

接客白書

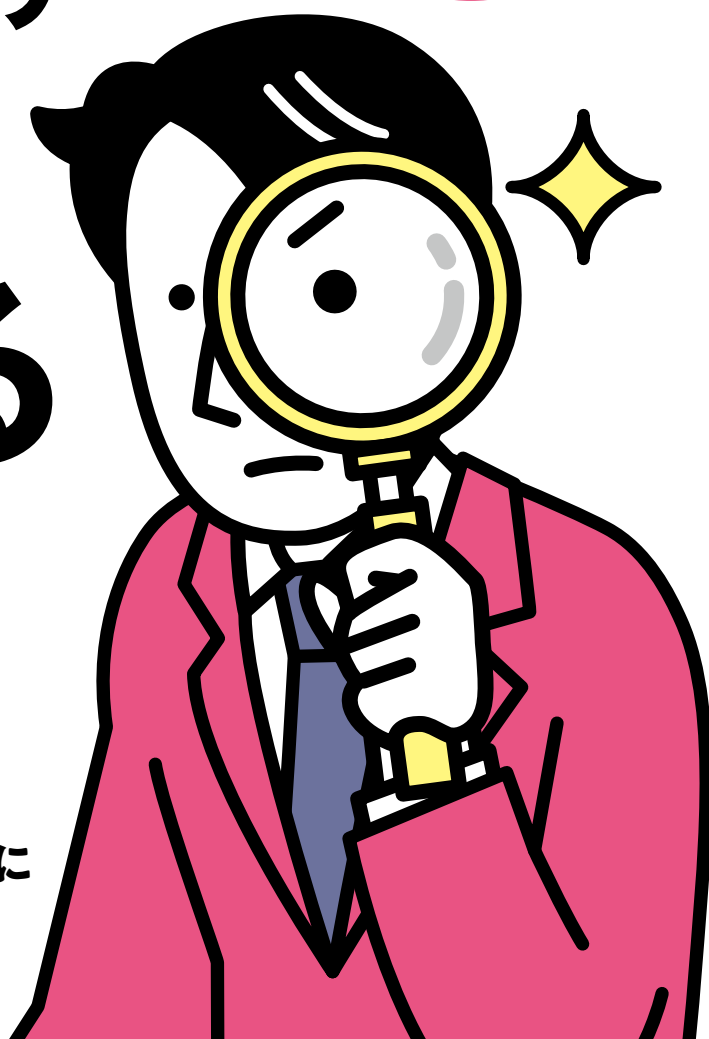
vol.30
2025.Winter

接客ステップアップ!を特集でお届け!

カスタマー ハラスメントと 熱意を持った クレーマーの 違いを 見極める

法的枠組み
から見る
カスハラ
の対応

カスハラ
の本質と
対処法



代表
コラム
「テクノロジーと
人間力の融合」を軸に

接客白書

vol.30

発行: 2025年 1月 編集: 広報マーケティング部 ©CHECKER SUPPORT CO.,LTD.2025
発売元: 株式会社 チェッカーサポート 〒104-0033 東京都中央区新川1-28-24 東京ダイビルディング4号館11階 TEL.03-6332-7800

動画でわかりやすく学ぶ!

Checker
supportCh
チェッカーサポート チャンネル

レジ・接客に関する情報を
YouTubeで公開中!



小売流通業、接客業、レジ
業務に携わる皆様を応援し、
盛り上げるチャンネルです!



- ☑笑顔と接客
- ☑教育や指導
- ☑エンタメ企画

ご視聴・ご購入、
よろしくお願いします!

当社情報発信コンテンツ

接客の情報、
発信中!

コラムでじっくり学ぶ!

接客ONLINE
ヒトトセ

接客業に携わる方を
応援する情報コラムサイト!



日々状況が変わる接客業界
の旬の話題をリアルタイム
でお届けしています!



- ☑笑顔と接客
- ☑教育や指導
- ☑トラブル対応

SMTS 2025
SUPERMARKET TRADE SHOW
スーパーマーケット・トレードショー

スーパーマーケットトレードショー2025に今年も出展いたします!

2025年2月12日から幕張メッセにて開催される
スーパーマーケットトレードショー2025に出展
いたします!当社ブースにて、各種サービスの紹介や
レジスキャンバトルのコーナーを予定しています。
ご来場の際はぜひお立ち寄りください!

※内容は予告なく変更になる場合がございます。ご了承ください。

場 所: 幕張メッセ

日 時: 2025年 2月12日(水)~14日(金)
10:00~17:00 ※最終日は16:00まで

入 場: 事前登録制

公式HP: <https://www.smts.jp/>



当社ブース
展示ホール3
227

株式会社 チェッカーサポート

札幌営業所 青森営業所 仙台営業所 静岡営業所 名古屋営業所 三重営業所 大阪営業所 広島営業所 北九州営業所 福岡営業所
沖縄営業所 渋谷研修センター 東京本社

笑顔で日本を元気にします!

Checker Support HP▶



違いを見極める

接客ステップアップ! 第17回 特集!



株式会社チエツカーサポート
CS部 講師 台信好美



はじめに

クレームと呼ばれる顧客からの意見や要望は、サービスの質を向上させる貴重な情報源です。しかし、その全てが正当な意見とは限りません。近年、顧客からの行き過ぎた要望や過度な批判などの迷惑行為は「カスタマーハラスメント（以下・カスハラ）」と呼ばれ、話題に上がることが増えてきました。カスハラは従業員にストレスを与えただけでなく店舗や会社に悪影響を及ぼす恐れがあります。そのため、正当なクレームとカスハラを正しく見分けることが重要です。

本稿では双方の違いを理解し、カスハラへの適切な対応方法や防止するためのポイントについて解説します。

境界線を引く

正当なクレームとカスハラ

クレームとカスハラは「顧客からの不満をはらんだ訴え」という性質が同じであることから、線引きはあいまいであると言われていました。しかし訴えの根本を探ると両者の違いがわかりやすくなります。クレームは、顧客が商品や店舗に対する不満や改善を求める訴えを行うことに対して、カスハラの場合は商品・サービスの改善を最終的にはあまり求めず、いやがらせや個人的な思惑により訴えを行います。別の観点で言えば、クレームはサービス改善のヒントとなる貴重なフィードバックである一方、カスハラは従業員を疲弊させ、業務の妨げになるだけのものです。ここでは、顧客のどのような態度や言動がカスハラに該当するか、具体的な事例を交えて紹介します。

■怒りだけでは境界線は引けない

顧客の語気が強い・舌打ちをする・顔をしかめている・顔を赤くしてい

る・早口になっているといった様相は怒っている状態と判断できます。しかし怒っているというだけではカスハラと断定できません。実際に店側の過失による負の感情や要求がうまく伝わらない場合の悲しさなどが怒りとなって現れているケースもあります。まずは誠意をもってクレームの内容を伺うと、怒りが徐々に落ち着くことが多くあります。ただし、内容によってはカスハラである可能性もあります。注意深く様子を見ましょう。

■大声・怒声だけでも断定できない

「だからおかしいって言ってるでしょ!」「なんなんだよこの店は!」「いい加減にしろよ!」これらはクレームの最中の怒声でよく登場するフレーズです。このような大声・怒声が出たからといって前述同様、カスハラであると断定はできません。しかし顧客は怒り状態であることに加え、自身が思

うような状況にならずストレスを感じ、興奮している様子がわかります。

この場合は周囲への影響及び顧客を落着かせ、かつ尊厳を守るためにも場所を変えることが得策です。

■熱意と執拗さの違い

顧客の熱意あるクレームは時として同様の訴えを繰り返すことがあります。その理由として、商品やサービス・店舗自体が好きで改善を求めている、今後も利用したいと考えているから、ということが挙げられます。改善が見られない場合や対応に遅延があると「対応してくれないまでクレームを出す」と熱心に訴えているというわけです。

向上への期待が含まれ、建設的な対応や提案を求めている場合は真摯に対応することを推奨します。しかしカスハラの場合は「納得するまで帰らない」と発言する、自身の対応のために店員を1時間以上拘束する、毎日クレームを訴えに来る、といった性質の悪い執拗さを持ちます。

■線引きに重要なのは要求内容

見極めにおいて重要なのはクレーム及びそこから派生する要求の内容です。例として、店で販売している果物が

腐っていたというクレームが発生したとします。店側の対応として一般的なのは返金及び交換が妥当と言えます。しかしカスハラの場合、店側の謝罪やどのような対応を提示されても、納得をしないことが挙げられます。その上で「誠意を見せろ」「ネットのクチコミに悪評を書くぞ」「この店員を店にいられなくしてやる」など、恐怖を与え脅迫するような発言が見られます。また店員に対して「バカ」「ブス」「クソ」などの店員を貶めるフレーズを用います。

■過剰な要求

前述の例にあるようなクレームに対して、相応の対応をした際に収束を迎える場合は問題ありませんが、カスハラの場合は度を越えた要求をすることがあります。このような事態を起こしたことは全て店側の責任だ、という前提をした上で「土下座をして謝れ」「腐っていた果物の代償として新しい果物をケースごと寄越せ」「こちらが提示する金額を寄越せ」など、過剰かつ不当な内容がこれに当てはまるでしょう。

どこで線を引くか、がポイント!



カスハラの本質と対処法

冷静さと3つの変化がカギ！

非生産的であり、公序良俗やモラルに欠けたカスハラという行為ですが、その本質はどういったものでしょうか。

カスハラという行動を取る顧客は、**自分の行動や言動が結果的にどういった影響を与えるかをあまり深く考えず、短絡的に行動を起こしていることが多いと言われています。**感情が暴走しているとも言えるカスハラに対して、同じく対応者が感情的になることは避けましょう。ここではカスハラが起こってしまった場合のやり取りや対処法を学びます。

■冷静さを保ち、傾聴する

冷静さを保つことで、顧客が本当に訴えたいことが読み取れるようになります。ただ不快な思いをしたことを伝えたいのか、どんな対応を求めているのかを冷静に傾聴し、対応していきたいと思います。「感情的な言い方だからカスハラだ」と間違った判断をしないよう

に冷静な傾聴力を持つことも重要です。

■3つの変化を起こす

感情的な顧客は対応方法を変えるだけで冷静な会話をすることもできません。それは『**場所・人・時間**』を変えることです。

【場所】

例えばレジ周辺で対応しているのであれば、サービスカウンターや人通りの少ない場所へ移動し、内容を伺います。顧客から見える景色や場所の雰囲気が変わるだけで感情が落ち着くこともあります。

【人】

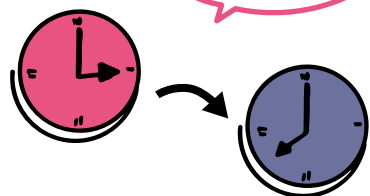
一次対応者から二次対応者への変更を行います。この際には上位役職者に代わるとより効果的です。また、1人の従業員が対応するよりも複数人が関わることによって従業員の負担を軽減できます。

【時間】

昨今よく耳にするアンガーマネジメントという怒りのコントロール法によれば、怒りの感情はピークが数秒と言われています。ですが、怒りの感情自体がおさまるのには数時間かかるとも言われています。一旦時間を置いて怒りが収まるのを待つのが効果的と言えます。店舗では「改めて責任者からご連絡致します」と断りを入れて、その場で対応せず時間を改めます。それにより顧客の怒りを少しでも鎮め、後日具体的な対応策を話すことで、顧客が受け入れやすくなる狙いがあります。

また、その間に従業員でどのように対応したらよいかの話し合いの時間を作ることもできます。いざ改めて電話をし、想像していた状態より落ち着いて対応してくれた、ということはよくある話です。お互いが冷静になるために時間の力を借りると良いでしょう。

change!
3つの変化



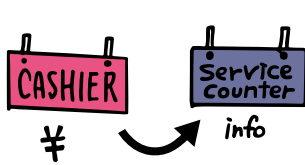
3 時間を変える

「改めて責任者からご連絡致します」と断りを入れて、その場で対応せず一旦時間を置いて怒りが収まるのを待ちます。



2 人を変える

一次対応者から二次対応者へ変更します。このとき、上位役職者に代わるとより効果的です。1人の従業員が対応するよりも複数人が関わることによって従業員の負担を軽減できます。



1 場所を変える

サービスカウンターや人通りの少ない場所へ移動し、内容を伺います。顧客から見える景色や場所の雰囲気が変わるだけで感情が落ち着くこともあります。

法的枠組みから見るカスハラへの対応

監修

株式会社チエッカード
取締役 法務担当役員 中田和祥

ここからは法的にどのような行為がカスハラとされるのかを理解しましょう。左記の例にあげた行為がある場合はカスハラです。また、法律に抵触している可能性があること事前理解を促し、従業員の不安を軽減する方法を考えます。

脅迫罪 (刑法第222条)

脅迫罪は、**相手に対して生命や身体、財産に害を加える旨を告知して恐怖心を抱かせる行為を指します。**刑法第222条では以下のように規定されています。

刑法第222条

「生命、身体、自由、名誉又は財産に対し害を加える旨を告知して人を脅迫した者は、二年以下の懲役又は三十万円以下の罰金に処する。」

脅迫とは、相手が実際に恐怖を感じることを目的とした言動であり、これが過剰な顧客の行為に該当する場合は、刑法上の脅迫罪に問われる可能性があります。

例

「お前をクビにさせる」「お前の家族も外を歩けなくさせてやる」など従業員個人に対して明確に恐怖を与える発言をする行為。

例

「こんな店潰してやる」と店舗や経営者に対して威圧的な言葉を繰り返す場合。

これらの行為は、相手に対して明確に危害を予告し、恐怖心を抱かせることを目的としているため、脅迫罪に該当することがあります。

名誉毀損罪 (刑法第230条) 侮辱罪 (刑法第231条)

名誉毀損罪や侮辱罪も、カスハラにおいて適用される場合があります。これらは、**個人や会社の社会的評価を著しく傷つける行為を指します。**

刑法第230条

「公然と事実を摘示し、人の名誉を毀損した者は、三年以下の懲役若しくは禁錮又は五十万円以下の罰金に処する。」

刑法第231条

「侮辱をした者は、拘留又は科料に処する。」

例

店舗や従業員の悪評をSNSやインターネット上に拡散し、根拠のない誹謗中傷を行う行為。(名誉毀損)

例

接客中に大声で従業員を「バカ」「アホ」「能無し」などと侮辱する行為。(侮辱罪)

名誉毀損は例え事実であっても相手の社会的評価を低下させる場合に適用されるため、たとえ顧客が正当な不満を持っていたとしても、適切な表現を超えると刑事罰の対象となる可能性があります。

威力業務妨害 (刑法第234条)

威力業務妨害は、**暴力や威力をもって他人の業務を妨害する行為を指します。**刑法第234条では次のように定められています。

刑法第234条

「威力を用いて人の業務を妨害した者は、三年以下の懲役又は五十万円以下の罰金に処する。」

ここでいう「威力」とは、直接的な暴力だけでなく、脅迫的な態度や過剰な要求によって他人の業務を困難にさせる行為を含みます。

例

電話やメールを繰り返し送りつけ、対応する従業員が通常業務に支障をきたすほどの時間を割かれる場合。

例

他の顧客に迷惑をかけることを承知で大声で怒鳴り続ける行為。これにより他の業務が進まない場合。

これらの行為は従業員の業務に対し威力をもって妨害していると判断されるため、威力業務妨害罪が適用される可能性があります。

不退去罪 (刑法第130条)

不退去罪は、**退去の要求を受けたにもかかわらず人の住居等から退去しない行為を指します。**刑法第130条では次のように定められています。

刑法第130条

「不退去罪は正当な理由がないのに、人の住居または人が看守する邸宅、建造物、艦船に侵入し、または要求されて退去すべき場合に退去しない者は、三年以下の懲役または十万円以下の罰金に処する。」

この不退去罪が適用されるのは人の住居のみではなく、店舗、オフィス、またその敷地内などの「人が管理している場所」も含まれていることがポイントです。

例

クレームを理由に何時間も居座る

例

正当な対応をしても食いつきが続け、店舗の管理者や責任者が「退去・退店してください」と正式に要求したにも関わらずそれを拒否し続ける場合。

これらの行為は店舗運営や他の顧客へのサービスを妨害するため、不退去罪に該当する可能性があります。

クレーム対応は店舗全体で取り組む

お客様の要望は全て叶えられるとは限りません。例えば、スーパーマーケットなどで配布している割り箸を例に挙げます。割り箸はサービスの一環で、購入商品に合わせて顧客に提供しているところがほとんどかと思いますが、それを顧客が過剰に要求し、お断りする場面があると思います。一次対応の従業員は適切にお断りしていても、二次対応（お客様の要望がおさまらず上位役職者と呼んだ）の際に会社のルールやガイドラインを無視し、要求通りに割り箸を提供してしまうことがあります。二次対応者にも考えがあつてのことと思いますが、基本は叶えることのできない要望を受けてしまうことは不適切と言えます。特に上位役職者（責任者が規則を無視した対応を勝手に行うと、一次対応者の立場もなくなる上、「前も対応してもらった」などというクレームが横行する原因を作ってしまう）。

その場を収めるために顧客の要求を受け入れてしまうことはその場しのぎにしかならず、従業員からの失望を買い、度が過ぎた顧客を増長させます。店舗全体でルールやクレームに対応する際の共通認識を持ち、役職によつて店舗のルールを変えることのないようにしましょう。ただし適切な範疇の顧客に対する謝罪やお詫びに関しては上位役職者が判断し、誠意ある対応をすることが望まれます。

■カスハラ予防・対策

カスハラの防止はただのクレーム対応ではなく、顧客との健全な関係を築くための第一歩です。

双方が共存できるサービス環境を整えるためには、店舗全体、ひいては会社全体の取り組みが必要です。顧客の過剰な要求通りの対応をしていないか、言いなりになっていないか、感情的なクレームに対して冷静に傾聴できているかを確認しましょう。顧客に対しての感謝や真心は忘れず、かつ毅然とした態度や線引きを守ることで、カスハラは減少していきます。「この店は強く出ても無駄だ」「従業員たちの結束が強い」「従業員たちに知識がある」と、カスハラをする顧客に理解させることが重要です。まず今一度店舗の対応力を見直していきましょう。

■おわりに

クレームはサービス向上のための建設的なチャンスになり得る一方、カスハラは従業員や店舗の損害を招きます。しかしカスハラを警戒するあまり、全ての顧客の訴えや様子を悪質なクレームとして捉えたと、本来は優良であつた顧客を逃すことにもなるので注意が必要です。

そして、クレーム自体を無くすことはできませんがなるべく起こらないようにする取り組みは不可欠と言えます。その取り組みとは、顧客に寄り添った良い接客のことです。接客水準を上げること、店舗全体の良質な流通の場、

コミュニケーションの場という雰囲気生まれ、カスハラも発生しにくくなります。

また会社全体でカスハラと正當なクレームの違いを理解し基準を定めることは、従業員と顧客の双方に利益をもたらします。従業員の安全と安心を守ることでES（従業員満足度）も上がり、離職防止に繋がるだけでなく、良い人材が入職しやすい環境づくりにも繋がります。そして節度ある対応は店舗にとつても良い顧客を引き付けることにもなり得ます。お互いが尊重し合う関係を築くために、正しい知識と対応策を常にアップデートしていくことが、店舗の持続的な成長に繋がります。

お問い合わせはこちらから！



業種は問わず「接客」に関するお悩み解決のお力になります。相談先にお迷いでしたら、まずはお問い合わせください！

<https://www.checkersupport.co.jp>

入職直後からできる新人さんのケアとは



早期退職をさせたくなくて、新人さんには特に気を遣って接しているのですが…具体的にどのようなケアが有効なんでしょうか？



そうですね～《えがお》で接するのはもちろんですが、まずは新人さんの緊張と不安を緩和させることを心がけましょう。今回は入職直後～1週間にしっかりするのが効果的なケアをご紹介します！

特に

入職直後～1週間に効果的なケア5選！

1 会話の際は必ず！ネーム□□□□□

会話の冒頭や末尾に相手の名前を織り交ぜることで、親近感が湧くという心理的な効果があります。

2 感謝を忘れずに！「□□□□□」を添える

人は感謝の言葉に対してこころが満たされます。会話の際にさりげなく添えるようにしましょう！

3 確認の問いかけは□□□□□ことに

研修時の呼びかけは「かけすぎ」になることはありません。「ここまで問題ありませんか？」と頻繁に問いかけて、一方的な研修にならないようにしましょう。

4 □□□□□時もフォローを！

休憩室の場所を伝えるだけでは不親切です。ほったらかしにせず、どのように過ごせば良いかしっかりとフォローします！

5 □□□□□を聞いてみましょう

退勤時にはその日の思いや心の状態を聞くことも有効です。共感及び寄り添いの言葉をかけるようにします。

ケアをまとめてみました！□に入る言葉を左下の表から導き出してください！



やっぱり謎解きなんだな



か	通	☀️	よ	か	こ	ん
ん	き	一	せ	青	が	💧
い	ゆ	り	🔥	ん	み	ぺ
字	う	き	💰	て	★	
読	過	の	け	め	ん	生
と	🌳	い	ぐ	す	🏠	み
う	🍌	ぎ	★	あ	🌙	そ

問題

1 赤い字を上から読め

答え
□□□□□

2 イラストを漢字に変換し、平日の左を読め

答え
□□□□□

3 星の間を上から読め

答え
□□□□□



上から読むのは、ななめでも良いんですか？

良いですよ！あと、問題2でイラスト→漢字にしたことも忘れずに…



4 つうかの間を上から読め

答え
□□□□□

5 《ええきい》字を並べかえて読め

答え
□□□□□

重要なのは新人さんに「気配りされている」と安心してもらうことです。優しく寄り添い、励ましあえる環境をつくってくださいね！



お店でスタッフに接客を教える店長。ちょっと頭は硬めかも？



謎解き好きの接客コンサルタント。なかなか普通に教えてくれない。

解答はP8に！

#03

「テクノロジーと人間力の融合」を軸に 株式会社チエッカーサポート 代表取締役 伏見啓史

代表
コラム

近年、テクノロジーの進化とともに、小売業界においても「レジの自動化」や「セルフレジ」「キャッシュレス決済」など、効率化のためのデジタル技術が急速に浸透しています。世界的な潮流として、生産性向上は避けて通れない課題となっており、日本の小売業も例外ではありません。

日本は残念ながら、国際的に見て生産性の低さが指摘されています。限られた人材・労働力の中で、今後も高い品質のサービスを維持しながら成長し続けるためには、業務効率を徹底的に改善し、生産性を向上させることが欠かせません。お客様の利便性を高めるためにも、自動化やデジタル技術の導入を積極的に進め、時代の変化にしっかりと対応していく必要があります。

しかし一方で、日本の小売業が持つ「人の力」には大きな強みがあります。それは、世界に誇れる「おもてなしの精神」や「笑顔あふれる接客」です。お客様の立場に立ち、心地よいサービ

スや温かいコミュニケーションを提供することで、単なる取引ではなく、心の通う関係を築いてきたのが日本の小売業の伝統であり価値です。効率化が求められる時代だからこそ、こうしたソフト面の強みをさらに磨き、他国にはない付加価値を生み出すことが私たちの使命だと感じております。

今後の私たちの取り組みとしては、「テクノロジーと人間力の融合」を軸に据え、お客様にとっても、働く従業員にとっても満足度の高い環境を実現することを目指します。業務を効率化し、余剰となった時間やリソースを、お客様とのコミュニケーションやサービスの向上に充てることで、より質の高い接客を実現します。具体的には、レジの自動化や業務管理のデジタル化を進める一方で、従業員教育を強化し、

「人だからいそでできる」と追求してまいります。

「人だからこそできること」を追求してまいります。例えば、機械が正確かつ迅速に会計業務を行うことで、従業員はお客様の要望に耳を傾けたり、お困りごとにいち早く対応するなど、人としての「気配り」や「温かみ」を最大限に発揮することが可能になります。このように、デジタルと人間力をうまく融合させることで、これまで以上にお客様にご満足いただけるサービスを提供できると確信しております。

私たちは今後も、変化する時代の中で柔軟に進化しながら、「人」と「効率」の両立に挑戦し続けます。お客様に選ばれる企業であり続けるため、全社一丸となって取り組んでまいりますので、引き続きご支援とご愛顧を賜りますようお願い申し上げます。

笑顔咲く 花言葉 vol.07

花で職場を彩る

花や植物は人の心に様々な「プラスの働きかけ」をすると言われています。ただそこにあるだけで、心が落ち着いたり、癒されたり、元気をもらったり…。時にはおしゃれな空間を演出したり、大切な人へ気持ちを伝えるアイテムにもなります。意外にも奥深い花言葉の世界に、コミュニケーションの花が咲くことも。

「おつかれさま」
「ありがとう」
「がんばろう」
こんな気持ちを素敵な花たちのにのせて、職場を彩ってみませんか？

チューリップ

花言葉：家族への感謝/労いなど

春の訪れと愛を伝える花

ふっくらとしたフォルムが可愛いチューリップは、春の訪れを感じさせる定番のお花です。17世紀にチューリップが大人気となったオランダでは、つぼみの形が純潔を表すとされ、愛する人に贈る花として定着しました。現在では品種やカラーが増え、花卉の色によって様々な花言葉があります。赤は「家族への感謝」、ピンクは「労い」といった意味があるので、スタッフさんたちへ純粋な感謝の気持ちを込めて飾ってみてはいかがでしょうか。



P7 謎好き先生の接客ヒント 解答

今回はたくさん問題がありましたね! 皆さんは何問解けましたか?

1 こーりんぐ

赤い字を上から読むと「青い字のみぎ」となります。青い字の右を読んでいくと「こーりんぐ」と現れます!

3 せんてんす

2問目で ● を「日」にしましたね。それを利用し「日」と「生」の間と、「★」と「★」の間を読みましょう。「せんてんす」と出てきます!

2 ありがとう

イラストを漢字にして、「月火水木金」の左を読みます。金は紙幣と硬貨の2つがありましたが、紙幣の左は空白なので硬貨の左を読みましょう。すると「ありがとう」となります!

4 きゅうけい

2種類の「つうか」がありました。「通」「過」の間と、「通貨」であるお札と硬貨の間をそれぞれ読みましょう。すると「きゅうけい」となります!

イラスト ▶ 漢字の答え



5 かんそう 高難易度問題!

最初の先生のセリフに同じ色とカッコで《えがお》とあります。つまり「え」が「お」になるということです! え→おにすると《おおきい》字になります。大きい字を並べ変えると「よすみの字読め」となるので「かんそう」が答えです!

第17回

拾ったポイント... もらっちゃダメ?

意外と知らない小さな疑問!



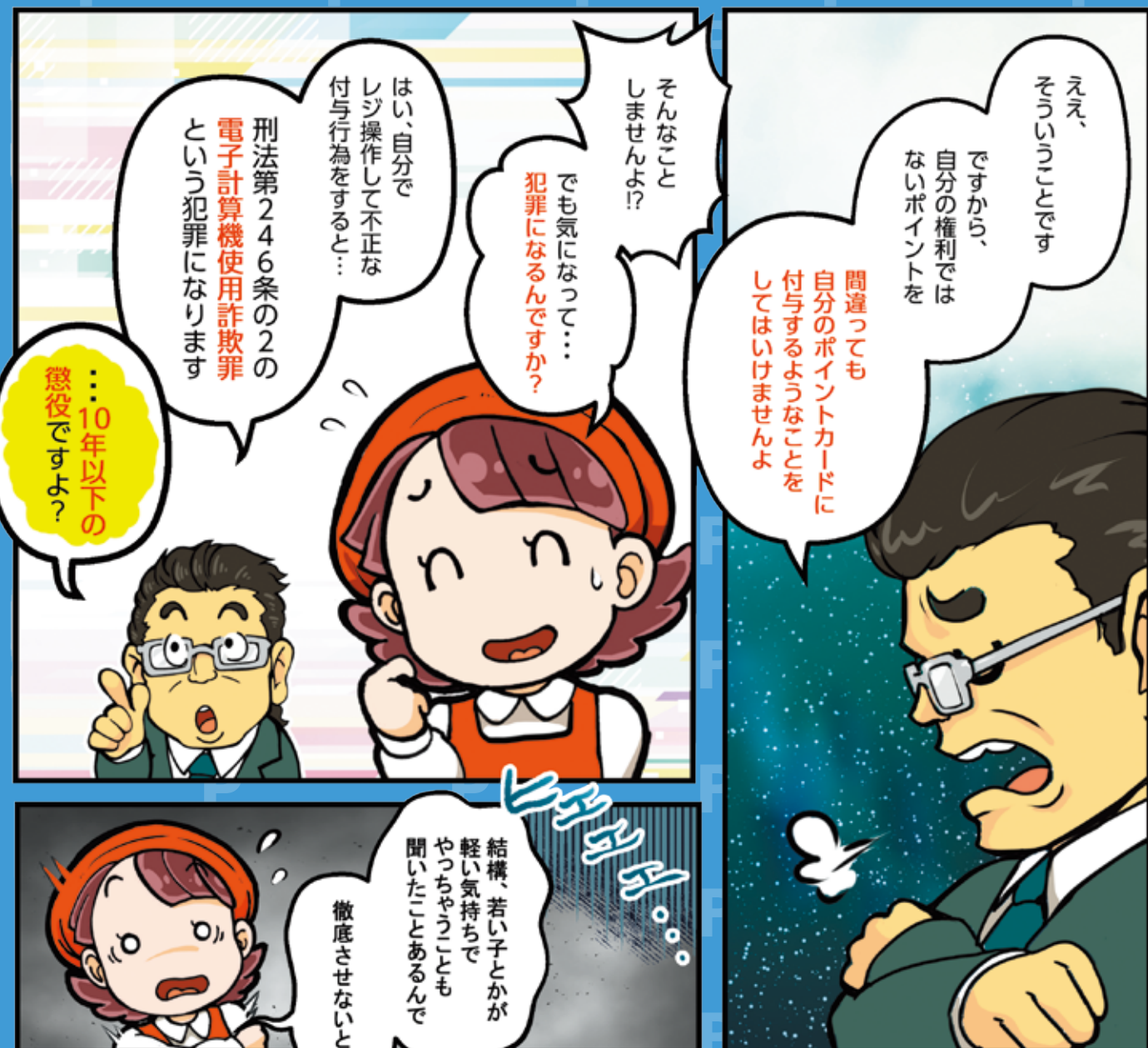
監修

株式会社チェッカーサポート
取締役
コンプライアンス室 室長

中田 和祥

法律を知ればマネジメントも変わる!!

法務ルーム



解説コーナー

デジタルのポイントも要注意!

電子計算機使用詐欺罪(刑法第246条の2)は、電子計算機(コンピュータ)に不正な情報を入力したり、正しい情報を不正に操作することで、不正に財産上の利益を得る行為を処罰するものです。他に考えられるものとして以下のようものが挙げられます。

① 不正アクセスによるポイント取得
他人のアカウントに不正ログインし、ポイントや電子マネーを不正に使用・取得する。

- ② 電子決済システムの不正利用
システムの脆弱性を悪用して、実際には支払いをしていないのに支払いが完了したように見せかける。
- ③ レジシステムの不正入力
店舗スタッフが本来存在しない取引を入力し、返金処理やポイント加算などで利益を得る。
- ④ 不正なクーポン利用
レジシステムのバグを利用して、本来は適用されない割引クーポンを何度も使用し、不正に商品を購入する。

今の時代は特に注意ですよ!