

インナー大会 プレゼン部門 2019 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学名 (フリガナ)	学部名 (フリガナ)	所属ゼミナール名 (フリガナ)
フリガナ) アジアダイガク	フリガナ) コクサイカンケイガクブ	フリガナ) クノゼミ
亜細亜大学	国際関係学部	久野ゼミ

※大会申込書に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入し、「有」の場合は使用するスライド番号も記載してください。

チーム名 (フリガナ)	代表者名 (フリガナ)	チーム人数 (代表者含む)	PPT 内動画 (有・無)	動画使用 スライドページ
フリガナ) クノゼミエーチーム	フリガナ) アンザイユウカ	5 人	無	
久野ゼミ A チーム	安西優香			

※当日使用する PC、マイク、レーザーポインター機能付きワイヤレスプレゼンターは会場に準備しております。

これらは個別にご用意いただいても大学施設・設備の関係上ご利用いただけませんのであらかじめご了承ください。

発表時に使用する成果物 (例: 商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査時に使用したアンケート)

※成果物の配布は、『禁止』とさせていただきます。

研究テーマ (発表タイトル)

STOP カスハラ～悪質クレーム対策への挑戦～

※必ず<企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要 (目的・狙いなど)

私たちの研究目的は、カスハラを社会問題化し未然に防ぐことによってサービスする側、受ける側が共に尊重される社会を目指すことだ。そのために、いま私たちがしなければならないこととしてカスタマーハラスメント、客による理不尽な要求やクレーム、これをなくさなければならないと考える。しかしながら現在、カスタマーハラスメントへの事後対策がほとんどであり、事前に防ぐ案がすくないのが現状である。そこで私たちはカスハラ撲滅の第一歩として、飲食店を対象にカスハラ防止策を提案する。

2. 研究テーマの現状分析 (歴史的背景、マーケット環境など)

カスタマーハラスメントとは、消費者による自己中心的で理不尽な要求や威圧的な言動による苦情と位置付けられているものである。UA ゼンセンの研究調査により、飲食店で働いている人の七割がカスハラを感じていて、さらにカスタマーハラスメントを受けている人の中でストレス増加につながっていると答えた人は約九割、退職や休職に繋がっている人も五割以上いるというのが現状となっている。さらに私たちが独自で調べたアンケートでもカスハラを受けたことがあると答えた人が約五割、二人に一人以上ということがわかった。2020 年春には厚生労働省も動き出すような問題となっており、注目度は高いがお客様との兼ね合いにより難しいた

め動き出している企業や団体は少ない。

3. 研究テーマの課題

私たちが考える課題点としては大きく二つある。一つはカスタマーハラスメントという言葉の認知度の低さだ。私たちの独自アンケートでも約九割の方がカスタマーハラスメントという言葉を知らないという調査結果が出た。二つ目としては、現状あるカスタマーハラスメントへの策は事が起こったあとのものしかないということである。UA ゼンセンが提示しているものも事後マニュアルで、これから政府が提示していこうとしている案も事後対応であることがわかっている。起こった後の対応ではなく、起こる前の抑止策として手立てを打つ必要がある。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

私たちの課題解決策は、飲食店に向け未然防止ツールを活用してカハラを起こさせない仕組み作りである。未然防止ツールとしてカハラシート、注意喚起シートを提案する。カハラシートは、カスタマーハラスメントの事例と共に罰金が表記されたものであり、アイコンタイプと4コマ漫画タイプの2種類ある。罰金表示をすることによる抑止効果は、私達独自のアンケートとシンガポールでの事例（ポイ捨て禁止などの罰金明示のポスターにより世界で最も清潔な国5選に選ばれている）で証明することができる。アイコンタイプ(図1)は、一目でわかるようシンプルな物にする。設置場所の例としては、お店の雰囲気なるべく壊さないようトイレの壁に貼る。4コマ漫画タイプ(図2)は、ハラスメントの事例を4コマ漫画でポップに表現。設置場所の例としては、待ち時間に楽しく理解してもらえよう各テーブルのメニューと共に配置する。

更に、4コマ漫画タイプの裏には「気持ちのいい対応をしていただきありがとうございます」というお客様へ向けた感謝の言葉を表記する。これは、私達独自のアンケート、公共のトイレの壁の「キレイに使っていただきありがとうございます」という張り紙のように、予め感謝を表記する前提挿入により心理学的抑止効果が見込まれる。また、注意喚起シート(図3)は、抑止効果に合わせて、「カスタマーハラスメント」という問題をより多くの方々に知ってもらう事を目的とし、ポスタータイプとステッカータイプの2種類を製作する。ポスタータイプは、自治体に許可を取り街の電柱や掲示板、更にお店の扉などに貼り、ステッカータイプは、小さなシールで、レジの横などに貼っていただく。カハラシートの内容は、実際の法律や、アンケート調査から得た事例を基にして私達が独自に製作するが、注意喚起シートに関しては、コンペティション形式でデザインを募る。こうすることにより、実際にこういう問題があるということにより多くの方々に知ってもらい、考えてもらう機会になる。印刷代などの費用はクラウドファンディングで集めるものとする。



図1



図2



図3

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

飲食店で働いている学生157人にアンケートを実施した。さらに実際に吉祥寺の飲食店30店舗を訪問し、そのうちの10店舗に話を伺った。カハラシートをデザインした。

6. 結果や今後の取り組み

現状では、最初に広めようとしていた吉祥寺では、カスタマーハラスメントは実際に起こっているが吉祥寺自体には若い人が多く上からものをいうような人がなかなかいないということがわかった。ただその中でも私たちの案に賛同をくれる店舗がいくつかあった。その

ため、これからはカスハラが起りやすいであろう場所を実際にアンケートや足を運んで知り、そこで店舗へカスハラシートや街頭ポスターを貼ってもらえるよう依頼する。さらに、シートを置いてもらい徐々に幅を広げ、多くの人に知ってもらおうと考えている。その手段の一つとして SNS 活用を考えている。自治体や地域単位で訴え、協力してもらい、カスハラのない環境を目指していく。

7. 参考文献

・社会人の教科書「悪質クレマーによるカスタマーハラスメント」

<https://business-textbooks.com/customer-harassment/>

・UA ゼンセン「悪質クレーム対策（迷惑行為）アンケート調査分析結果

<https://uazensen.jp/wp-content/uploads/2018/09/池内教授悪質クレーム対策（迷惑行為）アンケート分析結果.pdf>

・UA ゼンセン「悪質クレームの定義とその対応に関するガイドライン」

<https://uazensen.jp/wp-content/uploads/2017/11/悪質クレームの定義とその対応に関するガイドライン（UA ゼンセン流通部門）2017.08.pdf>

・株式会社 SPN カスタマーハラスメントの実態調査アンケート

https://www.excite.co.jp/news/article/Dprp_33097/

・日本経済新聞

<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO41679320T20C19A2EA5000/>

・Booking.com 「世界で最も清潔な国 5 選」

<https://www.booking.com/articles/the-five-cleanest-cities-across-the-globe.ja.html>

・論文「社会的迷惑行為の抑止策としての好意の提供」 2012.4.24

https://www.jstage.jst.go.jp/article/jjesp/53/1/53_1109/_pdf

<企画シート作成上の注意>

※本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、実行委員会から審査員（ビジネスパーソン・大学教員）の方々に事前にお渡しいたします。

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。また、インナー大会終了後、プレゼン部門にご協力いただいている日経ビジネス様（株式会社日経 BP マーケティング）に大会結果ページを作成いただいております。大会結果ページにはチーム名やご提出いただいた本企画シートが掲載されます。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1~7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、4 ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、4 ページ目までをお渡しします。

※大会参加申込み時点から、チーム編成の変更（チームの人数・交代など）は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、実行委員会（プレゼン局）にご連絡ください。実行委員会側で協議のうえ、ご返答いたします。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合は、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経 BP 社・株式会社日経 BP マーケティングは一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合は同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

※パワーポイント内で動画を使用する場合は、必ず「有」とご記入ください。「有」の場合は使用するスライド番号も明記してください。動画を使用する際の注意事項は参加要項に記載しております。

※成果物を使用する場合は、必ず企画シートにご記入ください。企画シートにてご記入が無い場合、発表当日のご使用を「不可」とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

↑ **ここまでを 4 ページ以内におさめて、ご提出ください**