TDB Business View
2026/11/16

カスハラ対策、3 割強は未着手
対応方法に課題
被害企業は 13.1%

被害「ない」は上昇、認知の広がりも背景か

北海道・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
渡辺 雄大（情報部長）
帝国データバンク
札幌支店　情報部
011-272-3933（直通）
問合わせ先：info.sapporo@mail.tdb.co.jp

発表日
2026/11/16

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」北海道内企業は 13.1%となった。業界別では、一般消費者との接点が多い『金融』が 5 割で最も高かった。一方で、被害が「ない」とする企業は 71.2%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 64.6%と 6 割強にのぼったものの、『特に取り組んでいない』企業も 3 割強存在し、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札幌支店は、北海道内企業 840 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。

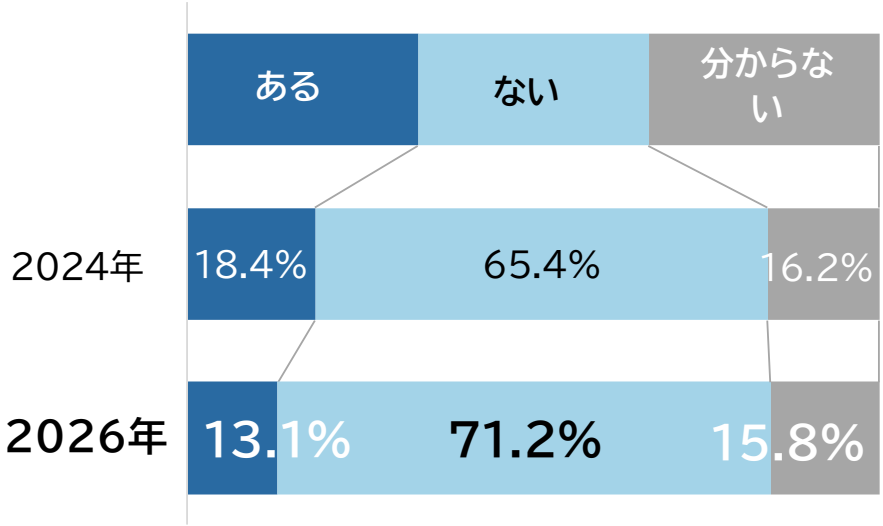
※調査期間：2026 年 9 月 14 日～9 月 30 日（インターネット調査）

※調査対象：北海道内企業 840 社、有効回答企業数は 444 社（回答率 52.9%）

直近１年でカスハラ被害が「ある」道内企業は 13.1%
「ない」は上昇、社会的な認知の広がりも背景か

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」と回答した道内企業の割合は 13.1%となり、前回調査（2024 年 6 月調査、18.4%）から 5.3 ポイント減少した。全国の「ある」と回答した企業の 15.3%を下回った。企業からは、「データを扱う機会が多いが、後付けで契約上にないデータの支給を要望してくるお客様が多い。先方とトラブルになるのは不本意なので結局提供に応じ泣き寝入りするケースが多い」（製造）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444社。2024年6月調査は488社

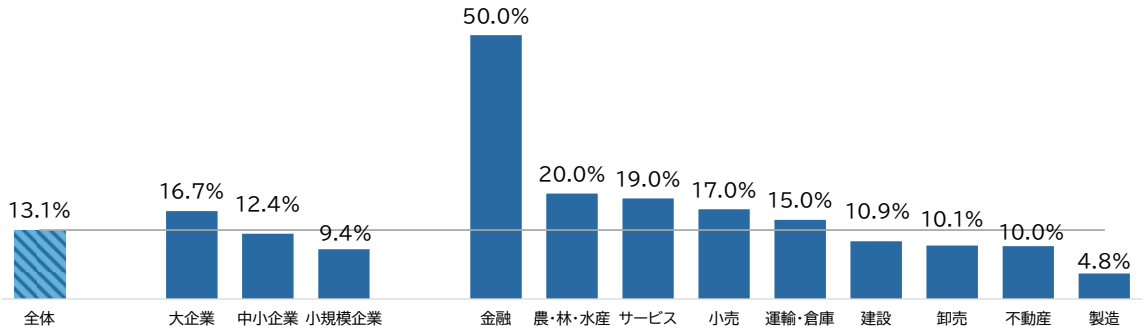
一方で、「ない」と回答した道内企業は同 5.8 ポイント増の 71.2%と、前回調査から上昇した。カスハラやコンプライアンスという概念の浸透が、問題行為の抑制につながりつつあることが考えられる。

また、「分からない」と回答した道内企業は同 0.4 ポイント減の 15.8%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、「半ば強要の接待要求や、要求仕様が未確定・上限価格が決まった状態で作業依頼を押し込まれる等、下請けをしているとカスハラすれすれの事態は頻繁に起こり、カスハラかどうかも判断しにくい」（製造）のように、正当なクレームか、それともカスハラなのか線引きに苦慮し、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」道内企業、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」道内企業の割合を規模別にみると「大企業」が 16.7%、「中小企業」が 12.4%、うち「小規模企業」が 9.4%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。

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、契約内容や補償、各種手続きなど顧客との利害調整が必要な場面が多い『金融』(50.0%)がトップとなった。次いで、『農・林・水産』が 20.0%で続き、『サービス』(19.0%)、『小売』(17.0%)と続いた。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、「刑事事件にまでなりそうになった。SNS には要注意」(サービス)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』(4.8%)は 1 割に満たず、全体を大きく下回った。しかしながら、「当社は受注生産の製造業だが、先方の確認ミスで不良品が発生。作り直すのは当然だと凄まれた後で『作り直さないとHPに書き込んでやるからな』と脅迫を受けたことがある」(製造)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。

6 割強の道内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」とする道内企業は 64.6%と 6 割強にのぼった。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」道内企業は 33.6％と 3 割強に達した。企業からは、「現在に至るまで問題になるようなカスハラを受けた事例はないが、今後は起こる可能性も考えて、対処の仕方を話し合う必要があると感じている」（小売）との声のように、カスハラに該当する事象がほとんど発生していないため、現時点では特別な対策や規定の整備は行っていない企業もみられた。また、「ある程度の対応は検討しているが、一人での経営のためカスハラが発生した場合は対応が必須となる」（小売）のように、中小企業では大企業のような対応は難しいため、中小企業に対しては、カスハラに対する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	**32.7**	30.6	33.1
2	カスハラを容認しない企業方針の策定	**26.8**	33.3	25.5
3	相談・通報窓口の設置	**23.4**	34.7	21.2
4	事実関係の確認体制・手順の整備	**15.3**	20.8	14.2
5	対応内容の記録・保存（通話、メール、映像など）	**14.9**	22.2	13.4
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）	**13.5**	16.7	12.9
7	相談者の秘密保持・不利益防止	**13.1**	20.8	11.6
8	自社従業員による他社へのカスハラ防止	**12.8**	19.4	11.6
9	被害従業員への心身のケア	**9.9**	9.7	9.9
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）	**9.5**	16.7	8.1
11	カスハラ対応研修の実施	**8.3**	15.3	7.0
12	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）	**7.9**	9.7	7.5
13	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）	**6.8**	9.7	6.2
14	カスハラ対応部署・担当者の設置	**5.6**	6.9	5.4
	その他	**1.8**	1.4	1.9

取り組みあり	**64.6**	73.6	62.9
特に取り組んでいない	**33.6**	26.4	34.9
不回答	**1.8**	0.0	2.2

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444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」（32.7％）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」（26.8％）、「相談・通報窓口の設置」（23.4％）が 2 割台で続いた。上位項目はいずれも、2026 年 10 月からの義務化内容であり、道内企業では、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、「顧客・取引先への方針の周知」（7.9％）、「再発防止策の実施」（6.8％）、「カスハラ対応部署・担当者の設置」（5.6％）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 17.2％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 73.6％と 7 割を超え、「中小企業」（62.9％）を 10.7 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 34.7％となり、「中小企業」の 21.2％を 13.5 ポイント上回った。「カスハラ対応は代表者が対応する。代表者がカスハラ研修を受けている」（小売）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」道内企業は 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、契約内容や補償、各種手続きなど顧客との利害調整が必要な場面が多い『金融』が 5 割で最も高く、そのほか、一般消費者との接点が多い BtoC 型の『サービス』『小売』などが高かった。他方、BtoB 型の『製造』などは 1 割に満たず、全体を大きく下回ったものの、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。

一方で、被害が「ない」と回答した道内企業は 71.2%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、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・予定している道内企業は 6 割強にのぼった。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」道内企業も 3 割強に達し、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
消費者対応では、録音、ログ保存などの宣言などで消費者の意識向上まで待たざるを得ないと思われる	飲食料品・飼料製造	中小企業
カスハラを容認するわけではないが、一定割合、特に若い世代の受け取る側の対応能力（コミュニケーション能力）の低下もカスハラ案件の増加の一因になっていると感じる	建設	中小企業
先方の確認ミスで不良品が発生したが、作り直すのは当然だと凄まれたうえ、作り直さないとホームページに書き込むといった脅迫を受けたことがある	出版・印刷	中小企業
基本泣き寝入り。ハラスメントの意味も分からない人に何を言っても無駄	その他の卸売	中小企業
理由や根拠のない嫌がらせ（工場現場での騒音や道路の汚れがあるなど）、工事現場に相手が訪問し、法令違反があるなどとクレームを言われ、不当な金銭要求等があった	建設	中小企業
BtoC はともかく BtoB の場合では、中小零細企業では元請け担当者との個対個の人間関係で成り立っている案件も多く、大手企業側の条件・罰則を厳しくして社内コンプラ教育を徹底させるなど、しっかり危機感を持たせる施策でない限り現場までの浸透は難しいのではないか	電気機械製造	小規模企業
カスハラが問題となっているのは、各企業がアウトソーシングをしていることが原因の 1 つである	不動産	小規模企業
BtoB の会社なのでそこまでカスハラの影響はない	飲食料品・飼料製造	小規模企業