TDB Business View
2026/11/25

カスハラ被害 13.1%
大企業やBtoC業界で目立つ

約 3 割が対策未着手、対応方法に課題

熊本県・カスタマーハラスメントに関する企業の実態調査（2026 年 9 月）

帝国データバンク

本件照会先

井手口 幸正（調査担当）
帝国データバンク
熊本支店
096-324-3344（代表）
mail：info.kumamoto@mail.tdb.co.jp

発表日

2026/11/25

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。
当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。

SUMMARY

直近 1 年以内にカスハラや不当な要求などを受けたことが「ある」企業は 13.1%となった。業界別では、一般消費者との接点が多い『小売』が約 3 割で最も高かった。一方で、被害が「ない」とする企業は 67.6%と前回調査から低下した。また、カスハラへの対応策を実施・予定している企業は 69.7%と約 7 割にのぼったものの、特に取り組んでいない企業も約 3 割存在しており、具体的な対応方法が分からないことや、人員・費用面の制約が要因とみられる。

株式会社帝国データバンクは、全国 2 万 2,095 社を対象に、カスハラに関する企業の実態についてアンケート調査を実施した。

※調査期間：2026 年 9 月 14 日～9 月 30 日（インターネット調査）

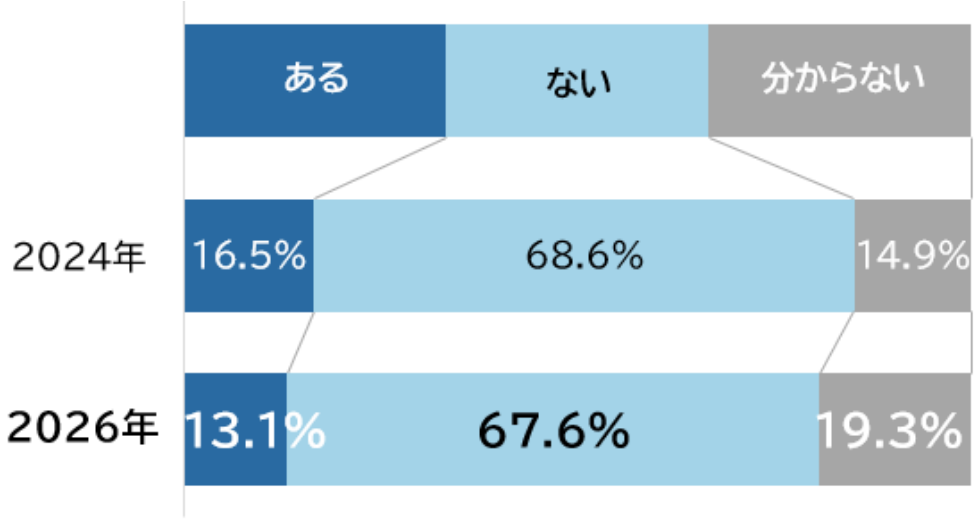
※調査対象：熊本県 417 社、有効回答企業数は 145 社（回答率 34.8%）

直近１年でカスハラ被害が「ある」企業は 13.1%
「分からない」が増加、認知拡大で判断が複雑化

直近 1 年以内に自社もしくは自社の従業員がカスタマーハラスメント（以下、カスハラ）や不当な要求などを受けたことがあるか尋ねたところ、「ある」と回答した企業の割合は 13.1%となり、前回調査（2024 年 6 月調査、16.5%）から 3.4 ポイント低下した。

「ない」と回答した企業は 67.6%で、前回調査から 1.0 ポイント低下した。また、「分からない」と回答した企業は 19.3%となり、前回調査から 4.4 ポイント上昇した。

熊本県　直近 1 年以内のカスハラなどの被害有無



注1：小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計は必ずしも100とはならない
注2：母数は有効回答企業145社。2024年6月調査は121社

熊本県内企業からは、「社員教育の徹底によりメンタルヘルスマネジメントに努める義務がある」（鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売、大企業）との声が聞かれた。カスハラ対策の重要性やメンタルヘルスへの関心の高まりが、問題行為の抑制につながっている可能性がある。

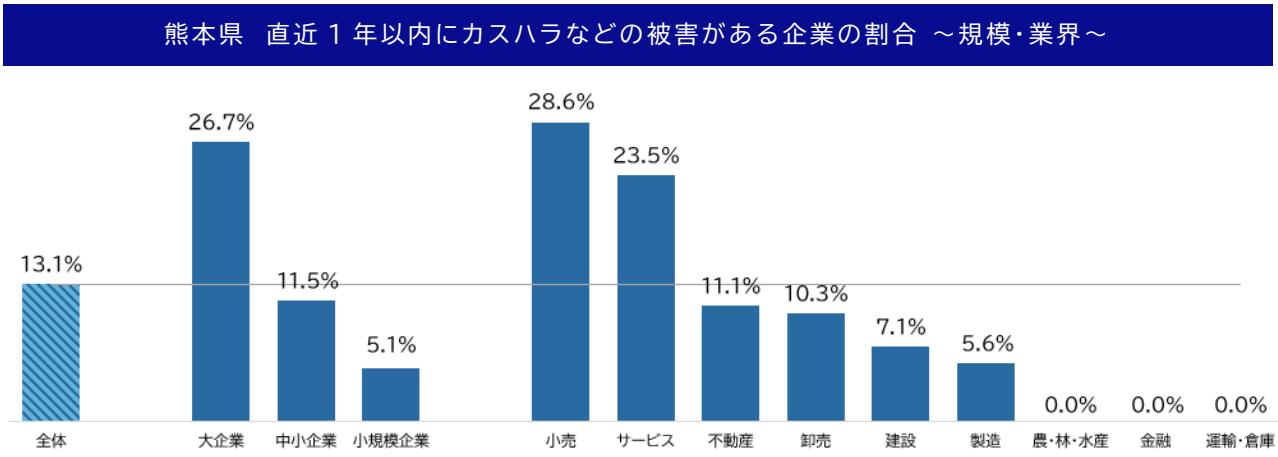
一方で、「会社としてカスハラ防止に取り組んでいるが、現場作業時の案件が多く断言できないグレーゾーンが多く、判断が難しいケースもある」（運輸・倉庫、小規模企業）との声も聞かれた。カスハラに対する社会的認知が広がるなか、正当なクレームとの線引きに苦慮する企業もみられ、判断基準の明確化が課題となっていることがうかがえた。

カスハラ被害、BtoC 業界で目立つ

直近 1 年以内にカスハラなどを受けたことが「ある」企業の割合を規模別にみると「大企業」が 26.7%、「中小企業」が 11.5%、うち「小規模企業」が 5.1%となり、規模が大きいほどカスハラ被害を受けた企業の割合が高い傾向がみられた。大企業では、事業や顧客対応部門の規模によって顧客との接点が多いことに

加え、顧客対応窓口や社内の報告体制を通じて、カスハラ事案が集約・把握されやすいことも、被害が「ある」と回答した企業の割合がより高い一因と考えられる。

また、熊本県内の企業からは「年間契約の価格改定を申し入れた際、取引先から他社への切り替えを示唆されるなど、価格交渉が難航した」（ビルメンテナンス・警備・検査、中小企業）や「店舗での被害は特にないものの、地図検索サービス上の口コミには悪質な投稿がみられる」（その他サービス、小規模企業）といった声も聞かれた。



業界別でみると、店頭で一般消費者と接し、返品や価格に関するクレーム対応の機会が多い『小売』（28.6％）がトップとなった。次いで、小売と同様に一般消費者との接点が多い『サービス』（23.5％）が20％台で続き、『不動産』（11.1％）、『卸売』（10.3％）も 1 割を超えた。総じて、一般消費者との接点が多い BtoC 型の業界で被害割合が高い傾向がみられた。

一方で、企業間での取引が多い、いわゆる BtoB 型の業界である『製造』（5.6％）は大きく全体を下回った。ただし、BtoB 取引では取引先との関係性への配慮から、問題として認識されにくい可能性もある。「企業間の関係性悪化につながると判断し、対応しない中小企業もあると思う」（建材・家具、窯業・土石製品卸売、中小企業）との熊本県内企業からの声もあり、取引先や発注元企業からのハラスメントについても、取引上の立場や力関係を背景に、対応が難しいケースがあることもうかがえた。

約 7 割の企業がカスハラへの対応策を実施・予定

2026 年 10 月 1 日から、改正労働施策総合推進法により、カスタマーハラスメント防止のための雇用管理上の措置を講じることがすべての事業主に義務付けられた。そこで、カスハラや不当な要求に対して、どのような対応策に取り組んでいるか、予定を含めて尋ねたところ、何らかの「取り組みあり」とする企業は 69.7％と約 7 割にのぼった。背景には、カスハラに対する社会的な意識の高まりに加え、一部自治体における防止条例の施行や、上述の義務化があると考えられる。

一方で、「特に取り組んでいない」とする企業は 27.6％と約 3 割に達した。具体的な対応方法が分からない企業や、これまで被害事例がなく、現時点で対策の必要性は低いと捉えている企業もあるとみられる。また、中小企

業では大企業のような専門部署の設置や十分な人員確保が難しいことから、公的機関による相談窓口の設置や対応ノウハウの提供など、外部からの支援も望まれる。とりわけ中小企業においては、対応方針の策定や相談体制の整備を進めるうえで、具体的な対応方法や義務化される措置内容に関する情報提供に加え、実務面での支援ニーズが高まっていることがうかがえた。

熊本県　カスハラなどへの対応策や取り組み（複数回答）

（%）

		カスハラへの対応策		
		全体	大企業	中小企業
1	従業員への企業方針・対応ルールの周知	34.5	66.7	30.8
2	カスハラを容認しない企業方針の策定	29.7	46.7	27.7
3	相談・通報窓口の設置	26.2	46.7	23.8
4	対応内容の記録・保存（通話、メール、映像など）	19.3	20.0	19.2
5	悪質なカスハラへの対処基準の策定（対応中止、退去要請、出入り禁止など）	18.6	20.0	18.5
6	相談者の秘密保持・不利益防止	17.2	20.0	16.9
7	事実関係の確認体制・手順の整備	16.6	6.7	17.7
8	被害従業員への心身のケア	15.2	13.3	15.4
8	外部機関・専門家との連携（警察、弁護士、警備会社、行政など）	15.2	26.7	13.8
10	自社従業員による他社へのカスハラ防止	14.5	20.0	13.8
11	カスハラ対応研修の実施	13.1	33.3	10.8
12	再発防止策の実施（発生事案の検証、対応ルールの見直しなど）	7.6	13.3	6.9
13	顧客・取引先への方針の周知（店頭掲示、ホームページへの掲載など）	6.2	13.3	5.4
14	カスハラ対応部署・担当者の設置	5.5	20.0	3.8
	その他	2.1	0.0	2.3
	取り組みあり	69.7	86.7	67.7
	特に取り組んでいない	27.6	13.3	29.2
	不回答	2.8	0.0	3.1

注1：網掛けは、他の企業規模より10ポイント以上高いことを示す
注2：母数は有効回答企業145社

対応策や取り組みの内容をみると、「従業員への企業方針・対応ルールの周知」（34.5%）が 3 割強で最も高くなった。次いで、「カスハラを容認しない企業方針の策定」（29.7%）、「相談・通報窓口の設置」（26.2%）が続いた。また、「対応内容の記録・保存」（19.3%）と「悪質なカスハラへの対処基準の策定」（18.6%）は 2 割近くとなった。2026 年 10 月からの法改正で求められるカスハラ対策に関連する取り組みが上位を占めており、企業では方針策定や従業員への周知、相談体制の整備といった基礎的な対応が一定程度進んでいることがうかがえた。

一方で、「再発防止策の実施」（7.6%）、「顧客・取引先への方針の周知」（6.2%）、「カスハラ対応部署・担当者の設置」（5.5%）など、事後対応や対策の実効性を高める取り組みはいずれも 1 割未満にとどまった。

規模別にみると、「大企業」の「取り組みあり」は 86.7%と 8 割を超え、「中小企業」（67.7%）を 19.0 ポイント上回った。取り組み内容では、特に「従業員への企業方針・対応ルールの周知」が「大企業」で 66.7%となり、「中小企業」の 30.8%を 35.9 ポイント上回った。従業員数が比較的少なく経営者との距離が近い「中小企業」では、専用の相談窓口を設ける必要性が低いと捉えているケースがみられた。また、人員や費用など経営資源の制約も、相談体制の整備が進みにくい背景にあると考えられる。

まとめ

本調査の結果、直近 1 年以内にカスハラや不当な要求などを受けたことが「ある」企業は 13.1%となり、企業規模が大きいほど高い傾向がみられた。業界別では、一般消費者との接点が多い BtoC 型の『小売』が約 3 割で最も高かった。他方、BtoB 型の『製造』などは全体を下回ったものの、元請け企業や取引先との力関係を背景に、取引上の立場から対応が難しいケースもうかがえた。

被害が「ない」と回答した企業は 67.6%と前回調査から低下しているが、一部ではカスハラに対する社会的な認知の広がりが問題行為の抑制につながりつつある可能性もうかがえた。しかし、正当なクレームとカスハラとの線引きに苦慮し、今後の課題としている企業もみられた。

カスハラや不当な要求に対して何らかの取り組みを実施・予定している企業は約 7 割にのぼった。取り組み内容では、「従業員への企業方針・対応ルールの周知」や「カスハラを容認しない企業方針の策定」など、義務化で求められる基本的な対応が上位となった。義務化後も約 3 割の企業が「特に取り組んでいない」と対策未着手であり、特に中小企業では人員や費用面の制約、具体的な対応方法に関する情報不足が対応の遅れにつながっている可能性がある。

人手不足が深刻化し、従業員の確保・定着が企業経営上の重要課題となるなか、安心して働ける環境の整備は一段と重要性を増している。企業には、カスハラへの対応を従業員個人に委ねることなく、方針の策定や周知、相談・報告体制、悪質な事案への対処基準、再発防止策までを一体的に整備することが求められる。特に、対応方法が分からないことや、人員・費用面の制約が取り組みの壁となりやすい中小企業に対しては、具体的なマニュアルや研修資料の提供、外部相談窓口の整備など、実効性ある対策を後押しする支援の充実が求められる。