

イトヨーカドーの事例から万引対策

特集



日本万引防止システム協会(山村秀彦会長)は3月7日、東京有明で開催された「セキュリティショー2013」の中で、「万引対策がすすむ10のポイント」と題してセミナーを行った。セブン&アイHLDSから招かれた2人の講師がイトヨーカドーの事例を交えながら、効果的な万引対策について話をした。

【瀬戸雅彦】

セミナーの講師を務めたのはセブン&アイHLDSの総務部シニアオフィサー・成田庄二氏、総務部グループ渉外・伊藤建史氏の2人。日本万引防止システム協会副会長・三宅正光氏が司会を務めた。セブン&アイHLDSは、コンビニエンスストアの「セブンイレブン」、総合スーパーの「イトヨーカドー」(「イオン」)、百貨店の「そごう・西武」、東北地方で主に展開するスーパー「ヨークベニマル」などを中心とする企業グループの名称だ。今回はグループの中から「イトヨーカドー」の事例を取り上げた。



伊藤建史氏

成田庄二氏

効果があった10のポイント

た。しかし品減対策に全社をあげて取り組んだところ、以降、急速に被害を減らすことができた。2012年は、円でおおよそ4割減となった。一般的に品減の原因の多くは万引によるものだ。万引対策

策を強化したい意欲があらわなから具体的な成果につながりない店舗が多い。今回のセミナーでは「イトヨーカドー」がどのような対策をとり成果をあげたかについて、実例をあげて解説した。

客の相手を積極的にしなげればいけない時間帯、万引がされやすい売場・時間帯などを従業員全員が把握し、穴をなくすることが必要。

その方向を向くカメラを設置している。品減が多い売場だがボタンを押す回数が少ないと、防犯に力を入れていることが数字となって表れる。

監視カメラは従来、検証・記録など後追いで使用するものだったが、今はこのようにリアルタイムで使えるカメラシステムを使用している。

捕まった万引犯が警察に話した内容によると、「万引をしよう」と思う店には、①盗れるものがある ②人がいない ③誰からも見られていない ④声を掛けられない、などの特長がある。つまりそれらの逆にすれば、万引犯が最も嫌がる環境となる。これを基本として人とセキュリティ関連の機械を融合して考えたのが、イトヨーカドーにおける万引対策の基本的な発想だった。セブン&アイHLDSの成田氏は効果的な万引対策として次の10のポイントについて解説した。

3、客に関心を持つことが最大の防犯対策
保安は専任で2〜3人しかいないが、従業員は300〜400人いる。従業員全員の関心を客に向けているようにする。それが万引対策にもつながる。

7、人とカメラの連動で防犯の相乗効果
これが今一番、防犯に効果をあげている方法で、現場の営業にも役に立っている。盗まれやすい商品については従業員が不審に思ったときにボタンを押すなど操作すると、

監視カメラは従来、検証・記録など後追いで使用するものだったが、今はこのようにリアルタイムで使えるカメラシステムを使用している。

1、客主体の売場作り
何より接客に最大の力を入れること。ほとんどの客は万引する意思などないわけで、この客をどうもてなすかを第一に考える。また盗まれにくい陳列の仕方になっているか、従業員の人員配置について盲点がないか、契約と実際の人員配置が違っていないか、などをチェックして店舗側に伝える。

4、自分の財産と同じ考えで売場商品を扱う
会社・店の商品として見ると「ヒトの物」という意識になりがちだ。そこで「自分の物」と同様扱って扱うことが大事だ。

8、データに基づくマネージメントのフォロワー体制
「やっています」、「できてます」など、抽象的な言葉のみで「万引対策ができていますか?」の判断はやめる。必ず数値化して、そのデータに基づき店とのコミュニケーションをはかることが重要だ。

10、主体性のある人と機械の活用
警備員各々に、「自分がそこにいる目的は何か」、また「自分は最終的に何の目標に向かって進むのか」を確認させ、主体性を持たせることが大事だ。

2、整理整頓された作業環境
客が見やすい、買いやすい売場にする。いつ何を盗まれたかわからないような売場ではどうしようもない。そしてバックルームもきちんと片付けておく。そうすることによって従業員は商品を探する必要がなくなるので、売場に立つ時間が増える。

5、組織での役割分担と目標設定
自分たちは何のために組織を組んだのか、取組みは実行できたか、実行したことが自分の目標に合っていたか、次はどことどのように修正したらよいか。このように分析することが大切だ。

9、誰でも判る防犯マニュアルのビジュアル化
万引対策用のマニュアルはイラストなどを盛り込んで、誰でも理解できる、実行できるようにわかりやすいものにする。保安担当者には売場に行ったら「売れ筋の商品はどれか、どういう万引対策が必要か、売場担当者に聞きながら

警備員だけでなく、機械だけでなく、店舗だけでなく、それら3つが連携して初めて効果をあげられる。

6、重点売場・時間帯の明確化と情報共有
万引対策用のマニュアルはイラストなどを盛り込んで、誰でも理解できる、実行できるようにわかりやすいものにする。保安担当者には売場に行ったら「売れ筋の商品はどれか、どういう万引対策が必要か、売場担当者に聞きながら

警備員だけでなく、機械だけでなく、店舗だけでなく、それら3つが連携して初めて効果をあげられる。

「そのようなシステムの連携をとって、不審者を速やかに報告できる通報ボタンを準備している。警備員がこれを確認するが、あくまで主体は従業員で営業のためのものであるという意識を持たせることで、活用の仕方がかなり変わってくる」。

伊藤氏は「人とカメラの相乗効果」について、自社の事例として次のように話した。「もともと監視カメラは、盗難抑止と犯行後の検証として使われていた。もっとリアルに活用しようということで、まず名称を『カメラ監視システム』から『営業サポートシステム』に変えた。そして防犯だけではなく販促活動、レジの混雑具合、イベントなどを撮影し、営業のサポートに使える仕組みに変え

ていった。モニターについても以前は保安室で警備員が見ただけだったが、店長の机にも置いて営業のサポートにも役立つようにした。

CHECK 1 チームマーチャングデザイン

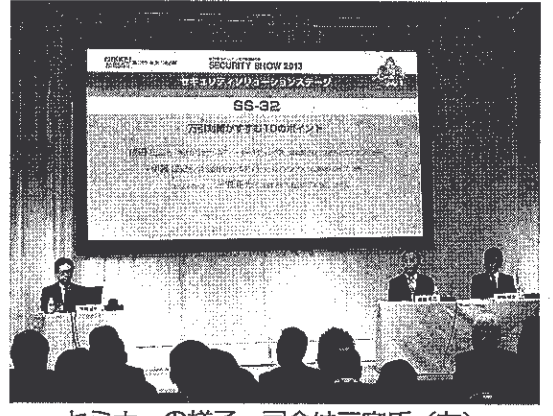
成田氏は効果をあげている万引対策システムの構築について次のように話した。「今回紹介している万引対策システムは自分たちだけで開発したものではない。当社では『チームマーチャングデザイン』と名付けているが、例えば商品開発をするときに素材メーカー、陳列メーカー、売場担当者など関係者をすべて集めてチームを作って話し合うことにしている。その方法を警備についてもとった。主要な取引先約10社の警備会社、監視カメラメーカー、ほかにセキュリティ関係のメーカーなどに集まってもらって話し合い、皆で今の防犯システムを作り上げた」。

CHECK 2 人と監視カメラとの連携プレイが効果的

伊藤氏は「人とカメラの相乗効果」について、自社の事例として次のように話した。「もともと監視カメラは、盗難抑止と犯行後の検証として使われていた。もっとリアルに活用しようということで、まず名称を『カメラ監視システム』から『営業サポートシステム』に変えた。そして防犯だけではなく販促活動、レジの混雑具合、イベントなどを撮影し、営業のサポートに使える仕組みに変え

解説

効果的な万引対策という点、保安による巡回・監視を想定してしまいがちだ。しかし従業員が丸となって客に関心に向けて「接客の強化」で品減を約4割減少させたイトヨーカドーの試みは、「ゴロンブスの卵」的な発想。関係者が知恵を出し合い作り上げた独自の取組みは得るものが多い。本紙では今後も、効果を紹介している万引対策の実例を紹介していきたい。



セミナーの様子。司会是三宅氏(左)