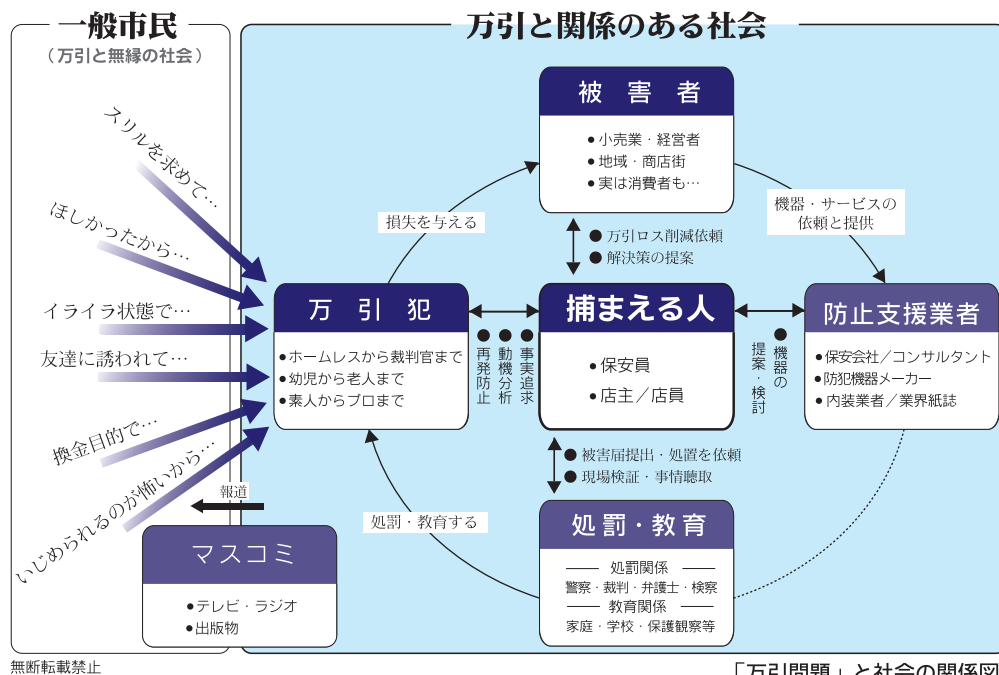


特別企画

「万引問題」物語<第四版>

この物語は「コミーだけの問題」を解決しようとしたら、「お店の万引問題」にぶつかり、さらに「社会システムの問題」が見えてきた出会いと発見の物語です。
生の現場取材で構成された内容は、万引問題解決の糸口として示唆に富むと好評!!
第四版では、最新の使用現場の声を収録!

万引問題は捕まえた人に聞け!!



おかげ様で、第四版の「万引問題」物語ができました

この「万引問題」物語は「コミーだけの問題」を解決しようとしたら、「お店の万引問題」にぶつかり、さらに「社会システムの問題」が見えてきた出会いと発見の物語です。

昔は犯罪問題といえば役所である警察が中心でした。しかし、これからは万引問題を解決するには保安員を中心とした「お店・地域」「警察・教育関係者」「マスコミ・ジャーナリズム」「万引防止機器関連業界」などの社会システムの再構築をしなければいけないと思いました。

この小冊子が万引問題解決のきっかけになってくれたらなによりです。

コミーの物語宣言

コミーは、「共に喜びを味わえる物語」を創るために仕事をしています。

おかげ様で、コミーは設立 43 年。今までやって来た仕事を深く語り合ってみたら、たくさんの物語が生まれました。

コミーが将来どんな物語を創っていきたいのかを考えてみました。コミーの物語シリーズには「デルに学んだ物語」がありますが、これからは、リコーからは「CS」、ソニーからは「ブランド作り」、トヨタからは「現場カイゼン」を学びながら、「コミーの CS 物語」「コミーのブランド物語」や「コミーの現場カイゼン物語」等ができたかなと思います。

今、壁にぶつかっている問題はたくさんありますが、それらが解決したら、「〇〇のブレークスルー物語」ができるかもしれません。一見、平凡に見えることでも、物語のネタになるような気がします。

そして、「共に喜びを味わえる物語を創るために、一緒に仕事にしませんか」と、いろいろな人に呼びかけていこうと思います。

“出会いの喜び” “創る喜び” “信頼の喜び” を大切にしながら……。

これからもよろしく願いいたします。

何をつくっている会社ですか？

昔、「松下電器は何をつくっている会社ですか？」と聞かれ、松下幸之助は答えたそうです。

「**うちは人をつくっている会社です**」と。

また、総理大臣の吉田茂は「総理、あなたはいつも何を食べていますか？」と聞かれ、

「**人を喰っている**」と答えたそうです。

最近、ある大学のインターンシップの発表懇談会で学長から「コミーさんは何をつくっている会社ですか？」と聞かれ、偉大な二人を真似て答えました。

「**物語を創っている会社です**」

「**？？？**」

コミーの物語シリーズ

「万引問題」物語のほかにもたくさんあります

- | | |
|-------|--|
| 出会い | 「日本一の中小企業」との出会いの物語、登場人物の物語、車いす人生の物語、US 物語〈創成期編〉、突っ張り棒の物語、東京都立葛飾ろう学校 衝突防止物語 |
| 創る | 航空業界参入物語、航空業界参入物語 2、「万引問題」物語、ユーロショップ出展記、エレベーターミラー物語、「ラミ」開発物語、切り粉問題物語 |
| 仕組み | デルに学んだ物語、「掃除と分類」の物語、「掃除と分類」の物語（2012 年の報告）、部品番地の物語、ISO 短期取得物語、雨の日の階段問題物語 |
| ブランド | 新社屋建築物語、量の部屋の物語、ブランド物語、環境問題物語 |
| おもしろ話 | はったり写真づくりの物語、「日経新聞全面広告」物語、語呂合わせ物語、給湯室長物語 |

目次

1：大変だァ！これがホントならコミーに未来はない！	2
2：コミーと万引との「出会い」	4
3：ミラーは本当に役に立っているのか？ 現場に聞け！	6
4：「ミラー不要」の社長判断を一転させた人は？	8
5：万引防止のプロ、保安員の驚くべき能力！	10
6：経営者は売ることに専念。商品ロスアウトソーサーに！	12
7：プロは死角の恐さを実によく知っていた！	14
8：『万引問題解決法』の発刊！	16
9：この物語の結論「万引問題は、捕まえた人に聞け！」	18
番外：警察との協力で社会システムの再構築の兆しが…	20

現場に聞く

「万引実験」でついに掴んだ確信！	22
防犯カメラだけでは万引を防止できません！！	25
コミーのミラーは本当に役立っているのか？	26

書籍紹介

すぐ役立つ『万引問題解決法』片手で抱いて片手で殴れ	28
---------------------------	----

産経新聞連載 少年万引モラルハザード

No. 1 書店の苦悩「モラルって何ですか。教えてほしい…」	29
No. 2 脱“性善説” 窃盗団結成、換金目的も	30
No. 3 3人組の供述 犯罪意識なく悪質、巧妙	31
No. 4 大粒の涙 「980 円」で逮捕、罪の重さ自覚	32
No. 5 「割れ窓」理論 良心に訴える防止策も	33

1：大変だァ！これがホントならコミーに未来はない！

書店で万引に関する一冊の本を見つけ、購入した。

その中の一節に驚いた。

その本を手にとったのは、黄色と赤の派手な表紙に記された「万引」「防止」「マニュアル」の文字が目についたためである。これまでも万引関係の本を見かければ必ず購入してきたが、この本も「お客さんの参考になるかもしれない」、そんな軽い気持ちで購入した。

会社に戻り、たまっていた仕事を片づけた後の一服ついでに、その本を開いた。

パラパラと頁をめくった。従業員の不正問題なども含め、小売業の「ロス」管理の視点で書かれている本のような。3分の1ぐらい読み進んだところに、万引防止の装置や機器の項があり、防犯ミラー、監視カメラ、タグセンサー方式などの活用方法が書かれていた。さて、ミラーの効果についてはどのように書いてあるか。

びっくり仰天！ そこに書かれていたのは、防犯ミラーの効果、活用法どころか、「効果がない！」「悪いほうに活用されている！」と言わんばかりの文章であった。

●「効果がない！」としたら、なぜこんなに売れてるの？

とにかく驚いた。この本を読む前に片づけた仕事も、新たな防犯ミラー導入の大きな商談であった。そのミラー導入も実際には無駄だということか。

すぐにこの本のことを会社の人々に伝えた。「よく言うよな」「現場を知らないんじゃないの」。それが大方の反応であった。当然である。みんな、防犯ミラーの仕事で大忙しの毎日を送っている。もしミラーに効果がないのなら、そんなに売れるはずがないじゃないか。また、つい最近、半年間の現場調査の結果を基にした防犯ミラーの効果を解説した資料「Q & A」ができたばかりだった。

ひとしきり、この本に対する罵倒、反論の嵐が吹きあれた後、ひとりの社員がこう言った。「もしかすると」と。「もしかすると、本当は効果がないのに、自分たちも含めみんなが効果があると誤解して売れているのかもしれない」と言うのである。この発言で、みんなの熱くなっていた頭が少し冷やされた。

そう言われてみると、防犯ミラーのメーカーといいながら、その効果や活用方法について、誰にも負けなと言えるほどに研究してきたのだろうか。売れているから効果があるのだろうかとの思いこみがなかったのだろうか。しかし、そう反省しつつも、納得がいかない。もしミラーの効果がないとしたら、コミーの防犯ミラーがここまで伸びるわけはないのである。また、もし効果がないのならば、そうしたものを今後も売り続けることなど、とてもできない。それはお客様を裏切ることになる。

●噂話によって、その存在をおびやかされる？

もう一度、その本の文章を読み直した。概略、次のような文章である。

『防犯ミラーはそれほど値段が高くないこともあって、かなり普及しているといえる。だが、これが現状の万引防止に効果を上げているかといえば、正直なところ効果が上がっているとは考えられない。(中略) これを活用するためには、販売員がお客とミラーの双方に気を配り、目配りする必要があるのだが、そんなことをしている販売員を見かける方が少ない。逆に、万引犯がミラーで販売員の動きをチェックしてタイミングを狙っている。悪い方に活用されてしまっているのが現状なのである』

まあ、あえて著者の側にたって読みとれば、防犯ミラーに罪はなく、ミラーへの目配りなど、販売員がこれを活用していない現状を書いた、ということになるのかもしれない。しかし、防犯ミラーの導入を考えるお客様がこの本を読んだらどうだろう。「なんだ、ミラーは効果なしか」と思わないだろうか。

世の中の商品の中には、その姿を消していくものも多い。たとえば下駄なども、普段の暮らしの中でみかけることは少なくなった。こうしたものは、一個人、一企業がどうこうしたところで変えることのできない社会全体の変化である。しかし、あまり根拠の無いイメージや噂話によって、その存在をおびやかされるの

は何とも悲しい。コミーの防犯ミラーがそのような運命を辿ってはたまらない。あらためてそう思った。

●まずは著者に抗議文を送った。返事はなかった

我々は、防犯ミラーの効果や活用方法について、あらためて利用現場で確認することを決めると共に、本の著者に抗議文を送ることにした。

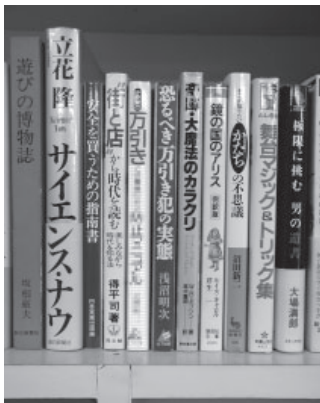
抗議文は大意、次のような内容であった。

『〇〇先生 はじめまして。ご著書を読ませて頂きました、大変勉強になりました。

実は、私共はショップ用の防犯ミラーを売り出して 20 年近くになります。その間、販売量は増加し続け、現在もさらに増えている状況です。しかし最近、監視カメラもどんどん高性能になると同時に安くもなっており、もうミラーの存在価値はどんどんなくなっていくのだろうか、との不安もありません。しかしその一方で、それならばミラーはなぜ売れ続けるのだろうかとの疑問もわいてきました。そこで約半年間にわたり、現場を調べ続け、やっとできましたのが、別紙同封の「Q & A」です。私共の調査では、ミラーは、監視カメラと比較するものではなく、かなり存在価値があるということがわかりました。この点、本の〇〇ページに書かれていることは誤解されやすいのではないかと思います。「お店の死角をなくす」というミラーの用途はまだ増えると思います。近々、また新商品を発表します。今後とも宜しくお願いいたします。』

読んで頂けたのかどうか。著者からの返事はなかった。

読者のみなさんは、「何を大げさな」と思われるかも知れないが、我々にとって、この1996年9月の出来事は、コミーが防犯ミラーを手がけることになってから19年目のまさしく「大事件」だったのである。



コミーの書架には今も「例の本」が…。
(モザイク処理しております)

2：コミーと万引との「出会い」

遊び心の回転ミラックスの試作品を展示会に出してみた。

大量注文が入ったが、その目的が「万引防止」だったとは…。

前頁の「大事件」のその後を語る前に、コミーが防犯ミラーのメーカーとなった経緯をどうしても紹介したい。

1977年。当時、コミーは看板業を営んでおり、「回転看板」というものを売り出して好評を得ていた時期である。

そんな折、「これが回転看板につけられないか？」と言ってアクリル性の凸面ミラーを置いていった人がいた。これも回せば面白いかもしれないと思い、サンドイッチのようにふたつ貼り合わせて、小型モーターで回転させてみた。すると、なんだか面白い。そこで、この試作品「回転ミラックス」を展示会「JAPAN SHOP' 77」に集客用ディスプレイ用品のつもりで出展してみた。ほんの遊び心からだったのだが、これがなかなかの評判だった。

●一度に30個の注文。一体、何に使うのだろう？

そんな中、一度に30個の注文をしてくれたところがあった。それが、スーパー白菊さんであった。

白菊さんには、新商品の開発などでユーザーの立場からの様々な貴重な意見を頂くなど、いろいろとお世話になっているが、これが初めての出会いであった。

そんな数の注文があるなどと期待していなかったのも、あわてて友人に相談し、生産方法なども工夫して1カ月後に無事納品できた。当時はそんなに売上げも大きくなく、お金のない頃だったので、納品時に代引きで頂戴した30個分のお金は大変ありがたかった。

その事はしばらく忘れていたのだが「一体、何に使っているのだろうか？」と気になった。モノの本に「購入者に聞け！」と書いてあった。それで勇気を出し、納品から数ヵ月後に恐る恐る白菊さんを訪ねた。「あんなものいらなかった」と言われるかもしれないと思いながら……。

そしてその日、スーパー白菊さんから聞いた話には本当に驚いた。回転ミラックスの使用目的は「万引防止」だったのである。

●知らなかった！華やかなお店の裏では、こんなに万引に悩まされているのか！

白菊さんはいろいろと教えてくれた。我々は、まさか自分たちが作ったミラーが万引防止に役立つなどと考えたこともなかったのも、初めて聞いた万引の話は、その一つひとつが大変に興味深いものだった。

華やかに見えるお店の裏では「万引」で悩まされており、回転ミラックスがいかに役に立っているかを白菊さんは熱っぽく語ってくれた。小売業の方々がいかに万引防止に苦労しているか、その実態などはあらためて紹介するつもりだが、まさに「万引犯との熾烈な闘い」とでもいうべきものである。

さらに白菊さんは、他のチェーンストアなど仲間の方々も紹介してくれた。コミーにとって白菊さんは、万引の現場に目を開かせ、新たな市場への扉を開いてくれた大恩人なのだ。

●我々のミラーは防犯カメラに淘汰されてしまうのか？！

回転ミラックスがきっかけとなり、コミーは、受注生産の看板業の世界から脱皮し、商品開発型のミラーのメーカーになっていった。

回転ミラックスは市場の評価を得た（注）が、我々に悩みや迷いがなかったわけではない。

そのひとつが、回転ミラックス優先の単品集中型でいくのか、多品種対応型でいくのかということである。

いろいろ考えた結果は、「コミーはものづくりの好きな会社」ということであつた。お客様の求めること、死角をなくすための道具をつくるメーカーとして、要望に応じてとにかく作ってみよう！

こうしてコミーは「死角を生かす気くばりミラー」のメーカーとして、多くの商品を生み出した。しかし、

（注）回転ミラックスは「JAPAN SHOP」出展ごとに売上が増え、知名度も向上して、1981年に「東京都輸出優良商品」、1982年にはギリシャ「セサロニキ国際展示会」にて「出展名誉賞」を受賞するなど、市場の評価も定まり、現在までに至るロングセラー商品となった。

もうひとつの悩みができた。それは防犯ミラーの将来性であった。

回転ミラックスをはじめ、コミーの防犯ミラーの業績は順調に推移していたものの、その一方では監視カメラが普及し始めていた。店舗内にカメラを設置し、その画像をモニターしたり、録画するシステムである。この監視カメラ市場に大手メーカーが参入したこともあり、銀行の店舗やキャッシュコーナーでの導入をはじめとして、小売業での導入も一気に進んだ。このまま監視カメラの普及が進んでいけば、我々のミラーが不要になってくるのではないかと心配があった。

しかし、ミラーの売上は減少するどころか、むしろ増加し続けたのである。この現象自体はうれしいものの、その背景や理由がわからない。カメラとミラーの両方を設置している店舗も増えてきたように感じる。

もしかすると、チェーンストアの店舗設計マニュアルの変更が間に合わず、カメラとミラーの併用が惰性で行われているのかもしれない。マニュアルの改訂が進んだとたんに、ミラーの売上が激減となるのではないか、などと不安を持ち始めるとキリがない。

そこで、当時の一番のお客様であった大手コンビニエンスストアの店舗設計担当者に恐る恐る聞いてみた。「もしかして惰性で？」。

●役に立たないものを使い続けるわけがないじゃないか！

答えは、「バカ言ってんじゃないよ！」だった。

「競争が厳しくて、我々もお店も、無駄なお金は一円でも減らそうと必死なんだ。いくら仕事が忙しくたって、余計なモンなら、今すぐにでもマニュアルから削ってるよ」と言うのである。

さらに「定期的に加盟店さんの意見を聞くシステムもあり、アンケートをとったりしてるけど、ミラーがないと困るという意見が強いんだよ。だから我々も設計に入れてるわけ」。

ホッとさせてもらった上に、また勉強させてもらった。つまり、カメラとミラーの役割が違っていただのである。

カメラは、店長がバックヤードでモニターを見て、万引防止やお店の混み具合、アルバイト・スタッフの勤務状況の把握のために使われる。また記録性があるので、万が一の強盗犯等への対応にも有効である。

一方、ミラーはレジやフロアのスタッフが、棚の裏側など、死角となるエリアをその場で確認するために必要だったのだ。

効率的経営を重んじるコンビニで防犯ミラーが採用され続けているのは、店舗における防犯ミラーの有効性の証明材料とっていいだろう。

もし、前回紹介した本の著者が言うようにミラーの効果がなかったり、万引犯を助ける効果を持っているとしたら、とうの昔にコンビニからミラーが消えていたのではないだろうか。



右上の回転看板が縁で立ち寄った人がいた
(1977年頃の当社)



発売当初のミラックス。

3：ミラーは本当に役に立っているのか？ 現場に聞け！

「もし、役立っていないなら売るな！」「役立っているなら大きく叫べ！」

結果は……。

防犯ミラーが万引防止に効果があるというのが、もし誤解だったとしたら！もし本当に効果がないのなら、今後も売り続けたとしても将来の売上げは激減するだろう。この疑念を払拭するためには、実際に防犯ミラーを使っているお店に聞いてみるしかない。

そのために、お店の訪問も当面は営業目的よりも、この防犯ミラーの効果の確認を優先するよう全員に徹底させた。「売上げが一時的に減っても、ここはやせ我慢」と腹をくくった。

現場にとことん聞いて、もし役に立っていないなら売のをやめよう。だが、本当に役に立っていたら、今まで以上に声を大にして叫ぼう！

このように思い切ったのには訳がある。コミーの経営方針「コミーの考え方」の第一番に「相手の役に立つ」ということで次の内容を掲げているからである。

相手とは、得意先であり、仕入れ先、社員相互などである。

関係するものは、対立するものではなく、共存するものとする。

得意先の役に立つことを常に考えていれば、必ずや相手の信頼を得られる。

会社と社員の関係においても、双方が常に相手に役立つことを考えていれば、共に成長発展する。

つまり、防犯ミラーが実際にお店の役に立っているかどうかということは、コミーの経営の根幹に関わる事と考えたのである。

●「万引犯をいつも捕まえる店」もあれば「万引問題に関わりたくない店」もあった

お店を訪ね、現場の話を聞くうちに様々なことがわかってきた。

まず、万引防止に対する姿勢は大きくふたつに分かれた。

ひとつは、万引防止対策に非常に熱心で、実際に万引犯を捕まえたことも多くあるお店。もう一方は、万引問題にはできれば関わりたくないというお店である。まるで「臭いものに蓋」というような感じで、もちろん万引犯を捕まえたことなどもない。

万引されていることを知りながら、なぜその防止に消極的なのか、不思議に思う読者も多いだろう。それには理由があるのである。まずは犯人を捕まえることの難しさと恐さがある。

抵抗されることを想像してみたい。相手が力のない年少者とは限らないのである。そして、もし捕まえたとしても、その処理をどうするか。話を聞いて、もうやるなと言って放免するのか、警察を呼ぶのか。警察を呼べば呼んだで、事情の説明などで時間を取られる。等々。

これに費やす時間、人件費、そして心理的な負担が相当なものであることも事実なのである。

●万引でつぶされる店が現実にある！

万引防止に積極的ではない店の経営者は、損害を承知でただ放置しているのではないだろう。万引で失うものと、万引防止や犯人を捕まえた際にかかるコストを秤にかけているのだろうか。

もしそうだとすれば、重大な落とし穴がある。それは、お店が万引で失っている金額がどれくらい大きいかは実際にはわからないのである。万引対策を積極的におこない、その成果に触れて初めて、失ってきたものの大きさに気付くというのが実状である。

万引犯は、その店が盗みやすい店と知ると、連続して盗む。そしてその情報はすぐに他の仲間に伝わり、狙われるのである。

前回ご紹介したスーパー白菊さんの店長、加藤さんがこう話していた。

「〇〇にオープンしたあの〇〇が、間もなくつぶれました。原因は万引です」とのこと。

●万引かどうか疑心暗鬼にならず、レジに集中できるんだよ

幸いなことに、既にミラーを導入し活用しているところでは、その効果や成果について話を聞くことができた。役立っているという話を聞くと、正直ホッとしたし、うれしかった。

東京都内の薬局で、売場面積当たりの収益が高く、業界内で知る人ぞ知るというS薬局でも、万引に悩まされていた。たとえば、高額な栄養ドリンク剤のコーナーは、どうしても死角となってしまうために、万引が多かった。

外箱は残っているのである。つまり中身のドリンクボトルを抜き取る万引である。そしてその対策として、ミラーを取り付けたところ、被害が減って大変助かったという。

上越地方のコンビニエンスストアではこんなこともあった。

新幹線の高架下にあるその店は、有力チェーンの店であるが、マニュアルで決められたもの以外にもミラーを取り付けていた。聞いてみると、オープン時にはマニュアル通りのコーナー2カ所に付いていたが、もっと欲しくなったという。そして店の中央部の死角をなくすために、ドームミラーを2カ所追加したとのこと。「ここに来て見てごらんよ」と言われレジの中に入ってみた。「今、あそこにしゃがんでいる人は、何も悪いことをしていないことがすぐにわかるでしょ。万引かな？と疑心暗鬼にならず、レジに集中できるんだよ」。

本部指導の徹底しているチェーン・ストアで、さらにミラーを追加している現場を見て、本当にうれしかった。

●店舗のトップは、万引の現場をどれだけ知っているのだろうか？

10年前にコミの防犯ミラーを購入してくれた店から連絡があった。

ミラーの位置を一カ所だけ変更してくれないかとのことである。この店は、東京都内の問屋街に何店舗も展開する有名店である。

早速訪問し、ミラーの移設をした後、パートタイムの女性がいろいろな話をしてくれた。

売場で、自分を万引犯に見立て「ほら、ここでこうやってしゃがんで袋に入れちゃうんですよ。あなたの位置からミラーを使えばよく見えるでしょ」と身振り手振りもまじえて説明してくれた。

今回のミラー移設も、現場の工夫でこうしたいという要望によるものだった。その女性は最後にこう付け加えた。「いつも上の人に、防犯ミラーをもっと付けてくださいと、みんなで申請しているんですけどね……」。

その話を本部の担当者に伝えたところ、「昔はよくミラーを付けたが、社長判断でこれ以上増やさないことにした」という。

その理由は、お客様は神様だから、監視するようなものをつけて店舗イメージが悪くなることは避けたいということらしい。その担当者は、ミラーの効果について現場の声を聞いているらしく、そのいきさつを少し残念そうに語っていた。

売場をあずかる店長や販売員には、大切な商品をみすみす万引されるのはどんなにか悔しいだろう。しかし意外な事に、その万引防止に消極的な経営者も多いのである。



店を訪ね、現場の話を聞くうちに様々なことがわかる

4：「ミラー不要」の社長判断を一転させた人は？

コミーがミラーの効果を数値化できない理由は？

ミラーの導入の多くは社長の判断。それを変えさせたのは？

ミラー導入の効果を数字で示してくれと言われることがよくある。現場担当者がミラーの効果を理解していても、社長への提案には費用対効果の数字が必要だというわけである。

しかしコミーは数字を出さない。いや、出せないのである。その理由は次のようなことである。

○万引以外の商品ロス要因

商品ロスは、万引ロスの他にも、内部不正（内引き）や廃棄ロス、値引きロスなど複数の要因で発生しており、万引単独のロス把握は難しい。また、商品ロスを確定するための棚卸し自体の精度の問題もある。

○複数の万引防止機器の相互関連や効果変動

防犯ミラーを積極的に活用している店は、ミラーに加えてTVカメラや防犯ゲート・タグなども使用していることが多く、ミラー単独の効果を把握しにくい。さらに問題を複雑にしているのは、導入効果のデータをとる期間をどれくらいにしたらよいのかという問題である。あるショップ（お店）では、TVカメラを取り付けた後、しばらくは効果が上がったが、半年もすると、また元のロス率に戻ってしまったという。

機器により初期効果が現れやすいものとそうでないものがあるらしい。こうしたことを考えると、短期間のデータをとって「このように効果がありました」などと軽はずみなことは言えない。



大型書店での防犯ミラー設置例

○顧客店舗データ公開の難しさ

仮に万引防止効果の数値が得られたにしても、それはお客様である店舗の貴重なデータであり、その社名、店舗名を明らかにすることはできないだろう。そして出所が明らかでないデータでは信用してもらえないだろう。

●何よりも大事なのは、万引防止にかける人の熱意と教育だ！

以上が、コミーがミラーの効果を数字を出さない理由、出せない理由である。

これに加え、忘れてはいけないもっと重要な要素がある。それは「人」である。

どんなに防犯設備を充実させても、「万引を許さない」という店の現場と経営者の強い意志がなければ、万引を減らすことはできない。そして、ミラーをはじめとする防犯機器は、あくまでその人たちの道具にすぎないのである。機器を導入しての効果、数字に最も影響力があるのは「人の力」、その道具を利用するノウハウや教育システム・指導力であるからだ。

そうした能力のすぐれた店の好数字・好結果を、ただ道具の導入効果として示すのは、やはりおかしい。

このように万引防止効果を数字にすることが難しいため、大手小売業にしても、数字を基にした検討というよりも、トップの判断でミラー導入の可否を決定していることが多いようである。

10年以上前のことだが、ある大手小売業A社は、「ウチの偉い人が決めた」という。そしてそのライバルB社に聞くと、トップの「みっともないから使うな」という方針で導入しないとのことだった。

つまり、ミラーを使うも使わないも、経営者の考えひとつ、といったところがあるようだ。

●社長の「ミラー不要」判断を一転させたのは、保安会社の要望だった！

数年前のことになるが、都内の大型書店の総務課の方から電話があった。

書店は万引被害の多い小売業であるが、その店舗は都内でも有名な店であり、コミーとしても是非ミラーを

導入してほしいと思っていた。そして、我々はもちろんのこと、代理店の人もたびたび営業に訪れていたものの、社長判断でミラーは使わないとのことだった。

そのお店から声がかかったのである。良い話だと思いつつも、これまでの営業が不調であったことを考えると、楽観はできない。

期待と不安を胸に抱きつつ同店を訪ねた。

すると、その総務課の担当者は「この店に最適なミラーを選んで提案してほしい」というのである。喜んだというよりは、まずは驚いた。社長判断が変わったとでもいうのだろうか。担当者は続けた。

「当店の万引防止をお願いしている保安会社から、店内にどうしてもミラーが必要だと要望があったのです。前にも言ったように、方針としてはミラーを付けたくないのですが、この保安会社には全幅の信頼を置いており、そのたつての希望ということで社長のOKも出ました。今すぐその保安員の方を呼ぶので、どのようなミラーが良いのか相談の上で決めてください」

●保安会社、保安員の仕事とは

保安会社を知らない方も多いのではないだろうか。

制服などを着て会社の玄関などに立っている人は警備会社のガードマンである。一方、保安会社からお店に派遣される保安員（会社によっては保安士と呼ぶ）は、私服で店内を巡回、万引犯を捕まえることによって「万引問題」をなくすプロである。

総務の担当者から呼ばれてやってきた保安員 Oさんは、かなり年輩の女性で、一緒にフロアを回った時には、階段を上るたびに両肩を上下させ息をきらせている。本当にこの方が万引犯を捕まえたりするのだろうか。正直、そう感じた。

しかし、Oさんと話をしてみても、息をきらせていた理由がわかった。ここに来る直前、万引犯を一人捕まえたばかりだったのだ。

50歳前後のかっぷくのいい紳士（のように見えた万引犯）が、画集などの豪華本数冊を万引する現場を確認した後、追跡して捕まえ、警察に引き渡したという。

Oさんからは、売場で実際に万引防止をおこなう立場から、この店舗に必要なミラーの条件などを詳しく聞くことができた。おかげで、この店舗にコミーの最善のミラーを提案、導入してもらうことができた。

この経験を通じて、保安員の方々が、お店の経営者や販売員以上に、防犯ミラーをまさに死角をなくす道具、必需品として活用していることを知ったのである。

●万引防止のプロ集団との出会い

Oさんもかなりのベテラン保安員であったが、その上司である統制指令長は、さらに“凄腕”で、この大型書店にミラーの導入を強くお願いしたのも、その統制指令長であるという。

また、この女性指令長は、第42回江戸川乱歩賞受賞のミステリー小説「左手に告げるなかれ」（渡辺容子著）のヒロインのモデルにもなったという。

早速この本を買い求めた。本の帯には、「スーパーの万引捕捉に賭ける女性保安士が巻き込まれた殺人事件！」と書いてあった。

この小説には、スーパー、コンビニの万引の実態と、それと闘う保安員の姿が生々しく描かれていた。

我々が「現場に聞け！」という時、お店の担当者、販売員の方を念頭に置いていたが、保安員は万引犯を捕まえているだけに、まさに生々しい「現場中の現場の人々」であった。

万引問題について語れる人は山ほどいた。我々でも語るができる。しかし、それは推測の域をなかなか出ない。我々は、何とかその統制指令長の話を聞きたいと思った。

この保安会社はC社、そしてその統制指令長の名は、安藤利子さんである。そして1998年9月、その願いが叶うこととなった。

5：万引防止のプロ、保安員の驚くべき能力！

我々の思いがやっと実現し、安藤さんがコミーに来てくれた。

「あらゆる人が万引します。例外はありません」安藤さんは、静かに語り始めた。

1998年9月9日、超多忙な中、C社の安藤さんが、保安部長の森さん（注）と一緒にコミーを訪ねてくれた。安藤さんについては「怪しい人がいれば鳥肌が立ち、万引犯を一発で見分けることができる超ベテラン」と聞いていたが、実際の安藤さんはまったく違った印象であった。

〔注〕安藤さん、森さんは、現在はC社を退社されています。

小柄でもの静かな方で、世間話は一切せず、我々のいろいろな質問にひとつずつ丁寧に答えてくれた。

安藤さんは、「まさかこんな人は万引しないだろうとか、あんな立派な人が万引なんか……といった先入観は、万引防止の現場ではまったく通用しません。今は、お客さんだけではなく店員さんも、若い人だけではなくお年寄りも、そしてよく知った常連さんまで、あらゆる人が万引します」と話してくれた。

外見ではわからない、あらゆる人が万引する可能性があり、例外はないというのである。

続けて「私たちは確かに万引犯を捕まえますが、それはあくまで万引防止という目的のための手段に過ぎません」という。つまり、万引犯を捕まえるのは、二度と繰り返させないようにするためなのである。



保安員の安藤利子さん

●並の能力ではつとまらないプロ保安員の世界

「不審者の発見能力」「記憶力」「集中力」「観察力」「説得力」……。 「万引犯をどうやって捕まえるのか」という問いに、安藤さんは順序だてて答えてくれた。その内容を簡単にまとめ紹介する。

1：不審者の発見

大勢の客の中から怪しい人を見つけてことができなければ、それだけで保安員失格。仕事が始まらない。

安藤さんは、勘と洞察力で一瞬にしてわかるという。まさに「鳥肌が立つ」とのこと。森部長などは「何度、同じ現場にいても、さっぱりわからない」という。この仕事は、経験や教育もさることながら、かなりの資質も求められるようだ。

2：着手

次に不審者の動きを追って、相手に気付かれないように尾行する。

そして商品を手にする瞬間を自分の目でしっかりと見届ける。「着手」と呼ぶ。この時点では万引するかどうかはわからない。保安員は、不審者がどの場所で、何を手に取ったか、その後どうしたかをしっかりと記憶していなければならない。それが、何点もの商品に及ぶという。しかもその時の犯人のしぐさまで再現する事ができるというから驚きだ。その記憶した内容で、他の店で買ったなどとの言い逃れに反論するのだ。

3：現認

着手の後も観察を続け、不審者が商品をカバンやポケットに入れるところを確認する。「現認」という。

現場確認という意味合いだろうか。まさに万引の瞬間である。しかしこの段階でも保安員は観察を続ける。レジでちゃんと勘定を済ませる可能性もあるし、捉えた後に「ちゃんとレジに行くつもりだった」と反論されることもあるからだ。その後、その人がどこへ行くのか、レジを通るのかどうかを確認するための尾行を続ける。

4：未精算確認

次に、不審者が隠した商品の代金を支払わなかったことを確認する。万引犯は、万引商品を隠してレジに行き、他の商品の支払いをすることもあるからやっかいだ。店を出るまでは、精算の意思があるかないかを100%明確にすることはできないのだ。万引犯の中には、店外に出て「外の車に忘れた財布を取りに行くつもりだった」と強弁する者もいるという。

5：声掛け・万引犯確捕

万引犯が店から道路に出たところで保安員が前に回って、声をかける。「お客様、精算が済んでない品をお持ちではありませんか」。保安員が「確捕」と呼ぶ犯人捕捉の瞬間である。前に回るのも、逃げようとする犯人を制するためである。決して「お客さん、万引しましたね」とは言わない。彼らは、いろいろな言い訳をするし、万が一、名誉毀損などと言われては大変だ。盗んだものを確認し、本人に犯行を認めてもらうまでは、一応はお客さんという建前である。デパートなどでは、応接室みたいな個室で対応するともいう。確捕の後、事務室や保安室などに連れていく途中も油断できない。保安員の一瞬のスキをついて商品を捨てたり、通りすがりの棚に置いたりして犯行をごまかすことがあるからだ。

6：処置

確捕の後に万引犯に犯行を認めさせ、場合に応じては学校に連絡したり、親を呼んだり、警察に引き渡すなどの処置をおこなう。これらのどの過程においても、一瞬でも目を離したり、観察の空白があつてはならない。並の集中力ではない。相手に気付かれず一部始終を見届け、さらにそれを記憶しておく必要があるのだ。万引犯の様々な言い逃れに対しての反証、警察に対しての状況説明のためである。相手に気付かれないための「演技力」も必要だ。保安員は、ある時はふだん着の主婦のように、ある時はお金持ちの奥様風にと、客層に応じた服装としぐさで売場に溶け込むのだ。

不審者の発見から確捕まで、平均すると一時間くらい。緊張に満ちた尾行が数時間続くこともまれではないという。警察に引き渡し、一件落着くまでさらに数時間かかるという。

我々はこうした話を聞いて、大変なノウハウを教えてもらったような気がした。しかし安藤さんは、「どうということのない当たり前の話」だという。話してくれた内容は、あくまで初心者用の基本であつて、万引のプロなどに対しては、もっと奥の深いノウハウを駆使して対決しているのだろう。

●犯行を100%確実に証明できなければ店の信用問題に！

「私たち保安員が一番恐れるのは、誤認です」と安藤さんは言う。

保安員にとっての「誤認」とは、万引を立証できないことである。犯行を100%確実に証明できなければ店の信用問題になってしまうのである。そのため、一瞬でも見落としがあつたり、自信が揺らぐときは尾行をやめるといふ。

安藤さんは、「一番悔しいことは？」との質問に、「犯人を捕り逃がした時です」と答えた。これは逃げられたというよりも、間違いないと思いつつも、あきらめざるを得なかったことを言っているのだろう。

しかし、犯人を捕り逃がしても、成功に味をしめた犯人は必ずまた来店する。その時にはさらに慎重に尾行し、必ず捕まえるという。午前中に見逃した犯人をその日の午後に捕まえることもあるという。我々からすれば、何も同じ日に来て捕まらなくてもと思うが、万引犯からすれば、まんまと成功した店でもうひと稼ぎという気持ちになるのかもしれない。

安藤さんは「どんな大物のプロでも必ず捕まえられる」と言い切る。言い訳のきかない厳しい現場の中にあつて、この自信と確信を大勢の部下に教え、伝えているのだろう。

●「ここにミラーがあつたらなあ！」保安員の悔しい思い

保安員は、尾行の途中で「ああ、ここにミラーがあつたらなあ！」という悔しい思いを何度も味わうという。

尾行は、相手に意識されないよう、不審者の顔はほとんど見ず、顎をさげておこなう。その保安員にとって、相手の手元が見えるミラーがあればどんなに助かるだろう。

保安員は、店内の防犯ミラーはもちろんのこと、普通の鏡や手持ちの手鏡、コンパクトなどあらゆる鏡を使って、万引犯を追うのだ。場合によっては、什器やガラス面に映りこむ犯人の動きなども利用するという。

それだけに、ミラーの特性も熟知している。安藤さんの話は、プロ中のプロの話だけに奥が深く、ミラーの特性についても「ミラーに映った像が大きくなる時は……。小さくなる時は……」などと、はじめは禅問答みたいに難しかったが、話を聞いている内に、だんだん理解できるようになった。そして、その内容がわかるにつれ、メーカーである我々も意識していなかったミラーの特性を熟知し、活用していることに驚かされた。

●真のユーザーに出会えた喜び「ここまでミラーを使いこなしてくれていた！」

前回紹介した大手書店でのミラー導入希望も、こうした保安員の切実な願いからだったのだ。ここまでミラーのことを深く知り、使いこなしてくれていたのか！

そして、我々の「ミラーは万引防止に本当に役立っているのか？」という問いに対する明確な答えも得ることができた。日々、万引防止に全力であたっている保安員にとって、防犯ミラーは必需品だったのである。すぐれた保安員ほど、ミラーを自分の道具として使いこなしている。

我々はメーカーとして、真のユーザーに出会えた喜びを感じた。

「ミラーは役立っていますか？」と聞いた相手は…ミラーの真のユーザーの発見は容易なことではありませんでした。店員なら誰にでも「このミラー役立っていますか？」と聞いたところ、「見てないよ」とか、明確に答えてくれずにガッカリしたこともありました。お店の経営者がアルバイト店員の万引(内引き)にも神経を使っている聞いたのはその後のことです。店員の中でもミラーのユーザーはわずかもかもしれません。ミラーの設置目的が万引防止にあるならば、万引犯を捕まえる人が真のユーザーでした。

6：経営者は売ることに専念。商品ロスはアウトソーサーに！

保安員は能力と使命感がなければつとまらない。

虚飾など一切ない安藤さん、森さんの話に感銘。

コミーを訪ねてくれた安藤さんは、話の最初に「私たちは確かに万引犯を捕まえますが、それはあくまで万引防止という目的のための手段に過ぎません」と語った。そして安藤さんの話を聞いていくうちに、安藤さんの深い思いが我々にも伝わってきた。「私たちの目的は、万引のできない店にすることです。そして、犯人にもう絶対しないという気持ちを持ってもらうこと。私は万引によって、犯人の過去、将来のすべてをダメだと否定する気はまったくありません。ただ、その人たちが人生の道を踏み外さないよう祈るような気持ちなんです」

安藤さんたちが目標にしているのは、大勢の万引犯を捕まえて、その実績を誇るのではなく、万引しようという気持ちを持たせない店の実現なのだ。万引がなく、捕まえる必要もないお店である。

●使命感がなければ、保安員はつとまらない

万引しやすい店というのは、ある意味で犯罪を生み出しているともいえる。

万引は、その味をしめるとエスカレートして繰り返されるという。もし小学生が万引をして、捕まえられずに何度も繰り返すようになってしまったら……。

保安員が、お菓子を万引した小学生を捕まえたものの、「とんでもないことになってしまった、どうしよう」と泣き叫ばれ、「捕まえなければよかった」と思うこともあるという。

保安員は毎日、そのような現場に立ち合っているのだ。「捕まえることは万引した人のそれからの人生のためにも良いことなんだ」という使命感がなければ、とてもつとまらないだろう。

●保安員と警官との違いは？

昔、ある政治家が「猿は木から落ちても猿だが、代議士は選挙に落ちたらただの人」と言ったとか。それならば、「警官は泥棒を捕まえられなくても警官だが、保安員は万引犯を捕まえられなければただの人」である。ここに、保安員の仕事の厳しさがある。そしてまた、警察の犯罪検挙率が低下している問題も、この辺の意識の違いが背景にあるような気がする。

●大手警備会社が参入しない理由は？

森さんによると、高度な特殊技能を要求される保安員の道は厳しく、百人余りを採用しても残るのは数えるほどだという。話を聞くと、確かに誰にでもできる仕事ではない。観察力、記憶力、説明力、集中力、使命感、そして危険から身を守る技術、等々。それだけに、C社では教育にかなりの時間をかけるという。

C社では約150人の保安員を擁し、私服保安員の数では業界トップとのことだ。

大手警備会社は制服着用のガードマン派遣はおこなうが、これは万引抑止を目的としており、犯人を捕まえるノウハウはないらしい。

私服保安の分野に大手が参入しない理由は、特殊技能者としての保安員の教育が大変なため、企業としての生産性が悪いからとのことである。

保安員の能力の有無を見極め、教育していくノウハウや時間を考えると、大手参入の難しさも納得できる。安藤さんは、一瞬にしてスタッフの素質や才能を見極める能力と教育力を持っているのだろう。

●小売業の経営者は、万引対策に頭を悩ますことなく、売ることに専念できる

C社は、万引防止だけを業務としているのではなく、お店の「商品ロス」のトータルな削減を業務にしているとのこと。つまり、万引ロスだけではなく、内引き（社内不正）や管理ロスも合わせて削減するのだ。

万引ロスは、安藤さん以下の保安員の人たちが担当するが、内引きや管理ロスは森さんが担当して主に社員教育の徹底によって改善するという。

前にも述べたように、ミラー単独の万引防止効果については数字を出せない。しかし、C社では、商品ロス全体を削減し、その効果の数字をはっきりと出せる。お店側は、削減効果の明確な数字があるため、安心して商品ロス対策をアウトソーシングできる。小売業の経営者は、万引対策に気を使うことなく、売ることに専念できるわけだ。

ただこれは、業界全体がそうだというわけではなく、C社のユニークさということらしい。

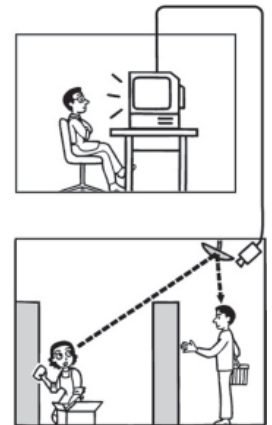
●「TV カメラは保安員にとって、あまり頼りにならない」との話に驚く！

森さんによれば、万引防止の手段、方法も、お店の条件などによって柔軟に対応するという。予算・投入コストの計画に照らして、保安員の人員数、カメラ、ゲート、ミラー等の設備規模の適切なバランスをコンサルティングした上での対応だ。場合によっては、ミラーの新規設置だけで、保安員は使わずに社員のみの対応を進言することもあるとのこと。

森さんは言う。「TV カメラは、導入直後は効果があるものの、すぐにロス率が元に戻ってしまうようです」。

安藤さんも、「保安員にとってはあまり頼りにならないんですよ」と語る。

「TV カメラで万引現場を発見しても、現場に着くまでの空白時間を考えると、怖くて声をかけられません。もし間違ったら大変ですから。また、モニターを見る人と現場の人との連携というのも実際には不可能です。やはり『着手』『現認』は自分の目で確かめなければ」「ゲート式は、確実な成果を期待できますが、商品にタグやマーキングを付ける作業がバカになりません。ですから大手のお店ならともかく、小さな規模のお店ではその費用負担が重荷ですね」。



コミーの防犯ミラーに対しても、保安員が使いこなす道具として、様々な意見をきくことができた。さすがに品種の違いによる特性もよく知っていて、「〇〇はとっても使いやすい」とか「〇〇は、全体状況の把握にはいいけれど、現認段階では相手にこちらの動きを知られる可能性がある」とか、まさにミラーを使いこなしている人からしか聞けない貴重な話であった。

●虚飾など一切ない「万引問題を追求する二人」に感銘

安藤さん、森さんは、まさに万引問題を追求する人であった。

安藤さんは「私は職人ですから……」と語り、森さんは、万引問題の本質をわかりやすく説明してくれた。

森さんは「我々にまかせると、一年後の商品ロスはいくら減らせます。そして商品ロスが少なくなったら、さらに保安員の数も減らしていきます。もちろん店員たちにもロス防止の教育をします」と語る。確実な実績を裏付けにした話は実に説得力があった。

安藤さんと森さんの話には、虚飾らしきものは一切なかった。我々はそのことにも感銘を受けた。

98年当時（今もそうだろうが）、バブル経済の崩壊に伴って、様々な分野で虚飾が暴かれていた。企業家ならぬ虚業家は、「お金さえ引き出せばこっちのもの」とばかり、政治力、利権、人脈などあらゆることを駆使して、虚飾の城を築いていた。国でさえ、景気対策と称し、役に立たないものを作り続けているではないか。

その結果は、何百兆円にものぼる借金の山である。個人の暮らしはほころび、その弱みにつけ込むサラ金の看板が街にあふれている。

そんな虚飾まみれの世の中であって、自ら経験、体得したことを淡々と語るお二人の話は、我々にとって実に新鮮であったと同時に、感銘を受けたのである。



保安員が怪しいとらんだ者（ミラーに映っている）を静かに尾行している

7：プロは死角の恐さを実によく知っていた！

ミラーは単純な道具だが、プロが使うと実に奥の深い道具となる。

プロの要求に応えられる「気くばりミラー」とは？

コミーは、「気くばりミラー」のメーカーとして、店舗用ミラーだけでなく、駐車場用ミラー、航空機用ミラーなども作ってきた。

その中で、店舗用のミラーが万引防止に役立っていることは断片的には聞いていた。しかし、万引犯を捕まえるための必需品という認識はなかった。そのため、店の人や保安員が具体的にどのような活用をしているのか、社会問題としての万引のことなどには、あまり関心を持たずにいた。

しかし、安藤さんや森さんなど、保安員の様々なミラー活用法や苦勞など、万引防止のプロの世界の奥深さに触れることによって、万引への関心はさらに広がっていった。

●死角の恐さと、厳しい現場で鍛え上げられたプロのノウハウ

ミラーは、防犯カメラなどに比べると単純な仕組みで価格も安い、簡単に死角をなくすることができる道具である。

安藤さんの話を聞いて感じたのは、「同じ道具を使っても、プロとアマとではこんなにも違うものか」という驚きだった。安藤さんのようなプロ中のプロは、ミラーのメーカーである我々も気付かなかったような使い方をしている。

それは、長年の万引防止の現場経験で培ったノウハウだ。そしてそのノウハウは、万引犯を長時間追跡しても、死角に隠れ犯行確認の空白が生じ、捕まえるのをあきらめざるを得なかった時の悔しさなどによって鍛え上げられたものである。

話の中で、森さんが何度も繰り返した「万引は道具を揃えただけではなくすことができません」という言葉も、そのノウハウがあるからこそ自分たちはプロなのだ、という自信からの発言に違いない。

●防止機器を設置しただけでは万引を防げない訳は

経営者は、万引防止の設備を導入すれば、それだけで効果が上がると考えがちである。

しかしそれは、コンピュータを導入すれば、それだけで仕事の能率が上がると思込むのと同じ誤りである。

万引防止機器を設置しても、現場の店員が機械まかせになり、万引防止に無関心になることもあるらしい。設置しただけで安心させてしまう恐さ、落とし穴が防止機器にはある。

また、悪質な万引犯は、どうすれば万引防止機器を回避したり破壊できるかといった情報を、仲間同士で交換する。防止機器がいかにハイテクになろうとも、彼らはそのスキを見つけて犯行におよぶ。時にはカミソリでタグを切り取ることもする。

結局、万引防止の最大のポイントは、保安員や店員の熱意、そして「この店で万引はさせない」という経営者の決意である。そして防犯ミラーは、そうした熱意ある人たちのための道具なのだ。

●接客のプロは、ミラーを「気くばりミラー」として使ってくれている

店舗用のミラーは、万引防止だけに使われているわけではない。ミラーがあれば、お客様の来店や商品選びなどの動きが、通常は死角になるところであっても簡単にわかる。

どんな店であっても、店員にお客様が見えている方が良いサービスができる。プロの店員であれば、ミラーも活用して、お客様の動きを注意深く観察し、どのタイミングで声をかけたらいいかも見計らっているはずだ。

コミーがユーザーに教わった、防犯以外の「気くばりミラー」の活用法は次の3つであった。

①来客確認や声かけのタイミング ②レジ待ちのお客様への気付き ③欠品等の棚状況の把握、補充

これらの気くばりによって、店はチャンスロスをなくし、接客サービスを向上させることができる。こうした防犯以外の効果も大きいため、コミーは商品を「気くばりミラー」と呼び、店舗用ミラーを「防犯ミラー」ではなく「ショップミラー」と呼んでいるのだ。



お客様へのタイミングのよいアプローチに！！

来客へのすばやい対応に！！

お店のすばやい状況把握に！！

ミラーを活用してチャンスロスをなくし、効率アップ、売上アップを計る



ミラーで商品状況を確認

●クルマのバックミラーも「気くばりミラー」。ここにもプロとアマの違いが…

ミラー活用のプロとアマの違いは、防犯ミラーに限らない。例えば、クルマのバックミラーではどうだろうか。プロの運転手やレーサーも、ミラーの特性を熟知し活用しているに違いない。そう思い、調べてみたら、レーサー出身の自動車評論家である徳大寺有恒氏が、「クルマ運転術」（草思社）の中でこう書いていた。

「(前略) 高速道路でもバックミラーはマメにチェックする。この場合、中心になるのはサイドミラーでなく、室内のバックミラーだ。自分の真後ろはどうか。後続車があるのかないのか、あるなら、どんなクルマが来ているのか、よく見ておく。(中略) よく土曜、日曜になると、自分のすぐ後ろまで他のクルマが接近してきているのに、春風駘蕩然として走っている人がある。こういう人にかぎって、まずたいいバックミラーを注意していない。(中略) こういう状況は、他人の迷惑というだけでなく、自分自身にとってもきわめて危険だ。(中略) アウトバーンにせよ、東名高速にせよ、高速道路をさんざん走ってきた私が、こうして命を永らえてきた最大の理由は、つねに自分のクルマがいるポジションをよく知ろうとつとめてきたからだ。自分をとりまく状況を知っておけば、いざというときの選択肢は多くなる。その点、背中中の情報がまるでわからないというのはやはり怖い。」

徳大寺氏はクルマのプロであるだけに、高速道路の恐さをよく知っており、死角になりがちな背後の状況をバックミラーを使いこなし確認している。それに対し「アマ」は、バックミラーも見ず、背後を死角のままにして走る。

このプロとアマの差は、時に生死に関わる大きな違いである。



運転のプロは、バックミラーを使って背後を入念にチェックしている

●プロの要求に応えられる「気くばりミラー」を作り続けたい

どんな分野であっても、プロの世界は奥が深い。そして、プロは道具を実によく使いこなしている。それだけに、道具に対する要求も厳しいはずだ。

コミーは、店舗のニーズ、たとえばお店に溶け込み違和感のないデザインであるとか、機能を様々に工夫してショップミラーを開発してきたつもりである。しかし、安藤さんをはじめ、プロのユーザーからすれば、まだまだ改善すべき点があるに違いない。

コミーは、万引防止や接客のプロの厳しい要求に応える機能とデザイン性とを両立させたミラーを作り続け、名実ともに「気くばりミラーのプロ」と呼ばれるようになりたい。

万引問題も、「気くばりミラー」の世界も、知れば知るほど奥が深い。そして、面白い。

8：『万引問題解決法』の発刊！

「例の本」の著者に会えても解決せず。広告しても解決せず。

残された道は……。

「例の本」に書かれていたように「ミラーには万引防止の効果がない」のかどうかを確認するため「現場に開け」の方針で、多くのユーザーを訪ねたことは、3話に詳しく述べた。

我々は、多くの店の人やプロの保安員の話聞き、ミラーが万引防止に活用されているとの確かな自信を持った。

しかし、我々に自信はあっても、大きな書店の棚には「例の本」がまだ並んでいる。万引問題に関心のあつた小売業や店舗コンサルタントの人たちが「例の本」を読み、「ミラーは万引防止に効果なし」と考えるかもしれない。

多くのユーザーがミラーの効果の事実を語ってくれた。その生の話をあらゆる人に知って欲しい。広告を出すことも考えた。しかし、メーカーが自社製品の効果を語っても、単に売上を増やしたいための我田引水と思われるだろう。何か良い方法はないだろうか。

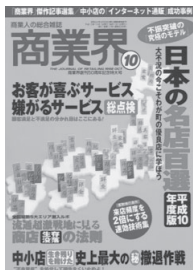
●これがミラー活用現場の事実だ！ 雑誌に「ユーザーズレポート」を掲載

いろいろ考えた結果、雑誌記者にお店を取材してもらい、その生の声を紹介してもらうことにした。雑誌記者の取材記事であれば、読者の役にも立つだろう。

雑誌は、小売業の人達に定評のある「商業界」に決めた。タイトルは「ユーザーズレポート」、スペースは1頁。

商業界のユーザーズレポートでは、98年の6月号から3回、この物語の中でも紹介したスーパー白菊さんや、ヨドバシカメラさん、サンドラッグさんなどのミラー活用事例を紹介した。セキュリティ専門誌「安全と管理」にも1回掲載したので、99年の6月までの1年間で、計4件の事例を紹介した。それぞれの店が、企業名・店舗名の明記や写真撮影など、取材に対して非常に協力してくれた。

4回分のレポートは、我々にとってはまとまった内容で、ミラー利用の現場に立脚した好企画だったと思う。しかし、雑誌はどうしても一過性のものである。必要な時にいつでも見れたり読んだりできるわけではない。我々は、万引問題に悩む人にミラー活用現場の事実を伝えていくためには、本としていつも書店に並んでいるようにするしかないのか、と考え始めた。



『商業界』98年10月号



『安全と管理』98年9月号

ユーザーズレポートの進行の中で、こんなことがあった。

「商業界」の担当者と「例の本」の話をしたら、なんと著者のA先生を知っていると言うではないか。「商業界」でも何度か書いてもらっているとのこと。早速、紹介をお願いした。防犯ミラーは効果なしとする著者に、我々が現場から学んだ多くの事実を是非とも知ってもらいたい。そうすれば、A先生の今後の執筆や指導活動の中で、その事実を紹介してくれるかもしれない。そんな期待もあった。

A先生もコミーへの来社を了解してくれた。そして我々が本を目にしてから1年8ヵ月後の98年6月22日、A先生がコミーに来てくれた。

●A先生にやっと会えたが……。『あれはもうひとりの人が書いた』に仰天！

A先生とは、しばらく自己紹介や会社のことなどを話した。そしていよいよ「ところで先生、本の中の防犯ミラーについてのことなんですが」と本題に入ろうとした。が、次のA先生の言葉には仰天した。「あれはもうひとりの人が書いた」というのである。「著者」A先生は、自分が書いたのではないというのか！

本の中の防犯機器の部分のことなのか本全体のことなのか、はつきりしない。しかし少なくとも、あの本の防犯機器に関しての内容は、メーカーの販促資料のような内容ではあった。A先生が単に引用しただけなのか、他の人が書いたものかはわからない。A先生は、「これから用事がありますので…」と引き上げていった。

●万引問題の事実の本をきちんと書いてくれる人はいないものか

「著者」に会えたものの、問題は何も解決しないままだった。そして「例の本」は書店にならび続けている。やはり自分たちで本を出すしかないのか。しかし、我々自身が書くのは難しい。書いたところで発刊してくれる出版社があるだろうか。また、メーカーが書いた本では、広告と同じで、我田引水と受けとめられてしまう。万引問題の事実をありのままに書いてくれる人はいないものか。出版社はないか。しかし、万引問題はどちらかといえば地味なテーマであり、話にのってくれるところはなかなかないかもしれない。

●出版社が見つかった！

ところが案外身近なところで出版社が見つかった。セキュリティ専門誌「安全と管理」を発行している「日本実務出版」である。この雑誌にはユーザーズレポートの掲載を1回だけだがお願いしていたし、広告でのつきあいもあった。しかし、我々には雑誌社という先入観があり、書籍出版のイメージがなかったのだ。

実務出版の森口社長に会って我々の考えを詳しく話した。そしてその後、出版の方向で具体的に考えるとの連絡をもらうことができた。

我々からお願いしたのは、「ほんの半頁でもいいから、ミラーについての現場での事実を書いてほしい」ということだけである。そしてコミーとしても協力したいと伝えた。申し出た協力とは、企画や発刊後の販促などである。というのも、コミーには強力な援軍、菅谷さんや堀さんがいた。

菅谷さんは、以前、雑誌「商店建築」や書籍の制作を手がけ、その後、毎日出版文化賞受賞の「針灸学」出版の経験もある。堀さんは、カゴメで長く広報室長をつとめ、現在は独立して多くの企業の広報を支援している。広報についての著書もあり、広報業界で広く知られた人である。両氏とも、コミーの顧問、ブレーンとして、日頃からいろいろと知恵を借りていた。

●念願の『万引問題解決法』発刊！

著者は、葉山慶さんに決まった。葉山さんは、総合誌や専門誌を中心に、インタビュー、ルポルタージュなどの執筆をしている気鋭のライターである。お会いした葉山さんは、誠実な感じの人だった。万引というテーマは初めてだという。初めてのほうが万引問題の現実には新鮮な驚きを感じるだろうし、現場の事実を書いてくれるに違いないと思った。

その後、葉山さんは精力的に取材をおこない、その内容をベースに執筆を開始、原稿がほぼできあがったのは2000年4月頃であった。この間、出版社の森口社長とも何度も会い、前述した菅谷さん、堀さん他、コミーの応援部隊も協力した。

そして2000年6月、発刊。念願の『万引問題解決法』が書店に並んだ。

これらの努力はすべて、万引の現場の事実を多くの人に知ってほしいという願いからだった。

●万引問題解決の精神「片手で抱いて 片手で殴れ」とは…

その内容は取材を基にした事実としてきちんと書かれていた。他の防犯機器に関してもそれぞれの特長がまとめられ、全体が「例の本」とは違って、机の上ではなく、自分の足で現場をめぐり話を聞いてまとめた力作だった。

我々もこの本を読んで初めて知ったこともあったし、考えさせられたことも多かった。問題が深く掘り下げられ社会問題としての万引問題を考えるためにも、店舗関係者だけではなく、できるだけ多くの人に読んでもらいたい奥の深い本となっている。

『万引問題解決法』の副題「片手で抱いて 片手で殴れ」は、警備会社の社長K氏が、「保安員の仕事はこの言葉に尽きる」として語った言葉である。愛情を持って接すると同時に、厳しく諭す。優しさと厳しさの両立は、口で言うのはたやすいが、実行するのは難しい。保安員は、その難しさの中で葛藤し、悩み、万引犯と闘っているのである。

万引問題解決の精神は、この「片手で抱いて 片手で殴れ」という言葉に言い尽くされている。



『万引問題解決法』

防犯ミラー（『万引問題解決法』の第6章より）

万引は現行犯逮捕が原則なので、人の目で犯行現場を確認する必要がある。カメラは基本的に離れた場所でもモニターするための機器だが、ミラーは現場で取り押さえるのに適しているのだ。たとえば、ミラーの中で客と目が合ったら要注意だ。ふつうの客なら商品が並んでいる棚を見ているので、上にあるミラーは見えないはず。万引をしようとしている人は店員の動きを気にするから、ミラーのなかで店員と目が合ってしまうのだ。また、カメラの映像は誰かが専属で監視している必要があるが、ミラーは店員が作業しながらでも見られるので、小規模な店舗でも利用しやすい。

防犯カメラや万引防止機器の場合は「見張られているからやめておこう」という抑止力だが、防犯ミラーの抑止力は「鏡に映る万引しようとしている自分の姿の醜さ」が万引犯の良心に作用するようだ。たとえば、誰でも鏡を見る時には、髪型の乱れやネクタイの位置を整えて自分の一番いい顔を映そうとする。鏡は他人の視線で自分を見ることが出来る道具だが、鏡の持つ不思議な力が万引犯の良心に訴えるのかもしれない。

さらに、ミラーがあれば棚で作業しながらレジを注意できるため、レジが混雑しはじめたらすぐに行けるなど、接客ツールとしても利用されている。

9：この物語の結論「万引問題は、捕まえた人に聞け！」

日経に珍しく万引問題に関する興味深い記事が出ていた。

万引に対する書店と出版社との立場の違いが浮きぼりになっていた。

2002年1月14日付の日本経済新聞に「本の万引、タグで防げ～書店・出版社が対策」という見出しの記事が掲載されていた。

急増している本の万引を防ぐために、本の製本段階でタグという小さな金属を埋め込んでおき、書店のゲートで検知する「ソースタギング」というシステム導入を書店側が求め、大手出版社5社が「万引き防止対策研究会」を発足させたという内容である。タグの埋め込みには1冊2～4円かかり、このコストを小売り価格に転嫁しない限り出版社の負担となる。また返品された本の裁断や古紙への再生段階でも経費がかかるという。

●万引犯は消費者の利益も奪っている！

この記事にはいくつか興味深い記述があった。

このシステムの導入にはゲートなど1店あたり約2百万円かかるが、「こうした投資が困難な中小書店の間では『大手書店で万引が減ったら中小書店の万引きが増える』といった声もある」というのだ。

また、「万引は書店には丸損となるが出版社にはもうけになり、もともと問題意識に温度差がある」と指摘している。

万引問題は、それに関わる会社の利害や立場などが複雑に関連しているのだ。そしてそれは消費者にも大きく関わってくる。

この記事で紹介されている大手書店文教堂では、万引の被害は年間売上高の1%に相当する3～4億円にのぼるとしている。もし万引がなくなれば、この金額の相当部分を書店のサービス向上に向けることができるはずだ。また、本のような再販制度適用がない店では、小売価格を値下げできる。

つまり、万引犯は消費者の利益も奪っているのである。

●万引問題の相互関連を図解してみたら

こうした万引問題の相互関連を素人なりにまとめてみたのが、右下の図である。

図のタイトルを「万引問題は捕まえた人に聞け！」としたのは、万引犯を捕まえる人を中心に整理することによって、万引問題に関わる人、社会との関連がより明確になるのではないかと考えたからである。

この図を作成しながら感じたのは、万引問題の奥の深さである。万引犯にしても、そうした犯罪を生み出す社会背景を考えると、家族とか教育とか、万引にとどまらない社会テーマとなっていく。

こうして図にしてみると、我々の知らないことが実に多いことにあらためて気付く。図中に点線で示した部分は、何かしらの関係はあると思うのだが、我々にはよくわからない、あるいは、現在のところ関係がもたれていないと思われるものだ。この一文を読んで皆さんの気付いたこと、考えたことなど、是非教えてほしい。

●万引防止は「公」的テーマだ！

社会には、税金を集めてそれを割り振る立場の「官」と、税金を収める立場の「民」とがある。そしてもうひとつ、みんなのもの、みんなのことを考える「公」というテーマがある。今の日本には、この「公」の視点が足りないのではないか。「官」も「民」も自分たちのことだけを考えるので精一杯だ。

前回、万引に対する警察の姿勢について書いたが、警察や役所にあまり期待できないとなれば、「官」以外の問題解決の道はないだろうか。

例えば、NPO（非営利組織）やNGO（非政府組織）でこの万引問題解決に対応できないだろうか。また、企業においても、こうした「公」のテーマを取り込んだ事業の展開も可能だろう。

北矢行男 多摩大学教授はその著書「日本を救うソシオ・ビジネス」の中で、社会と共生を図り、社会の

発展に寄与する「本業を通じて社会貢献する企業」を「ソシオ・カンパニー」と規定した上で、その展開事業「ソシオ・ビジネス」について述べている。北矢氏はソシオ・ビジネスを「社会価値創出ビジネス」と「社会問題解決ビジネス」のふたつに分類しているが、万引防止は、まさにその中の社会問題解決というテーマだと思う。

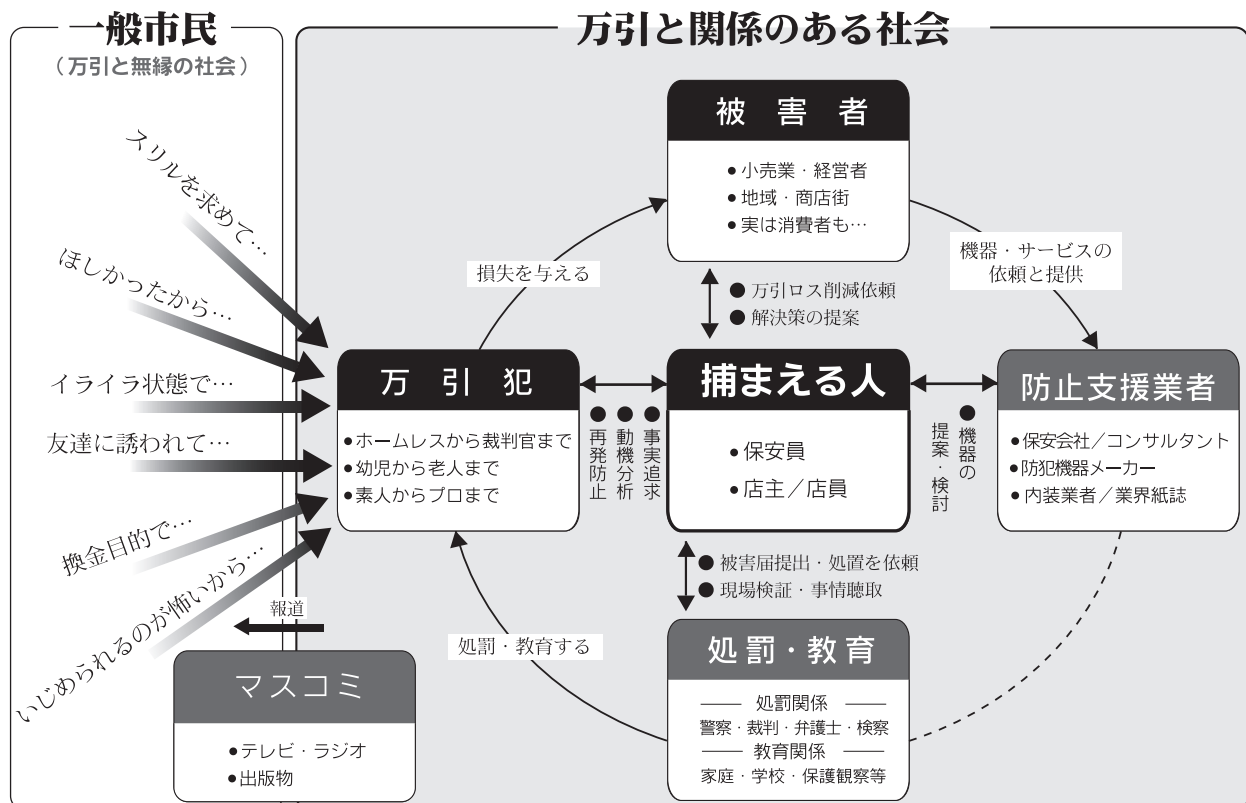
●結びにかえて：万引問題の解決と私たちの願い

万引は、犯罪の「入門編」として、プロの窃盗や強盗犯とも関係があるような気がする。万引犯を捕まえて調べてみると、他の犯罪が明らかになることもあるそうだ。万引が2倍になれば、他の犯罪も2倍になるといった相関関係があるのではないか。そう考えると、万引犯を捕まえることをためらえば犯罪が増え、「ただ」同然だったはずの日本の安全コストはどんどんと高くなっていくだろう。万引問題解決は、そうした意味でも、大きな社会的テーマである。

コミーが気づきミラーのメーカーとして今までやってこれたのは、身体をはって万引犯を捕まえている人たちからの「どうしてもミラーが必要」との声に励まされてきたからである。

万引問題の真の解決は、日本のすべての人がマスコミなどを通じて、この「実際に万引犯を捕まえている人々」の生の声を、単なるやじうま的な興味ではなく、しっかりと知ることから始まるのではないか。今、あらためてそのように考えています。この小冊子が、その小さなきっかけになってくれれば、なによりです。

万引問題は捕まえた人に聞け!!



無断転載禁止

「万引問題」と社会の関係図

番外：警察との協力で社会システムの再構築の兆しが…

「告訴を躊躇する店側」と「手早く事件処理を望む警察側」も、万引増加の一因だ。
最近の警察、学校、店の協力体制づくりに期待。

「万引で面倒なのは、実は犯人を逮捕したとき。店側から調書を取って、犯行現場を確かめるため、逮捕翌日などに実況見分しなくてはならない。確かに点数になるけど扱う件数が多いと、はっきりいってわずらわしい」

これは東京・渋谷の繁華街で勤務する警官の生の声だ。警官にとって楽なのは、検察庁に書類を送らない「始末書」で済ませること。これだと刑法犯として処罰されないわけで、万引きした側の反省も促せない。

また、成人で前科がなく被害品も小額の場合でも警察は通常、「微罪処分」として書類送検する。ところが、店が被害届も出さず告訴もしない場合は、警察側は「始末書」扱いにするのが基本だ。実際、「始末書」止まりになる店舗が多いが、「店側は手間がかかると面倒がらず、積極的に告訴・被害届を出すことが大切。警察は面倒でも対処せざるを得ない」と本音を漏らす現役警察官もいるほどだ。万引きにおいては、告訴を躊躇する店側と、手早く事件処理を望む警察側の利害が一致しているようだ。

●東京駅構内の売店 250 店で万引被害は半年でたった 3 件？

2002 年 7 月に東京駅構内で、コンビニ店長が万引犯の男を果敢に追いかけて、犯人の凶刃に倒れる痛ましい事件があった。駅には 250 店を超えるコンビニや飲食店などがあるが、同年上半期で店から警察に届けられた万引被害は、わずか 3 件だけだった。

駅構内にある売店では「警察に被害届を出すと、警察署に赴いたり、店内で逃げた犯人の指紋採取に協力したりしなくてはならない。その間、店は営業できないので損害を被ることになる。限られた人数や時間を割いて、千円前後の被害届を出す気は起きない」と実情を吐露している。被害を届ける手間より利益を優先する店側の姿勢が見え隠れする。これに対して、東京駅を管轄する丸の内署では「店舗の数に比べて、被害届は明らかに少ない」と指摘する。

この万引犯の男は強盗殺人罪に問われ東京高裁の控訴審判決で、裁判長が「一審の量刑は軽すぎる」として懲役 15 年の一審判決を破棄、求刑通り無期懲役の判決を言い渡した。殺人までに及んだ犯行が商店関係者に恐怖感を与えていることに加え、万引きを軽く見る現代の悪しき風潮に司法が適切な判断を下したといえる。

●警視庁が公立校すべてに補導情報を提供。警察と学校が万引対策で連携

警察庁によると、1993 年の全国少年補導件数は約 65 万人だったものの、2002 年は 2 倍弱の 112 万人にまで急増。東京都内でも補導は増加傾向で、同年に全国で摘発された刑法犯少年の再犯率は約 3 割と過去 10 年間で最悪になるなど、少年犯罪の抑止が急務となっている。

こうした中、都内の事件を管轄する警視庁では、万引や家出などの不良行為で補導した少年・少女の情報について、各警察署から少年が通う都内のすべての公立小中高校へ通知する方針を決めた。補導された未成年者に関する情報はプライバシーに対する配慮から必ずしも学校側に通知されていなかったが、「学校側と警察が共同して“犯罪予備軍”の芽を摘むことになる」（警視庁幹部）として検討されることになったという。

同庁では各警察署など関係先の態勢が整い次第スタートさせる方針だ。広島県警や宮城県警では、逮捕などの非行情報については学校側に一部通知しているが、法に触れないものを含めた少年の補導情報を一律に学校に通知するのは前例のない試みとなる。

しかし同庁の場合、対象は公立約 2200 校だけで私立約 500 校は除外され、完全な補導情報提供システム構築には至っていない。こうした警察側のアプローチに対し、全国の学校も理解を示し、補導情報を生徒・児童の犯罪防止の啓蒙活動に役立てることが今、求められている。

このレポートは警察の動きに詳しいジャーナリストD氏によるものです。

●埼玉県警が「地域捜査係」を新設！ 警察と学校が非行少年をマーク

埼玉県警は、県内ほぼすべての警察署の地域課に、万引や少年の補導といった軽微な事件を検察庁に送検するまで扱う「地域捜査係」を2003年秋に新設した。今まで地域課からこうした事件の捜査を引き継いでいた各警察署の刑事課や生活安全課の負担を軽減する。また、警察官一人当たりの刑法犯認知件数が17.9件（2002年）と全国最多ということもあり、「攻めの捜査」で全国最低の犯罪検挙率の向上を図るのが狙い。警察庁によると、同様の取り組みを進めている県警はほかにもあるが、地域捜査係として新設するのは異例だという。

埼玉県は、地域課から引き継いだ少年事件が処理されないまま時効が完成するなどの不祥事が最近相次ぎ、県警が対策を検討していた。汚名返上のためとはいえ、こうした活動が万引を含めた犯罪抑止や検挙に役立つことは間違いない。

また、県教委と埼玉県警が、児童・生徒の非行防止などを目的に、学校と警察官が情報交換を行うための協定を結ぶなど地域を主体とした防犯対策の動きも出ている。埼玉県の学校と警察の連絡協議会では従来、一般的な情報交換しかされていなかったが、今後、児童らの名前を挙げて連絡しあうことになるという。警察からは「逮捕したときや、児童相談所に通告したケース」に、学校からは「問題行動と、それによる被害を防止が必要なケース」などのときに連絡する。結果的に、警察と学校が共同して非行少年をマークすることになるが、万引被害を減らすためには必要な処置だろう。

●親に損害賠償請求！ 店側の積極的対応に警察も評価

東京都の書店商業組合は、本を盗んだ未成年の保護者に対しても、代金に加えて防犯対策費の一部も損害賠償請求することを2003年末に決めた。2002年の一年間に、万引で検挙・補導された少年は、全国で約4万人。「都内では子供による万引の一割が書店でのもの」（警視庁）とのデータもある。しかし、警察に届け出がされていない万引被害も多く、万引被害の数字は氷山の一角に過ぎないとみられている。

このため同組合は「いつまでも減らない万引に業を煮やしている」と怒りをあらわにしている。今回、弁護士らと協議して万引損害は、防犯カメラや警備員の配備費用の一部や、事情聴取で警察に出向く店員の人件費なども含まれると判断した。訴訟対象としては、計画的な集団による犯行、常習性のあるもの、被害が多額に上るものなど、悪質な犯行に限って、損害の一部を万引した子どもの保護者に請求するという。

こうした店側の動きについて警視庁幹部は「防犯対策費を請求することで、“万引は悪いこと”という世論形成に一役買うことができる」と評価している。そもそも今回の損害賠償請求の方針は、少年たちの罪の意識が低いのに加え、保護者も同様に低いという悲惨な現状が根底にある。万引を減らすためには警察の防犯活動も必要だが、何よりもこうした親の目を覚まさせる店側の積極的な対応も警察の“援護射撃”となることは間違いない。

「万引実験」でついに掴んだ確信！

日々繰り上げられる万引犯との熾烈な戦い

コンビニエンスストアのマネージャー職について生まれて初めて万引の最前線に放り込まれた中島さん。実態の深刻さに敢然と立ち向かい、絶えず防犯対策のアイデアに知恵をしぼっている。

コミーは中島さんと、製品チェックで訪問したのが縁で知り合うことができた。今回は中島さんが行ったユニークな実験と、その結果得た貴重な体験を語ってくれた。（以下、私＝中島さん）



コンビニエンスストア ストアマネージャー
中島正一さん 52歳

雑誌コーナーに対面した棚の万引が多く、悩む日々

コンビニエンスストアでは、雑誌コーナーが道路際にあり、ウィンドウガラス越しに、立ち読みしている人が見えるようになっている配置が一般的です。店側は、立ち読みをある程度許容し、「この店には人が入っています。にぎわっていますよ」ということを道行く人にアピールし、集客に結び付けるよう配慮しています。

ここで頭が痛いのは、雑誌コーナーの対面にある棚の商品の万引が非常に多いことなんです。

この部分には、化粧品やトラベルグッズなどが並べてあり、店内では比較的値の張る商品が多く置いてある上に、そのコーナーはレジから死角になっている。そこで、万引防止対策として、その棚の上に平面鏡を取り付けてみましたが、映る範囲が狭くあまり効果がありませんでした。

もともと店内には、本部の指示でレジの対角線上にコミーさんのミラーが2個設置してあるけれど、問題のこの部分とは距離があるため、抑止力が落ちてしまっています。その他ATMもあるので、防犯カメラを5台設置しています。

しかし、なかなか万引がなくなる現状に、なんとか打開策を見出したいと考え、コミーさんに相談しました。立ち読みをしている人の目が気になるように雑誌のウィンドウと化粧品什器の上に、電子レンジに向かっていても店内のちょっとした動きがわかるようにレンジ本体にも、合わせて3箇所にミラーを増設したわけです。

それからです、今回のこの処置がどんな効果があるのか、うちは万引しにくい店になれたのか？ それはどうやったらわかるのか？ と、さんざん考えたわけです。



電子レンジに取り付けたFFミラー

そうだ、万引する奴に聞いてみよう！ 「万引実験」を実施

企業が自前のコンピュータシステムをハッカーから防衛する為に雇われるのは元ハッカー経験者がほとんどだといいます。盗む者の心理を知るには、元または現役の万引経験者に聞いてみるのがいちばんではないか、いや聞くだけに留まらず実際に万引してもらえば自店の弱点やテストで設置したミラーの効果も判明するだろうと思いました。

そこで当店でアルバイトをしている人たちの交友関係を頼りに、3人ほど紹介してもらい、日を決めて万引してもらおうという「万引実験」に踏み切ったんです。

その子たちの顔は誰も知らず、私はじめ店内のスタッフは“万引犯が現れる”という緊張感を持って勤務に就くというわけです。

ホンの数分の間に、男性用化粧品が数点も…盗品の山に愕然！

私が勤務について4、5分ほどして、アルバイトが十代後半の男子を伴って、「もうやりました」と言ってきたんです。「ええっ!? そんなばかな!!」と思いつつ事務所で万引した商品を出してもらいました。

男性用化粧品が続々と出て来るではありませんか！これらはみな、先日防犯ミラーを増設して対策を強化したばかりの問題箇所の物ばかり。別の2名の場合も、私たち店側の人間は誰一人気付かぬうちにやられてしまいました。インスタントカメラや高額の電池類をはじめ化粧品、菓子類のべつまくなしの惨憺たる結果でした。

そして翌日、前日の子たちに再度万引してもらったのです。

今度は相手の顔はわかっている訳です。しかし驚くことにこの日も、私たちスタッフは彼等がいつ万引したのかまったくわからないうちに大量に万引されてしまったんです。

店側の人間が彼らを注意している以上に、万引犯は店のスタッフをよく監視していて、私たちが他のお客様の対応をしている一瞬をねらって犯行を行っているんです。愕然としました。

それでも気を取り直して当初の目的である「万引しにくい店」となるためのヒントを得ようとその子たちから話を聞きました。



万引犯は、この位置からもスタッフの動きを観察しスキをねらっている

いちばん怖いのは人の目！ まだまだ目が行き届かない死角が問題だ！

彼等の話からわかったことは

(1) 防犯カメラは全然怖くない。

おそらく誰もチェックしていないだろうし、見ていたとしても、カメラの死角で盗めばよいのだから全然怖くない。

(2) 人の目がいちばん怖い。

店員に限らず、誰かに見られていないか常にチェックしている。

ミラーで対策した箇所から盗品がたくさん出て来たことで最初は防犯ミラーの効果を疑いました。しかしよく話を聞くと「カメラが向いている所やミラーがあるところではポケットにしまったりというようなことは出来ない。誰かに見られているかも知れないから。やるのは人の目の行き届かない所で」。つまり「カメラの向いている所やミラーのある所では盗めない、買うふりをし着手だけ!」というのです。

もしカメラやミラーが無かったらその場でやられていた、というわけなんです。

コンビニはセルフ方式なので、購入するふりをしてカゴに入れ、死角で盗むこともあるので、必ずしもその商品のある棚で、即万引しているとは限りません。



もっとも万引に狙われる雑誌コーナーに
対面した棚

「万引実験」から店内のどこにいても死角が生まれないような工夫を施すことがまだまだ足りないことがわかりました。

また、今回「万引実験」に協力してくれた3人は、こちらの真剣な取り組みが伝わり、万引が「犯罪行為」であることを理解してくれたようでした。

私が警察に突き出した万引犯は、会社をクビになってしまった。突き出した方も後悔の念が…

「万引実験」では、その他に学校などで目新しい品物を

持っている子たちは「〇〇〇（店名）でもらってきた」と、万引をまったく悪びれず、友人同士で日常的に話をしているというんです。まったく罪悪感を持たず、ゲーム感覚で万引をやっていることがよくわかりました。

この話から私は、万引犯には

（１）初めから万引目的で来店する人

（２）お客様として来店し、つい出来心で万引する人

の２通りがある。「万引実験」後、彼らから万引する手口を聞いて、前者の場合は防ぎようがないと思いました。しかし後者のタイプは、こちらの対応によって未然に防ぐことが可能ではないかと考え、今後は、後者の人たちを抑止する店づくりをめざしていくべきではないかと思ったのです。

そしてそれは、次の事件をきっかけに出来心で万引する人を減らすことは「販売する側の責任でもある」と思うようになったのです。

年の瀬も押し迫った昨年末、パンを万引した中年の人を捕まえて警察に引き渡しました。その後、警察からの連絡で、万引犯は家庭的に恵まれずに成人し、会社に勤めていたけれど、それが原因でクビになってしまったそうです。私は「通報しなければよかった」と後悔しました。

「万引実験」とこの事件を通して、私は「この店から犯罪者を出さないようにしよう」と決意しました。

お客様を監視するのではなく、感謝の気持ちで声がけを

——「万引実験」と万引クビ事件から得た確信！

お客様としてお店にご来店いただいた方を「万引犯ではないか？」と疑うのは不謹慎だ思うようになりました。一人ひとりを万引犯ではないかと考えていくと疑心暗鬼になって、お店の雰囲気も悪くなってしまいます。それより、できるだけお客様と親しくなって常連さんを増やしていく、その結果万引しづらくした方がどれだけよいか…。「今日は寒いですね」とか「クラブ活動はえらかったやろ」というような声がけを積極的に行っていこうと思います。

スタッフには、マニュアルどおりに「いらっしゃいませ」と言うのは“作業”、心を込めて「いらっしゃいませ」というのは“仕事”だと言って、お客様に感謝の気持ちで

接し真心からの声がけを指導していこうと思い直したんです。

販売する私たちの意識を変えていけば、出来心からの万引を減らすことができる！と確信しました。そして３つのスローガンをかけました。

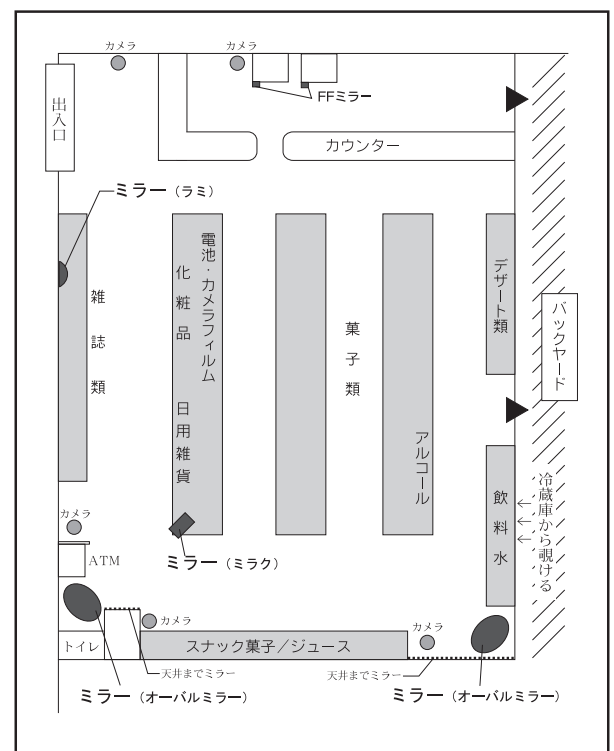
（１）店内はできるだけ明るくし、スタッフの雰囲気も明るくする。

（２）お客様とできるだけ会話をかわして親しくなる。

（３）地域のお祭や掃除会などの行事に積極的に参加し、地域に溶け込んだお店をめざす。

もちろん、万引犯には本当に腹が立ち、精神的なストレスは相当あります。意識改革だけでは万引はなくなりません。これからも機器類を活用して、万引しづらい店づくりをめざしていきます。根本的な解決には、機器類ではなく、販売する側の意識改革が求められているように感じました。

この方法に転じてから約１ヵ月、若干ですが万引が減っているように感じます。間近にある棚卸を済ますと、きちんとした数字が出るのでちょっと楽しみです。



店内配置図

防犯カメラだけでは万引を防止できません！！

気くばりミラーも必需品！

それぞれの良いところを理解して使いこなしてください。

ミラーの良いところ	防犯カメラの良いところ
●現場で作業をしながらチェックできる。 ●不審な動きをしている人がいれば、すぐに近づいて牽制し、未然防止できる。 ●防犯カメラをチェックする人数を確保するのが難しい小さな店舗でも有効。 ●接客ツールとしても使える。死角にお客さんがいたら挨拶するようにしたら、結果的に商品ロスが減った。 ●「このお店では万引対策をしている」という姿勢を示すことができ、牽制力が増す。 ●手軽に導入できランニングコストも必要ない。	●記録ができ、証拠となる。 ●分析して、常習犯の割り出しや、万引されやすい場所の特定ができる。分析結果を販売促進につなげることも可能。 ●一か所で全体を把握できる。複数店を同時に見ることができる。 ●遠隔操作できる。ズームで手元を映し出すことも可能。 ●強盗や異物混入などの犯罪にも抑止効果を発揮する。

※コミーが現場を訪問してお聞きした話をまとめました



現場対応にはミラー

記録や遠隔操作には防犯カメラ

コミーのミラーは本当に役立っているのか？

ヨドバシカメラ 西口本店様



人員配置の合理化にも！！

「ミラーが設置されていることで、レジにスタッフをはりつけなくてもすむので、仕事の効率化に役立ちます。そしてそれは人員配置の合理化にもつながっている。ミラー導入後の棚卸しの際にロスが減ったことは確かです」

紀伊國屋書店 新宿南店様



ミラーを活用して、万引対策の再構築！！

「オープン当初より、テレビカメラで万引対策をしてきました。最近万引によるロスが増えはじめ、保安の専門家と社員からミラー設置の要望があり、全フロアに設置しました。」「天井に取り付けたドームミラーは全く違和感がないので満足！！360°のマルチビジョンで、明るく鮮明に映り抑止効果が期待できますね。」

スーパーマルコー 石井商店様



高級生鮮食材の万引抑止に成功！

「あわび、ウニをはじめ高級食材ばかりねらう万引が多発しています。商品を変えたあとのトレイが捨てられた犯行現場が調理室と野菜の通路の2方向から監視できるようにミラーを設置しました。そこでの被害は全くなくなりました。万引防止に全員で一致団結して取り組んでいます」

サンドラッグ 北千住店様



ロス率が減少！

「ミラーでわかることは意外にたくさんあります。落ちていた商品や棚の乱れを発見することもできますし、従業員がどこにいるかわかるので、応援を頼むこともできます。もし不審な人がいれば、近づいて様子を見ることもできます。当店は年に2回棚卸をしているのですが、改装後は棚も整理され、ロス率が減りました。ミラーがどのくらい寄与しているかをデータで出すことはできませんが、従業員の意識づけにもなっており、とても役に立っていると思います」

コクミン 心斎橋中央店様



活気が出て、集客にも寄与している！

「万引抑止効果で役立っているが、ミラックスは動きがあるので、お店の活性化に一役買っているんですよ」

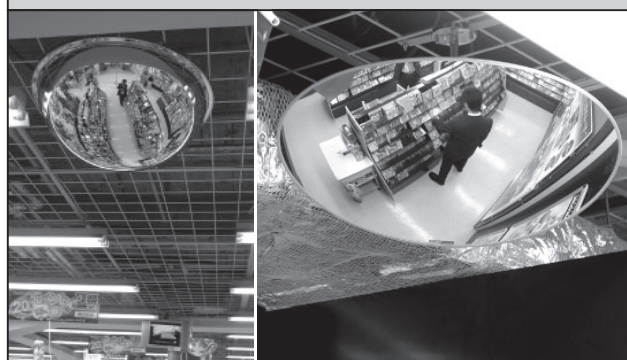
アルペン スポーツデポ 川崎店様



顧客満足と万引抑止に2つの効果！

「当社のスポーツデポは什器の背がとても高く、来店客の把握が難しいのです。ミラーを使って、お客様を確認したら声をかけるようにスタッフには教育しています。普通のお客様にとっては挨拶がきちんとしているお店、万引犯にとっては見られている、という抑止力になると思います」

ビックカメラ様



ミラー取り付け後、万引犯を3件検挙！

「渋谷東口店では、ミラー取り付け後に万引犯を3件も検挙しました。店に配属されている私服警備員と入念な打ち合わせをして取り付け位置を決め、その結果、私服警備員からも『死角がなくなった』と大変好評です」

新潟県 SAITO 中央店様



チャンスロスの防止に！

「厨房から売れ筋がわかるようになったので、すぐ補充が可能になりました。ミラーを付けるまでは欠品防止や、次に何をつくるかを決めるために正面にまわりこんで確認していました。効率アップ、売り上げもアップです」

東急ハンズ 心斎橋店様



多数のお客様が行き来する場所でも安心！

「軽く、素材的にも安全性に優れているため、多数のお客様が行き来する場所でも安心して取り付けすることができました」

和真メガネ 越谷新店様



死角がなくなり店頭が魅力的に変身

「店頭が死角になっていたので、高額売れ筋商品での構成ができませんでした。ミラーを設置してからは、思い切った吸引力のある商品構成・ディスプレイができるようになりました」

山本書店 新宿本店様



プロの目で死角を再チェック、万引被害が激減！

「万引防止用としてミラーを、以前より設置していました。しかし、プロの保安員の目から見ると、死角になるところがまだまだありました。ミラーを増やして死角をなくしたので、万引被害の件数が激減しました」

すぐ役立つ『万引問題解決法』 片手で抱いて片手で殴れ

第8節で紹介した『万引問題解決法』は、みなさんにぜひ読んでいただきたい内容です。

本書はまず、万引に悩むお店の人のために書かれた。万引にはさまざまな問題があるがとりわけ店にとっては死活にかかわるだけに重大だ。消費が冷え込むなかで売上を伸ばすには、粗利を削ってでも価格を下げざるをえない。そこへ万引されたのでは、下手をすると利益がなくなってしまう。店舗の大型化や営業時間の延長が死角を生み、「出来心」を誘発している面もあるからこそ、万引対策は店にとって最優先課題だ。万引と闘う保安員の声をもとにまとめた五章と六章は、すぐに役立つ自衛術になっているはずである。

さらに、万引をやめられずに悩んでいる人、子どもが万引して困っている人や教育関係者も、ぜひ本書を手に取り、問題解決の一助にいただきたい。(本書の「はじめに」より)

●本書の目的から

第1章 片手で抱いて、片手で殴れ ―保安の現場から―

万引はこうして逮捕できる／これが万引の瞬間だ！／身近な人が万引したら

第2章 被害の実態をのぞいてみると

やめられない「出来心」という犯罪／一人捕まえても、陰には100人？

第3章 万引いろいろ人生いろいろ

お客の平均像が犯人像という困った実態／急増する青少年の万引について／外国人万引犯の対策／「出来心」では済まされない、万引は人生の暗い落とし穴

第4章 万引に駆り立てられる心のメカニズム

万引にはじめて手を染める時／万引犯の心理

第5章 万引対策が必要なこれだけの理由

万引に悩む店主たち悲鳴／毎日より一万円ずつ、レジから消える？／経営努力が万引を生む皮肉／真の経営努力があれば万引は防げる／万引対策が必要なさらなる理由

第6章 店を万引から守り続けるには

万引犯は盗みやすい店や地域に集まる／万引対策の立て方／防犯機器の選び方①防犯カメラ②万引防止機器③防犯ミラー／ケーススタディ



すぐ役立つ
『万引問題解決法』

～片手で抱いて片手で殴れ

葉山 慶 著 (1,400 円＋税)

発売 (株) 星雲社

発行 日本実務出版

————— この本を読んで目がさめました。断固、戦わないと店がつぶされてしまうんだと！ —————

●読者の声より

- ・今までメーカーの言いなりだったが、防犯システムの基本が理解できた。(コンビニ経営 29 歳 男性)
- ・様々な面から分析されたデータがたくさん入っていて助かります。(販売代理店勤務 49 歳 女性)
- ・商店経営の危機を解決する方法が見つかります。(中小企業診断士 有村 知里氏)
- ・最近には珍しく、考えさせる内容の良い本でした。(溝井&パートナー経営コンサルティング事務所 溝井 伸彰氏)
- ・著者の切り口の多彩さは「事件を表裏から描く犯罪ミステリー」。(会社員 43 歳 男性)
- ・学校・家庭・社会が取り組むべきヒントがあります。(神奈川県立二宮高校 生徒指導部教諭 大川 充氏)
- ・万引行為を見逃すまいと、極度の緊張の中で仕事をしています。この本にホッとする思いを抱いた。(保安員 48 歳 女性)
- ・この本を読んで目がさめました。断固、戦わないと店がつぶされてしまうんだと！(書店主 43 歳 男性)

2003年5月12～16日に産経新聞に掲載された記事を、新聞社のご好意により転載しています。
鋭い切り口と生の現場取材で万引きを社会問題としてとらえ、各界から注目されました。

●●1

「モラルって、何ですか。私には分からない。教えてほしい」

「**「足りない」など三十件を超える非難の電話や来訪者が相次いだ。**

川崎市の古書店の男性経営者西田は雑誌を整理していた手を止め、記者にそう問いかけた。

彼はショックを受け、廃業を決めて閉店。しかし、「店側に落ち度はない」との声もあがり、約

一月下旬、漫画の古本 一週間後の二月上旬から
を盗んで警察官に任意同 営業を再開した。
行を求められた中学三年 少年でも通報すべき
の男子生徒「当時『モ』 か、少年だから通報して
が逃げ出し、電車にはね はいけないのか。」
られ死亡した。警察に通 営業再開から三カ月を
報した彼の店には、「人 経た今も、答えを見いだ
殺し」「少年なのに配慮 せない。さらに事故後、

■川崎市の万引少年事故
死 1月21日夕、川崎市の
古書店で、市立中学3年の
男子生徒一当時（15）＝が
漫画の古本6冊（計1750
円）を万引したのを店員が
発見。男子生徒が名前を明
かさなかったため、同店が
110番通報した。川崎署員
が任意同行を求めると、男
子生徒は背負っていたリュ
ックサックを投げ捨てて逃
走。約50m離れた私鉄沿線
の路切で、下りた遮断機を
くぐり抜け、降りた電車に
はねられ、死亡した。

書店の苦悩

後絶たぬ悪質犯行、経営にも影響

警察通報
是非か



再び万引被害が相次いだことが、彼の苦悩を大きなものにしていく。

営業再開後の約一カ月たったからだ。事故後二

が高鳴り、不安感
れるようになった。

間で二度も高生とみられる別々の少年二人が、ビデオテープなどを盗み逃走した。通報したことで心に傷を負った彼の「弱み」につけ込んだ悪質な犯行とみられる。二度とも見て見ぬふりをした。警察にも届けず音が鳴るたびに胸の鼓動

カ月が過ぎてても、通報を非難する電話が店に頻繁にかかってくる。「世間は敏感で、想像を超えた反応をするもの」。彼は一つの「教訓」を得たが、その代償として、電話の呼び出した。輔導や逮捕など検挙対象の三・四割が二十

警察庁によると、商品万引は増加傾向にある。平成九年には全国で十万六千八百八十一件だった警察の認知件数が、十四年に十四万件を突破。わずかに五年間で30%も急増し

影響も指摘され始めていることはあっても非難される点はない。犯行を

経済聖業者は同年六月、国内二千五百三十店舗を対象とした万引被害の調査を初めて実施。その結果、一店あたりの年間平均被害額が約三百万円に上ることが分かった。中には「五百万—一千万」の被害店舗が約2%もあった。小中高生の万引犯が、全体の約七割にも達していた。

見逃せば法治国家が泣く、無秩序状態を誘発しかねない。犯人が少年だからといって、区別する理由はない」と店側の行為の正当性を強調する。一方、報道番組を手がけるテレビプロデューサーの吉永春子さんは「日ごろから万引が多く、店側がうんざりしているのは分かる。でも、子供は

同書では「一万円の年間被害額は店の年間売り上げの1—2%に相当する。人件費や光熱費などの諸経費を引いた年間純利益は1%前後とみられているので、書店経営に与える影響は深刻だ」と指摘する。

◇ 多発する少年の万円事

属する書店の5%にあたる約五百店が閉店したが、不景気に加え万引の

少年の万引を警察に通報し、非難と激励の両極端の声が寄せられた川崎市の古書店

少年の万引について、
 社会はどうか対応すべきか。
 帝京大学法学部の土本武司教授（刑法学）は「川崎市の古書店の警察への通報行為は、ほめら
 れるべきだ」と述べている。一方、
 警察はどうか対応すればいいのか。犯罪としては軽微だが、
 視されがちな「万引」を取り巻く現状をリポートする。

（比護義則）

「モラルって何ですか。教えてほしい……」

(比護義則)

東京都江東区の東京ビッグサイトを先月開かれたアジア最大級の本の見本市「東京国際ブックフェア」。会場の一角に複数の防犯ゲートが設置され、時折、アラーム音が鳴り響いた。初めて設けられた防犯機器メーカーによる万引防止コーナーだ。

磁気などに反応するシー、都内のある書店主からこんな話を聞いた。本を万引した中学生を発見し、その親に連絡したところ、「塾

モラル 少年万引

●●2

パザード

ルを商品に潜ませることで万引を発見するなど百万円以上の高額機器が所狭しと並んだ。メーカーの営業担当者は「平成十二年以降、前年比10%増の売り上げが続いている」「今年の商談数は、すでに昨年一年間の数を超えている」とホクホク顔だ。

不景気なのに、防犯設備の需要があるのはなぜか。大手防犯機器メーカーの役員は「店では売り上げ減少にもかかわらず、万引被害

が増えているので防犯対策を取らざるを得ない。」「性善説に立った小売業界の意識が変わろうとしている」と分析する。

た」。そう苦笑いするのは、中堅書店チェーンの男性幹部。彼が統括する多摩地区の十店舗でビデオカメラ設置など万引対策に投じた費用は計約一千万円に上った。最近の傾向は「親の無関心に加え、子供の犯行の悪質化、巧妙化が目立つ」という。

■新古書店 買い取った本を再び客に売るシステムは従来の古書店と同じだが、本を研磨機にかけて新品に近い状態で売るのが特徴。買い取りは本の価格や内容よりも、「新しさ」と「美しさ」が優先され、定価の半額ほどで販売されている。ブックオフコーポレーション（神奈川県相模原市）など7社からなる「リサイクルブックストア協議会」が3月、業界として古本買い取りルールを初めて統一化。18歳未満については金額にかかわらず保護者の同意書を添付することが明記された。



書店経営者向けの万引防止システムコーナーが今年初めて登場した「東京国際ブックフェア」

盗が昨年から急増している。警備員の目を引きつけるおとり役、犯行の間を助けるおとり役、犯行の瞬間を見えないように隠す幕役、盗品をリレーで受け取る役割の注意を引かない。

「最近の未成年者は、大中学生以上が専門書や辞典、中高生は化粧品やゲームソフト、小中学生はコミックというように年齢によってターゲットが異なっている。何よりも盗んで売る換金目的の万引が目立っている」

脱「性善説」

窃盗団結成、換金目的も

またたベテラン警備員はそう指摘する。

実際、経済産業省が昨年六月に実施した国内二千五百三十の書店を対象とした万引被害調査によると、万引犯の14%が「換金目的」であることを店側に認めた。古物営業法は、原則として一円未満の買い取りについて本人確認義務が免除されており、これが安価な本の盗品売買に拍車をかけているとの指摘もある。

国内の新刊書籍と雑誌の売り上げが減少している一方で、定価の半額ほどで古本を売る「新古書店」の店舗数は増え続けている。ある新古書店チェーンでは昨年の売り上げが五年前の約三倍に達し、店舗数も二・五倍に増えた。このため、書店の万引増加と新古書店の台頭を結びつける書店経営者もいるが、新古書店側は「買い取り本が増えているのは、万引によるものではなく、家で眠っていた本を客が有効活用しているにすぎない」と反論している。（比護義則）

ゲームソフト、DVDなどを扱う店が集中する東京・秋葉原の電気街は、少年万引の多発地帯だ。この街を管轄する警視庁万世橋署の一階ロビー。ソファに座り、近くのラックにあった少年万引防止パンフレットを広げてみると、大きな文字が目飛び込んできた。

「万引きは『犯罪』です」

「見つからなくても、見

今春の夕方。北関東の県立高校に通う十六歳の少年

モラル

少年万引

ハザード

●●3

つかって代金を払っても」と、丁寧な補足説明もある。別の防犯パンフレットにも目を通して見たが、「覚醒剤使用は犯罪です」「ひき逃げは犯罪です」という記載はない。

万引は犯罪。当たり前前

三人が、JR秋葉原駅のホームに降り立った。三人の目的はゲームソフトの万引。盗んだソフトを買い取り専門店に換金して、おしゃれな洋服を一つもりだ。それぞれ大きな空の手提げバッグを携え、電気街

へと向かった。あるパソコンショップで足を止め、一階のゲームソフト売り場へ。キヨロキヨロと周囲を見渡す。店員の数が少なく、死角も多い。「やれる」。陳列棚にあるゲームソフトを次々にバッグの中に入れ、足早に出入り口に向かった。防犯タグを商品につけたまま防犯ゲートを通過。「やったゾアラムが鳴らない」。三人の顔がほころんだ。

ところが、私服警備員が犯行の一部始終を見ていた。店舗出入り口で三人を取り押さえ、一〇番通報した。被害品はゲームソフト十一点（計六万六千九百一十四円相当）。いずれも換金率の高い新作商品だった。結果的に三人の万引は失敗に終わった。しかし、犯行そのものは巧妙に仕組まれた計画的なものだった。

金属に包み込んだり、ある種の液体につけたりすれば反応しないという。

「秋葉原にはたくさん

店があって、ゲームソフトがたぐさんあるでしょ。金になるところなんだ」「万引は簡単にできると思って

いた。こんな（補導される）事態になると考えてもいなかった」

万世橋署生活安全課の相談室。補導された三人は、少年係の捜査員の取り調べにも淡々と応じた。彼らの供述からは、窃盗が犯罪で

「ゲームソフトなど高額商品が、換金目的で狙われている。計画的に、しかも大量に万引をするケースも目立ち始めている」と、万世橋署の玉木芳信副署長は指摘する。少年万引の悪質化、巧妙化に一層拍車がかかっている。（比護義則）

3人組の供述

犯罪意識なく悪質、巧妙

万引きは、「犯罪」です。

●見つからなくても、見つかって代金を払っても、

どんな非行でも、「ある日突然に……」ということはありません。万引きの場合は、善悪のけじめ、がまんなどの欠けた少年に多く見られます。

万引き防止は家庭から

万引きは、
早めの発見 適切な対応
をすれば、二度と繰り返さなくなります。

こんな子どもの顔



こんな親の態度



警視庁が一般配布している防犯パンフレット。「万引きは犯罪」という当たり前の言葉が目を引き

■少年の万引防止パンフレット 警視庁の各警察署に置かれている都民用防犯パンフレットの一つ。万引をしている子供の態度について、①帰宅時間を守らなくなる②小遣いの日を忘れている③家族との会話を避ける一などを指摘。万引少年に対する誤った親の態度については①盗品を買い取ればいい②見つかるとの処分してしまう③などの例を紹介。家庭のしつけの大切さを訴えている。

東京都足立区のコンビニエンスストア。四月上旬のある晩、店にやってきた少年がまっすぐに雑誌コーナーへと向かった。ここは店員のいるレジから肉眼では死角となる。「怪しい」と感じた店員が監視カメラで少年の様子を観察した。案の定、コミックと雑誌の二冊（計九百八十円）をシャツの中に滑り込ませ、ベルトに差し込むと店外へと駆

モラル

少年万引

パザード

●●4

け出した。

店員は追いかけて、近くを通りかかったパトカーに助けを求めた。「止まりなさい」。パトカーに乗っていた警察官が拡声器を使い何度も停止を促すが、少年は言つことをきかない。店から約二百五十メートル離れた路上で取り押さえ、窃盗の現行犯で逮捕した。

捕まったのは中学三年の男子生徒「巴」。「人気コミ

ックなので、どうしても読むみたかったんだ。エロ雑誌はついでに取った。以前にも同じ店で（万引を）やったよ」。監視庁の捜査の補導室でそう供述した。

逃走用の自転車を出し、入り口近くで用意し、しかも店の監視カメラに映らない死角に置いてあった。少年のポケットの中には千円ほどの現金が入っていた。万引しなくても雑誌を購入

捜査員は、逃走するなど犯行の「悪質性」を説明し、少年の一晚の留置を告げた。

十四歳の少年が逮捕されるのは確かに異例のことだ。しかし補導、説諭といったこれまでの甘い対応では、急増する少年万引に歯止めをかけることはできない。逮捕に踏み切ったのは、悪

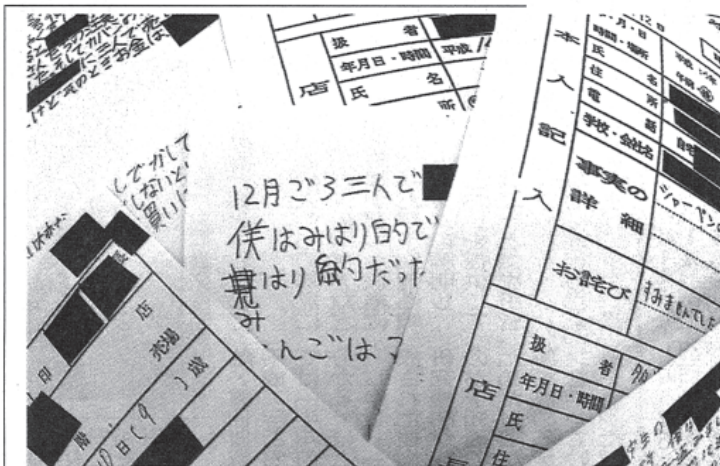
質な少年万引に対しては積極的に摘発していくという、警察の強い姿勢の表れでもある。

■「万引き牽制標語」

万引が深刻化して書店経営を圧迫していると考えた出版社「文芸春秋」（東京都千代田区）は2月、「万引き牽制標語」を募集。社員らの応募作約1000点から選んだ標語ポスターを4月、全国書店に配布した。

◇最優秀賞＝「ちょっと待て。ほんの1冊、悔い一生。」

◇優秀賞＝「盗んで、売る一犯罪二つ分です。」「買ってこそ本はあなたの友になる」「万引きは1度目でレッドカードです。」



都内の書店で万引少年が任意で書いた反省文。徒党化、低年齢化が顕著に

同チェーンでは、店で女子中高生の万引犯が見つかり警察に被害届を出すと、翌日からその学校の制服姿の女子中高生の客が激減する。容易に万引できる店のうわさが校内で広が

り、集中的に狙われていたのだ。

日本チェーンドラッグス トア協会によると、平成十三年度の国内のドラッグストアの推定万引被害総額は、総売り上げの約0.75%の二百億円。十四年度は二百六十二億円にも達した。万引天国・日本。こんなフレーズが現実のものとなりつつある。

「化粧品は女子中高生、生活雑貨は主婦、薬は高齢者というように層がわかれるが、グループで万引をする女子中高生の方が圧倒的に悪質です」と、都内に約百店舗を展開するドラッグストアチェーンは指摘する。

同チェーンでは、店で女子中高生の万引犯が見つかり警察に被害届を出すと、翌日からその学校の制服姿の女子中高生の客が激減する。容易に万引できる店のうわさが校内で広が

軽い気持ちで万引に手を出し、その後、傷害や強盗といった凶悪犯罪へと走る少年は少なくない。少年万引に対して厳しく臨み、その段階で罪の重さを知らしめることは凶悪犯罪の芽を摘むことにもつながる。

「少年犯罪は凶悪化、グループ化が進んでいる。万引した商品を使って火炎瓶を作ったカラギャングもいたほどだ。捜査員は一生

千円に満たない万引で逮捕された十四歳の少年は、その夜、生まれて初めて留置場に入れられ、目から大粒の涙をボロボロとこぼしたという。犯した罪の重大さに気付いた瞬間だった。

（比護義則、芦川雄大）

大粒の涙

「980円」で逮捕、罪の重さ自覚

警察が「重要窃盗犯」として積極的な捜査を行ってゐるのは、「ひったくり」「空き巣」「自動車盗」。検挙数値目標が書かれた警視庁刑事部の内部資料によると、平成十五年の「重要窃盗犯」検挙目標として、過去五年の平均検挙件数より10%以上の増加を掲げている。一方、「万引」については「けが人がでる可能性があるひったくりや、一

モラル 少年万引

●●5

般市民の財物が奪われる空き巣に比べれば重視していない」（警視庁捜査三課）。

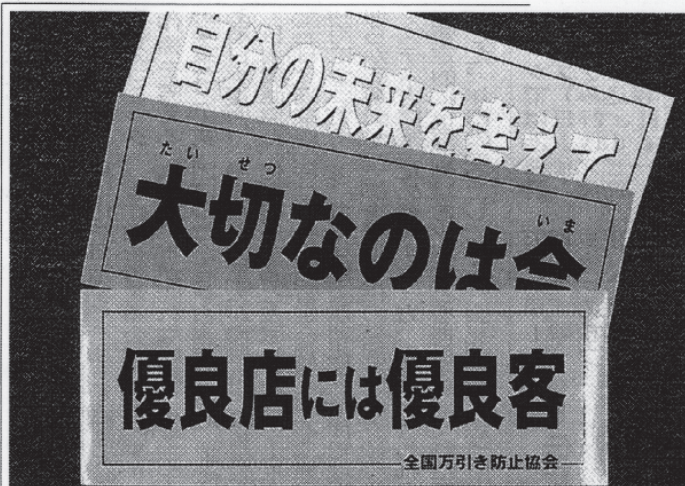
万引被害に遭った店側も一〇番通報、被害届の提出、警察の聴取と「人」と「時間」を割かなければならず、営業にも支障が出る。このため、被害届を出さない店も少なくない。平成十四年七月、万引した男を捕まえようとしたコ

ハザード

「警察を呼ぶと、事情聴取されたり、店舗内で犯人の指紋を取られたりする。その間、事実上閉店しなくてはならず経済的損失は大い。千円前後の万引で被害届を出す気は起きない」。駅構内のある店主はそう本音を漏らす。

「割れ窓」理論

良心に訴える防止策も



少年の良心に訴える万引防止ステッカー

粧をしたり、ゴミを路上に投げ捨てたり、外に出ても自分の部屋にいる感覚で振る舞う。そんな感覚だから万引行為に対してもあまり罪悪感がわかない。今後は、犯行に歯止めがきかなくなる可能性がある」と指

摘。「公」と「私」の境界をあいまいにしている意識が、万引を誘発する要因とみて、家庭や学校での「公」教育の充実を訴える。大手防犯メーカー「高千穂交易」（東京都新宿区）は、「目に見えない形で監視カメラをつけ、犯罪現場を証拠として記録し、防犯カメラを付けて商品を店外に出せないようにすることが最大の抑止策。子供といえども換金目的の「プロ」もいる。監視を意識させることによって万引を減らすしか方法はない」と主張する。

一方、監視を前提とした防犯設備に頼る万引抑止に疑問を感じている警備関係者もいる。

都内で警備会社を営む押川剛さんは数年前まで、万引に悩む店舗で巡回警備を担当していた。「防犯カメラ

■割れ窓理論 住民の関心事は、殺人や強盗などの凶悪犯罪や落書、万引などの軽微な犯罪で、これらが行われる地域を警察と解決することができない犯罪学説。治安回復の処方箋（せん）として、犯罪都市ニューヨークのジュリア・ミューンが採用。乗客の乗入れを7年間67%も減少させた。

ラ作動中」「警備員巡回中」などと表示しても万引は減らない。逆に、これらの表示を意識した万引少年の「挑戦者」としての鋭い目つきに気づくようになった。そこで、「大切なのは今」「自分の未来を考えると」など良心に訴える万引防止ステッカーを考案。平成十一年夏、全国約五十店のコンビニに試験的にステッカーを張ったところ、万引が半数にまで激減する店も出てきた。

「割れた窓ガラスを放置すると、街全体が荒れ犯罪が増加する」という「割れ窓理論」がある。少年万引を「割れた窓」状態にしないために、「保護者」「店」「警察」の新しいアイデアや徹底した防犯・検挙活動が求められている。（比護義則）

〓おわり

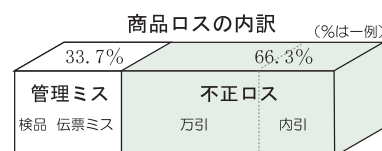
万引ロス削減の決め手

1. 商品ロスを管理ミスと不正ロスに分け、不正ロスの金額を正確につかむ。

2. 万引防止機器はあくまで道具。道具の長所・短所をよく理解し、使いこなすことが必要です。

かつて経営者の多くはコンピュータという道具を買えば、すぐ情報化、能率化が図れると錯覚しました。防犯機器の道具を設置するだけでは、根本的な解決になりません。

3. 「この店では万引させない」という確固たる熱意でロス削減の数値目標をつくり、達成しよう。



万引ロスをなくす最良の道具はミラーです

1. 「万引させない」という心理的圧力をミラーで構築。
《守りの道具》

万引を未然に防止するには、店舗空間にミラーで「万引させない」という心理的圧力を構築し、ミラーの存在で、当店が万引対策に注力しているという姿勢が必要です。

万引犯は、TVカメラで記録されたテープを警察に見せてもすぐ警察が動けないことを知っています。カメラは「もしかすると見ている人がいる」という抑圧はありますが、モニターは別の場所にあるため、容易に捕まらないという安心感があります。

ミラーの場合は「すぐそばで見られているかもしれない」「いつどこから店員や保安員が現れるかわからない」という恐怖感を与え、犯行計画の縮小や、挙動不審となって自ら発覚の糸口をさらけ出させます。

TVカメラの場合は、記録性があり、強盗や防災に対して有効です。また、遠隔性があり、お店のすべてが、一か所でわかりますが、専任の「モニター監視員」が必要です。

2. それでもやるなら検挙。ミラーは売場で監視範囲を広げます。

万引ロス削減には、捕まえて「どんな人が?」「どの場所?」「どういう方法?」を知ることが必要です。万引は現行犯逮捕が原則です。

万引犯を検挙するには、売場のスタッフの一人当たりの監視範囲を広げる必要があり、売場で監視をリアルタイムに行うことにミラーは最適です。

3. 検挙するにもリアルタイムで見れるミラーが必要。
《攻めの道具》

万引犯の尾行には一瞬たりとも目を離してはいけません。

犯人達は「ひっかけ」や「商品を仲間に渡したり、戻したり」もします。

モニターで犯行を見つけても、現場にかけつけるまでに空白の時間が発生します。

ミラーはリアルタイムで見ることができます。

●ひっかけ…万引するように見せかけてわざと捕まえさせ、賠償金を請求する手口。

詳しくは本文 P10. 11. 12. 13. 14. 23 に掲載されています。

商品ロス削減のアウトソーサー 国際警備(株) 保安事業部 森部長・安藤次長の言葉より

身近なコンビニから航空機まで、コミーミラーは、安全・防犯・サービス・効率アップに役立っています。



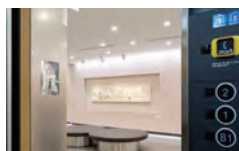
航空機



ATM



駐車場



エレベータ



店舗



工場



病院



学校・公共施設



オフィス



ホテル・商業施設

Komy®

コミー株式会社

〒332-0034 埼玉県川口市並木 1-5-13
 □代表(営業本部など) TEL: 048-250-5311
 □受注センター TEL: 048-250-5317

コミー

検索

お客様相談室 ☎0120-531-073

FAX: 048-250-5318 (共通です)

掲載されている内容は作成当時のものになります K2210