

カスハラの 犯罪心理学

桐生正幸

Kiri Masayuki

はじめに

カスハラの犯罪心理学

「お客様は神様です」

誰もが知るこの言葉で加害を正当化する「お客様」がいる。従業員に対して高圧的な態度をとる。常軌を逸する攻撃的な言動で従業員を苦しめる。そういった「カスタマーハラスメント（カスハラ）」に苦しめられている従業員は、日本国内に数知れない。

こうした事態を受けて、厚生労働省は二〇二二年二月に「カスタマーハラスメント対策企業マニユアル（以下、対策企業マニユアル）」を発表した。セクシャルハラスメントやパワーハラスメントなどと同じように、カスハラを防止することは雇用主の義務だというお達しが国から出されたのだ。

この本を手にとった方の中には「お客様は神様」という言葉に理不尽さを覚えたことのある人も多いだろう。

「自分もお客さんから罵られたことがある」

「上司に『クレーム対応も仕事のうち』と言われ、泣き寝入りした経験がある」

「悪質な客ばかりで体調を崩して仕事を辞めた」

店先で客に怒鳴られる店員を見て心を痛めた、あるいは店員にひどい態度をとる客を見て憤った経験のある人はもつと多いだろう。こうした悪質な消費者たちは、見過ごしてはならないカスハラ加害者だ。

私は犯罪心理学の観点からカスハラを研究し、その解決を目指している。

「カスハラが犯罪だなんておおげさな」と思われるかもしれない。しかし、犯罪とそれ以外の行為を分ける基準は、「法律で犯罪と規定されているか否か」のみだ。法律上ではまだ犯罪と規定されていないけれども、実質的に犯罪に等しい行為は世の中にあふれている。私はカスハラもその一つだと考えている。

私は大学で教鞭きょうべんを執る以前は、山形県警の科学捜査研究所（科捜研）で主任研究官として犯罪者プロファイリングなどの心理分析の業務に携わってきた。各地の警察署から要請があれば、犯罪現場に立ち会い、目撃者や被害者の話を聞いてきた。容疑者の面接・検査をおこない、鑑定人として裁判所に出廷もしてきた。大学教員になってからも、捜査協力や防犯アドバイザーなどを務めている。

画像解析などを用いて犯罪者をあぶりだすサスペンスドラマで、科捜研の存在は日本でも広く知られるようになった。犯罪心理学では、数理統計学や生理心理学、AIによる行動分析など、さまざまな領域の知見を駆使し、犯罪が起こるメカニズムなどを明らかにしていく。

本書では、カスハラを被害者に対する加害行為と捉え、犯罪心理学の理論をもとに、対策企業マニユアルだけではカバーできない観点から、カスハラの実態に迫っていく。

カスタマーハラメントの定義とは？

最近ではテレビやネットでも注目されるようになり、「カスハラ」という単語の認知度は急激に上がっている。しかし、その定義についてはどうだろうか。まずは、言葉の意味を確認しておこう。対策企業マニユアルには、次のような定義が載っている。

顧客等からのクレーム・言動のうち、当該クレーム・言動の要求の内容の妥当性に照らし、当該要求を実現するための手段・態様が社会通念上不相当なものであって、当該手段・態様により、労働者の就業環境が害されるもの

三回も出てくる「当該」については、それぞれ説明が加えられている。

①顧客等の要求の内容が妥当性を欠く場合

企業の提供する商品・サービスに瑕疵・過失が認められない場合／要求の内容が、企業の提供する商品・サービスの内容とは関係がない場合

②要求を実現するための手段・態様が社会通念上不相当な言動

・要求内容の妥当性にかかわらず不相当とされる可能性が高いもの
身体的な攻撃（暴行・傷害）／精神的な攻撃（脅迫、中傷、名誉毀損、侮辱、暴言）／威圧的な言動／土下座の要求／継続的な（繰り返される）、執拗な（しつこい）言動／拘束的な行動（不除去・居座り・監禁）／差別的な言動／性的な言動／従業員個人への攻撃、要求

・要求内容の妥当性に照らして不相当とされる場合があるもの
商品交換の要求／金銭補償の要求／謝罪の要求（土下座を除く）

以上を読んでも、漠然としていてわかりづらいと感じた方も多いはずだ。そこで、本書ではこの定義をもう少し具体的に表現したいと思う。

「悪質なクレーム」を「商品やサービス、性能、補償などに関し、消費者が不満足を表明した

ものうち、その消費者が必要以上に攻撃的であったり、感情的な言動をとったりしたもの、または悪意が感じられる過度な金品や謝罪を求め「行為」とし、その行為者を「悪質クレーマー」とする。そして、悪質クレーマーから従業員（接客応対者やコールセンター担当者など）が受ける心理的負担や心身の被害に焦点を当てたものを「カスタマーハラスメント（カスタハラ）」と定義する。言い換えれば、常識外れの悪質クレーマーから過度なストレスが与えられる状態がカスタハラだと言えよう。

本書の構成

序章では、犯罪心理学者である私が、なぜカスタハラを研究するようになったのかを説明し、この問題の深刻さを伝えたい。続く第一章では、実際に起きた刑事事件や、コロナ禍によって深刻化したカスタハラの実例を挙げ、犯罪としてのカスタハラを読み解く。第二章では、カスタハラをおこなう加害者の心理構造に迫る。第三章ではカスタハラが起こる社会構造、第四章ではカスタハラ対策の最前線を紹介する。以上をふまえて、いよいよ第五章でカスタハラ防止法案とその展望を描き、終章はまとめに代えて、私からの提言を記す。なお、現場に立つ従業員のためのマニュアル「カスタハラ・プロファイリング・メソッド（CPM）」を巻末に付録として添えた。ぜひ活用していただきたい。

目次

はじめに

カスハラ of 犯罪心理学 / カスタマーハラスメントの定義とは? / 本書の構成

序章 衝撃の実態

カスハラとの出会い

「悪質なクレーム」の講演依頼 / ストーカーとカスハラ of 類似 / 名刺交換の行列

これまでのカスハラ対策

初期の「クレーム本」 / 接客と法律 / 犯罪心理学の研究対象としてのカスハラ

犯罪者は、普通の人である

犯罪心理学の基本 / 犯罪者とは何者か / 合理的選択理論 / ルーティン・アクティビティ理論 /

「普通の人」がカスハラ加害者になる

カスハラ大国ニッポン

「熱中症になったらどうするんだ!」 / クレームとカスハラ of 違い / ナッツリターン事件 / 国

際社会でもカスハラは問題に / 世界に後れをとる日本

第一章 キレる〴〵お客様〴〵たち

土下座を強要する〴〵お客様〴〵たち

土下座強要の逮捕劇／カスハラ刑事事件／続く土下座事件／終わらない土下座事件／土下座させても納得できない〴〵お客様〴〵／〴〵お客様〴〵のその後

多様化するカスハラ

カスハラ被害者の五つのタイプ／①思い込み・勘違いタイプ：責任転嫁から引っ込みがつかなくなるカスハラ／②歪んだ正義感タイプ：アドバイスと称したカスハラ／③ストレス発散タイプ：個人をターゲットにしたカスハラ／⑤執着の強いタイプ：精神状態からくるカスハラ

コロナ禍で急増したカスハラ

コロナ対策に非協力的な〴〵お客様〴〵／①マスク警察／②コロナへの恐怖心／③コミュニケーションのトラブル／増加する高齢者の暴行犯罪／なぜ高齢者の犯罪が増えたのか／カスハラ中心は対人関係

コラム① 凶悪犯罪とカスハラ

第二章 カスハラ心理構造

これまでのカスハラ心理分析

プライドが高い人ほどカスハラをおこなう？／クレイマーはコミュニケーションが高い？／日本でカスハラ研究が進んでこなかった背景

カスハラ分類の試み

大学生のカスハラ経験／大学生のカスハラ、三つの傾向／要求の傾向

UAゼンセンのデータ分析

カスハラの男女差／カスハラの傾向／業種や性別でカスハラには違いがある

カスハラ加害者の心理

四タイプの攻撃性／攻撃する人の特徴／カスハラしやすい人の特徴／約半数がカスハラ加害の経験あり／加害者の態度と傾向／自尊心が高い人ほど、カスハラ加害の経験あり

カスハラ被害者の心理

腫れ物のお客様／「同調バイアス」と「原因帰属」／カスハラは犯罪である

コラム② 日本初のカスハラシンポジウム

第三章

〃お客様の〃の正体

お客様は神様か？

「お客様は神様です」／「お客様は王様です」／欧米との企業文化の差

消費者とは何者か？

「消費者」の定義／法律が描く消費者像／国の消費者像に足りないもの

消費者行動から考える

五つの考え方／①期待不一致モデル／②二重過程理論／③プロスペクト理論／④アンカリン

グ効果／⑤極端の回避

カスハラは百害あって一利なし

消費者行動にカスハラが与える影響／今後のカスハラ対策のポイント

コラム④ ネット社会で変わった、人の心と距離

第四章

カスハラ対策の最前線

企業も消費者も成長する取り組み

接客応対者のメンタルダメージ／企業によるメンタルヘルスケア／ポジティブ・メンタルヘルス・アプローチ

カスハラ被害の黙認は「ホワイトカラー犯罪」

黙認もまた罪である／ホワイトカラー犯罪／組織人による犯罪／犯罪への無自覚さ／ホワイトカラー犯罪の対策方法

従業員を守り、消費者を育てる

エッセンシャルワーカーを支える／被害意識を落ち着かせる／「責任取ってくれるよね？」への戦法／物理的な距離をとるべし／あなただったらどうする？／消費者を支援するアプローチ／次世代のための消費者教育／クレーマー自身も「嫌な思い」を引きずる

カスハラを経営リスク

宮中モデル／カスハラで休職・退職者が出た場合の経済損失／カスハラが原因で病気休職・退

職した人数／病気休職・退職によって発生する一人あたりの経済損失／カスハラは想像以上の損失を生む

対症療法

「通話を録音させていただきます」／データベースからわかること

コラム④ A1を用いたカスハラ対策

第五章 カスハラ防止法案という希望

厚生労働省のマニュアル

従業員を守ることは事業主の義務／どこからカスハラなのか／カスハラの種類を決める
法律を

ストーカーとカスハラ

データ分析から見えてきたこと／ストーカー規制法に見る明文化の重要性／ストーカー規制法の拡大改正

コラム⑤ 楽しい買い物楽しい社会をつくる

終章 カスハラのない国へ

「よいサービスに正当な対価を払う」文化へ

「失われた三〇年」後のいま／日本人は幸せか／孤島の国ニッポン／日本の未来へ

デジタル時代の顧客対応

データサイエンスとは／データは分析・実用されて、初めて「価値」が出る／CRMの活用／犯罪者プロファイリングの応用

おわりに

付録 カスハラ・プロファイリング・メソッド(CPM)

参考文献

序章 衝撃の実態

カスハラとの出会い

「悪質なクレーム」の講演依頼

二〇一三年の夏、私のもとに一つの講演依頼が届いた。送り主は、公益社団法人消費者関連専門家会議（ACAP）で働く大学時代の同窓生。依頼内容は、悪質なクレームに関するものだった。それまでの私は、消費者心理の調査や研究の経験はなく「なぜ、犯罪心理学者である私に頼んだのだろう……？」と半ば不思議に思った。そこで、講演に関する話を聞くため、久しぶりに彼に会い、日本のカスハラの実態を知ったのだった。

「謝罪しろと店長を家まで呼びつけ、何時間も軟禁した」

「来るたびに女性従業員にばかり言いがかりをつけ、身体に触る客がいるが、常連客なので来るなど言えない」

「理不尽な要求なのに自分が正しいと言い張り、応じないと店内で喚き散らして暴れる」

彼が語る事例の数々は、この問題がいかに深刻であるかを十分に示していた。私は犯罪心理学者として、不安と好奇心半々の気持ちでこの講演を引き受けることにした。だがその後、彼から預かった資料や自分で探した関連記事を見て、不安も好奇心も吹き飛ばほど驚くこととなる。クレーム行為の多様さはもちろん、常習的なクレームや反社会的なクレームの悪質さが想

像以上だったのだ。ごくごく「普通」であるはずの買い物客による攻撃性、自己顕示の強さ。翻って、そのクレームに対応する接客応対者の過度なストレス。カスハラは私の想像をはるかに超えて重大な問題だったのだ。

ストーカーとカスハラの種類

私は、悪質なクレームに関する資料や関連記事を読みながら、かつて自分がおこなっていた犯罪心理学の研究の一つを思い出していた。二〇〇〇年施行の「ストーカー行為等の規制等に関する法律（以下、ストーカー規制法）」以前のこと。研究仲間と共にストーカー的犯罪の事例を収集し、分析していたころのことである。なぜなら、カスハラにはストーカーと似た加害者心理があると感じたからだ。

ストーカー行為とカスハラ行為では、加害者側の心理に類似点が見られる。たとえば、ストーカー加害者が年配者である場合、孤独感などから話し相手を欲する傾向が強く、問題行動を繰り返す要因になりうる。同様に、カスハラ加害者にも常習性がある。また、ストーカー加害者は自分の間違いを認めづらく、感情のコントロールが難しい傾向がある。そのため、自分の不当行為の正当性を激しく主張し、攻撃的な感情を剥き出しにする。そうした一面がカスハラ行為でも見られる。また、執拗に相手につきまったり、拘束したりするということは、細か

いことに粘着できるだけの時間やお金の余裕も必要だ。このように、ストーカー行為をとる加害者の特徴の多くが、悪質クレーマーの資料にも見られた。

そしてなによりも、法律が制定されるまで時間がかかったために被害者が泣き寝入りするしかなく、世の中が見てみぬふりをして加害者を増長させていった経緯が酷似している。ストーカー行為も、規制等に関する法律ができるまではグレーな部分が多く、法的な抑止力が弱かった。つきまとい行為を受けていた被害者が殺害されるという事件をきっかけに、ようやく法律が制定されたという経緯があるのだ。

カスハラは、間違いなく新たな犯罪心理学の研究テーマだった。

名刺交換の行列

こうして私は、カスハラの深刻さを知り、ACAPで講演をおこなった。しかし、驚きの体験は続いた。講演終了後、私との名刺交換に行列ができていたのである。これまでの犯罪心理学に関する講演会ではありえなかったことだ。三〇分間におよぶ名刺交換のなかで、各企業の担当者の真剣な質疑から、この問題の重さをひしひしと感じた。

この講演のあとにも、いくつかの企業の研究会から悪質なクレームに関する講演の依頼を受けた。どの講演会でも、同じように担当者の切実な質疑を受けた。既存の対策では解決に至ら

ない深刻な問題に、ずっと直面してきたのだ。

担当者たちの意気込みを前に、私もこの問題に関わるならば片手間仕事では失礼だと考え、本格的な研究へと乗り出すことにした。大学や日本学術振興会へ研究費を申請して認められ、また並行してベテランの消費者窓口担当者の有志との研究会も立ち上げた。そして悪質なクレームに関する加害・被害のデータを集めて分析していくことになったのだ。

これまでのカスハラ対策

初期の「クレーム本」

まず、私は悪質なクレームに関する先行研究を調べてみることにした。これほどの被害を生んでいる問題ならば、研究はもちろん、実用書をはじめ一般書も多く書かれているに違いないと思ったからだ。ところが、関連する論文や書籍を探しても、私が必要とするものはそれほど多くは見つからなかった。

当時はまだ「カスハラ」といった表現はほぼない状態で、「クレーマー」や「クレーム」といった名称で書籍が出版されていた。「クレーマー」という呼称そのものは、一九九九年の「東芝クレーマー事件」を契機に日本社会では広く知れ渡っている。この事件は、購入者の製

品の点検・修理を求める依頼に対して、東芝側が杜撰ずさんに対応し、はてには担当者が暴言を吐いたというものだ。その対応の録音がネット上で拡散され、大きな注目を集めた。顧客対応を誤ったことで企業への不信感を招いたこの事例を皮切りに、企業に対するクレームは多発していた。もちろん、企業に妥当な改善を要求するクレームもあつたのだろうが、なかにはカスハラにつながる悪質なものも数多くあつた。

こうした社会背景のもとで刊行された書籍の内容の多くは、クレーム対策マニュアルだった。こうした本では、悪質クレームの態度や悪質なクレームが起きる要因について、社会的・心理的側面からは分析されていない。その多くは、接客の専門家の目線でクレームと対峙たいじするもので、クレームにどう対応すべきかといった実務的な内容が主だったのだ。

接客と法律

お客様相談室などに長く勤務する著者による本では、クレームにいかにか上手うまく対応するか、その心構えやノウハウが中心となっている。『となりのクレーム』(二〇〇七、中公新書ラクレ)や『あんな「お客」クンヤローも神様なんすか?』(二〇一三、光文社新書)は、有能なお客様相談室担当者がが玄人クレーマーと渡り合う属人的な苦情対応を説き、あるいは、有能な営業担当者がワガママな客と付き合ううえでの営業スキルやマインドが書かれている。事例のおもしろさが際立つ

ものの、同じ立場で働く人がこれを読んで「自分も真似^{まね}できる」と思うのは極めて難しいと感じた。

こうした一個人の能力に頼ることなく、多角的な観点から苦情対応について記されているのが、A C A Pが編集した『改訂2版 お客様相談室（図解でわかる部門の仕事）』（二〇一、日本能率協会マネジメントセンター）だ。苦情を顧客満足につなげることを主眼とし、お客様相談室などの役割や仕事などを図解で示すとともに、一般的なクレームにおける対応マニュアルとしても確かな内容となっている。

ベテランの個々の経験だけではなく組織として対応することを示した本としては、その他に『カルビーお客様相談室・クレーム客をファンに変える仕組み』（二〇一七、日本実業出版社）なども挙げられ、二〇一〇年代半ばからこうした傾向の本の出版が続くようになった。

こうしたクレーム対応を書いた書籍とは異なるものとして、法律の専門家によって書かれたクレーム対策に関する書籍もある。しかし、内容は主に法律上の手続きに特化している。訴訟などに発展するような、明らかにアウトなケースが念頭に置かれており、多くの人を苦しめているグレーゾーンのカスハラについては有効な手立てが乏しいのだ。

犯罪心理学の研究対象としてのカスハラ

こうしてすでに出ている本を読んでいくうちに、私は名刺交換の行列で出会った担当者たちの必死さに納得した。接客対応のプロによる講習も、悪質クレマーを裁きにかける弁護士との講習も、カスハラの本格的な解決には至らなかったはずである。カスハラ問題の実態を検討していくうちに、私はますます「この問題は、間違いなく犯罪心理学の研究対象だ」と確信を深めた。

法の専門家が扱う悪質なクレームは、既存の法律によって対応が可能だ。しかし、その範囲外の問題行動については、基本的に個々の従業員のスキルに依存している。これでは、被害を受ける従業員の心身は消耗されていくばかりだ。

つきまといや待ち伏せ、暴言といった法律で対処できなかったストーカー行為も、規制法が成立したことで処罰できるようになった。同じように、カスハラ問題も新たな法整備を目指す必要がある。それまでの間、被害者を守るかどうかは、各企業の対応に左右される。

カスハラ被害者たちを守るためには、根治療法が必要だ。そのためにはデータを分析した科学的な結果に基づく対策を実施して、カスハラが犯罪であることを示す必要がある。その役割を犯罪心理学が担っているのだ。

カスハラの犯罪心理学
桐生 正幸

発行：集英社インターナショナル（発売：集英社）
定価：979円（10%税込）
発売日：2023年6月7日
ISBN：978-4-7976-8123-9

ネット書店でのご予約・ご注文は [こちらからどうぞ！](#)