# 万引きに関する調査研究報告書

~店舗におけるあいさつ、声かけの効果について~

平成 30 年8月 東京万引き防止官民合同会議





近年継続して犯罪は減少傾向にあるが、しかし、このような状況は犯罪問題が解決され多くの人々に安心感を与えているというよりも、むしろ解決されていない、いくつかの犯罪の問題点を浮き彫りにしているといえる。万引きはそのような問題の一つである。これに対して、東京万引き防止官民合同会議では、この数年高齢者の万引き問題に着目し、各種実験や調査を行い、これらに関するシンポジウムの開催や報告書公刊により、その成果を発表してきた(たとえば、平成27年7月「万引きに関する調査研究報告書~高齢者の万引きに着目して~」)。

これらの調査結果やシンポジウムの中では一貫して、「声かけ」の万引き防止効果を強調してきた。いまや「声かけ」は万引き防止策として定着しつつあり、実際、多くの店舗でも実施され、他方、被疑者調査でも「声かけ」が万引きの抑止効果を有することを示している。しかし、各店舗は万引きだけを意識して商業活動を行っているわけではなく、いうまでもなく売り上げや利益の向上が最重要の課題であって、そのためには顧客の満足度を獲得する必要がある。つまり、かりに万引きを防止してもこれらの課題が解決されない限り、店舗としては意味をもたないことになる。

そこで、本報告書で示されたように、今回の調査では、各店舗の従業員、警備員などの関係者による「声かけ」が顧客の満足度をどのように向上させることができるかを一般人に対するアンケート調査や店舗における固有の活動、従業員等に対するヒアリング調査を通じて、「声かけ」と「満足度」の両立を図る方法を模索した。今回の調査対象店舗に限らず、ほとんどの店舗では確かに、すでに万引き問題に対して何らかの形で対応をとっているものと思われるが、本報告書が示そうとするのは、これらの対応の中で「声かけ」効果と顧客満足度を意識して、従業員等による日常的な顧客対応をいわば科学的に分析して、より合理的な施策のための指針を与えようとするものである。

世界的に犯罪の未然防止の重要性が強調されるようになって久しい。そして、 未然防止に向け、コンピュータ科学、AI などを活用した犯罪予防策が進展しつつ ある。そのような動きと比較すると、人の行動による「声かけ」は原始的である ように感じられるかもしれない。しかし、だからといって非科学的ということは できない。人の行動は十分、科学の対象となって分析されているからである。も ちろん、万引き予防策として防犯カメラや防犯ゲートの活用も十分な効果を上げることはよく知られているが、それに加えて人為的な対応を加味して万引き防止策を探ることも十分意味があると思われる。そして、何よりも各店舗は日々商業活動を行っており、顧客の満足度は非常に重要な活動の要素と言わねばならない。その意味で、店舗関係者の何気ない「声かけ」が顧客の満足度を向上させ、それが同時に万引き防止策を兼ねることができれば店舗の対応としては理想に近いように思われる。

本報告書がその一助となることを願う次第である。

平成30年8月 拓殖大学 政経学部 教授 守山正

# 目 次

1	. 調査研究の概要	
	1.1 目的と方法	
	(1) 背景と目的	1
	(2) 実施内容	ç
	1.2 結果概要	
	(1)「あいさつ強化実験」の結果概要	7
	(2) その他の結果概要~来店客・一般市民の意識~	10
2	.店舗における「あいさつ強化実験」	
	2.1 各店舗の取組内容	
	(1) 従業員の取組	12
	(2) 警備員の取組	14
	2.2 商品ロス、万引き、売上への影響	
	(1) 商品ロス、万引きへの影響	15
	(2) 売上への影響	16
	2.3 店舗側の意識	
	(1) 取組に対する評価	17
	(2) 今後の意向	18
	2.4 来店客の意識	
	(1)「あいさつ強化」による来店客の満足度評価の数値の変化	19
	(2)「あいさつへの満足度」評価の理由	20
	(3) 店舗による評価の違いに関する検討	23
3	. 来店客,一般市民の意識	
	3.1 「あいさつ」が店舗の総合的な満足度等に与える影響	
	(1) あいさつ満足度と店舗の総合的な満足度等の関連	27
	(2) 予備調査結果による検討	31
	3.2 万引き防止等に関する意識・知識	
	(1) 万引き防止対策に関する意識	38
	(2) 万引に関する知識の経年変化	34
4	. おわりに	
	(1) 本研究の成果	36
	(2) 今後に向けて	37

# ■ 参 考 資 料

【店舗ヒ	アリング調査 関連資料】	
	資料1:店舗ヒアリング結果概要	ŧ 1 <b>-</b> 1
【店舗の原	顧客満足度アンケート調査 関連資料】	
	資料2:店舗の顧客満足度アンケート調査 調査票	£ 2-1
	資料3:店舗の顧客満足度アンケート調査 単純集計結果一覧	£ 3-1
【一般市」	民に対する意識調査(予備調査) 関連資料】	
	資料4:一般市民に対する意識調査(予備調査) 調査票	₹ <b>4-</b> 1
	資料5:一般市民に対する意識調査(予備調査) 単純集計結果一覧資	£ 5-1

# 1. 調査研究の概要

#### 1.1 目的と方法

#### (1) 背景と目的

都内の刑法犯認知件数は、戦後最悪の水準であった平成 14 年度をピークに減少を続けているが、他の犯罪への入り口にもなりやすい万引きについてはその減少率は緩やかであり、未然防止が課題となっている。今日、万引きにおいてとくに注目されているのは高齢者による犯罪の割合が増加している点である。万引きはかつては少年犯罪の典型であったが、平成 24 年以降、検挙・補導人数に占める世代別の割合は少年よりも高齢者の方が多くなっている。今後の本格的な超高齢社会を考えると、効果的な未然防止策の検討は喫緊の課題である。

東京万引き防止官民合同会議では、平成 27 年度に、高齢者の万引きに着目した調査研究を行った(平成 27 年 7 月「万引きに関する調査研究報告書~高齢者の万引きに着目して~」)。この中で、万引きの未然防止の手段として注目したのは店舗における来店客への「声かけ」であり、主に以下の結果が得られている。

#### 【一般市民,店舗関係者の意識】

● 一般市民に対する各種アンケート調査結果では、常に8割前後の人が「店員の客に対する積極的なあいさつや声かけは万引き防止に効果がある」としている。店舗関係者へのアンケート調査結果では、この割合は更に高い(防犯責任者98%,従業員89%)。

#### 【店舗における実施状況、顧客満足度との関連】

- 「あいさつ・声かけ」は、調査対象店舗(スーパー、コンビニ、ドラッグスト ア等 125 店舗)の 98%で万引き防止対策として実施されている。ただし、これ ら店舗の「あいさつや声かけ」に対する来店客の満足度は必ずしも高くはなく (他の項目の満足度と同程度)、また店舗によってばらつきがある。
- 常に「あいさつ・声かけがなされていない」と来店客から感じられている店舗 (どの客の「あいさつ・声かけ」満足度も低い店舗)では、少年の万引き犯年 間確保人数が多い。
- 「あいさつ・声かけ」をはじめとした満足度が低い店舗ほど、来店客が万引きの誘因を店側・環境側に求める傾向がある。

#### 【実験プロジェクト「買い物コンシェルジュ」による実証実験】

- 平成 26 年 9~10 月、来店客に高齢者が多い都内の大型スーパー1店舗の食品売り場において、大学生による買い物支援(声かけ、誘導・案内、購入商品の運搬補助など)を行ったところ、高齢者向け売れ筋商品の品減数値が減少した(実験前と実験期間中との比較)。
- 同時に、対象売場における売上上昇及び転倒などの店内事故発生件数の減少などの副次的効果も現れた。

この他、東京万引き防止官民合同会議では、「声かけ」は、万引き被疑者が「犯行をあきらめる原因」の第一位でもあり、とくに「初犯」「交友人数が多い」「所持金が少ない」被疑者等、「被害金額が少ない」ケースでは有効だという分析結果を得ている(平成29年2月「万引き被疑者等に関する実態調査」)。また、高齢の万引き被疑者は、自宅近くの店員が来店客等に無関心なスーパーで、いつも買い物をする時間帯(午前中)に1,000円~2,000円程度の食料品を衝動的に万引きするという特徴もわかってきている。

本研究では、以上の知見を踏まえ、都内のスーパーマーケット複数店舗の協力を得て、 実験的に、従業員等の来店客に対するあいさつ・声かけを強化し(「あいさつ強化実験」)、 その効果を多角的に検討した。

この検討における主な仮説は以下のとおりである。

- 従業員のあいさつ、声かけは、万引き防止の効果があるだけでなく、来店客の 店舗に対する満足度を高める。その結果、売上等にも好影響がある。
- 警備員のあいさつ・声かけについても、従業員と類似した効果がある。

これらを検証し、店舗における「あいさつ・声かけ」効果に関するエビデンスを得る ことが本研究の目的である。

なお、上記の「買い物コンシェルジュ」による実証実験の結果は、来店客への「声かけ」の効果だけというよりは、「学生」という存在及びその学生が買い物行動全般を支援 したことよる効果という非日常的な側面が大きいとも考えられる。

そこで、本研究では、より日常的な「声かけ」の効果を検証できるよう、普段から店舗にいる従業員、警備員の通常体制において「あいさつ強化実験」を行うこととした。

#### (2) 実施内容

#### a 一般市民に対する意識調査(予備調査)

「あいさつ強化実験」に先立ち、あいさつ強化前と強化中に行う顧客満足度調査(アンケート)の項目を検討するための予備調査を行った。調査の概要を表1に示す。

なお、項目設計は、同じ方法で平成 26 年度に実施した一般市民対象のアンケート調査の結果と比較できるよう意図して行った。

表1 一般市民に対する意識調査(予備調査)の概要

調査方法	インターネット調査				
調査時期	平成 29 年 2 月				
調査対象者	都内在住の調査モニター登録者 1,000 人, 男女×20~70 歳代均等				
	割付(性別年代ごとに 83~84 人)				
主な調査項目	<ul><li>◆ 食料品などの日用品の買い物でもっともよく利用するスー</li></ul>				
   (*印は平成 26	パーなどの満足度及び重視度(利便性、品揃え、使い勝手、				
年度とほぼ同じ	従業員のあいさつ・声かけなど)				
項目。経年変化の	<ul><li> ◆ どのような店舗をよい/悪いと感じるか(従業員や警備員か)</li></ul>				
把握を意図)	らあいさつされる、カメラ等が設置されているなど)				
	◆ 悪質な犯罪*、万引きの罪の重さ*、万引きを引き起こす店舗				
	側の要因*、効果的な対策等*				
	◆ 万引きに関する知識*				
	◆ 個人属性*、所得や人間関係などに関する満足度*、生活の程				
	度など*				

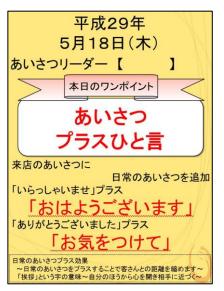
#### b 店舗における「あいさつ強化実験」

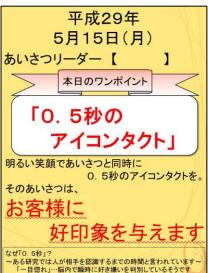
#### 【各店舗への協力依頼】

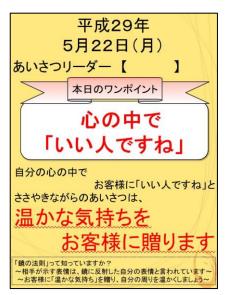
規模や立地条件等が類似している都内同系列のスーパーマーケット 10 店舗において、 平成 29 年 5 月 15 日から 6 月 14 日の一ヶ月間、従業員・警備員の「あいさつ強化月間」 を設けた。警視庁職員が各店舗を巡回し以下の説明を共通して行ったが、あいさつ強化 について具体的に何をどの程度行うかは各店舗の裁量とした。

- 調査の趣旨と目的、期間の説明
  - ◆ あいさつが万引き防止につながること、その効果を検証することは、 店長に対してのみ説明。

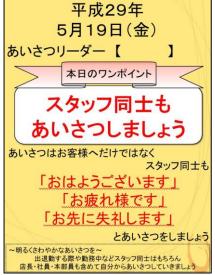
- あいさつ強化のツールとして「日めくりカレンダー(図1)」を配布
  - ◆ あいさつに関するポイント等を日替わりで記した日めくりカレンダ ー(A4版,6種類を1ヶ月分)。
  - ◆ ただし、使用するか否か、使用する場合の方法等は店舗ごとに決定。
- あいさつ強化のための施策の紹介
  - ◆ 率先して来店客にあいさつする「あいさつリーダー」を決める。
  - 「その場を通ったら、必ずあいさつをしなければならない」というルールになっている場所「あいさつポイント」を明確にする。











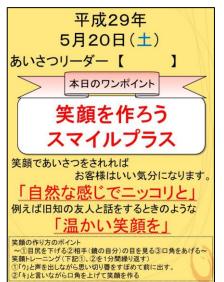


図1 あいさつ強化のための「日めくりカレンダー」(警視庁作成)

#### 【各店舗の概要情報入手】

各店長を対象としたアンケート調査及びヒアリング調査を行うなどして、従業員数等の店舗概況、万引き発生状況や対策実施状況等を把握した。

- 店舗の概要(共通)
  - 食料品・飲料、日用品、医薬品、書籍、衣料品などの商品を扱う総合 スーパーマーケットで、駐車場がある路面店
  - ◆ 従業員数 : 100 人以上
  - ◆ 営業時間 :早朝から深夜まで
  - ◆ 平均来店客数: 3,000 人以上/日(女性、40~60 代以上が多い)
- 万引き発生状況、対策実施状況等
  - 万引き月数回発生、私服警備員を投入している ※ 万引き犯は少年より高齢者が多い(少年が減った)
  - ◆ 万引き防止対策として「従業員によるお客様へのあいさつ・声かけを 積極的に行っている」: 60% (6 店舗)

#### 【各店舗巡回 ~あいさつ強化中~】

あいさつ強化中は、警視庁職員が各店舗を複数回見回り、あいさつ強化の程度等を把握した。店舗へのアドバイス、強化がされていない場合の店舗への申し入れ等も適宜行った。

#### 【各店舗ヒアリング調査 ~あいさつ強化後~】

実験終了直前(6月中)、警視庁職員が各店舗に赴き、各店長及び従業員1名(店長が指名)を対象としたヒアリング調査を実施した。ヒアリング内容は主に「従業員のあいさつ強化」に関するもので、主な項目は以下のとおりである。

- 「従業員のあいさつ強化」に関する具体的な施策とその手応え(どの程度実施できたか等)
- 「従業員のあいさつ強化」の良かった点・難しかった点
- 商品ロス、万引き防止、売上への影響
  - 売上額、万引き確保人数等のデータ(実施月、前月、昨年同月、昨年 前月)も入手した。
- 「従業員のあいさつ強化」に関する今後の意向
- あいさつは店舗にどのような影響を与えると思うか 他

#### 【顧客満足度アンケート調査 ~あいさつ強化前・強化中~】

来店客への影響をみるために、あいさつ強化前・強化中の2時点で、各店舗にて顧客 満足度アンケート調査を実施した。

- 実施方法:各店舗入口で、調査員(警視庁職員)が来店客に声をかけ、応じて くれた人に調査票(A4 サイズ1枚)を配布、その場で記入してい ただき回収。一部項目については聞き取り調査も実施。
- 対象者数:店舗・時点ごとに約20人、計435人(前:222人、中:213人)。
- 満足度に関する調査項目(\*印は聞き取り調査も行った項目)
  - ◆ 来店時の利便性(交通・アクセス)
  - ◆ 品揃え
  - 品質・価格(コストパフォーマンス)

  - ◆ 商品の陳列方法
  - ・ 店内表示の分かりやすさ
  - ◆ 従業員のあいさつ\*
  - ◆ 従業員の身だしなみ
  - ◆ 従業員とのコミュニケーション
  - ◆ 店内の安全について\*
  - ◆ 警備員の巡回
  - ◆ 警備員のあいさつ\*
  - ◆ 総合的な満足度
- その他の調査項目:性別年齢等の個人属性、店舗利用頻度他

#### (1) 「あいさつ強化実験」の結果概要

#### a 各店舗の取組内容

【あいさつ強化後の各店舗ヒアリング調査結果より】

- 従業員のあいさつ強化について、積極的に取り組んだ店舗とそうでない店舗があり、その差は大きかった。もともと従業員のあいさつが習慣化されている店舗ではさらに積極的に取り組む等、実験前の状況に応じた取組であったといえる。
  - ◆ 積極的な店舗では、日めくりカレンダーの活用、あいさつリーダーの 指定、バックヤード作業をなるべく売り場に出て行うといった複数の 施策を工夫して行っていた。
  - ◆ 一方で、「移動の際なるべく中通路を通る」などの取り決めをしたものの、従業員数などの問題で充分に実施できなかったとする店舗もあった。
- 警備員のあいさつ強化は、従業員の場合のような店舗による差はほとんどみられなかった。これは、実験前の取組状況に、店舗による大きな差がなかったためだと考えられる。

#### b 商品ロス、万引き、売上への影響

【あいさつ強化後の各店舗ヒアリング調査結果より】

- 9割の店長が「商品ロスが減少した」と回答した。残り1店舗は「減少したと 思うが変化はわからない」という回答であった。
  - ◆ 店長は、通常、毎日、売上把握と商品棚の目視チェックしているため 「大きな商品ロスがあればわかる」ということである。
  - ◆ ただし、実験前後に商品の棚卸しを行った店舗はなかったため、数値 としては把握できていない。
- 万引き防止効果についても全ての店舗で肯定的な回答であった。
  - ◆ 5 店舗が「万引き自体が減ったと思う」、1 店舗が「常習者への声かけは効果があったと思う」、1 店舗が「万引き防止に役立ったと思う」、2 店舗が「不審者が減った」という回答であった。
  - ◆ 万引きの減少を感じた理由として、多くの店長が、実験中は来店客や 従業員から「万引きを見た」「万引きのおそれがあるお客様がいる」 等の報告がなかったこと、店長自身が店内で不審な来店客を見かけな かったこと等を挙げた。

- ◆ 各店舗の万引き確保人数は、通常、最頻値が月0人、次いで多いのが 1人とそもそも非常に少ないため、万引き確保人数であいさつ強化の 影響をみるのは困難である。
- 売上額への影響はどの店舗でも数字としては現れなかったが、ほとんどの店長が売場の好変化(活気、明るい雰囲気、来店客からの問合せ増等)を感じており、3割の店長は売上についても「よかった」と回答した。

#### c 店舗側の意識

【あいさつ強化後の各店舗ヒアリング調査結果より】

- いずれの店舗でも、今回の取組を肯定的に評価した(「やってよかった」「よいきっかけとなった」等)。「売場の雰囲気が明るくなり活気が出た」、「お客様とよりコミュニケーションがとれるようになった」という点だけでなく、従業員の意識や職場環境そのものに好影響を与えたとする店舗が多かった。
  - 売場が明るく活気が出たのは、従業員のあいさつそのものだけではなく、従業員の売場に出る回数・時間を増やした結果でもある。「売場に活気が出て売上増が期待できる」とした店舗も多かった。
  - 来店客に声をかけられるようになり営業機会が増えただけでなく、そのことによって従業員自身の意識も変化したという店舗も多かった。
     あらためて来店客の立場を考えるようになった、来店客に見られていることを意識するようになった、といった変化である。
  - ◆ 従業員同士のコミュニケーションが活性化し、職場環境が良化した、 雰囲気がよくなったとする店舗が多かった。また、「あいさつで声を 出すことによって気持ちがほぐれ、従業員が明るくなった」という回答もあった。
- 課題としては、もともと声を出すことが苦手な従業員への指導、アルバイトやパート等への伝達・浸透、作業との兼ね合い等が挙げられた。
- 全ての店舗が「あいさつは店舗に好影響を与える」と考えており、「今後も継続すべき」と回答した。実際に継続している店舗も多く、系列全店で毎年行われている顧客満足度調査等の結果がはじめて上昇するなどの結果を得た店舗もある。
  - ◆ どの店舗も、従業員のあいさつを「小売業として当然のこと」「負担感、マイナス要素はない」等、当たり前のことと捉えている。「売上の数値に現れなくても、いろいろな好影響があるので続けるべき」という意見が多かった。

#### d 来店客の意識

【あいさつ強化前・強化中の顧客満足度アンケート調査結果より】

- あいさつ強化中の従業員及び警備員のあいさつは、多くの来店客に認識されていること、あいさつは肯定的に捉えられていることが明らかになった。
  - ◆ 「従業員のあいさつ」満足度の評価の理由は、強化前に比べ強化中には「あいさつをよくしている」等が大幅に増え、その分「あいさつをしていない」「レジであいさつしている」等が大幅に減った(聞き取り調査により把握)。強化中は、強化前に比べ、レジ以外でも頻繁にあいさつをしていると認識した来店客が多いことがわかる。
  - ◆ 「警備員のあいさつ」満足度の評価の理由は、以前に比べ強化中には「あいさつをよくしている」「感じが良い」が大幅に増え、その分「警備員を見かけない」「あいさつがあればよい」等は大幅に減った(聞き取り調査により把握)。あいさつ強化中、警備員の立ち位置を変えた店舗はないが「警備員を見かけない」が大幅に減ったのは、あいさつすることによって警備員の存在が来店客にあらためて認識されたと解釈できる。
  - ◆ 各満足度の評価の理由で「あいさつをよくしている」と回答した人ほど「あいさつ」満足度が高く、「あいさつをしていない」と回答した人では低いという傾向が顕著であった。また、「あいさつは不要」等と回答した人は非常に少なく、あいさつが肯定的にとらえられていることが明らかになった。
- ただし、「従業員のあいさつ」「警備員のあいさつ」に対する来店客の満足度の 数値(5 段階)は、あいさつ強化前と強化中の2時点で有意差はなかった。
  - ◆ 店舗による差は見られたが、評価が高い店舗は常に高く、低い店舗は 低いという安定的な差であった。店舗による取組状況の違いも影響し ていると考えられる。
  - ◆ 2 時点で有意差がなかったのは、満足度の数値が実験前から充分に高 かったこと等が影響していると考えられる。
  - ◆ 前述の通り、実験後もあいさつ強化を継続している店舗の中には顧客 満足度の数値が高まった店舗もあること等から、顧客満足度の数値へ の反映には時間がかかることも予測される。

### (2) その他の結果概要 ~来店客・一般市民の意識~

a 「あいさつ」が店舗の総合的な満足度等に与える影響

【あいさつ強化前・強化中の顧客満足度アンケート調査結果及び予備調査結果より】

- 来店客へのアンケート調査結果のうち満足度 12 項目を用いて因子分析を行った結果、「商品・店内の使い勝手等」、「従業員」及び「警備員」という 3 つの共通因子が浮かび上がった。各満足度の項目間はいずれも高い正の相関があるが、同じ因子内の項目ではさらに相関が高かった。
  - ・ 「従業員」因子が大きく影響する満足度項目である「従業員のあいさつ」「従業員の身だしなみ」「従業員とのコミュニケーション」は互いに正の相関が非常に高い。あいさつへの満足度が高ければ身だしなみ等への満足度も高い、あいさつへの満足度が低ければ身だしなみ等への満足度も低い、ということである。つまり、来店客は、従業員の「あいさつ」だけでなく、「身だしなみ」や「コミュニケーション」等も同時に評価しているといえる。
- ほとんどの満足度項目は、「店内の安全性」満足度及び「店舗の総合的な満足度とも非常に強い正の相関があった。
  - 「従業員のあいさつ」及び「警備員のあいさつ」は、他の項目と同様に、店内の安全性評価及びその店舗自体に対する総合満足度を高める効果があるといえる。
- 従業員や警備員のあいさつへの満足度が高いと、その店舗自体に対する総合満足度が高くなるという結果は、回答者の8割が女性である各店舗における調査結果だけでなく、一般市民(20~70歳代の男女)を対象とした予備調査においても示唆された。
  - ◆ 予備調査においても、食料品などの日用品の買い物をしているときに 従業員からのあいさつをされたとしたら80%の人が、警備員からあい さつされたとしたら45%の人がその店舗を「良い店舗だと思う」と回 答し、「嫌な店舗だと思う」という回答はごく少数であった。
  - ◆ この結果には個人差があり、男性より女性の方があいさつを高く評価 する傾向がある。スーパーは通常、女性客の方が多いので、従業員及 び警備員のあいさつを強化することはより効果的といえる。

#### b 万引き防止に関する意識・知識

【予備調査結果より】

● 一般市民を対象とした予備調査では、74%の人が「従業員のあいさつ・声かけ は万引き防止に役立つ」と回答した(5件法。「そう思う」「ややそう思う」の 合計)。過去の調査でも常に高い割合であり、あいさつ・声かけの万引き防止 効果は広く認識されているといえる。

- もっとも万引き防止に効果的と考えられているのは「警備員の巡回」 (「そう思う」側の回答 82%) である。「従業員のあいさつ・声かけ」 (同 74%) も、「防犯カメラ・ミラー」及び「センサー・ゲート」(同 79%) に次いで効果的と考えられている。
- ◆ 別の設問で、防犯カメラ等が設置されている店舗をどう感じるかを聞いたところ、約6割が「良い店舗だと思う」とし、「嫌な店舗だと思う」はほとんどいなかった。
- 平成26年10月に同じ調査方法で同じ対象者層に対して行った調査結果に比べ、「万引きの検挙人数は少年より高齢者の方が多い」、「万引きは懲役刑のほか50万円以下の罰金刑が定められている」ことを知っている人は着実に増えていることがわかった。万引きに関する一般市民の理解は徐々に進んでいるといえる。

# 2. 店舗における「あいさつ強化実験」

ここでは、1.2(1)に示した「あいさつ強化実験」の結果を、実際に各店舗でどのような取組が行われたのか(2.1)、商品ロスや万引きへの影響はあったのか(2.2)、店舗側はあいさつ強化をどう評価したか(2.3)、来店客の意識にはどのような影響があったか(2.4)に分けて、より詳しく述べる。

2.1~2.3 は、警視庁職員が各店舗に赴いて行った店舗ヒアリング調査(店長及び従業員 1 名が対象。従業員は店長が指名)によって把握した内容が中心であり、2.4 は、あいさつ強化前と強化中の 2 時点で実施した各店舗の顧客満足度アンケート調査による。なお、両調査の実施内容は 1.1(2)に、詳細は、店舗ヒアリング調査結果については巻末の資料 1、顧客満足度アンケート調査については資料 2~3 に掲載した。

#### 2.1 各店舗の取組内容

#### (1) 従業員の取組

1.1 に記した通り、「あいさつ強化実験」では、対象 10 店舗全てで、従業員・警備員が来店客に対するあいさつ・声かけを強化する月間(あいさつ強化月間)を共通して設けたが、具体的に、何をどのようにどの程度行うかは各店舗の自由とした。たとえば、実験前に警視庁職員が対象 10 店舗を巡回し、あいさつに関するポイント等を日替わりで記した日めくりカレンダー(図 1)をツールとして配布したが、このツールの使用方法はもちろん、使用するか否かについても各店舗の判断で各々決められた。

各店舗における従業員の取組内容は、実験期間終了直前に、警視庁職員が各店舗に赴いて行った店舗ヒアリング調査によって把握した(資料1参照)。

各店舗の主な取組は、大きくは4つに分類できる。以下に具体例とともに示す。

- ① 「日めくりカレンダー(図1)」の活用
  - ◆ 自然に目に留まるよう、タイムカード横に設置(図 2)
  - ◆ 1日2回、店長が内容をインカムで読み上げる
- ② 「あいさつリーダー」の指定
  - ◆ 日替わりで2名を指定
  - ◆ 部門ごとに指定、アルバイトリーダーも指定
  - ◆ リーダー腕章を作成、着装
- ③ なるべく売り場に出る
  - ◆ ピークタイムの 12:00 と 16:00 に売場に出るよう指導

- ◆ 時間帯を決め、延べ30分~1時間は売り場に出るルールとした
- ・ バックヤードで行っていた作業を売場で行うよう指導
- ◆ 「あいさつポイント」を売場に設置
- ◆ 移動の際、バックヤードではなく、なるべく中通路を通るようにした
- ④ 朝礼や放送、インカムなどであいさつ強化を指示
  - ◆ 朝礼、昼礼、夕礼で指示を徹底
  - ◆ 開店前に店内放送で指示



図2 タイムカード横に設置された「日めくりカレンダー」

ただし、各店舗の取組状況は一様ではなく、積極的に取り組んだ店舗とそうでない店舗の差は大きかった。上記例は工夫して取り組んだ店舗の一例であり、その取組自体を行っていない店舗もある。店舗ヒアリング結果及び実験中に警視庁職員が各店舗を巡回して把握した状況を元にした各店舗の取組状況を表2にまとめる。

表2 各店舗の従業員あいさつ強化の取組状況

取組内容	店1	店 2	店 3	店 4	店 5	店 6	店 7	店8	店 9	店 10
①カレンダー	_	0	0	_	$\triangle$	0	_	$\triangle$	$\triangle$	-
②リーダー	0	_	0	_	_	0	1	0	0	0
③売場に出る	0	0	0	0	0	0	$\triangle$	_	_	$\triangle$
④指示	_	0	0	$\triangle$	0	_	_	0	0	0

◎:きめ細かく実施(活動を継続した、店舗独自のルール等を決めた等)

〇: 実施

△:実施はしたが徹底していない(継続しなかった、確認はしなかった等)

- :ほぼ実施していない

店ごとの取組状況の違いは、店舗ヒアリングで把握した各「取組に対する手応え」等とほぼ一致している。積極的に取り組んだ店舗では「2割増で強化できた。認知度は非常に高かった(店1)」「飛躍的にではないが意識は変わったと思う(店3)」と手応えを感じていたが、取り組んでいない店舗では「まだまだだった(店4)」「手応えなし(店7)」といった評価であった。

また、積極的に取り組んだ店舗では「ずっとやってきていることを強化した(店2)」、 取り組んでいない店舗では「系列店の中でももともとあいさつが出来ていないので難しい(店4)」といった回答がみられ、実験前に応じた取組状況であったことがうかがえる。

#### (2) 警備員の取組

警備員のあいさつについては、店舗によらず一様に実施された(実験中に各店舗を巡回した警視庁職員が確認)。従業員の場合のような店舗による差はほとんどみられなかったのだが、これは、実験前の取組状況に、店舗による大きな差がなかったためだと考えられる。

なお、今回の対象店舗においては、警備員は属する組織が異なるため、店舗ヒアリングによる取組内容の把握はしていない。

#### (1) 商品ロス、万引きへの影響

あいさつ強化中の商品ロスについて各店舗の店長に聞いたところ、9割が「商品ロスが減少した」、1店舗が「減少したと思うが変化はわからない」と回答した(巻末に収録した資料1参照、以下同様)。今回は、残念ながら実験前後に商品の棚卸しを行った店舗はなかったため数値としては把握できていないが、各店長は、通常、毎日同じように売上把握と商品棚の目視チェックしているため「大きな商品ロスがあればわかる」ということである。

あいさつ強化中の万引きへの影響についてもどの店舗でも肯定的な回答であり、否定的な回答は一店舗もなかった。5割の店舗が「万引き自体も減ったと思う」「午前中の高齢者の万引きが減った」等と回答、その他の店舗も、「常習者に対する対応が良くなり、声かけで撃退できている」、「万引き防止に役立ったと思う」、「不審者が少なくなった気がする。店が万引きしにくい印象になったのかもしれない」、「怪しい人間が来なくなった」と回答した。

そもそも各店舗の万引き確保人数は非常に少なく(最頻値が月 0 人、次いで 1 人)、 万引き確保人数の変化で今回のあいさつ強化の効果をみることは困難である。各店長は、 通常、来店客や従業員から「万引きを見た」「万引きのおそれがあるお客様がいる」等の 報告を受けたり、自身が店内で不審な来店客や大きな商品ロスを見つけたりすることで、 万引きの有無を判断しているというが、今回のヒアリング調査では、複数の店長が、あ いさつ強化中は「来店客や従業員からの報告も、自分で不審者やロスを発見することも なかった」と回答した。

以上は、「あいさつ強化実験」を行った 10 店舗全てが、積極的に取り組んだか否かという違いを超えて、実験中の商品ロス減少や万引き防止への効果を認めているという結果である。品減数値や万引き確保人数という数値の変化を把握できなかった点は今回残された大きな課題であるが、今回の結果は「従業員・警備員のあいさつ強化は、商品ロスの減少や万引きの未然防止に役立つ」という仮説を肯定するものだといえる。

数値の変化が把握できなかったのは、実験前後に商品の棚卸しが行われていないこと、常時従業員 100 人以上が売り場にいる総合スーパーマーケットの全ての売場を対象としたことなどによると考えられる。今後は、よりエビデンスレベルが高い結果が得られるよう、実験の対象とする売場を限定する、あるいは小規模な店舗を対象とするなどし、店舗側と綿密な調整を行った上で実験を実施することが望まれる。

### (2) 売上への影響

あいさつ強化中の売上について各店舗の店長に聞いたところ、3店舗が「売上はあがった気がする」「売上はよかった」、1店舗が「数字上では一概にはいえないが、雰囲気づくりでは手応えがあった」、1店舗が「なかなか数値には現れないと思う」、1店舗が「そもそも売上効果は見込んでいない」と回答した(資料1参照)。実際、売上額への影響はどの店舗でも数字としては現れなかったが、次節(2.3)で示すように、ほとんどの店舗が売場の好変化(活気、明るい雰囲気、来店客からの問合せ増等)を実感しており、今後、売上増につながることを期待している。

#### (1) 取組に対する評価

今回行った従業員のあいさつ強化への取組について各店舗に感想を聞いたところ、いずれの店舗でも「やってよかった」「よいきっかけとなった」等の肯定的な意見であった(資料1参照、以下同様)。「あいさつは小売業として当然のこと」「負担感、マイナス要素はない」等の意見に代表されるように、当たり前のことと捉えられており、「普段からやるべきことなので大変ではなかった」「負担なくできた」という感想が多く聞かれた。店舗ヒアリング調査で把握した「あいさつ強化」による店舗側の好変化は、大まかには以下の3点にまとめることができる。

- ① 来店客とのコミュニケーションが生まれた。距離が縮まった。
  - ◆ どの店舗からも、来店客からあいさつや笑顔がかえってくるようになった、声をかけてもらうようになったといった感想が聞かれた。喜ばれた、メールで接客をほめられたという感想もあり、あいさつ強化は来店客に好評であったことがうかがえる。
  - ◆ 問合せや接客・営業機会が増え、ビジネスチャンスになったとする店舗も複数あった。
  - 来店客との心理的距離が近くなったことで、従業員自身の意識も変化 したという店舗も多かった。あらためて来店客の立場を考えるように なった、来店客に見られていることを意識するようになった、といっ た変化である。
- ② 売場に活気が出た。店の雰囲気が明るく、よくなった。
  - ◆ 店内が明るくなり活気が出たのは、従業員のあいさつそのものだけでなく、従業員の売場に出る回数・時間を増やした結果でもある。
  - ◆ 店舗の活気は、来店客増加、売上向上につながると期待している店舗 も複数あった。
- ③ 従業員の意識が向上し、従業員同士のコミュニケーションが取れ、職場環境がよくなった。
  - あいさつの副次的効果として、従業員同士のコミュニケーションが密になり、職場環境が良化したとする店舗が多かった。また、「あいさつで声を出すことによって気持ちがほぐれ、従業員が明るくなった」という回答もあった。

①は予測できた結果であり、本研究の仮説を肯定するものだといえるが、②及び③は 当初そこまでは想定していなかった効果であり、一つの収穫ととらえることができる。 ただし、取組に対する課題も挙げられた。もともと声を出すことが苦手な従業員への 指導、作業との兼ね合い(作業中のあいさつは困難)、アルバイトやパート等への伝達・ 浸透、継続すること、成果がわかりにくいこと等である。

#### (2) 今後の意向

今後の意向について各店舗に聞いたところ、全ての店舗が「今後も継続すべき」と回答した。実際、実験終了後もあいさつ強化を継続している店舗も複数あり、中には以下のような結果が得られた店舗もある。

- ◆ 系列全店で毎年行われている顧客満足度調査で、初めて全店の平均値 を上回った。
- ◆ 周辺地域9店舗で毎年行われているランキング9項目中3項目で1位 をとった(同店では1位自体初めて)。

あいさつが店舗に与える影響として、8割の店舗が「店舗や職場・従業員の雰囲気良化、コミュニケーション活性化」、同じく8割の店舗が「売場に活気が出て売上増につながる」と回答した。「売上の数値に現れなくても、いろいろな好影響があるので続けるべき」とする店舗もあった。

#### (1) 「あいさつ強化」による来店客の満足度評価数値の変化

来店客への影響は、あいさつ強化前と強化中の2時点で実施した各店舗の顧客満足度アンケート調査結果(1.1(2)及び参考資料2~3参照)より検討した。同アンケートでは、各店舗への来店客約20人(店舗・時点ごと)に対し、その店舗における「従業員のあいさつ」「警備員のあいさつ」満足度を、利便性、品揃えなどへの満足度とともに5段階評価で聞いている。図3は、各店舗の「従業員のあいさつ」及び「警備員のあいさつ」満足度の時点ごとの平均点(「満足」を5点~「不満」を1点として数値化した上で算出)を比較したものである\*1。

図3から、あいさつ強化前と強化中で大きな差はないことがわかる。実際、いずれの店舗でも有意差はみられなかった。

これには、満足度の数値が実験前から充分に高かったことが影響していると考えられる。「従業員のあいさつ」満足度の10店舗平均は強化前でも5点満点中4.04(強化中は4.09)、「警備員のあいさつ」は3.46(強化中は3.50)である。

あいさつ以外の満足度も2時点で差があるものはほとんどなく、あいさつと同様、いずれの満足度も高いという結果であった。調査員(警視庁職員)によると、複数の回答者が「そもそも不満が多いスーパーには来ない」と話していたということである。

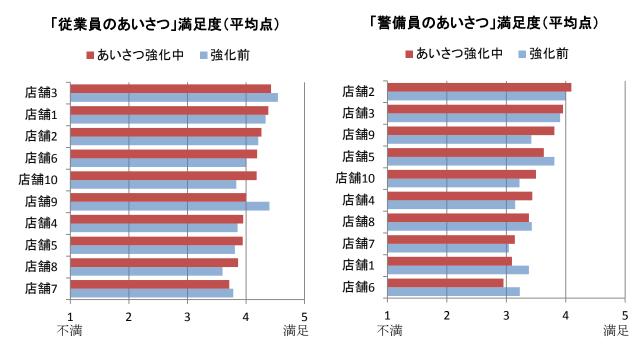


図3 あいさつに対する満足度(平均点)、強化中と強化前の比較

\*1各平均値は、満足度の理由が「あいさつは不要」等、あいさつに対して否定的な意見の少数の人(従業員では全体の n=14、警備員では n=19。表3参照)を除いて算出している。

また、2.3(2)で述べた通り、この実験の後もあいさつ強化を継続している店舗の中に は顧客満足度の数値が高まった店舗もあることから、顧客満足度の数値への反映には時 間がかかり、1 か月というあいさつ強化期間では差が出にくかったのではないかという 推測もできる。

#### (2) 「あいさつへの満足度」評価の理由

では、回答者(来店客)は、「従業員のあいさつ」「警備員のあいさつ」の満足度をどのような観点から評価したのか。

今回の顧客満足度アンケート調査では、あいさつ強化前と強化中の2時点ともに、アンケート回答直後に、調査員(警視庁職員)がそのように評価した理由の聞き取りを行っている。聞き取った全ての内容を設問毎に整理してカテゴライズし、回答数が多かった順に並べ替えた結果を表3、4に示す。

表3 「従業員のあいさつ」に対する満足度 評価の理由 (聞き取り調査結果)

分類名	回答数*	聞き取った内容		
していない	110	あいさつしていない、良くない、ひどい、他店のほうがいい		
している		あいさつされた・している、あいさつされた気がする、あいさつの声は聞こえた、たまにあいさつする、少しいあさつする、すれ違ったときにあいさつする、衣料品コーナーであいさつしている、品出しあいさつしている、出入り口であいさつしている、こちらから話せばあいさつする、聞けば答えてくれる		
よくしている	86	よくあいさつしている・すごくよくあいさつしている・いつもあいさつしている、良い、良かった、満足、他店よりいい、最近良くなってきた、食品売り場のあいさつ改善した		
あればよい	83	あいさつあればよい、もっとあいさつあればよい、品出しあいさつすべし、入店時にあいさつあればよい、あいさつされたほうがよい、あいさつあれば活気UP、あいさつあると店員に声かけやすい		
無関心	65	気にしない、どちらでもよい、期待していない、気づかなかった、わからない		
レジで、レジの	53	レジで、レジの		
対応よし	35	対応がよい、対応が丁寧、接客がよい、親切		
前から	30	前から		
人次第	21	人によって差がある、人によって違う		
感じよし	21	感じがいい、笑顔がいい、いい感じ		
普通	19	普通、まあまあ、可もなく不可もない、違和感ない		
不満なし	17	不満はない、悪くない、今のままでよい		
不要	14	あいさつ不要、ほっといて、されるの嫌、しつこくないほうがよい、あまりされても困る、程よいあいさつならよい、レジ以外はあいさつ不要、気配りあればよい		
対応悪し	9	態度が悪い、接客の質が悪い、マニュアルどおりのあいさつ、目をあわさない		
知人あり	8	知り合いがいる、顔見知りの人と		
元気	6	元気がある、声がよく出ている		
うれしい	5	あいさつはうれしい、気持ちよい、笑顔であいさつされると1日気分が良い		
話する	4	店員とよく話をする、話をする		
当たり前	4	あいさつは当たり前、大切		
防犯に寄与	2	あいさつあれば防犯上よい、万引き防止効果ある		
その他	3	特売品とか声かけで教えて欲しい、ちょっとした声かけがいい、店員が少ない		

<sup>\*</sup> 数字は、回答者人数ではなく回答数。一人の回答が、複数の内容を含む場合もあるので、数字は回答者数より若干多くなっている。表4も同様である。

表4 「警備員のあいさつ」に対する満足度 評価の理由 (聞き取り調査結果)

分類名	回答数*	聞き取った内容		
見かけない	89	見かけない		
あればよい	56	あいさつあればよい、もっとあいさつすべき		
よくしている	42	よくあいさつしている、していた、してくれる、従業員よりあいさつしている		
していない	35	あいさつしていない、ライフはしない		
無関心	35	気にしない		
店内見かけない	33	駐車場でしか見かけない、駐車場のみで見かける、店内では見かけない		
感じよし	31	親切、対応がいい、感じがいい		
見かける	28	駐車場、自転車置場で見かける、見かけた、出入り口にいる、巡回していた		
している	25	あいさつされた、している、してくれる、出入り口であいさつしている		
不要	13	あいさつ不要、今以上のあいさつは必要ない、目的が違うので普通でよい		
あれば安心	9	あいさつあれば安心		
人次第	8	人によって差がある		
普通	6	普通		
巡回希望	5	店内巡回して欲しい		
わからない	5	わからない		
制服安心感	4	制服での巡回やあいさつはよい、見守られている感じがする、存在が安心		
存在感必要	4	存在感がもっとあったほうがよい、あいさつあれば防犯上よいと思う		
たまにしている	4	たまにあいさつする		
感じ悪し	4	感じ悪い人がいる、対応悪い人がいる、親切ではない、気配りをして欲しい		
その他	3	店内は警備員不要,別の系列店の方がしっかりしている,時間によって		

表3、4より、評価の理由で多かったのは、従業員・警備員とも、あいさつの有無(しているかしていないか)、また警備員では「見かけない」「見かける」等である事がわかる。これらの回答別の満足度評価の結果(図4)をみると、「あいさつをよくしている」と回答した人ほど満足度が高く、「あいさつをしていない」と回答した人では低いという傾向が顕著であり、あいさつが肯定的にとらえられていることが明らかである。

#### 評価の理由別「あいさつ」への満足度

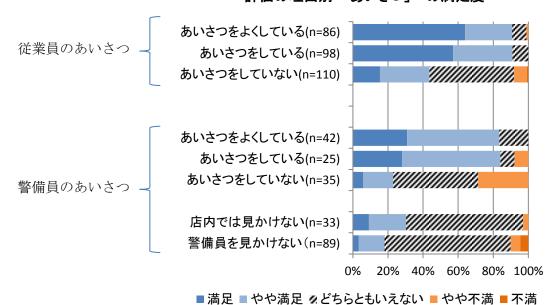


図4 評価の理由別 「あいさつ」への満足度

表 3、4 の分類で、あいさつが否定的にとらえている回答は「あいさつ不要」であるが、全体の回答数からすると非常に少なく、従業員では 2%、警備員では 3%である。「気にしない」「どちらでもよい」といった「無関心」はこれよりは多いが、いずれも全体の回答数の 1 割に満たない。一般に、積極的なあいさつを行なっていない警備員についても、「あいさつがあればよい」という回答が非常に多いなど、あいさつが好意的にとらえられていることがわかる。

なお、警備員のあいさつに関する回答でもっとも多かったのは「(警備員を) 見かけない」であり、「店内見かけない」を含めるとその多さは顕著である。これは、警備員が駐車場等、来店客のメイン動線以外の場所に配置されている店舗もあったためであろう。

「警備員を見かけない」人があいさつに対する満足度を評価するのは困難である。図4からは、「見かけない」と回答した人は、満足度を「どちらともいえない」とする傾向が顕著なことがわかるが、これは合理的な結果といえる。このことが、従業員のあいさつ満足度の平均点に比べて、警備員のそれが低い一因になっていると推測できる。

図 5 は、表 3、4 の理由の回答数を 2 時点に分けて集計し、比較した結果である。この図からは、あいさつ強化前と強化中で回答数が大きく異なるものがあることがわかる。

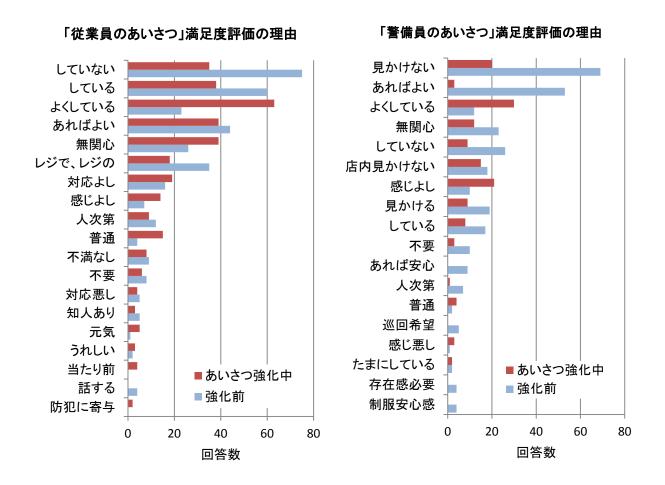


図5 あいさつに対する満足度評価の理由 強化前と強化中の比較

「従業員のあいさつ」では、あいさつ強化前に比べ、強化中には「あいさつをよくしている」等が大幅に増え、その分「あいさつをしていない」「レジであいさつしている」等が大幅に減った。強化中は、レジ以外でも頻繁にあいさつをしていると認識した来店客が多いと推測でき、店舗側の取組状況と一致する。

「警備員のあいさつ」では、あいさつ強化前に比べ強化中には「あいさつをよくしている」「感じが良い」が大幅に増え、その分「警備員を見かけない」「あいさつがあればよい」等は大幅に減った。今回、あいさつ強化中に警備員の立ち位置を変えた店舗はないが「警備員を見かけない」が大幅に減ったのは、あいさつすることによって警備員の存在が来店客にあらためて認識されたためと解釈することができる。

以上より、満足度の数値にはあいさつ強化実験の効果は現れなかったものの、強化中のあいさつは多くの来店客に認識されており、あいさつ自体、肯定的に捉えられているといえる。

#### (3) 店舗による評価の違いに関する検討

ただし、2.1(1)に記したとおり、従業員のあいさつ強化への取組状況は店舗によって 異なり、積極的に取り組んだ店舗とそうでない店舗の差は大きかった。強化中のあいさ つが来店客に認識されているのであれば、来店客の評価にも店舗ごとの違いが現れてい ると考えられる。ここでは、その店舗による評価の違いを検討する。

図6は、各店舗の「従業員のあいさつ」満足度の平均点(図3と同様)を、あいさつ強化中を縦軸、強化前を横軸にプロットした散布図である。この図からは、強化中と強化前の評価はほぼ一致しており、評価が高い店舗は常に高く、低い店舗は低いという安定的な差があることが示唆される。この図と表2(各店舗の従業員あいさつ強化の取組状況)を比較すると、店舗側の取組状況やその手応えに応じた評価となっていることがわかる。

次に、「従業員のあいさつ」満足度評価の理由は店舗ごとにどう異なるかをみるために、店舗と評価の理由とのクロス集計に基づく対応分析を行った。結果の同時布置図(図7)は、以下のように解釈することができる。

- 「あいさつをよくしている」「対応よい」「感じよい」等の満足度評価理由とと もに布置された店舗は、図6の満足度が高い店舗とほぼ一致する(図上部)。
- 「あいさつをしていない」「人次第」「無関心」等の満足度評価理由とともに布置された店舗は、図6の満足度が低い店舗とほぼ一致する(図下部)。
- 「あいさつ不要」層は、あいさつの頻度や良し悪し、特定の店舗と関連しない 図中心部に布置された。ごく少数ではあるが、「あいさつ不要」層は、あいさ つへの取組状況や店舗によらないことが示唆される。

なお、対応分析の結果の同時布置図は、主に以下のような観点から結果の解釈を行う。

- 項目の相対的な位置関係をみる。(近くに布置された項目は関連が強い)
- 布置図の両端にプロットされた項目で、軸(成分)の解釈を行う。
- 項目による頻度の割合に変化がない標準的な項目は図の中心部に集まるので、 中心部は積極的には解釈しない。

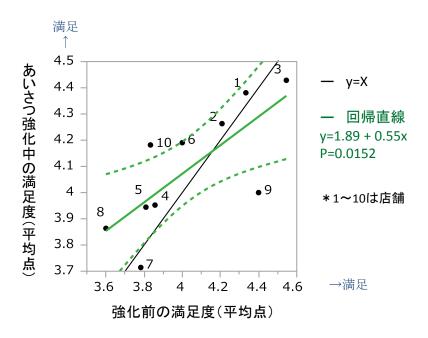


図6 「従業員のあいさつ」に対する満足度評価(平均点) 強化前と強化中の比較

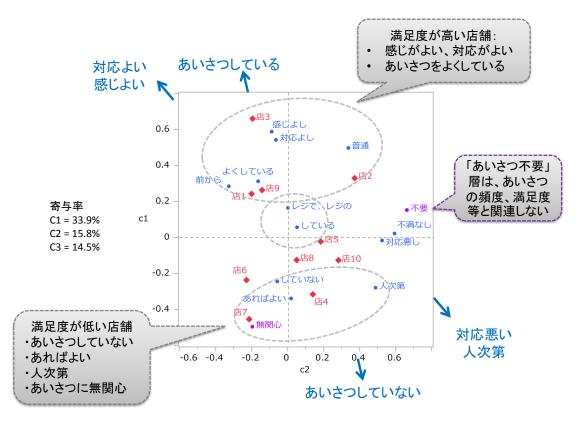


図7 「従業員のあいさつ」に対する満足度評価の理由と各店舗との対応分析結果

「警備員のあいさつ」も、「従業員」と同様に分析を行った。結果を図8と9に示す。 図8からは、従業員の場合と同様に、強化中と強化前の評価はほぼ一致しており、評価が高い店舗は常に高く、低い店舗は低いという結果がうかがえる。

図9は以下のように解釈することができる。

- 警備員については、従業員とは異なり「見かける-見かけない」が一つの軸を 形成している。「見かける」側は、「あいさつをしている」「感じがよい」等と ともに図上部に一つにまとまっており、同時に布置されている店舗は、図8の 満足度が高い店舗とほぼ一致する。警備員は、あいさつ強化によってその存在 が来店客に認識され、同時に満足度が高まったと考えられる。
- 「店内では見かけない」とともに図右下に布置された店1は、感じは悪くないが「警備員のあいさつ」に対する満足度は比較的低い。この店舗では警備員は 駐車場に配置されており、来店客の動線上にはいない(従業員のあいさつに対 する満足度が高く、取組にも積極的である)。
- 「あいさつをしていない」「あれば安心」「感じが悪い」等の満足度評価理由と ともに布置された店舗は、図8の満足度が低い店舗とほぼ一致する(図左)。

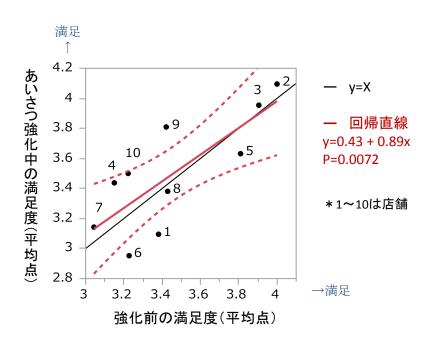


図8 「警備員のあいさつ」に対する満足度評価(平均点) 強化前と強化中の比較

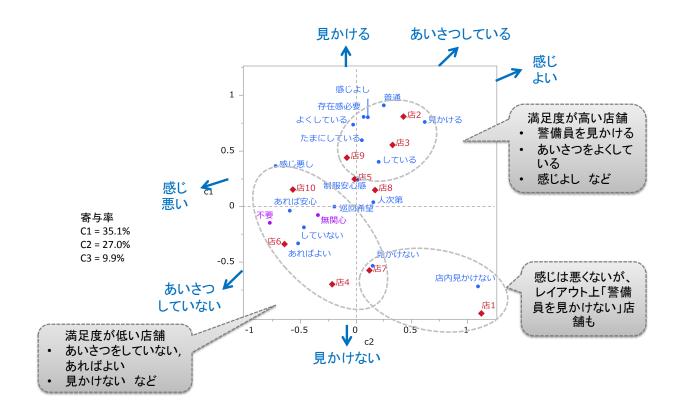


図9 「警備員のあいさつ」に対する満足度評価の理由と各店舗との対応分析結果

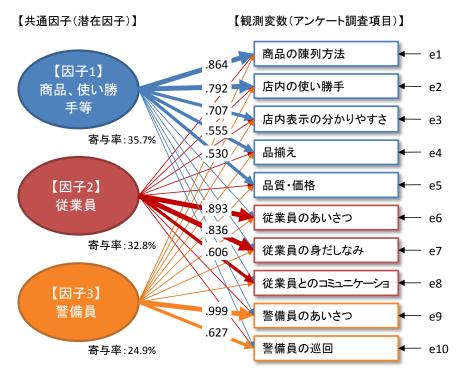
# 3. 来店客,一般市民の意識

ここでは、1.2 (2) に示した来店客及び一般市民の意識に関する調査結果を、従業員・警備員のあいさつ等に対する満足度とその他の満足度との関連 (3.1) 及び、万引き防止対策への意見や万引きに関する知識の経年変化 (3.2) に分けて、より詳しく述べる。 3.1(1) で用いるのは、主に各店舗の顧客満足度アンケート調査結果(資料  $2\sim3$  参照)、 3.1(2) 及び 3.2 で用いるのは、主にその予備調査として行われた一般市民に対する意識調査結果(資料  $4\sim5$  参照)である。

#### 3.1 「あいさつ」が店舗の総合的な満足度等に与える影響

#### (1) あいさつ満足度と店舗の総合的な満足度等の関連

「従業員のあいさつ」や「警備員のあいさつ」満足度を含む全満足度項目の関連をみるために、来店客へのアンケート調査結果のうち「総合的な満足度」を除く全満足度項目で因子分析を行った(最尤法、Promax回転)。用いたデータは個人データ(n=435)である。この調査はあいさつ強化前と強化中の2時点で実施したが、時点間で有意差がある項目はほぼなかったため、ここでは時点の違いは無視した。



※ 矢線上の値は因子負荷量。絶対値が大きいほど、その因子が観測変数に与える影響が大きい。 図 10 来店客への顧客満足度の因子分析結果 (n=435, 個人データ)

分析結果を図 10 に示す。図中の 3 つの因子は、各満足度(観測変数)の背後にある共通の因子であり、商品や店内の使い勝手・分かりやすさ等に対する影響が大きい【因子 1】、従業員に関する満足度全てへの影響が大きい【因子 2】、警備員に関する満足度全てへの影響が大きい【因子 3】である。なお、調査項目として用いた満足度項目のうち「来店時の利便性」と「店内の安全性について」は、どの共通因子の影響も小さかった(因子負荷量の値が小さかった)ため、最終的な分析から除外している。

表 5 は、各満足度の項目間の相関係数を示したものであり、項目の順序は因子分析の結果を参考にしている。いずれも、ある満足度が高くなれば他の満足度も高くなるという高い正の相関があるが、とくに同じ因子内では、相関は際立って高いという特徴があることがわかる。たとえば、「従業員」因子が大きく影響する満足度項目である「従業員のあいさつ」「従業員の身だしなみ」「従業員とのコミュニケーション」は互いに正の相関が非常に高い。これは、あいさつへの満足度が高ければ身だしなみ等への満足度も高い、あいさつへの満足度が低ければ身だしなみ等への満足度も低い、ということであり、来店客は、従業員の「あいさつ」だけでなく、「身だしなみ」や「コミュニケーション」等も同時に評価しているということができる。もちろん、「警備員」因子についても同じことがいえる。

また、「来店時の利便性」を除く全変数は、「店内の安全性について」及び「総合的な満足度」とも、同一因子内に次いで強い正の相関があるという点も特徴的である。これまでみてきた「従業員のあいさつ」及び「警備員のあいさつ」満足度と総合的な満足度との関係を切り出して図 11 と 12 に示す(図 11 では個人データを、図 12 では店舗ごとの平均点データを用いた)。これらの図からは、従業員や警備員のあいさつに満足し

= 1 店 内 の 高相関 = 0.7~1.0 表  $\sqcap \ ::$ = 0.4~0.7 示 従 員 商 店 മ 来 മ 総 業 그 二 低相関 = 0.2以下 分 員 の 安 の の の 品 身 の 備 時 全 的 か ケー LI 質 だ 員 の 陣 使 あ あ に 列 つ シ LI 方 価 な さ **※** 便 足 さ 法 回 商品の陳列方法 .31 .39 .30 .42 .51 .46 .31 【因子1】 店内の使い勝手 .66 .38 .35 .28 .29 .55 商品、使 店内表示の分かりやすさ 1.00 .63 .58 .39 .34 .37 .37 .29 .30 .24 .40 .48 い勝手等 品揃え .51 1.00 40 .41 .35 .28 .29 .28 .36 .53 .51 44 品質•価格 46 .50 1.00 .37 .37 .33 23 .34 .53 .39 .23 .24 従業員のあいさつ .31 .38 .37 .00 .37 .36 .24 .45 .53 .34 .40 .65 【因子2】 従業員の身だしなみ .37 .35 .37 .41 .37 .75 .00 .64 .34 .36 .22 .49 .51 従業員 従業員とのコミュニケーション .39 .41 .37 .35 .33 .65 .64 .47 .42 19 .56 .55 【因子3】 00.1 .39 警備員のあいさつ .30 .28 .29 .28 .23 .37 .34 .47 .68 .17 .51 警備員の巡回 .48 .46 警備員 .31 .29 .30 .29 .24 .36 .36 .42 .68 .22 その他 来店時の利便性 29 28 .19 .17 .00 .19 .32 .25 24 .23 .24 22 .22

表 5 来店客への顧客満足度調査項目の相関係数行列 (n=435, 個人データ)

40

.48

36

.53

.34

49

45

56

39

.51

48

46

19

.32

.00

.49

42

.41

.55

その他

総合

店内の安全について

総合的な満足度

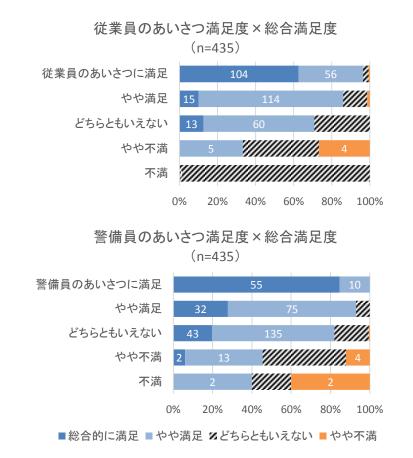


図 11 来店客の各あいさつ満足度と総合的な満足度との関連

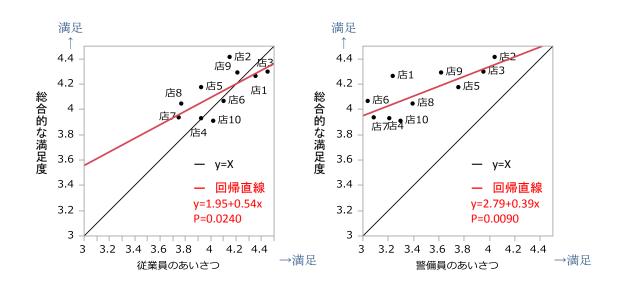


図 12 各店舗の各あいさつ満足度平均点と総合的な満足度平均点との関連

ている「人」は店舗の総合満足度が高い傾向にあり、また従業員や警備員のあいさつ満足度が高い「店舗」は総合満足度も高い傾向があるといえる。つまり、あいさつへの満足度は、他の項目と同様に、店内の安全性評価、及び店舗に対する総合的な満足度を高める効果があるということがいえよう。

なお、「店内の安全」満足度については、アンケート回答直後に、調査員(警視庁職員)がそのように評価した理由の聞き取りを行っている(時点はあいさつ強化前のみ)。 表 6 に、聞き取った全ての内容を設問毎に整理してカテゴライズし、回答数が多かった順に並べ替えた結果を示す。

表 6 からは、店内の安全性評価には、通路幅や避難のしやすさなどの他、「目配り・ 気配り」「警備員配置」という従業員、警備員が関連する理由があげられていた。また、 「万引き」「カメラ・ゲート」「不審者」「事件」といった防犯関係の理由もみられる。

表 6 「店内の安全」に対する満足度 評価の理由 (聞き取り調査結果)

分類名	回答数	聞き取った内容
通路幅	27	通路の幅、通路に荷物がない、出入り口の数
避難経路、防火扉の前に物を置かない	16	避難経路、防火扉の前に物を置かない
万引き	16	万引きの有無、万引きを見かけたことがある
カメラ・ゲート	10	防犯カメラ、防災ゲート
広さ・見通し	10	見通しのよさ、レイアウト、店内の広さ
目配り・気配り	10	従業員の目配り、気配り、従業員の数
警備員配置	8	警備員の配置
転倒事故	8	転倒事故
明るさ、きれいさ	7	店内の明るさ、きれいさ
陳列	6	商品の陳列
人の多さ	6	人の多さ、混雑時のレジの列
事件	6	事件の有無
不審者	6	不審者の有無
エスカレーター速度	5	エスカレーターの速度
火災地震対応	4	火災や地震の際の対応
食品の品質	2	食品の品質管理
子ども安全	2	子どもの安全
その他	2	店内放送,地下での買い物は不安

<sup>\*</sup> 数字は、回答者人数ではなく回答数。一人の回答が、複数の内容を含む場合もあるので、数字は回答者数より若干多くなっている。

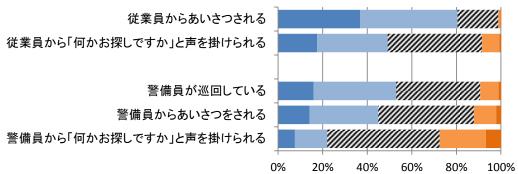
#### (2) 予備調査結果による検討

これまでみてきたように、顧客満足度アンケート調査の結果からは、従業員や警備員のあいさつが来店客に認識され、満足度が高まるほど、その店舗自体に対する総合満足度が高まるということができる。ただし、同調査は平日の日中にスーパーマーケットで行ったため、回答者は比較的高齢の女性が多いなど、個人属性に偏りが見られる。予備調査である一般市民に対する意識調査(1.1(2)及び資料  $4\sim5$  参照)はインターネット調査であり、対象者(n=1,000)は  $20\sim70$  歳代の男女を均等に割り付けている。ここでは、予備調査の結果から、顧客満足度調査の結果と同様のことがいえるかを検討する。

図 13 は、「あなたが、食料品などの日用品を買い物しているとき、以下のようなことがあったら(目にしたら)、その店舗をどう感じますか」という設問の回答である。

従業員からのあいさつをされたとしたら80%の人が、警備員からあいさつされたとしたら45%の人がその店舗を「良い店舗だと思う」側の回答をしており、「嫌な店舗だと思う」側の回答は非常に少ない(従業員:1%、警備員:12%)。従業員から「何かお探しですか」と声をかけられることに関しても、「良い店舗だと思う」側の回答が49%、「嫌な店舗だと思う」側は9%であった。警備員に同じように声をかけられた場合、「どちらともいえない」という回答が最多の50%となり、「良い店舗だと思う」側(22%)より「嫌な店舗だと思う」側(28%)が若干多くなるが、今回行った従業員と警備員のあいさつ強化の取組レベルの声かけであれば、性別年代を超えて、ほとんどの人に受け入れられると推測することができる。

# 従業員、警備員のあいさつ等に対する店舗の印象

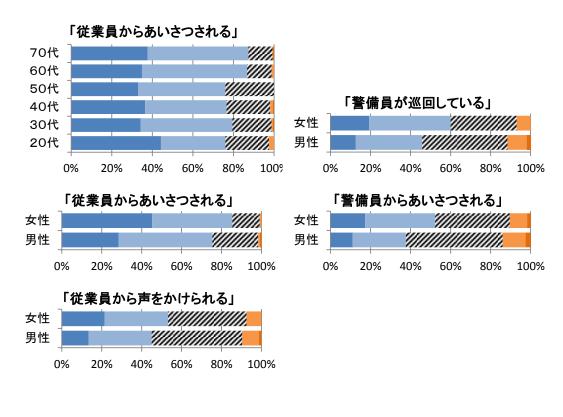


- ■良い店舗だと思う
- ■どちらかといえば良い店舗だと思う
- どちらともいえない
- ■どちらかといえば嫌な店舗だと思う
- ■嫌な店舗だと思う

図 13 従業員、警備員のあいさつ等に関する店舗の印象評価 (予備調査、n=1,000)

図 14 は、図 13 の設問のうち、性別、年代別の有意差があった項目である。「警備員からの声かけ」を除き、全ての項目で性別による差が、「従業員からのあいさつ」では年代による差がみられ、女性の方が男性より、また若年層より高齢者層の方が従業員や警備員の行動に好印象を持っているといえる。来店客の多くが女性であるスーパーなどでは、従業員及び警備員のあいさつ等が店舗の総合的な満足度を高めるのにとくに有効であるといえよう。

ただし、この差はそう大きくない。図 14 のとおり、男性も従業員・警備員のあいさつ等に対しては好印象を持っている。女性より「良い店舗だと思う」側の割合が減った分もっとも増えたのは「どちらともいえない」である。



■良い店舗だと思う

- ■どちらかといえば良い店舗だと思う
- ■どちらかといえば嫌な店舗だと思う
- ■嫌な店舗だと思う

図 14 従業員、警備員のあいさつ等に関する店舗の印象評価 (予備調査、n=1,000) 性年代別の結果 (有意差があった項目)

#### (1) 万引き防止対策に関する意識

図 15 は、予備調査である一般市民に対する意識調査における万引き防止対策に関する意見である。

もっとも万引き防止に効果的と考えられているのは「警備員の巡回」(「そう思う」側の回答 82%)、次いで「防犯カメラ・ミラー」及び「センサー・ゲート」(同 79%) である。 次いで高い割合なのが「従業員のあいさつ・声かけ」及び「警察官の巡回」(74%) であり、この割合は「防犯ボランティアの巡回」(65%)、「ポスター掲示」(48%)、「店内放送」(同 49%)、「店内表示」(同 47%) より有意に高かった。

「従業員のあいさつ・声かけ」は過去に行った調査でもずっと高い割合であり、あい さつ・声かけの万引き防止効果は広く認識されているといえる。

# 警備員の巡回 防犯カメラ、防犯ミラー 万引き防止センサー、ゲート 警察官の巡回 従業員によるお客様へのあいさつ・声掛け 防犯ボランティアの巡回 万引き防止の店内放送 万引き防止のポスターの掲示 万引き防止のための店内表示

#### 何が万引き防止に役立つと思うか

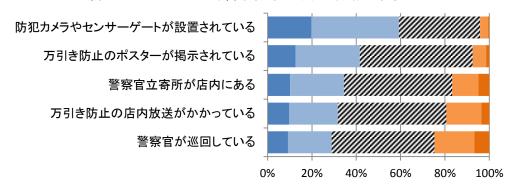
■そう思う ■ややそう思う 〃どちらともいえない ■あまりそう思わない ■そう思わない

図 15 万引き防止対策への意見(予備調査、n=1,000)

なお、図 15 では、「警備員の巡回」に並んで、誰もが万引き防止に役立つと思っているものに「防犯カメラ、防犯ミラー」「万引き防止センサー、ゲート」などがあることがわかる。しかし、これらが店内にあることで、不快に思う来店客がいる可能性も考えられる。

今回の調査では、図 13 で示した「あなたが、食料品などの日用品を買い物しているとき、以下のようなことがあったら(目にしたら)、その店舗をどう感じますか」という設問で、防犯カメラの設置などについても聞いた。結果は図 16 に示すとおりであり、防犯カメラ等は市民権を得ていると解釈できる。

#### 防犯カメラやポスター、警察官等に対する店舗の印象



- 良い店舗だと思う
- ■どちらかといえば良い店舗だと思う
- 2 どちらともいえない
- ■どちらかといえば嫌な店舗だと思う
- ■嫌な店舗だと思う

図 16 防犯対策実施店に対する印象評価(予備調査、n=1,000)

#### (2) 万引きに関する知識の経年変化

今回の予備調査は、過去に行った調査結果と比較できるよう、平成 26 年 10 月に行った万引に関する一般市民対象の意識調査を踏襲して行った。調査項目の一部、調査方法(インターネット調査)、調査対象者層(性年代均等割付。今回の予備調査は n=1,000、平成 26 年 10 月調査は n=500)は同じである。

可能な設問について両結果を比較したところ、もっとも変化がみられたのは万引に関する知識であった(図 17)。今回の予備調査は、平成 26 年調査に比べ、「検挙人数は少年より高齢者の方が多い」を知っている人は 55%から 74%へ、「懲役刑のほか 50 万円以下の罰金刑」では 47%から 63%へと大幅に増えた(3 件法。「知っている」「だいたいは知っている」の合計)。ただし、同じ知識を問う設問でも、「全件届け出」(62% $\rightarrow$ 60%)及び「古物買い取りルール」(46% $\rightarrow$ 46%)についてはまったく変化していない。

この結果からは、万引きに関する一般市民の理解は徐々に進んでいるといえる。

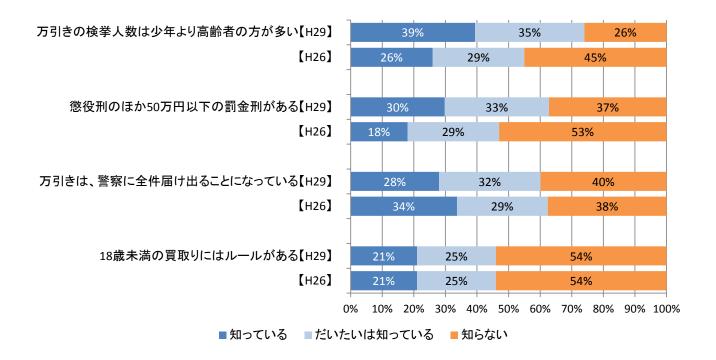


図 17 万引きに関する認知度の変化 予備調査と平成 26 年調査との比較 (H29: n=1,000, H26: n=500)

#### 4. おわりに

#### (1) 本研究の成果

本研究では、都内の総合スーパーマーケット 10 店舗において、従業員と警備員のあいさつを強化する期間を実験的に設けて、各店舗における「あいさつ・声かけ」効果について多角的に検討した。この結果、明らかになった点は以下のとおりである。

- ほとんどの店舗で「商品ロスの減少」「万引きの減少」という実感が得られた。
- どの店舗でも、売場に好変化があった(活気、明るい雰囲気、来店客からの問合せ増等)。また、職場環境の良化、コミュニケーションの向上、従業員の意識変化などの副次的効果が現れた。
- 全ての店舗が「あいさつは店舗に好影響を与える」と考え、「今後もあいさつ 強化を継続すべき」と回答した。
- 来店客に従業員・警備員のあいさつが非常に肯定的に捉えられていること、あいさつが店舗に対する来店客の総合満足度を高めることがわかった。今回の実験では顧客満足度の数値に有意差は現れなかったが、実験後もあいさつ強化を継続した店舗では顧客満足度の数値の上昇が確認されており、継続することで数値的にも効果が現れる可能性が示唆された。

これらの結果は、本研究の仮説を支持するものであるといえる。また、職場環境の良化、従業員間のコミュニケーションの向上や、警備員のあいさつが来店客に与える影響については当初想定していなかった効果であり、本研究における有意義な結果であるといえよう。

#### (2) 今後に向けて

ただし、これらの結果は全て店長・従業員及び来店客の主観によるものであり、商品ロスや万引き確保人数、売上額の数値には現れてこなかった。この要因には、実験前後に商品の棚卸しが実施されなかった、店舗の規模が非常に大きかった等の技術的な問題に加え、店舗及び個人による取組状況の差も考えられる。来店客へのあいさつは本来的にスーパー等の小売業で行うべき基本的な行動ではあるが、もともと声を出すことが苦手な人も少なからず存在する。アルバイト等、立場の違うさまざまな従業員が混在する現場において、全員に等しく徹底するのは店舗によっては困難だというのも否めない事実であり、通常体制における実験の限界でもあると考えられる。

今後は、本研究の成果を店舗関係者に伝え、「あいさつ・声かけ」の強化推進を薦めるとともに、今回得られた知見を活かして新たな調査研究を行い、「あいさつ・声かけ」の効果を客観的な数値においても検証することが望まれる。

# 万引きに関する調査研究報告書

~店舗におけるあいさつ、声かけの効果について~

# 参考資料

【店舗ヒアリ	ング調査	関連資料】					
資	料1:店舗	ヒアリング結果概要	更	•••••			. 資 1-1
【店舗の顧客	満足度アン <sup>・</sup>	ケート調査 関連資	資料】				
資	料2:店舗	の顧客満足度アンク	ケート調査	調査票	<del>-</del>		. 資 2-1
資	料3:店舗	の顧客満足度アンク	ケート調査	単純集	美計結果一覧		. 資 3-1
【一般市民に	対する意識	調査(予備調査)	関連資料】				
資	料4:一般	市民に対する意識詞	周査(予備詞	周査)	調查票		. 資 4-1
資	料 5 : 一般	市民に対する意識詞	周査(予備詞	周査)	単純集計結果-	- 覧	. 資 5-1

### 各店舗ヒアリング結果概要 1/12

結果	強化月間で行なった取組内容 1/3		
店舗	「日めくりカレンダー」の活用	「あいさつリーダー」の指定	
1		<ul> <li>日替わりで2名を指定。</li> <li>腕章の作成、着装。</li> <li>リーダーの指定を部門任せにしてしまい、中には話がうまく伝わっていないところもあった。</li> <li>リーダーはお客さんから声をかけられやすいようだった。</li> </ul>	
2	<ul><li>設置した。</li></ul>		
3	<ul> <li>タイムカード脇に設置。</li> <li>1日2回店長がインカムで日めくりカレンダーの内容を読みあげた。</li> <li>良かった。</li> </ul>	● 管理職を指定。	
4			
5	<ul><li>最初のみ活用した。</li><li>面倒くさい。</li></ul>		
6 7	● 11:00、16:00 に部門リーダーへ日めくりカレンダーで指示。	● 各部門のチーフを順番に指定。	
8	<ul><li>各部門に配布。</li><li>簡素化できる施策がいい。ひと手間かかるのでやらなくなってしまう。</li></ul>	<ul> <li>店長、副店長から今日のリーダー(全体リーダー、アルバイトリーダー)を指定。</li> <li>リーダーを決めるのが難しい。</li> <li>指定してもなかなか出来なかった。</li> </ul>	
9	<ul><li>各部門に配布。</li><li>部門チーフからパートナー、アルバイト へ指示伝達。</li></ul>	<ul><li>リーダーは決めた。[従]</li><li>ソーダーは頑張ったが、それ以外の人はあまりやらなかった。[従]</li></ul>	
10		<ul> <li>60 歳代の元気の良い副店長をリーダーに指定(部門長は8時間勤務のためリーダーに出来なかった)。</li> <li>リーダーが率先して声を出すと周囲の店員もつられて声を出していた。</li> </ul>	

### 各店舗ヒアリング結果概要 2/12

結果	強化月間で行なった取組内容 2/3		
店舗	なるべく売り場に出る	朝礼や放送などであいさつ強化を指示	
1	<ul><li>ピークタイムのあいさつ強化、12:00、16:00 に売場に出ることを指導。</li><li>16:00-18:00 の間、延べ30分、できれば1 時間、売場に出ることをルールにした。</li></ul>		
2	<ul> <li>バックヤードで行なっている作業をなるべく店頭で実施した。</li> <li>しっかり売場に出ていた。</li> <li>従業員が売場によく出るようになり活気が出た。</li> </ul>	<ul><li>昼礼、夕礼、全体朝礼で指示を徹底。</li><li>開店前に店内放送で指示。</li></ul>	
3	<ul><li>クリーンタイムは最大限売場に出てあいさつを実施した。</li><li>従業員が売場によく出るようになった。</li><li>店内の巡回頻度が増えた。</li></ul>	<ul><li>11:00、15:00 (クリーンタイム) 1日2回、 店長がインカムで日めくりカレンダーの内 容を読みあげた。</li></ul>	
4	● あいさつポイントを設置した(ポイントの足型 をバックヤードから売場へ)。	<ul><li>部門昼礼で指示をするように指示した。</li><li>どれくらい行っているかは確認せず。</li></ul>	
5	<ul><li>15 分間の販売促進、売場みんなで声を出した。</li><li>バックヤードで仕事をしている人を売場に出して声を出すようにした</li></ul>	● 朝礼、昼礼時にレジメインであいさつ運動を 実施するように指示。	
6	● 15 分間の販売促進、売場みんなで声を出した。		
7	<ul><li>移動の際なるべく中通路を通るようにした。</li><li>売場に出られる人が少ないので難しい。</li><li>とにかく人(従業員)がいない。</li></ul>		
8		<ul><li>朝礼時インカム、店内放送で指示。</li><li>夕礼時にアルバイトに対して面前で指導。</li></ul>	
9		<ul><li>声掛けを中心に「いらっしゃいませ」を励行するように指示。</li><li>昼礼で接客と防犯のためあいさつを励行するように店長自ら2回指示をした。</li></ul>	
10	● 売場に出た時間が多かった(管理職が売場に出ているので他の社員等も引っ張られて売場に出るため)。	<ul><li>朝礼(部門朝礼、全体朝礼)接客8大用語について指示。</li><li>各部門のチーフからパートナー、アルバイトへ指示伝達。</li></ul>	

### 各店舗ヒアリング結果概要 3/12

結果	強化月間で行なった取組内容 3/3		
店舗	その他	従来の活動との関連	
1		● 「売場で声を出す」という今までやったこと をさらに強化できるような取組をした。	
2	<ul><li>タイミングが重要、お客さんの多いときに各 自がタイミングを見てあいさつしている。 [従]</li></ul>	<ul><li>ずっとやってきていること。</li><li>今までのものを強化している。</li></ul>	
3			
4		<ul> <li>以前から継続してあいさつしている。強化期間だからといって特にやったことはない。</li> <li>[従]</li> <li>系列店の中でも、もともとあいさつが出来ていないので難しい。</li> </ul>	
5		<ul><li>もともとあいさつはしっかりしている店。</li><li>▶ 系列店全体の接客も丁寧。</li></ul>	
6	<ul><li>怪しい人には必ず声掛け、言葉のキャッチボール。</li></ul>	<ul><li>従業員の士気をあげるいい機会なので、ネジを巻きなおした。</li></ul>	
7			
8			
9	<ul><li>あいさつリーダーがスイングドア前であい さつした。[従]</li></ul>		
10			

### 各店舗ヒアリング結果概要 4/12

結果	取組に対する総合評価		
店舗	取組に対する手応え	大変さの評価	
1	● 2割増しで強化できた。		
	● 認知度は非常に高かった。[従]		
2			
3	● 飛躍的に変わったとは思わないが、意識は変	● 大変なことはなかった。[従]	
	わったと思う。		
4	● 以前が 0 であれば 20 くらいは強化できたの	● 大変なことはなし。	
	ではないかと思うが、まだまだだった。		
5	<ul><li>少しずつはできたのではないか。</li></ul>		
	<ul><li> ● 以前よりは少しあいさつが出来るようにな </li></ul>		
	ったかもしれない。全体的に良くできたので		
	はないか。		
6	● 手ごたえは大きい。	<ul><li>普段からやるべきことなので大変ではない。</li></ul>	
	<ul><li>最初はしぶしぶだったがよくなってきた。</li></ul>		
	<ul><li>     前よりかなり声が出るようになった。(昔か)</li></ul>		
	らあまり声が出ない店だったがよくなった)		
	● やまびこ運動みたいに出来たと思う。[従]		
$\mid 7 \mid$	● 手ごたえはなし。		
8	● こだま効果、普段あいさつしない人もするよ		
	うになった。		
	<ul><li></li></ul>		
9	<ul><li>● 手ごたえがあったというところまではいか</li></ul>		
	なかったかも。熱が入っていなかったかもし		
	れない。		
	● 目に見える成果がなかった。[従]		
10	● 負担感なく声かけを強化できた。	● 大変なことは特になし。あいさつは当たり前	
	● 2月に着任時に比べ良くなった、声が出るよ	のこと。	
	うになった。		
	● 声を出している人が増えている。[従]		

結果	取組に対するプラス評価 1/2		
店舗	取り組んでよかった (総合)	従業員の意識が向上した,従業員のコミュニケ ーションがよくなった	
1	<ul><li>今まであいさつの重要性を話してきたが、より考えるきっかけになった。</li><li>あいさつを続けることで売場を意識する人には大きな影響がある。</li></ul>	<ul><li>改めてあいさつの意識が高まる。</li><li>従業員が接客を意識して売場に出られる。</li><li>[従]</li><li>お客さんの様子を見る癖がついた。[従]</li></ul>	
2	<ul><li>よかった。より意識してあいさつすることができる。</li><li>あいさつを継続することは売場を意識する人には大きな影響がある。</li></ul>	<ul><li>より意識が向上した。</li><li>自分が消費者側(お客)の立場で考えて、あいさつできた。[従]</li></ul>	
3	<ul><li>やってよかった。</li><li>面倒くさかったのと良かったのは半々。[従]</li></ul>	● 今までよりあいさつを意識することで、お客 さんを意識するようになった。[従]	
4		<ul><li>あいさつの意識がなかったが、いいきっかけになった。</li></ul>	
5		<ul> <li>多少の意識改革はできた(声を出して接客するのも仕事)。</li> <li>声出しのきっかけになった。[従]</li> <li>従業員同士のあいさつが良くなった。[従]</li> </ul>	
6			
7			
8	<ul> <li>施策としてよかった。</li> <li>意識付けとしてよかった。意識している人は 出来ていた。</li> <li>これをきっかけにもっと声が出てきたらい い。[従]</li> </ul>	<ul> <li>反応と意識付けは出来るようになった。</li> <li>声が積極的に出るようになった。[従]</li> <li>すれ違いや、かごを片付けるときに声が出るようになった。[従]</li> <li>夜の人の方が声が出るようになってきたと思う。[従]</li> </ul>	
9	<ul><li>大きな手ごたえはないが意味がないとは思わない。</li><li>あいさつ自体が悪いことではないので良かった。</li></ul>		
10			

結果	取組に対するプラス評価 2/2		
店舗	売場の活気、雰囲気がよくなった	来店客とのコミュニケーションが生まれた、褒められた	
1	● お店全体が明るくなる。[従]	<ul><li>お客さんからあいさつが返ってくる。</li></ul>	
	<ul><li>売場イメージのアップになった。</li></ul>	● お客様から声をかけてもらえるようになった。[従]	
	[従]	<ul><li>リーダーは声をかけられやすいようだった。</li></ul>	
2	● 従業員が売場に良く出るようにな	<ul><li>特に年配の女性が世間話をしてくれることが増えた。</li></ul>	
	り活気がでた。	[従]	
	● 店全体に活気が出た。[従]	● 客から商品の案内などの問合せが増えた。[従]	
	● 活気が出てきた。[従]	● 客から他店の情報などの情報をリサーチできた。[従]	
	<ul><li>動が良く売れるイメージができた。</li></ul>	<ul><li>レジの人が丁寧と言われた(気遣い+α)。</li></ul>	
3		<ul><li>あいさつすることでお客さんからの問合せが増えた</li></ul>	
		(距離が近くなった)。[従]	
		● レジの接客がいいと言われた。[従]	
		<ul><li>● ビジネスチャンスになった。[従]</li></ul>	
4	● 売場が明るくなっていい。[従]	● あいさつをするとあいさつや笑顔が返ってくる。[従]	
		● お客さんから声をかけられるようになった。[従]	
		● 商品を探している人に声をかけると喜ばれる。[従]	
5	● 活気も少し出てきた。	<ul><li>お客さんから声をかけられるようになった。</li></ul>	
	● 店の雰囲気が少しずつだか明るく	● 作業に没頭しているよりも声を出しているほうが話	
	なった。	しかけ易い。	
		● マーケティングに活かせた。[従]	
6	● 店に活気が出た。	<ul><li>客とのコミュニケーションがとれるようになった。</li></ul>	
	● お店自体が盛り上がった。[従]	<ul><li>今日は天気はいいわねと声をかけられる。</li></ul>	
	● 活気が出た。[従]	● お客さんが声をかけ易くなったと思う(声をかけられ	
		るようになった)。[従]	
		● 本社へメールでレジの接客対応をほめられた。[従]	
		● 接客する機会が増えた。[従]	
7	● 店に活気が出た。特に客の多い時	<ul><li>よく気配りができているとレジの対応をほめられた。</li></ul>	
	間。		
8			
9	● 売場の活気が上がった。[従]	<ul><li>すれ違い時、あいさつをしてくれる人が多くなった。</li></ul>	
	● パートナーさんが活気づいた。[従]	[往]	
	● 活気があった。[従]	● 客とのコミュニケーションが増えた。[従]	
	● 店内の雰囲気が良くなった。[従]		
10	● 店の活気が良くなった。	● お客さんにいい意味で「うるさい」と言われた。[従]	
	● お店の活気が増えている。[従]		

### 各店舗ヒアリング結果概要 7/12

結果	取組に対するマイナス評価 1/2		
店舗	難しかった点(総合)	あいさつが苦手な人は難しい、また作業との兼 ね合いが難しい	
1		● 声出しがちょっとはずかしい。[従]	
2	<ul><li>難しかった。</li><li>ずっと言い続けなければならない。</li></ul>	<ul><li>やる人はいいがやらない人への指示が難しい。[従]</li><li>売場で作業中にあいさつするのは難しい。</li></ul>	
3		● 苦手な人への指導するのが難しい。	
4	<ul><li>なかなか末端まで定着するのは難しい。特に 夕方以降のアルバイト。</li></ul>		
5		<ul><li>あいさつが苦手なひとへの指導が難しい。</li><li>[従]</li><li>個人差が出るので難しい。[従]</li><li>声を出すことが苦手な人には厳しい。</li></ul>	
6		<ul><li>■ 声を出すことに抵抗がある人がいること。</li><li>[従]</li></ul>	
7	● とにかく人(従業員)がいないので難しい。	<ul><li>裏で作業している人が多くてあいさつできなかった。</li><li>売場に出られる人が少ないので難しい。</li></ul>	
8			
9	<ul><li>やっているかどうかチェックがしにくかった。</li><li>やり方が上手くいかなかった。</li></ul>	● あいさつが苦手な人への指導が難しい。[従]	
10		● 品出しをしている人は難しい。	

### 各店舗ヒアリング結果概要 8/12

結果	取組に対するマイナス評価 2/2	商品ロス、万引き、売上への影響 1/2
店舗	伝達・徹底が難しい,成果がわかりにくい	商品ロスが減った
1	● リーダーの指定を部門任せにしてしまい、中	<ul><li>大きな商品ロスが減った。</li></ul>
	には話がうまく伝わっていないところもあ	
	った。	
2	● 浸透させるのが難しい。[従]	● 大きな商品ロスが減った。
3	● 人の入れ替わりや出勤時間がまちまちで伝	● 大きな商品ロスが減った。
	え方が難しい。	
	● 効果がすぐにわからない。	
4	<ul><li>実際にあいさつをしてもらいたいのは、アル</li></ul>	● 大きな商品ロスが減った。
	バイト、パートなのでどういうアプローチを	
	していくのか、運動をやっていることを伝え	
	るのは難しい。	
5	<ul><li>パートへ伝えるのが難しい。</li></ul>	● 大きな商品ロスが減った。
6	● 根気よくやることが難しい。[従]	<ul><li>● 商品ロスが減った。</li></ul>
7		<ul><li>● 商品ロスが減ったと思うが、変化はわからな</li></ul>
		٧١°
8	<ul><li>● 呼びかけたけどアルバイトまでは浸透しな</li></ul>	● 商品ロスが減った。
	かった。	
9		● 商品ロスが減った。
10		<ul><li>● 商品のロスは減った気がする。</li></ul>

### 各店舗ヒアリング結果概要 9/12

結果	商品ロス、万引き、売上への影響 2/2		
店舗	万引きは減ったと思う、補足状況は変わらない	売上はよかったと思う	
1	● 万引き自体も減ったと思う。	● 今回売上はよかった	
	● パートナーさんの万引き防止に対する意識の向上		
	になったと思う。		
	● [万引き補足]保安員3回入店2回検挙。		
2	● 万引き自体も減ったと思う。	● 数字上では一概にはいえないが、雰囲	
	● [万引き補足]保安員4回入店1回検挙。	気作りでは手ごたえがあった。	
3	● 万引き自体も減ったと思う。		
	● [万引き補足]1件		
4	<ul><li> 更引きされたかどうかわからないけど減った気が</li></ul>	● 売上はあがった。	
	する。[従]		
	● [万引き補足] なし		
5	● [万引き補足]なし	● 5月の売上は良かった。	
		● 売上があがったような気がする。	
6	● 万引き防止に役立ったと思う。[従]	● なかなか数値には表れないと思う。	
	● 従業員の意識は高いので防いでいる部分も多いと		
	思う。		
	● [万引き補足]期間中のGメン検挙あり。以前か		
	らマークしている犯人を捕まえにいった。		
7	<ul><li>● 怪しい人間が来なくなった。</li></ul>		
	● [万引き補足] Gメンの捕捉はなし。		
8	<ul><li> ● 常習者に対する対応が良くなった。</li></ul>		
	● 声掛けで撃退できている。		
	<ul><li> ● 常習者を検挙するのは難しくなんともいえない。</li></ul>		
	● [万引き補足] Gメンの捕捉はなし。		
9	● 不審者が少なかった気がする。		
	<ul><li>万引きをやりづらい印象になったかもしれない。</li></ul>		
	● [万引き補足]Gメンの捕捉はなし。その後のC		
	S実施中に検挙。		
10	<ul><li></li></ul>	● 売上効果があるとはみこんでいない。	
	● 午前中の高齢者の万引きが減った。		
	● 声を出すと悪い奴は振り返る。[従]		
	● 計画的に万引きをしようとする人は減ったのでは		
	ないか。[従]		
	● [万引き補足] Gメンの捕捉はなし。		

### 各店舗ヒアリング結果概要 10/12

結果	今後の継続以降,	工夫や改善点 1/1
店舗	今後も続けるべき	今後の工夫・改善点等
1	● お店の活気が上がるのでやった方がいい。	● 会社の問題として、あいさつをよくやってい
	[従]	る人を表彰したり、時給があがるしくみをつ
2	<ul><li>続けるべきだ。[従]</li></ul>	<ul><li>くればいい。</li><li> 常時あいさつ強化運動をやることは大変だ</li></ul>
4	● 強化することに違和感はない。[従]	が、より意識させるには1ヶ月間続けるので
	3.112 / 3 - 2 · 12 1.1121111 3.11 () [1/4]	はなく、やる期間を1から2週間でくり返し
		続けた方が効果がある。
3	<ul><li>◆ やり続けていくことはいい。今後も続けてい</li></ul>	● 取組についてツールがあるとやり易い。
	く。日めくりカレンダーも続けます。	
	<ul><li>続けることはいいことだ。負担もあまりな</li></ul>	
4	い。[従]	
4	● 続けることはいいことだ。[従]	<ul><li>もう少し大きな声であいさつするべき。[従]</li><li>今のやり方を継続しながら次に何をするの</li></ul>
		かを考えなければいけない。
		<ul><li>◆ 土日の人が多い時はあいさつをしてほしい。</li></ul>
5	● 店の取組として続けていく。	
	● 続けていくべき。[従]	
6	<ul><li>数値はわからないが、効果はあると思うので</li></ul>	
	続けていきたい。	
	<ul><li>あいさつの励行は会社のテーマでもあるの</li></ul>	
	で続けていく。[従]	
7	<ul><li>今まで以上ということでなく、意識してやっ</li></ul>	
_	ていく。	
8	● 続けるのはいいこと。これからもリハビリ的	● 部門ごとにリーダーを決める。あいさつの質
	に意識を上げ続けたい。	をあげたり、よくやってる人をほめる。[従]
9	<ul><li>声をかけていくのはいいこと。[従]</li><li>やるにこしたことはない。小売業として必</li></ul>	<ul><li>続けること→当たり前→みんながリーダー。</li></ul>
J	要。ずっとやっていることを再強化すること	
	が大事。	● 忘れた頃にやることで従業員の意識が高ま
	<ul><li>続けたい。[従]</li></ul>	るのでは。
10	<ul><li>マイナスの要素はない。やめる理由はない。</li></ul>	
	● 当たり前のこと。[従]	

### 各店舗ヒアリング結果概要 11/12

結果	あいさつが店舗に与える影響 1/2		
店舗	商品ロスが減る、万引きしにくい環境になる	売場に活気が出て売上が上がる	
1			
2	<ul><li>ロスが減る。</li><li>売場にあいさつする従業員がいることによって万引きしにくい環境。[従]</li></ul>	<ul> <li>売場に活気が出る、売り上げが上がる。</li> <li>元気のある店の方がまた来店してくれやすい。[従]</li> <li>静かなお店よりうるさいお店のほうがいい。</li> <li>[従]</li> </ul>	
3	<ul><li>● 怪しい人は見つけることが出来ないが意識 するようになる。</li></ul>	● 売上があがるかどうかはわからない。	
4		● 売上があがる→来店客が増える。[従]	
5			
6		<ul><li>客が店員に聞きやすい環境→客数が増える</li><li>→購入品目も増える。[従]</li></ul>	
7		<ul><li>● 客数が増える。</li><li>● ただし、あいさつより、気配りの方が売上があがるかも。</li></ul>	
8		<ul><li>商業的には活気があがること。</li><li>お客さんの顔を覚えて声の接客。</li></ul>	
9		● 売上げの向上。[従]	
10	<ul><li> ● 万引きを少なくしたいので今回の成果は気になる(万引きが減るとロスが減る)。</li></ul>	● 店舗の活気がいい。[従]	

各店舗ヒアリング結果概要 12/12

結果	あいさつが店舗に	<b>二与える影響</b> 2/2
店舗	従業員同士のコミュニケーションがよくなり、 売場も職場も雰囲気が良くなる	従業員の意識向上、客商売の基本に立ち返る
1	<ul><li>● 職場環境の良化。[従]</li><li>● 従業員が明るくなる。[従]</li></ul>	<ul><li>見られている意識を持つことが大事。</li><li>お客さんの最初の反応がとれる。</li></ul>
		<ul><li>無反応な人へも何らかの影響が出る。</li><li>すごく大事。</li></ul>
2	<ul><li>● 声出ししている人は声をかけられやすい。</li><li>[従]</li></ul>	
3	<ul><li>雰囲気が明るくなる。</li><li>従業員同士のあいさつでコミュニケーションが良くなる。</li></ul>	
4	<ul> <li>声を出すことで気持ちがほぐれる(仕事を実施する環境)。</li> <li>コミュニケーションが良くなる(従業員同士、接客)。</li> </ul>	
5	<ul><li>接客の部分で店の雰囲気があがる。</li><li>客が店員に聞きやすい環境。[従]</li></ul>	
6		● 影響はいろいろな部分に大きく作用する。
7	● 雰囲気が良くなる。	
8	<ul><li>売場も職場も雰囲気が良くなる。[従]</li><li>声掛けをしやすくなる。[従]</li></ul>	<ul><li>あいさつの大切さをわからせるのにいい効果。</li></ul>
9		<ul><li>どれくらいのターンで強化するかは別としてあいさつは必要だと再確認した。</li></ul>
10	<ul><li>あいさつは従業員同士も含めてコミュニケーションツールとしていい。</li></ul>	

# 店舗の防犯に関する意識調査

東京万引き防止官民合同会議

### ■ ご協力のお願い

本調査は、店舗の防犯について、より効果的な施策を検討するために行います。皆様方のご理解·ご協力をお願いいたします。なお、本調査に関する個人情報につきましては、調査目的以外には使用せず個人に影響が及ぶことのないよう厳重に保護いたします。

## ■ お問合せ先(事務局)

警視庁生活安全総務課 生活安全対策第四係 電話 (03)3581-4321 (代表)

### 問 1 現在ご来店中の店舗について、お答えください(Oはそれぞれ一つ)

	満足	やや 満足	どちらとも いえない	やや 不満	不満
1) 来店時の利便性(交通、アクセス)	1	2	3	4	5
2) 品揃え	1	2	3	4	5
3) 品質・価格(コストパフォーマンス)	1	2	3	4	5
4) 店内の使い勝手(レイアウト)	1	2	3	4	5
5) 商品の陳列方法	1	2	3	4	5
6)店内表示の分かりやすさ	1	2	3	4	5
7) 従業員のあいさつ	1	2	3	4	5
8) 従業員の身だしなみ	1	2	3	4	5
9) 従業員とのコミュニケーション	1	2	3	4	5
10) 店内の安全について	1	2	3	4	5
11)警備員の巡回	1	2	3	4	5
12) 警備員のあいさつ	1	2	3	4	5
13) 総合的な満足度	1	2	3	4	5

## 問2 あなた自身について、教えてください。(Oはそれぞれ一つ)

1)性別	1. 男性 2. 女性
2) 年齢	1. 10代 2. 20代 3. 30代 4. 40代 5. 50代 6. 60代 7. 70代 8. 80代以上
3) 家族構成	1. 単身 2. 夫婦のみ 3. 親と未婚の子ども 4. 二世代 5. 三世代 6.その他
4)話の出来る 友人・知人	1. 11 人以上 2. 6-10 人程度 3. 4-5 人程度 4. 1-3 人程度 5. いない
5)店舗の 利用頻度	1. ほぼ毎日 2. 3日に1度程度 3. 週に1度程度 4. 月に1度程度 5. 3ヶ月に1度程度 6. 半年に1度程度 7. はじめて

## 店舗の顧客満足度アンケート調査 単純集計結果一覧

問1 現在こ米店中の店舗について、お答えくたさい	!在ご来店中の店舗について、お答えください	۸,
--------------------------	-----------------------	----

<u> 미  現性</u>	<u>_ 7</u>	<u> ドロサ</u>	<del>1</del> 07년	<u>i 舗l 〜</u>	<u> </u>	<u>く、の</u>	<u>合ん</u>
1)来店時 利便性(交 通、アクセ ス)	の ::	全体	満足している	やや満足している	ルビちらともいえない <sup>13</sup> 13	やや不満だ	不満だ
全体【前		222	148	50	13	9	2
全体【後		213	139	55	13	6	
│ 店舗1【前	前】	21	139 18 16 22 14 15 14 13 12 15 15	55 2 4 3 4 5 5		1	
<u>店舗1【1</u>	<b>乡</b> 】	21	16	4	1		
店舗2【前	前】	25	22	3			
店舗2【1	<b>多</b> 】	21	14	4	1	2	
店舗3【作店舗3【作店舗4【作店舗4【作店舗4【作店舗4【作店舗5【作店舗5【作店舗5【作店舗5【作店舗5【作店まま】	前】	22	15	4		2	
店舗3【1	<b>後</b> 】	22	14	5	3		
店舗4【前	前】	22	13	5	3	1	
店舗4【1 店舗4【1 店舗5【1 店舗6【1 店舗6【1 店舗6【1 店舗7【1 店舗7【1 店舗7【1	复】	21	12	6	3 3 1	1 2 1	
店舗5【前	前】	21	15	4	1	1	
店舗5【1	<b></b>	20	15	4		1	
店舗6【前	前】	25	14	8	1		2
店舗6【作	<b>乡</b> 】	22	16	8 5 4 4	1 1 3 4		
店舗7【1 店舗7【1	前】	23	13	4	3	3 1	
<u>店舗7【</u> 1	<b></b>	21	16 13 12 15 12 14	4	4	1	
店舗8【1 店舗8【1	前】	21	15	6 8 7			
店舗8【1	<b>多】</b>	22	12	8	2		
┃ 店舗9【育	前】	21	14	7			
店舗9【1	<b></b> 後 】	21	12	9			
店舗10【i 店舗10【i	<u>前】</u> 後】	222 213 21 25 21 22 22 21 21 20 25 22 23 21 21 21 22 21 21 22 22 22 22 22 21 21	12 9 16	9 7 6	4	1	
店舗10【1	<b></b> 後 】	22	16	6			
		夕			تز		

		ゃ	どち		
	満足し	や満足してい	どちらともいえない	やや	不
	してい	ũ	もし	や不満	満 だ
		て	え	声だ	1-
	る	いる	ない	į	
	67%	23%	6%	4%	1%
213	65%	26%	6%	3%	
	86%	10%		5%	
	76%	19%	5%		
	88%	12%			
	67%	19%	5%	10%	
	68%	18%	5%	9%	
	64%	23%	14%		
	59%	23%	14%	5%	
	57%	29%	5%	10%	
	71%	19%	5%	5%	
	75%	20%		5%	
	56%	32%	4%		8%
	73%	23%	5%		
	57%	17%	13%	13%	
	57%	19%	19%	5%	
	71%	29%			
	55%	36%	9%		
	67%	33%			
	57%	43%			
	43%	33%	19%	5%	
	73%	27%			

2)品揃え	全体	満足している	やや満足している	どちらともいえない <sup>20</sup> 26 2 1	やや不満だ	不満だ
全体【前】	222	120	80	20	2 4	
全体【後】	213	85	98	26	4	
店舗1【前】	21	13	6	2		
店舗1【後】	21	10	9	1	1	
店舗2【前】	25	20	5			
店舗2【後】	21	7	9 5 12 6	2 1		
店舗3【前】	22	85 13 10 20 7 15 9 12 8	6			
店舗3【後】	22	9	9 9 10	4		
店舗4【前】	22	12	9		1	
店舗4【後】	21	8	10	3		
店舗5【前】	21	12	6	2	1	
店舗5【後】	20	8	6 8 11 12 11	3	1	
店舗6【前】	25	11	11	3		
店舗6【後】	22	/	12	3		
店舗7【前】	23	10	11	2		
占舗/【俊】	21	9	8 9	3 3 3 2 3 4	1	
店舗8【制】	21	7 10 9 8 7	9	4	4	
	22	11	9	5 3 1	1	
店舗9【前】 店舗9【後】	21	11	10	ئ 1		
	222 213 21 25 21 22 22 21 21 20 25 22 21 21 21 22 21 21 22 21 21 22 22 23 21 21 22 22 22 22 23 21 21 22 22 22 22 22 22 22 22 22 22 22	10	9 7 10 10			
店舗10【前】 店舗10【後】	22	10	11	3		
泊砽 Ⅳ [仮]		10	- 11			

満足している	やや満足している	どちらともいえない	やや不満だ	不満だ
54%	36%	9%	1%	
40%	46%	12%	2%	
62%	29%	10%		
48%	43%	5%	5%	
80%	20%			
33%	57%	10%		
68%	27%	5%		
41%	41%	18%		
55%	41%		5%	
38%	48%	14%		
57%	29%	10%	5%	
40%	40%	15%	5%	
44%	44%	12%		
32%	55%	14%		
43%	48%	9%		
43%	38%	14%	5%	
38%	43%	19%		
32%	41%	23%	5%	
52%	33%	14%		
48%	48%	5%		
38%	48%	14%		
45%	50%	5%		

3)品質・価 格(コストパ フォーマン ス)	全体	満足している	やや満足している	どちらともいえない	やや不満だ	不満だ
全体【前】	222	62	109	44	7	
全体【後】	213	62 54	105	47	7	
店舗1【前】	21	8	105 11	47 2 3 2 6 3 5		
店舗1【前】 店舗1【後】	21	8	10	3		
店舗2【前】	25	8 8 4	15	2		
Ⅰ 店舗2【後】	21	4	11 10 7	6		
店舗3【前】	22	9	10	3		
店舗3【後】	22	10	7	5		
占舗4【削】	22	10 5 2 6 5 9	8 13 10	7	2	
店舗4【後】	21	2	13	4	2	
Ⅰ 店舗5【前】	21	6	10	5		
店舗5【後】	20	5	12	2	1	
店舗6【前】	25	9	12	3	1	
店舗6【前】 店舗6【後】	22	4	13	3	2	
店舗7【前】	23	6 8 4 4 4	12 13 12 7 10 8	5 2 3 5 6		
店舗7【後】	21	8	7	6		
店舗8【前】 店舗8【後】	21	4	10	5	2	
店舗8【前】	22	4	8	9	1	
Ⅰ 店舗9【前】	21	4	11	5	1	
店舗9【後】	222 213 21 25 21 22 22 21 21 20 25 22 21 21 21 22 21 21 22 21 21 22 22 22	4	13 10 11	5 9 5 3	1	
店舗10【前】 店舗10【後】	21	3 5	10	7	1	
店舗10【後】	22	5	11	6		

満足している	やや満足している	どちらともいえない	やや不満だ	不満だ
28%	49%	20%	3%	
25%	49%	22%	3%	
38%	52%	10%		
38%	48%	14%		
32%	60%	8%		
19%	52%	29%		
41%	45%	14%		
45%	32%	23%		
23%	36%	32%	9%	
10%	62%	19%	10%	
29%	48%	24%		
25%	60%	10%	5%	
36%	48%	12%	4%	
18%	59%	14%	9%	
26%	52%	22%		
38%	33%	29%		
19%	48%	24%	10%	
18%	36%	41%	5%	
19%	52%	24%	5%	
19%	62%	14%	5%	
14%	48%	33%	5%	
23%	50%	27%		

4)店内の使 い勝手(レイ アウト)	全体	満足している	やや満足している	どちらともいえない40	やや不満だ	不満だ
全体【前】	222	90	85	40	6	1
全体【後】	213	67 12 10 16	99	40	5	2
店舗1【前】	21	12	6 7 7	3 3 2 4 3 8 5 3 2 2 2 5 3		
店舗1【後】	21	10	7	3		1
店舗2【前】	25	16	7	2		
	21	9	8 7	4		
店舗3【前】	22	11		3	1	
店舗3【後】	22	5	9 10 11	8		
店舗4【前】	22	6	10	5	1	
店舗4【後】	21	6		3	1	
店舗5【前】 店舗5【後】	21	6	11	2	2	
店舗5【後】	20	5	13 6 11	2		
店舗6【前】	25	14	6	5		
店舗6【後】	22	4	11	3	3	1
店舗7【前】 店舗7【後】 店舗8【前】	23	5 7	14			
店舗7【後】	21		11	3		
店舗8【前】	21	7	8	5	1	
店舗8【後】	22	7	11	3 5 4 7		
店舗9【前】	222 213 21 25 21 22 22 21 21 20 25 22 23 21 21 22 21 21 22 21 21 22 22 22 23 21 21 22 22 22 22 22 22 21 21 21 21 21	7	7			
店舗9【後】	21	8	10	2 4 8	1	4
店舗10【前】 店舗10【後】	21	6	9	4	1	1
店舗10【後】	22	6	8	8		

満足している	やや満足している	どちらともいえない	やや不満だ	不満だ
41%	38%	18%	3%	0.5%
31%	46%	19%	2%	1%
57%	29%	14%		
48%	33%	14%		5%
64%	28%	8%		
43%	38%	19%		
50%	32%	14%	5%	
23%	41%	36%		
27%	45%	23%	5%	
29%	52%	14%	5%	
29%	52%	10%	10%	
25%	65%	10%		
56%	24%	20%		
18%	50%	14%	14%	5%
22%	61%	17%		
33%	52%	14%		
33%	38%	24%	5%	
32%	50%	18%		
33%	33%	33%		
38%	48%	10%	5%	
29%	43%	19%	5%	5%
27%	36%	36%		

5)商品の陳 列方法	全体	満足している	やや満足している	どちらともいえない45	やや不満だ	不満だ
全体【前】	222	87	87	45	3	
全体【後】	213	60	98	49	5	1
店舗1【前】	21	60 11	98 8	49 2 3 2 3 6		
店舗1【後】	21	9	9	3		
店舗2【前】	25	14	9 9 11	2		
店舗2【後】	21	6	11	3	1	
店舗3【前】	22	12 6	7	3		
店舗3【後】	22	6	10	6		
Ⅰ 店舗4【前】	22	10	4	7	1	
店舗4【後】	21	6	8	6	1	
店舗5【前】	21	8	9	4		
店舗5【後】	20	3	14	3		
店舗6【前】	25	8	9 14 11	5	1	
店舗6【前】 店舗6【後】	22	8 3 8 7	7	3 5 5 4	2	1
店舗7【前】	23	5 6	14	4		
店舗7【後】	21	6	9	6		
店舗8【前】	21	8	10 12 7	3		
店舗8【後】	22	6	12	4		
店舗9【前】	21	5	7	9		
店舗9【後】	21	6	9	6		
Ⅰ店舗10【前】	21	8 6 5 6	8	6 7	1	
店舗10【後】	222 213 21 21 25 21 22 22 21 21 20 25 22 23 21 21 21 22 21 21 22 22 23 21 21 21 21 21 21 21 21 21 21 21 21 21	5	9	7	1	

満足している	やや満足している	どちらともいえない	やや不満だ	不満だ
39%	39%	20%	1%	0.50
28%	46%	23%	2%	0.5%
52%	38%	10%		
43%	43%	14%		
56%	36%	8%		
29%	52%	14%	5%	
55%	32%	14%		
27%	45%	27%		
45%	18%	32%	5%	
29%	38%	29%	5%	
38%	43%	19%		
15%	70%	15%		
32%	44%	20%	4%	
32%	32%	23%	9%	5%
22%	61%	17%		
29%	43%	29%		
38%	48%	14%		
27%	55%	18%		
24%	33%	43%		
29%	43%	29%		
29%	38%	29%	5%	
23%	41%	32%	5%	

6)店内表示 の分かりや すさ	全体	満足している	やや満足している	どちらともいえない38	やや不満だ	不満だ
全体【前】	222	83	92	38	9	
全体【後】	213	67	96	43 2 2 5	5	2
店舗1【前】	21	10	9	2		
店舗1【後】	21	10	8 7	2	1	
店舗2【前】	25	13 6		5		
店舗2【後】	21	6	11 10	3		
店舗2【前】 店舗2【後】 店舗3【前】 店舗3【後】	22	8	10	3	1	
店舗3【後】	22	6	11	4	1	
店舗4【前】	22	7	9	4	2	
店舗4【後】	21	6	13	2		
店舗5【前】 店舗5【後】 店舗6【前】	21	8	9	2 5	2 1	
店舗5【後】	20	6	8			
店舗6【前】	25	12	6	6	1	
店舗6【後】	22	12	9	7		2
店舗7【前】	23	7	12	4		
店舗7【後】	21	6	9	4	2	
店舗8【前】	21	8	9	2	2	
店舗7【前】 店舗7【後】 店舗8【前】 店舗8【後】 店舗9【前】	22	9	7	6		
店舗9【前】	222 213 21 25 21 22 22 21 21 20 25 22 23 21 21 22 21 21 22 22 22 23 21 21 22 22 22 22 22 22 22 22 22 22 22	6	11	4		
店舗9【後】 店舗10【前】 店舗10【後】	21	8	8	5		
店舗10【前】	21	4	10	6	1	
店舗10【後】	22	6	12	4		

満足している	やや満足している	どちらともいえない	やや不満だ	不満だ
37%	41%	17%	4%	
31%	45%	20%	2%	1%
48%	43%	10%		
48%	38%	10%	5%	
52%	28%	20%		
29%	52%	19%		
36%	45%	14%	5%	
27%	50%	18%	5%	
32%	41%	18%	9%	
29%	62%	10%		
38%	43%	10%	10%	
30%	40%	25%	5%	
48%	24%	24%	4%	
18%	41%	32%		9%
30%	52%	17%		
29%	43%	19%	10%	
38%	43%	10%	10%	
41%	32%	27%		
29%	52%	19%		
38%	38%	24%		
19%	48%	29%	5%	
27%	55%	18%		

7)従業員の あいさつ	全体	満足している	やや満足している	どちらともいえない <sup>53</sup> 50 4 4	やや不満だ	不満だ
全体【前】	222	87	72	53	9	1
全体【後】	213	79	78	50	6	
店舗1【前】	21	79 11	72 78 6	4		
店舗1【後】	21	12	5	4		
店舗2【前】	25	12	5 9 10	4	1	
店舗2【後】	21	7	10	3	1	
店舗3【前】	22	7 13 13 7	8	1		
店舗3【後】	22	13	4	5		
店舗4【前】	22	7	8 4 7	7	1	
店舗4【後】	21	6	9	5	1	
Ⅰ 店舗5【前】	21	8 7 7	9 3 7 13 8	3 1 5 7 5 8 6 4 5 8 6	2	
店舗5【後】	20	7	7	6		
店舗6【前】 店舗6【後】	25		13	4	1	
店舗6【後】	22	9 7	8	5		
店舗7【前】	23	7	6	8	2	
店舗7【後】	21	4	9	6	2 2 1	
店舗8【前】 店舗8【後】	21	6	3	11	1	
	22	6 5 10	9 3 10	6 1	1	
店舗9【前】	222 213 21 25 21 22 22 21 21 20 25 22 21 21 21 21 22 21 21 22 21 21 22 22	10	10			
店舗9【後】	21	8	6	6	1	
店舗10【前】 店舗10【後】	21	7	7	5 4	1	1
店舗10【後】	22	8	10	4		
_						

満足している	やや満足している	どちらともいえない	やや不満だ	不満だ
39%	32%	24%	4%	0.5%
37%	37%	23%	3%	
52%	29%	19%		
57%	24%	19%		
44%	36%	16%	4%	
33%	48%	14%	5%	
59%	36%	5%		
59%	18%	23%		
32%	32%	32%	5%	
29%	43%	24%	5%	
38%	14%	38%	10%	
35%	35%	30%		
28%	52%	16%	4%	
41%	36%	23%		
30%	26%	35%	9%	
19%	43%	29%	10%	
29%	14%	52%	5%	
23%	45%	27%	5%	
48%	48%	5%		
38%	29%	29%	5%	
33%	33%	24%	5%	5%
36%	45%	18%		

8)従業員の 身だしなみ	全体	満足している	やや満足している	どちらともいえない38	やや不満だ	不満だ
全体【前】	222	99	82	38	3	
全体【後】	222 213 21 25 21 22 22 21 21 20 25 22 23 21 21 21 22 21 21 22 22 22 23 21 21 22 22 22 22 22 22 22 22 22 22 22	79 12 14 12 8 13 10	92 6	42 3 3		
店舗1【前】	21	12	6	3		
店舗1【後】	21	14	4	3		
店舗2【前】	25	12	11	1	1	
店舗2【前】 店舗2【後】 店舗3【前】	21	8	11	2 1		
店舗3【前】	22	13	8	1		
Ⅰ 店舗3【後】	22	10	8 7	4		
Ⅰ 店舗4【削】	22	9		5	1	
店舗4【後】	21	6	9 5 10 12 10 7	4 5 6 7		
店舗5【前】 店舗5【後】	21	8	5		1	
店舗5【後】	20	6	10	4		
店舗6【前】	25	9	12	4		
店舗6【後】	22	7	10	5 6		
店舗7【前】	23	10	/	6		
店舗7【後】	21	4	10	7		
店舗8【前】	21	9	9	3 4		
店舗8【後】	22	6	12	4		
店舗9【前】	21	11	8 7	2 4		
店舗9【後】	21	10		4		
店舗10【前】	21	6	9	6 3		
店舗10【後】	22	8	11	3		

満足している	やや満足している	どちらともいえない	やや不満だ	不満だ
45%	37%	17%	1%	
37%	43%	20%		
57%	29%	14%		
67%	19%	14%		
48%	44%	4%	4%	
38%	52%	10%		
59%	36%	5%		
45%	36%	18%		
41%	32%	23%	5%	
29%	43%	29%		
38%	24%	33%	5%	
30%	50%	20%		
36%	48%	16%		
32%	45%	23%		
43%	30%	26%		
19%	48%	33%		
43%	43%	14%		
27%	55%	18%		
52%	38%	10%		
48%	33%	19%		
29%	43%	29%		
36%	50%	14%		

9)従業員と のコミュニ ケーション	全体	満足している	やや満足している	どちらともいえない <u>74</u> 737	やや不満だ	不満だ
全体【前】	222	71	63	74	14	
全体【後】	213	60	75	73	4	1
	21	60 5 7	75 9 7 5 10 7 2 9 5 6	7		
店舗1【前】 店舗1【後】	21	7	7	7		
店舗2【前】	25	10	7	7	1	
店舗2【後】	21	9	5	7		
店舗3【前】	22	11	10	1		
店舗3【後】	22	8	7	6	1	
店舗4【前】	22	9	2	10	1	
店舗4【後】	21	2	9	9	1	
店舗5【前】	21	8	5	9 5 8 7	3	
店舗5【後】	20	6	6	8		
店舗6【前】	25	10	7		1	
店舗6【後】	22	8	4	9		1
店舗5【前】 店舗6【前】 店舗6【前】 店舗6【後】 店舗7【前】 店舗7【前】 店舗7【後】 店舗7【後】	23	3	5 10 3 13	9 13 8 9 7	2 1	
店舗7【後】	21	2	10	8		
店舗8【前】	21	8	3	9	1	
	22	2	13			
店舗9【前】	21	5	7	8	1	
店舗9【後】	222 213 21 25 21 22 22 21 21 20 25 22 21 21 21 22 21 21 22 21 21 22 22 23 21 21 22 22 22 22 23 21 21 21 21 21 21 21 21 21 21 21 21 21	9 2 8 6 10 8 2 8 2 5 9	4	8		
店舗10【前】 店舗10【後】	21	2	8 10	7	4	
店舗10【後】	22	7	10	4	1	

満足している	やや満足している	どちらともいえない	やや不満だ	不満だ
32%	28%	33%	6%	
28%	35%	34%	2%	0.5%
24%	43%	33%		
33%	33%	33%		
40%	28%	28%	4%	
43%	24%	33%		
50%	45%	5%		
36%	32%	27%	5%	
41%	9%	45%	5%	
10%	43%	43%	5%	
38%	24%	24%	14%	
30%	30%	40%		
40%	28%	28%	4%	
36%	18%	41%		5%
13%	22%	57%	9%	
10%	48%	38%	5%	
38%	14%	43%	5%	
9%	59%	32%		
24%	33%	38%	5%	
43%	19%	38%		
10%	38%	33%	19%	
32%	45%	18%	5%	

10)店内の安 全について	全体	満足している	やや満足している	どちらともいえない	やや不満だ	不満だ
全体【前】	222	75	69	68	5	5 1
全体【後】	213	62 10	82	64	4	1
店舗1【前】	21	10	5	4 5	2	
店舗1【後】	21	10	6	5		
店舗2【前】	25	12	6	6	1	
店舗2【後】	21	12 8 11	12 10	1		
店舗2【前】 店舗2【後】 店舗3【前】 店舗3【後】	22	11	10	1		
店舗3【後】	22	7	11	3 9	1	
店舗4【前】	22	4	8			1
店舗4【後】	21	6 7	6	9		
店舗5【前】	21	7	5	8	1	
店舗5【後】	20	4	7	9		
店舗6【削】	25	11	3 7	11		
店舗6【後】	22	5 4		9		1
店舗7【前】 店舗7【後】 店舗8【前】	23	4	9	8	1	1
店舗7【後】	21	3 8	11	7		
店舗8【前】	21	8	6	7		
店舗8【後】	22	<u> </u>	8	8	1	
店舗9【前】	222 213 21 25 21 22 22 21 21 20 25 22 23 21 21 22 21 21 22 22 22 23 21 21 22 22 22 22 22 22 22 22 22 22 22	5 5 9 3	10	6		
店舗9【後】 店舗10【前】 店舗10【後】	21	9	6 7	4	2	
店舗10【前】	21	3		8		3
店舗10【後】	22	5	8	9		

満足している	やや満足している	どちらともいえない	やや不満だ	不満だ
34%	31%	31%	2%	2%
29%	38%	30%	2%	0.5%
48%	24%	19%	10%	
48%	29%	24%		
48%	24%	24%	4%	
38%	57%	5%		
50%	45%	5%		
32%	50%	14%	5%	
18%	36%	41%		5%
29%	29%	43%		
33%	24%	38%	5%	
20%	35%	45%		
44%	12%	44%		
23%	32%	41%		5%
17%	39%	35%	4%	4%
14%	52%	33%		
38%	29%	33%		
23%	36%	36%	5%	
24%	48%	29%		
43%	29%	19%	10%	
14%	33%	38%		14%
23%	36%	41%		

11)警備員の 巡回	全体	満足している	やや満足している	どちらともいえない 117 130 16 11	やや不満だ	不満だ
			る	(1)		
全体【前】	222	32	49	117	19	5
全体【後】	222 213 21 25 21 22 22 21 21 20 25 22 21 21 21 22 21 21 22 21 21 22 22 22	26 1	45	130	10	2
店舗1【前】	21	1	45 3 2 7 9 5 4	17		
Ⅰ 店舗1【後】	21	1	2	16	2	
店舗2【前】	25	6 5 7 1	7	11	2 1	
店舗2【後】	21	5	9	6	1	
店舗3【前】	22	7	5	10 16 14		
店舗3【前】 店舗3【後】	22	1	4	16	1	
Ⅰ 店舗4【前】	22	1	1	14	5 1	1
店舗4【後】	21	<u>2</u>	2 7 7 5 6 6 3	16		
店舗5【前】 店舗5【後】	21	6	7	7	1	
店舗5【後】	20	4	7	8 11 14	1	
店舗6【前】	25	4	5	11	3	1
店舗6【後】 店舗7【前】	22	1	6	14		1
店舗7【前】	23	1 2 1	6	9	5 1 1	1
店舗7【後】	21	_1	3	15	1	1
店舗8【前】	21	3	1	16		
店舗8【後】	22	3 3	2	15	2	
店舗9【前】	21	1	2 7 6 7	15 16 15 12 12	1	
店舗9【後】	21	3 1	6	12		
店舗10【前】 店舗10【後】	21	-1		10	2 1	1
店舗10【後】	22	5	4	12	1	

満足している	やや満足している	どちらともいえない	やや不満だ	不満だ
14%	22%	53%	9%	2%
12%	21%	61%	5%	1%
5%	14%	81%		
5%	10%	76%	10%	
24%	28%	44%	4%	
24%	43%	29%	5%	
32%	23%	45%		
5%	18%	73%	5%	
5%	5%	64%	23%	5%
10%	10%	76%	5%	
29%	33%	33%	5%	
20%	35%	40%	5%	
16%	20%	44%	12%	8%
5%	27%	64%		5%
9%	26%	39%	22%	4%
5%	14%	71%	5%	5%
14%	5%	76%	5%	
14%	9%	68%	9%	
5%	33%	57%	5%	
14%	29%	57%		
5%	33%	48%	10%	5%
23%	18%	55%	5%	

12)警備員のあいさつ	全体	満足している	やや満足している	どちらともいえない <mark>8</mark>	やや不満だ	不満だ
全体【前】	222	33	58	108	19	4
全体【後】	222 213 21 25 21 22 22 21 21 20 25 22 23 21 21 21 22 21 21 22 22 22 23 21 21 21 22 22 22 22 22 21 21 21 21 21	32	57	109	14	1
店舗1【前】	21	2 1 7	5 2 12	13	1	
店舗1【後】	21	_1	2	16	2 1	
店舗2【前】	25		12	5	1	
店舗2【前】 店舗2【後】 店舗3【前】 店舗3【後】	21	7	9 7	16 5 5 8		
店舗3【前】	22	<u> </u>	7	8		
店舗3【後】	22	5 1	11	6		
店舗4【前】	22	1	11 3 4	15 14	3	
店舗4【後】	21	2 6	4	14	1	
店舗5【前】 店舗5【後】 店舗6【前】	21	6	7	7		1
店舗5【後】	20	5 4	/	5	3 4	
店舗6【前】	25	4	3	12	4	<u>2</u>
店舗6【後】	22	1	7 3 2 6	5 12 15 12 15 15 14	3 5 2	1
店舗7【前】	23			12	5	
店舗7【前】 店舗7【後】 店舗8【前】 店舗8【後】	21	1	3	15	2	
店舗8【前】	21	4 1	2 8	14	1	
店舗8【後】	22	H		11	2 1	
店舗9【前】	21	1	8	11	1	
店舗9【後】	21	6	5	10 11		
店舗10【前】 店舗10【後】	21	1	5	11	3 1	1
│店舗10【後】	22	3	6	12		

満足している	やや満足している	どちらともいえない	やや不満だ	不満だ
15%	26%	49%	9%	2%
15%	27%	51%	7%	0.5%
10%	24%	62%	5%	
5%	10%	76%	10%	
28%	48%	20%	4%	
33%	43%	24%		
32%	32%	36%		
23%	50%	27%		
5%	14%	68%	14%	
10%	19%	67%	5%	
29%	33%	33%		5%
25%	35%	25%	15%	
16%	12%	48%	16%	8%
5%	9%	68%	14%	5%
	26%	52%	22%	
5%	14%	71%	10%	
19%	10%	67%	5%	
5%	36%	50%	9%	
5%	38%	52%	5%	
29%	24%	48%		
5%	24%	52%	14%	5%
14%	27%	55%	5%	

13)総合的な 満足度	全体	満足している	やや満足している	どちらともいえない33	やや不満だ	不満だ
全体【前】	222	74	112	33	3	
全体【後】	213	58	123	28	4	
店舗1【前】	21	58 7 7 15 7	123 13 12 8 13 10 11 13 6 12	33 28 1		
│ 店舗1【後】	21	7	12	2 1 1 3 7		
店舗2【前】	25	15	8	2		
店舗2【後】	21	7	13	1		
店舗3【前】	22	8	13	1		
│ 店舗3【後】	22	9	10	3		
店舗4【前】	22	4	11	7		
店舗4【後】	21	4	13	4		
店舗5【前】	21	11	6	3	1	
店舗5【後】	20	5 7	12	2	1	
店舗6【前】	25	7	16	2		
店舗6【後】	22	6	10	4	<u>2</u>	
店舗7【前】	23	6	11 12 11	5		
店舗7【後】	21	4	12	4	1	
店舗8【前】	21	6	11	4		
店舗8【後】	22	5	12	5		
店舗9【前】	21	8	12 11 11	2		
店舗9【後】	21	8	11	2		
店舗10【前】	222 213 21 25 21 22 22 21 21 20 25 22 23 21 21 21 22 21 21 22 22 23 21 21 22 22 22 22 22 21 21 21 21 21 21	8 2 3	12 18	3 2 2 4 5 4 4 5 2 2 6	1	
店舗10【後】	22	3	18	1		

満足している	やや満足している	どちらともいえない	やや不満だ	不満だ
33%	50%	15%	1%	
27%	58%	13%	2%	
33%	62%	5%		
33%	57%	10%		
60%	32%	8%		
33%	62%	5%		
36%	59%	5%		
41%	45%	14%		
18%	50%	32%		
19%	62%	19%		
52%	29%	14%	5%	
25%	60%	10%	5%	
28%	64%	8%		
27%	45%	18%	9%	
26%	48%	22%	4%	
19%	57%	19%	5%	
29%	52%	19%		
23%	55%	23%		
38%	52%	10%		
38%	52%	10%		
10%	57%	29%	5%	
14%	82%	5%		

同と のはに日身についし、叙えしくにさい	問2	あなた自身について、	教えてください。
----------------------	----	------------	----------

177 07 07 0 1			~ ` '	 ,,,,	• 0
1)性別	全体	男性	女性	男性	女性
全体【前】	222	57	165	26%	74%
全体【後】	213	35	178	16%	84%
店舗1【前】	21	7	14	33%	67%
店舗1【後】	21	4	17	19%	81%
店舗2【前】	25	7	18	28%	72%
店舗2【後】	21	2	19	10%	90%
店舗3【前】	22	6	16	27%	73%
店舗3【後】	22 22	3	19	14%	86%
店舗4【前】	22	3	19	14%	86%
店舗4【後】	21	2	19	10%	90%
店舗5【前】	21	6	15	29%	71%
店舗5【後】	20	4	16	20%	80%
店舗6【前】	25	8	17	32%	68%
店舗6【後】	22	4	18	18%	82%
店舗7【前】	23	5	18	22%	78%
店舗7【後】	21	3	18	14%	86%
店舗8【前】	21	3	18	14%	86%
店舗8【後】	22	7	15	32%	68%
店舗9【前】	21	7	14	33%	67%
店舗9【後】	21	5	16	24%	76%
店舗10【前】	21	5	16	24%	76%
店舗10【後】	22	1	21	5%	95%

2)年齢	全体	1 0 代	2 0 代	3 0 代	4 0 代	5 0 代	6 0 代	7 O 代	80代以上
全体【前】	222	3	10	12	49	49	47	41	11
全体【後】	213	2	7	19	42	42	53	36	12
店舗1【前】	21		3	1	4	2	7	3	1
店舗1【後】	21	1	3		5	3	<u>3</u>	2	4
店舗2【前】	25		1	2	6	6		3	
店舗2【後】	21			3	3	1	9	5	
店舗3【前】	22			3	4	6	6	2 3 5 3	
店舗3【後】	22 22		1	1	3 7	3	10	4	
店舗4【前】	22		1	2 1	7	4	3	4	1
店舗4【後】	21 21			1	7	3	4	3	3
店舗5【前】	21		2	2	5	6	2 1	3 2 7	3 2 1
店舗5【後】	20			2	3	6			
店舗6【前】	25	1			8	6	4	4	2 1
店舗6【後】	22	1	2	2	3	7	3	3	
店舗7【前】	23		1		6	6	5	4	1
店舗7【後】	21			1	4	8	8 5 2		
店舗8【前】	21		1	1	3	5	5	4	2
店舗8【後】	22		1	4	6	5	2	4	
店舗9【前】	21	2	1	1	2	6	4	5	
店舗9【後】	21			2	4	3	7	4	1
店舗10【前】	21				4	2	4	9	2
店舗10【後】	22			3	4	3	6	4	2

1 0 代	2 0 代	3 0 代	4	5	6 0 代	7	8
0	0	0	O 代	0 代	0	O 代	0
代	代	代	代	代	代	代	代
							以
							上
1%	5%	5%	22%	22%	21%	18%	5%
1%	3%	9%	20%	20%	25%	17%	6%
	14%	5%	19%	10%	33%	14%	5%
5%	14%		24%	14%	14%	10%	19%
	4%	8%	24%	24%	28%	12%	
		14%	14%	5%	43%	24%	
		14%	18%	27%	27%	14%	
	5%	5%	14%	14%	45%	18%	
	5%	9%	32%	18%	14%	18%	5%
		5%	33%	14%	19%	14%	14%
	10%	10%	24%	29%	10%	10%	10%
		10%	15%	30%	5%	35%	5%
4%			32%	24%	16%	16%	8%
5%	9%	9%	14%	32%	14%	14%	5%
	4%		26%	26%	22%	17%	4%
		5%	19%	38%	38%		
	5%	5%	14%	24%	24%	19%	10%
	5%	18%	27%	23%	9%	18%	
10%	5%	5%	10%	29%	19%	24%	
		10%	19%	14%	33%	19%	5%
			19%	10%	19%	43%	10%
		14%	18%	14%	27%	18%	9%

	全	単	夫	子親	_	Ξ	7
	体	身	クロ	ょをと	<del></del>	世	その他
	1/4	7	婦 の	どと も未	世 代	代	曲
3)家族構成			み	り水	10	10	165
			07	婚 の			
全体【前】	222	46	56	86	24	2	8
全体【後】	213	30	59	97	18	7	2 1
店舗1【前】	21 21	5	5 5	7	3 2		1
店舗1【後】	21	4		10	2		
店舗2【前】	25	2	8	11	3	1	
店舗2【後】	21	3	5	13			
店舗3【前】	21 22 22 22 21	3 3 3	6	6	6		1
店舗3【後】	22	3	5	10	3	1	
店舗4【前】	22	3	6	10			
店舗4【後】	21	2	4	11	4		
店舗5【前】	21 20 25 22	4	7	8			2
店舗5【後】	20	4	7	5	3	1	
店舗6【前】	25	6	4	13	1	1	
店舗6【後】	22	3	6	12	1		
店舗7【前】	23 21	2	6	10	3		2
店舗7【後】	21	1	9	9		2	
店舗8【前】	21	4	4	8	4		1
店舗8【後】	22	4	6	9	1	1	1
店舗9【前】	21 22 21 21	10	5	5			1
店舗9【後】	21	3	4	9	3	1	1
店舗10【前】	21	7	5	8	1		
店舗10【後】	22	3	8	9	1	1	

単身	夫婦のみ	子ども婚の	二世代	三世代	その他
21%	25%	39%	11%	1%	4%
14%	28%	46%	8%	3%	1%
24%	24%	33%	14%		5%
19%	24%	48%	10%		
8%	32%	44%	12%	4%	
14%	24%	62%			
14%	27%	27%	27%		5%
14%	23%	45%	14%	5%	
14%	27%	45%	14%		
10%	19%	52%	19%		
19%	33%	38%			10%
20%	35%	25%	15%	5%	
24%	16%	52%	4%	4%	
14%	27%	55%	5%		
9%	26%	43%	13%		9%
5%	43%	43%		10%	
19%	19%	38%	19%		5%
18%	27%	41%	5%	5%	5%
48%	24%	24%			5%
14%	19%	43%	14%	5%	5%
33%	24%	38%	5%		
14%	36%	41%	5%	5%	

4)話の出来 る友人・知人	全体	1 1 人以上	6~10人程度	4~5人程度	1~3人程度	いない
全体【前】	222 213	63	59	63	32	5 2
全体【後】	213	64	60	65	32 22	2
店舗1【前】	21 21	9	5	6	1	
店舗1【後】	21	8	4	7	2 2 3 6	
店舗2【前】	25 21 22	6	8	9	2	
店舗2【後】	21	9 7	5	4	3	
店舗3【前】	22	7	4	5 9	6	
店舗3【後】	22	2	9	9	2	
店舗4【前】	22 21	6	7	5 7	3	1
店舗4【後】	21	4	8	7	2	
店舗5【前】	21	4	9	5	2	1
店舗5【後】	20	3	8	5 7	2	
店舗6【前】	25	3 9	4	5	7	
店舗6【後】	21 20 25 22	9 7	4	6	2 3 2 2 2 7 2 2	1
店舗7【前】	23	7	4	10	2	
店舗7【後】	21	6	10	5		
店舗8【前】	23 21 21	6	7	3	4	1
店舗8【後】	22	12	4	5 3 3	3	
店舗9【前】	21	6	4	8	3 3 3 2 3	
店舗9【後】	21	6	5	6	3	1
	21		7	7	2	2
店舗10【前】 店舗10【後】	21 21 22	3 5	3	11	3	

-		4 1	4	
1	6 د	4 \$	1	い
1 人	1	5	3	ない
		人	人	١, ١
以	0			
上	人	程	程	
	程	度	度	
	度			
28%	27%	28%	14%	2%
30%	28%	31%	10%	1%
43%	24%	29%	5%	
38%	19%	33%	10%	
24%	32%	36%	8%	
43%	24%	19%	14%	
32%	18%	23%	27%	
9%	41%	41%	9%	
27%	32%	23%	14%	5%
19%	38%	33%	10%	
19%	43%	24%	10%	5%
15%	40%	35%	10%	
36%	16%	20%	28%	
41%	18%	27%	9%	5%
30%	17%	43%	9%	
29%	48%	24%		
29%	33%	14%	19%	5%
55%	18%	14%	14%	
29%	19%	38%	14%	
29%	24%	29%	14%	5%
14%	33%	33%	10%	10%
23%	14%	50%	14%	

5)店舗の利 用頻度	全体	ほぼ毎日	3日に1度程度	週に1度程度	月に1度程度	3ヶ月に1度程度	半年に1度程度	はじめて
全体【前】	222	77	95	40	7	1	1	1
全体【後】	213	77	87	40	8	1		
店舗1【前】	213 21 21	11	8	2 4				
店舗1【後】	21	9	7			1		
店舗2【前】	25	14	8	3 2 3 3				
店舗2【後】	21 22	10	9	2				
店舗3【前】	22	3	16	3				
店舗3【後】	22 22 21 21 20	9	9	3	1			
店舗4【前】	22	10	9		1	1		
店舗4【後】	21	11	5	3 8	2			
店舗5【前】	21	3	8		1			1
店舗5【後】	20	3 6	10	6	1			
店舗6【前】	25		13	5			1	
店舗6【後】	25 22 23 21 21 22	7	9	4	2			
店舗7【前】	23	6	12	5				
店舗7【後】	21	3	10	6	2			
店舗8【前】	21	9	5	3	4			
店舗8【後】	22	7	8	7				
店舗9【前】	21 21 21	6	9	3 7 5 3 5 2	1			
店舗9【後】	21	9	9	3				
店舗10【前】	21	9	7	5				
店舗10【後】	22	9	11	2				

ほぼ毎日	3日に1度程度	週に1度程度	月に1度程度	3ヶ月に1度程度	半年に1度程度	はじめて
35%	43%	18%	3%	0.5%	0.5%	0.5%
36%	41%	19%	4%	0.5%		
52%	38%	10%				
43%	33%	19%		5%		
56%	32%	12%				
48%	43%	10%				
14%	73%	14%				
41%	41%	14%	5%			
45%	41%	5%	5%	5%		
52%	24%	14%	10%			
15%	40%	40%	5%			5%
15%	50%	30%	5%			
25%	54%	21%			4%	
32%	41%	18%	9%			
26%	52%	22%				
14%	48%	29%	10%			
43%	24%	14%	19%			
32%	36%	32%				
29%	43%	24%	5%			
43%	43%	14%				
43%	33%	24%				
41%	50%	9%				

# 万引きに関する意識調査

東京万引き防止官民合同会議

## ■ ご協力のお願い

本調査は、万引きに対する意識を調査分析することにより、より効果的な施策を検討するために行います。皆様方のご理解・ご協力をお願いいたします。なお、本調査で得られたデータは、警視庁及び東京万引き防止官民合同会議における防犯対策の分析資料に活用し、他の目的に使用はいたしません。

### ■ 記入要領

- \* 調査票は無記名です。ご記入日現在の状況をご記入ください。
- \* 問1から問8まで順番に、ご記入もれのないようお答えください。

## ■ お問合せ先(事務局)

警視庁生活安全総務課 生活安全対策第三係 電話 (03)3581-4321 (代表)

問 1 普段、食料品などの日用品の買い物をもっともよくするスーパーなどの店舗 1 店を思い浮かべてお答えください。(〇はそれぞれ一つ)

	満足している	やや満足 している	どちらとも いえない	やや 不満だ	不満だ
1) 来店時の利便性(交通、アクセス)	1	2	3	4	5
2) 品揃え	1	2	3	4	5
3) 品質・価格(コストパフォーマンス)	1	2	3	4	5
4) 店内の使い勝手(レイアウト)	1	2	3	4	5
5) 商品の陳列方法	1	2	3	4	5
6)店内表示の分かりやすさ	1	2	3	4	5
7)従業員のあいさつ、声掛け	1	2	3	4	5
8) 従業員の身だしなみ	1	2	3	4	5
9) 従業員とのコミュニケーション	1	2	3	4	5
10) 店内の安全性	1	2	3	4	5

問2 あなたが、食料品など日用品の買い物をする店舗を利用するとき、何をどの程度重視しますか。 現在利用している店舗はさておき、あなたにとって「理想の店舗」を思い浮かべてお答えくださ い。(Oはそれぞれ一つ)

	重視する	やや 重視する	どちらとも いえない	あまり 重視 しない	重視しない
1) 来店時の利便性(交通、アクセス)	1	2	3	4	5
2) 品揃え	1	2	3	4	5
3) 品質・価格(コストパフォーマンス)	1	2	3	4	5
4) 店内の使い勝手(レイアウト)	1	2	3	4	5
5) 商品の陳列方法	1	2	3	4	5
6) 店内表示の分かりやすさ	1	2	3	4	5
7) 従業員のあいさつ、声掛け	1	2	3	4	5
8) 従業員の身だしなみ	1	2	3	4	5
9) 従業員とのコミュニケーション	1	2	3	4	5
10) 店内の安全性	1	2	3	4	5

問3 あなたが、食料品などの日用品を買い物しているとき、以下のようなことがあったら(目にしたら)、その店舗をどう感じますか。(Oはそれぞれ一つ)

		良い店舗だと思う	どちらか といえば 良い店舗 だと思う	どちらとも いえない	どちらかと いえば嫌 な店舗だ と思う	嫌な店舗だと思う
1) 従業員からあいさつされる		1	2	3	4	5
2) 従業員から「何かお探しですか」と	声を掛けられる	1	2	3	4	5
3)警備員が巡回している		1	2	3	4	5
4) 警備員からあいさつをされる		1	2	3	4	5
5) 警備員から「何かお探しですか」と	声を掛けられる	1	2	3	4	5
6) 警察官が巡回している		1	2	3	4	5
7) 警察官立寄所が店内にある		1	2	3	4	5
8) 防犯カメラや防犯センサーゲートが	設置されている	1	2	3	4	5
9) 万引き防止のポスターが掲示されて	いる	1	2	3	4	5
10) 万引き防止の店内放送がかかってい	る	1	2	3	4	5

# 問4 それぞれの設問にお答えください。(Oはそれぞれ一つ)

	そう 思う	やや そう思う		あまりそう 思わない	
【悪質な犯罪か】					
1)「振り込め詐欺」は、悪質な犯罪だ	1	2	3	4	5
2)「ひったくり」は、悪質な犯罪だ	1	2	3	4	5
3)「自転車泥棒」は、悪質な犯罪だ	1	2	3	4	5
4)「無銭飲食」は、悪質な犯罪だ	1	2	3	4	5
5)「万引き」は、悪質な犯罪だ	1	2	3	4	5
【万引きの罪の重さ】					
6) 万引きは、被害額が大きいほど罪が重い	1	2	3	4	5
7) 万引きは、常習者ほど罪が重い	1	2	3	4	5
8) 万引きは、計画性があるほど罪が重い	1	2	3	4	5
9) 初めての万引きであれば、警察に通報しなくてよい	1	2	3	4	5
10) 小学生の万引きは、警察に通報しなくてよい	1	2	3	4	5
11) 万引きをしても、買い取れば(弁償)、警察に通報しなくてよい	1	2	3	4	5
12) 万引きをしても、反省していれば、警察に通報しなくてよい	1	2	3	4	5
13) 被害額や計画性などに関わらず、万引きしたら通報するべきだ	1	2	3	4	5
【万引きをひきおこす店舗】					
14) 万引きをされるのは、店側に問題がある	1	2	3	4	5
15) マイバッグやエコバッグが、万引きひきおこしている	1	2	3	4	5
16) 店内の見通しの悪さが、万引きをひきおこしている	1	2	3	4	5
17) 店内の混雑が、万引きをひきおこしている	1	2	3	4	5
18) 店舗の出入り口の多さ (逃走のしやすさ) が万引きをひき おこしている	1	2	3	4	5
19) 防犯カメラの少なさが、万引きをひきおこしている	1	2	3	4	5
20) 品物の乱雑な陳列が、万引をひきおこしている	1	2	3	4	5

		そう 思う	やや そう思う		あまりそう 思わない	そう 思わない
【交	別果的な万引き対策】					
21)	従業員によるお客様へのあいさつ・声掛けは、万引き防止 に役立つ	1	2	3	4	5
22)	警備員の巡回は万引き防止に役立つ	1	2	3	4	5
23)	警察官の巡回は万引き防止に役立つ	1	2	3	4	5
24)	防犯ボランティアの巡回は万引き防止に役立つ	1	2	3	4	5
25)	防犯カメラ、防犯ミラーは万引き防止に役立つ	1	2	3	4	5
26)	万引き防止センサー、ゲートは万引き防止に役立つ	1	2	3	4	5
27)	万引き防止のポスターの掲示は万引き防止に役立つ	1	2	3	4	5
28)	万引き防止の店内放送は万引き防止に役立つ	1	2	3	4	5
29)	万引き防止のための店内表示は万引き防止に役立つ	1	2	3	4	5

# 問5 あなたは、以下についてどの程度ご存知ですか(Oはそれぞれーつ)

	知って いる	だいたい は知って いる	知らない
1) 万引きは、刑法の窃盗罪である	1	2	3
2) 万引きは、懲役刑のほか50万円以下の罰金刑が定められている	1	2	3
3) 14歳未満の子供が万引きをしても罪に問われない	1	2	3
4) 万引きは、警察に全件届け出ることになっている	1	2	3
5) 被害品が売買されるのを防ぐため、18歳未満の買取りにはルールがある	1	2	3
6) 万引きの被害は、スーパーマーケットが多い	1	2	3
7) 万引きで検挙されている人数は少年より高齢者のほうが多い	1	2	3

## 問6 以下の設問に、「はい」「いいえ」でお答えください。(Oはそれぞれ一つ)

	はい	いいえ
1) 東京23区内に現在居住している	1	2
2) 自治会に加入している	1	2
3) 防犯ボランティア活動に参加したことがある	1	2
4) 平日の日中は、自宅近くにいることが多い	1	2
5) 現在、スーパーマーケットやコンビニ等で働いている、または最近まで働いていた	1	2
6) 現在、商店を経営している、または最近まで経営していた	1	2
7)「万引き」を見聞きしたことがある(現場を見た、被害者や加害者が身近にいたなど)	1	2
8) 日用品の買い物をするスーパー等で、警備員が巡回しているのを見たことがある	1	2
9) 日用品の買い物をするスーパー等で、警察官が巡回しているのを見たことがある	1	2
10) 日用品の買い物をするスーパー等で、防犯カメラやゲート等が設置されているのを見たことがある	1	2

問7 あなたの生活についておうかがいします。次のそれぞれの設問についてあてはまるものに〇を つけてください。(Oはそれぞれ一つ)

#### 1)所得・収入の満足感

1. 満足している 2. まあ満足している 3. どちらともいえない 4. やや不満だ 5. 不満だ

#### 2) 資産・貯蓄の満足感

1. 満足している 2. まあ満足している 3. どちらともいえない 4. やや不満だ 5. 不満だ

#### 3) 生活の中で感じる充実感

十分充実感を感じている
 まあ充実感を感じている
 さちらともいえない

4. あまり充実感を感じていない 5. 充実感を感じていない

#### 4)世間一般からみた生活の程度

3. 中の中 4. 中の下 5. 下 1. 上 2. 中の上

#### 5) 気兼ねなく話ができる友人・知人

1. 11 人以上いる 2. 6-10 人程度いる 3. 4-5 人程度いる 4. 1-3 人程度いる 5. いない

#### 6) 人間関係に対する満足度

1. 満足している 2. まあ満足している 3. どちらともいえない 4. やや不満だ 5. 不満だ

7) ニュースや話題など	、社会情勢を認識するのに最もよく活用するメディアは次のうちどれですた	)ر

1. 新聞 2. テレビ 3. ラジオ 4. 雑誌 5. インターネット(携帯電話等も含む)

8) 万引きに関するニュースやコラムに対してどれくらい関心がありますか。

とても関心がある
 やや関心がある
 がない
 全く関心がない

問8 あなた自身、同居しているご家族、およびお住まいについて教えてください。

1)性別(0は一つ)	1. 男性 2. 女性
2)年齢(〇は一つ)	1.20代 2.30代 3.40代 4.50代 5.60代 6.70代 7.80代以上
3)職業(○は一つ)	1. 会社員       2. 公務員・団体職員       3. 経営者・役員       4. 自営業         5. 自由業       6. 専業主婦       7. パート・アルバイト       8. 学生         9. 無職       10. その他(       )
4)家族構成(〇は一つ)	1. 単身 2. 夫婦のみ 3. 親と未婚の子ども 3. 二世代 4. 三世代 5. その他
5)住居の建て方(〇は一つ)	1. 戸建て 2. 集合住宅 3. その他
6)住居の所有形態(〇は一つ)	1. 持ち家(分譲マンションを含む) 2. 賃貸 3. 寮・社宅 4. その他( )
7)世帯合計年収(〇は一つ) *差支えなければ、ご回答を お願いします。	1. 200 万未満2. 200~400 万円未満3. 400~600 万円未満4. 600~800 万円未満5. 800~1000 万円未満6. 1000 万円以上* 税込の金額でお考えください。年金を含みます。

□ あなたが考える、未然に万引きを防ぐ対策について、お考えのことがございましたら、ご自由にお書きください。

アンケートにご協力いただき、まことにありがとうございました。

代

83 8.3

代

83 8.3

# ●対象者の個人属性

性別	全 体	男 性	女 性					
	1000 100.0		500 50.0					
年齢層	全 体	1 0 代	2 0 代	3 0 代	4 0 代	5 0 代	6 0 代	7 0 代
	1000 100.0		167 16.7	166 16.6	167 16.7	167 16.7	166 16.6	167 16.7
性年代	全 体	男 性 1 O 代	男 性 2 0 代	男 性 3 0 代	男 性 4 O 代	男 性 5 0 代	男性 6 0 代	男 性 7 O 代
	1000 100.0	_ _	83 8.3		84 8.4	83 8.3	83 8.3	84 8.4
		女 性 1 0	女 性 2 0	女性30	女 性 4 0	女性 5 0	女 性 6 0	女 性 7 0

代

代

84 8.4 代

83 8.3

代

83 8.3

代

84 8.4

未既婚	体	(未婚・離死別)結婚していない	結婚している
	1000	426	574
	100.0	42.6	57.4

職業	全 体	会社員・役員	自営業	ナー等 ) 士、美容師、デザイ専門職(医師、弁護	公務員	学生
	1000	354	65	39	29	46
	100.0	35.4	6.5	3.9	2.9	4.6
		専業主婦・専業主夫	ト・フリー ターパート・アルバイ	無職・定年退職	(該当なし )	
		174	115	157	21	
		17.4	11.5	15.7	2.1	

# ●アンケート調査結果一覧

Q1. 普段、食料品などの日用品の買い物をもっと もよくするスーパーなどの店舗1 店を思い浮 かべてお答えください。	全 体	満足している	やや満足している	いなどいまでのみぶ	やや不満だ	不満だ	T O P 2	B O T T O M 2
来店時の利便性(交通、アクセス)	1000	439 43.9	410 41.0	97 9.7	43 4.3	11	849 84.9	54 5.4
品揃え	100.0	224	524 52.4	176 17.6	62 6.2	1.4 1.4	748 74.8	76 7.6
品質・価格(コストパフォーマンス)	1000	199	491 49.1	221 22.1	76 7.6	13	690 69.0	89 8.9
店内の使い勝手(レイアウト)	1000	184	462 46.2	284 28.4	61 6.1	9	646 64.6	70 7.0
商品の陳列方法	1000	173 17.3	472 47.2	303 30.3	44 4.4	8.0	645 64.5	52 5.2
店内表示の分かりやすさ	1000	171	456 45.6	313 31.3	51 5.1	9	627 62.7	60
従業員のあいさつ、声掛け	1000 100.0	146 14.6	386 38.6	389 38.9	70 7.0	9 0.9	532 53.2	79 7.9
従業員の身だしなみ	1000 100.0	160 16.0	448 44.8	364 36.4	25 2.5	3 0.3	608 60.8	28 2.8
従業員とのコミュニケーション	1000 100.0	105 10.5	333 33.3	485 48.5	59 5.9	18 1.8	438 43.8	77 7.7
店内の安全性	1000 100.0	192 19.2	455 45.5	316 31.6	34 3.4	3 0.3	647 64.7	37 3.7
		•		-	-		-	
Q2. あなたが、食料品など日用品の買い物をする 店舗を利用するとき、何をどの程度重視しま すか。	全 体	重視する	やや重視する	どちらともいえない	あまり重視しない	重視しない	T O P 2	B O T T O M 2
あなたが、食料品など日用品の買い物をする 店舗を利用するとき、何をどの程度重視しま	全 体 1000 100.0	重 視 す	やや重視す	どちらともいえな	あまり重視しな	重 視 し な	T O P	B O T T O M
あなたが、食料品など日用品の買い物をする 店舗を利用するとき、何をどの程度重視しま すか。	全 体 1000	重 視 する 531	や や 重 視 す る 370	どちらともいえない	あまり重視しない 6	重視しない	T O P 2	B O T T O M 2
あなたが、食料品など日用品の買い物をする店舗を利用するとき、何をどの程度重視しますか。 来店時の利便性(交通、アクセス)	全 体 1000 100.0 1000	重 視する 531 53.1 428	や や 重視 する 370 37.0 466	どちらともいえない 89 8.9 94	あまり重視しない 6 0.6 9	重視しない 4 0.4 3	T O P 2 2 901 90.1 894	B O T T O M 2
あなたが、食料品など日用品の買い物をする店舗を利用するとき、何をどの程度重視しますか。  来店時の利便性(交通、アクセス)  品揃え	全 体 1000 100.0 100.0 100.0 100.0	重視する 531 53.1 428 42.8 574	や や重視する 37.0 37.0 466 46.6 339	どちらともいえない 89 8.9 94 9.4 74	あまり重視しない 6.6 9 0.9 10	重視しない 4 0.4 3 0.3 3	901 90.1 894 89.4 913	B O T T O M 2
あなたが、食料品など日用品の買い物をする店舗を利用するとき、何をどの程度重視しますか。  来店時の利便性(交通、アクセス)  品揃え  品質・価格(コストパフォーマンス)	全体 体 1000 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	重視する 531 53.1 428 42.8 57.4 17.9 17.9 14.5	やや 重視する 370 37.0 466 46.6 339 48.3 48.3 46.5	だちらともいえない 89 89 94 74 74 274 274 310 31.0	あまり重視しない 6 0.6 9 0.9 1.0 5.4 67 6.7	重視しない 4 0.4 3 0.3 10 1.0 13 1.3	901 901 90.1 894 89.4 913 91.3 662 66.2 610 61.0	B O T T O M 2 1.0 1.2 1.2 1.3 64 6.4 80 8.0
あなたが、食料品など日用品の買い物をする店舗を利用するとき、何をどの程度重視しますか。  来店時の利便性(交通、アクセス)  品揃え  品質・価格(コストパフォーマンス)  店内の使い勝手(レイアウト)	全体 体 1000 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	重視する 531 53.1 428 42.8 574 57.4 17.9 17.9 14.5 19.8	や で 連視する 370 37.0 466 46.6 339 33.9 48.3 46.5 46.5 48.3 48.3	だちらともいえない。 89 89 89 94 74 74 274 274 274 274 210 310 31.0 264 26.4	あまり重視しない 6 0.6 9 0.9 10 1.0 5.4 67 6.7 4.5	重視しない 4 0.4 3 0.3 1.0 1.0 1.3 1.3 1.0	901 901 90.1 894 89.4 913 91.3 662 66.2 610 681 68.1	B O T T O M 2 10 1.0 12 1.2 1.3 64 6.4 80
あなたが、食料品など日用品の買い物をする店舗を利用するとき、何をどの程度重視しますか。  来店時の利便性(交通、アクセス)  品揃え  品質・価格(コストパフォーマンス)  店内の使い勝手(レイアウト)  商品の陳列方法	全体 体 1000 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	重視 現する 531 53.1 428 42.8 57.4 17.9 17.9 14.5 19.8 19.8 12.9	や や 重視する 370 37.0 466 46.6 339 33.9 48.3 46.5 48.3 48.3 340 34.0	きちらい	あまり重視しない 6 0.6 9 0.9 10 1.0 5.4 6.7 4.5 4.5 11.8	重視しない 4 0.4 3 0.3 10 1.0 1.3 1.3 1.0 2.3 2.3	901 901 90.1 894 89.4 913 91.3 662 66.2 61.0 68.1 469 46.9	B O T T O M 2 10 1.0 12 1.2 1.3 64 6.4 8.0 8.0 5.5 5.5 141 14.1
あなたが、食料品など日用品の買い物をする店舗を利用するとき、何をどの程度重視しますか。  来店時の利便性(交通、アクセス)  品揃え  品質・価格(コストパフォーマンス)  店内の使い勝手(レイアウト)  商品の陳列方法  店内表示の分かりやすさ	全体 体 1000 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	重視する。 531 53.1 428 42.8 57.4 17.9 17.9 14.5 19.8 19.8 12.9 12.9 12.8	や や 重視する 370 37.0 466 46.6 33.9 48.3 48.3 46.5 48.3 34.0 34.0 39.2	きちらいます。 89 89 89 94 74 7.4 27.4 27.4 31.0 26.4 390 39.0 36.7 36.7	あまり重視しない 6 0.6 9 10 1.0 54 5.4 67 6.7 4.5 118 11.8 96 9.6	重視しない 4 0.4 3 0.3 10 1.0 1.0 1.3 1.3 1.3 1.7 1.7	901 901 90.1 894 89.4 913 91.3 662 66.2 610 61.0 68.1 469 46.9 520 52.0	B O T T O M 2 2 1.2 1.3 1.3 64 6.4 80 8.0 55 5.5 141 14.1 113 11.3
あなたが、食料品など日用品の買い物をする店舗を利用するとき、何をどの程度重視しますか。  来店時の利便性(交通、アクセス) 品揃え 品質・価格(コストパフォーマンス) 店内の使い勝手(レイアウト) 商品の陳列方法 店内表示の分かりやすさ 従業員のあいさつ、声掛け	全体 体 1000 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	重視する 531 53.1 428 42.8 574 57.4 17.9 14.5 19.8 19.8 12.9 12.9	や や 重 視する 370 37.0 466 46.6 339 33.9 48.3 48.3 46.5 48.3 340 34.0 392	きちらい たいえない 89 8.9 9.4 7.4 27.4 27.4 31.0 31.0 26.4 39.0 39.0	あまり重視しない 6 0.6 9 0.9 10 1.0 54 67 6.7 4.5 118 11.8 96	重視しない 4 0.4 3 0.3 10 1.0 1.0 23 2.3 17	901 901 90.1 89.4 91.3 91.3 662 66.2 610 68.1 469 46.9 520	B O T T O M 2 1.2 1.3 1.3 64 6.4 80 8.0 55 5.5 141 14.1 113

Q3. あなたが、食料品などの日用品を買い物しているとき、以下のようなことがあったら(目にしたら)、その店舗をどう感じますか。	体	良い店舗だと思う	店舗だと思うどちらかといえば良い	どちらともいえない	店舗だと思うどちらかといえば嫌な	嫌な店舗だと思う	T O P 2	B O T T O M 2
従業員からあいさつされる	1000 100.0	368 36.8	436 43.6	184 18.4	9 0.9	3 0.3	804 80.4	12 1.2
従業員から「何かお探しですか」と声を掛けら	100.0	174	317	424	78	7	491	85
れる	100.0	17.4	31.7	42.4	7.8	0.7	49.1	8.5
## #	1000	159	370	378	82	11	529	93
警備員が巡回している	100.0	15.9	37.0	37.8	8.2	1.1	52.9	9.3
警備員からあいさつをされる	1000	141	308	429	100	22	449	122
言哺貝からめいとうをされる	100.0	14.1	30.8	42.9	10.0	2.2	44.9	12.2
警備員から「何かお探しですか」と声を掛けら	1000	75	145	504	208	68	220	276
れる	100.0	7.5	14.5	50.4	20.8	6.8	22.0	27.6
警察官が巡回している	1000	92	197	463	180	68	289	248
言宗日が 延出している	100.0	9.2	19.7	46.3	18.0	6.8	28.9	24.8
警察官立寄所が店内にある	1000	102	242	489	117	50	344	167
	100.0	10.2	24.2	48.9	11.7	5.0	34.4	16.7
防犯カメラや防犯センサーゲートが設置され	1000	198	394	366	36	6	592	42
ている	100.0	19.8	39.4	36.6	3.6	0.6	59.2	4.2
万引き防止のポスターが掲示されている	1000	127	289	509	60	15	416	75
	100.0	12.7	28.9	50.9	6.0	1.5	41.6	7.5
万引き防止の店内放送がかかっている	1000	98	219	489	158	36	317	194
	100.0	9.8	21.9	48.9	15.8	3.6	31.7	19.4

Q4. それぞれの設問にお答えください。	全 体	そう思う	ややそう思う	えないともい	わないそう思	そう思わない	T O P 2	2 B O T T O M
「振り込め詐欺」は、悪質な犯罪だ	1000 100.0	862 86.2	109 10.9	22 2.2	0.4	0.3	971 97.1	7 0.7
「ひったくり」は、悪質な犯罪だ	1000	861 86.1	100	32 3.2	5 0.5	0.2	961 96.1	7 0.7
	1000	792	161	39	6	2	953	8
	100.0 1000	79.2 724	16.1 220	3.9 50	0.6 5	0.2	95.3 944	0.8 6
「無銭飲食」は、悪質な犯罪だ	100.0	72.4	22.0	5.0	0.5	0.1	94.4	0.6
「万引き」は、悪質な犯罪だ	1000 100.0	795 79.5	163 16.3	38 3.8	0.3	0.1	958 95.8	0.4
万引きは、被害額が大きいほど罪が重い	1000 100.0	323 32.3	241 24.1	260 26.0	85 8.5	91 9.1	564 56.4	176 17.6
万引きは、常習者ほど罪が重い	1000	584 58.4	260 26.0	108 10.8	20	28	844 84.4	48
	1000	580	238	126	28	28	818	56
初めての万引きであれば、警察に通報しなく	100.0 1000	58.0 64	23.8 106	12.6 218	2.8 216	2.8 396	81.8 170	5.6 612
てよい	100.0	6.4	10.6	21.8	21.6	39.6	17.0	61.2
小学生の万引きは、警察に通報しなくてよい	1000 100.0	57 5.7	125 12.5	242 24.2	213 21.3	363 36.3	182 18.2	576 57.6
万引きをしても、買い取れば(弁償)、警察に	1000	50	64	166	232	488	114	720
通報しなくてよい 万引きをしても、反省していれば、警察に通	100.0 1000	5.0 49	6.4 86	16.6 218	23.2 236	48.8 411	11.4 135	72.0 647
報しなくてよい	100.0	4.9	8.6	21.8	23.6	41.1	13.5	64.7
被害額や計画性などに関わらず、万引きした ら通報するべきだ	1000 100.0	436 43.6	246 24.6	232 23.2	49 4.9	37 3.7	682 68.2	86 8.6
万引きをされるのは、店側に問題がある	1000	42	163	313	278	204	205	482
マイバッグやエコバッグが、万引きひきおこし	100.0 1000	4.2 48	16.3 170	31.3 350	27.8 272	20.4 160	20.5 218	48.2 432
ている	100.0	4.8	17.0	35.0	27.2	16.0	21.8	43.2
店内の見通しの悪さが、万引きをひきおこし ている	1000 100.0	177 17.7	454 45.4	243 24.3	73 7.3	53 5.3	631 63.1	126 12.6
店内の混雑が、万引きをひきおこしている	1000 100.0	93 9.3	323 32.3	372 37.2	146 14.6	66 6.6	416 41.6	212 21.2
店舗の出入り口の多さ(逃走のしやすさ)が	100.0	71	269	413		76		
万引きをひきおこしている	100.0		26.9	41.3		7.6	34.0	24.7
防犯カメラの少なさが、万引きをひきおこして いる	1000 100.0	109 10.9	351 35.1	341 34.1	144 14.4	55 5.5	460 46.0	199 19.9
品物の乱雑な陳列が、万引をひきおこしてい	1000	117	293	365			410	
る 従業員によるお客様へのあいさつ・声掛け	100.0 1000	11.7 280	29.3 455	36.5 217	15.0 35	7.5 13	41.0 735	22.5 48
は、万引き防止に役立つ	100.0	28.0	45.5	21.7	3.5	1.3	73.5	4.8
警備員の巡回は万引き防止に役立つ	1000 100.0	333 33.3	482 48.2	162 16.2	19 1.9	0.4	815 81.5	23 2.3
警察官の巡回は万引き防止に役立つ	1000	323	419	216	35	7	742	42
   防犯ボランティアの巡回は万引き防止に役立	100.0 1000	32.3 228	41.9 417	21.6 294	3.5 51	0.7 10	74.2 645	4.2 61
つ	100.0	22.8	41.7	29.4	5.1	1.0	64.5	6.1
防犯カメラ、防犯ミラーは万引き防止に役立 つ	1000 100.0	288 28.8	501 50.1	186 18.6		0.4	789 78.9	25 2.5
万引き防止センサー、ゲートは万引き防止に	1000	323	464	188	19	6	787	25
役立つ 万引き防止のポスターの掲示は万引き防止	100.0 1000	32.3 148	46.4 336	18.8 349		0.6 46	78.7 484	2.5 167
に役立つ	100.0	14.8	33.6	34.9	12.1	4.6	48.4	16.7
万引き防止の店内放送は万引き防止に役立 つ	1000 100.0	159 15.9	327 32.7	359 35.9	112 11.2	43 4.3	486	155 15.5
ラ 万引き防止のための店内表示は万引き防止	100.0	144	32.7	35.9 384	100		48.6 474	
に役立つ	100.0	14.4	33.0	38.4			47.4	

Q5. あなたは、以下についてどの程度ご存知です か。	全体	知っている	だいたいは知っている	知らない
万引きは、刑法の窃盗罪である	1000	671	271	58
カゴとは、州及の協画非でのも	100.0	67.1	27.1	5.8
万引きは、懲役(ちょうえき)刑のほか50万円	1000	298	330	372
以下の罰金刑が定められている	100.0	29.8	33.0	37.2
14歳未満の子供が万引きをしても罪に問わ	1000	115	181	704
れない	100.0	11.5	18.1	70.4
万引きは、警察に全件届け出ることになって	1000	280	321	399
いる	100.0	28.0	32.1	39.9
被害品が売買されるのを防ぐため、18歳未満	1000	210	250	540
の買取りにはルールがある	100.0	21.0	25.0	54.0
	1000	289	396	315
	100.0	28.9	39.6	31.5
万引きで検挙されている人数は少年より高齢	1000	394	346	260
者のほうが多い	100.0	39.4	34.6	26.0

Q6. 以下の設問に、「はい」「いいえ」でお答えくだ さい。	全 体	はい	いいえ
東京23区内に現在居住している	1000	683	317
	100.0	68.3	31.7
自治会に加入している	1000	406	594
	100.0 1000	40.6 87	59.4 913
防犯ボランティア活動に参加したことがある	100.0	8.7	91.3
	100.0		504
平日の日中は、自宅近くにいることが多い	100.0	49.6	50.4
現在、スーパーマーケットやコンビニ等で働い	1000	42	958
ている、または最近まで働いていた	100.0	4.2	95.8
現在、商店を経営している、または最近まで	1000	26	974
経営していた	100.0	2.6	97.4
「万引き」を見聞きしたことがある(現場を見	1000	225	775
た、被害者や加害者が身近にいたなど)	100.0	22.5	77.5
日用品の買い物をするスーパー等で、警備	1000	490	510
員が巡回しているのを見たことがある	100.0	49.0	51.0
日用品の買い物をするスーパー等で、警察	1000	148	852
官が巡回しているのを見たことがある 	100.0	14.8	85.2
日用品の買い物をするスーパー等で、防犯カメラやゲート等が設置されているのを見たこと	1000	659	341
がある	100.0	65.9	34.1

		一方具们	-		(1) J S IE			+ MC
Q7. 次のそれぞれの設問について、あてはまるも のを1 つずつお答えください。	全 体	満足している	まあ満足している	どちらともいえな	やや不満だ	不満だ	T O P 2	B O T T O M 2
所得・収入の満足感	1000 100.0	56 5.6	300 30.0		202 20.2	175 17.5	356 35.6	377 37.7
資産・貯蓄の満足感	1000 100.0	46 4.6	259 25.9		218 21.8	189 18.9	305 30.5	407 40.7
Q8. 生活の中で感じる充実感について、あてはま るものを1 つお答えください。	全 体	ている	ているまを感じまあ充実感を感じ	いどちらともいえな	じていないあまり充実感を感	た実感を感じてい	T O P 2	B O T T O M 2
	1000 100.0	79 7.9	465 46.5		124 12.4	85 8.5	544 54.4	209 20.9
Q9. 世間一般からみた生活の程度について、あて はまるものを1 つお答えください。	全 体	上	中 の 上	中 の 中	中 の 下	下		
	1000 100.0	18 1.8	193 19.3		297 29.7	84 8.4		
Q10 . 気兼ねなく話ができる友人・知人について、あ てはまるものを1 つお答えください。	全 体	1 1 人以上いる	る 6 一10人程度い	4 - 5 人程度いる	1一3人程度いる	いない		
	1000 100.0	77 7.7	132 13.2		389 38.9	145 14.5		
Q11 . 人間関係に対する満足度について、あてはま るものを1 つお答えください。	全 体	満足している	まあ満足している	どちらともいえな	やや不満だ	不満だ	T O P 2	B O T T O M 2
	1000 100.0	112 11.2	435 43.5		67 6.7	61 6.1	547 54.7	128 12.8
Q12. ニュースや話題など、社会情勢を認識するのに最もよく活用するメディアは次のうちどれですか。	全 体 1000	新 聞 121	テ レ ビ		雑 誌 4	む) (携帯電話等も含 348		
	100.0	12.1	48.4	4.3	0.4	34.8		

Q13. 万引きに関するニュースやコラムに対してど れくらい関心がありますか。	全 体 1000 100.0		やや関心がある 278 27.8		あまり関心がない 229 22.9	全く関心がない 66 6.6	T O P 2	B O T T O M 2
	100.0	0.2	27.0	30.3	22.9	0.0]	34.0	29.0
Q14 . 家族構成をお答えください。	全体	単 身	夫婦のみ	親と未婚の子ども	の子どもを除く)二世代(親と未婚	世代	その他	
	1000		265			48	30	
	100.0	24.5	26.5	36.2	5.0	4.8	3.0	
Q15 . 住居の建て方をお答えください。	全 体	戸建て	集合住宅	そ の 他				
	1000		585					
	100.0	40.7	58.5	0.8				
Q16. 住居の所有形態をお答えください。	全 体	含む ) おまで かい	賃貸	寮 ・ 社宅	その他			
	1000 100.0		330 33.0		0.2			
	100.0	04.3	აა.0	2.5	0.2			
Q17. 世帯合計年収をお答えください。	全体	200万未満	円未満 4 0 0 万	円未満 6 0 0 万	円未満 800万	万円未満 1 0 0 0	100万円以上	無回答
	1000 100.0		211 21.1	227 22.7	137 13.7	125 12.5	154 15.4	35 3.5

## 万引きに関する調査研究報告書

~店舗におけるあいさつ、声かけの効果について~

- ■発行日 平成30年8月
- ■発行者 「東京万引き防止官民合同会議」事務局

〒100-8929 東京都千代田区霞が関二丁目1番1号

警視庁生活安全部 生活安全総務課

生活安全対策第四係

電話 03-3581-4321 (警視庁代表)

警視庁 HP http://www.keishicho.metro.tokyo.jp/

■分析・編集 株式会社 生活環境工房あくと