TDB Business View
2026/11/06

九州・沖縄 カスハラ対策、3 割は未着手 対応方法に課題 被害企業は 15.2%

被害「ない」は低下、一部では認知の広がりも

九州・沖縄 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
秋山　進（調査担当）
帝国データバンク
福岡支店情報部
092-738-7779（直通）
tdb.fukuoka@mail.tdb.co.jp

発表日
2026/11/06

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 15.2%となった。業界別では、一般消費者との接点が多い『小売』が 3 割超で最も高かった。一方で、被害が「ない」とする企業は 67.5%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 69.2%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、具体的な対応方法が分からないことや、人員・費用面の制約を指摘する声もみられた。

株式会社帝国データバンク福岡支店は、九州・沖縄地区 3,084 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。

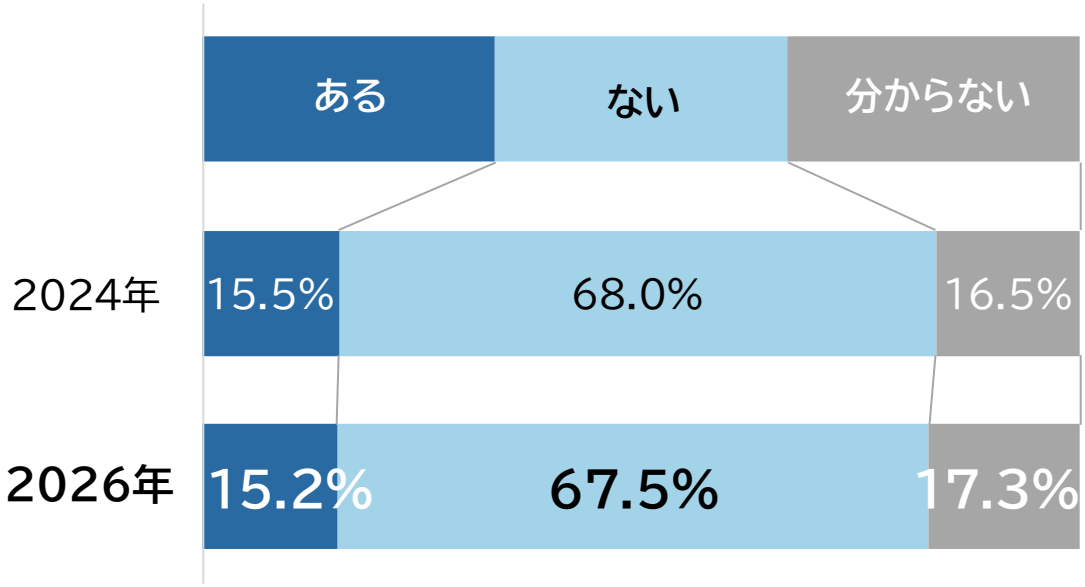
※調査期間：2026 年 9 月 14 日～9 月 30 日（インターネット調査）

※調査対象：九州・沖縄地区 3,084 社、有効回答企業数は 1,030 社（回答率 33.4%）

直近１年でカスハラ被害が「ある」企業は 15.2%
「ない」は低下したが、一部で社会的な認知の広がりも

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 15.2%となり、前回調査（2024 年 6 月調査、15.5%）から 0.3 ポイント減と、大きな変化はみられなかった。企業からは、「小売、サービス業をしていればどこでもカスハラのようなものは起こり得るかと思います」（繊維・繊維製品・服飾品小売、小規模企業）といった声が聞かれた。

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1,030社。2024年6月調査は966社

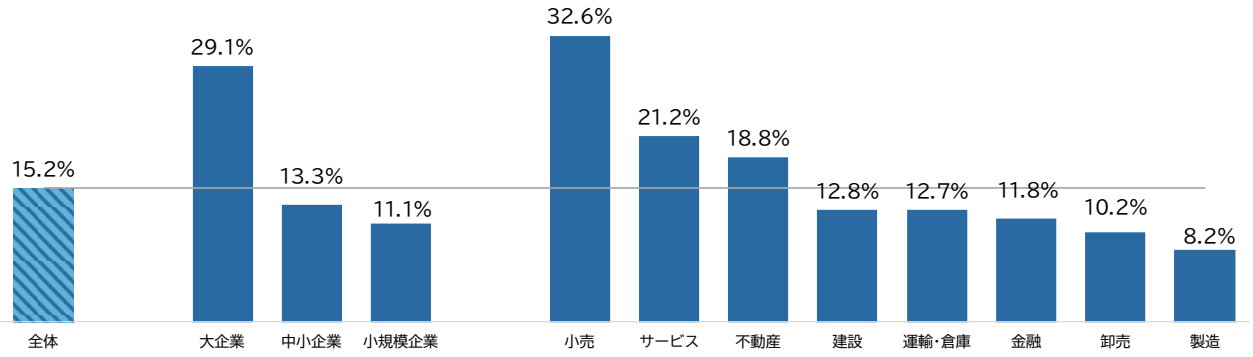
一方で、「ない」と回答した企業は同 0.5 ポイント減の 67.5%と、前回調査から低下した。企業からは、「小さな商品へのクレームはあるが、カスハラの範疇となる事案は今のところ経験はない」（繊維・繊維製品・服飾品製造、大企業）や「カスハラは悪、という概念が国内で浸透したことはよい。他方、カスハラの名の下に正当なクレームを封殺することも許されない」（専門サービス、小規模企業）のように、カスハラという概念の浸透が、問題行為の抑制につながりつつある可能性もうかがえた。

また、「分からない」と回答した企業は同 0.8 ポイント増の 17.3%となった。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。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課題である」（運輸・倉庫、小規模企業）のように、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複数みられた。

カスハラ被害が「ある」企業、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 29.1%、「中小企業」が 13.3%、うち「小規模企業」が 11.1%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」からは、「業界的に元請の立ち位置が強く、現場職員が元請けのカスハラ的な発言を容認しているようだ」（運輸・倉庫）や「大声での威嚇、不当に長い苦情による受付窓口の占拠」（医療・福祉・保健衛生）などの声が聞かれた。「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。

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・業界～



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』（32.6%）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』（21.2%）が 20%台で続き、『不動産』（18.8%）も 2 割に迫った。総じて、主に個人を顧客とする BtoC 型の業界で比較的高い傾向がみられた。

企業からは、「建築現場周辺の住民から車が汚れた等の理由による迷惑料の支払、当社が原因か判別できない状況の中での修理費の請求」（建設、大企業）や「カスハラは当然のようにあります」（メンテナンス・警備・検査、小規模企業）といった声が聞かれた。

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』（8.2%）や『卸売』（10.2%）などは全体を下回った。しかしながら、「下請けの立場では顧客との関係性からある程度受け入れざるを得ない部分が出てくる」（リース・賃貸、中小企業）や「中小零細は我慢しているところも多いと思う」（飲食料品卸売、小規模企業）など、BtoB 型の業界では、消費者ではなく取引先や元請け企業からのハラスメントを問題視する意見もみられ、取引上の立場から対応が難しいケースもうかがえた。

約 7 割の企業がカスハラへの対応策を実施

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。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 69.2%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」企業は 28.9%と約 3 割に達した。企業からは、「特に問題となる事案の発生はなし」（建設、小規模企業）、「BtoB の商売のため、カスハラについては、自社の人間が受ける可能性は低いと考えている」（飲食料品・飼料製造、中小企業）といった声が聞かれた。具体的な対応方法が分からない企業のほか、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みられた。また、「企業側での対応には限界がある。法律等で罰則を設けてほしい」（教育サービス、大企業）との声も寄せられた。とりわけ「中小企業」に対しては、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、体制整備に向けた支援の必要性がうかがえる。

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	**36.5**	56.7	33.7
2	カスハラを容認しない企業方針の策定	**31.3**	45.7	29.2
3	相談・通報窓口の設置	**25.7**	52.8	21.9
4	相談者の秘密保持・不利益防止	**19.4**	37.0	16.9
5	自社従業員による他社へのカスハラ防止	**18.7**	24.4	17.9
6	事実関係の確認体制・手順の整備	**18.6**	28.3	17.3
7	対応内容の記録・保存（通話、メール、映像など）	**17.8**	24.4	16.8
8	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）	**16.2**	27.6	14.6
9	外部機関・専門家との連携（警察、弁護士、警備会社、行政など）	**15.3**	28.3	13.5
10	被害従業員への心身のケア	**12.0**	18.9	11.1
11	カスハラ対応研修の実施	**10.3**	30.7	7.4
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）	**9.0**	18.1	7.8
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）	**7.1**	13.4	6.2
14	カスハラ対応部署・担当者の設置	**6.9**	18.1	5.3
	その他	**2.2**	1.6	2.3
	取り組みあり	**69.2**	83.5	67.2
	特に取り組んでいない	**28.9**	15.0	30.9
	不回答	**1.8**	1.6	1.9

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1,030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」（36.5%）が 4 割近くで最も高くなった。次いで、「カスハラを容認しない企業方針の策定」（31.3%）、「相談・通報窓口の設置」（25.7%）が続いた。また、「相談者の秘密保持・不利益防止」（19.4%）、「自社従業員による他社へのカスハラ防止」（18.7%）、「事実関係の確認体制・手順の整備」（18.6%）は 2 割近くとなった。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」（9.0%）、「顧客・取引先への方針の周知」（7.1%）、「カスハラ対応部署・担当者の設置」（6.9%）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。特に、義務化項目の一つである「再発防止策の実施」は、直近 1 年以内にカスハラを受けた企業に限っても 17.8%と 2 割未満にとどまり、実際に被害を受けた企業でも十分に進んでいない実態が明らかとなった。

また、規模別にみると、「大企業」の「取り組みあり」は 83.5%と 8 割を超え、「中小企業」(67.2%)を 16.3 ポイント上回った。取り組み内容では、特に「相談・通報窓口の設置」が「大企業」で 52.8%となり、「中小企業」の 21.9%を 30 ポイント以上上回った。「何かあれば全て聞くようにしている」(建設、小規模企業)との声もあり、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 15.2%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 3 割を超え最も高かった。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 67.5%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複数みられた。

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。他方、「特に取り組んでいない」企業も約 3 割に達し、対応方法が分からないとの声も聞かれた。

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。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が重要となろう。

＜参考＞企業からの声

主な企業からの声	業種 51 分類	企業規模
システム導入後にバグが発見されると、大きく騒ぎ立て、不当な要求することがある	情報サービス	小規模企業
カスハラと苦情やクレーム、お叱りなどを混同しないように正しい知識を得ることが大事	精密機械、医療機械・器具製造	中小企業
つらいものがあるが、受け入れざる得ない事情もある	情報サービス	中小企業
カスタマーハラスメントへの対応策については、社労士に依頼し、手順書や対応書などを作成中です	医療・福祉・保健衛生	中小企業
速やかに警察と弁護士に相談	繊維・繊維製品・服飾品小売	中小企業
どこまでがカスハラがわからないので顧問弁護士等協議しながら対策します	不動産	小規模企業
スタートする体制がようやく整いました	出版・印刷	大企業
企業間の関係性悪化に繋がると判断し、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