

第5回

全国小売業万引被害実態調査報告書

平成22年9月

調査：特定非営利活動法人 全国万引犯罪防止機構

協力：警察庁生活安全局生活安全企画課

はじめに

平成 21 年度に実施しました「第五回 全国小売業万引被害実態調査」の結果をお届けします

平成 17 年度に開始しましたこの調査も 5 回目になりました。犯罪の根っこにある万引犯罪を防止し、青少年の健全育成と地域の安全・安心を取り戻すために全国の小売業の皆様から貴重なデータをお寄せいただきました。併せて、「特定非営利活動法人全国万引犯罪防止機構」の会員各位、警察庁生活安全局生活安全企画課及び各都道府県警察本部を始めとする関係部門の厚いご協力と、多大なるご支援の賜物と感謝いたし、ここに深くお礼を申し上げます。

最新の万引の認知件数は、平成 21 年(1 月～12 月) 149, 892 件、同前年 145, 429 件の 3.1%増と 2 年連続で増加しています。

増加の主な原因といたしましては、

- (1) 一昨年秋からの不況が続いていること
- (2) 高齢者による万引が増え続けていること
- (3) マイバックによる万引が増えていること
- (4) 換金目的の大量万引、集団万引が激しいこと
- (5) 外国人による荒っぽい万引が増えていること
- (6) 青少年が増えていること

等があり、これら万引犯罪の増加は小売業の経営を圧迫する経済問題であるばかりでなく、青少年の健全育成を阻害する社会問題でもあります。特に万引犯罪は子ども、高齢者、外国人等広範囲にわたっていることを考えますと、日本の規範意識を取り戻す意味でも社会全体として対策に取り組むべき緊急課題であります。

このような環境の中での本調査報告書を今後の万引防止対策に役立てていただければ幸いです。

平成 22 年 6 月

特定非営利活動法人全国万引犯罪防止機構
理事長 河上 和雄

目 次

2009 年度調査の要約（2010 年 6 月 3 日通常総会時発表）	1
第 5 回 小売業調査からのメッセージ（要約）	26
第 1 章 全国万引実態調査について	31
(1) 調査の背景	31
(2) 調査目的	31
(3) 調査内容	31
(4) 調査実施の枠組み	31
(5) 調査対象	32
(6) 調査の経過	33
第 2 章 調査結果	34
1. 回答企業	34
(1) 業態別分布	34
(2) 店舗数・年商・決算月の分布	34
2. 万引犯罪の状況及び傾向	35
(1) 直近決算年度の万引き犯罪被害件数	35
(2) 確保した万引犯の人数	36
(3) 男女別内訳	38
(4) 職業別内訳	40
(5) 単独犯・複数犯別内訳	42
(6) 確保を実行した者の内訳	43
(7) 年間の総売上げに対する不明ロス金額の構成比	43
(8) 不明ロス金額の算出方法	44
(9) 不明ロスの中で万引被害と推定される金額の比率	45
(10) 万引被害金額の増減傾向	45
(11) 万引被害件数の多い商品	47
(12) 最近の万引犯罪の原因	47
(13) 当社で万引被害を減少させた要因	48

3. 万引犯罪発見後の処理	49
(1) 当社の基本的な処理方針	49
(2) 警察に通報した後で、書類作成類等で要した時間	50
(3) 基本的な処理以外の処理基準	53
4. 万引犯罪の防止策	54
(1) 万引犯罪への基本的な考え方	54
(2) 各店舗で実施している万引犯罪防止策	55
(3) 万引犯罪防止のために実施している従業員教育	57
(4) 万引犯を捕捉した際にかかった費用の損害賠償請求	57
(5) 少年の万引き犯罪防止はどこが主体となるべきか	59
(6) 成人の万引き犯罪防止はどこが主体となるべきか	60
(7) 地域社会との付き合い	62
(8) 法改正された刑法235条の認知と適用	63
(9) マイバックの使用	66

2009年度 全国万引被害実態調査 報告

2010年6月3日

NPO法人 全国万引犯罪防止機構
調査研究委員会委員長 加藤和裕

1

1. 全国万引被害実態調査概要

調査・分析：NPO法人全国万引犯罪防止機構

協力：警察庁生活安全局生活安全企画課

- 2009年度調査(2010年3月調査)
- 調査対象：セルフ販売小売企業871社(前年度924社)
- 倒産、合併、不明、辞退、受取拒否等23社(63社)
- 回収319票(324票) 回収率38.5%(37.6%)

2

調査で把握した万引の概要

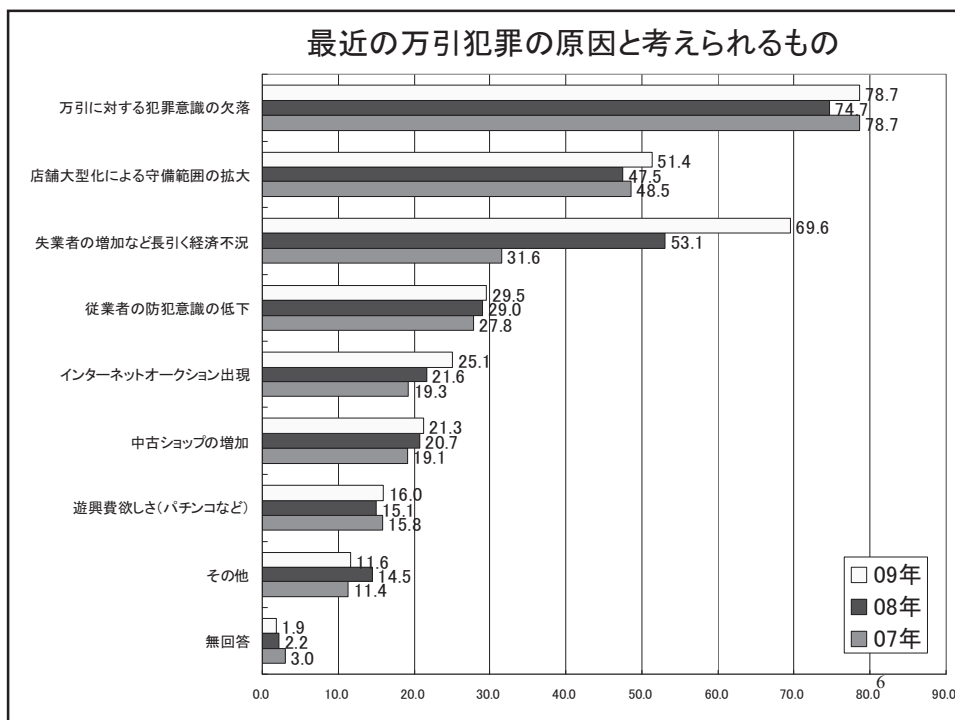
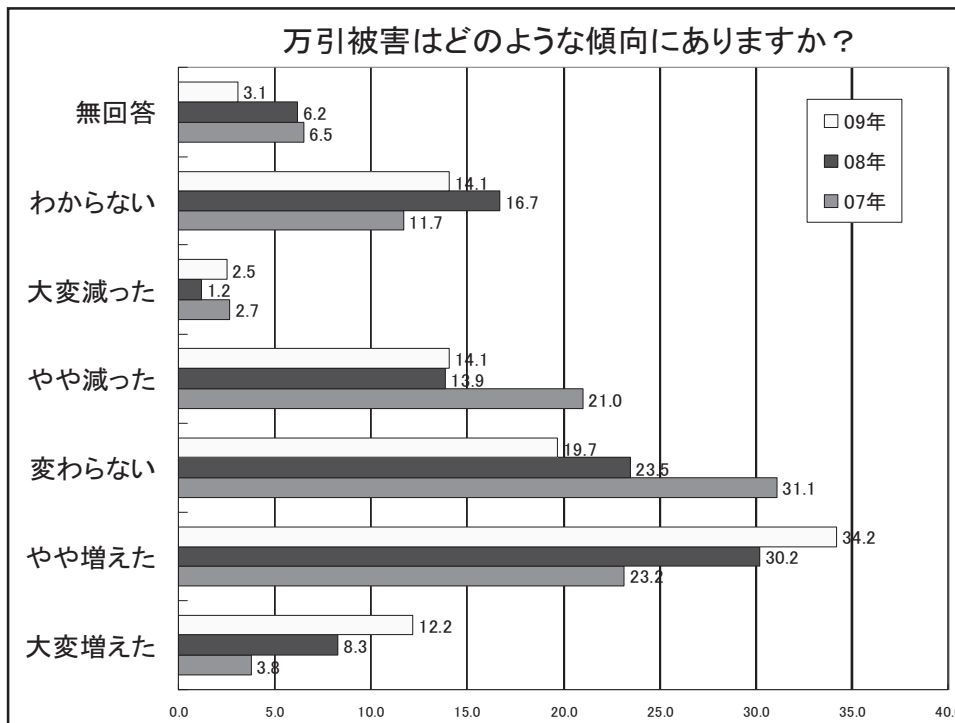
- ・ 確保した万引犯人数 45,384人(42,696人)
- ・ 万引犯罪被害件数 44,074件(54,233件)
- ・ 売上高計 21兆5693億円(25兆3025億円)
- ・ 売上高対不明ロス率 0.42% (0.52%)
- ・ 推定ロス高 899億円(1325億円)

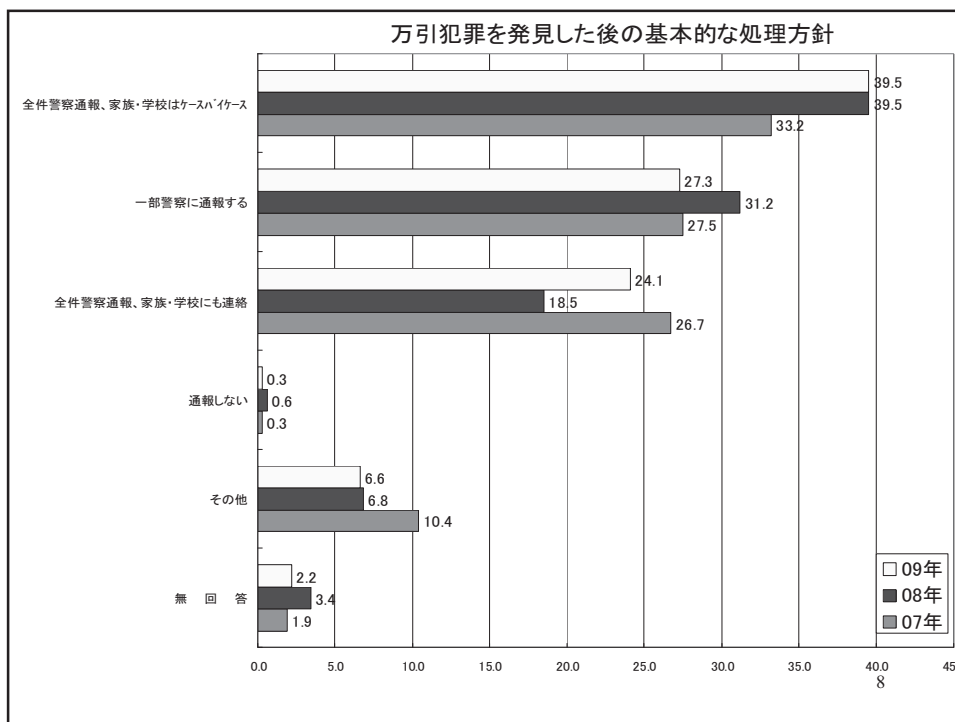
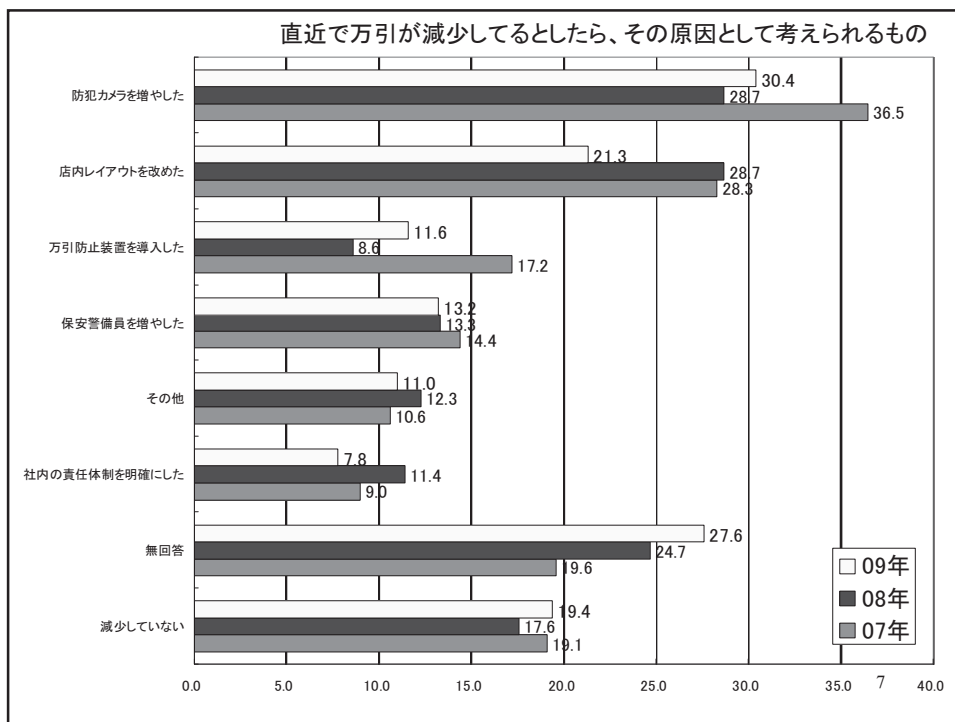
3

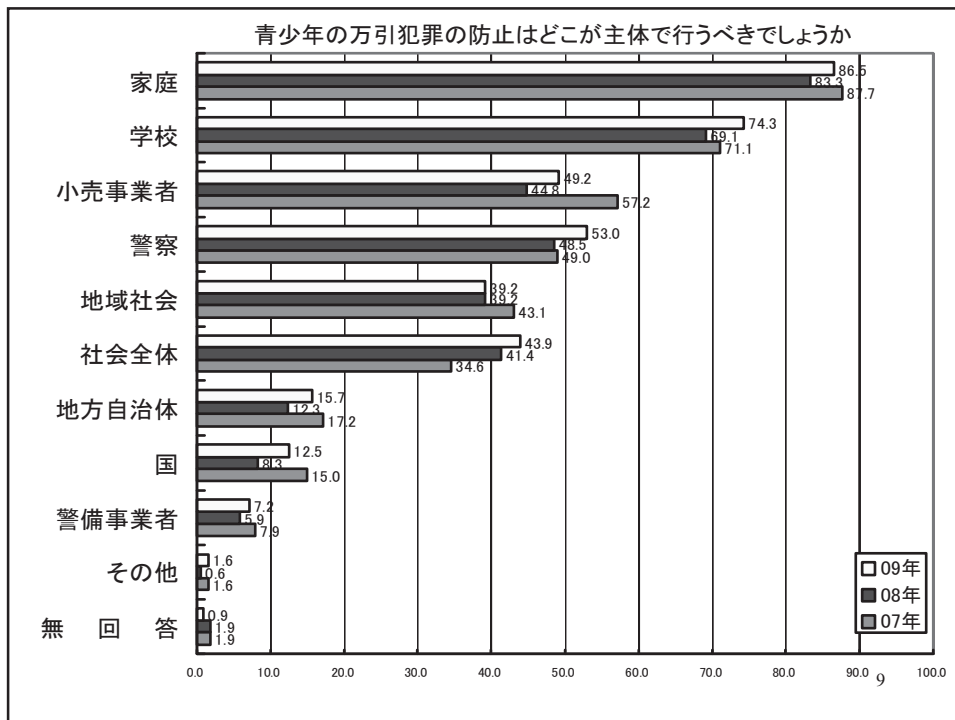
万引犯を確保した人 50,337人 (前年60,462人)

- ・ 従業員 3,018人(3,999人) 6.0%
- ・ 保安警備員 46,970人(56,139人) 93.3%
- ・ お客様 142人(136人) 0.2%
- ・ その他 152人(148人) 0.3%
- ・ 不明 55人(40人) 0.1%
- ・ 小売店頭での万引現行犯は、その9割以上が保安警備員の手で確保されている。

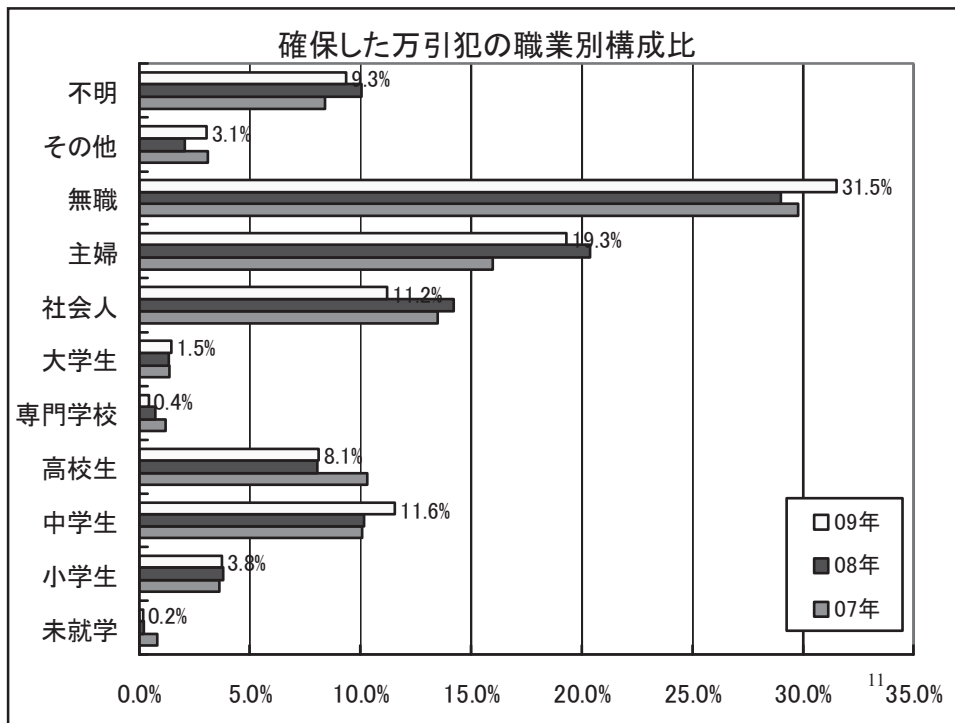
4





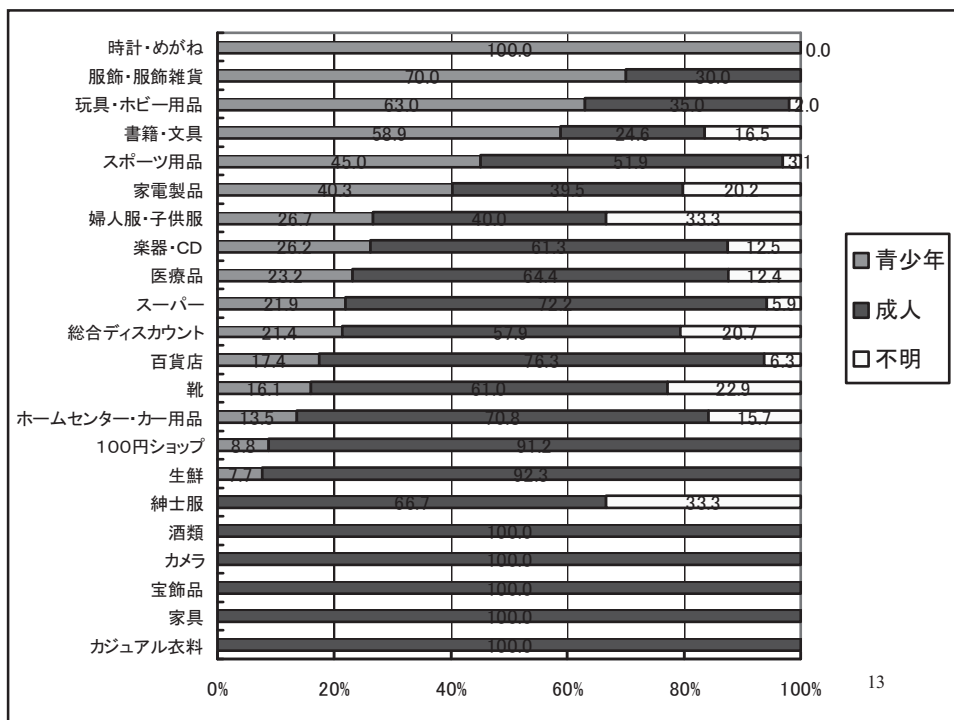


2. 確保した万引犯の 職業別構成比推移



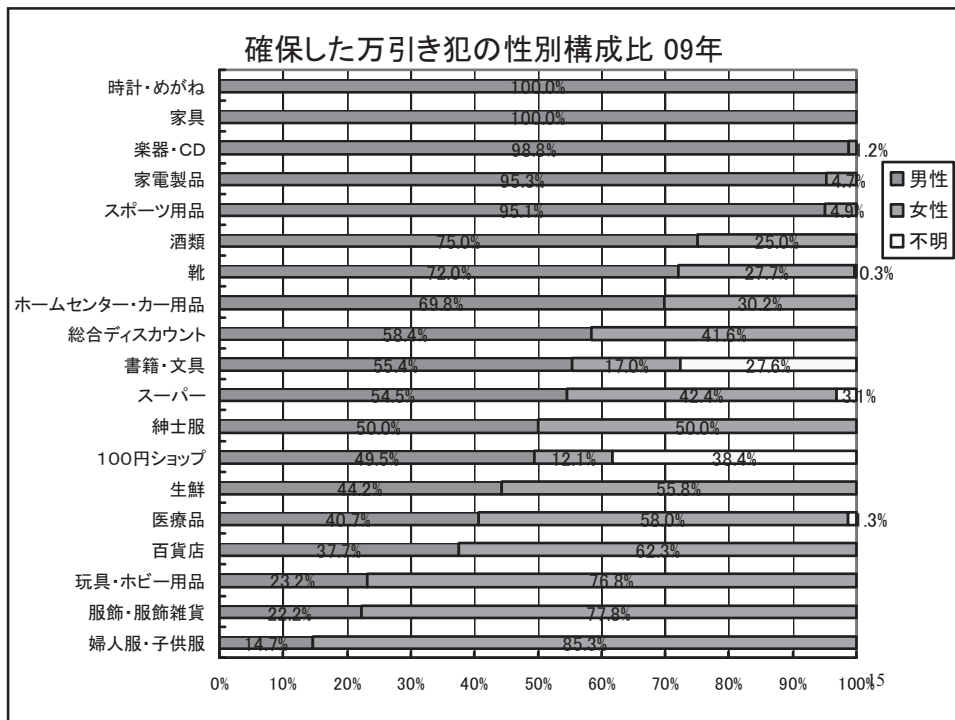
3. 確保した万引犯の 青少年構成比

業種別



4. 確保した万引犯の 性別構成比

業種別



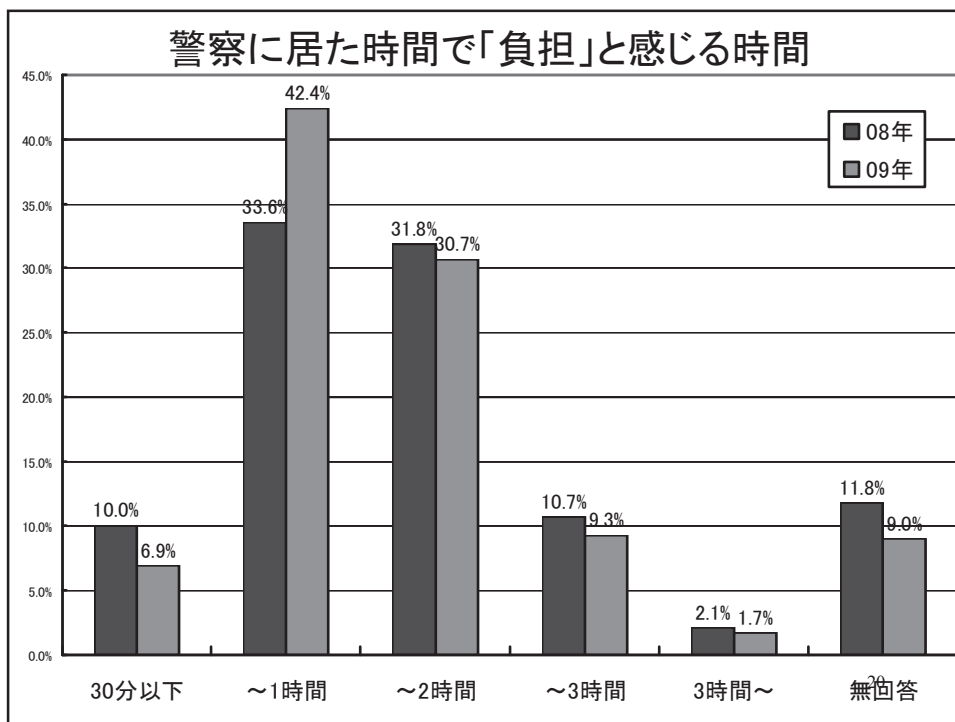
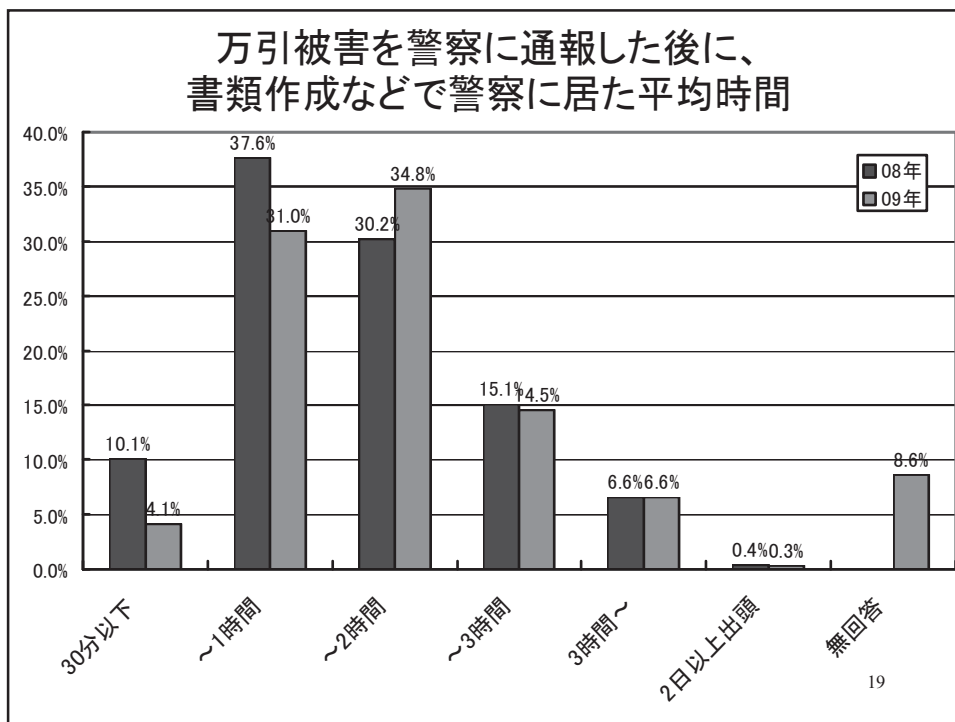
5. 不明ロス率の推移

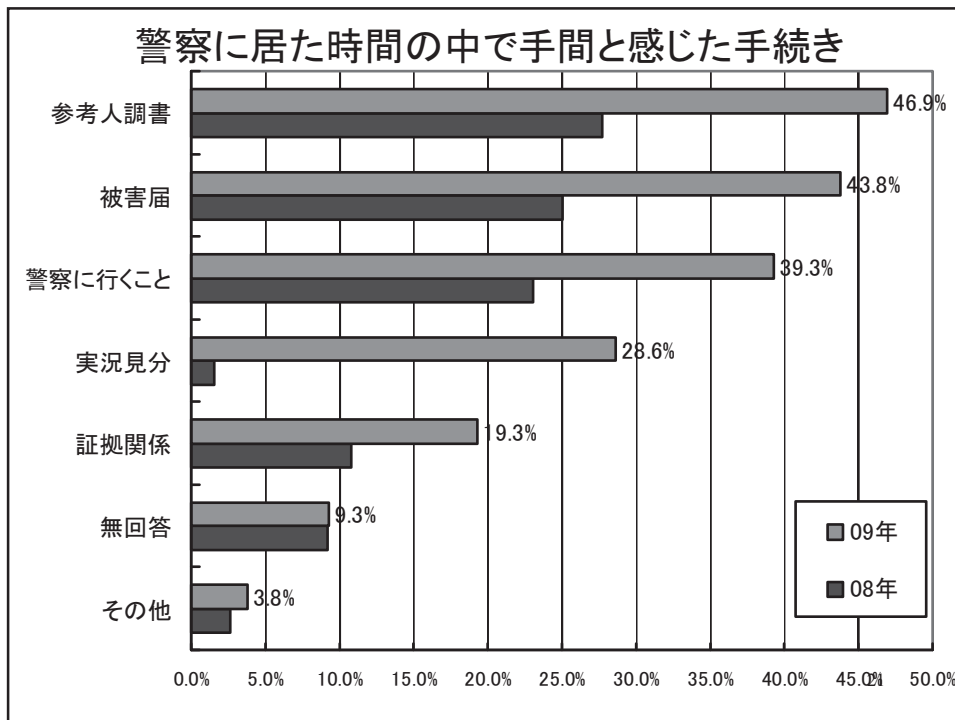
ロス率07年度		ロス率08年度		ロス率09年度	
スーパー	1.80%	百貨店	0.92%	カジュアル衣料	1.60%
総合DS	1.63%	服飾・服飾雑貨	0.81%	服飾・服飾雑貨	1.50%
HC・カー用品	1.01%	書籍・文具	0.74%	楽器・CD	0.88%
楽器・CD	0.96%	カジュアル衣料	0.72%	時計・めがね	0.87%
服飾・服飾雑貨	0.91%	総合DS	0.68%	HC・カー用品	0.60%
婦人服・子供服	0.78%	HC・カー用品	0.63%	書籍・文具	0.59%
スポーツ用品	0.74%	スーパー	0.62%	スポーツ用品	0.58%
百貨店	0.72%	医療品	0.54%	医療品	0.48%
書籍・文具	0.63%	婦人服・子供服	0.52%	スーパー	0.37%
時計・めがね	0.56%	靴	0.47%	総合DS	0.35%
医療品	0.54%	スポーツ用品	0.31%	靴	0.28%
カジュアル衣料	0.35%	楽器・CD	0.23%	婦人服・子供服	0.18%
靴	0.30%	紳士服	0.06%	百貨店	0.15%
紳士服	0.12%	時計・めがね	0.04%	紳士服	0.02%

17

6. 通報処理

18



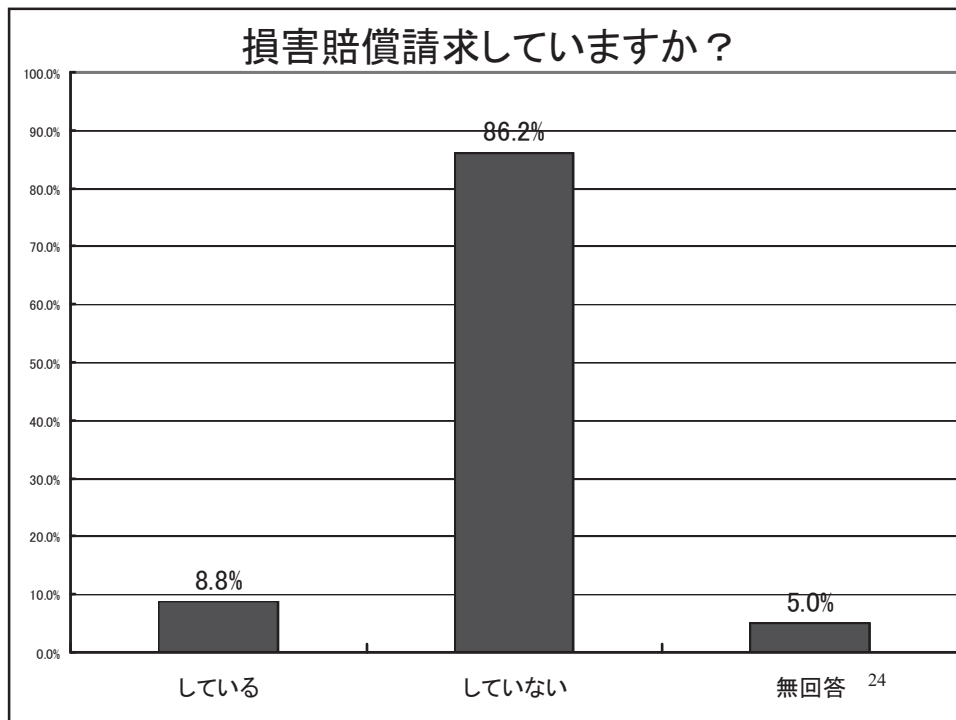


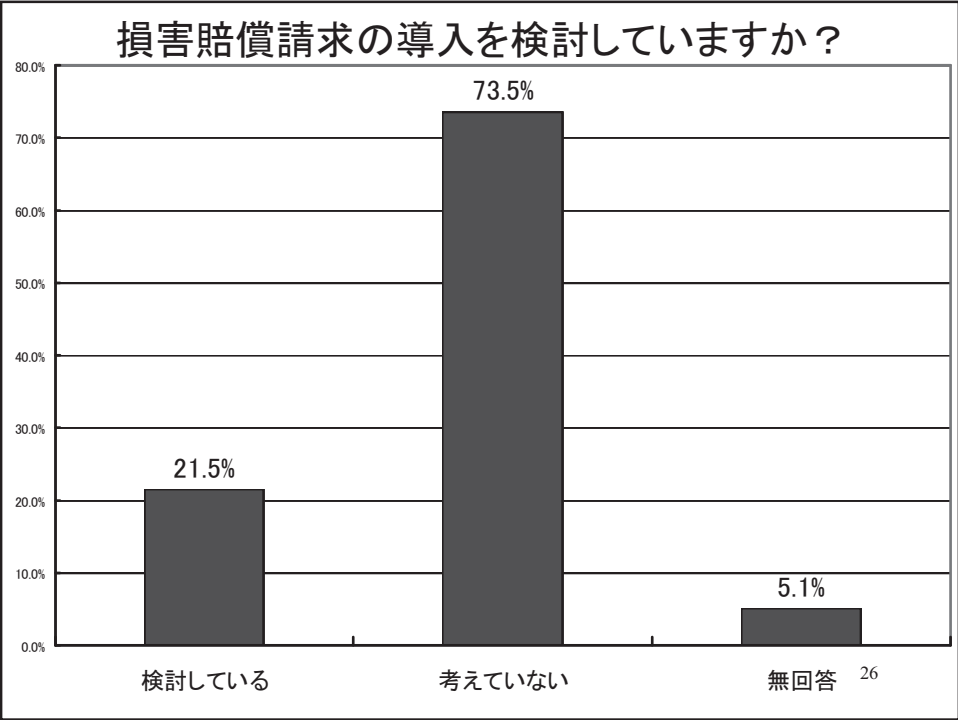
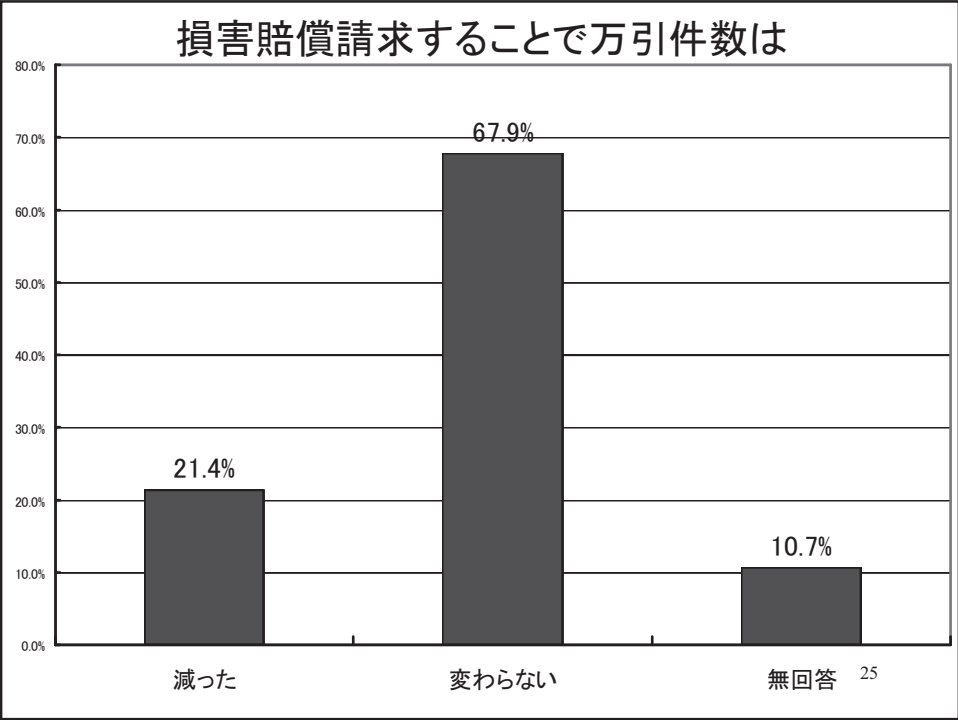
通報の負担は未だ解消されず

- 1時間以上警察で拘束される割合が、08年53.3%から09年56.2%に増加
- 「手間」と感じるのは「参考人調書」「被害届」「警察へ行くこと」
- 「警察に行かずに済み、30分以内」が許容範囲か？

7. 損害賠償請求

23





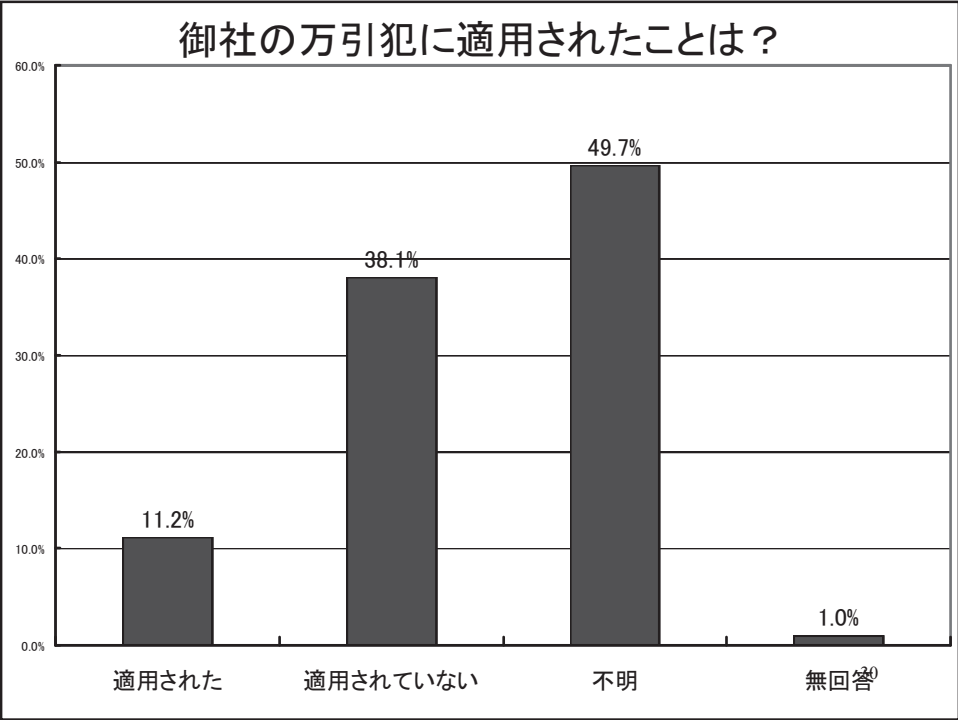
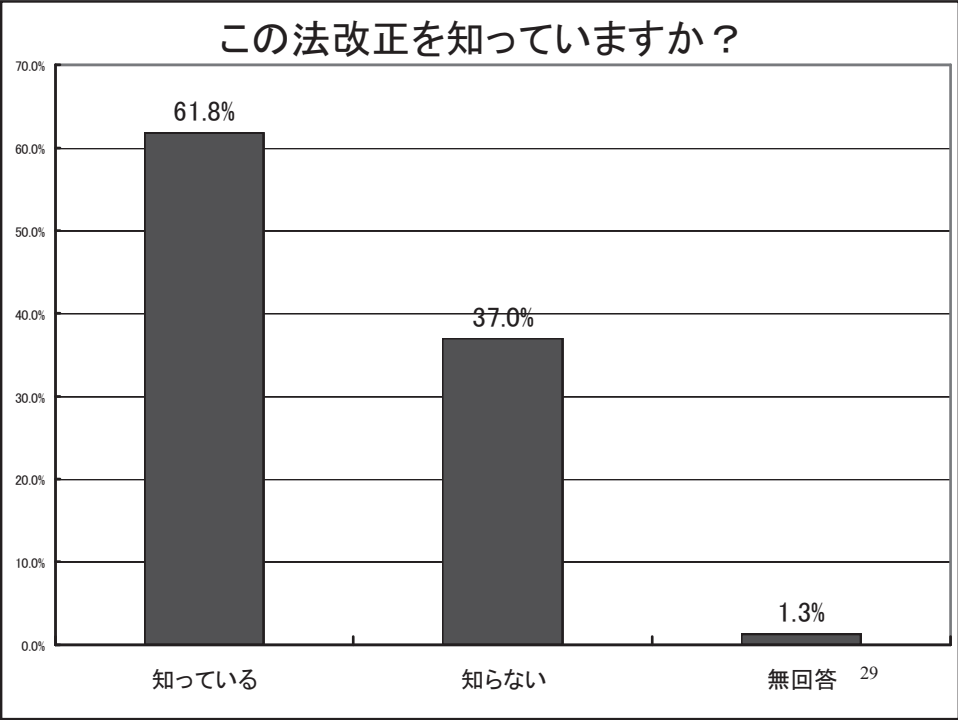
損害賠償請求実施企業

- スーパー 8社／88社
- 書籍・文具 3社／10社
- 医薬品 1社／24社
- スポーツ用品 2社／ 5社
- HC・カー用品 2社／19社
- 総合ディスカウント 3社／ 8社

27

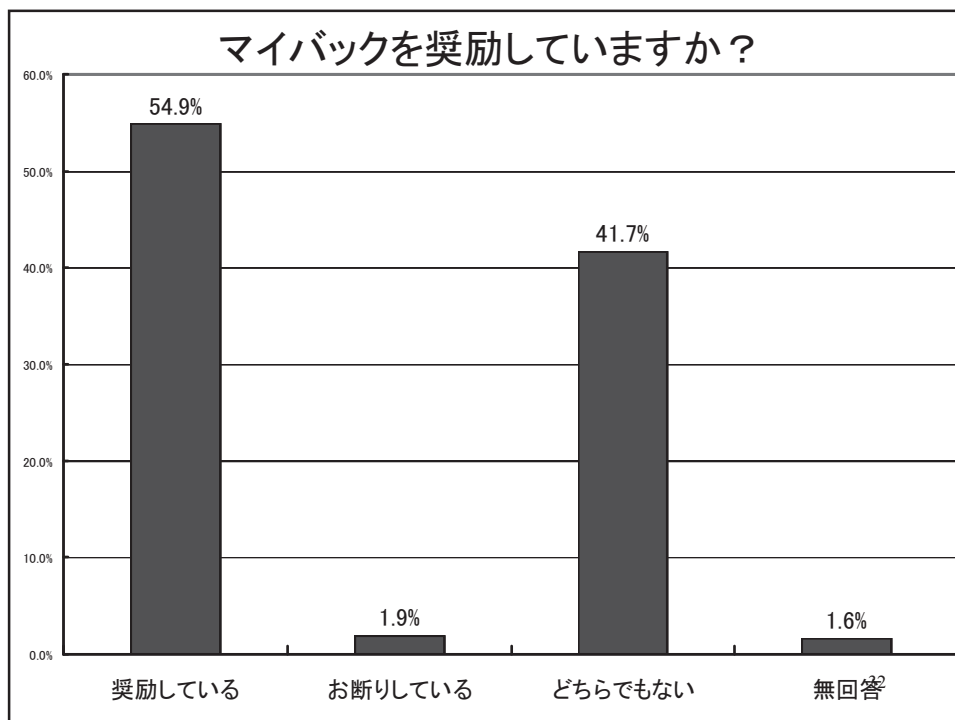
8. 万引き犯に対する 刑法235条の適用

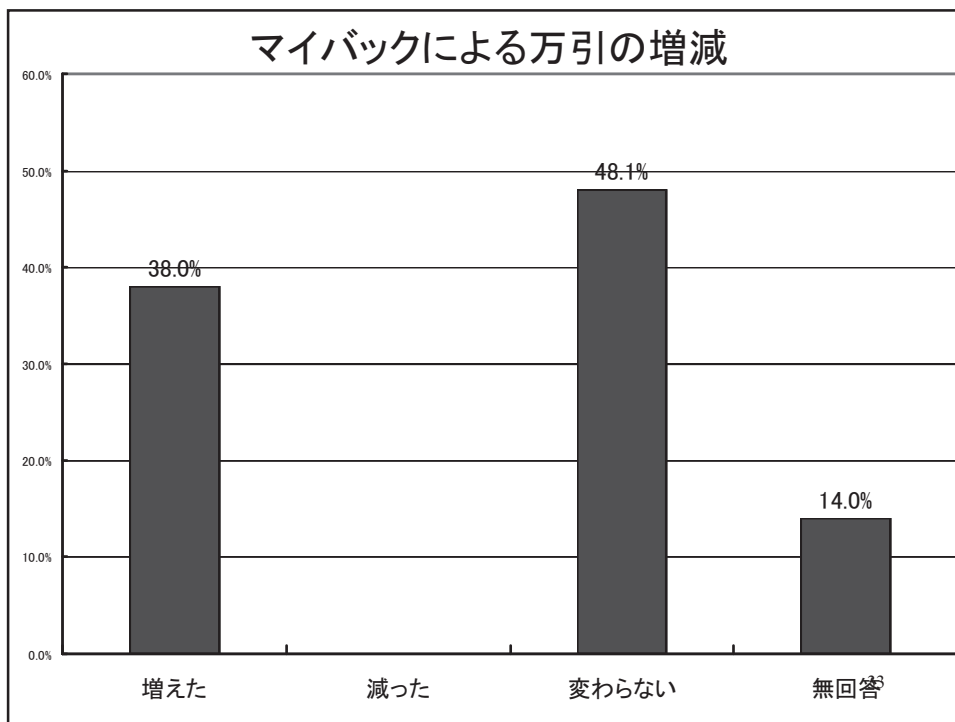
28



9. マイバックの奨励

31





10. 自由意見欄より

- Q. 万引犯罪で過去に「こんなことがあった」と特筆するような事例がありましたら、ご記入下さい。

35

- Q. 万引犯罪を減らすためには、どのようなことが有効であると思われますか？。

36

- Q. 万引犯罪被害を減らすために、警察・行政・学校・家族等に対してご要望があればご記入下さい。

37

11. まとめ

38

日本で唯一の万引被害実態調査

- 319社の集計で899億円の不明ロスが発生
- 全業種平均ロス率は09年度0.42%
- 延べ46,970人の警備員と、3,018人の従業員等が50,337人の万引犯を捕捉
- 万引犯は「無職」「中学生」が増加
- 業種別では、カジュアル衣料、服飾・服飾雑貨でロス率が増加
- 全件通報実施は63.6%で増加傾向

39

新たな質問項目

- 調査協力企業の8.8%が人件費等の損害賠償請求を既に実施
- 未実施企業の21.5%が導入を検討
- マイバックは54.9%の企業が奨励
- 38.0%の企業が「マイバックで万引が増えた」と回答

40

12. 個人的提言

全国万引被害実態調査をして、
個人的に感じたこと
(当機構の見解ではありません)

41

外部業者委託の導入

- 人手の足りない店舗では、警察に出向くとその間、お店を閉めなければならない
- 一切、警察に出向かなくても良いスキームを作り出せないか？
- 事後処理一式をアウトソーシングできないか？
- その費用を窃盗犯に請求できないか？

42

「店内捕捉原則」の確立

- 暗黙の了解、店を出たところで捕捉する。
- 店内捕捉を原則にできないか。
- 店内で商品を衣服、カバンに入れた時点で窃盗犯罪の成立と見なす判例を積み重ねる。
- 逃走が減る。保安員の危険が減る。
- 誤認の激減と捕捉効率向上が図れる。

43

常習者、窃盗団対策

- 各社が常習者や窃盗団の顔写真を持ち寄り「万防機構画像データベース」を作れないか
- 顔認証システムにより店舗入口の防犯カメラに写った入店客と画像DBをマッチングし、常習者・窃盗団の入店時にアラームを発生せられないか

44

保安員や社員は誇りを持てるか

- 通行人が犯人取り押さえに協力すると、警察から表彰されることがある
- 保安員や社員が窃盗犯を捕捉し、警察に届け出ると、迷惑がられることもある
- 「誤認目当て」等のリスクと葛藤しながら日夜窃盗犯捕捉に励む保安員や社員に、報酬以外で報いることはできないか

45

素朴な疑問

- 警察側が何にも捜査活動もしないのに、自主的に犯罪者を捕まえて、警察に通報してくれる人たちがいるのに、どうして迷惑がられるのだろうか？
- これは「万引犯の検挙」が、警察官の昇進・昇格や警察署の評価、警察署長の人事に、何らプラス作用を及ぼさないからではないか？

46

万引撲滅の勘所

- 警察官、警察署の評価制度に組み込む
- 「何回も捕まえてくれて、本当に有り難う」と警察官が本心から思う人事考課評定項目
- 月末に万引犯を捕捉し通報すると、警察官は嬉々として、モミ手で駆けつける
- 「ウチの署長を男にしてください！」と、地域の小売店に捕捉ノルマをお願いして回る警察署員

47

万防機構に求められていること

- 会員企業から「...諸事情により更新手続きは遠慮させていただきます。...」
- 実効性のある対策を打ち出せ
- 万防機構に入会する御利益を明らかに
- 企業が自ら進んで入りたくなる魅力を持って
- 寄付に頼るな、安定財源を持って
- 特別会員(各種団体)をもっと活用せよ
- 「万引が減った！」成功体験を普及せよ

48

- 一人でも多くの会員を
- 一社でも多くの協賛会員を
- ぜひお声掛け下さい
- 「万引を減らす」万防機構を
ともに作りましょう

49

319社の小売業の皆様
調査ご協力有り難うございました

50

第 5 回 小売業調査からのメッセージ

メッセージ 1 :年間の万引被害件数は、直近年度で回答小売業の平均が 168 件< H20 年 : 205 件、以下、カッコ内は H20 調査結果>であった。その他専門店 602 件、100 円ショップ 406 件、総合ディスカウント 332 件、ホームセンター・カー用品 323 件、スーパー 313 件、書籍・文具 278 件、家電製品 170 件、< H 20. スーパー、ホームセンター・カー用品、書籍・文具、コンビニ・ミニスーパー、総合ディスカウント、医療品、スポーツ用品、カジュアル衣料>などの業態における平均件数が多い。

メッセージ 2 :確保した万引犯の男女内訳は、男性 50.2%、女性 35.8%、性別不明 14.1% であり、業態別には、楽器・CD、家電製品、スポーツ用品、ホームセンター・カー用品、総合ディスカウント、< H 20. スポーツ用品、書籍・文具、家電製品、ホームセンター・カー用品、その他専門店、>、の順に男性の比率が高く、一方、女性の比率の高い業態は、婦人服・子供服、その他専門店、百貨店、医療品、生活協同組合< H 20. 百貨店、医療品、コンビニ・ミニスーパー、生活協同組合、スーパー>の順に女性の比率が高い。

職業別には「無職」の 31.5%、を筆頭に、「主婦」19.3%、「中学生」11.6%、「社会人」11.2%、など。「青少年」は 23.5%と計算される。百貨店、生活協同組合、コンビニ・ミニスーパー、スーパーに於いては「無職」又は「主婦」の比率が高い。書籍・文具、玩具・ホビー用品、服飾・服飾雑貨、スポーツ用品、家電製品、では「中学生」「高校生」の比率が高いなどの特色がある。単独犯が 81.8%で圧倒的に多い。確保は保安警備員が 9 割強を占めるが、婦人服・子供服は「自社の従業員」が確保している比率が 81%、また楽器・CDでは 66%、スポーツ用品が 59%、程度ある。"

メッセージ 3 :年間売上げに対する不明ロス金額の構成比は、直近年度で平均 0.42%、< 0.52%>。楽器・CD 0.88%、時計・めがね 0.87%、ホームセンター・カー用品 0.60%、書籍・文具 0.59%、スポーツ用品 0.58%、などの業態の比率が高い。

メッセージ 4 :不明ロスの中で万引被害と推定される金額の比率は業態別に大きく異なる

り、「50.%以上」とするものの比率が高いものが書籍・文具、逆に「30%未満」とするものの比率が高いのが紳士服、スポーツ用品、百貨店、生活協同組合、家電製品など、様々である。「万引被害以外の不明ロスの中には、従業員による不正（いわゆる「内引き」）、流通過程における盗難・減耗等が含まれ、万引被害（いわゆる「外引き」）対策だけでは問題が解消しない。

メッセージ 5 :万引被害の増減傾向は、1 年前比較で「やや増えた」が 34.2%で最も多く、次いで「変わらない」19.7%。「増加」が合わせて 46.4%、「減少」が合わせて 16.6%である。

メッセージ 6 :万引被害の多い商品の一般的特徴は「高額品」、「商品形状がコンパクト」、又は「換金性が高い」のと、「廉価」の「日常生活品」に分けられる。例示をすれば「高額商品」では高級化粧品、バック・財布の小物類、アクセサリー等、「換金性が高い」では電動工具などで例年と変わらず。また「日常生活用品」ではパン・菓子類、化粧品・医薬品、ビール・酒類、食料品（生鮮・生肉・惣菜）婦人衣料品、DVD・CD、日曜雑貨品等である。

メッセージ 7 :最近の万引犯罪の原因として最も多く挙げられているのが「万引に対する犯罪意識の欠落」78.7%。次いで「長引く経済不況」、「店舗の大型化」、「従業員の防犯意識の低下」などとなっている。業種別に大きな違いが見られ、生活協同組合、靴、コンビニ・ミニスーパー、スーパー、総合ディスカウントでは「長引く経済不況」。紳士服、家電製品は「店舗の大型化」。百貨店、総合ディスカウント、その他専門店は「従業員の防犯意識の低下」。時計・めがね、ホームセンター・カー用品は「インターネットオークションの出現」。書籍・文具、スポーツ用品が「中古ショップの増加」等の比率が高い。

メッセージ 8 :回答各社で万引被害を減少させた要因としては、「防犯カメラを増やした」がトップで 30.4%、次いで「店内レイアウトを改めた」、「保安警備員を増やした」の順である。

メッセージ 9 :万引犯罪を発見した場合の処理としては、「全件警察に通報。学校・家庭にはケースバイケース」が 39.5%でトップ。「全件警察・学校・家庭に通

報」とするものが多いのは書籍・文具、総合ディスカウント、医療品等である。

警察に「全件通報」「一部通報」して、書類作成等で警察に居た平均時間は「1～2時間」が一番多く34.8%、次に「30分～1時間」31.0%である。また、警察に居た時間で「負担」と感じる時間は、「30分～1時間」が一番多く42.4%、次に「1～2時間」30.7%が「負担」と感じており、警察での手続きでは「参考人調書」46.9%、「被害届」43.8%が「手間」と感じている。

メッセージ10：回答小売業の71.5%＜71.3%＞が万引犯罪に関して「青少年の健全育成の面からさせてはならない」としている。これに次いで「経営上大きな影響を蒙るので対策すべき」の65.8%である。

メッセージ11：回答小売業が店舗で実施している万引防止対策としては「お客様に対する声掛け」90.9%、「防犯カメラの設置」79.6%が双璧。業態別に対策の特徴がある。

メッセージ12：各社が万引防止のために実施している従業員教育としては「朝礼で取り上げさせる」44.2%、「万引防止マニュアルの作成・配備」39.2%、他に「人事評価に反映」11.3%というものもある。

メッセージ13：万引犯を捕捉した際の費用（人件費）を請求している企業は1割弱であり、86.2%企業が請求をしていない。この「請求を行っていない」企業のうち、今後「導入を検討している」は21.5%あり、業態としては書籍・文具、楽器・CD、婦人服・子供服等の比率が高い。

メッセージ14：回答小売企業は少年の万引犯罪防止はどこが主体となるべきと考えているかに関しては、「家庭」が86.5%、及び「学校」74.3%が双璧である。これに対して成人の万引犯罪に関しては「警察」の77.1%が圧倒的で、次いで「社会全体」53.0%、「小売業者」50.2%。「地域社会」は28.8%にとどまる。

メッセージ15：回答小売企業の地域社会との付き合い方は、「地域の行事等は積極的ではないが、言われると参画する」が39.8%でトップ、次いで「万引防止ポスター等を店頭に掲げ、協力してもらっている」28.2%、「地域の行事等は

企画段階から積極的に参加している」27.6%、「それぞれの店長の裁量に任せている」24.8%、「万引防止は安心の原点であるとの共通認識がもっている」21.6%等が並ぶ。

メッセージ16：法改正された刑法 235 条の認知と適用は、「この法律改正を知っている」が 6 割で、4 割が知らない状態である。さらに「万引に対して適用されたことがある」が 11.2%である。また、「適用されたか不明」49.7%の結果となった。

メッセージ17：マイバックの使用については、「奨励している」が 54.9%で、「お断りしている」は 1.9%である。「奨励している」のは、生活協同組合、スーパー、コンビニ・ミニスーパー、百貨店等の業態の比率が高い。マイバックの使用を「お断り」していない企業の 38.0%で「万引が増えた」と回答、また「万引の数は変わらない」も 48.1%ある。

メッセージ16：回答小売業で過去にあった特徴的な万引犯罪事例としては、(1) 犯人の属性別に、①外国人による犯罪、②高齢者、職人、暴力団関係者等への拡大、③病人、④その他（「家族万引」など）が挙げられている。第 1 回、第 2 回調査に増して具体的な構造が報告されている。また、小売業側の被害の度合いもエスカレートしている。さらに、万引犯の手口別には①自動車を使ったチームプレー、②いわゆる「カゴ抜け」、③「履き替え、重ね着」、④その他（ヒッカケによる慰謝料請求事案等）。今回調査では「マイバッグ」持参運動との関連を指摘する声がある。対象商品別には「高額」、「コンパクト」、「換金性に富む」等の特色が挙げられている。

メッセージ17：回答小売業が万引犯罪を減らすために有効な方法として挙げる対策は、ハード面では「棚・ Gondola の低層化」、「店内の整理整頓」、「清潔感・照明のルックスのアップ」等。今回調査では「万引防止機」設置に伴う店内告知ステッカーによる抑止効果の指摘があった。一方ソフト面では「お客様への声掛け」の他、「活気ある売り場が万引を抑制する」、「隣接店・近隣店との情報共有」などが挙げられているが、第 2 回調査からは店舗従業員による「万引被害に関する情報の共有」や「店内防犯マップの作成」など、具体的な対応策の提案がかなりある。

メッセージ18：回答小売業の各方面への要望事項としては、まず警察に対しては、今回調

査でも「通報ルール・処理ルールの標準化」を挙げるものが大変多い。また「万引は微罪だという意識を早く捨ててほしい」とするものがある。次に行政に対しては、罰金刑が新設された現在でも「窃盗罪の罰則強化」を挙げるものが多い。さらに「防犯ボランティア 2 万団体時代」を迎えて、その活動基盤整備を求める声も多い。とりわけ地方自治体の一步踏み出した役割への期待が大きい。

次に学校に対しては教職者と地域社会との連携強化、警察との連携による「万引防止教室」の開催を勧める声があり、具体的な教材作成への提案もある。

終わりに家庭に対しては万引犯罪防止に果たす家族の役割の重さに鑑み、家庭教育をあきらめないでほしい、との声がある。また、地域社会で子供たちが触れている環境をつぶさに知って欲しいとの要望も寄せられている。

第1章 全国万引実態調査について

(1)調査の背景

小売業・サービス業店頭で急増している万引犯罪は、主としてセルフ販売を行なっている企業にとって深刻な経営問題となるのみならず、青少年の健全育成の面からも、また地域の治安維持の面からも大きな社会問題となっている。しかしながら、わが国においては、万引被害の実態は全国的には把握されておらず、それが対策の遅れをもたらす一因となっている面は否めない。近年、高齢者の万引が急増し深刻な社会問題となっている。

このような状況を踏まえ、平成17年6月設立された万引犯罪防止のための全国団体「特定非営利活動法人 全国万引犯罪防止機構」は、平成17年度、全国の主要な小売業・サービス企業における万引被害の現状を、初めて共通の調査票で調査し業種別の実態を把握したのに続き、毎年実施し平成21年度は第5回調査を実施した。

(2)調査の目的

主としてセルフ販売を行なっている全国の小売業・サービス業における万引被害の現状を共通の調査票で調査し、業種別の実態を把握することによって、小売業・サービス業をはじめ、警備業・防犯機器メーカー・損害保険業等関連業界に万引防止対策の基礎データを提供するとともに、行政・警察当局の防犯施策、青少年指導団体、町の防犯ボランティア活動等に資することを目的とした。

(3)調査内容

主な調査項目は次の通りである。

- ① 回答企業の業態・店舗数・年商・決算月等
- ② 万引犯罪被害の状況及び傾向
- ③ 万引犯罪発見後の処理
- ④ 万引犯罪の防止策
- ⑤ 過去にあった特徴的な万引犯罪事例
- ⑥ 万引犯罪を減らすために有効な方法
- ⑦ 警察・行政・学校・家族への要望事項

(4)調査実施の枠組み

- ①調査の実施主体：特定非営利活動法人 全国万引犯罪防止機構
(本部・東京都新宿区、理事長・河上和雄<元・東京地検特捜部長>)
調査研究委員会担当
- ②調査実施の協力：警察庁生活安全局生活安全企画課

(5)調査対象

日本経済新聞社編「日経小売・卸売企業年鑑 2006」を調査台帳とし、掲載企業のうち、主として「セルフ販売」を採用する企業の本部を調査対象とした。(企業調査)

業態No.	業態	<対象企業数>
01	百貨店	<80社>
02	スーパー	<204社>
03	婦人服・子供服	<46社>
04	紳士服	<21社>
05	カジュアル衣料	<13社>
06	呉服	<9社>
07	服飾・服飾雑貨	<13社>
08	家具	<13社>
09	家電製品	<29社>
10	玩具・ホビー用品	<7社>
11	書籍・文具	<27社>
12	医療品	<45社>
13	靴	<14社>
14	時計・めがね	<18社>
15	宝飾品	<16社>
16	スポーツ用品	<16社>
17	カメラ	<3社>
18	楽器・CD	<13社>
19	ホームセンター・カー用品	<45社>
20	総合ディスカウント	<23社>
21	酒類	<9社>
22	生鮮	<10社>
23	100円ショップ	<6社>
24	その他専門店	<24社>
25	生活協同組合	<41社>
26	コンビニ・ミニスーパー	<70社>
	計	871社

(6)調査の経過

①調査予告（平成21年2月26日）

本調査に先立ち、調査主旨・調査実施主体の概要・調査項目等の資料を全調査対象に送付し、調査の予告を行なった。

②本調査（平成21年3月6日）

アンケートは調査票の郵送配布・郵送回収により実施した。

締切日までに回答の無かった企業にはハガキ・文書により2回の督促を行なった。

③回収状況

予告発送総数	871
宛先不明による戻り、電話等により対象外が判明	19
本調査発送数	852
倒産、合併、不明、辞退、受取拒否等	23
有効会社数	829
回収数	319
有効回収数	319
有効回収率	38.5%

第2章 調査結果

1. 回答企業

(1) 業態別分布

今回のアンケート回答企業319社<20年 324社>の業態別分布は企業数の多い順に次の通りである。

1	スーパー	88社	14	時計・めがね	5社
2	百貨店	42社	15	宝飾品	5社
3	コンビニ・ミニスーパー	30社	16	スポーツ用品	5社
4	医療品	24社	17	服飾・服飾雑貨	4社
5	生活協同組合	22社	18	靴	4社
6	ホームセンター・カー用品	20社	19	家具	3社
7	書籍・文具	10社	20	酒類	3社
8	家電製品	9社	21	呉服	2社
9	婦人服・子供服	8社	22	100円ショップ	2社
10	総合ディスカウント	8社	23	カジュアル衣料	1社
11	その他専門店	8社	24	玩具・ホビー用品	1社
12	楽器・CD	7社	25	カメラ	1社
13	紳士服	6社	26	生鮮	1社

(2) 店舗数・年商・決算月の分布

回答企業の展開している店舗数は、直近決算年度で「51～100店舗」とするものが65社（20.4%）、次いで、「11～30店舗」が63社（19.7%）、「5店舗以下」が60社（18.8%）、「101店舗以上」が53社（16.6%）、「31～50店舗」が42社（13.2%）の順となっており、幅広く分布している。平均は105.1店舗。（コンビニ・ミニスーパーの平均404.4店舗が平均店舗数を押し上げているため、店舗数の平均は大きい意味を持たない。）

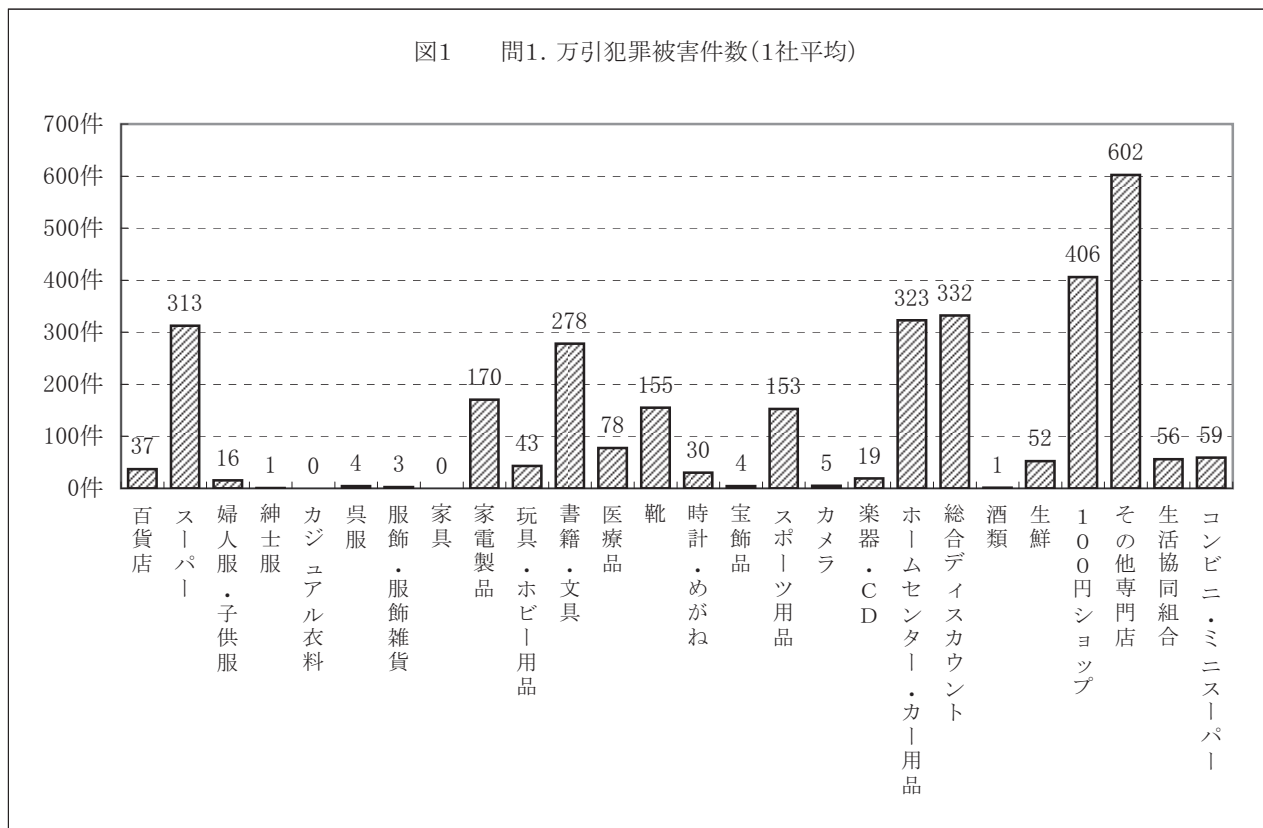
年商の単純平均は698億円<835億>、決算月の分布は2月131社、3月90社と、この2ヶ月で全体の3分の2（約7割）を占めている。

※ < >内の数字は前年の調査

2. 万引犯罪の状況及び傾向

(1) 直近決算年度の万引き犯罪被害件数

直近決算年度における回答企業（各全社分）の万引犯罪被害件数については、回答企業319社のうち、この問いに対する有効回答262社の被害総件数が44,074件、業界平均が168件。平均件数の多い業態は、その他専門店602件、100円ショップ406件、総合ディスカウント332件、ホームセンター・カー用品323件、スーパー313件、書籍・文具278件、家電製品170件、<H20. スーパー、ホームセンター・カー用品、書籍・文具、コンビニ・ミニスーパー、総合ディスカウント、医療品、スポーツ用品、カジュアル衣料>などの業態が多い。（図1・表1参照）



業態	第5回 (平成21年度)			第4回 (平成20年度)	第3回 (平成19年度)
	回答 企業 数	総 被 害 件 数	1 社 平 均	1 社 平 均	1 社 平 均
全体	319	44,074	168	205	514
百貨店	42	1,549	37	51	59
スーパー	88	22,497	313	421	333
婦人服・子供服	8	78	16	28	30
紳士服	6	4	1	83	5
カジュアル衣料	1	-	-	155	4
呉服	2	8	4	0	0
服飾・服飾雑貨	4	8	3	10	22
家具	3	1	0	0	0
家電製品	9	1,021	170	14	106
玩具・ホビー用品	1	43	43	111	-
書籍・文具	10	1,947	278	297	183
医療品	24	1,474	78	221	229
靴	4	310	155	0	0
時計・めがね	5	91	30	11	13
宝飾品	5	20	4	2	6
スポーツ用品	5	764	153	190	225
カメラ	1	5	5	0	1
楽器・CD	7	116	19	12	5
ホームセンター・カー用品	20	5,490	323	399	467
総合ディスカウント	8	1,661	332	227	265
酒類	3	4	1	2	-
生鮮	1	52	52	0	0
100円ショップ	2	406	406	-	-
その他専門店	8	4,216	602	50	263
生活協同組合	22	1,066	56	22	58
コンビニ・ミニスーパー	30	1,243	59	273	4883
・回答企業数はこの調査に回答をいただいた企業数です。					
・個々の設問に対して「0」回答は有効回答として、平均算出の母数には入りますが、無回答は平均算出の母数には含まれません。					

(2) 確保した万引犯の人数

同様に確保した（捕まえた）万引犯の人数については、この問いに対する有効回答276社の総人数が45,384人、業界平均が164人。平均人数の多い業態は、100円ショップ422人、総合ディスカウント341人、スーパー340人、書籍・文具338人、ホームセンター・カー用品310人、その他専門店217人、＜H20. スーパー、ホームセンター・カー用品、書籍・文具、コンビニ・ミニスーパー、総合ディスカウント＞などの業態が多い。

(図2・表2参照)

図2 問1. 確保した万引犯の人数(1社平均)

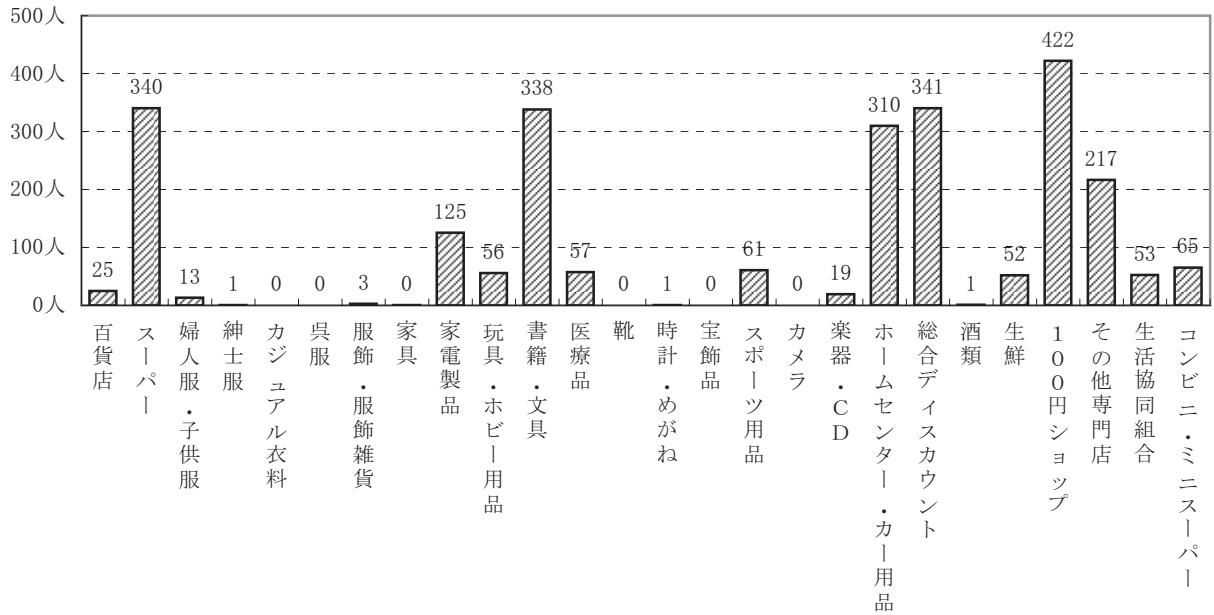


表2 問1. 確保した万引犯の人数

業態	第5回 (平成21年度)			第4回 (平成20年度)	第3回 (平成19年度)
	回答 企業数	総 被害 件数	1 社 平 均	1 社 平 均	1 社 平 均
全体	319	45,384	164	158	498
百貨店	42	1,051	25	29	28
スーパー	88	26,554	340	340	384
婦人服・子供服	8	65	13	1	1
紳士服	6	4	1	13	2
カジュアル衣料	1	-	-	32	4
呉服	2	0	0	0	0
服飾・服飾雑貨	4	9	3	1	23
家具	3	1	0	0	0
家電製品	9	1,003	125	11	75
玩具・ホビー用品	1	56	56	130	-
書籍・文具	10	3,042	338	284	185
医療品	24	1,088	57	79	86
靴	4	0	0	0	0
時計・めがね	5	3	1	1	1
宝飾品	5	0	0	0	0
スポーツ用品	5	242	61	53	74
カメラ	1	0	0	0	1
楽器・CD	7	115	19	10	5
ホームセンター・カー用品	20	5,581	310	300	356
総合ディスカウント	8	2,043	341	212	93
酒類	3	4	1	2	-
生鮮	1	52	52	0	0
100円ショップ	2	422	422	-	-
その他専門店	8	1,517	217	52	216
生活協同組合	22	1,102	53	23	38
コンビニ・ミニスーパー	30	1,430	65	248	4792

・回答企業数はこの調査に回答をいただいた企業数です。
 ・個々の設問に対して「0」回答は有効回答として、平均算出の母数には入りませんが、無回答は平均算出の母数には含まれません。

(3)男女別内訳

確保した万引犯の男女別内訳は、業界全体では男性50.2%、女性35.8%、性別不明14.1%となっているが、この比率は業態によって異なる。

業態別に見ると、男性の比率の高い業態は、楽器・CD、家電製品、スポーツ用品、ホームセンター・カー用品、総合ディスカウント、<H20. スポーツ用品、書籍・文具、家電製品、ホームセンター・カー用品、その他専門店、>、の順に男性の比率が高く、一方、女性の比率の高い業態は、婦人服・子供服、、その他専門店、百貨店、医療品、生活協同組合、<H20. 百貨店、医療品、コンビニ・ミニスーパー、生活協同組合、スーパー>の順に女性の比率が高い。（被害件数3件以下は除く）

(図3-1、3-2・表3参照)

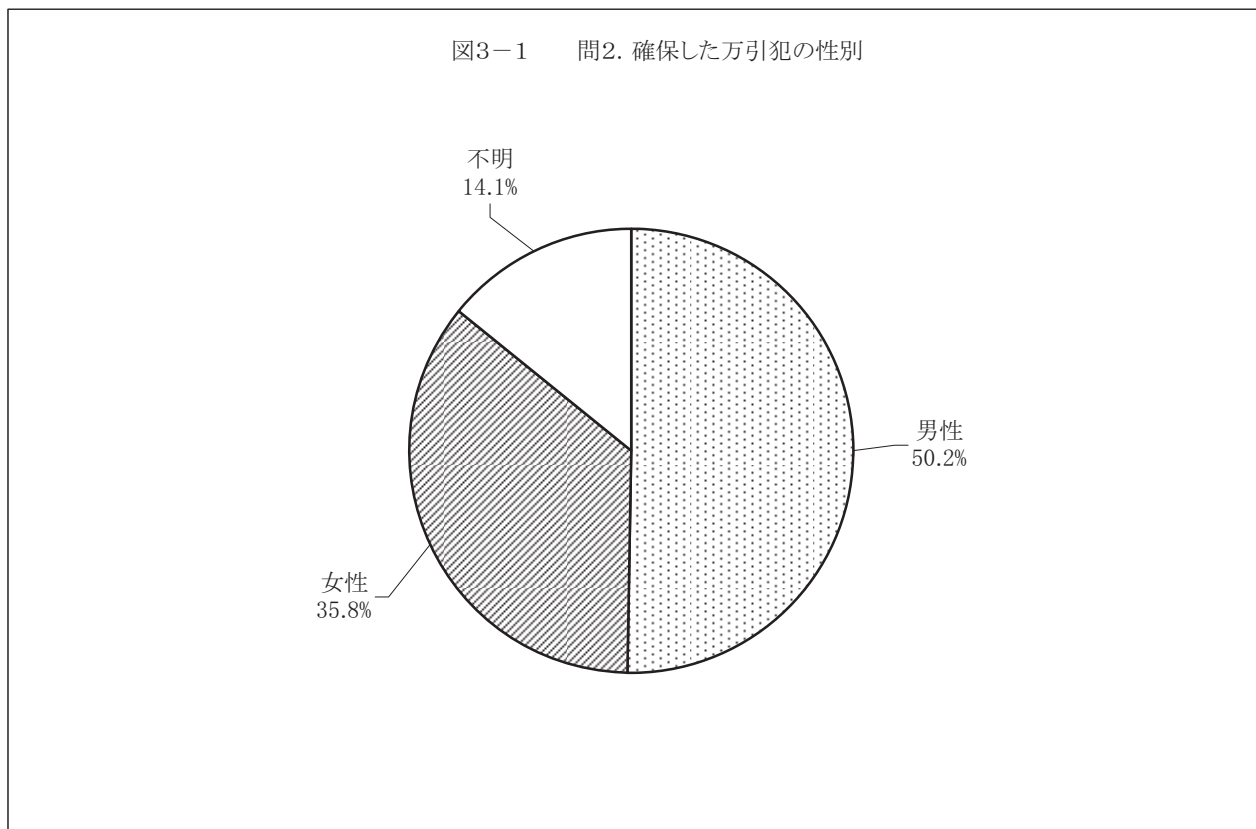


図3-2 問2. 確保した万引犯の性別

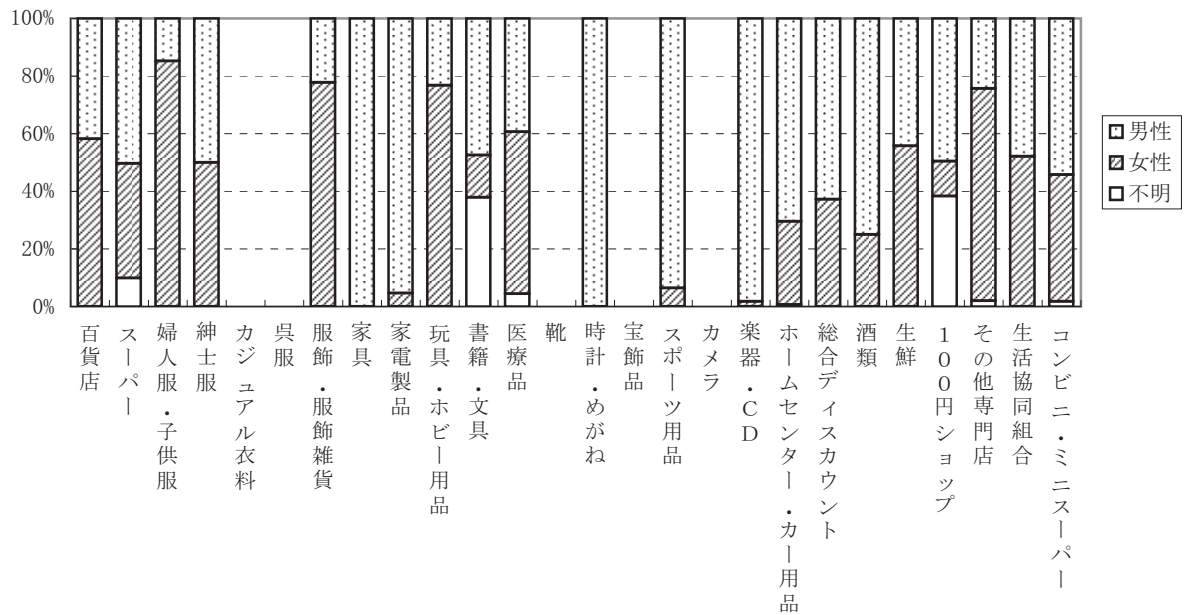


表3 問2. 確保した万引犯の性別

(%)

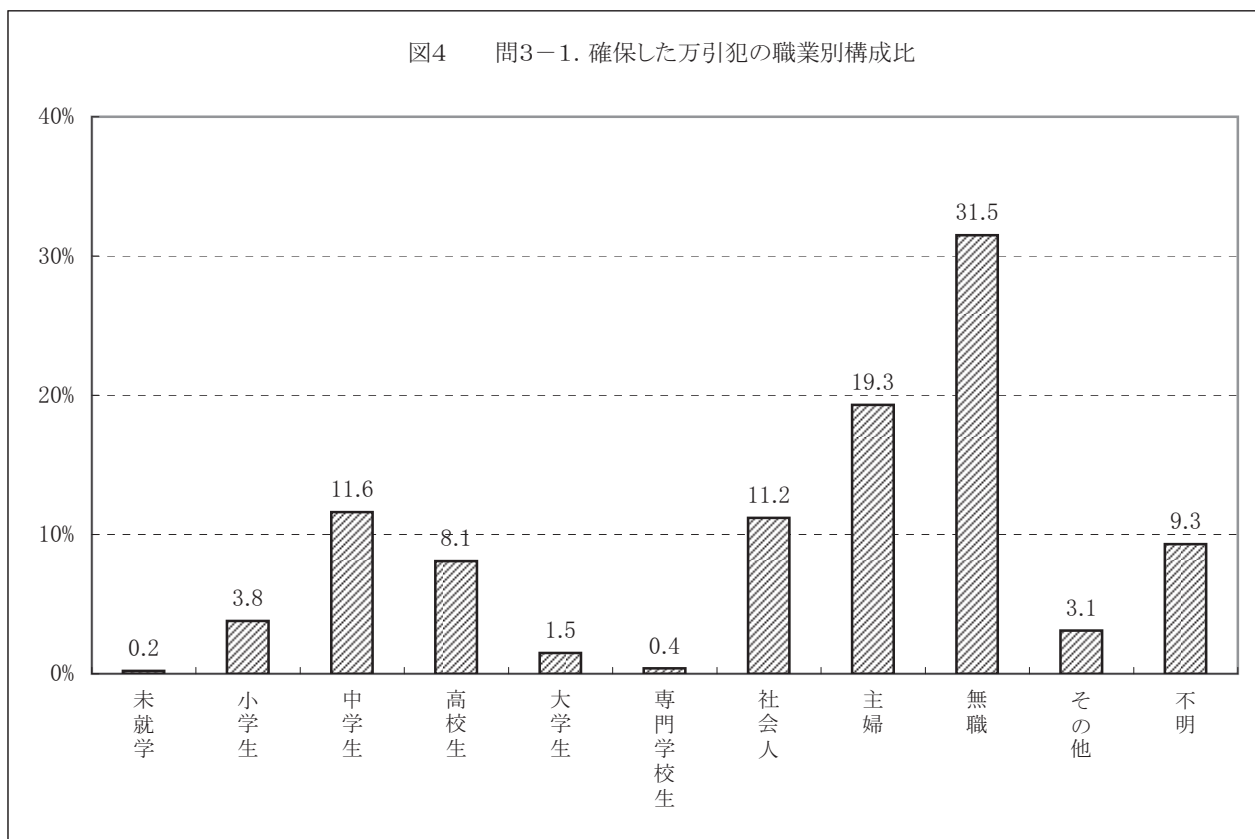
業態	第5回 (平成21年度)			第4回 (平成20年度)			第3回 (平成19年度)		
	男性	女性	不明	男性	女性	不明	男性	女性	不明
全体	50.2	35.8	14.1	56.8	40.0	3.3	75.1	22.7	2.2
百貨店	41.8	58.2	0.0	36.3	61.1	2.6	26.4	71.1	2.6
スーパー	50.4	39.8	9.9	52.4	44.2	3.5	44.2	46.0	9.8
婦人服・子供服	14.8	85.2	0.0	25.0	75.0	-	8.8	91.2	0.0
紳士服	50.0	50.0	-	68.0	32.0	-	83.3	16.7	0.0
カジュアル衣料	-	-	-	65.0	29.0	6.0	77.8	22.2	-
呉服	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
服飾・服飾雑貨	22.2	77.8	-	-	100.0	-	5.6	94.4	-
家具	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-	-	-
家電製品	95.3	4.7	0.0	75.7	24.3	-	90.6	9.4	0.0
玩具・ホビー用品	23.2	76.8	-	81.9	18.1	0.0	-	-	-
書籍・文具	47.5	14.6	37.9	77.9	21.9	0.2	65.2	29.7	5.2
医療品	39.4	56.2	4.4	37.6	54.9	7.4	36.4	62.2	1.4
靴	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	37.5	62.5
時計・めがね	100.0	-	-	66.7	33.3	-	100.0	-	-
宝飾品	-	-	-	0.0	100.0	-	0.0	0.0	0.0
スポーツ用品	93.6	6.4	0.0	97.6	2.4	0.0	97.7	2.3	-
カメラ	-	-	-	0.0	0.0	0.0	100.0	-	-
楽器・CD	98.2	1.8	0.0	78.3	21.7	-	85.7	14.3	-
ホームセンター・カー用品	70.5	28.9	0.6	70.9	24.3	4.8	72.0	26.1	1.8
総合ディスカウント	62.7	37.3	0.0	63.3	36.7	0.0	64.8	35.2	0.0
酒類	75.0	25.0	-	50.0	50.0	-	-	-	-
生鮮	44.2	55.8	-	0.0	0.0	-	-	-	-
100円ショップ	49.5	12.1	38.4	-	-	-	-	-	-
その他専門店	24.3	73.7	2.0	61.9	34.4	3.7	62.3	37.7	0.0
生活協同組合	47.9	52.1	0.0	47.4	45.6	7.0	45.7	51.1	3.2
コンビニ・ミニスーパー	54.2	43.9	1.8	52.6	46.2	1.2	80.2	19.8	0.0

(4) 職業別内訳

同様に、確保した万引犯の職業別内訳は「無職」の31.5%、を筆頭に、「主婦」19.3%、「中学生」11.6%、「社会人」11.2%、「不明」9.3%、「高校生」8.1%、「小学生」3.8%、の順で第3回、第4回調査とほぼ順位は変わっていない。また「小学生」、「中学生」、「高校生」を合わせた「青少年」は23.5%であった。

業態別に見ると、百貨店、生活協同組合、コンビニ・ミニスーパー、スーパー、に於いては「無職」又は「主婦」で55%以上を占めている。書籍・文具、玩具・ホビー用品、服飾・服飾雑貨、スポーツ用品、家電製品、では「中学生」「高校生」の比率が高く、スポーツ用品、総合ディスカウント、での「社会人」の比率も高い。

(被害件数3件以下は除く) (図4・表4参照)



												(%)	
業態		未就学	小学生	中学生	高校生	大学生	専門学校生	社会人	主婦	無職	その他	不明	
第5回 (平成21年度)	全体	0.2	3.8	11.6	8.1	1.5	0.4	11.2	19.3	31.5	3.1	9.3	
	百貨店	0.1	3.9	8.1	5.3	1.1	0.2	10.1	28.9	34.3	1.6	6.3	
	スーパー	0.2	3.8	11.1	6.8	0.8	0.6	10.3	22.2	34.4	3.8	5.9	
	婦人服・子供服	0.0	0.0	0.0	26.7	0.0	0.0	0.0	16.7	10.0	13.3	33.3	
	紳士服	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	16.7	0.0	33.3	
	カジュアル衣料	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	呉服	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	服飾・服飾雑貨	0.0	20.0	20.0	30.0	0.0	0.0	0.0	30.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	家具	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	家電製品	0.0	1.6	29.5	9.2	2.2	0.0	9.7	3.9	23.5	0.2	20.2	
	玩具・ホビー用品	0.0	12.0	41.0	10.0	2.0	4.0	7.0	12.0	10.0	0.0	2.0	
	書籍・文具	0.0	7.0	35.6	16.3	3.7	1.2	7.2	0.3	10.5	1.8	16.5	
	医療品	0.6	1.0	11.5	10.1	0.8	0.3	11.7	14.4	28.5	8.7	12.4	
	靴	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	時計・めがね	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	宝飾品	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	スポーツ用品	0.0	4.4	37.0	3.6	0.8	0.0	29.0	1.7	20.6	0.0	3.1	
	カメラ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	楽器・CD	0.0	8.8	12.4	5.0	0.0	0.0	18.4	1.5	39.0	2.5	12.5	
	ホームセンター・カー用品	0.0	2.4	4.9	6.4	0.7	0.1	17.1	11.9	37.0	3.4	16.2	
	総合ディスカウント	0.0	0.4	14.6	6.4	1.2	0.0	29.1	8.1	16.5	3.1	20.7	
	酒類	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	
	生鮮	0.0	0.0	5.8	1.9	0.0	0.0	15.4	5.8	71.1	0.0	0.0	
100円ショップ	1.1	4.4	2.2	1.1	1.1	0.0	16.5	3.3	37.3	33.0	0.0		
その他専門店	0.5	9.3	18.0	11.3	6.2	2.9	6.1	8.5	13.6	2.1	21.5		
生活協同組合	0.0	6.9	9.0	5.4	0.4	0.3	9.2	25.3	37.5	0.9	5.1		
コンビニ・ミニスーパー	0.0	2.0	9.6	12.4	6.0	0.0	7.8	21.9	36.4	0.8	3.0		
第4回 (平成20年度)	全体	0.2	3.8	10.2	8.1	1.3	0.7	14.2	20.4	29.0	2.1	10.0	
第3回 (平成19年度)	全体	0.7	3.6	10.3	10.5	1.4	1.2	15.2	15.9	29.3	3.1	8.6	

(5) 単独犯・複数犯別内訳

同様に、確保した万引犯の単独犯・複数犯別内訳は、「単独犯」が81.8%で前回同様に圧倒的多く、「複数犯」は14.3%、「不明」3.9%、と前回とほぼ同比率で変わっていない。複数犯の内訳は「2人組」7.9%、「3人組」3.3%、「4人組以上」3.1%である。

(図5・表5参照)

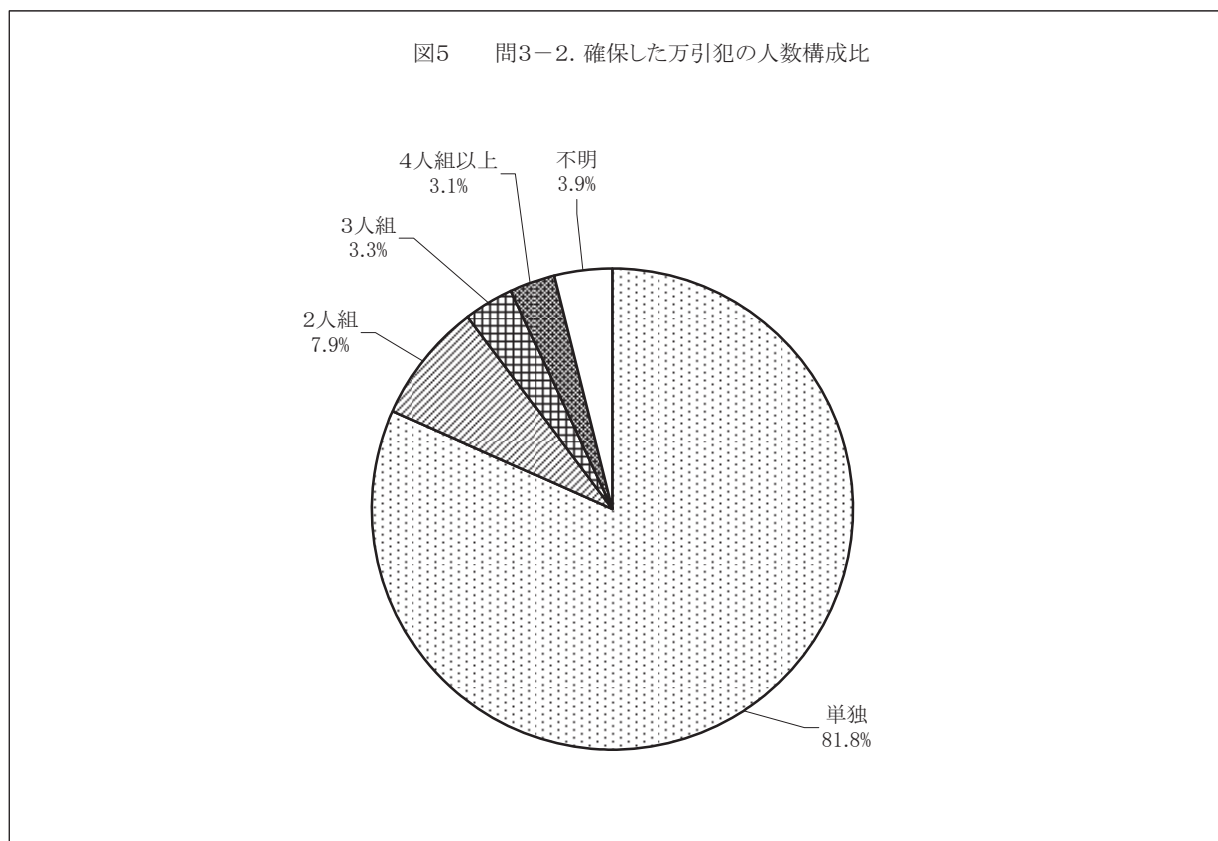


表5 問3-2. 確保した万引犯の人数構成比 (%)

回数(年度)	単独	2人組	3人組	4人組以上	不明
第5回(平成21年度)	81.8	7.9	3.3	3.1	3.9
第4回(平成20年度)	86.1	6.7	2.3	1.5	3.4
第3回(平成19年度)	85.8	7.1	2.6	0.7	3.8

(6) 確保を実行した者の内訳

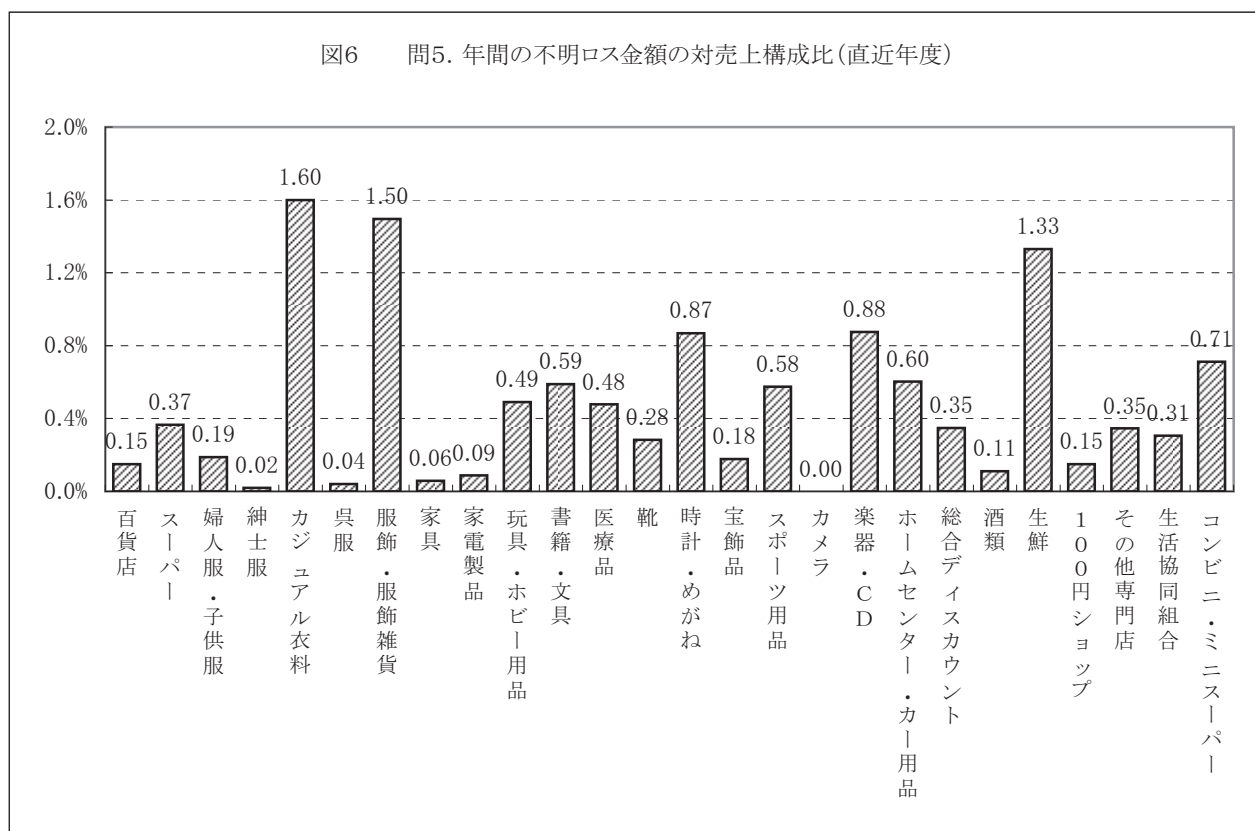
誰が万引犯を確保したのかの内訳については、「保安警備員」が93.3%、「自社の従業員」6.0%、と両者で全体の99.3%ある。（確保した実数合計の構成比を見たもの）

さらに確保した万引犯の多い業態別を、「保安警備員」と「自社の従業員」別に見てみると、ホームセンター・カー用品の比率が「保安警備員」98.8%に対して「自社の従業員」1.2%、総合ディスカウントスが95.4%に対して4.1%、スーパー94.6%に対して4.7%、同様に、書籍・文具が90.2%に対して7.1%と「保安警備員」が大半を占めている。また、婦人服・子供服は「自社の従業員」が81.3%、に対して「保安警備員」1.3%、楽器・CDが65.9%に対して22.0%、スポーツ用品が59.0%に対して31.3%、同様に医療品も55.8%に対して42.1%と「自社の従業員」の比率の高い業態もあり、業態別の万引犯確保の特徴が表れている。（回答企業5社以上の業態に限定）

(7) 年間の総売上げに対する不明ロス金額の構成比

回答企業各社の決算年度における年間の不明ロス金額（万引以外の全てのロスを含む）の年間総売上げに対する構成比については、直近年度で、この問いに対する有効回答203社の平均が0.42%＜192社、0.52%＞

これを業態別に見てみると、楽器・CD0.88%、時計・めがね0.87%、ホームセンター・カー用品0.60%、書籍・文具0.59%、スポーツ用品0.58%、医療品0.48%、などの比率が高い。（回答企業5社以上の業態に限定）（図6・表6参照）



業態	第5回 (平成21年度)		第4回 (平成20年度)	第3回 (平成19年度)
	回答 企業 数	1 社 平 均	1 社 平 均	1 社 平 均
全体	319	0.42	0.52	0.94
百貨店	42	0.15	0.92	0.72
スーパー	88	0.37	0.62	1.77
婦人服・子供服	8	0.19	0.52	0.78
紳士服	6	0.02	0.06	0.12
カジュアル衣料	1	1.60	0.72	0.35
呉服	2	0.04	0.70	0.01
服飾・服飾雑貨	4	1.50	0.81	0.91
家具	3	0.06	0.00	-
家電製品	9	0.09	0.05	0.06
玩具・ホビー用品	1	0.49	0.50	0.74
書籍・文具	10	0.59	0.74	0.90
医療品	24	0.48	0.54	0.54
靴	4	0.28	0.47	0.30
時計・めがね	5	0.87	0.04	1.27
宝飾品	5	0.18	0.27	0.27
スポーツ用品	5	0.58	0.31	0.74
カメラ	1	-	0.08	0.00
楽器・CD	7	0.88	0.23	0.96
ホームセンター・カー用品	20	0.60	0.63	1.01
総合ディスカウント	8	0.35	0.68	1.63
酒類	3	0.11	0.20	-
生鮮	1	1.33	-	0.40
100円ショップ	2	0.15	-	0.50
その他専門店	8	0.35	0.65	0.50
生活協同組合	22	0.31	0.28	0.75
コンビニ・ミニスーパー	30	0.71	0.33	0.49
・回答企業数はこの調査に回答をいただいた企業数です。				
・個々の設問に対して「0」回答は有効回答として、平均算出の母数には入りませんが、無回答は平均算出の母数には含まれません。				

(8) 不明ロス金額の算出方法

回答企業各社における不明ロス金額の算出方法については、「商品の単品管理を行い、ロス金額を算出する」とするものが53.6%、「決算上の粗利益からロス金額を推定する」が14.7%、「その他の方法による」が16.9%である。

業態別には「単品管理」の比率の高いのが紳士服が100%、家電製品88.9%、時計・めがね、スポーツ用品が各80.0%、婦人服・子供服、総合ディスカウントが各75.0%、楽器・CD71.4%<H20. カジュアル衣料、玩具・ホビー用品、呉服、カメラ、が各100.0%総合ディスカウント90.0%、家電製品、宝飾品が各85.7%、スポーツ用品80.0%、時計・めがね71.4%、>など。「粗利益から推定」の比率が比較的高いのが文具・書籍30.0%、スーパー、生活協同組合が各25.0%<H20. 文具・書籍50.0%、その他専門店30.8%、生活協同組合28.6%、スーパー25.7%>などである。また、「単品管理」・「粗利益から推定」以外の「その他の方法」では生活協同組合31.8%、ホームセンター・カー用品25.0%、百貨店の23.8%であり、商品特性に応じた不明ロス管理の特徴が良く表れている。(回答企業5社以上の業態に限定)

(9) 不明ロスの中で万引被害と推定される金額の比率

次に、各社の直近の年間不明ロス金額のうち、万引被害によるものと推定される金額の比率を尋ねた結果は、「わからない」とするものが27.9%<25.0%>と最も多く、次いで「10%未満」の23.5%<29.3%>である。「50%未満」を合算すると、合計で51.1%<54.3%>となり、残りは万引被害以外の不明ロスということになる。その中には、従業員による不正（いわゆる「内引き」）、流通過程における盗難・消耗等が含まれると思われ、不明ロス問題は万引被害（いわゆる「外引き」）対策だけでは解消しないことを示唆していると考えられる。

業態別には万引被害が「50.%以上」と比率が高い業態は、書籍・文具60.0%<80.0%>、逆に不明ロスのうち、万引被害が「30%未満」とするものの比率が高いのが紳士服66.7%、スポーツ用品60.0%、百貨店50.0%、生活協同組合50.0%、家電製品44.4%などである。

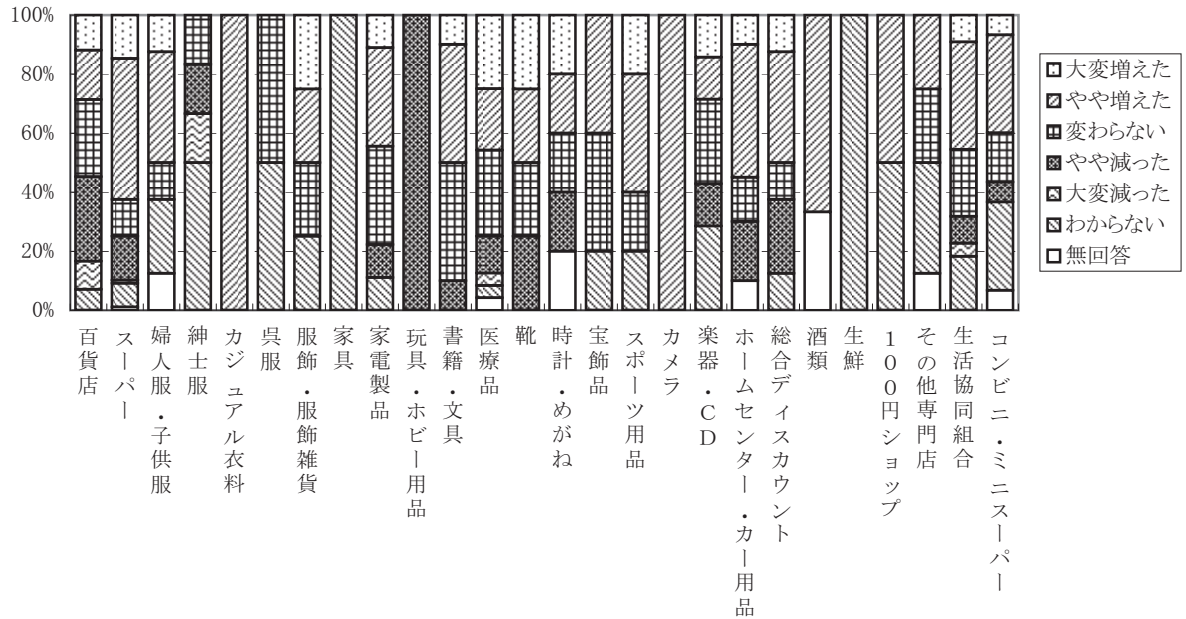
(10) 万引被害金額の増減傾向

万引被害金額の増減傾向を1年前対比で比較した結果は「やや増えた」が34.2%<30.2%>で最も多く、「変わらない」19.7%<23.5%>、「やや減った」14.1%<13.9%>「大変増えた」12.2%<8.3%>であった。「大変増えた」と「やや増えた」を合わせた「増加」が46.4%<38.5%>第3回調査・第4回調査に続いて8%程度の増加傾向が見られる。「大変減った」と「やや減った」を合わせた「減少」が16.6%<15.1%>である。

業態別に見てみると、「増加」の比率の高いものはスーパー62.5%、スポーツ用品60.0%、ホームセンター・カー用品55.0%、婦人服・子供服、総合ディスカウントが各50.0%、などで増加したとするものが多い。

（回答企業5社以上の業態に限定）（図7・表7参照）

図7 問8. 1年前と比較した万引被害金額の傾向



業態		大 変 増 え た	や や 増 え た	変 わ ら な い	や や 減 っ た	大 変 減 っ た	わ か ら な い	(%) 無 回 答
第5回 (平成21年度)	全体	12.2	34.2	19.7	14.1	2.5	14.1	3.1
	百貨店	11.9	16.7	26.2	28.6	9.5	7.1	-
	スーパー	14.8	47.7	12.5	14.8	1.1	8.0	1.1
	婦人服・子供服	12.5	37.5	12.5	-	-	25.0	12.5
	紳士服	-	-	16.7	16.7	16.7	50.0	-
	カジュアル衣料	-	100.0	-	-	-	-	-
	呉服	-	-	50.0	-	-	50.0	-
	服飾・服飾雑貨	25.0	25.0	25.0	-	-	25.0	-
	家具	-	-	-	-	-	100.0	-
	家電製品	11.1	33.3	33.3	11.1	-	11.1	-
	玩具・ホビー用品	-	-	-	100.0	-	-	-
	書籍・文具	10.0	40.0	40.0	10.0	-	-	-
	医療品	25.0	20.8	29.2	12.5	4.2	4.2	4.2
	靴	25.0	25.0	25.0	25.0	-	-	-
	時計・めがね	20.0	20.0	20.0	20.0	-	-	20.0
	宝飾品	-	40.0	40.0	-	-	20.0	-
	スポーツ用品	20.0	40.0	20.0	-	-	20.0	-
	カメラ	-	100.0	-	-	-	-	-
	楽器・CD	14.3	14.3	28.6	14.3	-	28.6	-
	ホームセンター・カー用品	10.0	45.0	15.0	20.0	-	-	10.0
総合ディスカウント	12.5	37.5	12.5	25.0	-	12.5	-	
酒類	-	66.7	-	-	-	-	33.3	
生鮮	-	-	-	-	-	100.0	-	
100円ショップ	-	50.0	-	-	-	50.0	-	
その他専門店	-	25.0	25.0	-	-	37.5	12.5	
生活協同組合	9.1	36.4	22.7	9.1	4.5	18.2	-	
コンビニ・ミニスーパー	6.7	33.3	16.7	6.7	-	30.0	6.7	
第4回 (平成20年度)	全体	8.3	30.2	23.5	13.9	1.2	16.7	6.2
第3回 (平成19年度)	全体	3.9	23.2	30.8	20.9	2.9	12.0	6.3

(11) 万引被害件数の多い商品

回答企業各社に万引被害件数の多い商品を、被害件数の多い順に5つの商品を記入方式で尋ねた結果、回答いただいた総商品数1,067品を見てみると、最も多い商品は回答企業数が多く属している業態の取扱商品であるが、特徴的なのは「高額商品」で「商品形状がコンパクト」又は「換金性が高い」のと、「廉価」の「日常生活品」に分けられ、この傾向は調査開始以来変わっていない。「高額商品」では高級化粧品、バック・財布の小物類、アクセサリ（いわゆるブランド商品）等、「換金性が高い」では電動工具などである。また「日常生活用品」ではパン・菓子類、化粧品・医薬品、ビール・酒類、食料品（生鮮・生肉・惣菜）婦人衣料品、DVD・CD、日曜雑貨品、等である。

(12) 最近の万引犯罪の原因

各社が最近の万引犯罪の原因と考えるものについて複数回答で尋ねた結果は、「万引に対する犯罪意識の欠落」が78.7%<74.7%>と、前年同様にほぼ4社に3社までが挙げている。次いで「失業者の増加など長引く経済不況」69.6%<53.1%>、「店舗の大型化による従業者1人当たりの守備範囲の拡大」51.4%<47.5%>、「従業者の防犯意識の低下（パート比率の増加等による）」29.5%<29.0%>、「インターネットオークションの出現」25.1%<21.6%>、「中古ショップの増加」21.3%<20.7%>、「遊興費欲しさ（パチンコ・ゲームセンターなど）」16.0%<15.1%>の順となっているが、近年の特徴としては「失業者の増加など長引く経済不況」の比率が前々回調査の2倍強の69.6%（前回53.1%、前々回32.1%）にアップしている。

業態別と回答項目の関係を見てみると、ほとんどの業態で「万引に対す犯罪意識の欠落」がトップになっているのが近年の特徴である。万引犯罪の原因の第2位に上げられている「失業者の増加など長引く経済不況」は生活協同組合が86.4%でトップであり、コンビニ・ミニスーパーが83.3%、スーパー81.8%、総合ディスカウント75.0%、楽器・CD71.4%と高い比率を挙げている。「店舗の大型化」は紳士服100.0%でトップであり、家電製品77.8%の比率が高い。前記以外の項目では「従業者の防犯意識の低下（パート比率の増加等による）」は百貨店40.0%、総合ディスカウント、その他専門店が各37.5%。「インターネットオークションの出現」は時計・めがね80.0%、ホームセンター・カー用品65.0%、「中古ショップの増加」は書籍・文具、スポーツ用品が各80.0%、等が高い比率を挙げている。

（回答企業5社以上の業態に限定）

(13) 当社で万引被害を減少させた要因

回答各社において、直近で万引被害が減少しているとしたらその理由は何かを尋ねた結果（複数回答）は、「防犯カメラを増やした」が30.4%＜28.7%＞と最も高く、次いで「店内レイアウトを改めた」21.3%＜28.7%＞、「保安警備員を増やした」13.2%＜13.3%＞、「万引防止装置を導入」11.6%＜8.6%＞、「その他」11.0%＜12.3%＞である。一方、「減少していない」とするものも19.4%＜17.6%＞あった。

業態別に減少させた要因は、「防犯カメラを増やした」が高い比率の業態は、総合ディスカウント50.0%、家電製品44.4%、スポーツ用品40.0%等である。「店内レイアウトを改めた」とするものが紳士服66.7%、婦人服・子供服、その他専門店の各50.0%、「万引防止装置を導入した」とするものが家電製品44.4%、時計・めがね40.0%、となっている。（回答数5社以上の業種に限定）（図8・表8参照）

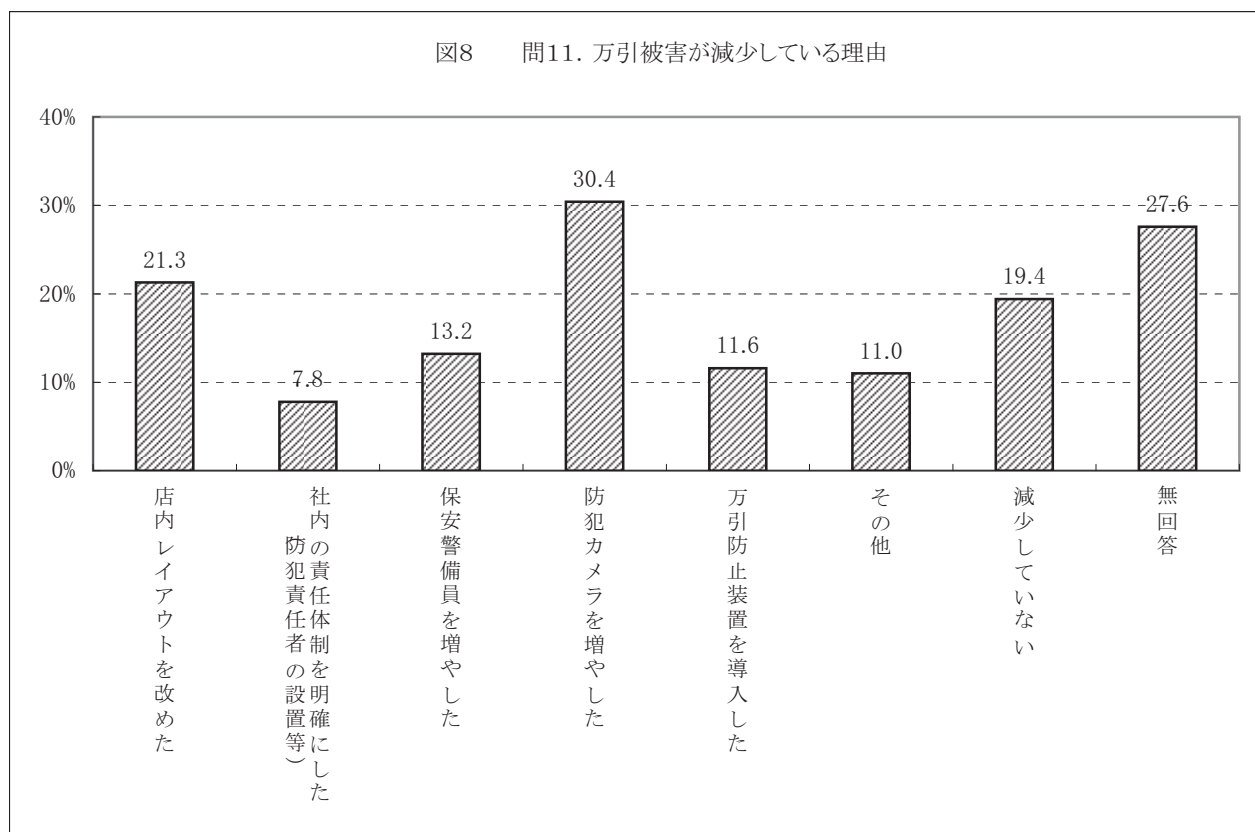


表8 問11. 万引被害が減少している理由 (%)

選択項目	第5回 (平成21年度)	第4回 (平成20年度)	第3回 (平成19年度)
店内レイアウトを改めた	21.3	28.7	28.5
社内の責任体制を明確にした(防犯責任者の設置等)	7.8	11.4	9.4
保安警備員を増やした	13.2	13.3	14.9
防犯カメラを増やした	30.4	28.7	37.3
万引防止装置を導入した	11.6	8.6	17.2
その他	11.0	12.3	11.0
減少していない	19.4	17.6	18.3
無回答	27.6	24.7	19.6

3. 万引犯罪発見後の処理 (1) 当社の基本的な処理方針

回答各社において万引犯罪を発見した場合、その後の基本的な処理方針について尋ねた結果（複数回答）、最も多いのは「全件警察に通報する。家族や学校に通報するかどうかはケースバイケース」の39.5%、次いで「一部警察に通報する」27.3%、「全件警察に通報する。未就学児・学生の場合は全件家族および学校にも連絡する」24.1%の順で、比率も前年とほとんど変わっていない。

これを業態別に見ると「全件警察に通報、家族や学校へはケースバイケース」の比率が高いのはスポーツ用品の80.0%、紳士服、家電製品の各66.7%、総合ディスカウント62.5%などの業種。「一部警察に通報する」の比率が高いのは百貨店47.6%、コンビニ・ミニスーパー43.3%、時計・めがね40.0%などの業種。「全件警察に通報、未就学児・学生は家族・学校にも連絡する」の比率が高いのは書籍・文具50.0%、総合ディスカウント37.5%、医療品33.3%である。

（回答企業5社以上の業態に限定）、（図9・表9参照）

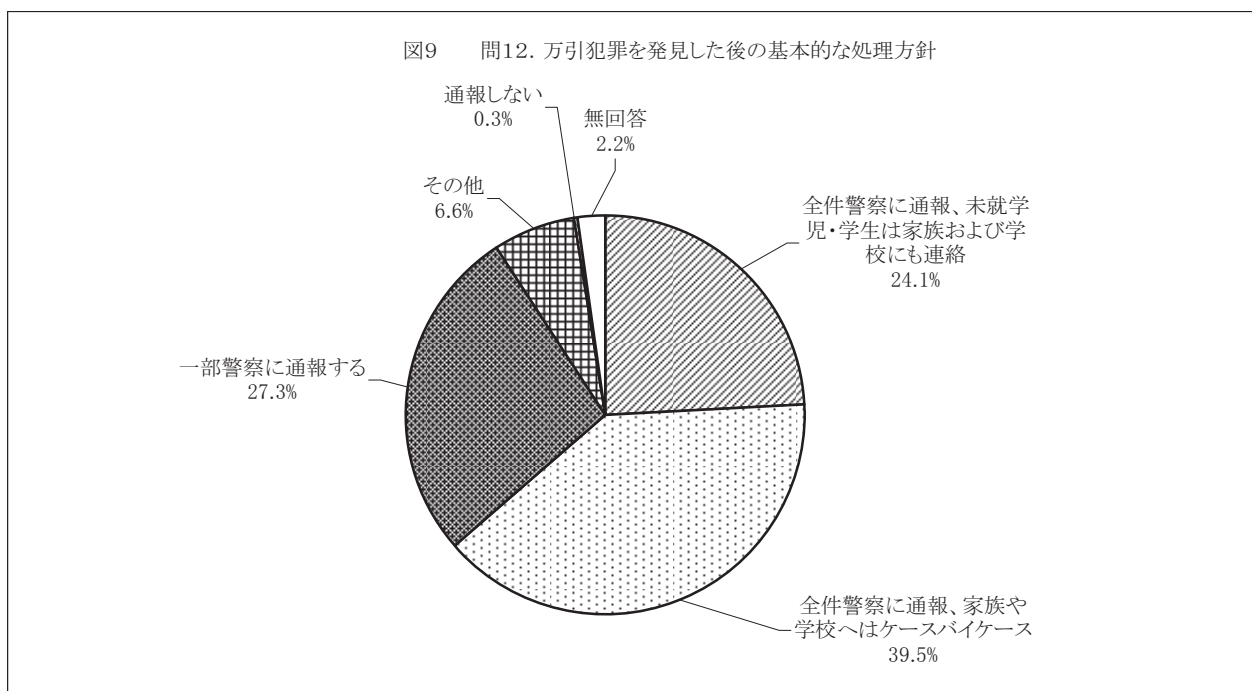


表9 問12. 万引犯罪を発見した後の基本的な処理方針 (%)

回数(年度)	お就全 よ学件 び学警 学・察 校学に に生通 もは報 連家、 絡族未	バ族全 イや件 ケ学警 ー校察 スへに は通 ケ報 ー、家	一 部 警 察 に 通 報 す る	そ の 他	通 報 し な い	無 回 答
第5回(平成21年度)	24.1	39.5	27.3	6.6	0.3	2.2
第4回(平成20年度)	18.5	39.5	31.2	6.8	0.6	3.4
第3回(平成19年度)	26.6	34.2	27.2	9.9	0.3	1.8

(2) 警察に通報した後で、書類作成等で要した時間

1. 前記の基本的な処理方針で、警察に「全件通報」または「一部通報」と回答した企業に、書類作成等で警察に居た平均時間を尋ねた結果は、「1～2時間」が34.8%<27.0%>、が一番多く、次いで「30分～1時間」が31.0%<33.6%>、「2～3時間」14.5%<13.5%>、「3時間以上」6.6%<5.9%>の順となった。

(図10・表10参照)

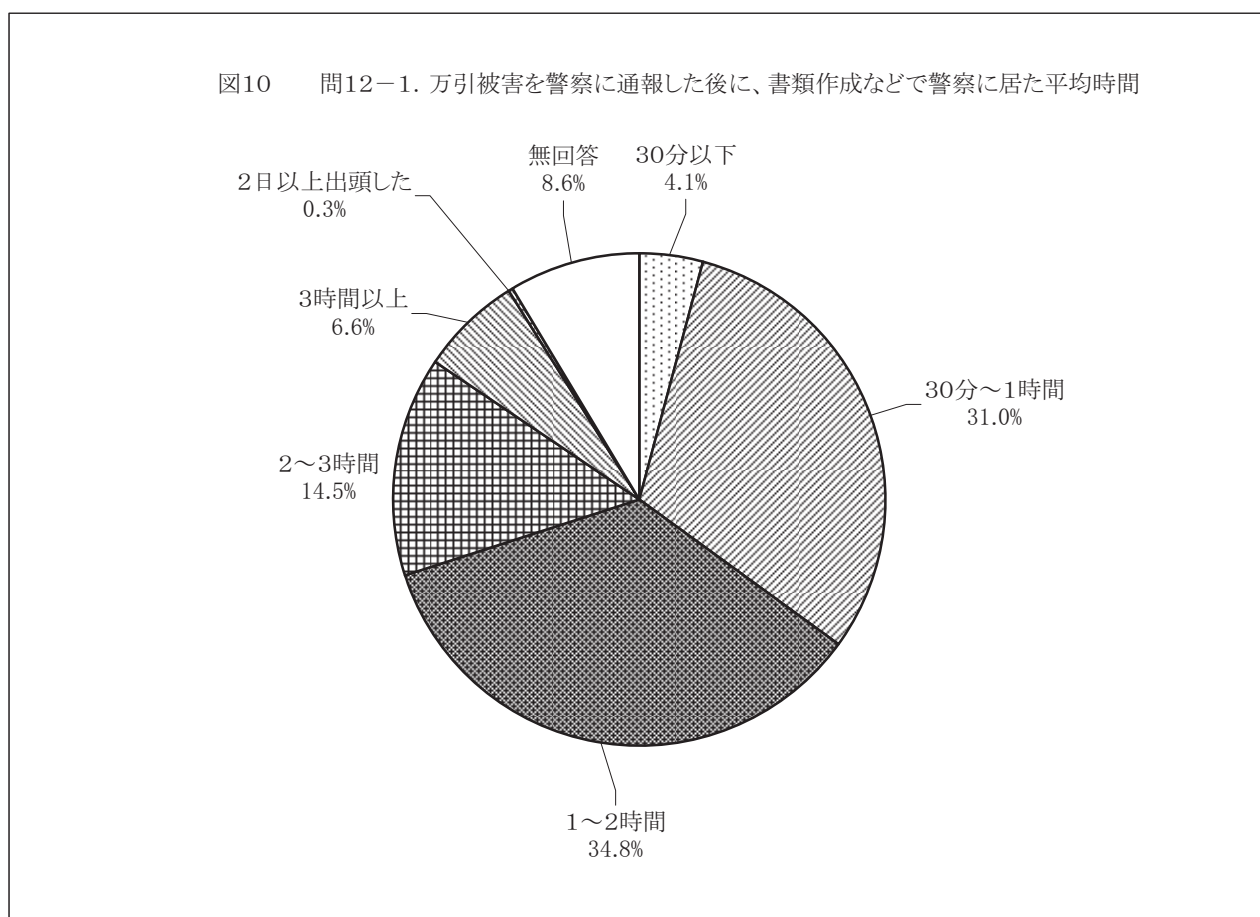


表10 問12-1. 万引被害を警察に通報した後に、書類作成などで警察に居た平均時間 (%)

回数(年度)	30分以下	30分～1時間	1～2時間	2～3時間	3時間以上	2日以上出頭した	無回答
第5回(平成21年度)	4.1	31.0	34.8	14.5	6.6	0.3	8.6
第4回(平成20年度)	9.0	33.6	27.0	13.5	5.9	0.3	10.7

2. 警察に居た時間で、どれ具合の時間が「負担」と感じたかを尋ねた結果は、「30分～1時間」が42.4%<33.6%>、「1～2時間」30.7%<31.8%>、「2～3時間」9.3%<10.7%>、「30分以下」6.9%<10.0%>となった。この結果を累積時間で見ると、「30分まで」で6.9%<10.0%>、「1時間まで」で49.3%<43.6%>、「2時間まで」で80.0%<75.4%>の方が負担と感じている。

(図11・表11参照)

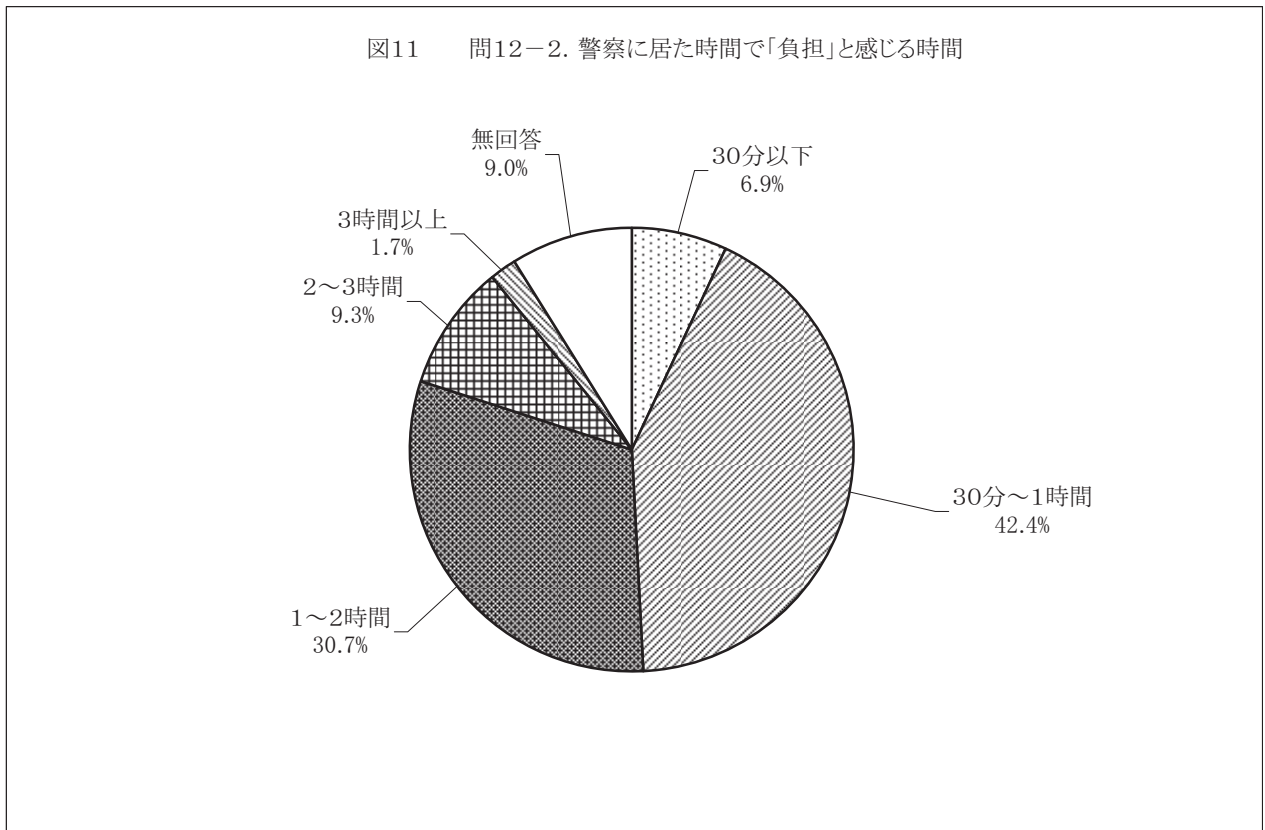


表11 問12-2. 警察に居た時間で「負担」と感じる時間 (%)

回数(年度)	30分以下	30分～1時間	1～2時間	2～3時間	3時間以上	無回答
第5回(平成21年度)	6.9	42.4	30.7	9.3	1.7	9.0
第4回(平成20年度)	10.0	33.6	31.8	10.7	2.1	11.8

3. また警察に居た時間の中で「手間と感じた手続き」を尋ねた結果は（複数回答）、「参考人調書」46.9%＜43.6%＞、「被害届」43.8%＜39.4%＞、「警察に行くこと」39.3%＜36.3%＞、「実況見分」28.6%＜27.3%＞、「証拠関係」19.3%＜17.0%＞と、前年と同じ順位となっている。こ結果は警察での「参考人調書・被害届」に手間が掛かり、負担に感じているかを表しているもので、手続きの簡素化が求められている。

(図12・表12参照)

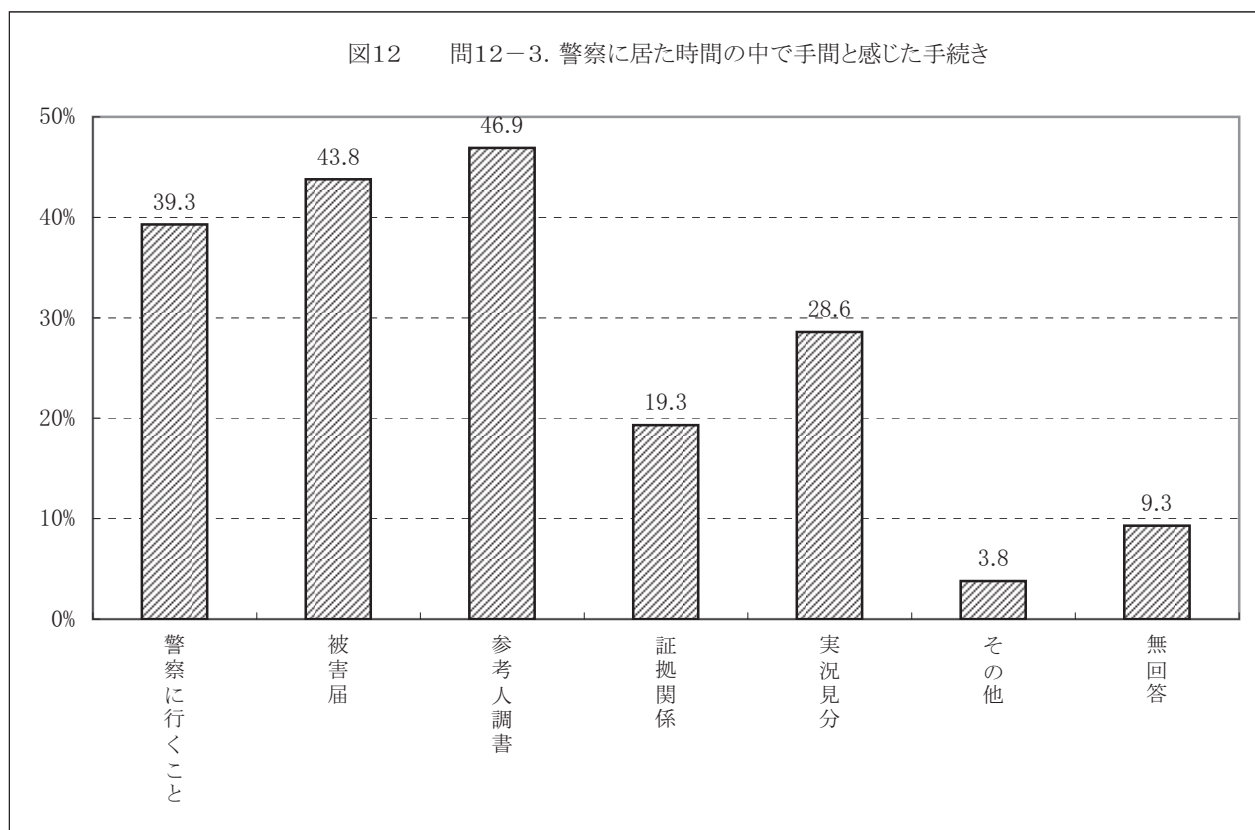


表12 問12-3. 警察に居た時間の中で手間と感じた手続き (%)

回数(年度)	警察に行くこと	被害届	参考人調書	証拠関係	実況見分	その他	無回答
第5回(平成21年度)	39.3	43.8	46.9	19.3	28.6	3.8	9.3
第4回(平成20年度)	36.3	39.4	43.6	17.0	27.3	4.2	14.5

(3) 基本的な処理以外の処理基準

前記（１）で「全件連絡」以外とした場合、すなわち基本的な処理と異なる処理をする場合の基準は何かを尋ねた結果は（複数回答）、無回答が46.8%＜47.4%＞を占め、基本的な処理以外の処理基準を設けているケースは多くないことを窺わせる。回答のあった中では「被害金額の大きさ」26.8%＜27.3%＞、「初犯か再犯か」25.5%＜28.9%＞等の被害額の大小、又は犯罪の回数で判断するもの、次いで「未成年か否か」16.2%＜13.8%＞「未就学児か否か」14.0%＜14.2%＞等の年齢で判断するもの、「単独犯か複数犯か」8.5%＜13.0%＞の順である。

業態別には、「被害金額の大きさ」や「初犯か再犯か」等で判断する業態は、百貨店の「被害金額の大きさ」35.5%と「初犯か再犯か」51.6%、その他専門店40.0%・40.0%、生活協同組合31.5%・37.5%の比率が高い。年齢等で判断する業態では、生活協同組合の「未成年か否か」25.0%・「未就学児か否か」・37.5%同じく、その他専門店40.0%・20.0%の比率が高い。

（回答企業5社以上の業態に限定）

4. 万引犯罪の防止策

(1) 万引犯罪への基本的な考え方

回答各社において万引犯罪に対する基本的な考え方を尋ねた結果は（複数回答）、
「青少年の健全な育成の面から万引をさせてはならないと考える」が71.5%<71.3%>、
「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と考える」の
65.8%<60.8%>、「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考え
る」の39.2%<42.0%>の順となった。この3項目の順位は3年間同じであり、他の項
目が10%未満であるのに対して、高い比率を維持している。特に「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と考える」はここ2年連続の比率アップ
となっている。一方「特に問題意識はない」とするものは1件あるにすぎない。

業態別には、ほとんどの業態で上記の順位となっているが、「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と考える」が「青少年の健全な育成の面か
ら万引をさせてはならないと考える」を上回っている業態では、書籍・文具が「会社の
経営上」100.0%に対して「青少年の健全な育成の面」70.0%、同じく医療品79.2%に
対して66.7%、以下同様に生活協同組合72.7%：59.1%、ホームセンター・カー用品
70.0%：55.0%、総合ディスカウント62.5%：50.0%である。

（回答企業5社以上の業態に限定）（図13・表13参照）

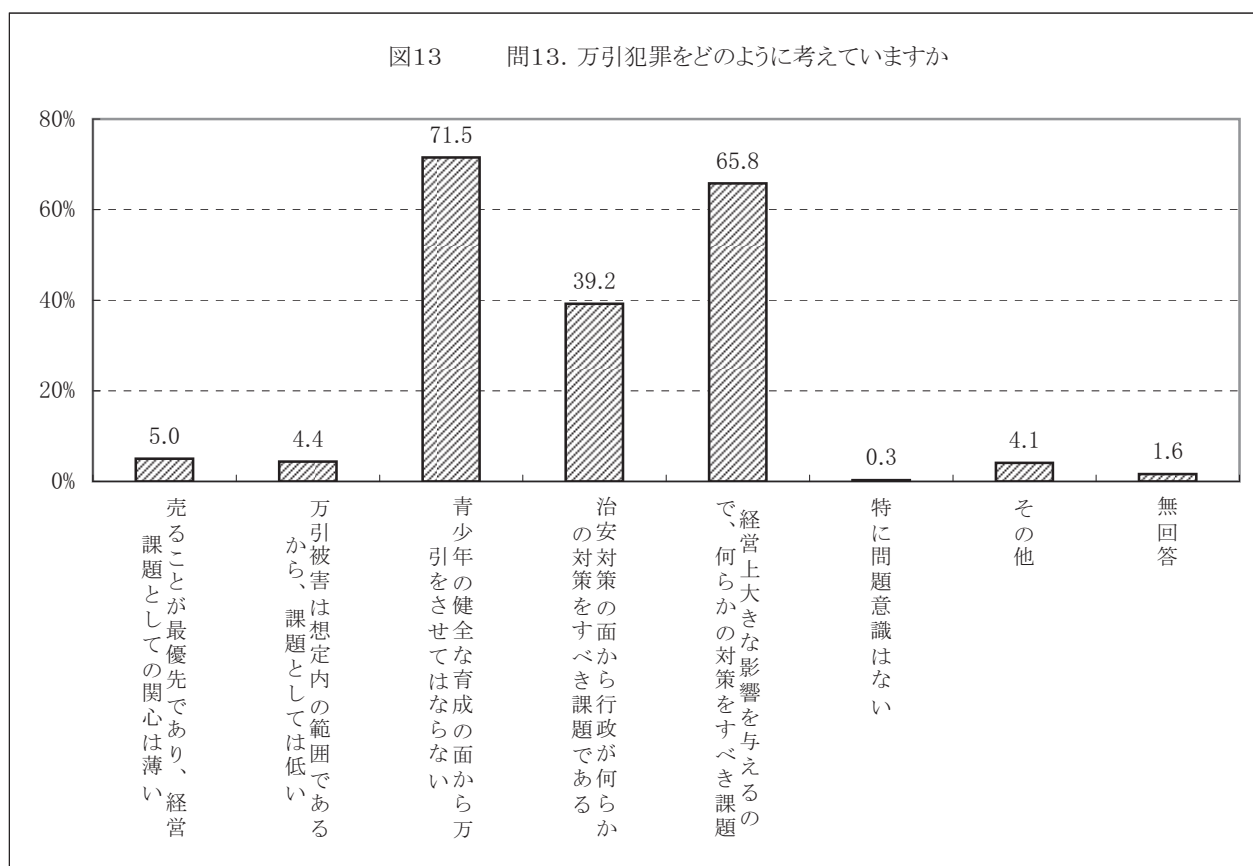


表13 問13. 万引犯罪をどのように考えていますか (％)

選択項目	第5回 (平成21年度)	第4回 (平成20年度)	第3回 (平成19年度)
売ることが最優先であり、経営課題としての関心は薄い	5.0	6.5	4.4
万引被害は想定内の範囲であるから、課題としては低い	4.4	6.8	5.7
青少年の健全な育成の面から万引をさせてはならない	71.5	71.3	72.6
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	39.2	42.0	36.3
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	65.8	60.8	56.7
特に問題意識はない	0.3	0.6	0.5
その他	4.1	4.9	6.3
無回答	1.6	1.2	1.6

(2)各店舗で実施している万引犯罪防止策

回答各社が店舗レベルで実施させている万引犯罪防止策としては（複数回答）、「従業員にお客様への声かけをさせている」90.9%<88.9%>、「防犯カメラをつけさせている」79.6%<77.5%>が双璧。次いで「保安警備員を配置させている」50.2%<45.4%>、「商品陳列を工夫させている」46.7%<49.4%>、「店内ポスター、掲示物等を作り貼らせている」42.6%<36.1%>、「ミラーをつけさせている」40.8%<40.1%>、「万引防止装置を入れさせている」33.9%<33.0%>などのハードを中心とした対策が並ぶ。「店内放送を活用し、万引防止を呼び掛けさせている」21.0%<16.0%>、「棚卸しを頻繁に行わせている」12.9%<17.0%>、などの対策の比率は低い。

業態別には、「お客様への声かけ」が、婦人服・子供服、紳士服、書籍・文具、医療品、時計・めがね、宝飾品、楽器・CDが各100%、スーパー95.5%、百貨店90.5%、ホームセンター・カー用品90.0%、これら以外の業態全てが75.0%を超えている。「防犯カメラ」が、書籍・文具100%、生活協同組合90.9%であり、ホームセンター・カー用品90.0%、スーパー、医療品、総合ディスカウント、が各87.5%、コンビニ・ミニスーパー86.7%、楽器・CD85.7%、スポーツ用品80.0%と高比率の業態が多い。「保安警備員の配置」では、書籍・文具100.0%、スーパー69.3%、百貨店64.3%である。「商品陳列を工夫」では、その他専門店87.5%。「店内ポスター、掲示物等」は総合ディスカウント100.0%、書籍・文具90.0%、スポーツ用品80.0%である。「ミラーの取付け」は楽器・CD85.7%、書籍・文具80.0%、「万引防止装置の導入」はホームセンター・カー用品90.0%、家電製品88.9%、医療品83.3%、スポーツ用品80.0%等が高比率となっている。

(回答企業5社以上の業態に限定) (図14・表14参照)

図14 問14. 万引犯罪の防止策として、各店舗に実施させていること

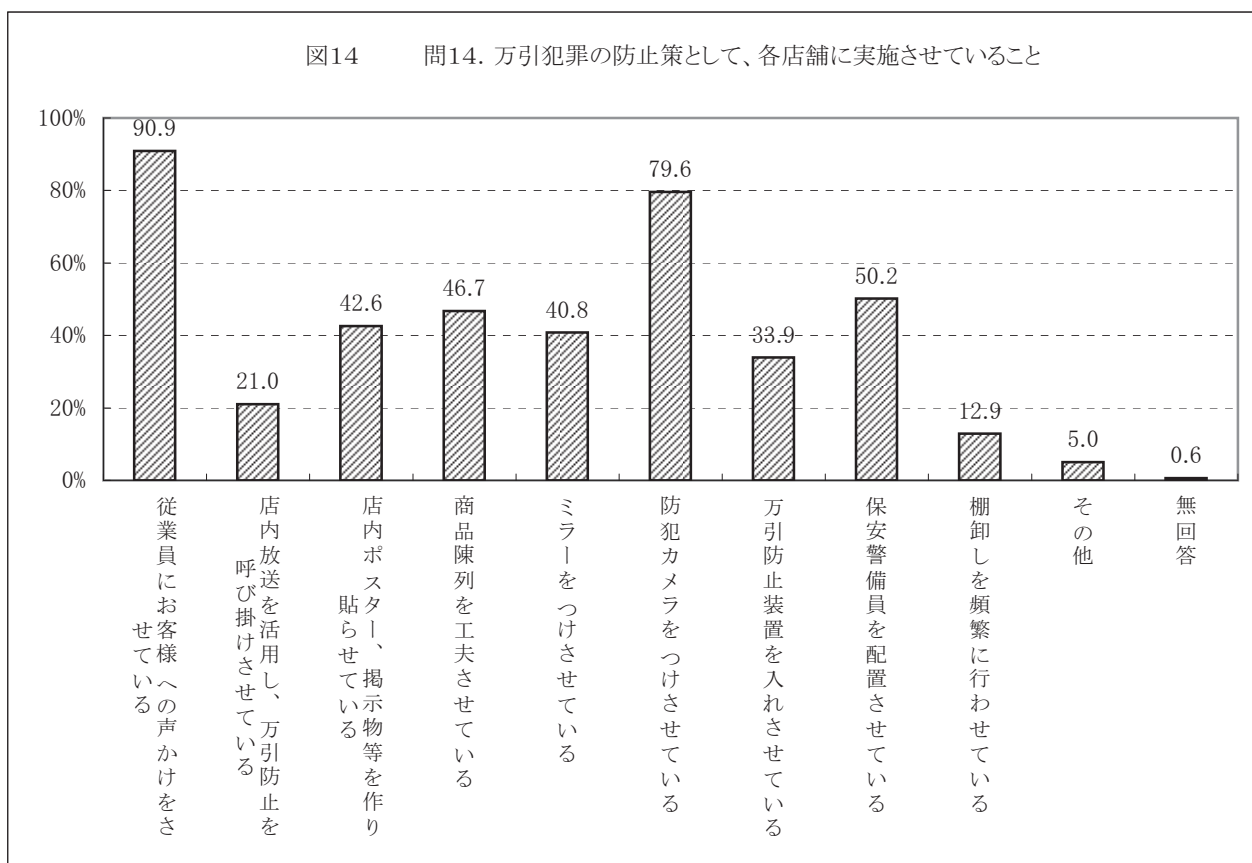


表14 問14. 万引犯罪の防止策として、各店舗に実施させていること (%)

選択項目	第5回 (平成21年度)	第4回 (平成20年度)	第3回 (平成19年度)
従業員にお客様への声かけをさせている	90.9	88.9	87.2
店内放送を活用し、万引防止を呼び掛けさせている	21.0	16.0	14.1
店内ポスター、掲示物等を作り貼らせている	42.6	36.1	32.1
商品陳列を工夫させている	46.7	49.4	51.2
ミラーをつけさせている	40.8	40.1	39.2
防犯カメラをつけさせている	79.6	77.5	76.5
万引防止装置を入れさせている	33.9	33.0	34.5
保安警備員を配置させている	50.2	45.4	46.0
棚卸しを頻繁に行わせている	12.9	17.0	17.5
その他	5.0	3.1	4.2
無回答	0.6	1.9	1.8

(3) 万引犯罪防止のために実施している従業員教育

回答各社で実施している万引犯罪防止のための従業員教育としては（複数回答）、「朝礼等で万引防止をテーマに取り上げさせている」44.2%<42.0%>、「万引防止マニュアルを作成・配備させている」39.2%<42.3%>の比率が高く、これに次いで「ロス費用の発生状況を人事評価に反映させている」であるが、その比率は11.3%<13.3%>にとどまり、「外部講師によるセミナーを利用している」9.4%<5.95%>、「万引実地訓練を行っている」4.1%<6.8%>を占めるにすぎない。

業態別には、「朝礼等で万引防止をテーマに取り上げさせている」は宝飾品80.0%、書籍・文具70.0%、百貨店54.8%の比率が高い方であるが、どの業種も満遍なく30～50%台で朝礼で取り上げている。「万引防止マニュアルを作成・配備」が、スポーツ用品80.0%、楽器・CD71.4%、書籍・文具70.0%、等の比率が高い。その他では、書籍・文具の「外部講師によるセミナーを利用している」の50.0%が目立つ程度である。（回答企業5社以上の業態に限定）

(4) 万引犯を捕捉した際にかかった費用の損害賠償請求

1. 万引犯を捕捉した際の費用（人件費）を請求しているかを尋ねた結果は、「損害賠償請求をしている」が8.8%（319社28社）のみで、「請求をていない」が86.2%であった。（図15・表15参照）

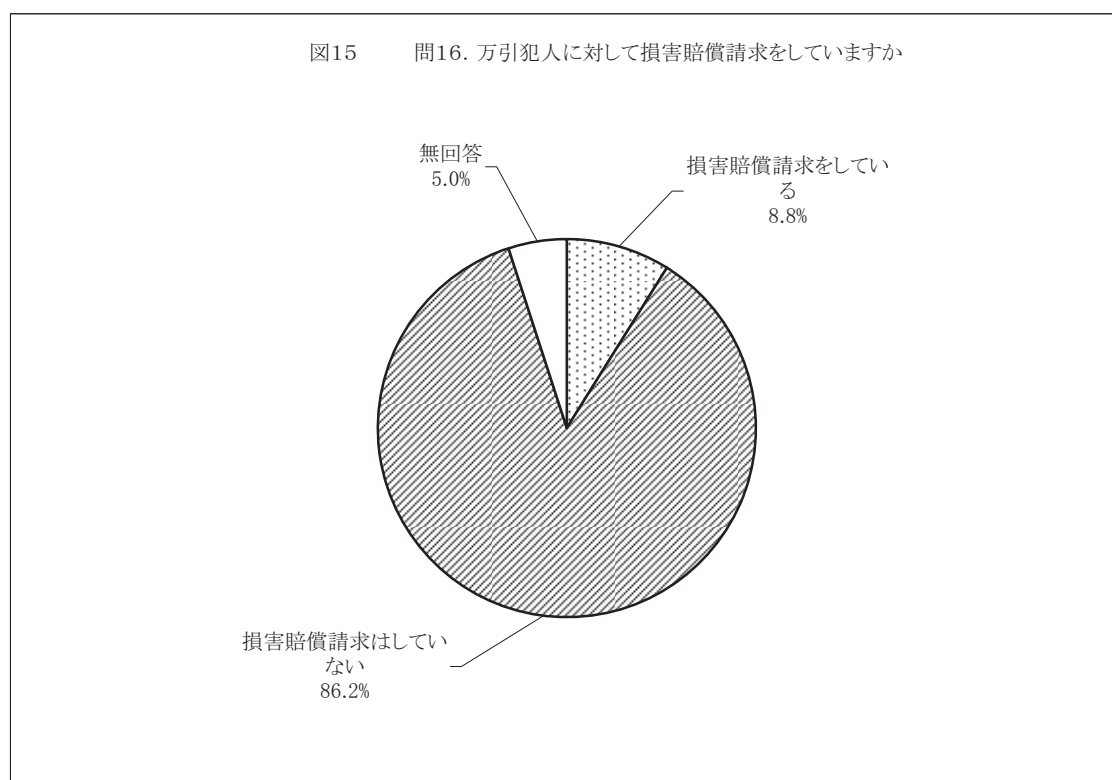


表15 問16. 万引犯人に対して損害賠償請求をし (％)

業態	い 損 害 賠 償 請 求 を し て	い 損 害 賠 償 請 求 は し て	無 回 答
第5回(平成21年度)	8.8	86.2	5.0

2. 前記の質問で「損害賠償請求を行っている」と回答した28社にその後の万引の増減を聞いたところ、有効回答（無回答を除く）の25社中19社（76.0%）が「万引件数は依然として変わらない」と回答。「万引の件数が減った」は6社（24.0%）であった。

3. 万引犯への「損害賠償請求を行っていない」275社に今後、損害賠償請求の導入意思を尋ねた結果は、「導入を検討している」が59社（21.5%）、「導入を考えていない」が202社（77.4%）である。

業態別には、「導入を考えていない」業態が多い中、「導入を検討している」業態は、書籍・文具と楽器・CDが共に7社中4社（57.1%）、婦人服・子供服が7社中3社（42.9%）、ホームセンター・カー用品16社中6社（37.5%）、医療品23社中8社（34.8%）、その他専門店6社中2社（33.3%）の比率が高い方である。（回答企業5社以上の業態に限定）（図16・表16参照）

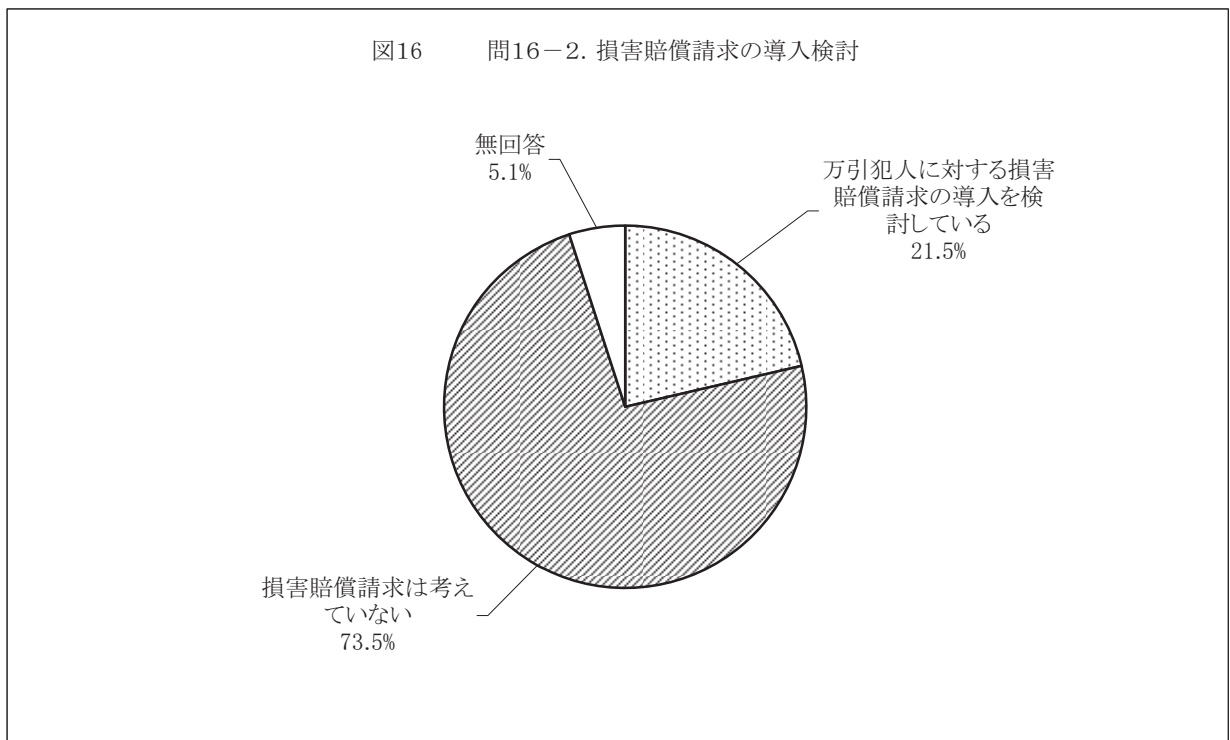


表16 問16-2. 損害賠償請求の導入検討 (%)

業態	損害賠償請求の導入を検討する	損害賠償請求は考えない	無回答
第5回(平成21年度)	21.5	73.5	5.1

(5) 少年の万引き犯罪防止はどこが主体となるべきか

1. 少年の万引き犯罪の防止に関して、回答各社はどこが主体で行うべきであると考えているかについて尋ねた結果は（複数回答）、前回同様に「家庭」86.5%<83.3%>、及び「学校」74.3%<69.1%>が圧倒的であり、次いで「警察」とするものも53.0%<48.5%>ある。「小売業者」とするものは49.2%<44.8%>、「社会全体」43.9%<41.4%>、「地域社会」39.2%<39.2%>の順になっている。

2. これを「特に重要と思われるものに◎印」という形で尋ねると、319社中209社が無回答（65.5%）で、110社より回答を得た。その結果、「家庭」がトップの22.3%<25.0%>で、以下は10%未満で「学校」7.8%<9.9%>、「警察」6.3%<6.2%>、「小売事業者」3.4%<2.2%>の順となっている。

業態別には、ほとんどの業態が「家庭」がトップとなっているが、各業界とも回答件数が少ないため、特に差異は見られない。（図17・表17参照）

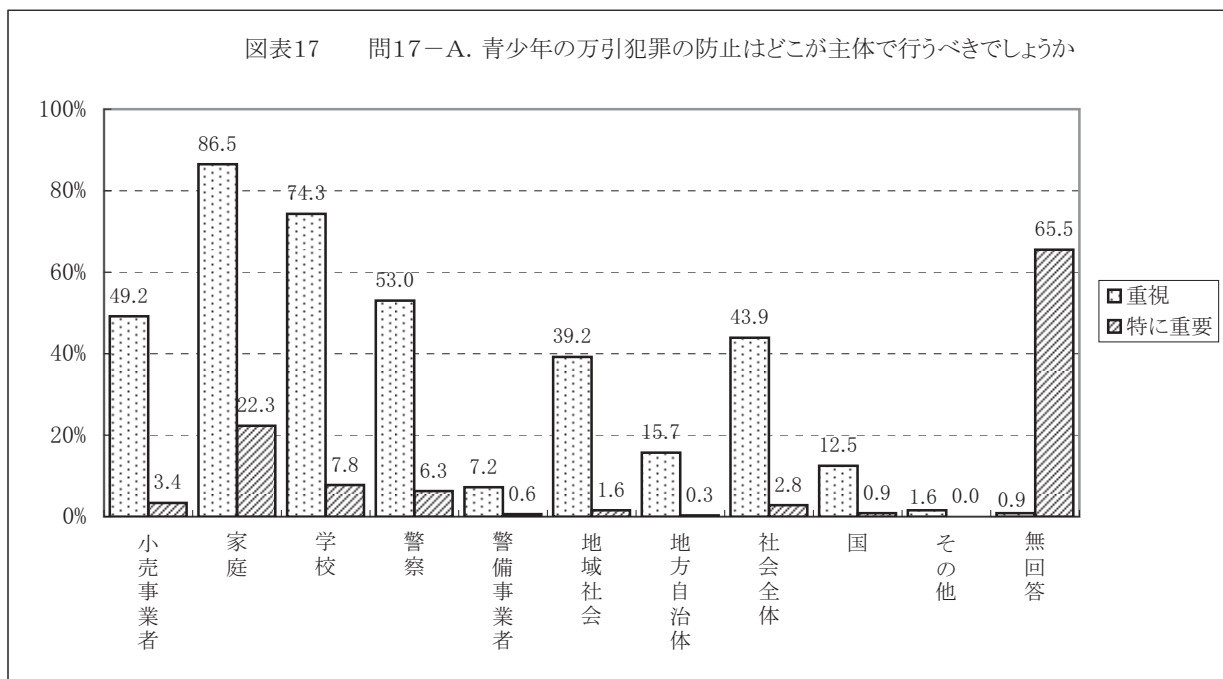


表17 問17-A. 青少年の万引犯罪の防止はどこが主体で行うべきでしょうか(%)

選択項目	第5回 (平成21年度)		第4回 (平成20年度)		第3回 (平成19年度)	
	重視	特に重要	重視	特に重要	重視	特に重要
小売事業者	49.2	3.4	44.8	2.2	56.9	5.5
家庭	86.5	22.3	83.3	25.0	87.2	31.6
学校	74.3	7.8	69.1	9.9	70.5	11.0
警察	53.0	6.3	48.5	6.2	49.9	3.1
警備事業者	7.2	0.6	5.9	-	7.8	-
地域社会	39.2	1.6	39.2	1.5	43.6	3.4
地方自治体	15.7	0.3	12.3	0.9	17.8	0.8
社会全体	43.9	2.8	41.4	2.8	35.2	3.1
国	12.5	0.9	8.3	0.6	15.4	1.3
その他	1.6	-	0.6	-	1.6	0.3
無回答	0.9	65.5	1.9	67.9	1.8	55.9

(6) 成人の万引き犯罪防止はどこが主体となるべきか

1. 同様に、成人の場合の万引犯罪防止はどこが主体となるべきかについては（複数回答）、「警察」77.1%<72.8%>、の比率が圧倒的に高い。次いで「社会全体」は53.0%<47.8%>、「小売業者」50.2%<49.4%>。「地域社会」は28.8%<31.5%>、「国」は24.1%<20.1%>にとどまる。また、少年の万引犯罪防止と同様に「社会全体」の比率が4年連続で上がっている。

2. 「◎特に重要」では、319社中245社が無回答（76.8%）で、74社より回答を得た。その結果上記同様に「警察」13.5%<15.7%>の比率が最も高く、他では「小売業者」3.8%<2.8%>、「社会全体」3.4%<5.2%>、「国」2.8%<2.5%>と低比率である。

業態別には特に差異は見られない。

（図18・表18参照）傾向

図18 問17-B. 成人の万引犯罪の防止はどこが主体で行うべきでしょうか

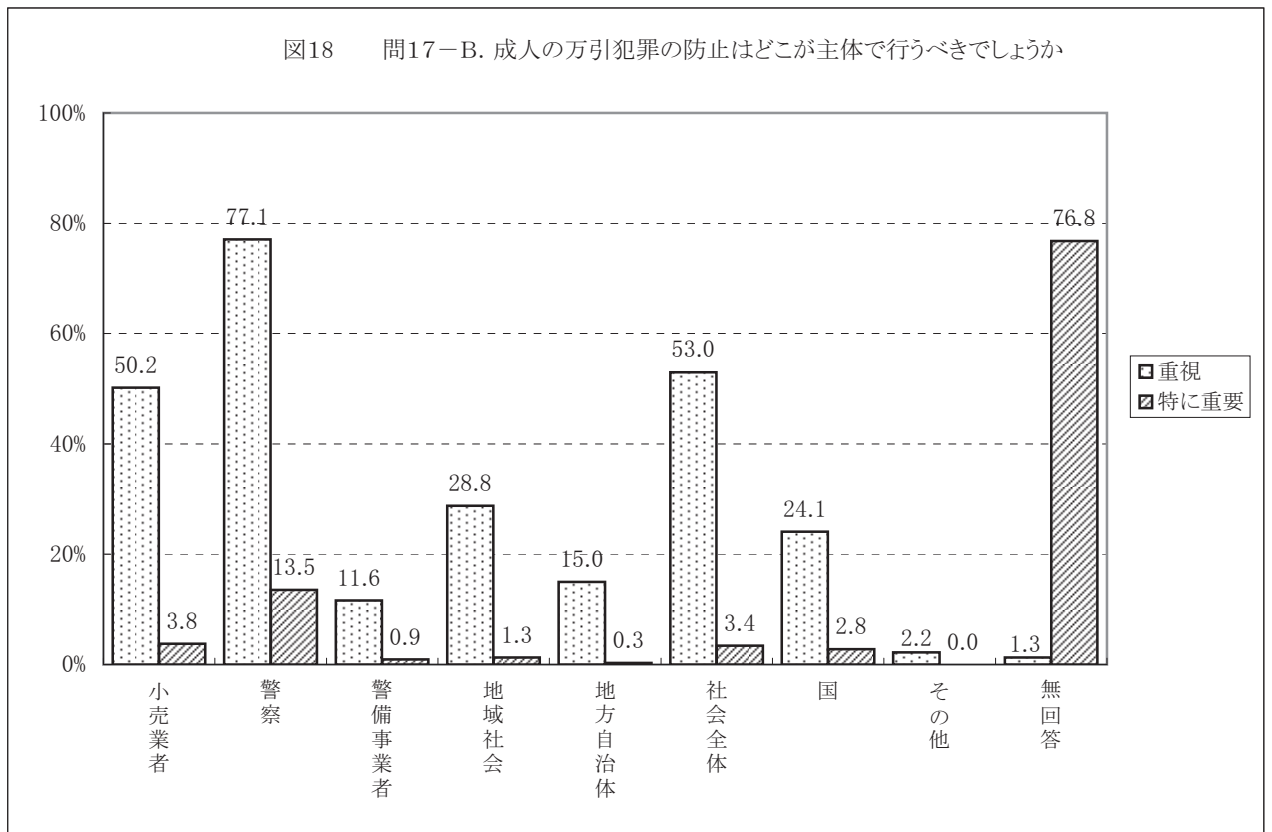


表18 問17-B. 成人の万引犯罪の防止はどこが主体で行うべきでしょうか(%)

選択項目	第5回 (平成21年度)		第4回 (平成20年度)		第3回 (平成19年度)	
	重視	特に重要	重視	特に重要	重視	特に重要
小売業者	50.2	3.8	49.4	2.8	58.7	6.0
警察	77.1	13.5	72.8	15.7	79.6	14.6
警備事業者	11.6	0.9	9.3	0.3	13.3	1.0
地域社会	28.8	1.3	31.5	1.9	27.9	2.1
地方自治体	15.0	0.3	12.3	0.6	15.9	1.3
社会全体	53.0	3.4	47.8	5.2	45.4	8.4
国	24.1	2.8	20.1	2.5	22.2	1.8
その他	2.2	-	1.5	-	1.8	0.3
無回答	1.3	76.8	2.8	77.5	2.1	69.5

(7) 地域社会との付き合い

回答各社において地域社会とはどのようなお付き合いをされているかを尋ねた結果（複数回答）、最も多いのは「地域の行事等は積極的ではないが、言われると参画する」が39.8%でトップ、次いで「万引防止ポスター等を店頭に掲げ、協力してもらっている」28.2%、「地域の行事等は企画段階から積極的に参加している」27.6%「それぞれの店長の裁量に任せている」24.8%、「万引防止は安心の原点であるとの共通認識がもてている」21.6%、等が並ぶ。

業態別に見てみると、「地域の行事等は積極的ではないが、言われると参画する」が、楽器・CD71.4%、紳士服66.7%、時計・めがね、スポーツ用品が各60.0%、医療品54.2%、書籍・文具、生活協同組合が各50.0%等の比率が高く、「万引防止ポスター等を店頭に掲げ、協力してもらっている」では、総合ディスカウント50.0%、「地域の行事等は企画段階から積極的に参加している」では、百貨店の64.3%、「万引防止は安心の原点であるとの共通認識がもてている」は家電製品が55.5%である。これらの業態以外は全て50%未満となっている。

(回答企業5社以上の業態に限定) 図19・表19参照)

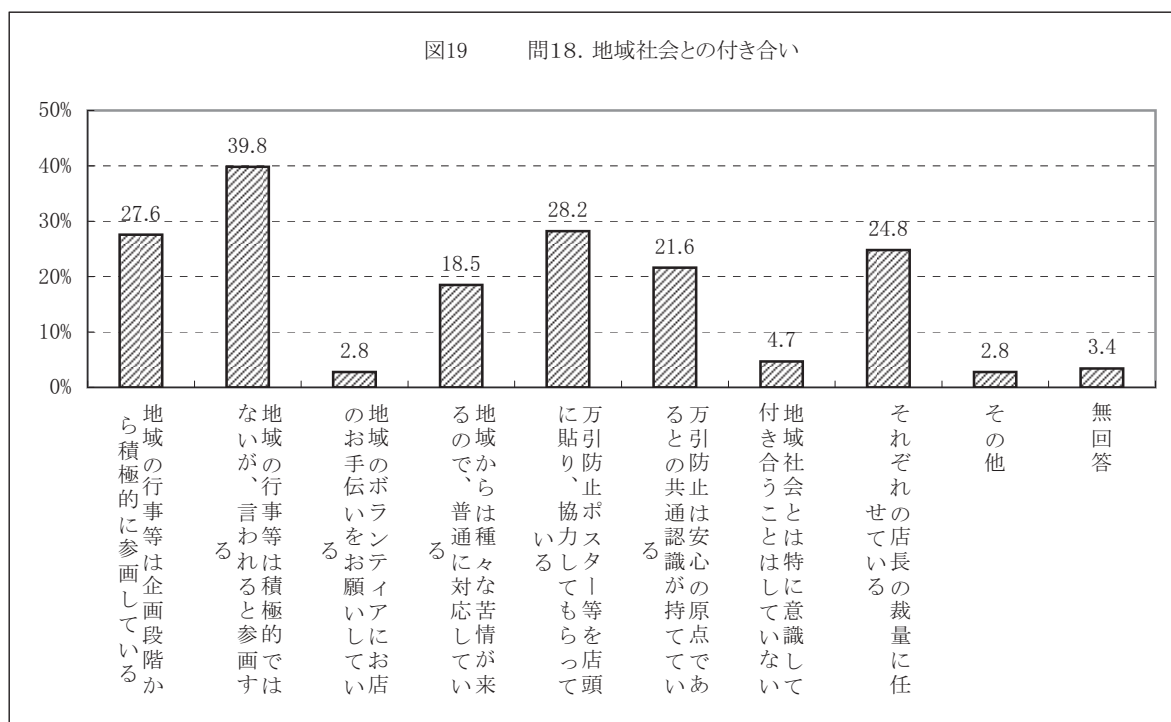


表19 問18. 地域社会との付き合い (%)

選択項目	第5回 (平成21年度)	第4回 (平成20年度)
地域の行事等は企画段階から積極的に参加している	27.6	24.7
地域の行事等は積極的ではないが、言われると参画する	39.8	40.1
地域のボランティアにお店のお手伝いをお願いしている	2.8	3.4
地域からは様々な苦情が来るので、普通に対応している	18.5	9.9
万引防止ポスター等を店頭に掲げ、協力してもらっている	28.2	28.4
万引防止は安心の原点であるとの共通認識がもてている	21.6	26.5
地域社会とは特に意識して付き合うことはしていない	4.7	6.2
それぞれの店長の裁量に任せている	24.8	29.6
その他	2.8	4.9
無回答	3.4	2.8

(8) 法改正された刑法235条の認知と適用

1. 平成18年5月法改正された「刑法235条」について尋ねた結果、「この法律改正を知っている」61.8%、「この法律改正を知らない」37.0%、となった。

業種別では、「知っている」比率の高い業種は、書籍・文具90.0%、百貨店76.2%、総合ディスカウント75.0%、スーパー71.6%、楽器・CD71.4%等が高く、逆に低い業種では婦人服・子供服が8社中1社（12.5%）しか法改正を知らなかった。（回答企業5社以上の業態に限定）（図20・表20参照）

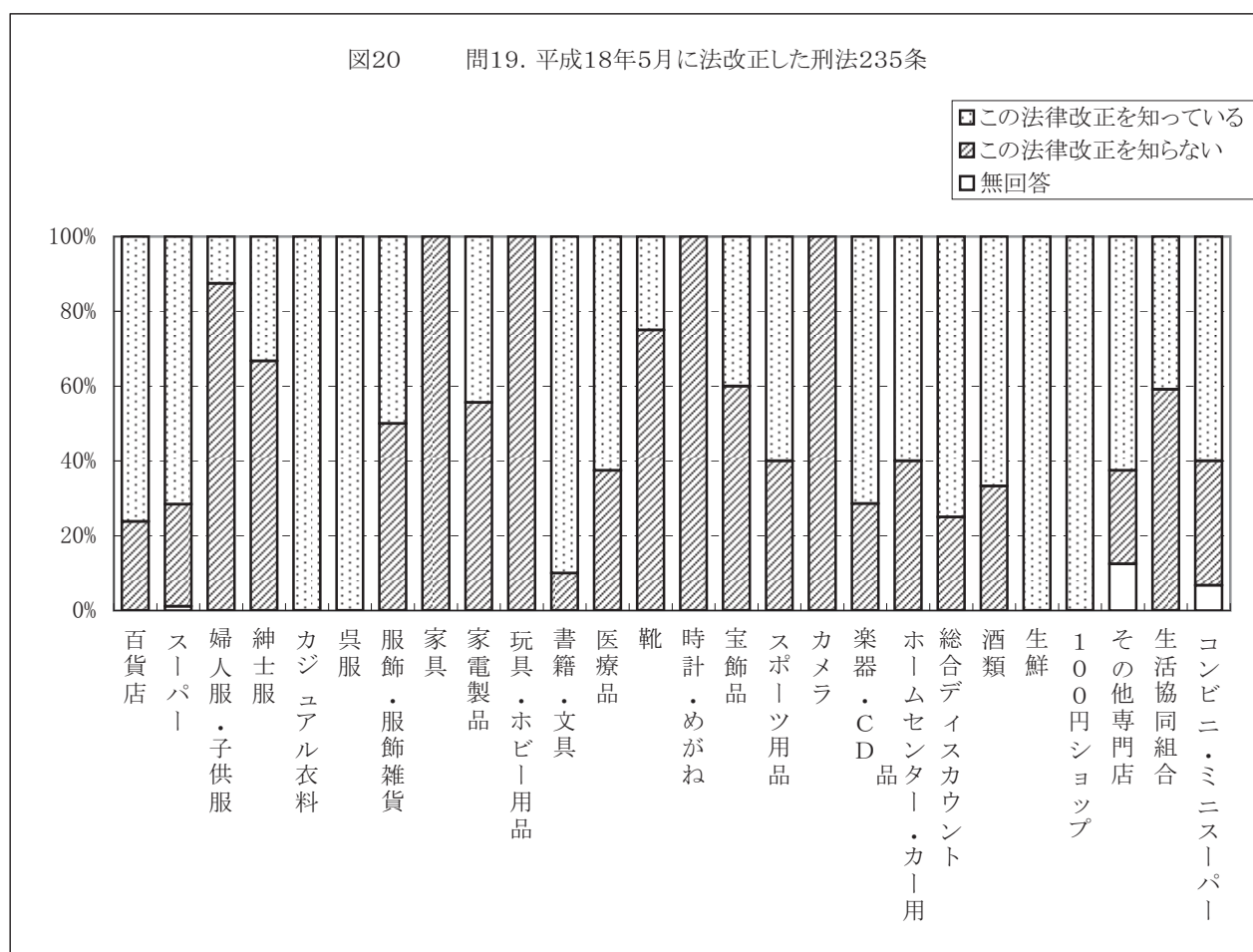
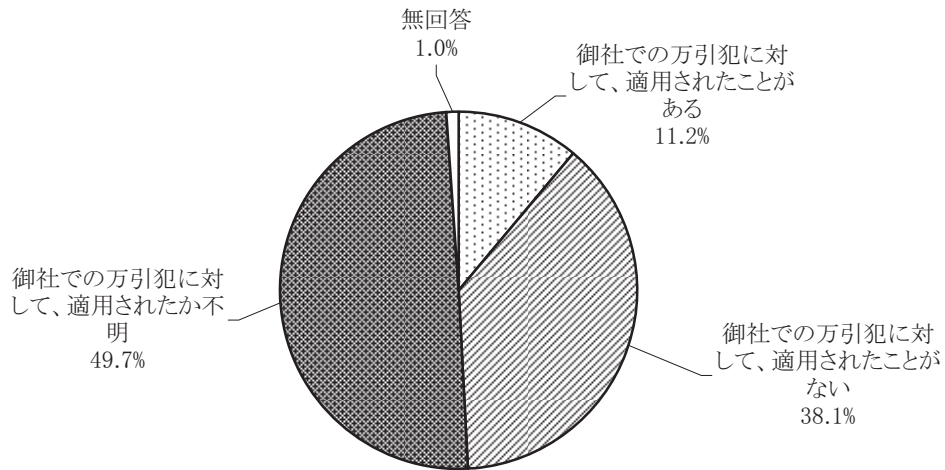


表20 問19. 平成18年5月に法改正した刑法235条(%)		(%)		
業態		てこの る法律 改正を 知っ	ないの 法律 改正を 知ら	無 回 答
第5回 (平成21年度)	全体	61.8	37.0	1.3
	百貨店	76.2	23.8	-
	スーパー	71.6	27.3	1.1
	婦人服・子供服	12.5	87.5	-
	紳士服	33.3	66.7	-
	カジュアル衣料	100.0	-	-
	呉服	100.0	-	-
	服飾・服飾雑貨	50.0	50.0	-
	家具	-	100.0	-
	家電製品	44.4	55.6	-
	玩具・ホビー用品	-	100.0	-
	書籍・文具	90.0	10.0	-
	医療品	62.5	37.5	-
	靴	25.0	75.0	-
	時計・めがね	-	100.0	-
	宝飾品	40.0	60.0	-
	スポーツ用品	60.0	40.0	-
	カメラ	-	100.0	-
	楽器・CD	71.4	28.6	-
	ホームセンター・カー用品	60.0	40.0	-
	総合ディスカウント	75.0	25.0	-
	酒類	66.7	33.3	-
	生鮮	100.0	-	-
	100円ショップ	100.0	-	-
	その他専門店	62.5	25.0	12.5
生活協同組合	40.9	59.1	-	
コンビニ・ミニスーパー	60.0	33.3	6.7	
第4回 (平成20年度)	全体	60.2	38.6	1.2

2. また、上記法改正を知っていると回答した197社に、この法律の適用状況を尋ねた結果、「万引に対して適用されたことがある」が22社(11.2%)、「適用されたことがない」が75社(38.1%)、「適用されたか不明」98社(49.7%)である。

業種別では、適用された業種のなかでは、百貨店の32社中5社(15.6%)、スーパー63社中9社(14.3%)が適用したのみで、その他の業者は各1ないし2社である。(回答企業5社以上の業態に限定) (図21・表21参照)

図21 問19-1. 万引犯に対する刑法235条の適用



業態	とし御があ、でる適用万引犯たにこ対	とし御があ、でない適用万引犯たにこ対	不し御明て社、で適用万引犯たにか対	無回答
第5回(平成21年度)	11.2	38.1	49.7	1.0
第4回(平成20年度)	9.7	34.9	52.8	2.6

(9) マイバックの使用

1. マイバックの使用について尋ねた結果は、「マイバックを奨励している」が54.9%で、「お断りしている」は1.9%に過ぎず、「奨励も、お断りもしていない」が41.7%であった。

業態別に見てみると、「奨励している」業態では、生活協同組合が100.0%、スーパー90.9%、コンビニ・ミニスーパー73.3%、百貨店69.0%の比率が高く、これら業種以外は40.0%未満か「ゼロ」であり、奨励している業態は限られる

(回答企業5社以上の業態に限定) (図22・表22参照)

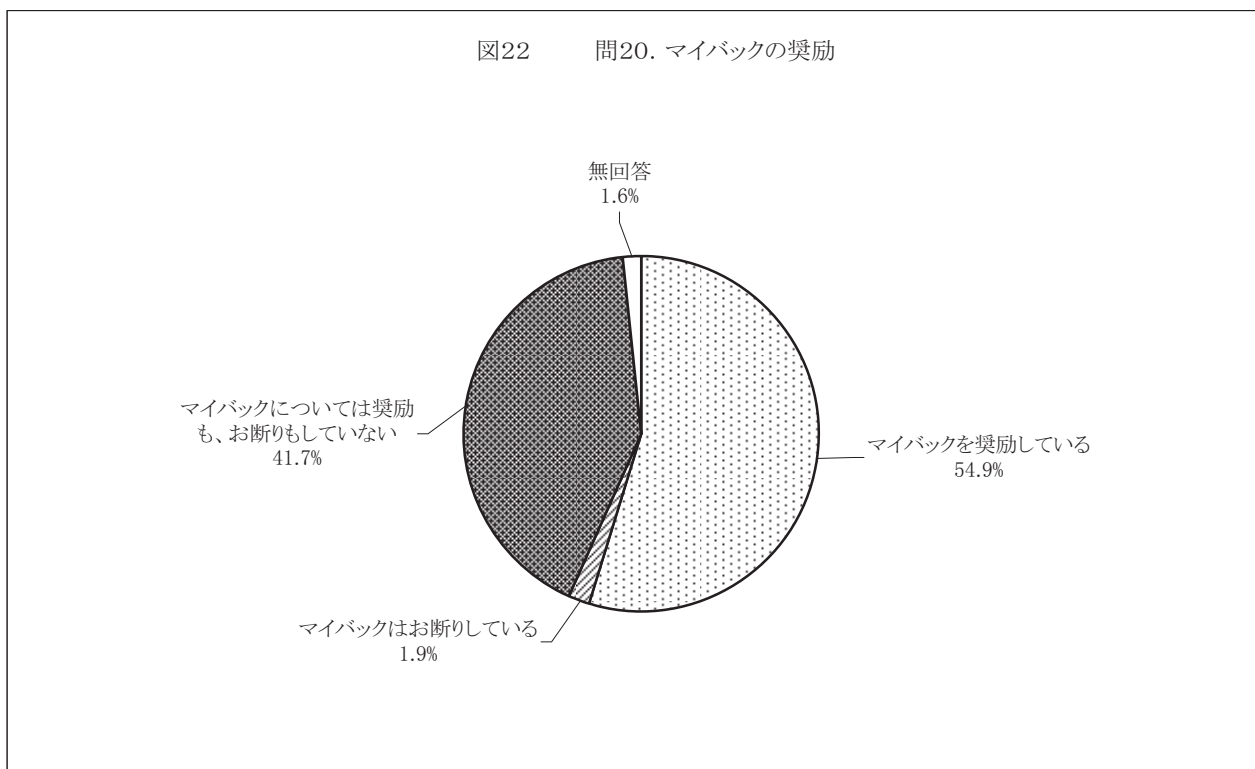


表22 問20. マイバックの奨励 (%)

業態	マイバックを奨励している (%)	マイバックはお断りしている (%)	マイバックについては奨励も、お断りもしていない (%)	無回答 (%)
第5回(平成21年度)	54.9	1.9	41.7	1.6

2. 前記の質問で「マイバックを奨励している」又は「マイバックについて奨励も、お断りしていない」と回答した企業に、万引の増減をお尋ねした結果は、「万引は変わらない」が48.1%、「万引は増えた」が38.0%、「万引は減った」は「ゼロ」であった。

業態別では、「万引は増えた」ではスーパーの64.8%がトップで、生活協同組合54.5%、医療品45.8%、コンビニ・ミニスーパー40.0%と続く。また、「万引は変わらない」では、婦人服・子供服87.5%を筆頭に、時計・めがね80.0%、百貨店68.3%、書籍・文房具、楽器・CD、その他専門店の各66.7%等の順に比率が高い。

(回答企業5社以上の業態に限定) (図23・表23参照)

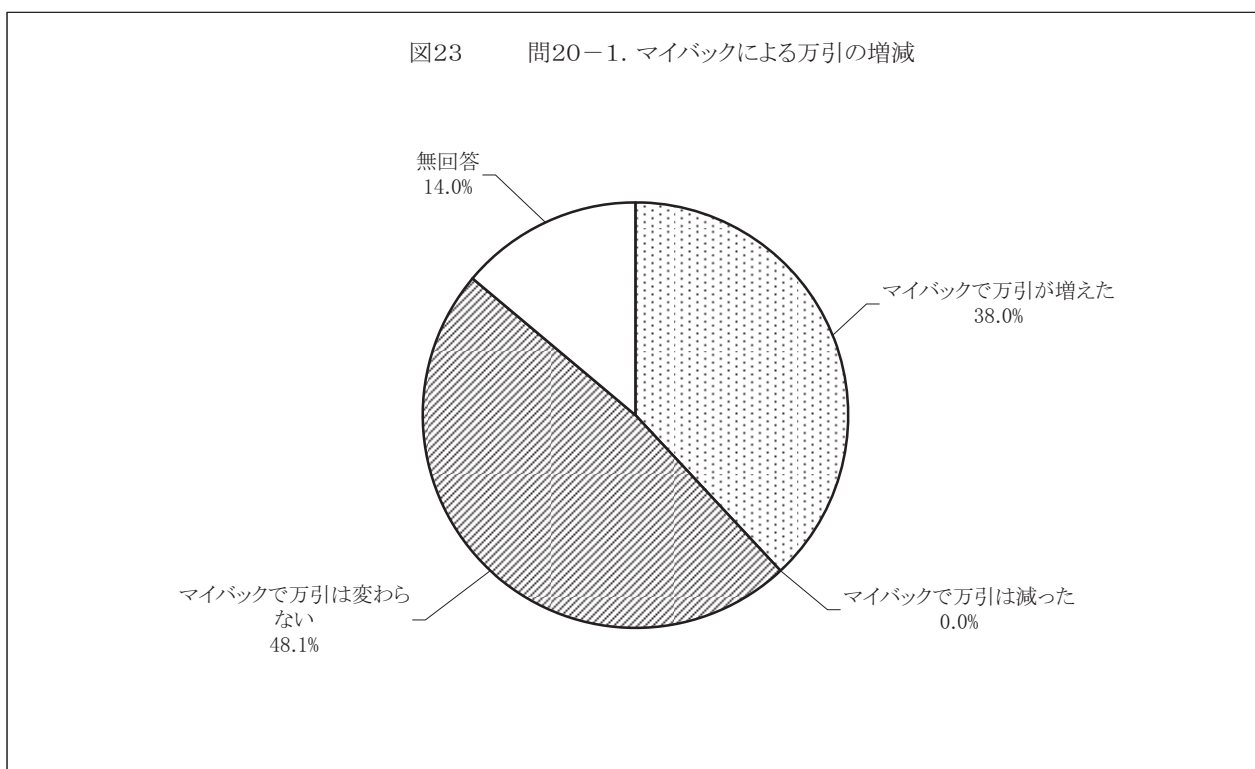


表23 問20-1. マイバックによる万引の増減 (%)

業態	増え た マイ バ ッ ク で 万 引 が	減 っ た マイ バ ッ ク で 万 引 は	変 わ ら ない マイ バ ッ ク で 万 引 は	無 回 答
第5回(平成21年度)	38.0	-	48.1	14.0

第5回

全国小売業万引被害実態調査報告書

平成22年9月発行

特定非営利活動法人 全国万引犯罪防止機構

〒160-0004 東京都新宿区四谷1-2-8 中村ビル

TEL : 03-3355-2322 FAX : 03-3355-2344

URL : <http://www.manboukikou.jp/>