

## 万引き防止対策実施企業と未実施企業の万引き防止に関する意識の比較

皿谷 陽子 平 伸二  
(心理学科)

本研究は、専門知識を有する他機関（警察や大学研究者や警備会社など）と協働して、万引き防止対策を行っている実施企業（ $N=31$ ）と万引き防止対策を行っていない未実施企業（ $N=13$ ）を対象にアンケートを実施し、万引きに対する意識の比較を行った。その結果、「未然の声かけ」「捕捉の願望」は未実施企業の平均評定値が有意に高かった（ $p<.01$ ）。また、「被害届の面倒さ」は、実施企業の平均評定値が有意に低く（ $p<.01$ ）、さらに、万引きされにくい「商品の認知」については、実施企業の平均評定値が有意に高かった（ $p<.05$ ）。これらの結果より、実施企業は、他機関と協働して万引き防止対策を行うことを受け入れていること、万引きされにくい環境づくりへの関心が高いことが示唆された。

【キーワード 万引き防止対策 商業施設 防犯意識】

近年の窃盗における認知件数は、刑法犯全体の70%を超えている。窃盗犯の認知件数、検挙件数および検挙率は、1995年から2001年まで、認知件数の増加と検挙率の低下が続いていたが、2001年より検挙率が上昇し、2002年より認知件数が減少している。2016年の刑法犯全体の認知件数は、戦後最少の72万3,148件（前年比8万4,412件（10.5%減））であった（法務省、2017）。法務省（2017）の2016年の窃盗の検挙件数の手口別構成比をみると、非侵入窃盗が68.0%を占めており、万引き、車上・部品ねらい、空き巣、自転車盗の順に多い。一方、万引きの認知件数は2004年以降、おおむね横ばいで推移していたが、近年減少傾向とされている（法務省、2017）。

万引きは、刑法第235条に「他人の財物を窃取した者は、窃盗の罪とし、10年以下の懲役又は50万円以下の罰金に処する。」と定められている窃盗罪である。警察庁（2016）によると、2010年以降、万引きの認知件数は減少傾向にあるものの、刑法犯認知件数に占める割合は上昇傾向にある（2015年は10.7%）としている。さらに、超高齢社会を迎えた日本において、高齢者の万引き問題が社会問題となっている。法務省（2017）によると2016年における高齢者の刑法犯検挙人員の罪名別構成比をみると、全年齢層と比べて、高齢者（65歳以上）では窃盗の割合が高く、特に女子では、約90%が窃盗であり、万引きの割合が約80%と際立って高い（法務省、2017）。よって、万引きに対する効果的で継続可能な対策が必要である。警察では、万引きを許さない社会気運の醸成や規範意識の向上を図るため、関係機関・団体等と連携した広報啓発活動を行うなど、社会を挙げた万引き防止に向けた取り組みを推進している（警察庁、2016）。

万引きに関する研究として、大久保（2013）や、皿谷・三阪・濱本・平（2011）は、すべ

ての商業施設を対象に世代別の特徴を明らかにしている。また、被害対象物としてはどちらの先行研究においても食料品が多いということが分かっている。これより、まずは、食料品を扱う商業施設での対策を講じる必要がある。

大久保（2015）は、香川、奈良、高知、愛媛、岩手の5県における店舗調査からみた万引き防止のための効果的な対応の調査を行っている。この調査より5県においても万引きに対する対応が異なることが明らかとなった。加えて、皿谷・平（2016）は広島県内に展開する商業施設の店長に対して、万引き対策に関する意識調査を行い、大久保（2015）の5県との比較を行った。その結果、警察への通報が大久保（2015）の5県（香川、奈良、高知、愛媛、岩手）と比較して高かった。よって、通報に対する懸念は低いと考えられ、警察等と連携していることが示された。また、万引き対策において、客の観察・店員への教育の評定平均値が低く、防犯カメラ導入100%という結果から人的よりも物理的な防犯対策に力を入れているという特徴がうかがえた。大久保（2015）では、モデル店舗における店員教育の実施を行ったところ、店員の意識が高まり、店の雰囲気も変わり、サービス向上の結果、店の売り上げもアップするという調査報告を述べている。さらに、大久保・西村・松下・松井・尾崎・藤沢・時岡・岡田（2015）は中国四国地方を対象とした店舗の万引きに関する知識および意識と防犯対策の検討を行っている。その結果、中国四国地方では、万引きの多い店舗ほど万引きに関する知識および意識が高く、防犯対策も行っていることを明らかにしている。

大久保・堀江・松浦・松永・永富・時岡・江村（2013）では万引きの多い店舗では、アルバイトやパートなどの店員の意識が低いことを明らかにしており、大久保他（2015）では店長などを含む社員とアルバイト・パートとの温度差を埋めていくかが課題となると述べている。また、客の観察、店員への教育、死角の認識が高くなることについて、店舗の代表者クラスは自覚が高いが、すべての店員にどれだけ伝わっているかについては検討が必要である。そこで、皿谷・平（2016, 2017）は広島県内に展開する商業施設の店長と従業員に対して、万引きに関する意識調査を行った。その結果、万引きの実態や対策については、従業員は実際に万引き事案に対処を行わないことから、店長の方が実態や対策を把握していることが示された。また、万引き犯を通報しなかった理由については有意な差が認められなかったため、「万引きは犯罪であり、通報すべき犯罪である」という店舗全体での考えが反映されていると示唆されている。さらに、効果的な万引き防止として店長、従業員とも「声かけ」を挙げており、万引きを防ぐには従業員の数を増員して欲しいという願望が反映されていると述べている。

万引きは犯罪白書の総数では減少傾向であるが、商業施設においては、対処すべき事態ではある。ただし、商業施設のみの対応では、運営上対応できない部分もあると考えられる。商業施設のみでの対応が難しい場合には、警察や専門的な知識を有する警備会社や研究者といった他機関での連携システムを円滑にしておく必要がある。しかし、他機関との連携につ

いては県や地域の違いにより、異なってくる。例を挙げれば、香川県は万引きの人口比の認知件数ワースト 1 位を受け、2010 年より子ども安全・安心万引き防止対策事業として立ち上がり、香川県万引き防止対策事業として様々な調査や取組を行っている(大久保, 2015)。しかし、どの地域においても、香川県のように、万引き認知件数ワースト 1 位を受け、県を挙げての共通認識はない。そこで、本研究では、皿谷・平(2016, 2017)が万引きに対する意識調査を実施した商業施設に協力を依頼して、再度、店長と従業員の万引きに対する意識調査を実施した。そして、2017 年 4 月に香川県警察本部が行った「平成 29 年度香川県万引き防止対策協議会」に第 1 筆者がシンポジストとして参加し、香川県警察本部と香川大学が共同で行っている『安全安心まちづくり推進店舗』に加盟している企業に万引き防止に対するアンケート調査を実施した。これより、すでに他機関と協働して万引き防止対策を推進している実施企業と、皿谷・平(2017)のように、まだ他機関との協働による万引き防止対策が推進されていない未実施企業の万引き防止に対する意識にどのような違いがあるのかを検証することとした。また本研究結果を、今後の効果的な万引き防止対策に向けての参考とする。

## 方法

**調査対象者** 実施企業は、2017 年 4 月に香川県で行われた香川県警察本部主催の万引き協議会に参加した安心・安全まちづくり推進店舗に加盟している企業であった。回答者数は 31 名(男性 28 名, 女性 1 名, 性別未回答 2 名)で回答不備と年齢の記載がなかった 3 名を除く 28 名( $M=51.6$  歳,  $SD=8.97$ )を分析対象とした。また、未実施企業は、以前より調査協力をしてもらっている、広島県内に 24 店舗(2017 年 4 月時)の商業施設を展開する企業であり、2017 年 5 月、6 月に店舗の店長 13 名( $M=43.9$  歳,  $SD=7.31$ )に回答してもらった。すべて男性であった。

**調査内容** 質問紙は大久保(2015)が実施した、調査内容を参考に作成をした。実施企業への質問内容は I : 万引きの実態と対応(1 年間の万引きの件数, 捕捉の意志, 万引き現場の目撃の有無, 目撃時の対応, 対処の指示, 1 年間の捕捉件数, 警察への通報, 1 年間で通報しなかった件数, 弁償の請求について 4 件法と自由記述), II : 店舗での万引き防止活動や店内防犯活動について(取り組んでいる活動, 効果的な対策, 防犯対策による業務への負担, 他機関・企業との連携への抵抗感について自由記述), III : 万引きに対しての意識(客への声かけ, 客の観察, レイアウトの変更, 店員教育のプログラムの必要性, 未然防止のための声かけの推進, 被害届の面倒さ, 万引きに対する責任感, 捕捉の願望, 個室での声かけ, 捕捉のあきらめ, 誤認の恐怖, 万引き犯への恐怖, 万引きされやすい商品の認知について 4 件法), IV : 店舗の万引きに対する意識(青少年の育成面から許されない問題である, 法律上

許されない問題である、店舗の経営上の死活問題である、想定内の範囲内の問題（廃棄と同様に扱える範囲の問題）であるについて4件法）、V：職務内容満足感（安達，1998）（興味、成長、誇り、適任、他者からの尊敬、やり甲斐、職場での承認、将来性について4件法）、VI：店舗での防犯対策への考え（自由記述）であった。

未実施企業への質問内容はI：万引きの実態と対応（1年間の万引きの件数、万引き現場の目撃の有無、目撃時の対応、対処の指示、捕捉の意志、1年間の捕捉件数（警備会社、従業員）、警察への通報、1年間で通報しなかった件数、家族への通報、学校・職場への通報、再犯者の割合、弁償の請求、代金以外の損害賠償の請求の有無、について4件法と数字の記述）、II：万引き防止対策（声かけ、客の観察、店員への教育、防犯カメラ、万引き防止の貼り紙、防犯機器（防犯タグや防犯ゲート等）、制服警備員の配置について4件法と数字、自由記述等）、III：万引きに対しての意識（お客様への声かけ、お客様の観察、レイアウトの変更、店員教育のプログラムの必要性、未然防止のための声かけ、被害届の面倒さ、万引きに対する責任感、捕捉の願望、個室での声かけ、捕捉のあきらめ、誤認の恐怖、万引き犯への恐怖、万引きされやすい商品の認知について4件法）、VI：万引きをして通報しなかった場合の理由について（被疑者が子どもだったから、被疑者に反省の様子が見られたから、被疑者の保護者に誠意が見られたから、初犯だったから、対応に手間がかかるから、被疑者が顔見知りだったから、店の印象が悪くなるのを避けたかったから、万引きされた品物の金額が少額だったからについて4件法）、V：店舗の万引きに対する意識（実施企業のIVと同様）であるについて4件法）、VI：職務内容満足感（安達，1998）（実施企業のVと同様）、VII：店舗での防犯対策への考え（自由記述）であった。

本紀要では、万引きの実態と対応（万引き犯への対応、警察への通報、弁償）、万引きに対しての意識（客への声かけ、客の観察、レイアウトの変更、店員教育のプログラムの必要性、未然防止のための声かけ、被害届の面倒さ、万引きに対する責任感、捕捉の願望、個室での声かけ、捕捉のあきらめ、誤認の恐怖、万引き犯への恐怖、万引きされやすい商品の認知について4件法）、職務内容満足感について比較を行った。

**手続き** 実施企業においては、香川県警察本部主催の万引き防止対策協議会で第1著者がシンポジストを務めた際に、香川県警察本部に依頼し、協議会終了後に参加者に回答してもらったアンケート用紙を回収した。未実施企業での実施については、調査店舗と契約を行っている警備会社の協力のもと、2017年4月に実施された店長会議時に警備会社の担当者より、配布してもらった。無記名による回答後は、第1著者宛に郵送で返送してもらった。

本研究の倫理的配慮として、「アンケートは無記名で行い、調査参加者のデータは数値化を行い、申請者の研究室のコンピュータに保存すること。データは統計的に集団で処理を行うため、個人が特定されることはないこと。学会発表や学術論文として成果を公表する際は、集団データとして公表されるため個人が特定されることはないこと。また、回収した調査用

紙は責任者の研究室で厳重に保管すること。」を記した書類を本学のヒト倫理部会に提出し、倫理審査の承認を受けて実施した。

## 結果

まず、店舗の万引きの対応についての平均評定値 (*SD*) と *t* 値を算出し、Table 1 に示した。

Table 1 店舗の万引きへの対応についての平均評定値 (*SD*) と *t* 値

質問項目	実施企業	未実施企業	<i>t</i> 値
捕捉の意志 (実施企業 <i>n</i> =24, 未実施企業 <i>n</i> =12)	3.54 (0.780)	3.00 (1.206)	-1.63
警察への通報 (実施企業 <i>n</i> =26, 未実施企業 <i>n</i> =13)	3.81 (0.402)	4.00 (0.000)	2.44 *
弁償の請求 (実施企業 <i>n</i> =24, 未実施企業 <i>n</i> =13)	3.71 (0.550)	3.85 (0.555)	0.73

( ) 内は *SD*, \**p* < .05

Table 1 より、店舗の万引きへの対応について各項目において実施企業と未実施企業の平均評定値について対応のない *t* 検定を行った。その結果、「弁償の請求 ( $t(37) = 0.73, p > .05$ )」には有意な差は認められなかった。「警察への通報 ( $t(37) = 1.71, p < .05$ )」については有意な差が認められ、「警察への通報」については広島の方が平均評定値は高いことが示された。なお、両群の等分散性が仮定できなかった質問項目に関しては、Welch の検定を行った結果、「捕捉の意志 ( $t(36) = -1.63, p > .05$ )」には有意な差は認められなかった。しかし、各項目の平均評定値を見ると評定値 3 を超えていることから、両群とも、万引き犯の「捕捉」をどちらかというところで行っており、万引き犯を発見した際、警察に通報し、万引き犯を捕捉した際は、弁償を請求していることが分かった。

次に、万引き対策への意識の平均評定値 (*SD*) と *t* 値を算出し、Table 2 に示した。

Table 2 万引き対策への意識の平均評定値 (SD) と t 値

質問項目	実施企業	未実施企業	t 値
客への声かけ (実施企業n=25, 未実施企業n=13)	3.32 (0.557)	3.00 (0.913)	-1.35
客の観察 (実施企業n=25, 未実施企業n=13)	2.80 (0.707)	3.08 (0.760)	1.12
レイアウトの変更 (実施企業n=25, 未実施企業n=13)	2.92 (0.909)	3.23 (0.832)	1.03
店員教育プログラムの必要性 (実施企業n=25, 未実施企業n=13)	3.56 (0.507)	3.31 (0.480)	-1.48
未然防止のための店内声かけ (実施企業n=25, 未実施企業n=13)	2.20 (1.080)	3.31 (1.109)	2.97 **
被害届提出の面倒さ (実施企業n=24, 未実施企業n=13)	1.71 (0.955)	3.00 (1.225)	3.56 **
万引きに対する責任感 (実施企業n=25, 未実施企業n=13)	2.92 (0.997)	2.62 (1.121)	-0.86
捕捉の願望 (実施企業n=25, 未実施企業n=13)	3.36 (0.952)	3.92 (0.277)	2.74 *
個室での声かけ (実施企業n=23, 未実施企業n=13)	2.52 (1.039)	3.00 (0.817)	1.43
万引き犯捕捉のあきらめ (実施企業n=25, 未実施企業n=13)	3.44 (0.583)	3.38 (0.768)	-0.25
誤認の恐怖 (実施企業n=25, 未実施企業n=13)	3.52 (0.714)	3.11 (0.855)	-0.81
万引き犯への恐怖 (実施企業n=25, 未実施企業n=13)	2.36 (0.952)	2.08 (1.038)	-0.84
万引きされやすい商品の認知 (実施企業n=25, 未実施企業n=13)	3.56 (0.583)	2.92 (0.954)	-2.56 *

( ) 内はSD, \* $p < .05$ , \*\* $p < .01$

Table 2 より、万引き対策への意識の各項目において実施企業と未実施企業の評定平均値について対応のない  $t$  検定を行ったところ、「未然防止のための店内声かけ ( $t(36) = 2.97, p = .005$ )」、「被害届の面倒さ ( $t(36) = 3.56, p = .001$ )」、「万引きされやすい商品の認知 ( $t(36) = -2.56, p = .015$ )」に有意差が認められた。これより、「未然防止のための店内声かけ」については未実施企業の平均評定値が高く、未然に万引きを防止することに対して意欲的であることが示された。また、「被害届の面倒さ」については、実施企業の平均評定値が低く、被害届提出について面倒に感じていないことが分かった。さらに、「万引きされやすい商品の認知」については、実施企業の評定値が高く、万引きされやすい商品について把握している割

合が高いことが示された。

なお、両群の等分散性が仮定できなかった質問項目に関しては、Welch の検定を行った結果、「捕捉の願望 ( $t(30) = -1.63, p=.01$ )」に有意な差が認められた。これより、万引き犯の「捕捉の願望」は未実施企業の方が有意に高いことが示された。

しかし、「客への声かけ ( $t(36) = -1.35, p>.05$ )」、「客の観察 ( $t(36) = 1.12, p>.05$ )」、「レイアウトの変更 ( $t(36) = 1.03, p>.05$ )」、「店員教育プログラムの必要性 ( $t(36) = -1.48, p>.05$ )」、「責任 ( $t(36) = -0.86, p>.05$ )」、「個室での声かけ ( $t(34) = 1.43, p>.05$ )」、「あきらめ ( $t(36) = -0.25, p>.05$ )」、「誤認の恐怖 ( $t(36) = -0.81, p>.05$ )」、「万引き犯への恐怖 ( $t(36) = -0.84, p>.05$ )」については有意な差は認められなかった。ただし、「声かけ」、「店員教育プログラム」、「補足の願望」、「あきらめ」、「誤認への恐怖」については両群とも平均評定値3を超えていた。

Table 3 県別職業満足感の平均評定値 (*SD*) と *t* 値

	実施企業	未実施企業	<i>t</i> 値
職務内容満足感 (実施企業 $n=24$ , 未実施企業 $n=13$ )	24.79 ( 3.413)	27.15 ( 3.288)	2.04 *
( ) 内は <i>SD</i> , * $p < .05$			

Table 3 より、県別の職業満足感について対応のない *t* 検定を行ったところ、有意な差が認められた ( $t(37) = 2.04, p=.049$ )。これより、職務内容満足感については、未実施企業の平均評定値が有意に高いことが示された。

## 考察

本研究の目的は、他機関と協働してすでに万引き防止対策を推進している実施企業とまだ推進されていない未実施企業の万引き防止に対する意識にどのような違いがあるのかを検証することであった。さらに、本研究結果を、今後の効果的な万引き防止対策に向けての参考とすることを目的としている。

Table 1 より、店舗の万引きへの対応について警察の通報については未実施企業が高いことが示された。この結果については、未実施企業の全回答者の評定が4であった。この理由として、未実施企業の回答者は店長という役職についていることにより、自身で万引き事案の対応を行うことがあるため、評定値が最高の得点を選択したと考えられる。しかし、実施企業も平均評定値が3.81であったことから、両群とも万引き事案が発生すると警察に通報するという規則があることが伺える。

Table 2 より、「未然防止のための声かけ」については未実施企業の平均評定値が高く、未然に万引きを防止することに対して肯定的であり、「被害届の面倒さ」については、実施企業の平均評定値が低く、被害届提出について面倒に感じていないことが分かった。さらに、「万引きされやすい商品の認知」については実施企業の方が、把握していることが示された。未然防止のための声かけが未実施企業の方が高くなったことについては、未実施企業には2015年より第2著者や協力警備会社の方が企業に出向き、店長に対し万引き防止についての説明を何度か行っている。加えて、店長という立場であるがゆえに、『未然に防止』ということが強調された可能性が考えられる。

また、被害届の面倒さについては、実施企業が面倒と感じておらず、すでに、警察や専門的知識を持つ大学の研究員を含む他機関との連携を行っているため、抵抗を感じていないと考えられる。さらに、実施企業は、万引きされやすい商品も認知されていることから、企業内で防犯に対する全体での周知を行っている可能性が示唆できる。なお、「声かけ」、「店員教育プログラム」、「補足の願望」、「あきらめ」、「誤認への恐怖」については両群とも平均評定値3を超えていた。これより、万引きに対する対策として「声かけ」は有効であること、「店員教育プログラム」の必要性を感じていること、万引き犯の捕捉はあきらめていないが、誤認については恐怖を感じていることが両群で示された。

被害届の面倒さについては、様々な要因が考えられる。特定非営利活動法人全国万引犯罪防止機構は全国的に調査を行っている。2016年6月に実施された第11回全国小売業万引被害実態調査分析報告書によると、「万引防止を推進するに際して、困っている点」について、“事件対応に2~3時間かかり業務上の負担であるため、状況により被害届を出さない場合がある”、“被害届を出しても受理されない場合がある”といった回答があることから、商業施設にとって、万引き犯への対応や警察といった他機関と関わることによる時間のロスや負担感は計りしれないことが予想される。これより、本研究の実施企業においては被害届を出すことに面倒を感じていないことから、他機関と良い関係性が構築されていることが示唆できる。

本研究において、実施企業も未実施企業とも、店員教育プログラムには必要性を感じていることから、店舗内で万引き防止対策を行う為には、専門の知識を店内の従業員が身に付けておく必要があると考えていることが推察できる。詳細は記していないが、本研究の回答者は企業の店長、セキュリティ専門部門や、代表取締役といった責任を負う役職に就いている方が多かった。これより、専門や責任を負う役職者の場合、店舗の万引きのホットスポットとなり得る死角は把握できているが、店員への防犯教育が質量ともに十分でないという認識があることが伺える。皿谷・平(2017)にもあるように、店長のような責任的役職者の業務は、防犯対策よりも店舗経営が主であるが、万引きが発生したときの責任も一番感じていることから、防犯対策を重要と考えながらも重点的に取り組むことができない葛藤を抱えて

いることが考えられる。しかしながら、万引きの手口は、日々進化しており、思いもよらない悪知恵を使った手口に、店のマニュアルが追い付いていけないのが現状である（伊東，2016）。やはり、万引き防止対策には店舗や会社のみへの対応ではなく、警察、地域、万引き専門の研究者やコンサルタントなどとの連携を推奨していく必要がある。

前述しているように、香川県では人口比万引き認知件数ワースト1位を受け、香川県は香川県警察本部、香川大学、香川県内の企業が連携し、万引きに対して防止対策を講じている。しかし、どの地域においても必ずしも、このように強い共通認識を持つ確証はない。まずは、企業内での意識を上げる事が重要である（大久保，2013）。そこで、香川県のような強い事例がない地域への万引き防止対策の導入のきっかけとなるように、本研究では安達（1998）の職務内容満足感の測定を行った。要は、万引き防止活動を行う方が、職務内容に満足していれば、企業にとっても対策を導入しやすいと考えた。しかし、Table 3 より、未実施企業の方が職務内容満足感が高いという結果であった。この結果は職位や企業種の違いでの分析は行っていない。今後は様々な要因を考えて検討を行う必要がある。

万引き防止対策は現段階では、店舗内での対策が主である。しかし、店舗内での可能な対策は限られており、あまりにも様々な事を行うと、従業員の負担になり兼ねない。万引きを未然に防ぐことができれば、店にとってもロスが減り、警察にとっても必要以上に時間を割くことがなく、地域にとっても犯罪が生み出されないというように双方にメリットがあると大久保（2015）は述べている。これより、店舗内での対策だけでなく、店員や利用客の意識の変化に基づきながら、地域住民へも働きかけ、社会的絆の構築に重点を置いた万引き防止対策が重要であると考えられる。

【謝辞】本研究はJSPS 科研費 JP16K17350 の助成を受けたものです。調査を実施するにあたり、香川県警察本部、香川大学教育学部 大久保 智生准教授、株式会社 NICCO サポート、アンケートにご回答いただいた企業の皆さま、多くの方にご協力をいただきました。ここに、心より感謝の意を表します。

## 引用文献

- 安達 智子 (1998). セールス職者の職務満足感—共分散構造分析を用いた因果モデルの検討  
心理学研究, 69, 223-228.
- 法務省 (2017). 平成 29 年版犯罪白書 法務省
- 伊東 ゆう (2016). 万引き老人 双葉社
- 警察庁 (2016). 平成 28 年警察白書 警察庁
- 大久保 智生 (2013). 第 1 章 被疑者の分析, 第 4 章 店舗の分析 大久保 智生・時岡 晴美・

- 岡田 涼 (編) 万引き防止対策に関する調査と社会的実践 社会で取り組む万引き防止 (pp. 11-45, pp.119-154) ナカニシヤ出版
- 大久保 智生 (2015). 平成 26 年度 香川・奈良・高知・愛媛岩手県における万引きへの対応と対策に関する調査報告書 平成 26・27・28 年度科学研究費補助金 店舗向け万引き防止プログラムの開発およびその効果の検証 調査報告書 (課題番号: 26380846)
- 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, 112-125.
- 大久保 智生・西村 雅之・松下 昌明・松井 創・尾崎 祐士・藤沢 隆行・時岡 晴美・岡田 涼 (2015). 店舗の万引きに関する知識および意識と防犯対策の検討—中四国地方を対象とした店舗調査から— 香川大学教育学部研究報告第 I 部, 143, 1-10.
- 皿谷 陽子・平 伸二 (2017). スーパーにおける万引き防止対策について (2) -店長と従業員の万引きに対するアンケート調査の比較- 福山大学こころの健康相談室紀要, 11, 43-51.
- 皿谷 陽子・平 伸二 (2016). スーパーにおける万引き防止対策の特徴 福山大学こころの健康相談室紀要, 10, 73-82.
- 皿谷 陽子・平 伸二 (2015). スーパーにおける万引きの特徴 福山大学こころの健康相談室紀要, 9, 55-63.
- 皿谷 陽子・三阪 梨紗・濱本 有希・平 伸二 (2011). 万引き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.
- 全国万引犯罪防止機構 (2016). 第 11 回全国小売業万引被害実態調査分析報告書 全国万引犯罪防止機構

Comparison of Shoplifting Prevention Awareness between Companies Implementing  
and Companies not Implementing Anti-Shoplifting Measures

Yoko SARAGAI Shinji HIRA

In this study, we conducted a questionnaire survey of companies implementing anti-shoplifting measures ( $N=31$ ) in cooperation with other organizations having expert knowledge (police, university researchers, security companies, etc.) and companies not implementing anti-shoplifting measures ( $N=13$ ), and compared their awareness of shoplifting. The findings showed that the mean rating scores for Saying something beforehand and Desire for capture were significantly higher ( $p < .01$ ) among companies not implementing measures. The mean rating score for Bothering to file a police report was significantly lower ( $p < .01$ ) among companies implementing measures, and furthermore, the mean rating score for Recognition of products that are difficult to shoplift was significantly higher ( $p < .05$ ) among companies implementing measures. These findings suggest that companies implementing measures have accepted engaging in anti-shoplifting measures in cooperation with other organizations and are highly interested in creating an environment that makes shoplifting difficult.

【 Key words: shoplifting prevention measures, company, crime prevention consciousness】