

# 大学生のカスタマーハラスメントに対する 意識調査および分析

中 村 智 彦

## 1.1 はじめに

カスタマーハラスメントとは、「顧客による従業員への嫌がらせや迷惑行為」を意味する。英語の customer と harassment を組み合わせた和製英語である。英語圏では harassment by a customer などと表記されることが多いが、最近では customer harassment という表記も見られるようになってきている。

一般的にカスタマーハラスメントとは、顧客や取引先が、その優位性を利用して、従業員に対して暴言や性的発言を加えたり、企業に対して長時間の電話によるクレームを行ったり、瑕疵のない商品の返品や交換、特別な待遇の要求をしたりする迷惑行為を指す。インターネットの普及により、不当な要求に対する従業員の対応や個人情報をインターネット上に掲載するなどといった二次的な被害も増加している。

しかしながら、厚生労働省などによる2021年度中に企業向けのカスタマーハラスメント対策マニュアルの作成が予定されているものの、現状ではカスタマーハラスメントに関しては、公的な定義がない。そうした中で、「クレーマー」という言葉が先に定着し、「クレーム」そのものが理不尽なものであるとの誤解を呼んでいるという批判もある。企業側の商品の品質やサービスに関して問題があり、それに対して消費者は正当なクレームを行う権利はある。そのため、例えば、全国繊維化学食品流通サービス一般労働組合同盟（以下、UA ゼンセン）では、「正当なクレーム」と「悪質クレーム」と区別し、「要求内容、又は、要求態度が社会通念に照らして著しく不相当であるクレーム」<sup>1)</sup>と定義付けている。

## 1.2 消費生活相談件数

日本では、顧客による従業員への嫌がらせや迷惑行為に関する問題は古くからあるものの、カスタマーハラスメントとして注目されるようになったのは2000年頃からだと考えられる。カスタマーハラスメントの件数に関する統計はないため、参考として全国の消費生活センター等に寄せられた消費生活相談件数（図1）を見てみる。

消費生活相談件数は、2000年代に入り架空請求に関する相談件数が急増したこともあり、2004年度には192.0万件を記録する。その後、減少傾向となるが、2008年度頃から横ばい状態となり、90万件で推移している。このように相談件数が横ばいもしくは微増傾向を見せていることは、企業に対するクレームや要望が横ばいもしくは微増傾向にあることをうかがわせるものである。

---

1) UA ゼンセン全国繊維化学食品流通サービス一般労働組合同盟、「悪質クレームの定義とその対応に関するガイドライン」、2017年8月

さらに販売形態別の相談件数(表1)を見ると、ネット通販などの急増もあり、店舗外販売が、最近では約50%を占めているのに対して、店舗販売も約20%超を占めている。2019年度の店舗購入の際の相談内容、すなわちトラブルは「契約・解約」についてが、最も多く約70%を占めているが、その次に来るのが「接客対応」の24.7%であり、店頭でのトラブルの多さを推察させる結果となっている。(表2)

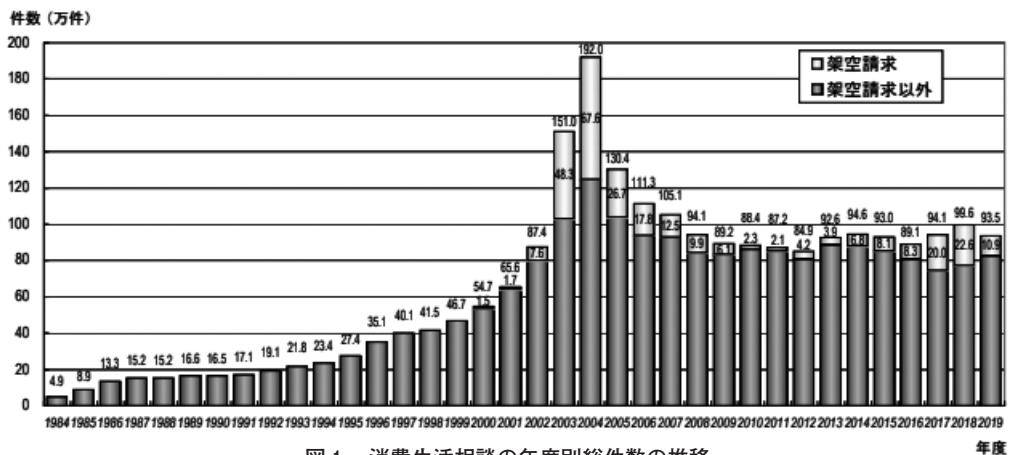


図1 消費生活相談の年度別総件数の推移

注：架空請求の件数は2000年度以降集計している。  
出所：「消費生活年報2020」、独立行政法人国民生活センター、2020年10月

### 1.3 カスタマーハラスメントの現況

カスタマーハラスメントについては、近年、社会問題として取り上げられるようになってきている。UA ゼンセンが2020年に発表した「悪質クレーム調査結果<sup>2)</sup>によると、流通小売業に従事する56.7%がカスタマーハラスメントの被害にあっているという高い割合となっている。また、「直近2年以内で迷惑行為の被害にどれくらいあったか」という問いに対しては、6回以上との回答が14.1%となっている。迷惑行為のきっかけとしては「顧客の不満のはげ口・嫌がらせ」だとしたのが33.1%と最も多くなっている。さらに、迷惑行為の経験によって引き起こされた心身の変化については、1.5%が「寝不足が続いた」、0.7%が「心療内科などに行った」など深刻な被害も出ていることが明らかになっている。

### 2.1 大学生に対するカスタマーハラスメントの調査の概要

流通小売業界は、非正規従業員の割合が5割を超すとされる。スーパーマーケット、コンビニエンスストアなどは、大学生のアルバイト先として一般的である。そのため、今回、大学生に対して、カスタマーハラスメントに関するアンケートを実施し、その結果を分析するとともに、先行調査を参考に考察を行うこととした。調査の概要は下記の通りである。

2) UA ゼンセン全国繊維化学食品流通サービス一般労働組合同盟「悪質クレーム対策(迷惑行為)アンケート調査結果2020年版」、2020年10月

表1 消費生活相談の販売形態別推移

年度	販売形態 年度別 総件数	店舗購入		店舗外販売
		上段：件数	下段：割合 (%)	
2010	884,233 (100.0)	321,564 (36.4)		422,942 (47.8)
2011	871,907 (100.0)	285,630 (32.8)		449,668 (51.6)
2012	848,675 (100.0)	268,378 (31.6)		444,885 (52.4)
2013	925,842 (100.0)	275,626 (29.8)		501,069 (54.1)
2014	946,233 (100.0)	267,646 (28.3)		525,345 (55.5)
2015	929,991 (100.0)	262,421 (28.2)		519,125 (55.8)
2016	890,711 (100.0)	242,721 (27.3)		505,202 (56.7)
2017	941,445 (100.0)	227,670 (24.2)		483,159 (51.3)
2018	996,498 (100.0)	216,564 (21.7)		461,032 (46.3)
2019	934,944 (100.0)	211,413 (22.6)		469,057 (50.2)

(注1) 表中の割合は年度別総件数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

(注2) 「店舗外販売」とは、販売購入形態のうち「店舗購入」と「不明・無関係」を除いた、「訪問販売」「通信販売」「マルチ取引」「電話勧誘販売」「ネガティブ・オプション」「訪問購入」「その他無店舗販売」の形態。

(注3) 「訪問販売」には「家庭訪販」「アポイントメントセールス」「S F 商法」「キャッチセールス」などが含まれる。

(注4) 2013年2月21日以降、特定商取引法改正により「訪問購入」を新設した。

出所：「消費生活年報2020」、独立行政法人国民生活センター、2020年10月

表2 店舗購入に関する相談内容分類 (2019年度)

販売形態	内容別分類 件数	安全・衛生	役品質・機能、 役品質	法規・基準	価格・料金	計量・量目	表示・広告	販売方法	契約・解約	接客対応	包装・容器	施設・設備
		上段：件数 下段：割合 (%)										
店舗購入	211,413	13,667 (6.5)	50,710 (24.0)	7,371 (3.5)	44,754 (21.2)	488 (0.2)	8,503 (4.0)	40,770 (19.3)	149,294 (70.6)	52,183 (24.7)	351 (0.2)	681 (0.3)

(注1) 表中の割合は各形態別の全体数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。ただし、内容別分類は複数回答項目のため合計しても100とにならない。

出所：「消費生活年報2020」、独立行政法人国民生活センター、2020年10月

**調査目的** 流通小売業界において問題となっているカスタマーハラスメントに関して、アルバイトとして働くことの多い大学生に対して調査し、アルバイトとしての視点と、就職活動を行う立場としての両面からその実態を明らかにすることを目標とした。また、自由記述では、カスタマーハラスメントを防ぐためにはどのような方法が考えられるかも、学生の視点からの提案を尋ねた。

**調査対象** 大阪および神戸の大学に在学中の大学生3年生および4年生

**調査期間** 2021年7月20日～31日

**調査方法** オンライン上に作成したアンケートに各自で回答<sup>3)</sup>

**有効回答数** 228名（日本人学生207名 外国人留学生21名）

## 2.2 アンケート結果

### 2.2.1 アルバイト先

学生たちのアルバイト先では、飲食店が50.4%と最も多くなっている。しかし、コンビニ、スーパーマーケット、ドラッグストア、家電量販店などを合計すると48%と小売店でのアルバイト経験者数は、飲食店のそれとほぼ同数となっている。（図2）

これらから見ても、流通小売業は学生たちにとって、アルバイト先として身近な存在であることが理解できる。

それだけに、アルバイト先での体験は、その後の就職先を検討する際に大きく影響していることが理解できる。

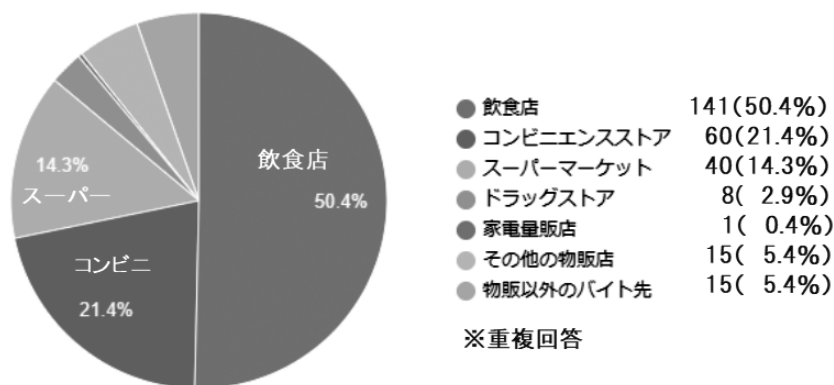


図2 アルバイトをした経験がある先

### 2.2.2 カスタマーハラスメントの目撃

「カスタマーハラスメントと思われる行為を目撃したことはありますか?」という質問に対して、「ある」と回答した学生は全体のほぼ半分に当たる53.1%という高い割合になっている。（図3）

ほぼ2人に1人が、カスタマーハラスメントの現場を目撃しており、カスタマーハラスメントが頻発していることが理解できる。

3) 関西大学 LMS システム、神戸国際大学 MOODLE システム、Google フォームを併用した。

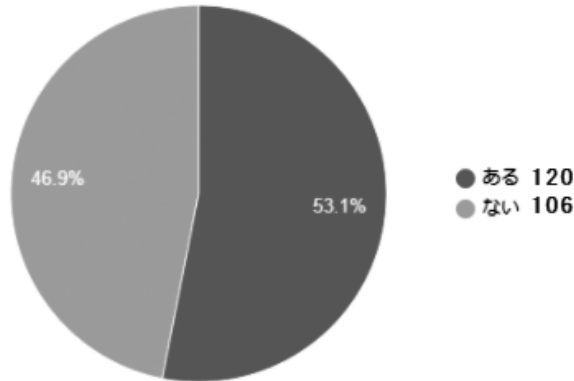


図3 カスタマーハラスメントと思われる行為を目撃したことはありますか

### 2.2.3 カスタマーハラスメント被害経験

実際にアルバイトなどで学生が「被害者」となった経験があると回答しているのは、31.9%となっている。(図4) ほぼ3人にひとりの割合となっており、ここでもカスタマーハラスメントの被害が拡大していることが理解できる。

自由記述においても、「できるだけ自発的に誤りを認めて、顧客と衝突しないようにする」、「バイトをしない方が良い」、「アルバイト先の上司からはクレームを言われた際はとりあえず謝罪をし、責任者に対応してもらおうように言われます」といった意見や、留学生からは、日本特有の「客は神様」という発想が根底にあるのではないかという指摘が複数見られた。

カスタマーハラスメントに関しては、UA ゼンセンやその他の調査結果など<sup>4)</sup>を見ても、接客業での従業者のうちほぼ半数が「受けたことがある」と回答しており、深刻な問題となっていることが理解できる。

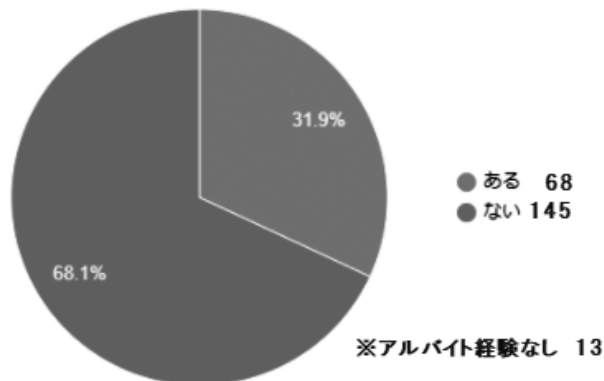


図4 カスタマーハラスメントと思われる行為を受けたことがありますか？

4) 「接客業経験者のうち約半数となる47.1%の人が「ある」と回答」、株式会社エアトリ、「『カスタマーハラスメント』に関するアンケート調査」、2019年12月など、各種調査でもほぼ半分から60%程度の従業者がカスタマーハラスメントを受けたと回答している。

## 2.2.4 「カスタマーハラスメント」の認知度

カスタマーハラスメントに関しては、マスコミで取り上げられるなど社会問題化していると考えられるが、今回の調査から学生たちの認知度を見ると、39.2%が「知らなかった」と回答しており、29.1%が「聞いたことがあるが、はっきりとは知らなかった」と回答しており、68.3%と約7割の学生が今回の調査時までは知らなかったということになる。(図5)

「知っている」と回答している学生のうちでも、「聞いたことがあるが、はっきりとは知らなかった」とする学生が11%であり、「内容も知っている」とする学生は20.7%に過ぎない。

「カスタマーハラスメント」の認知度は依然として低いことが理解される。アンケートの自由記述においても、カスタマーハラスメントに関する広報やPR、教育などを求める意見が求める意見が数多く見られた。

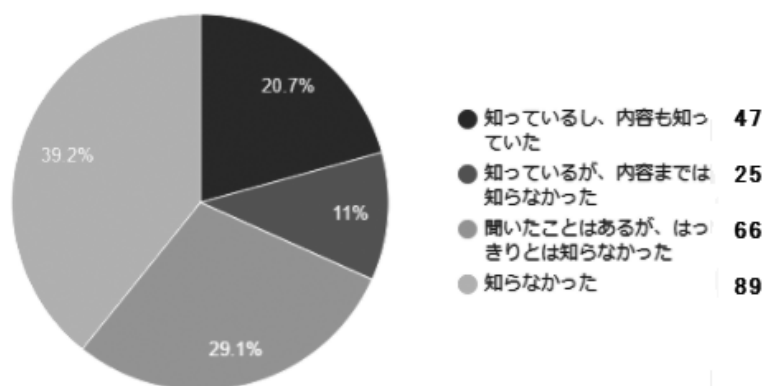


図5 「カスタマーハラスメント」(カスハラ)という言葉を知っていましたか？

## 2.2.5 バイト先のカスタマーハラスメント対策

カスタマーハラスメントが社会問題化するにしたがって、企業側の対応が求められる状況となっている。2019年5月末に成立した「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律等の一部を改正する法律」の附帯決議において、カスタマーハラスメント防止に向けて必要な措置を講ずることと記載された。<sup>5)</sup>

さらに、2021年1月からは厚生労働省、農林水産省、経済産業省、国土交通省などにより「顧客等からの著しい迷惑行為の防止対策の推進に係る関係省庁連携会議」が開催されている。また、厚生労働省は、各省庁間の連携を元に2021年度中に企業向けのカスタマーハラスメント対策マニュアルを作成するとしている。<sup>6)</sup>

今回のアンケート結果(図6)によると、アルバイト先においてカスタマーハラスメント対策が採られていると回答した学生は、13.4%のみであり、「対策はない」(21.8%)、「あるかどうか知らない」(64.9%)となっている。自由記述でも、こうした状況を反映し、マニュアルの整備や研修、教育の必要性を指摘する意見が多く見られた。

5) 衆議院、第198回国会閣法第38号付帯決議「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律等の一部を改正する法律案に対する附帯決議」の七-1「自社の労働者が取引先、顧客等の第三者から受けたハラスメント及び自社の労働者が取引先に対して行ったハラスメントも雇用管理上の配慮が求められること。」

6) 厚生労働省、「第1回 顧客等からの著しい迷惑行為の防止対策の推進に係る関係省庁連携会議・資料」、2021年1月21日。



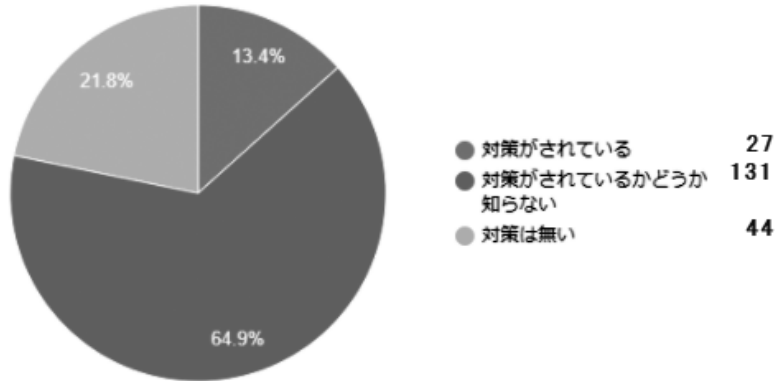


図6 あなたのアルバイト先では「カスタマーハラスメント」対策をしていますか？

株式会社エス・ピー・ネットワークが「営業・販売、一般事務、専門職、総務・人事、カスタマーサポート、顧客管理・品質管理、技術・設計、情報処理システム、生産・製造等」に従事する全国の20代から60代の男女に対して行ったアンケート調査結果<sup>7)</sup>によれば、図7のように「顧客対応全般に関するマニュアル」が作成されていると回答した人は約30%にとどまり、「作成されておらず、作成する予定もない」と回答している人が50%を超している。さらに、「マニュアルが作成されている」と回答している場合でも、カスタマーハラスメントに対応しているかという質問に対しては、「対応しており、内容も十分である」としているのは約30%となっている。(図8) また、UA ゼンセンの調査<sup>8)</sup>においても、迷惑行為への対策について「マニュアルの整備」がなされているとの回答は27.9%となっている。

このように企業におけるカスタマーハラスメントの対応は依然として進んでいないことが理解され、自由記述においても、対応マニュアルの整備を求める意見が見られた。

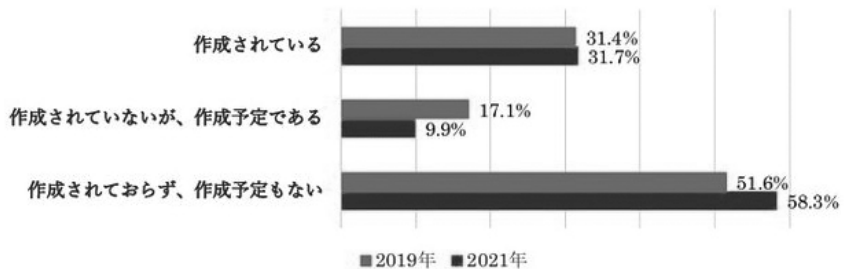


図7 「あなたがお勤めの会社では顧客対応全般に関するマニュアルは作成されていますか？」(2019年、2021年共に n = 1030)

出所：株式会社エス・ピー・ネットワーク「カスタマーハラスメント実態調査(2021年)」2021年4月15日

### 2.2.6 カスタマーハラスメント行為の経験

これまでの調査では、調査対象者が「被害者」であることを前提としてきたが、今回「加害者」となっている可能性について、問うた。ウェブ上でかつ匿名性を担保することを学生たちに知らせた上での調査だったために、率直な回答が得られたと考えられる。

7) 株式会社エス・ピー・ネットワーク「カスタマーハラスメント実態調査(2021年)」2021年4月15日。

8) UA ゼンセン流通部門「悪質クレーム対策(迷惑行為)アンケート調査結果2020年版」、2020年10月。

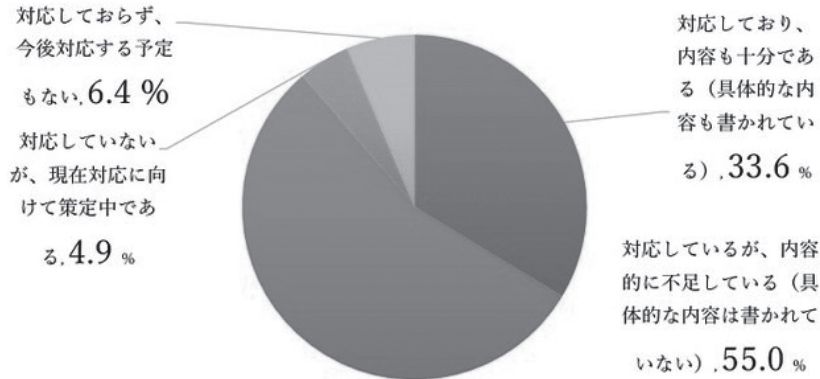


図8 「マニュアルが作成されている」と回答している方にお聞きします。そのマニュアルはカスタマーハラスメントに対応していますか？（n=327）

出所：株式会社エスピー・ネットワークカスタマーハラスメント実態調査（2021年）  
2021年4月15日

結果的には、ある（4.4%）、あるかもしれない（13.7%）となり、合計すると18.1%となった。（図9）内容については定かではないが、少なくとも自らがカスタマーハラスメントを行ったと感じている学生が、10人に1人超えることは、非常に重い結果となった。

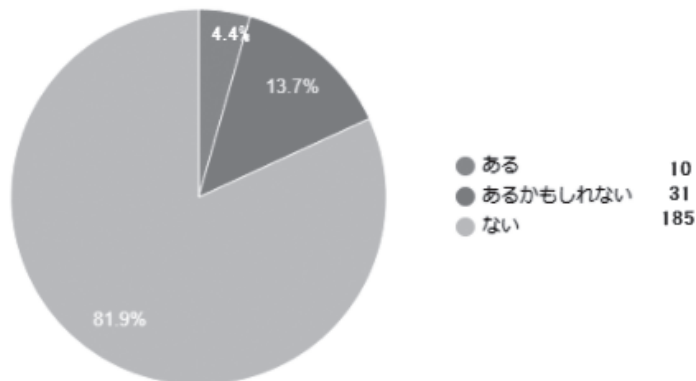


図9 あなた自身は、相手からカスタマーハラスメントととられる行為をしたことはありませんか？（あなたが加害者になったことはありませんか？）

株式会社エアトリが2019年12月に発表した『「カスタマーハラスメント」に関するアンケート調査』によれば、「カスタマーハラスメントを行ったことがありますか」という質問に対して「ある」と回答しているのは、全体の5.4%となっており、学生アンケートとはほぼ同じ結果となっている。（図10）

「カスタマーハラスメントした」もしくは「カスタマーハラスメントをしたかもしれない」と回答した学生のアルバイト経験を調べたところ、飲食店、スーパー、コンビニの順となった。（図11・図12）

さらに「カスタマーハラスメントした」もしくは「カスタマーハラスメントをしたかもしれない」と回答した学生が、カスタマーハラスメントされた経験があるかを調べたところ、「カスタマーハラスメントをしたことがある」と回答した学生の全員が、「カスタマーハラスメント被害を受けた」と回答している。また、「カスタマーハラスメントをしたかもしれない」と回答して



大学生のカスタマーハラスメントに対する意識調査および分析

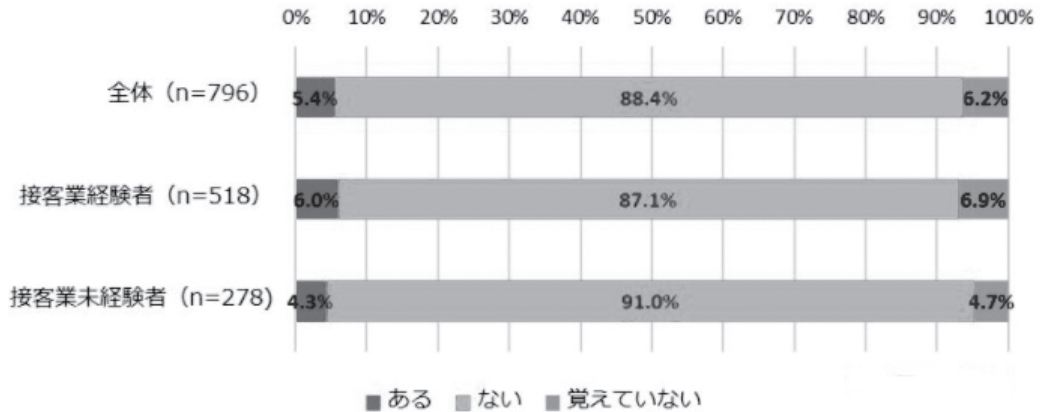


図10 「カスタマーハラスメント」を行ったことはありますか？

出所：株式会社エアトリ、「『カスタマーハラスメント』に関するアンケート調査」、2019年12月

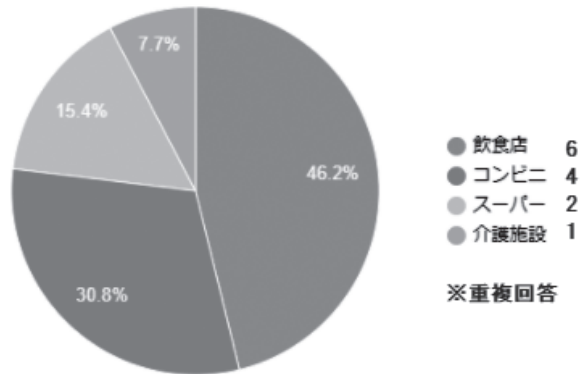


図11 カスハラに加害者になったと回答した学生のバイト先

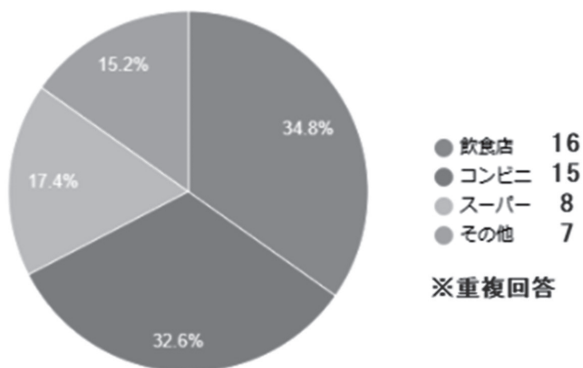


図12 カスハラに加害者になったかもしれないと回答した学生のバイト先

いる学生では、ほぼ半分が「カスタマーハラスメント被害を受けた」と回答している。(表3) 被害者としての経験がありながら、加害者となっているわけで、カスタマーハラスメント問題の根深さが現れている。先に挙げた株式会社エアトリの調査<sup>9)</sup>でも、「カスタマーハラスメントを行ったことがありますか」という質問に対して、接客業未体験者が4.3%なのに対して、接客業体験者は6.0%と高くなっている。

表3 カスハラをした学生のカスハラ被害の有無

カスハラを	したかもしれない	したことがある
受けたことがある	14 (45%)	10 (100%)
受けたことが無い	15 (48%)	0
バイトをしていない	2 (6.5%)	0
計	31 (100%)	10

### 2.2.7 加害者の年齢層と性別

加害者の年齢層と性別については、壮年層(50-60歳代)男性が25.3%と最多であった。世代別に見ると、壮年層(50-60歳代)が42.4%と最も多く、ついで中年層(30-40歳代)が31.3%、高齢層(70歳代以上)が21.0%となっており、学生たちと同世代の若年層が最も少ない5.2%となった。(表4)

UA ゼンセンの調査<sup>10)</sup>では、「50歳代が30.8%、60歳代が28.0%、40歳代が18.9%、70歳代以上が11.5%」となっており、エアトリの調査<sup>11)</sup>では「加害者の年齢層と性別については、50代男性(33.6%)が最多。40代男性(32.8%)や60代男性(25.8%)も上位を占めた。40代女性(20.5%)や30代女性(15.2%)など、女性の加害者も一定数存在」していると指摘している。

いずれの調査においても、加害者側の年齢層と性別については、50歳代、60歳代といった壮年層の男性が最も多い結果となっている。

表4 カスハラ加害者はどのような人か

	若年層 (10-20歳代)	中年層 (30-40歳代)	壮年層 (50-60歳代)	高齢層 (70歳代以上)
男性	16 (2.6%)	101 (16.5%)	155 (25.3%)	79 (12.9%)
女性	16 (2.6%)	91 (14.9%)	105 (17.1%)	50 (8.2%)
合計	32 (5.2%)	192 (31.3%)	260 (42.4%)	129 (21.0%)
				613 (100%)

### 2.2.8 就職検討への影響

回答者の218名のうち、流通小売業界がもともと就活対象に入っていないとした学生は67名(全体の29.8%)となっている。

9) 株式会社エアトリ、『「カスタマーハラスメント」に関するアンケート調査』、2019年12月。

10) UA ゼンセン流通部門「悪質クレーム対策(迷惑行為)アンケート調査結果2020年版」、2020年10月。

11) 株式会社エアトリ、『「カスタマーハラスメント」に関するアンケート調査』、2019年12月。

流通小売業界への就職を検討した学生158名のうち、カスタマーハラスメントが就職を検討する際に「大きく影響する(した)」との回答は12.0%、「多少影響する(した)」との回答は46.8%となり、合計58.8%の学生が影響すると考えている。(図13)

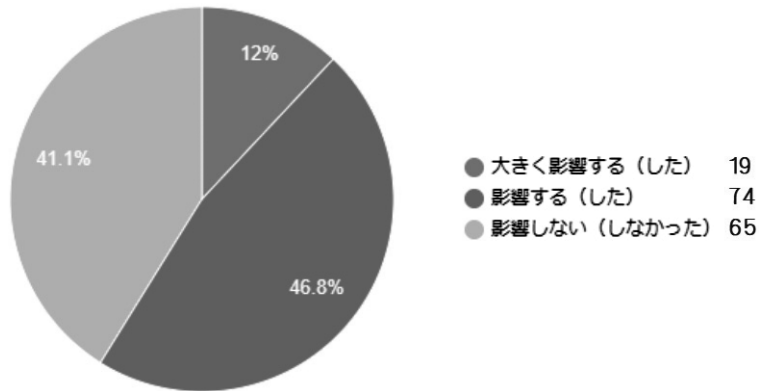


図13 流通小売業界への就職を検討した際にカスタマーハラスメントは影響しましたか

### 2.2.9 カスタマーハラスメントの対策

アンケートでは、「カスタマーハラスメントを防ぐために、どのような対策を採るべきだと思いますか」と問い、回答は自由記述とした。

回答は多岐に及んだが、内容によって分類すると、「マニュアル・研修・対応方法の整備」が40件と目立って多く、「警告の掲示」が19件、「正社員および企業としての対応」18件と「PR・広報」がそれぞれ18件、「防犯設備等の充実」が13件、「名札・従業員の安全確保」が5件と、雇用側である企業の対応に対しての指摘が多かった。その一方で、「法整備・罰則の強化」が14件、「警察への通報・警備の強化」が12件とカスタマーハラスメントに対しての法整備や厳罰化を指摘する意見も多く出された。さらに、「発想の転換・対応の改善・その他」に分類した記述も47件と数多く寄せられ、学生たちのアルバイト先として一般的な流通小売業界の問題に対する関心の高さを示すものとなった。

これら学生たちの意見を集約すると、カスタマーハラスメントの対策として、まずは企業側によるマニュアルや研修、防犯設備の充実を指摘する意見が多く、それに加えて法整備などの罰則による公的な支援、そしてさらには社会的な認知と発想の転換が必要であることが理解できる。同時に、ここまで学生たちの関心が高いことは、カスタマーハラスメントの問題が広範囲に拡大し、深刻化していることの現れであることも理解しておかねばならない。

## 3.1 まとめ

今回の学生へのアンケート調査では、アルバイト先などでカスタマーハラスメントを目撃したことがある学生は2人に1人、カスタマーハラスメントを受けたことがある学生は3人に1人となっており、学生たちにとっても大きな問題となっていることが明らかになった。

一方で、バイト先でカスタマーハラスメント対策が採られていると回答した学生は、全体のわずか1割程度となっており、企業側の対応が求められる結果となっている。

こうした状況で、流通小売業界への就職を検討した学生のうち、カスタマーハラスメントが影

響すると回答した学生は全体の6割に及んでいることが判った。

日本の生産年齢人口（15歳～64歳）は1995年をピークに、総人口も2008年をピークにそれぞれ減少が続いている。生産年齢人口の減少は、労働力不足に直結する問題で、今後、深刻な問題となる。流通小売業界は、これまでも労働力不足に悩まされてきた業界であり、1980年代後半から主婦のパート雇用、2010年代からは退職した高齢者の再雇用やパート雇用などで労働力を補ってきた。しかし、生産年齢人口の減少が顕在化し、女性の就業率の上昇や結婚や出産に伴う退職者が減少していく中で、専業主婦世帯数は大幅に減少し、パート雇用は厳しい状況となっている。<sup>12)</sup> さらに、2020年代に入り、それまで退職後にアルバイトやパートで勤務を続けてきた人口の多い団塊の世代が70歳代となり、退職が続いたことで、流通小売業界では労働力不足問題が、より深刻化している。

こうした中で、安定した労働力確保を目指すために、労働環境の改善に多くの企業が取り組むようになり、その中で職場におけるハラスメントが社会問題として取り上げられるようになった。政府も2019年5月に成立した「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律等の一部を改正する法律」（令和元年法律第24号）において、ハラスメント対策を強化した。同法の改正により、労働施策総合推進法等も改正され、事業主に対して、職場におけるパワーハラスメント防止のために雇用管理上講ずべき措置の義務付けなどが行われた。<sup>13)</sup>

こうした動きに厚生労働省は、職場におけるパワーハラスメント対策について、「事業主が職場における優越的な関係を背景とした言動に起因する問題に関して雇用管理上講ずべき措置等についての指針（令和2年厚生労働省告示第5号）」を制定した。<sup>14)</sup> この指針において、「優越的な関係を背景とした言動に起因する問題」として、「顧客等からの著しい迷惑行為」についても、事業主が雇用管理上の配慮を行うべきことが示された。

顧客からの迷惑行為は、従来、女性従業員に対する性的な嫌がらせなどが欧米諸国でも問題とされてきた。しかし、男性顧客から女性従業員に対する「優越的な関係を背景」とした迷惑行為だけではなく、近年では女性はもちろん学生、外国人、高齢者などの従業員が増加したことで、「優越的な関係」が多様化してきていると言える。

こうした中で流通小売業界として、大きな問題となるのは、学生たちがアルバイトで接客業に従事することで、カスタマーハラスメントを受けたり、目撃することで流通小売業界への就職を躊躇することである。学生たちの自由記述には、法整備、罰則強化や社内マニュアル作成、社会への告知など幅広い指摘がなされており、関心の高さを示している。

しかし、今回のアンケート結果において、非常に問題となるのはカスタマーハラスメントと取られる行為をした経験がある学生は10人に1人もいるという事実である。さらに「ある」と回答した学生のすべてがカスタマーハラスメントの被害者でもあると回答している点である。

その一つである株式会社エアトリの調査結果では、接客業未経験者に比べて接客業経験者はカスタマーハラスメントをしたことが「ある」と回答した割合が高いことを指摘している。さらに、その理由が、「接客業未経験者の1位は「商品・サービスがあまりにひどかった」（58.3%）と商品・サービスの“質”が要因だったのに対し、接客業経験者は「従業員の態度が悪かった」（71.0%）が1位」であるとし、「従業員の謝罪態度が気に入らなかった」も接客業未経験者は0%だった

12) 1980年には1,100万世帯超だった専業主婦世帯は、2020年には約571万世帯とほぼ半減している。逆に共働き世帯は、約600万世帯から約1240万世帯へと倍増している。専業主婦世帯と共働き世帯の数が逆転したのは、1990年代である。

13) 2020年6月施行。

14) 2020年1月告示、6月適用。

一方で、接客業経験者は29.0%」と大きく差が開いていることも明らかにしている。これらから、「接客業経験者は経験があるからこそ従業員に対して厳しい目を向け、不満を抱くよう」であると分析している。

今回のアンケートの被害者でもあり加害者でもあるという「憎悪の連鎖」を示唆する結果は、一般の接客業経験者を対象とした他のアンケート結果でも同様であることから、「加害者への対策」だけでなく、「被害者が加害者にならぬような対策」も念頭に入れておく必要がある。

今回のアンケート結果からは、現在、政府や関係団体で進められているカスタマーハラスメントに対する法整備はもちろんのこと、社会問題として広範な議論と取り組みが必要であることが理解される。

最後になりましたが、今回のアンケート調査および分析に対して、多くの示唆と協力をいただいた今井慎哉氏、宮島佳子氏をはじめとする UA ゼンセン全国繊維化学食品流通サービス一般労働組合同盟のみなさまに心から御礼を申し上げます。

#### 参考文献

- ・ A.R. ホックシールド、石川准（訳）、室伏亜紀（訳）、「管理される心 感情が商品になるとき」、世界思想社、2000年4月。
- ・ 池内裕美、「なぜ「カスタマーハラスメント」は起きるのか」、『情報の科学と技術』、70巻10号、一般社団法人 情報科学技術協会、2020年10月。
- ・ 桐生正幸、「悪質クレーム対策（迷惑行為）アンケート調査分析結果・迷惑行為被害によるストレス対処及び悪質クレーム行為の明確化について」UA ゼンセン全国繊維化学食品流通サービス一般労働組合同盟、2020年12月。
- ・ 厚生労働省、「事業主が職場における優越的な関係を背景とした言動に起因する問題に関して雇用管理上講ずべき措置等についての指針案要綱」、2019年12月23日。
- ・ 三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング、「消費者・事業者間の円滑なコミュニケーション等に関する調査報告書」、2021年3月。
- ・ 株式会社エス・ピー・ネットワーク、「カスタマーハラスメント実態調査（2021年）」、2021年4月15日。
- ・ UA ゼンセン全国繊維化学食品流通サービス一般労働組合同盟、「悪質クレームの定義とその対応に関するガイドライン・初版」、2017年8月。
- ・ UA ゼンセン全国繊維化学食品流通サービス一般労働組合同盟、「悪質クレーム対策（迷惑行為）アンケート調査結果」、2017年10月。
- ・ UA ゼンセン全国繊維化学食品流通サービス一般労働組合同盟・UNI Global Union、「小売業の職場における労働者に対する暴力やハラスメントガイドライン」、2019年2月。
- ・ UA ゼンセン全国繊維化学食品流通サービス一般労働組合同盟、「顧客からのハラスメントの定義とその対応に関するガイドライン第2版」、2020年7月。
- ・ UA ゼンセン全国繊維化学食品流通サービス一般労働組合同盟、「悪質クレーム対策（迷惑行為）アンケート調査結果」、2020年10月。
- ・ UA ゼンセン全国繊維化学食品流通サービス一般労働組合同盟、「一般消費者意識調査結果報告書」、2021年7月。

#### 資料①アンケート自由記述

「カスタマーハラスメントを防ぐためには、どのような対策を採るべきだと思いますか。あなたの考えを教えてください。」

**【法整備・罰則の強化】**

- ・法律で厳しく罰するとよい。
- ・罰則をしても減らないのであれば、罪を重くしていく
- ・取り締まる法律があるべきだ
- ・相応の法律政策を制定する対策を採るべきだと思います。
- ・関連の法律を作るべきだと思います。
- ・関係法律を出して、労働者の合法的權益を守る。
- ・法律を制定し、顧客ブラックリストを導入する
- ・そもそも防ぐためには厳罰化し抑止力を高めるしかないと思う。
- ・詳しい話を聞き、罰金制度を設ける
- ・もっと周りの人が行動するという自覚を持ったり、法律で罰せられるなどをしたらカスタマーハラスメントは減ると思う。
- ・関連の法律を公布します。
- ・国全体でハラスメントに対する意識を高めるため、カスタマーハラスメントへの厳罰化を強化するような法律または条例を施策するべきだと思います。
- ・カスタマーハラスメントをした人に対しての罰則を強くする、客と店員に上下関係はないということ浸透させることが対策になると考える。カスタマーハラスメントをする人の多くは、「お客様は神様」という考えを店員に押し付ける人が多いと思う。この考えは店側がお客に対しての考えであるのに、はき違えている。まずは、そのイメージを変えていくことが大切で、罰則を強めることで数は減ると考える。

**【警察への通報・警備の強化】**

- ・警察や警備員の巡回が効果的だと考える。
- ・直ぐに警察や上司を呼ぶなど。また、言い返すことが出来なさそうな女性などを狙っているイメージがあるので、店員が助けを呼ぶ際には体格のよい警備員にしてもらうなど、視覚的に対策することも重要かと考える。
- ・あまりに騒ぐようだと警察を呼ぶように警告する
- ・警察官や警備員の巡回指導
- ・悪質クレームは犯罪することになるなら。やはり、警察を呼ぶのは一番有効な解決手段と思う。
- ・警察を配置する
- ・警察に対応してもらえようにする
- ・もしカスタマーハラスメントが有れば、すぐ警察に逮捕されるべき
- ・警備員を目の見える位置に配置する。
- ・カスタマーハラスメントをする人は、自分たちが正しい行動をしているという認識でやっていると思うため、どのような行為がカスタマーハラスメントに該当するかどうかを店に張り紙を貼り防止するのがいいと思います。それでも、する人に対しては、店側には非がないため、相手に対して謝ったり低姿勢な態度をとるというよりも、強く注意をしたり、ひどい場合は警察に通報したりするなどの対応をすることが大切であると思います
- ・カスタマーハラスメントをするような人はいなくなると思うので、従業員を守ることでできるような環境を作ることが必要であると思います。具体的な策としては、警備員をすぐ呼べるような仕組みづくりや、警察にすぐ通報などの対策が必要であると感じます。



- ・原因を確認したうえで違法ならすぐ警察に通報する。
- ・謝るだけでなく、理由をしっかりと説明し対応する。それがダメなら警察と連携し、取り締まってもらう。

#### 【警告の掲示】

- ・注意書きをしておく
- ・あまりにもひどい場合は、「念のため録音させていただきます」ということで当事者は犯罪にならないし、カスタマーハラスメントを酷くさせない効果があるのかなと思いました。また、YouTube 広告などで注意を呼びかけ、犯罪になりうるということを伝える動画をあげることで、カスタマーハラスメントを広めるきっかけにもなると思うので、効果があると思います。
- ・私の考えとしては、すべてのお店に防犯カメラを設置することや、注意書きの張り紙を張ることです。そして、お客様が思いやりの気持ちを持つことです。お客様は神様ではないし、店員さんの方々も人間なので、ひどい罵声を浴びせられると、心が傷つくと思います。なので、お客様は店員さんを敬う気持ちで接することがとても大切なことだと私は思います。
- ・カスタマーハラスメントについてのポスターを掲示すること（内容によっては恐喝罪で罰せられる等の内容を盛り込む）が必要であると考えます。
- ・カスタマーハラスメントの結果を店に掲示する
- ・従業員は一切の責任を取りませんなどの張り紙をする
- ・貼り紙やネットでの注意呼びかけが考えられる
- ・店の入り口のアルコール置き場の真横にカスタマーハラスメントについての注意書きを張ることを提案します。アルコールを強制している店もあるので、目の付きやすさがあり、効果的だと思います。
- ・「従業員もひとりの人間です」というポスターを貼る。
- ・罰金があるということや警察に通報するといったことを予め店前や店内に広告を貼る等して知らせておく。
- ・カスタマーハラスメントのような行為は犯罪で懲役もしくは罰金が課せられるということを広告やお店の張り紙などによってより多くの人に知らせるなどの対策をするべきだと思います。
- ・私の考えは、全てのお店に防犯カメラを設置することや、注意書きの張り紙をお店の出入りに貼ることです。
- ・こういった行為はカスタマーハラスメントになるという警告を模した張り紙や広告を作成したりすると少しでも有効ではないかと思っています。
- ・このような動画を CM などで流したり、ポスターを貼ったりして、多くの人にカスタマーハラスメントを理解してもらうことが必要であると考えます。
- ・あまり過激な発言をすると罪が重くなることを知ってもらうためにスーパーやコンビニなど多く起こりそうなところのレジへポップを貼る。
- ・どのような罪に問われるか、ポスターなどを店内の目立つところに貼っておけばよいと思います。
- ・キャッチコピーにして、目立つところに貼っておいた方がいいかもしれません。
- ・基準を決め、カスタマーハラスメントを許さない姿勢を表示する。
- ・あらかじめ広告などになくなり次第終了などと張り紙をしたらいいと思います。

【マニュアル・研修・対応方法の整備】

- ・マニュアル作成
- ・マニュアルを作る
- ・社員に、カスタマーハラスメントを受けた際の対応を徹底して教えるべきだと思う。
- ・カスタマーハラスメントがあった場合にお客さんとどうやって行動すればいいかを店員に案内して貰うような説明会やセミナーなどをした方がいいと思います。そうして店員の場合したら、自分の店のことをよく理解できるようにしてもらわないといけないと思います。
- ・クレーム窓口を作る
- ・正当なクレームとハラスメントを区別できる仕組みを作る
- ・マニュアルなどを作っておく
- ・マニュアルを作成する。
- ・対策を準備する
- ・クレームは必ずいるので、理不尽なことを言われた場合の対応の仕方をマニュアル化し、どこから毅然とした対応を取るべきかの判断基準を明確にしておく必要があると思う
- ・社内研修で対策をする
- ・店の中で明確に対応を確立する。
- ・関連する知識の普及を改善します。
- ・カスタマーハラスメントがないよう事前にちゃんと人材育成をし、お客を満足させるようなサービスを組み立てる。
- ・お客様が思いやりの心を持つことだと思います。お客様は神様ではないし、店員さんも人間であり、ひどい罵声を浴びせられると傷つきます。なので、お客様は店員さんを敬う気持ちをもって接することも、私は大切だと思います。
- ・対応マニュアルを作成する
- ・しっかりとしたマニュアルを用意しておくべきである。
- ・一定数の迷惑客は避けられないので、対応を完全にマニュアル化し、アルバイトなどでも毅然とした対応をとりやすくするシステム作りが大事なのではないかと感じた。
- ・対応マニュアルの作成と共有
- ・対応マニュアルを作成する
- ・このような場面に遭遇した時のマニュアルを作成しておく
- ・カスタマーハラスメントを受けた際の対応についての指導が必要だと考える。
- ・ある一定のマニュアルを作り、そのマニュアルに従って行動する。雇用主が労働者の労働条件が非常に悪い状況ではないか確認する。あるいは、このようなハラスメントにあった際に、すぐに相談・対応することができる環境づくりを行うことが大切であると思う。
- ・マニュアルを作成しておき、法的措置をとるべきだと思う。
- ・ブラックリストの作成とその顧客を出禁にする。横柄な振る舞いをして店側が強気にできれば、その顧客は自分の欲求を満たせなくなると感じ防止できるようになると考える。
- ・一人で対応し続けないこと、過剰に対応しないこと、何かあればすぐに上司に報告することなど職場の環境づくり。すぐ報告ができるように日頃からの人間関係の構築を心掛ける。
- ・たとえ顧客の主張する内容が正しいとしても、従業員に対して土下座を求めるなどの度を越えた要求をしたり、暴言や暴行を働いたりする行為が見られた場合は、店舗は全力で従業員を守らなければならないと思う。

- ・ カスタマーハラスメントが減らすために自分の会社、店、ホテルとかで働いている人々と毎週ミーティングでどんなことに困っているのか、それを聞いたらなんか出てくると思う。
- ・ 店側がカスタマーハラスメントについての知識を身に着ける。
- ・ お客様がすべてだという姿勢であったとしても、限度を超えた顧客の言動には従ったり、謝り続ける必要はないと考える。そのため、店長や副店長などが対応して、カスタマーハラスメントをするようなお客の要望のすべてに応えるのではなく、そういったケースの対応マニュアルを作り、断る勇氣も必要だと思う。
- ・ カスタマーハラスメントに対する従業員向けのマニュアルを作成。カスタマーハラスメント対応マニュアルを作っておくことで、不条理なクレームを受けても冷静に対応でき、双方の話し合いによる解決が目指せると考える。
- ・ 商売の世界では、不手際と捉えられる行為があった場合は、謝罪が基本なので、しっかり対応マニュアルを従業員に徹底的に教育して、個人の人権を否定するような発言は防ぐようにすべきだと思う。
- ・ ある程度、マニュアルのようなものは作成しておき、それに沿って対応してもらうが、予想外のことが起きれば責任者に連絡をし、責任者が来るまでは臨機応変に対応してもらう。あることをすることによって、こちらに非が出てしまうようなことだけは絶対にしないようにだけ徹底しておく。例えば、動画撮影を何も言わずにさせてしまうなど。
- ・ 企業はカスタマーハラスメント対策部門を設定する
- ・ 自分でカスタマーハラスメントに関する法律知識を学ぶ
- ・ やはり防ぐためには一人一人のカスタマーハラスメントに対する思いを持っての方がいいかなと思った
- ・ 職場で情報を共有する。
- ・ その場その人によって対応を変えていると、それについてもまたクレームが起りかねないと思うからだ。また、事前に対処方法を従業員が把握しておくことでその場であたふたした隙を見せずに適切に対処することができると思う。
- ・ 映像に出て来たように、強要罪や威力業務用妨害などの法律を本社や社員だけでなく、パートやアルバイトにも軽く学んでもらう。それにより土下座などをせず、警察を呼んだり、適切な対応ができるようになると思います。
- ・ カウセリング

#### 【防犯設備等の充実】

- ・ カスタマーハラスメントを受けた際にはしっかりと記録（映像、音声）を残しておく。
- ・ 店内にカメラを設置して録音して証拠を保存します。
- ・ 「意見」として受け取る、会話の内容は録音しておく
- ・ なるべく AI に働かせる
- ・ AI 機械化
- ・ レジ周りに防犯カメラ等を設置し、録音・録画する。
- ・ 相談員もあればいいと思います
- ・ 防犯カメラなどを証拠に出して、その言ってきた人にとことん言い返して警察に突き出します。
- ・ 店内に監視カメラを設置して、常に証拠を残せる環境を作っておく
- ・ 電子マネーなどを多くして、個人情報というか、店側からも通報できるようにして、通報され

すぎると利用できなくするなどの制度があればいいと思います。

- ・近年のあおり運転の対策にドライブレコーダーが使われているように、監視カメラを設置して第三者にも見られるようにするのが最も良い方法なのではないかと考える。ただ、コストの問題があり、全ての店舗に備えるのは難しい。
- ・レジなどを無人化することで店員の負担を減らすような対策もとるべきであると思う。
- ・各店舗のレジ付近にも防犯カメラなどを設置し、常に監視している状態にしておくこともカスタマーハラスメントを防ぐ対策になるのではないかと考える。

#### 【PR・広報】

- ・カスタマーハラスメントについての事件をもっと多く報道することで、その危険性について認知してもらいしかない。
- ・カスタマーハラスメントを行った事件を实名付きでもっと多く大きく報道していくしかないと思う。
- ・カスタマーハラスメントをする人自身が考え方を変えないと何も話が進まないと思う。あえて口に出して、多くの人に知ってもらうようにしましょう
- ・もっと世間に犯罪行為ということを知らせていくことが対策になると私は考えます。
- ・もっとテレビや報道メディアでカスタマーハラスメントについて取り上げるべきだと思う。
- ・まず、カスタマーハラスメントの害を宣伝します。
- ・カスタマーハラスメントも処罰が下るのだと他のハラスメントと同様に認知されることが最も効果的な対策だと思う。よってカスタマーハラスメントでの事案などをメディアがもっと取り扱い言葉から浸透させることが重要だと考える。
- ・そもそもカスタマーハラスメントは認知されていない現状がある。店頭でのポスターの掲示、テレビCMの放映などまずは人々に知ってもらう活動が重要であると考えます。
- ・カスタマーハラスメントは犯罪になりうるという啓発や呼びかけを行う。
- ・実際、自分自身の行動がカスタマーハラスメントに該当するものと気づいていない、知らない人もいると思うのでCMやテレビ番組の中で放送してまず知名度を上げることが重要だと思う。
- ・顧客の情に訴えるものと、そういう行為をしたときに罰則があるという2パターンのポスターのようなものを店内に張って顧客の目につくようにするのも効果的だと考える。
- ・カスタマーハラスメントでの罰金をもっと周知させることが必要だと考える。テレビだけでなくSNSの広告でも知らせるべき。
- ・不備があった場合は、謝る必要はあるかもしれないが、カスタマーハラスメントに当たる行為があった場合は、下手に出て謝るのではなく、動画内の最後にあったような法律があるので、警察を呼ぶことなどの適切な対処を取る必要があると思います。また、このようなことが良くないということを、広告などを通じて伝えていく必要があると思います。
- ・悪質なカスタマーハラスメントは犯罪という認識を持ち、それに対する法律をしっかり認識しておくこと。あらかじめ店内に、悪質なクレームには法対応を取る、などの看板を作っておく。
- ・カスタマーハラスメントが強要罪をはじめとする罪に該当することの周知が大切だと考える。
- ・犯罪になる可能性があることを世間に広める。
- ・カスタマーハラスメントを防ぐためには、日頃から広告媒体やSNSなどを利用して、カスタマーハラスメントが法律に違反する行為だと多くの人々に認知させる必要があると考えます。

- ・カスタマーハラスメントという言葉を知らない人が多いと思う。現状カスタマーハラスメントが起きるかどうかは顧客の質に依存していると思う。どれだけ顧客対応に優れていても、一定数のクレームは生じる。顧客としての教養として、世間に一般的に知られるようにニュースや新聞、教育機関にて情報を発信するべき。

#### 【名札・従業員の安全確保】

- ・私の知っている対策では難解な漢字の名字を仮の名前として使用するという対策がありました。
- ・韓国では、名札に名前ではなく、「ウリタル」か「ウリアドル」（韓国語でうちの娘・息子という意味）って書いている店がある。結構多くの大手チェーン店でカスタマーハラスメントを防ぐため実行しているらしい。確か名札を見ると、自分からももっと優しく店員さんに対応できるようになる。店員さんも誰かの家族であるということ認識させるためには結構効果のある方法であると思う。
- ・無人レジ、または二人以上で接客
- ・名札に本名を使わない
- ・店舗や企業だけでどうこうすることはできないのかなと思う。ただ、このハラスメントが仕事が終わってからも影響しないようにする対策はできるだろう。例えば名札を偽名にしている例だ。

#### 【正社員および企業としての対応】

- ・働きやすい環境を作るべき
- ・厳しい対応で接することと、店から出入り禁止にする。
- ・店長や上司など立場が偉い人などが意思をしっかりと持ち、断ったりすることが大事だと思います。
- ・しっかりとしたお客様への対応をする。
- ・無闇矢鱈に謝らず、まず、すぐに時間帯責任者に引き継ぎ、カスタマーハラスメントととれる言動をした場合は毅然とした態度で警察に通報すると警告、やめない場合は問答無用で通報する。のが再発防止のためには理想であると思うが、実際にはそんな奴に時間を取る暇は無いことが多いので、無駄に煽ることなく謝ってなるべく早く退店してもらって事を大きくしない様に善処する。
- ・私は、アルバイト先の上司からはクレームを言われた際はとりあえず謝罪をし、責任者に対応してもらおうように言われますが、自分自身の考えでは、お店側に非がないと断定できる場合は、謝罪の必要はないと考えている。
- ・カスタマーハラスメントを受けた瞬間に事務所などを通して、話を聞く。
- ・周りにカスタマーハラスメントを仲裁する人を配置することで防げると思う。
- ・手に負えないお客さんがいたら、すぐに店長に助けてくれる
- ・これを悪質な行為をした人を顧客ブラックリストに引き入れて、またの来店を禁止するべきだと思います。
- ・お客様の要望に速やかに対応できる場合であれば対応し、できない場合は上のものに対応してもらおう。
- ・すぐに助けを呼べる状況を作る。



- ・法律上は店と客は平等なので、店側がクレームのブラックリストを作成し、出入り禁止にすることによって解決すると思われる。
- ・カスタマーハラスメントが起こったらすぐに、他のスタッフの何人かが駆けつけるのがいいと思います。
- ・大人数になると相手も少しは萎縮すると思います。
- ・お客様や取引先の不満が要因となり起こるため、それぞれの会社がなぜそのようなハラスメントが起きてしまうのか原因を考え、それを社内全員で共有すること、また、日頃からお客様や取引先と良好な関係を築くことが重要であると考えます。
- ・お客様にそのような行為をされても、同僚内で支える仕組み作りをするといった対策を採るべき。
- ・事前に対処方法を決めておくべきだと考える。

#### 【発想の転換・対応の改善・その他】

- ・客は神様という概念を無くすべき。
- ・客は神様思考をやめる
- ・まず、お客様は神様という概念を捨てる。
- ・カスタマーハラスメントが生じている原因として、お客様は神様や、やってもらって当然、こうでなければおかしいなどといった自分勝手な考え方が挙げられると思う。これらの行為がおかしいこと、罪に問われることが広まれば、自己の認識違いに気づき防ぐことができるのではないだろうか。
- ・日本のお客様が神様という文化を変えるべきだと思います
- ・このような背景にはやっぱりお客様は神様っていう考えをもっているんだとおもいます。だから一回自分が店側の立場で考えるようにすればいいとおもう。
- ・「ごめんなさい」、「申し訳ございません」ばかり言うだけではなく、勇気を持ってお客様がカスタマーハラスメントという行為を行ったら、罰金されると警告し、同僚に警察を呼んでもらう合図をお客様様にバレないようにこっそりと出すこと
- ・昔あったような「客は神様」という考えは捨て、客も従業員も立場は対等だということを周知させることが必要だと思います。カスタマーハラスメントをする人は恐らく自分は客だから従業員より上の立場にいるため、偉そうにできていると考えたからです。
- ・ミスが減らすのが大前提で自分の手に負えない問題なら上司に事情を話し引き継いでもらう。
- ・中国でカスタマーハラスメントをされたら、お客様を断れるけれど、日本ではお客様が大事なので、謝ることしかない。
- ・「お客様は神様」という考えがこういったカスタマーハラスメントを招いていると考えるので、店員側も客に対してある程度の反抗はすべきであると考えます。
- ・ただ謝って泣き寝入りせず、毅然とした態度で犯罪になることを伝える。
- ・日本の文化でどんな理由があってもお客様を逆らうことは絶対許さないと聞いていますが、無理やりのお客様に強制的な対策がなければ、カスタマーハラスメントという現象はより厳しくなるしかないと考えるので、「一方的に譲る」である考え方をやめることを政府や大手企業を始め、社会に広げるべきだと思う。そして、ハラスメントを受けた従業員にしっかり心理的な援助を提供すること（社内で医者やカウンセラーの設置）が必要だと思う。
- ・お店側がどれだけ反論しても大丈夫な環境を作るとは思いません。



- ・日ごろから顧客と対等の関係を築くことで、顧客からの一方的な圧力を受けることがなくなる上、正当なクレームだった場合に適切な対応がとれると考える。
- ・普段以上に顧客に寄り添うこと、一方でできないことはできないとしっかり理由も含め断るよう指導するべきだと考える。気が弱そうな従業員がターゲットにされているケースが多いと感じたので、「NO」と言える勇気を身に付けることも重要ではないかと思う。
- ・全員が心がけて行動する
- ・そのような消費者に対する措置を店員に伝えておき、毅然として対応させる
- ・常日頃からあのような事態にならないように気を付けるくらいしか浮かびません
- ・相手がお客様でもこっち（従業員）が弱みをみせると相手の思う壺なんで正々堂々と対応する
- ・責任を持つことが大事であると考えます。
- ・お客様への即時対応、謝罪
- ・話半分で対応する
- ・お客様を第一に考え最善を尽くす
- ・みんな人間だから誰にも、ちょっとだけでも優しくしてほしい。
- ・お互いモラルは守る。
- ・どんな場合であっても、ご不便を感じたお客さまに対して「当事者意識を持ち、心情理解を示す。次に事実を確認し」という基本手順通りに冷静かつ誠意をもって対応する姿勢が大切です。
- ・逆らうべきものは逆らうべきで、我慢はできないと思います
- ・このようなハラスメントは謝っても防ぐ事は出来ないと考えるので、この怒られている事の内容は私にとってプラスだと考える事が一番良いのではないかと考える。
- ・出来るだけ関わりを持たない。
- ・できるだけ自発的に誤りを認めて、顧客と衝突しないようにする。
- ・お客様の勘違いで閉館後にご来館され「開いていると思ってきたんだよ！」「早く手続きしろ！」などと怒鳴られたことがあります。カスタマーハラスメントの多くはお客様のやりたいこと、思っていたことと売り手側が提供できるサービスとの相違による不満からくるものだと思っています。そのため、なるべく提供できるサービスをお客様に説明しておく必要があると思います。私の例でいえば、ご入会時に閉館時間の説明、スーパーなどであればアプリなどで在庫を確認できるシステムを作るなどがあると思います。
- ・人それぞれが、コントロールすることで、なくなっていったらいいとおもいます。
- ・ああいったことをする人たち本人がその行為が間違っていると気付かない限りは、減らないし対策を取るのが難しいのではと考えた。
- ・自信を守ることが大切なこと
- ・いつもお客様の立場に立って考える。またはどんなクレームがあっても解決して二次会レームをしないように。
- ・まずは謝ります。冷静に対応します。
- ・個人事業主になるしかないと思います
- ・その会社スタッフの前に1人の人として思いやりの気持ちを持つ
- ・バイトしないほうがいい
- ・全員が相手の気持ちをしっかり考えて行動するべきである。
- ・そのような状況に遭遇した時には、客に厳しい態度をとってもよいのではないかと考える。ま

た、他の店員が問題のある客を止めるようにすべきであると考える。

- ・感情的にならず、論理的に会話をする必要があると思います。
- ・実際に発生しそうな場合は、毅然と対応し、相手が行おうとしていることが犯罪であるとはっきりと指摘することができるようにする。
- ・店側はお客様の要望をよく聞くようにして、客側は自分の意見が全て通ると言う考えを改めるようにすべきである
- ・従業員が丁寧接客するのが当たり前という常識をなくすべきであり、お客様の言うことが全て通ると言う考え方を改めるような世の中の動きが必要であるとおもう。
- ・一旦店長に伝えて対応してもらう。

### 【アンケート項目】

#### 商業問題（カスハラ）に関するアンケート

※回答は全て匿名になり、個人名や個人のメールアドレス、性別などが特定されることはありません。  
※このアンケートは、対象者が大学生者のみになります。

実施主体 神戸国際大学経済学部中村研究室

---

カスタマーハラスメントと思われる行為を目撃したことはありますか？

ある

ない

---

カスタマーハラスメントと思われる行為を、受けたことがありますか。  
(アルバイトなどで)

ある

ない

バイトなどをしたことがない

---

あなたは、次のうちどこでアルバイトをして経験がありますか？（現在しているところも含め、全てにチェックしてください。）

アルバイトをしたことが無い

スーパーマーケット

コンビニ

ドラッグストア

飲食店

家電量販店

上記以外の物販店

塾・予備校

その他...

---

「カスタマーハラスメント」（カスハラ）という言葉を知っていましたか？

知っているし、内容も知っている。

知っているが、内容までは知らなかった。

聞いたことがあるが、はっきりとは知らなかった。

知らなかった

あなたのバイト先では、「カスタマーハラスメント」対策をしていますか？

バイトはしていない

対策がなされている

対策があるかどうか知らない

対策はない

---

あなた自身は、相手からカスタマーハラスメントと取られる行動をしたことはありますか？（あなたが被害者になったことはありますか？）

ある

あるかもしれない

ない

---

あなたの経験などから、カスタマーハラスメントをする人にも多いのは、次のうち、どついった人たちだと感じますが？当てはまるものすべてを答えてください。

若年層（10歳代・20歳代）男性

若年層（10歳代・20歳代）女性

中年層（30歳代・40歳代）男性

中年層（30歳代・40歳代）女性

壮年層（50歳代・60歳代）男性

壮年層（50歳代・60歳代）女性

高齢層（70歳代以上）男性

高齢層（70歳代以上）女性

---

こうしたカスタマーハラスメントは、あなたが流通小売業への就職を考えた際に、影響しましたか？

元々、流通小売業は就活対象に入っていない

検討する（した）際には、あまり影響しない

検討する（した）際には、多少影響した

検討する（した）際には、大きく影響した

---

カスタマーハラスメントを防ぐためには、どのような対策を採るべきだと思いますか、あなたの考えを教えてください。

配送シキリスト（原文回答）

.....

キーワード カスタマーハラスメント、流通小売業、接客業、クレーム対策、大学生