より良いコミュニケーションのヒント

ひと呼吸おいて考えてみよう その一言

カスタマーハラスメント防止に向けて

消費者庁
Consumer Affairs Agency, Government of Japan

INDEX

はじめに …… 03

お買い物やお食事の時の
言葉や態度を振り返ってみましょう …… 04

Case Study 事例 01「コールセンター編」…… 07

事例紹介 …… 08
解説 …… 09
島田先生の学びラボ …… 10

Case Study 事例 02「公共交通機関編」…… 11

事例紹介 …… 12
解説 …… 13
島田先生の学びラボ …… 14

Case Study 事例 03「小売業編」…… 15

事例紹介 …… 16
解説 …… 17
島田先生の学びラボ …… 18

Case Study 事例 04「飲食業編」…… 19

事例紹介 …… 20
解説 …… 21
島田先生の学びラボ …… 22

桐生先生による まとめ …… 23

解説役

桐生 正幸（きりう・まさゆき）

Ph.D　東洋大学大学院
社会心理学専攻長・教授

島田 恭子（しまだ・きょうこ）

保健学博士、予防医学者
（一社）ココロバランス研究所代表理事

はじめに

消費者が、事業者に適切な意見を伝え、事業者が提供する商品・サービスの改善を促すことは、消費者市民社会の実現に向けた行動と言え、特に、事業者に対する申し入れは、消費者の正当な権利行使です。

そのような正当な権利行使でも、ちょっとした「勘違い」や「すれ違い」が原因となり、更にはその時の状況などもあり、言動がエスカレートしてしまう時もあるかもしれません。場合によってはカスタマーハラスメント（＝カスハラ）と捉えられてしまうこともあります。

適切な方法で消費者が正当な意見を伝えることで、消費者の声は事業者に受け止められ、消費者と事業者双方の信頼関係がより構築され、持続可能な社会の基礎になります。

～カスタマーハラスメントとは[1]～

職場における「カスタマーハラスメント」とは、職場において行われる①顧客等の言動であって、②その雇用する労働者が従事する業務の性質その他の事情に照らして社会通念上許容される範囲を超えたものにより、③労働者の就業環境が害されるものであり、①から③までの要素を全て満たすもの。

※電話やSNS等のインターネット上において行われるものも含まれます。

※顧客等からの苦情の全てがカスハラに該当するわけではありません。また、障害者から不当な差別的取扱いをしないよう求めることや、社会的障壁の除去を必要としている旨の意思を表明すること自体は、カスハラには当たりません。

（出典）

１）厚生労働省「2026年（令和８年）10月１日から、カスタマーハラスメント対策、求職者等に対するセクシュアルハラスメント対策が義務化されます！」リーフレット（詳細版）

客観的にみて、社会通念上許容される範囲で行われたものは、いわば正当な申入れであり、職場におけるカスタマーハラスメントには当たりませんが、社会通念に照らし、顧客等の言動の内容が契約内容からして相当性を欠くもの、または手段や態様が相当でないものを総合的に考慮した結果、カスタマーハラスメント、更に、場合によっては、暴行、傷害、脅迫などの犯罪に該当し、警察へ通報されることもあります。

消費者にとっても、サービス・品質の低下により悪影響が出るケースもあり、お互いにとって良いことがありません。

お買い物やお食事をしているとき、次のようなことを経験したことはありませんか。
次のページで振り返ってみましょう。

お買い物やお食事の時の言葉や態度を振り返ってみましょう

お店やサービスを利用した際、「対応に納得がいかなかった」「つい感情的になってしまった」「もっとこうしてほしいと思った」と感じた経験はありませんか。
消費者と事業者とのやり取りでは、さまざまな考え方や受け止め方の違いが生じることがあります。
このチェックリストは、そうした場面でのご自身の考え方や行動の傾向を振り返るためのものです。
誰かを評価したり、良し悪しを判定したりするものではありません。ご自身の経験を思い浮かべながら、率直に回答してみてください。
回答を通じて、より良いコミュニケーションについて考えるきっかけとしてご活用ください。

次の質問について、それぞれ一番近いものにチェックをつけてみましょう

1：ほとんど当てはまらない　**2**：あまり当てはまらない
3：どちらともいえない　**4**：やや当てはまる　**5**：とても当てはまる

A

早くするように、無理に急がせることがある

□ 1　□ 2　□ 3　□ 4　□ 5

お店のルールや方針に不満を感じることがある

□ 1　□ 2　□ 3　□ 4　□ 5

SNSやインターネット上で攻撃的な書き込みをすることがある

□ 1　□ 2　□ 3　□ 4　□ 5

B

対応者がやっている仕事や手続きを、無理やり中断させることがある

□ 1　□ 2　□ 3　□ 4　□ 5

何度も同じクレームを繰り返すことがある

□ 1　□ 2　□ 3　□ 4　□ 5

対応者に攻撃的な態度をとることがある

□ 1　□ 2　□ 3　□ 4　□ 5

C

お店や対応者に対する要望が、矛盾することがある

□ 1　□ 2　□ 3　□ 4　□ 5

お店や対応者に対する要求が、曖昧になることがある

□ 1　□ 2　□ 3　□ 4　□ 5

ごくごくささいなことなのに、それに腹を立てることがある

□ 1　□ 2　□ 3　□ 4　□ 5

➡ 次のページへ

桐生先生と学んでみましょう

数値が高かったあなたは・・・

自分の傾向を振り返るポイントと解説

Aで4、5が多かったときは・・・

思い込みが優先しがちかも

「何か理由があるのかも？」と想像してみよう

- 人手の少ない中、急いでいるのかもしれません。お店のルールがあり、目の前の対応者はそれを順守しているのかもしれません。どうしても時間がかかってしまう作業や、何回も確認が必要な手続きもあります。
- お客様側からは見えていない事情があるのかもしれないと想像してみましょう。

Bで4、5が多かったときは・・・

気持ちがダッシュしがちかも

「相手に届く伝え方」を考えてみよう

- 強く言ったからといって状況は変わらないかもしれません。むしろ、相手の気持ちに届きにくくなる可能性もあります。
- 自分の正当性を強い言葉で主張するよりも、相手への共感を示す柔らかい言葉を添えたほうが、結果的に、あなたの目的には近道かもしれません。落ち着いて気持ちを伝えましょう。
- せっかく利用しているお店やサービスです。この場限りの関係性と思わずに、次からも気持ちよく利用できるような関係性を意識しましょう。

Cで4、5が多かったときは・・・

もやもやが満タンになりがちかも

「こういえば良かったのかも」と振り返って次に生かそう

- 自分の考えが纏まらないまま、やみくもに感情を相手に発信してしまっていませんか。後から考えると「はじめはそこまで気にならないことだったのに・・・こんなはずじゃなかったのに・・・」ということもあるのでは？
- モヤモヤした気持ちが溢れてしまう前に、一旦、自分が何に困っているのか、どうしてほしいのか、何があなたにとって重要な「目的」なのか、冷静に整理してみましょう。

みなさんへ

意見を伝えるのにヒートアップしそうになったら、一旦その状況を客観視して、周りからどう見えるかを想像してみましょう。一方的に話していませんか。感情的な言動になっていませんか。ひと呼吸おいて、「自分と相手とはお互いさま」の気持ちをもって接することが大切です。

チェックの結果、
何が起きているのかというと・・・

言葉や態度として外に出てしまう

↓

これがカスタマーハラスメントの始まりの形です

こんな時、あなたならどうしますか?
次のページからの事例と共に考えてみましょう

カスタマーハラスメントは、気をつけていても、その時々の状況や認識の違いなど複数の要因が重なって生じることがあります。
このような事例はどう思いますか。一緒に考えてみましょう。

Case Study

事例 01

[コールセンター編]

事例 01

あなたはどう思いますか?

Aさん（40代・会社員）は、来月の海外出張に備えて6か月前に予約した航空券について、
座席のアップグレードをしようとコールセンターに電話しました。

Aさん（カスタマー）　　**Bさん**（オペレーター）

通話開始

20分待ち

オペレーターB 応答

ご用件をお伺いします

ビジネスクラスへのアップグレードは可能ですか?

確認いたします

保留 3分

オペレーターB 応答

現在多くのお客様が空席待ちされている状況ですので、座席の変更は承りかねます

半年も前に予約したのに優遇もないのか!

ビジネスクラスは座席数も限られており、人気の路線ですので…

だったら最初からそう案内しておくべきだろう!

エコノミークラス前方のゆとりのある座席やエグジットロウのご案内も可能です

ビジネスクラスに乗りたいんだ!

上の者を出せ!

ご不便おかけし申し訳ございません

オペレーターC 応答

Cさん（オペレーター/上司）

先ほどお伝えした通りです

客をなんだと思っているんだ!

クレーム20分

通話終了

通話後のAさんの心境

結局何も解決しなかった。自分が本当にしたかったのは「出張で疲れずに移動すること」だったので、エグジットロウのゆとりある座席で事足りたのかも…となると、ビジネスクラスにこだわらなくてもよかったのかも…

事例 01

解 説

Aさん
（カスタマー）

Bさん
（オペレーター）

通話開始

待ち時間（20分）によるイライラの蓄積

20分待ち

オペレーターB 応答

ご用件をお伺いします

長い待ち時間の説明・謝罪が少ない

ビジネスクラスへのアップグレードは可能ですか？

期待（アップグレードできるはず）と現実のギャップ

確認いたします

保留 3分

オペレーターB 応答

現在多くのお客様が空席待ちされている状況ですので、座席の変更は承りかねます

半年も前に予約したのに優遇もないのか！

ビジネスクラスは座席数も限られており、人気の路線ですので…

「自分は正しい要求をしている」という思い込み

エコノミークラス前方のゆとりのある座席やエグジットロウのご案内も可能です

だったら最初からそう案内しておくべきだろう！

ビジネスクラスに乗りたいんだ！

代替案の提案は良いが、提示のタイミングは遅い

怒りに支配され、本来の目的（快適な移動）を見失う

ご不便おかけし申し訳ございません

上の者を出せ！

権限への訴え

応答 オペレーターC

Cさん
（オペレーター/上司）

客をなんだと思っているんだ！

先ほどお伝えした通りです

クレーム20分

上長への引継ぎが状況を改善しなかった

通話終了

事例 01

島田先生の学びラボ

この事例での学びポイント

メタ認知・目的志向

私の本当の目的は何だったのだろうか？

- 怒りに飲み込まれると、視野が急激に狭くなります（近視眼的思考）。
- 自分が今何をしたいのか、一歩引いて「斜め上から」自分を見てみましょう（メタ認知）。
- 本来の目的に立ち返ると、怒りとは別の解決策が見えてくることがあります（目的志向）。

解 説

人は強いイライラや怒りを感じると、認知の視野が狭まり、目の前の「障害」（今回はオペレーターの回答）だけに意識が集中してしまいます。これを「近視眼的思考」と呼びます。

このとき大切なのが「メタ認知」――つまり、自分が今どういう状態にあるかを、一歩引いた視点で観察する力です。「自分は今かなり怒っているな」と気づくだけでも、感情の暴走にブレーキがかかります。
さらに、「目的志向」の視点を持つことで、「そもそも自分は何を達成したいのか」を再確認できます。
Aさんの場合、本当の目的は「出張で体を疲弊させずに移動すること」でした。それなら、ゆったりとした座席の案内で十分だったかもしれません。

強い怒りを感じることは誰にでもあります。しかし、感情をぶつけることよりも、「自分は今、本当は何がしたいのか？」を自問し、落ち着いて伝えた方が解決につながる場合があります。

カスタマーハラスメントは、気をつけていても、その時々の状況や認識の違いなど複数の要因が重なって生じることがあります。
このような事例はどう思いますか。一緒に考えてみましょう。

Case Study

事例 02

[公共交通機関編]

事例 02

あなたはどう思いますか？

Dさん（管理職）は、14時からの大切な取引先との商談に向かうため、時間に余裕をもって電車に乗っていました。しかし、途中で人身事故が発生し、電車は再開の見通しが立たないまま停車してしまいます。

大切な取引先との14時からの商談に間に合わせたい！

Dさん
（管理職）

13時50分に最寄り駅に着くよう余裕をもって電車に乗る

13:20頃 出発

焦り・怒りが一気に上がる

再開見通しがわからないことに憤慨

人身事故発生

車内アナウンス
前方で人身事故が発生したため、この電車は運転を見合わせております

ご迷惑をお掛けします

駅員に詰め寄る
いつ動くんだ！大事な商談があるんだ！

タクシー代を払え！

駅員の対応に抗議
そんな説明は要らない！動かせ！

駅員の対応
現在確認中で再開の見通しは現段階ではお伝え出来ません

タクシー代のご負担は対応しかねます。ただ、他のルートとして…

クレーム30分

その頃、ほかの乗客は…
・アナウンスを静かに聞く
・迂回ルートを検索
・取引先・職場へ連絡

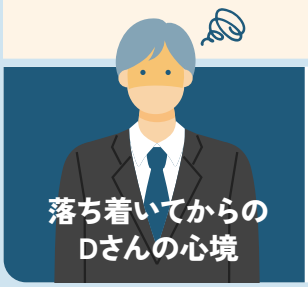
電車は再開されずタクシーで向かった

取引先の反応
人身事故なら仕方ないですね
（怒っておらず、遅刻は問題にならなかった）

頭に血が上ったままで、商談もなんだか上滑り、失言を繰り返してしまった

14:20頃 20分遅刻して到着

後日、商談は破談



落ち着いてからのDさんの心境

あのとき電車の人身事故というどうしようもないことにかみついて時間を無駄にするのではなく、落ち着いて判断できていれば、商談にも影響しなかったかもしれない…

事例 02

解 説

大切な取引先との14時からの
商談に間に合わせたい！

Dさん
（管理職）

13時50分に最寄り駅に着くよう余裕をもって
電車に乗る

**13:20頃
出発**

焦り・怒りが一気に上がる

時間的切迫（商談への遅刻不安）

**人身事故
発生**

車内アナウンス

前方で人身事故が発生したため、この電車は
運転を見合わせております

ご迷惑をお掛けします

再開見通しの情報提供が不十分・遅い

再開見通しがわからないことに憤慨

「電車は動くべき」という強い期待

駅員の対応

現在確認中で再開の見通しは現段階
ではお伝え出来ません

謝罪が先に来ず、説明が不足気味

駅員に詰め寄る

いつ動くんだ！大事な商談があるんだ！

タクシー代を払え！

**代替案を聞かずに
現状変更を要求し続ける**

タクシー代のご負担は対応しかねま
す。ただ、他のルートとして…

代替ルートの案内が後手に回る

駅員の対応に抗議

そんな説明は要らない！動かせ！

**「自分の力でどうにかなる」
という思い込み**

クレーム30分

その頃、ほかの乗客は…
・アナウンスを静かに聞く
・迂回ルートを検索
・取引先・職場へ連絡

**人身事故という
不可抗力への怒り**

**14:20頃
20分遅刻
して到着**

取引先の反応

人身事故なら仕方ないですね
（怒っておらず、遅刻は問題にならなかった）

電車は再開されずタクシーで向かった

頭に血が上ったままで、商談もなんだか上滑
り、失言を繰り返してしまった

後日、商談は破談

事例 02

島田先生の学びラボ

この事例での学びポイント

コントロール感とネガティブ・ケイパビリティ

世の中には「どうしようもないこと」もあります

- 物事には「自分がコントロールできること」と「できないこと」があります。
- 人身事故の早期解決は、どんなに怒っても自分では変えられません。
- 「どうにもならないことを受け入れる力」（ネガティブ・ケイパビリティ）を持てると、自分が動けることに意識を向けられます。

「まあ、仕方ない」と柔軟に受け止めることは、諦めではなく、自分を守る知恵です。

解 説

私たちは、問題が起きたとき「なんとかしなければ」と思います。これは大切な力です。でも、すべての問題が自分の行動で解決できるわけではありません。**「コントロールできること」と「できないこと」を分けて考えるのはとても大切なスキルです。**

天気、事故、他人の行動――これらはなかなか自分の力だけではコントロールできません。

また、公共交通機関では、安全確保が最優先であることから、提供できる情報に限りがあります。

一方で、**代替ルートを調べる、取引先に連絡する、気持ちを落ち着けて待つ**――これらは自分がコントロールできることです。

心理学では、「解決できない曖昧な状況をそのまま受け止めておける力」をネガティブ・ケイパビリティと呼びます。ネガティブ・ケイパビリティが低いのは、日頃から「なんとか解決しよう」と努力し続けてきた結果なのかもしれません。それ自体は決して悪いことではなく、問題に真摯に向き合う姿勢の表れでもあります。

「解決が難しいことに囚われ続けるより、自分が動けることに集中する」――この切り替えが、カスハラを防ぐだけでなく、あなた自身を楽にします。

カスタマーハラスメントは、気をつけていても、その時々の状況や認識の違いなど複数の要因が重なって生じることがあります。
このような事例はどう思いますか。一緒に考えてみましょう。

Case Study

事例 03

[小売業編]

事例 03

あなたはどう思いますか?

Eさん（パート勤務）は、スーパーで購入した惣菜が消費期限内にもかかわらず変色していたため、翌日、その惣菜を持ってサービスカウンターを訪れました。

Eさん
（パート勤務）

自宅

消費期限内にもかかわらず、明らかな変色を確認。

品質に関する説明が不十分

不快な思いをして気分が悪くなり、その後何も食べることが出来なかった。

翌日

購入したスーパーのサービスカウンターへ向かう。パックをカウンターに叩きつけるように置く

スーパー

Fさん
（店員）

商品に対する抗議

（大声で）どういうこと！明らかに変色しているじゃない！

消費期限内なので、品質に問題はないと思います…

店員の対応に対する抗議

最近、品質管理がなってない！
どういう教育してるの、ここは！

大変申し訳ございません、上司を呼びますので少々お待ちください

（さらに声を荒げて）待たせないで早くしてよ！

Gさん
（店長）

店の教育に対する抗議

最初からこの対応をすべきなのよ！

なんで最初の子はすぐ動かないの!?

現物を確認しました。ご不安な思いをさせてしまい、申し訳ございません。
原因を調べるために、現物をお預かりして製造元へ確認いたします。
本日は新しい商品との交換か、返金させていただきますが、どちらがよろしいでしょうか

その後も20分居座る

帰宅

・返金してもらえて適切な対応をしてもらった
・体調にも大きな悪影響はなかった
・再発防止してほしかっただけ

さすがに「自分はあんなに怒らなくてもよかったかもしれない」という気持ちが残った。本当に伝えたかったのは、「変色した商品が入っていてとても怖かった、もう同じことが起きないようにしてほしい」ということだったのに…

事例 03

解 説

Eさん
（パート勤務）

自宅

消費期限内にもかかわらず、
明らかな変色を確認。

品質に関する説明が不十分

正当なクレーム

不快な思いをして気分が悪くなり、その後何も食べることが出来なかった。

気分が悪くなった不安・怖さ
（一次感情）が「怒り」（二次感情）に変換

翌日

購入したスーパーのサービスカウンターへ向かう。
パックをカウンターに叩きつけるように置く

スーパー

Fさん
（店員）

消費期限内なので、品質に問題はないと思います…

大変申し訳ございません、上司を呼びますので少々お待ちください

若い担当者が初動対応に不慣れ、上長を呼ぶ間の待ち時間に対する説明不足

商品に対する抗議

（大声で）どういうこと！
変色しているのよ！

「困った・怖かった」を言葉にできず、攻撃的な言動になる

店員の対応に対する抗議

最近、品質管理がなってない！
どういう教育してるの、ここは！

（さらに声を荒げて）待たせないで早くしてよ！

若い未熟な店員への攻撃、他の客の前で大声

店の教育に対する抗議

最初からこの対応をすべきなのよ！
なんで最初の子はすぐ動かないの！？

Gさん
（店長）

現物を確認しました。ご不安な思いをさせてしまい、申し訳ございません。
原因を調べるために、現物をお預かりして製造元へ確認いたします。
本日は新しい商品との交換か、返金させていただきますが、どちらがよろしいでしょうか

店長の対応は良いが、担当者への教育が足りていない可能性

その後も20分居座る

・返金してもらえて適切な対応をしてもらった
・体調にも大きな悪影響はなかった
・再発防止してほしかっただけ

帰宅

事例 03

島田先生の学びラボ

この事例での学びポイント

アサーション（適切な自己表現）

不安なときは感情的になりがちです。
―― その気持ちを素直に言葉にしてみよう

- 怒りの感情の裏には、必ず「困った」「怖かった」「悲しかった」があります（一次感情と言います）。
- その気持ちを落ち着いて言葉にすることを「アサーション（適切な自己表現）」と言います。
- 責める言葉は使わずに、落ち着いて話す方が、相手も聴いてくれるし、動きやすくなることもあります。
- 「私はこう困っています」などと客観的な事実を伝えましょう。

解 説

人が怒るとき、その根っこには必ず、**「困った」「怖かった」「傷ついた」**という感情があります。怒りは、そういった感情を外に出そうとする“二次的な反応”なのです。

Eさんの場合、本当の感情は「変色したものを買わされて怖かった」、「もし食べてしまったら？」と考えて怖かったのです。

もしもそれを素直に、落ち着いて言葉にできていれば…。

この事例のポイントとして、①「怖さ」「不安」を客観的な事実として伝え、②問題解決のために、今すぐ店側に取って欲しい具体的なアクションをリクエストし、③「再発防止の約束」を着地点として速やかに帰宅する、ことだと考えられます。

アサーションとは、“相手を責めることなく、自分の気持ちや要求をしっかり伝えるコミュニケーション”のスタイルです。落ち着いた伝え方の方が、相手も聞く耳を持ちますし、対応者も問題解決に集中できるかもしれません。

次に怒りを感じたとき、**「自分は今、何に困っているのか？」を自分自身に問いかけてみましょう。**その言葉を、素直にそのまま、相手に伝えてみてください。

カスタマーハラスメントは、気をつけていても、その時々の状況や認識の違いなど複数の要因が重なって生じることがあります。
このような事例はどう思いますか。一緒に考えてみましょう。

Case Study

事例 04

[飲食業編]

事例 04

あなたはどう思いますか？

Hさん（フリーランス）は、よく利用するカフェで、
スマホアプリを使ったセルフオーダーがうまくいかず、店員に相談することになりました。

Hさん
（フリーランス）

Iさん
（店員）

カフェに入店

アプリが正常に動作せず
スマホで注文できない

ちょっとこれ、注文できないんですけど！

（手元の作業を続けながら）当店はアプリでのご注文をお願いしております

だから、アプリが動かないから言ってるんですよ！

（ようやく顔を上げ）すみません、少々お待ちいただけますか

数分後

ほかの注文方法を希望

再起動してるし、スマホは最新です！

すみません、アプリの再起動をお試しください

とにかく口頭で注文を受けてよ！

当店のルールとして、アプリの注文のみ対応しているんです

イライラが頂点に達する

こういう時はルールの前に、客に寄り添った対応をするべきでしょ！融通がきかないにもほどがある！

店内に緊張感が生まれる

Jさん
（ベテラン店員）

大変ご不便をおかけしています。端末の方で承ります

問題解決

- 解決はしたものの、まわりの客の視線は冷たい
- 居づらくなって早々に店から帰宅

帰宅

Iさんの行動もルールに則ったものであることはわかっていた。自分が「すみません、アプリの調子が悪くて困っているんです…。アプリで注文ってことはわかってるんですが、別の方法で注文できませんかね？」と、最初から困っている状況をもうすこし柔らかく伝えていたら…？もしかしたら違う展開があったかもしれない…

事例 04

解 説

Hさん（フリーランス）

Iさん（店員）

Jさん（ベテラン店員）

カフェに入店

アプリが正常に動作せず
スマホで注文できない

アプリトラブルという状況的なストレス

ちょっとこれ、注文できないんですけど！

**ぶっきらぼうな言い方が
対応者を固くさせた可能性**

（手元の作業を続けながら）当店はアプリでのご注文をお願いしております

（ようやく顔を上げ）すみません、少々お待ちいただけますか

**マニュアル的な対応で
お客様への共感・思いやりがうすい**

だから、アプリが動かないから言ってるんですよ！

数分後

ほかの注文方法を希望

再起動してるし、スマホは最新です！

すみません、アプリの再起動をお試しください

**技術的なトラブルへの
対応フローが不明確**

とにかく口頭で注文を受けてよ！

**クッション言葉がなく、
要求が「命令」に聞こえた**

当店のルールとして、アプリの注文のみ対応しているんです

お客様への寄り添い不足

イライラが頂点に達する

こういう時はルールの前に、客に寄り添った対応をするべきでしょ！融通がきかないにもほどがある！

お店側への思いやり・共感が不足

店内に緊張感が生まれる

大変ご不便をおかけしています。端末の方で承ります

ベテラン店員の介入が遅かった

問題解決

・解決はしたものの、まわりの客の視線は冷たい
・居づらくなって早々に店から帰宅

正当な要求でも伝え方で関係が悪化

帰宅

事例 04

島田先生の学びラボ

この事例での学びポイント

共感（思いやり）とクッション言葉

一言の「クッション」が、対話の温度を変える

- 対応者も人間です。「命令」より「相談」の方が、相手が動きやすくなります。
- 「すみませんが…」「お忙しいところ恐れ入りますが…」といった“クッション言葉”を一言添えるだけで、伝わり方が大きく変わります。
- ノン・バーバル（言葉以外）のコミュニケーションも大切です。同じ言葉でも態度や言い方でずいぶん変わります。

解 説

クッション言葉とは、直接的な要求や拒否の前に添える「**和らげる言葉**」のこと。「お忙しいところすみません…」「恐れ入りますが…」「何度も申し訳ないのですが…」などがその例です。このひと言があるだけで、**受け取る側の印象はがらりと変わります**。同じ要求でも、「口頭で注文を受けてください」と言うのと、「**少し困っています、もしよろしければ**今回は口頭で受けていただけますか」と言うのでは、対応者の気持ちの動き方が違います。

これは、消費者が「ガマンする」ということではありません。むしろ、自分の要求を“より効果的に”通すための賢い方法です。対応者も人間である以上、感情があります。命令口調で指図されるような言い方をされると、人は防衛的になり、柔軟な対応が難しくなるものです。

思いやりや共感を示しながら要求を伝えることは、消費者にとって得になる可能性があると同時に、「お互いさま」の精神につながります。消費者として正当な権利を主張しながら、対応者を一人の人間として尊重する――その両立が、カスハラのない社会への第一歩です。

桐生先生による まとめ

カスハラになる以前の２つの不満

消費者が、お店などのサービスに対し、何に不満を感じるのかを分析したところ、その不満は大きく二つに分かれることがわかってきました。一つは、お店側の説明不足、対応の遅れなど、サービスの仕組みや運用にかかわる「構造的な不満」です。もう一つは、言葉遣いや態度、場の雰囲気など、対人接触の中で生じる「感覚的な不満」です。前者は「サービスとして適切か」という評価の観点から生じ、後者は「自分がどう扱われているのか」という感情的体験から生じるものと考えられます。

カスハラにならないための手がかり

これらの不満がきっかけとなって、その後カスハラになるかもしれない危険性が高まる、ということが考えられました。例えば、「感覚的な不満」に強く反応する場合には、意見を伝える場面で感情が先行しやすく、本人に悪意がなくても、結果として一方的で激しい表現になってしまいがちです。
カスタマーハラスメントは、決して特定の「困った人」だけの問題でありません。それぞれの心の中にある不満や焦りが、場面や状況によっては行き過ぎた形で表れる問題として捉えることが重要です。みなさんに振り返って頂いたコミュニケーションの傾向（「思い込みが優先しがち」「気持ちがダッシュしがち」「モヤモヤが満タンになりがち」）は、まさにそのリスクを自分で知るための手がかりとなるわけです。

カスハラを生み出さないポイント

もう一つ、この結果から事業者がカスハラを未然に防ぐため、どうすれば良いかのヒントを見出すことも出来ます。例えば、社内ルールの見直しや社内研修を行う際に、ただ苦情対応の技術を検討し、伝えるだけでなく、カスハラの出発点となる消費者の不満に着目した内容が有効となります。「構造的な不満」に対しては、待ち時間の見通しや手続の理由、対応の基準を組織として見直して、納得感や透明性を高めていきましょう。また、「感覚的な不満」に対しては、対応者の第一声の印象、表情、視線、説明の間の取り方など、これらに対する細かな配慮が消費者の不安・不快感を抑えることが出来ることを伝えていきましょう。
このような見直しや顧客等の対応力の向上を図るための研修の実施等が、カスハラを生み出さないポイントになるわけです。

「お互いさま」という寛容な気持ち

私たちは、「お互いさま」の視点を持つことで、不満が生じても、「相手にも事情がある」、「自分にも感情のクセがある」ことを客観視して余裕を持つことが出来ます。その寛容な気持ちが、良いコミュニケーションとなり、知らず知らずカスハラの予防につながっていきます。
より多くの人が、ちょっとした寛容さで相手と接すること。このことが、成熟した消費文化を育てる大きな力になるものといえるのではないでしょうか。

制 作

消費者庁

監 修

桐生 正幸（きりう・まさゆき）

Ph.D.東洋大学大学院
社会心理学専攻長・教授

（社）ココロバランス研究所理事、日本応用心理学会常任理事、日本犯罪心理学会理事などを兼任。専門は、犯罪心理学、社会心理学。
関連図書は、単著、編著、分担執筆など30冊以上。
『大学4年間の犯罪心理学が10時間でざっと学べる』（KADOKAWA）、『カスハラの犯罪心理学』（集英社）など。

島田 恭子（しまだ・きょうこ）

保健学博士、予防医学者
（一社）ココロバランス研究所代表理事

東京大学大学院医学系研究科にて公衆衛生学修士号・保健学博士号を取得。
予防医学や心理学の知見を、実生活に役立てる支援を行う。著書に『心が疲れたらセルフケア』（すばる舎）、『カスタマーハラスメント 働く人をどう守るか』（福村出版）、『社会人基礎力 人生100年時代を生き抜く力』（誠信書房）など。

［消費者庁消費者教育推進課］

カスタマーハラスメント防止のための消費者向け普及・啓発活動

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/harassment_from_customers

消費者庁
Consumer Affairs Agency, Government of Japan