TDB Business View
2026/11/12

近畿企業の 13.8%が カスハラ被害「あり」 全国(15.3%)下回る

対応企業は 7 割目前
2 年で 18.5 ポイント増

近畿地区・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
佐々木 結菜(調査担当)
帝国データバンク
大阪支社情報部
06-6441-3100(直通)
osakajoho@mail.tdb.co.jp

発表日
2026/11/12

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」近畿企業は 13.8%となり、全国(15.3%)を下回った。業界別では、一般消費者との接点が多い『小売』が 3 割で最も高かった。一方で、被害が「ない」とする企業は 68.4%と前回調査から上昇した。また、カスハラへの対応策を実施・予定している企業は 67.2%であったものの、『特に取り組んでいない』企業も約 3 割存在し、身近な問題として認識する機会が少ないことや、人員・費用面の制約を指摘する声も聞かれた。

帝国データバンク大阪支社は、近畿 2 府 4 県 3,003 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：近畿 2 府 4 県 3,003 社、有効回答企業数は 1,488 社(回答率 49.6%)

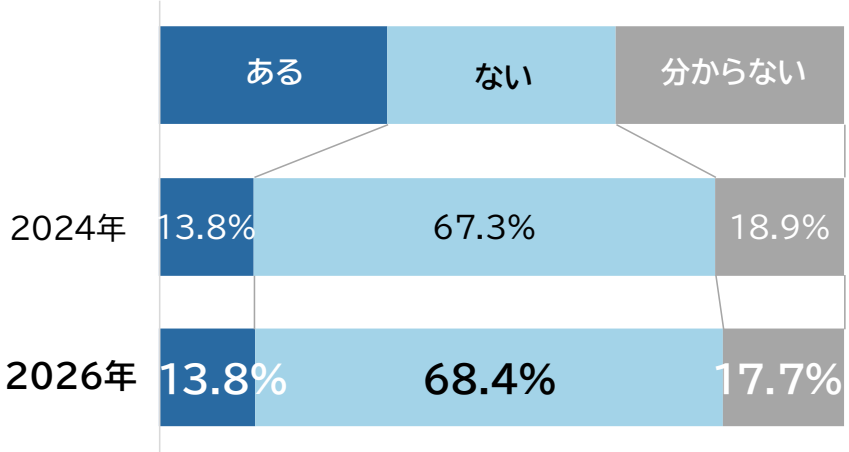
直近１年でカスハラ被害が「ある」近畿企業は 13.8%
「滋賀」「京都」「和歌山」は全国を上回る

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」と回答した近畿企業の割合は 13.8%となり、全国（15.3%）を下回った。一方、府県別でみると、「滋賀（22.7%）」、「京都（17.8%）」、「和歌山（16.7%）」では「全国」および「近畿」を上回る結果となった。企業からは、「感情的に主観で暴言を吐かれることは多々ある。SNS への不当な書き込みも多い」（京都府、飲食店、小規模企業）といった声が聞かれた。

一方で、「ない」と回答した企業は 68.4%と、前回調査から 1.1 ポイント増加した。府県別でみると、「奈良（86.5%）」、「和歌山（72.2%）」、「兵庫（68.7%）」では全国（67.2%）および近畿を上回った。企業からは、「以前のように、顧客から指摘を受けることも少なくなった」（京都府、パルプ・紙・紙加工品製造、中小企業）との声も聞かれ、カスハラやコンプライアンスに対する社会的な認知度の高まりが、問題行為の抑制につながりつつある様子もうかがえた。

また、「分からない」と回答した企業は同 1.2ポイント減の 17.7%となった。企業内での方針・対応ルールの策定、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、「取引先が固定している業界のため、カスハラにはやや縁遠い。ただ世の中の事情に疎くならないよう、研修は行うようにしている」（大阪府、化学品卸売、大企業）のように、社会的な認知度の高まりを背景に、研修などを通じて理解を深める動きもみられた。

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1,488社。2024年6月調査は1,821社

カスハラなどの被害有無　府県別

（構成比%、カッコ内社数）

	ある		ない		分からない		合計	
全国	15.3	(1,567)	67.2	(6,879)	17.5	(1,789)	100.0	(10,235)
近畿	13.8	(206)	68.4	(1,018)	17.7	(264)	100.0	(1,488)
滋賀	22.7	(20)	63.6	(56)	13.6	(12)	100.0	(88)
京都	17.8	(34)	66.5	(127)	15.7	(30)	100.0	(191)
大阪	12.7	(94)	67.7	(501)	19.6	(145)	100.0	(740)
兵庫	11.9	(41)	68.7	(237)	19.4	(67)	100.0	(345)
奈良	9.6	(5)	86.5	(45)	3.8	(2)	100.0	(52)
和歌山	16.7	(12)	72.2	(52)	11.1	(8)	100.0	(72)

注1：網掛けは、近畿以上を表す
注2：母数は有効回答企業1万235社、近畿は1,488社

カスハラ被害が「ある」企業、BtoC 業界で目立つ

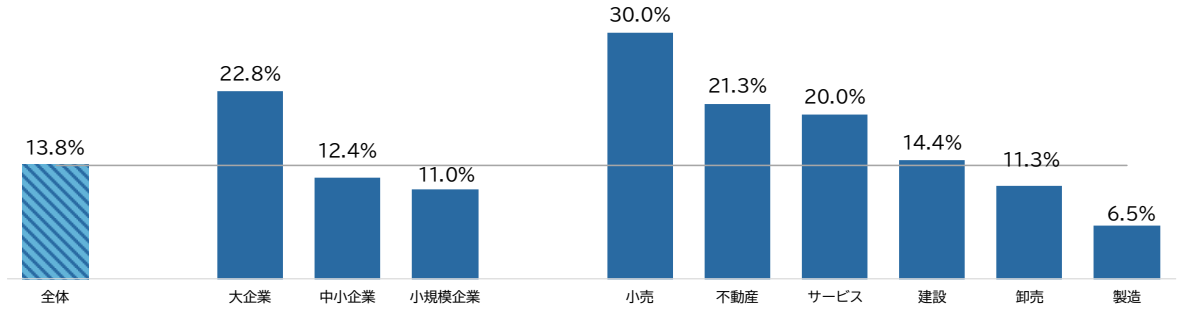
直近 1 年以内にカスハラなどを受けたことが「ある」企業の割合を規模別にみると「大企業」が 22.8%、「中小企業」が 12.4%、うち「小規模企業」が 11.0%となり、規模が大きいほどカスハラ被害を受けた企業の割合が高い傾向がみられた。「大企業」からは、「コールセンターであるためカスハラが発生しやすい現場ではある。アルバイトを含む従業員が働きやすい環境を引き続き整備していく」（大阪府、その他サービス）との声が聞かれた。「大企業」では、事業や顧客対応部門の規模によって顧客との接点が多いことに加え、顧客対応窓口や社内の報告体制を通じて、カスハラ事案が集約・把握されやすいことも、被害が「ある」割合がより高い一因と考えられる。

業界別では、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』（30.0%）がトップとなった。次いで、物件の売買・賃貸契約をはじめ、修繕対応や退去精算など、顧客との調整が必要な場面が多い『不動産』（21.3%）が続いた。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、「正当な納品を行っているのに、ありもしないクレームをつけて金銭補償を要求された」（京都府、専門サービス、中小企業）や「小売業なので、高圧的な言動は日常的に受けている」（大阪府、専門食品小売、大企業）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』（6.5%）などは全体を下回った。しかしながら、「荷物出荷における遅延などが発生した際、値引きの要求やトラック便への振替輸送の強要などをされる」（兵庫県、運輸・倉庫、小規模企業）、「過度な払い戻しの要求が多い」（和歌山県、飲食料品・飼料製造、小規模企業）などと、消費者ではなく取引先との関係においても、価格面や取引条件を巡る過度な要求を問題視する声が聞かれ、取引上の立場から対応が難しいケースもうかがえた。

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･業界～



注:回答企業数が10社未満の業界は除く

カスハラへの対応策は前回調査から 18.5 ポイント増

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」とする企業の割合は 67.2%となり、前回調査（2024 年 6 月調査、48.7%）から 18.5 ポイント増と大きく増加した。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 31.1%と 3 割に達した。企業からは、「他の業務と比べて優先順位が低いため、カスハラは発生ベースで検討していく」（京都府、建設、大企業）といった声が聞かれ、被害事例がなく、身近な問題として認識する機会が少ない企業では、現時点で対策の必要性を強く感じていない様子もみられた。また、「中小企業では大企業のような対応は難しいため、公的機関で相談窓口を用意するなど支援をしてほしい」（兵庫県、不動産、小規模企業）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。

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」が 34.1%で最も高くなり、「カスハラを容認しない企業方針の策定」（25.7%）、「相談・通報窓口の設置」（24.8%）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、「カスハラ対応研修の実施」（7.1%）、「再発防止策の実施」（6.9%）、「カスハラ対応部署・担当者の設置」（6.4%）、「顧客・取引先への方針の周知」（6.1%）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 15.5%と、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。

規模別にみると、「大企業」の「取り組みあり」は 76.7%と、「中小企業」（65.7%）を 11 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 46.6%となり、「中小企業」の 21.3%を 25.3 ポイント上回った。また「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、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。

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	**34.1**	45.6	32.2
2	カスハラを容認しない企業方針の策定	**25.7**	35.0	24.2
3	相談・通報窓口の設置	**24.8**	46.6	21.3
4	相談者の秘密保持・不利益防止	**17.1**	29.6	15.1
5	事実関係の確認体制・手順の整備	**16.1**	26.2	14.5
6	自社従業員による他社へのカスハラ防止	**14.3**	20.9	13.3
7	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）	**13.9**	23.3	12.4
8	対応内容の記録・保存（通話、メール、映像など）	**13.8**	20.4	12.7
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）	**11.5**	19.4	10.2
10	被害従業員への心身のケア	**11.0**	18.0	9.9
11	カスハラ対応研修の実施	**7.1**	15.0	5.8
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）	**6.9**	12.6	6.0
13	カスハラ対応部署・担当者の設置	**6.4**	13.6	5.2
14	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）	**6.1**	14.6	4.8
	その他	**1.9**	1.0	2.0

取り組みあり	**67.2**	76.7	65.7
特に取り組んでいない	**31.1**	20.9	32.8
不回答	**1.7**	2.4	1.6

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1,488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」近畿企業は 13.8%となり、「全国（15.3%）」を下回った。業界別では、一般消費者との接点が多い BtoC 型の『小売』が最も高い結果となった。他方、BtoB 型の『製造』などは全体を下回ったものの、委託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。

また、回答企業数の約 7 割を占める「大阪」「兵庫」では、被害割合がそれぞれ 12.7%、11.9%と全国平均を下回ったことも、近畿全体の結果に影響したとみられる。一方で、両府県では「分からない」と回答した割合が全国を上回っており、企業間取引における過度な要求など、カスハラに該当するか判断が難しいケースも一定数存在する可能性がある。

一方で、被害が「ない」企業は 68.4%と前回調査から上昇しており、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、「分からない」と回答した企業のなかには、取引先が固定される業種など、カスハラを認識する機会自体が限られるとの声も聞かれた。

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 67.2%であった。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 3 割に達し、被害事例がないことや他の経営課題との優先順位を踏まえ、現時点では対策を講じていない企業もみられた。

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、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るだろう。

調査先企業の属性

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