TDB Business View
2026/11/26

カスハラ対策、27.5%が未着手
対応方法に課題
被害企業は14.9%

被害「ない」は上昇、認知の広がりも背景か

長野県・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

中澤　敏哉（調査担当）
帝国データバンク
長野支店
026-232-1288

発表日
2026/11/26

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」長野県企業は14.9%となった。業界別では、一般消費者との接点が多い『サービス』が 28.6%で最も高かった。一方で、被害が「ない」とする企業は 67.8%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 72.2%と 7 割を上回ったものの、『特に取り組んでいない』企業も27.5%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。

帝国データバンク長野支店は、カスハラに関する長野県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：長野県企業523社、有効回答企業数は255社（回答率48.8%）。全国は2万2,095社、有効回答企業数は1万235社（回答率46.3%）

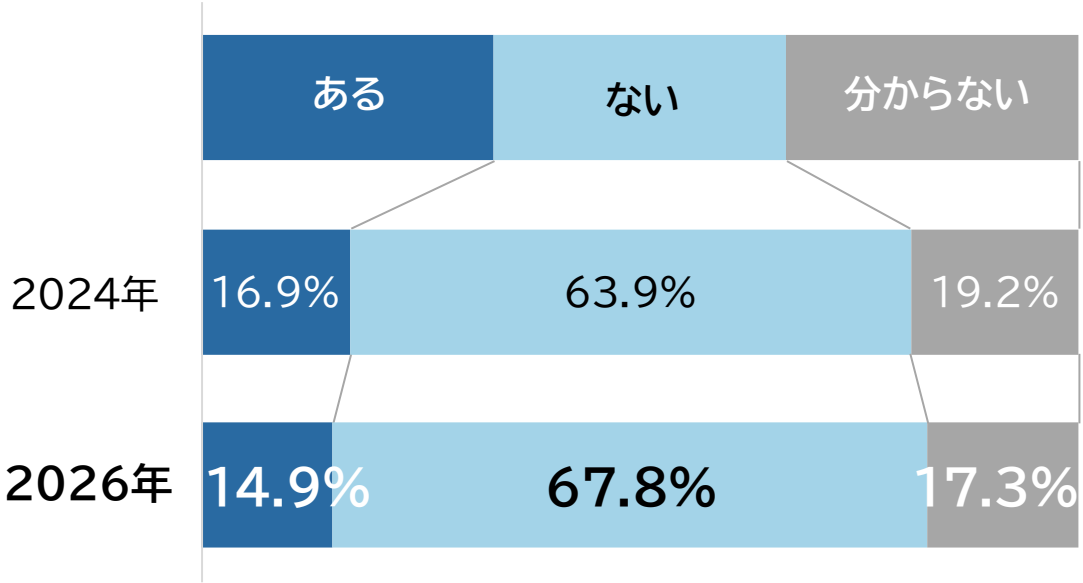
直近１年でカスハラ被害が「ある」企業は 14.9％
「ない」は上昇、社会的な認知の広がりも背景か

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」と回答した長野県企業の割合は 14.9％となり、前回調査（2024 年 6 月調査、16.9％）から 2.0pt 減少した。一方で、「ない」と回答した長野県企業は 67.8％と、前回調査から 3.9pt 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可能性もうかがえた。

長野県企業を全国と比べると、「ある」と回答した企業（全国 15.3％）は 0.4pt 少なく、前回からの減少幅（同 0.4pt）は 1.6pt 大きかった。都道府県別で「ある」と回答した企業は 24 番目に多かった。一方、「ない」と回答した企業（同 67.2％）は 0.6pt 多く、増加幅（同 1.8pt）は 2.1pt 大きく、長野県企業の改善が目立った。都道府県別で「ない」と回答した企業は 22 番目に多かった。

また、「分からない」と回答した長野県企業は同 1.9pt 減の 17.3％（全国は 1.3pt 減の 17.5％）となった。都道府県別で「分からない」と回答した企業は 22 番目に多かった。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。ただし、正当なクレームとカスハラとの線引きに苦慮し、課題としている企業もあったようだ。

直近 1 年以内のカスハラなどの被害有無

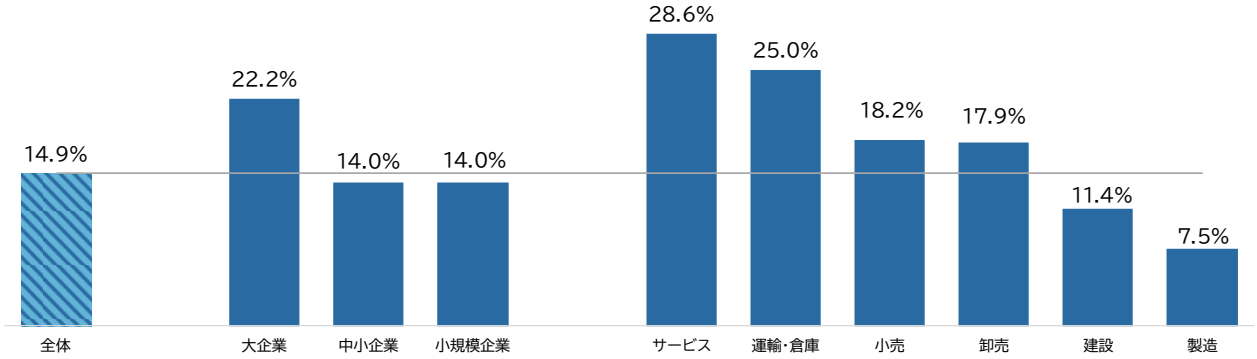


注1：小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計は必ずしも100とはならない
注2：母数は有効回答企業255社。2024年6月調査は266社

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」長野県企業の割合を規模別にみると「大企業」が 22.2%、「中小企業」、「小規模企業」がともに 14.0%となり、カスハラ被害を受けた「大企業」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。なお、長野県企業を全国と比較すると、「大企業」は 1.7pt 低く、「中小企業」は 0.2pt、「小規模企業」は 1.7pt 高かった。

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・主要業界～



主要業界別でみると、施設などで一般消費者と接し、クレーム対応の機会が多い『サービス』(28.6%)がトップとなった。次いで、配達などで顧客先に訪問する場合が多い『運輸・倉庫』(25.0%)が 20%台で続き、『小売』(18.2%)、『卸売』(17.9%)が全体の平均を上回った。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。

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』(7.5%)は全体を大きく下回った。しかしながら、BtoB 型の業界では、消費者ではなく取引先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。

長野県企業を全国と比較すると、『サービス』は 8.3pt、『運輸・倉庫』は 9.0pt、『卸売』は 5.3pt それぞれ高い一方、『小売』は 12.9pt、『建設』は 2.2pt、『製造』は0.1pt それぞれ低かった。

7 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。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、長野県企業に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 72.2%と 7 割を超えた。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」長野県企業は 27.5%に及んだ。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。「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、体制整備に向けた行政による支援の必要性もうかがえる。

長野県企業を全国と比較すると、「取り組みあり」とする企業は3．3pt 高く、「特に取り組んでいない」とする企業は2．2pt低く、前向きな取り組みがみられた。

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	**43.5**	59.3	41.7
2	相談・通報窓口の設置	**29.8**	44.4	28.1
3	カスハラを容認しない企業方針の策定	**28.2**	40.7	26.8
4	相談者の秘密保持・不利益防止	**21.6**	33.3	20.2
5	事実関係の確認体制・手順の整備	**20.0**	25.9	19.3
6	自社従業員による他社へのカスハラ防止	**18.4**	25.9	17.5
7	対応内容の記録・保存（通話、メール、映像など）	**16.1**	22.2	15.4
8	被害従業員への心身のケア	**15.7**	22.2	14.9
9	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）	**14.1**	14.8	14.0
10	カスハラ対応研修の実施	**11.8**	18.5	11.0
11	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**	7.4	8.3
12	カスハラ対応部署・担当者の設置	**7.5**	18.5	6.1
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）	**7.5**	11.1	7.0
14	外部機関・専門家との連携（警察、弁護士、警備会社、行政など）	**7.1**	11.1	6.6
	その他	**2.4**	3.7	2.2
	取り組みあり	**72.2**	88.9	70.2
	特に取り組んでいない	**27.5**	11.1	29.4
	不回答	**0.4**	0.0	0.4

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255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」（43.5%）が４割を超えて最も高くなった。次いで、「相談・通報窓口の設置」（29.8%）、「カスハラを容認しない企業方針の策定」（28.2%）が続いた。また、「相談者の秘密保持・不利益防止」（21．6%）と「事実関係の確認体制・手順の整備」（20.0%）が 2 割以上となった。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」（8.2%）、「カスハラ対応部署・担当者の設置」、「顧客・取引先への方針の周知」（各 7.5%）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。

また、規模別にみると、「大企業」の「取り組みあり」は 88.9%と 8 割を超え、「中小企業」（70.2%）を 18.7pt 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 44.4%となり、「中小企業」の 28.1%を 16.3pt 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 14.9%となり、企業規模では「大企業」が「中小企業」よりも高い傾向がみられた。主要業界別では、一般消費者との接点が多い BtoC 型の『サービス』が28.6%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、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」と回答した企業は 67.8%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・予定している企業は 7 割以上にのぼった。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 割にのぼり、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
現状では、既存のハラスメント規定・体制・対応に追加すべき内容について顧問社労士の先生に、精査を依頼中である	機械工具製造	中小企業
中小企業に求めるだけではなく、大手企業の資材・調達担当さんへの教育をもっと強化し続けなければ中小企業の値上げは受け入れられない。大手企業は中小企業の値上げを断らないよう、発注先選定基準を明確にすることを政府から大手企業にもっと求めてほしい	各種機械・同部分品製造修理	中小企業
カスハラ・パワハラは個人のエゴ、欲がすべての原因と考える。人間だれしも持っている自分が良ければ良いとするエゴ、欲望を絶対消すことのできないものが原因の種である	工業用プラスチック製品製造	小規模企業
社労士にお願いしてあり、詳細の社内展開はまだ不明	工業用プラスチック製品製造	中小企業
会社としては何もしていない。社員の自覚	専門サービス	小規模企業

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