TDB Business View
2026/11/16

カスハラ被害企業 14.7% 前回から 4.0 ポイント低下 社会的認知度が向上

約 7 割の企業が対策を実施・予定 企業方針の選定や対応ルールの周知進める

埼玉県・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
池田　旭（調査担当）
帝国データバンク
大宮支店情報部
048-729-7702（直通）

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」企業は 14.7%となった。業界別では、一般消費者との接点が多い『小売』が 28.6%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約 7 割にのぼり、企業方針の選定や対応ルールの周知など基本的な取り組みが進められている。

株式会社帝国データバンク大宮支店は、埼玉県の 711 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。

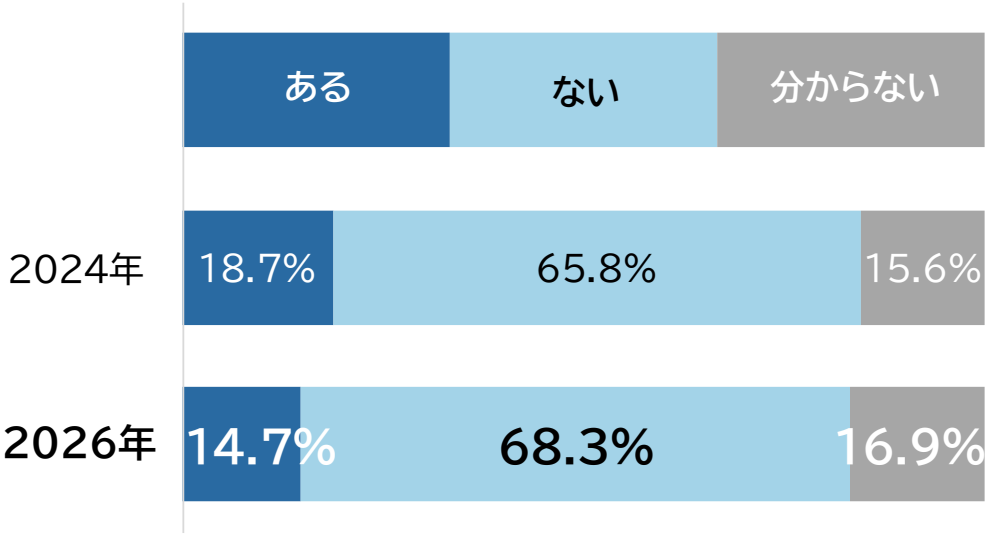
※調査期間：2026 年 9 月 14 日～9 月 30 日（インターネット調査）

※有効回答企業数：350 社（回答率 49.2%）

カスハラ被害が「ある」企業は 14.7%
前回調査から 4.0%ポイント低下

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 14.7%となり、前回調査（2024 年 6 月調査、18.7%）から 4.0 ポイント低下した。カスハラに対する社会的な認知度の高まりや企業内で方針・対応ルールの周知などが進み、顧客の意識が高まったことが背景にあるとみられる。一方で、「ない」と回答した企業は 68.3%と、前回調査から 2.5 ポイント上昇した。

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360社。2024年6月調査は418社

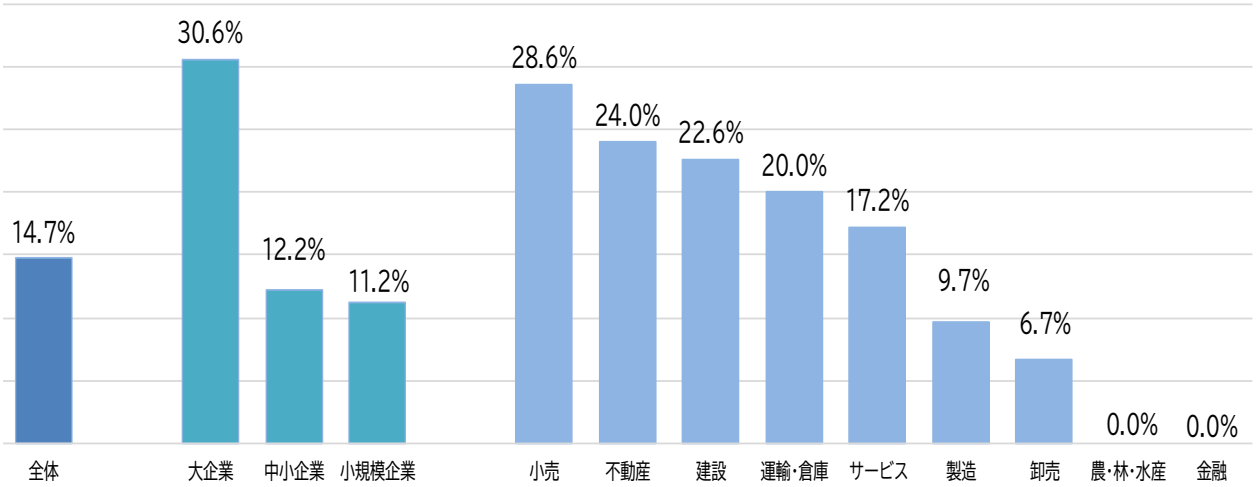
規模が大きいほど被害割合が高い

事業規模別に直近 1 年以内にカスハラなどを受けたことが「ある」割合をみると、「大企業」が 30.6%、「中小企業」が 12.2%、うち「小規模企業」が 11.2%となり、規模が大きい企業ほどカスハラ被害を受ける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。

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』が 28.6%でトップとなった。『不動産』が 24.0%、『サービス』が 17.2%と、BtoC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』（9.7%）や『卸売』（6.7%）などは全体（14.7%）を下回った。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受ける可能性があり、取引上の立場から対応が難しいケースが考えられる。

直近 1 年以内にカスハラなどの被害を受けた企業の割合 ～規模･業界～



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。埼玉県では国に先立ち、7 月 1 日に「埼玉県カスタマーハラスメント防止条例」が施行された。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 69.4%にのぼった。一方で、「特に取り組んでいない」企業は 29.2%となった。「顧客が大手メーカーのため、コンプライアンスがしっかりしている。被害がないため、検討していない」（製造）など、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ある。

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」（35.3%）が最も高くなった。次いで、「カスハラを容認しない企業方針の策定」（25.8%）、「相談･通報窓口の設置」（25.3%）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、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。企業からは「個人で対応するのではなく、上司を含めて複数人で状況を把握できる体制を整えている」（印刷業）や「録音し、証拠を残すようにしている」（製造業）などいった声が聞かれた。 一方で、「再発防止策の実施」（8.3%）、「顧客･取引先への方針の周知」（5.3%）といった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

規模別にみると、「大企業」の「取り組みあり」は 85.7%と 8 割を超え、「中小企業」（66.9%）を 18.8 ポイント上回った。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」と「相談･通報窓口の設置」が「大企業」が「中小企業」を 20 ポイント以上上回った。中小企業は人員や費用など経営資源に余裕がないため、相談体制の整備が進みにくいと考えられる。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	**35.3**	59.2	31.5
2	カスハラを容認しない企業方針の策定	**25.8**	36.7	24.1
3	相談・通報窓口の設置	**25.3**	42.9	22.5
4	事実関係の確認体制・手順の整備	**18.1**	22.4	17.4
5	相談者の秘密保持・不利益防止	**17.8**	26.5	16.4
6	自社従業員による他社へのカスハラ防止	**16.1**	18.4	15.8
7	対応内容の記録・保存（通話、メール、映像など）	**15.3**	22.4	14.1
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）	**12.2**	14.3	11.9
9	被害従業員への心身のケア	**10.6**	18.4	9.3
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）	**9.2**	16.3	8.0
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）	**8.3**	12.2	7.7
12	カスハラ対応研修の実施	**6.9**	20.4	4.8
13	カスハラ対応部署・担当者の設置	**5.6**	14.3	4.2
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）	**5.3**	8.2	4.8
	その他	**3.9**	4.1	3.9
	取り組みあり	**69.4**	85.7	66.9
	特に取り組んでいない	**29.2**	12.2	31.8
	不回答	**1.4**	2.0	1.3

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360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」企業は 14.7%となり、事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 28.6%で最も高かった。一方で、被害が「ない」と回答した企業は 68.3%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。

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 割で、必要性を感じ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、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。