

介護職員を守ることが社会の利益につながる クレームの特性を知って対策を

消費者心理学がご専門の池内裕美さんに、人はなぜカスハラを起こすのか、日本のカスハラの実態も交え、概説していただきます。

執筆 ▶ 池内裕美 ● 関西大学社会学部社会学科心理学専攻 教授



いけうちひろみ

関西学院大学大学院商学研究科（博士課程前期課程）、同大学院社会学研究科（博士課程前期・後期課程）修了。博士（社会学）。広告デザイン会社勤務、日本学術振興会特別研究員などを経て、2003年より現職。専門は、社会心理学、消費心理学。現在の主な研究テーマは、過剰なクレームやモノのため込み、買物依存といった「逸脱的消費者行動」に関する心理的なメカニズムの解明。特に苦情研究は社会的注目度も高く、メディアからコメントを求められることも多い。

1. カスタマーハラスメントとは何か

「カスハラ」という語をご存知でしょうか。これは、数あるハラスメントの一種「カスタマーハラスメント」の略称で、一言でいうと「顧客からの著しい迷惑行為」を意味します。具体的には、不当な金品要求、暴言や威嚇、長時間の拘束、土下座の強要などが該当しますが、その内容から「悪質クレーム」とほぼ同義ともいえます。悪質クレーム自体は、「顧客第一主義」の考えが根強い日本のサービス業では以前より問題視されていましたが、2010年代前半あたりから、徐々にメディアや専門家の中で「カスハラ」という語が互換的に用いられ始めました。そして2017年10月、産業別労働組合「U A ゼンセン」が、流通部門の組合員約5万人のうち凡そ7割が何らかの迷惑行為を受けた経験があるとの調査結果を報告したことで（U A ゼンセン、2017）、メディアがこぞってカスハラの実態を取り上げ、一気に社会問題化するに至ります。

もちろんカスハラは、流通業界だけの問題ではありません。近年では、とりわけ介護現場における迷惑行為が深刻化しています。厚生労働省が発表した「介護現場におけるハラスメントに関する調査結果」によると、調査対象の職員約1万人のうち、例えば「介護老人福祉施設」では約71%、「認知症対応型通所介護」では約64%、「定期巡回・随時対応型訪問介護看護」では約61%の職員が、利用者本人から「モノを投げつけられる」、「理不尽なサービスを要求される」などの迷惑行為を受けた経験があると回答しています（株式会社三菱総合研究所、2019）。また、利用者本人からだけでなく、利用者の家族等からもハラスメントを受けたことがあると答えた職員も40～60%にのぼり、その深刻な状況が伺い知れます。実際、サービス種によっては約4割近い職員が「ハラスメントを受けて仕事を辞めたいと思った経験がある」と答えています。超高齢化社会となった

今、エッセンシャルワーカー（社会生活を支える仕事を担っている人々）である介護職員の定着率を高めることは急務の課題であり、そのためには介護現場の労働環境を整備することが不可欠といえます。

こうした背景もあり、2021年度の「介護報酬改定」ではハラスメント対策が強化されることになりました。しかし、対策が強化されても現場の職員や組織自体が知識不足のために、その事実を見逃ごしたり、適切な対処が取れずに悪化したりする可能性も考えられます。例えば、誰が、なぜカスハラを起こすのでしょうか。また、組織はいかなる対策を取ればよいのでしょうか。本稿では、こうしたカスハラにまつわる基礎的な事項について、主に心理学の観点から概説したいと思います。

2. なぜカスハラは増加したのか

カスハラ増加の背景には、モラルに欠けた消費者の増加やメディア環境の急激な変化など様々な社会的要因が指摘されていますが（池内、2018）、ここでは特に重要と思われる次の2点を取り上げます。

1) 過剰サービスによる過剰期待

日本のおもてなし精神は美德の一つであり、海外からも賞賛されています。しかし、“おもてなし”、いわば過剰なサービスは、消費者に満足を与える反面、「やってもらって当たり前」という過剰な期待をもたらすことにもなります。例えば、宅配サービスでは配達時間を細かく指定できて大変便利なのですが、それにより指定時間内での配達当然といった基準を消費者に植え付けます。そうすると、たとえ5分遅れても、中には5分早く到着しても許さない人も出てくるでしょう。このように、過剰なサービスの提供は、消費者の“当たり前”の基準を高め、皮肉なことにクレームが生じやすい環境を作り上げたといえます。なお、この考えを拡張し、心理的・社会的要因の双方からカスハラに至るメカニズ