TDB Business View
2026/11/12

カスハラ対策、3 割は未着手 対応方法に課題 被害企業は 16%

被害「ない」は上昇、認知の広がりも背景か

東海 4 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
稲熊 浩明
帝国データバンク
名古屋支店情報部
052-561-4846（直通）

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」東海 4 県企業は 16.4%となった。一方で、被害が「ない」とする企業は 64.8%と前回調査から上昇した。業界別では、一般消費者との接点が多い『小売』が 3 割強で最も高かった。また、カスハラへの対応策を実施・予定している企業は 68.4%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 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名古屋支店は、東海 4 県（愛知、岐阜、三重、静岡）の企業を対象に、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。

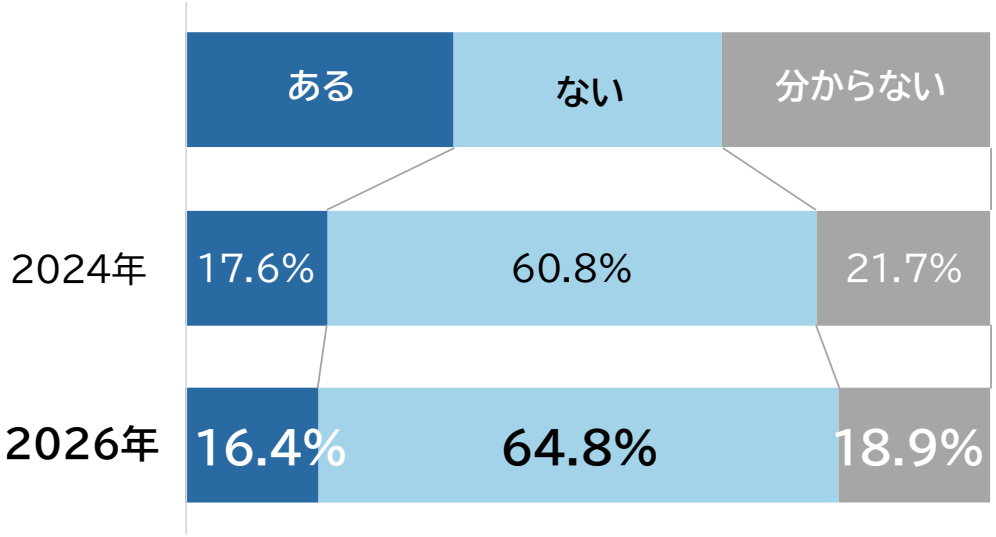
※調査期間：2026 年 9 月 14 日～9 月 30 日（インターネット調査）

※調査対象：東海 4 県の 2671 社で有効回答企業数は 1209 社（回答率 45.3%）。全国は 2 万 2095 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 16.4％
「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」と回答した東海 4 県企業の割合は 16.4％（全国は 15.3％）となり、前回調査（2024 年 6 月調査、17.6％）から 1.2 ポイント減と、わずかだが減少した。県別では「愛知」18.1％、「岐阜」11.9％、「三重」16.9％、「静岡」15.2％だった。企業からは、「当社がカスハラと認識した顧客に対しては一切の要求は受け付けずすぐに全取引の停止を通達する」（サービス、愛知）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1,209社。2024年6月調査は1,218社

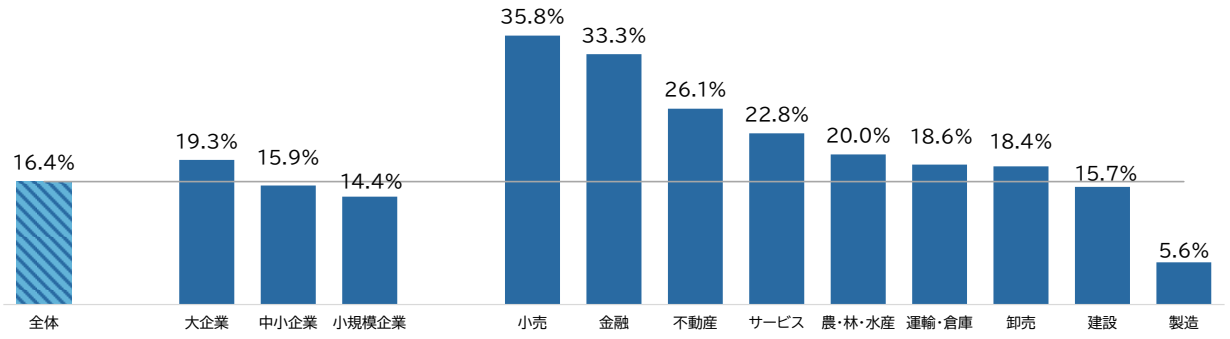
一方、「ない」と回答した企業は 2 年前と比べて、同 4.0 ポイント増の 64.8％（全国は 67.2％）と、前回調査から上昇した。企業からは、「BtoBの会社なので、取引先もある程度節度をもって対応してくれるのであまり不安はない」（製造、静岡）や、「会社として問題のある取引先とは取引しない方針なので、今のところ特に問題はない」（製造、三重）のように、カスハラやコンプライアンスという概念の浸透が、問題行為の抑制につながりつつある可能性もうかがえた。

また、「分からない」と回答した企業は同 2.8 ポイント減の 18.9％（同 17.5％）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、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 19.3%、「中小企業」が 15.9%、うち「小規模企業」が 14.4%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」からは、「不当な値下げ要求が多いが、ハラスメントかビジネスかの線引き（感覚的なもの）は難しい」（製造、愛知）や、「お得意様やロイヤルカスタマーのご要望を叶えるのも弊社の重要なビジネスモデルなので、線引きに苦慮している」（小売、愛知）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』（35.8%）がトップとなった。次いで、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』（33.3%）が続き、『不動産』（26.1%）、『サービス』（22.8%）、『農・林・水産』（20.0%）も 2 割にのぼった。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、「これだけ世間で騒がれていても『愉快犯』的なカスハラも増えており、30 分以上電話口で『言い方が気に入らない』など女性従業員にしつこく嫌がらせをするケースも増えており対策が急務であると感じる」（サービス、静岡）や「今は SNS などで執拗に執着したクレーマーがたまにいる。電子契約書を結ぶ、また電話での録音機能の通知によりスタッフに心身ともに気苦労がないようにしている」（サービス、岐阜）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』（5.6%）は全体を大きく下回った。しかし、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。

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 68.4%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 30.4%と 3 割に達した。企業からは、「誤った『お客様は神様です』の解釈などの考え方を正す社員教育などを実施、カスハラを容認しない社員としての考え方をもっていただくよう指導」（製造、愛知）、「取引先との関係を正常な状態に保つことで、カスハラ防止としている」（製造、愛知）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。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	**37.3**	49.7	35.0
2	カスハラを容認しない企業方針の策定	**26.3**	35.8	24.6
3	相談・通報窓口の設置	**25.7**	50.3	21.2
4	相談者の秘密保持・不利益防止	**17.3**	26.7	15.6
5	事実関係の確認体制・手順の整備	**17.2**	21.4	16.4
6	自社従業員による他社へのカスハラ防止	**17.0**	22.5	16.0
7	対応内容の記録・保存（通話、メール、映像など）	**14.6**	14.4	14.6
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）	**13.4**	18.2	12.5
9	被害従業員への心身のケア	**11.7**	15.5	11.1
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）	**11.2**	16.6	10.3
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）	**7.9**	10.2	7.4
12	カスハラ対応研修の実施	**6.9**	9.6	6.4
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）	**5.0**	9.6	4.2
14	カスハラ対応部署・担当者の設置	**4.9**	8.6	4.2
	その他	**2.5**	3.2	2.3

取り組みあり	**68.4**	84.0	65.6
特に取り組んでいない	**30.4**	16.0	33.1
不回答	**1.2**	0.0	1.4

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1,209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」（37.3%）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」（26.3%）、「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」（17.3%）と「事実関係の確認体制・手順の整備」（17.2%）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」（7.9%）、「顧客・取引先への方針の周知」（5.0%）、「カスハラ対応部署・担当者の設置」（4.9%）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。

また、規模別にみると、「大企業」の「取り組みあり」は 84.0%と 8 割を超え、「中小企業」(65.6%)を 18.4 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 50.3%となり、「中小企業」の 21.2%を 30 ポイント近く上回った。

「中小企業」では、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ことが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」東海 4 県の企業は 16.4%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 64.8%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 3 割に達しており、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	企業規模
サービス業者に身勝手なお客から受けることがあり、受けたスタッフには精神的に落ち込んで身体を悪くする者もいる。法律で厳しく対処してほしい	小売	中小企業
担当者を決めており全担当者のカスハラと思われる顧客の対応を一人が請け負って従業員の負担にならないようにしている	サービス	中小企業
一般的なハラスメント対策は講じているものの、カスハラについては具体的な取り組みは行っていない	サービス	大企業
カスハラについて対策をしたところで、結局、大手に何も言えない状況である	卸売	中小企業
電話応答の録音案内の上で録音している	サービス	大企業
揚げ足を取られるようなきっかけを作らないように気を付けている	建設	小規模企業
社長にすぐに連絡が入るようにしているとともに、顧問法律事務所にすぐに相談できる体制を整えている	製造	大企業
小売業なので整備済みではあるが、法令基準適合に向け、急ピッチで対策を進めている	小売	大企業