは、犯罪者の力が及ばない範囲を明確にすることであり、ハード面の区画性(区切られていること)とソフト面の縄張意識(侵入は許さないとすること)がある。

③監視性

監視性とは、犯罪者の行動を把握できることであり、ハード面の視認性(見通しのきかない場所がないこと)とソフト面の当事者意識(自分自身の問題としてとらえること)がある。

平成17年6月日本万引防止システム協会通常総会での立正大学小宮信夫教授講演より

りつけ忘れたり、鍵を置き忘れたりすれば犯罪者の標的にされる。逆に管理者意識が高ければ抵抗性が高まる。例えば、自己管理によって注意力を維持している人は、見過ごしがちな些細なことから危険を察知する。犯罪を回避する能力も高いので、犯罪者の標的にはなりにくい。違うコーナーの商品がまとまって死角に置かれているだけで、万引行為が行われることを察知する。

このように抵抗性を高める工夫は、物や人に対して施されるものであるのに対して、領域性と監視性を高める工夫は、場所に対して施されるものである。犯罪者は物理的・心理的なバリア(障壁)によって領域性を高められた場所へは接近を躊躇・断念する可

能性が高くなる。このような抵抗性と領域性と監視性のうち、ハード面を重視する手法が防犯環境設計である。これに対してソフト面を重視するのが「割れ窓理論」である。多くの警察本部で制作されている「万引対策ガイドライン」や「万引防止セルフチェック表」はこれらの理論に裏打ちされているので、ぜひ参考にしていただきたい。(万防機構のHPで閲覧が可能)。

●設計段階からのセキュリティ対策

↳三次元CADで死角を精査する

万引が多発する店舗レイアウトには、死角が多い。レイアウトの問題は、本社の店舗企画・演出担当者が販売促進の視点だけ

で売場のレイアウトをしていることに起因する。関係者間で情報共有がされていないと、いつまでも死角の多い店舗が増産されることになる。商業雑誌の店舗演出の写真事例は、まったくといってよいほど万引対策が考慮されていないので要注意である。最近では三次元CADを使えば設計段階のバーチャル売場が再現できるので、防犯上の弱点がないか、社内の防犯専任担当や社外の専門家を入れて打ち合わせすることを推奨する。

3 万引対策に躊躇する要因

どの企業も万引に対して改善の意欲があるものの、挨拶などの接客面や管理レベル等の企業内部の問題があると考え、まずはその内部の課題が改善できてないうちは、お客さまを疑うような外部へのアプローチは積極的に行えないと、躊躇する。それを払拭するのは関係者の対話である。

例えば、警察官の店内巡回は、大事件が起こっているようでイメージが悪いという百貨店があったが、他の百貨店で実施してお客さまの評判もよかったと聞き、実施を決定した。EASは顧客からのイメージが悪いと敬遠する小売業も多いが、青少年や保護者に「有効な万引防止策」のアンケート

別掲2

●事例1

万防機構が実施した「第8回万引に関する全国青少年意識調査※」では、中学生・高校生が効果的だと思う店舗の万引対策では、「万引防止機（EAS）の設置」が最も高い（中32.8%、高34.8%）。次いで、「監視カメラやミラーの設置」（中24.0%、高22.5%）、「挨拶、声かけ」（中22.4%、高20.7%）、「警備員の巡回」（中9.3%、高9.0%）、「万引対策店であることのアピール」（中7.7%、高8.2%）という順である。

※第8回万引に関する全国青少年意識調査（H24年実施）。N=中学校2年 4218票、高校2年 4971票

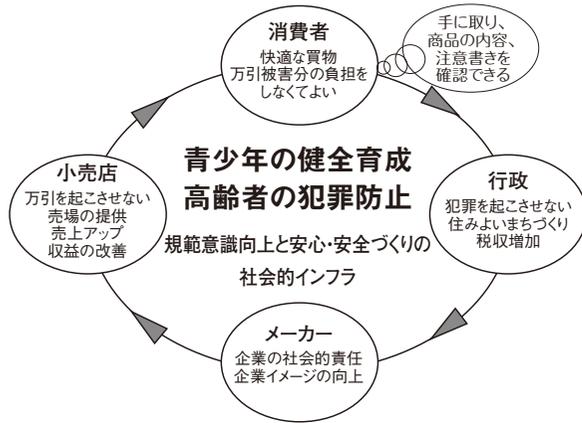
●事例2

母親が、小中高生に万引をさせないために商店に最も行ってほしい対策では、回答の1位が「お店の人や巡回警備員が話しかけるなど声をかける」、2位は「万引防止用のタグと万引防止機（EAS）の導入」、3位は「『こんにちは』『いらっしゃい』など声掛けをしてほしい」であった※。

※「商店街における万引きに関する調査」東京都民・商店の実態・意識調査結果報告書より N=120

トをすると、EASは期待度が高いことがわかる。それが別掲2の二例である。参考として、商店主側の意見として「商店街における万引に関する調査」で、万引防止対策として「実施していること」は「防犯カメラの設置」（67・5%）、「お店の人や巡回警備員が声をかける」（55・0%）、「万引防止のための店内レイアウトの工夫」

ソースタギングの役割
万引犯罪を起こさせない社会をつくる重要なソリューションです



4

画期的なソースタギング

（55・0%）、「防犯ミラー」（50・0%）が高い。一方、「実施意向はない」の回答が高い項目は、「保安警備員の採用」が非常に高く（74・2%）、次いで「万引防止用のタグと万引防止機（EAS）の導入」（51・7%）も半数を超える。中高生や親が望む防止策とはギャップが生じている。

EASにより万引を顕在化させる、ロス削減を図るといふ新しい手法は、欧米の経営者にとって極めて合理的で有効な経営改善手段として認知され、インフラ整備が進んだ。さらなる有効活用と効率化を進めるために、管理タグを商品の製造や梱包、または物流段階で商品に装填・内蔵するさせるソースタギングという仕組みがCD/DVD/ゲームソフト、ホームセンター用品、家電品、医薬品、化粧品、衣料品等で1990年代から導入が進み、小売業のみならず製・配・販が一体となって、流通ロスが飛躍的に改善した。現在、米国では管理タグが装着されている



写真提供：日本万引防止システム協会 ソースタギング推進委員会

商品の4割以上がソースタギングされたものである。

店舗規模の拡大や取り扱いアイテムの増加に伴い、店舗でのタグ装着は時間的にもコスト的にも負担が増大している。ソースタギングは、万引防止とオープン陳列による売上の増加に貢献するとともに、来店客の快適なショッピング環境をつくり出す社会のインフラになる。海外では既に多くのメーカーがソースタギングを実践している。それはオープン陳列による売上の増加などの効果が出るからである。

多くの商品にタグが内蔵されるようになり、これが日本で一般化すれば、万引犯は外見からタグづけの有無を確認できなくなり、出来心的な万引犯罪を大幅に削減できる。さらに、店ではタグづけ作業が軽減されることで、接客や品出し、清掃など顧客満足度を高める作業に時間が使えるようになる。また万引によるロスが低減された分を、値引きや商品開発、店内改装に使うこともできるようになる。つまり、ソースタギングは万引犯罪を減らし、地域社会の健全化に貢献する。

5

個人や個店で抱え込まない

● 防犯の情報共有の目的は対策の継続

例えば、不審者を見つけても店長に報告しない従業員からその理由を聞いたところ、「店長や副店長に万引犯のことを話しましたが、煩わしいことはごめんだと受け止めてくれなかった。それからは、自分も作業を優先することにした」という。効率化や生産性が高まらず求められる店舗で、このようなケースは多くなっている。また、万引犯や強盗への対応を知らされていないばかりに不慮の事故に巻き込まれるケースもある。

忙しくて朝礼を行う時間がないのなら、連絡ノートを作り、「気になること」や疑問を書いてもらうなどの対応策が必要である。さらに店長やリーダーが率先してコメントを返信することで、そのノートは継続される。時には本部の担当者やスーパーバイザーもコメントを返すとよい。情報共有は責任者とスタッフ、本社と店舗の双方向の伝達があつて初めて継続される。情報共有の目的は対策の継続なのだから。

● 様々なお客さまに対応するには

「警備員が巡回しております」と店内放送をしたり、警備員が店頭に立っているだけで、「お客を疑っているのか？」と投書を受けることがある。それらのほとんどが匿名である。自社の方針だけではクレーマーや犯罪企図

者から言いがかりをつけられる可能性がある。防犯関係の放送やポスターは、警察、防犯協会、商店街の名前で行うのがよいが、それには事前に許可が必要である。だからこそ、地域の防犯連絡会や万引防止連絡会に積極的に参加し、情報共有しておくことが重要なのだ。

認知症の方や窃盗癖の対応に関しても、専門に対応するボランティア団体や医療機関があるので、それらの方々との連携も重要である。店舗だけで悩まず、警察や複数の関係者に相談することが大切である。当機構のHPにも、各地の取り組み事例等が掲載されているので、チェックされることをお勧めする。

● 万引全件届出の徹底

「万引全件届出」が、平成22年10月から全国で開始され、それに伴い届出書類も簡素化されている。しかしながら、そのことを知らない店舗が過半数近くある。店側の説論だけで済ませてしまつては思わぬトラブルに巻き込まれる可能性がある。全件届出の徹底をお願いしたい。警察または司法で、「二度と万引は犯すまい」と本人が決意する感銘力のある措置がなされることが再犯防止につながるかと考える。



官民一体での「万引撲滅キャンペーン」に、高校生も売り場点検

〈万引対策の新たな視点〉

基本認識	新たな視点
店舗でのレイアウト対策	⇒ 設計段階からの死角対策
店舗でのタグ付け作業	⇒ 製造段階からのソースタギング
利益改善	⇒ 規範意識向上のための社会奉仕活動
万引犯VS店員	⇒ 万引犯VS社会総ぐるみ
寛大な対処と諦め	⇒ 不正を正すことを諦めない
応酬的正義	⇒ 修復的(対話型) 正義
疑わしきは罰せず	⇒ 疑わしきは迷惑行為
司法判断	⇒ 社会&業界ルール
加害者人権の重視	⇒ 被害者人権の尊重
捜査活動	⇒ 社会安全対策

〈新たな視点の事例〉

- 福岡県や岩手県の事例 <http://www.manboukikou.jp/html/74.pdf>
 埼玉県や香川県の事例 <http://www.manboukikou.jp/pdf/110.pdf>

6 人々の関心の高まりを希求

「万引」という言葉に「少年期の一過性の犯罪」といった軽い印象があるため、膨大な被害額にもかかわらず、なかなか改善されない。タレントが万引を武勇伝として語り、経営者が「万引されるような繁盛店が良い店」と口走ってしまふ背景には、万引が軽微な犯罪だという誤った認識がある。店舗が倒産する、部員の一人が万引したために甲子園に出場できないなど、万引は人生を大きく変えてしまう犯罪である。

目には見えないが、大切な財産である絆、そして、規範意識を守るための絶対防衛ラインがまさに万引対策である。「万引はこの社会の規範意識を奪う犯罪」であるという認識を一人ひとりが持つことが肝要であり、そのためには報道機関・地元メディアの協力が必要になっている。テレビで流れているような万引Gメンの特番だけでなく、地域の万引防止キャンペーン、また、職場体験や非行防止のドラマ、更生や社会復帰のドキュメンタリーの放映など。さらには街角で流れる万引防止ソングなどの継続的な広報が必要なのだ。それらの活動により、身近な人々の関心が高まることを希求する。

これまで述べたように、万引犯罪に対す

る考え方・取り組みについて、新たな視点
 が醸成されつつある。万引対策をなおざり
 にしては、地域や産業がダメになる。そ
 のことに気づいた地域や業界から、新たな
 視点が広がっている。

【参考】
 全国万引犯罪防止機構HP <http://www.manboukikou.jp>

【注】

※1 2009年に経済産業省が発表した「商業統計」に
 よると、対象となる小売業事業所の年間売上高は98
 兆2044億5100万円。全国万引犯罪防止機構
 が調査した09年度の資産ロス率は0.94%、不明ロ
 ス高における万引被害の割合が約50%だったことか
 ら推定。

※2 平成21年12月から、警視庁、東京都、小売流通関係
 団体等が連携して「東京万引き防止市民合同会議」
 を開催。その一環として「万引き防止のための防犯
 責任者養成講座」や、「万引き防止対策モデル店舗」
 の認定が行われている。詳しくは警視庁HPの「東
 京万引き防止市民合同会議の取組」参照
http://www.keisichomeito.tokyo.jp/seian/manbiki_pos/manbiki_torkumihin

※3 E.A.S.AはElectronic Article Surveillanceの略で、
 電子的商品監視という意味。機能としては、商品に
 専用の管理タグを取り付け、精算レジにて正規に代
 金を支払えば、その場でタグを取りはずさず、タグ
 を不活性化する処理を行う。不正に商品を持ち出そ
 うとすれば、未処理のタグを検知して警報音を鳴ら
 すなどして、異常を管理者に知らせる。レンタルビ
 デオ店、ドラッグストアや家電量販店などの様々な
 業態の小売店や図書館などで採用されている。

※4 「商店街における万引きに関する調査」

東京都民・商店の実態・意識調査結果報告書より。
 N1120