

「高齢者はなぜ怒る？」世代間コミュニケーションの“ギャップ”を可視化 ～ACAP研究所「高齢者対応研究会」が新たな研究成果を発表～ — 3つの調査から見えた、消費者対応現場に求められる新たな視点 —

公益社団法人消費者関連専門家会議(ACAP、所在地:東京都新宿区、理事長:坂田祥治)の ACAP 研究所は、高齢者、若手対応者、大学生という異なる立場の人々を対象にアンケート調査を実施し、世代間における“感じ方のズレ”が、高齢者の怒りの背景にあることを明らかにしました。

特に、説明のスピードや専門用語の多用、話を遮る対応など、コミュニケーション上のギャップが、高齢者の怒りや不快感を誘発している実態が浮き彫りになりました。

本研究は、高齢者の怒りの背景を可視化し、企業における高齢者対応を見直すための視点と方向性を示すものです。

本研究が、企業の皆さまにおける高齢者対応の理解と改善の一助となれば幸いです。ACAP では、今回の成果を踏まえ、会員企業の取り組みをより実効的に支援できるよう、今後も研究と実践の両面から取り組みを進めてまいります。

1. 研究の背景

2024 年度調査では、

- 高齢者自身が「怒りっぽくなった」と感じている
- 店頭・コールセンターでの対応に不満を抱く高齢者が一定数存在

といった結果が得られました。

高齢者の怒りは複数の要因が絡み合っており、若手対応者や学生の側にも「高齢者対応は難しい」という声が広がっています。超高齢社会の進行に伴い、こうした“世代間のすれ違い”は社会的分断の火種にもなり得ることから、2025 年度は怒りの背景を多角的に分析しました。

2. 研究のベースとなる 3 つの調査

(1) 高齢者調査(60 歳以上・191 名)

日常生活での変化として、

- 小さい文字が読みにくい
- 言葉がすぐ出てこない
- 物忘れが増えた

などの変化を自覚していました。問い合わせ時に不快を感じる場面では、「説明が回りくどい／

上から目線」「早口」「専門用語が多い」など、“説明の仕方”に関する項目が上位を占めました。

(2)若手対応者調査(161名)

戸惑う場面として、

- 話が終わらない
- 同じ説明を何度しても理解されない
- 関係ない話が続く

などコミュニケーションのすれ違いが顕著に見られました。背景として、高齢者の認知機能の低下、自尊心の高さ、詐欺への警戒心、デジタル不安などが挙げられました。

(3)大学生調査(73名)

7割が高齢者との接点で戸惑いを経験。

- 同じ説明が通じない
- 急に怒り出す
- 礼儀や言葉遣いへの強いこだわり

など、若手対応者と同様の傾向が見られました。

3. アンケート分析で見えた“怒りの構造”

(1) 怒りの主要因の一つは『説明のギャップ』

高齢者が不快・怒りを感じる場面の多くは、説明のスピード／言葉の選び方／遮られることといった“伝え方”に集中していました。特に70～74歳の前期高齢者で不快感が突出し、「まだ自分ではできる」という意識と相手の理解とのギャップが怒りを誘発していることがわかりました。

(2) 自覚されにくい“聴こえ”の問題

難聴の有病率は70代後半で7割に達する一方、自覚は3割程度。聞き取れない原因を“相手の態度や話し方”と誤解し、怒りにつながるケースが多く見られました。

(3) 若手は迅速・正確な対応を重視する傾向があり、高齢者は丁寧さを重視

若手(迅速・正確・簡潔)と高齢者(ゆっくり・遮らない・分かる言葉)の価値観のズレが双方のストレスを増幅させていることが明らかになりました。

4. 今後に向けて

超高齢社会においては、単なる「高齢者配慮」を超え、実態に即したコミュニケーション設計が求められます。

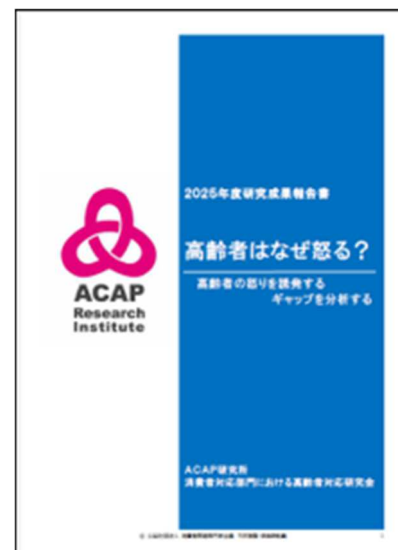
企業に求められる主な視点：

- 説明の再設計(専門用語を避け、短く区切り、確認しながら進める)
- “遮らない”対応の徹底(話を最後まで聞くことが怒り抑制に直結)
- 高齢者の自立を尊重したサポート(代行ではなく伴走型支援へ)
- 若手対応者の教育と負担軽減(高齢者特性の理解と対応スキル向上)
- 組織全体でのコミュニケーション見直し(相談室・店舗・商品設計・情報発信まで一体で改善)

本報告書は、お客さま相談室、店舗運営、商品設計、情報発信など、多様な領域における高齢者対応の改善に資する内容となっています。

5. 研究成果報告書の構成

- 【1】 今年度研究の目的・背景 (P.3)
- 【2】 3つのアンケート調査の結果概要 (P.3)
 - (1) 高齢者調査～年代、性別により不快・怒りの感度に微妙な違い (P.3)
 - (2) 若手対応者調査～若手社員が感じる高齢者対応の難しさ (P.20)
 - (3) 大学生調査～
 - 日常やアルバイト先で感じる高齢者との世代間ギャップ (P.24)
- 【3】 3つのアンケート調査を総合的に分析した結果 (P.28)
 - (1) 高齢者と若手対応者・大学生のギャップを分析 (P.28)
 - (2) 高齢者の不快や怒りの原因を探る (P.34)
- 【4】 まとめ (P.39)
 - (1) 高齢者に対して固定観念は無かったか (P.39)
 - (2) 自覚症状が少ない「聴こえ」の課題 (P.41)
 - (3) 高齢者との望ましいコミュニケーションを改めて考える (P.43)



報告書の詳細は ACAP ホームページをご覧ください。

https://www.acap.or.jp/research/ari_korei2025/

※ 本データを引用・利用される場合は、出典として『公益社団法人 消費者関連専門家会議 (ACAP)』を明記いただきますようお願いいたします。

公益社団法人 消費者関連専門家会議 (ACAP)

企業や団体の消費者関連部門の責任者・担当者で構成される組織として、1980年の設立以来、企業の消費者志向経営の推進、消費者対応力の向上、消費者、行政、企業相互の信頼の構築に向けて、各種研修、調査、消費者啓発活動、交流活動等を行っています。英文表記の the Association of Consumer Affairs Professionals の頭文字を取り、ACAP(エイキャップ)の名前で親しまれています。

会員数	正会員数 593 名(463社) 全会員数 714名 (2026 年5月20日現在)
理事長	坂田 祥治 (さかた よしはる) 明治安田生命保険相互会社
特別顧問	川口 康裕 (かわぐち やすひろ) 中央大学総合政策学部特任教授
所在地等	<p>【事務局】 〒160-0022 東京都新宿区新宿 1-14-12 玉屋ビル 5F TEL 03-3353-4999 FAX 03-3353-5049 https://www.acap.or.jp</p> <p>【大阪事務所】 〒540-0028 大阪市中央区常盤町 2-1-8 FG ビル大阪 7F TEL 06-6943-4999 FAX 06-6943-4900</p>