

増える高齢者クレマー、悩むサービス業の若者たち (サービスを際限なく求める高齢者が増えている)

JJ1SXA/池

クレマー問題は様々な場所で働く人を疲弊させている、近ごろ目立つのは、独自の理屈でクレームをつける高齢者だ、対処に苦しむのはサービス業だ。

以下はある人の経験談。

以下引用…日曜午後の昼下がり。子連れの家族客で賑わう駅前ビルのファミリーレストランで、老人客ら数人が店員に詰め寄っていた。

「うるさい子供をなんとかしなさい」

「近頃の親の教育はどうなっているんだ」

「不快な思いをさせておいて料金まで支払うのか」

近くの席で知人と食事中だった筆者は、その一部始終を目撃していた。

何かの会合帰りであろうと思われる老人客 8 名の集団、デキャンタワイン数本をテーブルに並べ、軽食をツマミに、すでに2時間以上おしゃべりに花を咲かせているらしかった、話し声は異常なほどに大きく、時折手を叩いたり、テーブルをバンと叩くなど、よほど何か嬉しいことがあったのか、周囲の迷惑を気にせず、居酒屋ではしゃぐ学生のような老人達。

その時、店内を走り回っていた子供たちが、老人のうちの一人にぶつかったらしく、謝罪に来た母親に対し、老人たちが悪態をつき始めたのである。

小学校低学年生くらいの男児はしょげかえり、母親は何度も頭を下げているが、グループの中で最も高齢と思われる男性と、リーダー格らしき女性は、母親を執拗に責めた、見かねた店員がやってきて老人らをなだめようとしたが、今度は店員が責められる、それが冒頭の部分だ。

筆者を含め、周囲の客からは「お前らの方がうるさい」といった冷たい視線が老人らに向けられているが、後に店員を呼び止め聞いてみたところ、こういった「老人客」のトラブルは、この数年でかなり増えた、と漏らした。

「もちろん、子連れの方も高齢の方も等しくお客様で、大切な存在です、ただし、最近が高齢者からのクレームが圧倒的に多くて…。

子供がうるさい、席が狭い、メニューの量が少ないなど、対応できないような要求をしてこられます。

はっきり言って、ここはファミレスです、静かにゆったりしたいのであれば、そういったお店に行っていたらいいと思うのですが…」(ファミレスのマネージャー)

同様の「現場の苦悩」は、別取材で話を聞いた格安アパレル店の店員からも聞かれた。「サイズがない、いい色がないなど、ほとんど難癖に近いクレームが、特に中高年の女性から寄せられます、近隣店にしか在庫がないと告げると「今すぐ取ってこい」などと仰られて…、若者向けの商品ばかりで大人向けのものがない、などとも言われたことも、それなら「そういう店に行ってください」というのが本音ですが、当然言えるわけもなく…(アパレル店店員)

「お客様は神様」という概念を捨てきれない中高年世代、こちらは客だから、金を払っているから当然だと、相手や店、グレードに構うことなく要求しまくる、ファミレスやアパレル量販店など「安い分、サービスへの期待はしない」という一般市民らの感覚が理解できないからか、そうした店にも、過度なサービスを求めてくるのだという。

こうした前近代的な感覚は、今やあらゆるところで散見され、現場を疲弊させている。

東京都内の若者向け複合ビルに入る100円均一ショップ店長も、中高年客への対応に頭を悩ます。

「100円のシュークリームパックを購入された高齢女性客が「量が少ない」と開封したものを返品にられました、一般のお客様であれば、間違っても「100均一だし」と、ほとんどの方は返品には来られない、間違っても買ったものならまだしも、数も見える商品でしたし、そもそも開封されていますし…」(100円ショップ店長)

激安の象徴でもある「100円均一ショップ」などのディスカウントショップはサービスや人件費をできる限り抑えることで、安い商品価格が維持できる。

消費者もその仕組みを理解しているからこそ成り立つ商売、というわけだが、値段以上のサービスを求められる従業員たちは、中高年クレマー客への対応に追われるがあまり、別の作業が出来なくなるばかりか、他の客への対応すらままならなくなっているのだとうなだれる。

クレマーには若者や、小さい子ども連れの大人もいる、彼らはクレームをつけることによって商品をタダで手に入れようとか、特別サービスをしてもらおうという下心をのぞかせることが多い、ところが中高年層クレマーの多くに共通するのは、自分がクレームをつけることそのものが相手のためになる、ひいては世の中のためになる正義であると信じていることだ。

端から見ると「自分が不快だから」「自分が気に食わないから」といった、極めて身勝手な論理を振りかざしているようにしかみえない、ところが、ぶつかってきた子どもの親と店員をしつこく責めるのは、子どものしつけを十分にできない親と世間に言い聞かせているつもりなのだ、量販店で色やサイズ展開に注文をつけるのも、その店のサービス向上に貢献してあげていると考えている、そして、サービス業とは費用対効果を度外視したサービスをすべきだという、右肩上がりの経済成長を続けていた時代の働き方を今も信じている。

時代は変わった、値段に対応したサービス提供にとどめなければ、どんな産業も長続きしないと世の中は理解しつつある、ところが、その変化についてゆけない彼らは、自分たちが満足するサービスの「お返し」をしない、自分の孫のような世代の店員たちに対して苛立ち、二言目には「こっちは客だ」「最近の若い者」「ゆとり世代」とくる。

人口ボーナス期(註)に働き、常に最大多数側の世代であった彼らは、個人差はあるものの、他の世代の言い分を聞く習慣がない人が多い、そして若者の側も、異世代間交流をあまりしてこなかった時代に育っているため、彼らの暴言を「年寄りのたわごと」と受け流す、よい意味でのいい加減さを持たずにいる。

見ず知らずの客に、理不尽にも罵詈雑言を浴びせられるなどは夢にも思わなかった若者たちは、接客業に嫌気がさしたり、絶望し業界を去っていくこともある、こうして一部の傍若無人な中高年のせいで、「老人嫌い」「中年嫌い」の若者が産み出されていくことは、若

者にぜひとも頑張ってもらわないと国が沈む、という我が国の現実の中で決して見過ごせない問題であることはいうまでもない。

前述のアパレル店店員は、絶対に言えないことだ、と前置きしつつ「今の世の中の仕組みを理解していない」中高年客に対し、次のように吐き捨てた。

うちみたいな量販店で買っているくせに…、お金もないのにサービスを要求するなって。そのくせ老人を敬え、大切にしろ、挙げ句の果てには「最近の若者はなっていない」ですからね…。

高齢者のために、年金だなんだと私たちのお金も吸い上げられている、ほんと、この国はこうやって終わっていくんじゃないかな、と不安になります。

日本の高齢化率(総人口に占める65歳以上の割合)は27.3%、日本人の4人に1人以上が高齢者だ。

我が国は特に、世界に先駆け「超高齢化社会」をいち早く迎え「高齢者が社会の中心」という、前例のない生活スタイルを受け入れなければならない、少なくとも最近までは、お年寄り「大切にすべき」であり「敬うことが当たり前」の存在であった。

過去を創ってきた人々であり、お年寄りからは多くの事を学んだのだ、しかし現在はどうか、人生100年とも言われる新時代の到来を前に、新たな老人観と、対処の仕方を考える時代になったのかもしれない。…引用終り

当記事筆者註:人口ボーナス期とは、総人口に占める「生産年齢人口(15歳~64歳の人口)」が増え続ける、もしくは「従属人口(14歳以下と65歳以上を合わせた人口)」に対しての比率が圧倒的に多い状態を指す。安価で豊富な労働力があり、従属人口が少ないため、教育費や社会保障費の負担が少ない状態といえる。そのため、国家予算を経済政策に振り向けやすく、また他国からの投資を呼び込めるので、経済が活性化するので。

いやいや、引用の文章が長文になりましたが、ざっと目を通していただいたの読後感はどう?

本当にこんなことは、日常茶飯事のような、近年、幼稚園、保育所の設置に反対する老人が多いようだ、確かにそんな施設ができることにより騒音が増えることは確かだろうが、これからの日本を背負っていく子供たちをどう思っているのか?

「今どきの若い者はなっていない」は常套句だったが、今や、「今どきの年寄りはなっていない」が常套句として定着しそうだ。

かくいう私も年寄りではあるが、元気な子供たちの声を騒音としては感じない、尤もそれぞれの家庭には事情があり、騒音に耐えられない家族がいるかも知れないので、簡単に批判はできないが、どうも身勝手だけなような気がする、もっと気持ちに余裕が持てないものではないでしょうか。

そんな老人たちに育てられた、子や孫は、いやなDNAをひきついで、陰湿ないじめなど、余り悪いこととは思わないのでは無かろうか。

「強気を挫き、弱きを助ける」などはどこかへ吹っ飛び、「強気に膝まづき、弱きを虐める」が当たり前の世の中になったようだ、自分だけでも、そんないやな老人にはならないよう気を付けよう。