

人流誘導と笑顔で万引きは減らせるか？ (3)

ー店舗責任者へのインタビュー調査からー

Examination of the effects of crowd flow guidance and smiling on shoplifting prevention using interview surveys

香川大学 大久保 智生

香川大学 岡田 徹太郎

愛知学院大学 太幡 直也

北海道大学大学院 高橋 陸斗

Kagawa University Tomoo OKUBO

Kagawa University Tetsutaro OKADA

Aichi Gakuin University Naoya TABATA

Graduate School, Hokkaido University Rikuto TAKAHASHI

Keywords: shoplifting, crowd flow guidance, smiling, interview surveys

1.はじめに

現在、日本における店舗の万引き被害の規模は非常に莫大であり、店舗での新たな万引き対策が求められている。万引き対策では防犯カメラなどのハード面の対策よりも、客の観察などのソフト面の対策のほうが有効であることが海外^①や日本^②の研究において明らかになっている。近年、新たなハード面の対策として、防犯カメラを活用した顔認証システムや不審者検知システムなどが大型店舗を中心に導入されつつあるが、顔認証システムについては運用上の問題が指摘されており、不審者検知システムについては検知が不十分であることが指摘されている。

ソフト面の対策では、万引き犯は人に見られたり、声かけされることを嫌がることから、「人の目」を活用し、ホスピタリティに基づいた万引き対策に注目が集まっている。これまでの研究から、従業員が客をよく観察する店舗では万引きが減少すること^③、ホスピタリティのある従業員は防犯意識が高いこと^④が明らかになっていることから、ホスピタリティのある従業員が万引きの起きやすい「ホットスポット」を巡回することが万引き防止に有効であることが示唆されている。

従業員の巡回は有効な万引き対策といえるが、近年では店舗での人手不足が問題となっており、

実施するのは困難になってきているのが現状である。したがって、「ホットスポット」に従業員だけでなく、お客も含めた人流を誘導するための環境デザインとして、本研究では広報を行う人型ロボットと 1 つの笑顔を 1 円の寄付に変わる笑顔認証・寄付システムに着目し、人流誘導と笑顔による万引き防止の効果について検討を行っていく。

これまでホームセンターとディスカウントストアの客を対象にアンケート調査を行い、効果を検証してきたが、本研究では店舗責任者を対象にインタビュー調査を行い、効果を多面的に検証していく。そこで、本研究では、店舗責任者を対象としたインタビュー調査から、ホットスポットに従業員と客の人流を増やし、従業員と客が笑顔になることで店舗の雰囲気が変わり、人流が増加するのかについて検討を行うことを目的とする。

2.方法

2.1.対象店舗

2024 年 8 月に香川県内のホームセンター、9 月に香川県内のディスカウントストアで 4 週間にわたって実証実験を実施した。

2.2.実証実験の流れ

①ホットスポットの同定：これまでに 6000 人以上の万引き犯を捕捉した現役の万引き G メンと犯罪心理学者が協議を行い、ホームセンターと

ディスカウントストアの店舗それぞれにおいて11箇所のホットスポットを同定した。

②ホットスポットでのタブレットの設置：11箇所のホットスポットに笑顔認証・寄付システムを搭載したタブレットを、ホームセンターとディスカウントストアそれぞれに設置した。このシステムはタブレットに向かって笑うと1つの笑顔が1円に寄付になるものである。さらにインセンティブとして、笑顔の寄付時にランダムにQRコードを発行し、クーポンを配布をした。

③人型ロボットによる広報と人流誘導：人型ロボット Pepper に笑顔が計測される度に「1 笑顔＝1 円」の寄付が発生するスマイルという事業を店舗で行っていること、笑顔の寄付時にクーポンを配布していることを広報してもらった。また、ホットスポットのタブレットに加え、出入り口付近に Pepper を置き、その傍にタブレットを設置し、来店客に笑顔認証・寄付を経験してもらった。

④従業員の巡回と笑顔の促進：従業員に対しては、万引きが起きやすいホットスポットにタブレットを設置していることを伝え、タブレットの設置してあるホットスポットを巡回するように促した。なお、従業員はインセンティブを受け取らないようにしてもらった。

⑤店舗責任者へのインタビュー調査：店舗責任者へのインタビュー調査を実証実験後に実施した。インタビュー調査の対象者は、ホームセンターの店長A、ディスカウントストアの店長Bであった。

3.結果および考察

店舗の変化について検討するため、2 人の店舗責任者のインタビュー調査による回答をまとめた。本研究では、①人流とコミュニケーションの増加、②ホスピタリティと雰囲気向上、③最悪な万引きの減少という3つの点での効果が示唆された。

3.1.人流とコミュニケーションの増加

店舗責任者へのインタビュー調査の結果から、ホットスポットへの人流が増え、客と従業員のコミュニケーションが増えたことが見てとれる。

A：『これはなにやっちゃん？』とか子どもは素直にストレートに聞いてくるんですけど、『これの前で笑顔になるんだよ』とか、『やってみて』と言うと、子どもも親もにっこり笑顔になってくれましたね。聞かれた従業員も笑顔で対応できてたと思います」

A：「Pepper のインパクトというか、存在は大きかったですね。タブレットだけだと意識が薄れがちになるんですけど、Pepper はずばりしゃべってくれるんで、他のタブレットも探してみようとなりましたね」

B：「お子さんがタブレットの前で笑顔になっているのをよく見かけましたね」

B：「特に Pepper のところでお子さんが群がってい

て、それが一番イメージに残ってますね。」

3.2.ホスピタリティと雰囲気の向上

店舗責任者へのインタビュー調査の結果から、従業員のホスピタリティの向上と店舗の雰囲気が向上したことが見てとれる。

A：「笑顔の取り組みでお客さんにも見られてるし、ついでに、従業員もニコって笑顔になっていこうという感じでした。」

A：「笑顔を意識してる時の接客っていうのは、意外とお客さんも笑顔になっていることに気づかされました。お客様も自然とありがとうという言葉言ってくれることも多かったです。こちら『ほかに用はないですか』とか『お荷物お持ちしましょうか』とか、もうひとつ上のことができたと思います。「このまえはありがとう」とまた来てくれたりすることもある、商いの原点みたいなものに立ち返れたとは思っていますね。」

B：「親御さんがお子さんにつれられてというのはありましたね。」

B：「お客様の笑顔を見て従業員もいつもよりほらかになったかなと思っています。」

3.3.最悪な万引きの減少

店舗責任者へのインタビュー調査の結果から、最悪な万引きが減少したことが見てとれる。

A：「最悪な万引きは今はいらないですね。完全に。質の悪い万引きがピタッととまっていて、今は誰に聞いても、ちょっと落ち着いたねって、みんなが分かるくらいです。」

4.おわりに

店舗責任者を対象としたインタビュー調査から、人流誘導と笑顔による万引き防止に一定の効果があることが示唆された。今後は、人流を増やす別の環境デザインについて検討していく必要がある。

(注)

(1) Lindblom, A. & Kajalo, S., The use and effectiveness of formal and informal surveillance in reducing shoplifting: A survey in Sweden, Norway, and Finland, The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research., Vol. 21, 2011, pp. 111-128.

(2) 大久保智生・堀江良英・松浦隆夫・松永祐二・永富太一・時岡晴美・江村早紀 (2013) 「店舗における万引きの実態と万引きへの対応と防止対策の検討：香川県内の店長と店員を対象とした聞き取り調査から」、『法と心理』, Vol. 13, pp. 112-125.

(3) 大久保智生・皿谷陽子 (2020) 「店員のホスピタリティと防犯意識の検討：スーパーマーケットでの万引き防止の観点から」、『Hospitality：日本ホスピタリティ・マネジメント学会誌』, Vol. 30, pp. 9-16.