TDB Business View
2026/11/25

群馬県企業 カスハラ被害は 12.6% 対策は 3 割超が未着手

群馬県・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

清水　潤　（支店長）
横井幸一郎（調査担当）
帝国データバンク 群馬支店
TEL：027-386-4041

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 12.6%と前回調査からやや上昇した。業界別では、『サービス』が 22.7%で最も高かった。一方で、被害が「ない」とする企業は 67.9%だった。また、カスハラへの対応策を実施・予定している企業は 63.5%にのぼったものの、『特に取り組んでいない』企業は 3 割以上あり、企業規模別でも格差がみられた。

株式会社帝国データバンク群馬支店は、群馬県内に本社を置く企業を対象に、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。

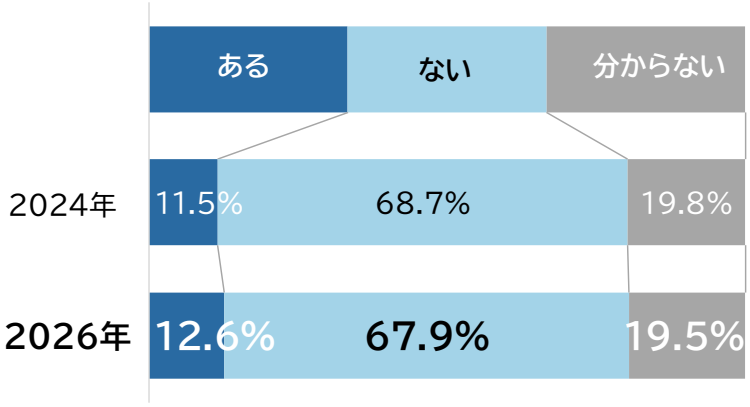
※調査期間：2026 年 9 月 14 日～9 月 30 日（インターネット調査）

※調査対象：344 社、有効回答企業数は 159 社（回答率 46.2%）

直近１年でカスハラ被害が「ある」は 12.6%

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」と回答した群馬県企業の割合は 12.6%となり、前回調査（2024 年 6 月調査、11.5%）から 1.1 ポイント増加した。一方で、「ない」と回答した企業は同 0.8 ポイント減の 67.9%と、前回調査から低下。また、「分からない」と回答した企業は同 0.3 ポイント減の 19.5%となった。正当なクレームとカスハラとの線引きに苦慮するものの、カスハラに対する社会的な認知度の高まりや、企業内での方針・対応ルールの周知などが、これまで判断が難しかった言動を認識する一助となっている可能性がある。

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159社。2024年6月調査は182社

カスハラ被害が「ある」企業、業界別で「サービス」がトップ

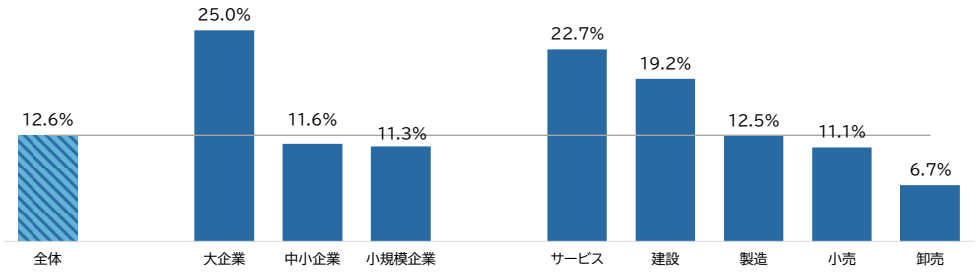
直近 1 年以内にカスハラなどを受けたことが「ある」企業の割合を規模別にみると「大企業」が 25.0%、「中小企業」が 11.6%、うち「小規模企業」が 11.3%となり、規模が大きいほどカスハラ被害を受けた企業の割合が高い傾向がみられた。

5 業界別でみると、『サービス』（22.7%）がトップとなった。BtoB 取引が中心の企業からは大きな問題になっていないとの意見がある一方、ヘルプデスク業務など顧客対応の最前線では、怒鳴り声や執拗な追及といった事例が発生しているとの声が聞かれた。次いで、『建設』（19.2%）が2割で続いた。

企業からは、「以前は顧客からの暴言などが少なくなかった。しかし、必要に応じて警察への通報もためらわず行うようにした結果、近年はカスタマーハラスメントが減少傾向にある」（小売）といった声が聞かれた。

一方、企業間での取引が多い、BtoB 型の業界である『卸売』（6.7%）は全体を 6 ポイント近く下回った。

直近１年以内にカスハラなどの被害がある企業の割合　～規模・５業界～



6 割超の企業がカスハラへの対応策を実施

2026 年 10 月 1 日から、改正労働施策総合推進法により、カスハラの防止措置を講じることが、すべての事業主に義務付けられた。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 63.5%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」企業は 35.8%だった。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」（32.1%）が最も高かった。次いで、「カスハラを容認しない企業方針の策定」（27.0%）、「相談・通報窓口の設置」（21.4%）が続いた。上位項目はいずれも、2026 年 10 月からの義務化内容であり、企業では、方針策定や従業員への周知といった基本的な対応が比較的進んでいることが分かった。

一方で、「再発防止策の実施」（8.2%）、「顧客・取引先への方針の周知」（6.9%）、「カスハラ対応部署・担当者の設置」（5.0%）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。

また、規模別にみると、「大企業」の「取り組みあり」は 75.0%で、「中小企業」（62.6%）を 12.4 ポイント上回った。対応策や取り組み内容の上位 3 項目は「大企業」の5割前後が実施し、「中小企業」を 20 ポイント以上上回った。従業員数や費用など経営資源の制約により、相談体制の整備が進みにくい可能性がある。

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	32.1	58.3	29.9
2	カスハラを容認しない企業方針の策定	27.0	50.0	25.2
3	相談・通報窓口の設置	21.4	41.7	19.7
4	対応内容の記録・保存（通話、メール、映像など）	16.4	25.0	15.6
5	事実関係の確認体制・手順の整備	15.1	33.3	13.6
6	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）	13.8	16.7	13.6
7	自社従業員による他社へのカスハラ防止	13.2	25.0	12.2
8	被害従業員への心身のケア	12.6	16.7	12.2
9	相談者の秘密保持・不利益防止	11.9	8.3	12.2
10	カスハラ対応研修の実施	9.4	16.7	8.8
10	外部機関・専門家との連携（警察、弁護士、警備会社、行政など）	9.4	16.7	8.8
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）	8.2	8.3	8.2
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）	6.9	8.3	6.8
14	カスハラ対応部署・担当者の設置	5.0	25.0	3.4
	その他	1.3	0.0	1.4
	取り組みあり	63.5	75.0	62.6
	特に取り組んでいない	35.8	25.0	36.7
	不回答	0.6	0.0	0.7

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159社

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 12.6%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、『サービス』が 22.7%で最も高く、一方で BtoB 型の『卸売』は全体を下回った。

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 6 割を超えた。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、義務化により求められる基本的な対応が上位となった。他方、「特に取り組んでいない」企業は 3 割超にのぼる。

人手不足が深刻化し、従業員の確保・定着が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。カスタマーハラスメントは一部業種では深刻な経営課題に浮上し、従業員の精神的負担や離職リスクになる。このため企業側では、対応方針の明確化や相談体制の整備、悪質顧客との取引見直しなどの対策を講じつつある。制度整備だけではなく、顧客と事業者双方が相互に尊重し合う社会的な意識醸成も重要であるとの見方もあり、法整備と現場運用の両面から対策が進むことが期待される。

＜参考＞ 群馬県内企業からの声

- ヘルプデスク業務において、顧客から怒鳴られたり、執拗に追及されたりする事例が発生している。社内では担当者の変化を早期に察知できる体制を整備し、相談内容を共有している。また、相手方への是正要請を継続し、必要に応じて契約解除も辞さない方針である。法改正を契機に、現在の対応方針を規程化し、社内外へ周知することで、カスタマーハラスメント防止への意識向上につながることを期待している。（サービス）
- 制度や規制を増やすよりも、お互いを尊重する意識があれば、パワーハラスメントやカスタマーハラスメントの問題は減るのではないかと感じる。カスタマーハラスメントを行う顧客については、たとえ大手ゼネコンであっても、依頼を受けない方針としている。（建設）
- 取引先企業が中心の BtoB 事業であり、非常識な要求をする顧客は少ないため、大きな問題にはなっていない。（サービス）
- 小売業のため、以前は顧客からの暴言などが少なくなかった。しかし、必要に応じて警察への通報もためらわず行うようにした結果、近年はカスタマーハラスメントが減少傾向にある。（小売）
- ストレスの多い社会環境や可処分所得の伸び悩みを背景に、不満のはけ口を求める傾向が強まっていることが、カスタマーハラスメント増加の一因ではないかと感じる。（小売）

企業規模区分

中小企業基本法に準拠するとともに、全国売上高ランキングデータを加え、下記のとおり区分。

業界	大企業	中小企業（小規模企業含む）	小規模企業
製造業その他の業界	「資本金 3 億円を超える」かつ 「従業員数 300 人を超える」	「資本金 3 億円以下」または 「従業員数 300 人以下」	「従業員数 20 人以下」
卸売業	「資本金 1 億円を超える」かつ 「従業員数 100 人を超える」	「資本金 1 億円以下」または 「従業員数 100 人以下」	「従業員数 5 人以下」
小売業	「資本金 5 千万円を超える」かつ 「従業員数 50 人を超える」	「資本金 5 千万円以下」または 「従業員数 50 人以下」	「従業員数 5 人以下」
サービス業	「資本金 5 千万円を超える」かつ 「従業員数 100 人を超える」	「資本金 5 千万円以下」または 「従業員数 100 人以下」	「従業員数 5 人以下」

注 1：中小企業基本法で小規模企業を除く中小企業に分類される企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが上位 3%の企業を大企業として区分
注 2：中小企業基本法で中小企業に分類されない企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが下位 50%の企業を中小企業として区分
注 3：上記の業種別の全国売上高ランキングは、TDB 産業分類（1,359 業種）によるランキング