

# 石川県カスタマーハラスメント実態調査 報告書

令和8年5月公表

# 目 次

I	調査概要	3
1.	調査目的	3
2.	調査設計	3
3.	調査項目	4
4.	回答状況	4
5.	調査実施機関	4
6.	報告書の読み方	4
II	事業者向け調査	5
1.	回答企業の属性	5
(1)	主たる業種	5
(2)	従業員規模	5
2.	カスタマーハラスメントに関する状況	6
(1)	過去3年間のカスタマーハラスメント被害の有無	6
(2)	カスタマーハラスメントの発生件数	7
(3)	カスタマーハラスメントの行為者	8
(4)	カスタマーハラスメントの内容	9
(5)	カスタマーハラスメントの発生要因	11
(6)	カスタマーハラスメントへの対応	13
(7)	過去3年間のカスタマーハラスメントによる従業員への影響	15
(8)	カスタマーハラスメントの判断基準の有無	17
(9)	カスタマーハラスメントの具体的な判断基準	18
3.	カスタマーハラスメント対策の取組状況	19
(1)	カスタマーハラスメント防止措置義務化の認知状況	19
(2)	カスタマーハラスメント対策の実施状況	20
(3)	カスタマーハラスメント対策の内容	21
(4)	カスタマーハラスメント対策を講じていない理由	23
4.	カスタマーハラスメント防止に向けた行政の役割	25
(1)	カスタマーハラスメント防止に効果的と考えられる行政の取組	25
(2)	取組を選んだ理由	27
III	従業員向け調査	28
1.	回答者の属性	28
(1)	性別	28

(2) 年代 .....	28
(3) 雇用形態 .....	28
(4) 仕事内容 .....	28
(5) 勤務先の業種 .....	29
(6) 勤務先の従業員規模 .....	29
2. カスタマーハラスメントに関する状況 .....	30
(1) 過去3年間のカスタマーハラスメント被害の有無 .....	30
(2) カスタマーハラスメントの行為者 .....	31
(3) カスタマーハラスメントの内容 .....	33
(4) カスタマーハラスメントの発生要因 .....	36
(5) カスタマーハラスメントの発生頻度 .....	38
(6) カスタマーハラスメントへの対応 .....	39
3. カスタマーハラスメント対策の取組状況 .....	41
(1) カスタマーハラスメント防止措置義務化の認知状況 .....	41
(2) カスタマーハラスメント対策の内容 .....	42
(3) 過去3年間のカスタマーハラスメント被害対応に有効だった対策 .....	44
4. カスタマーハラスメント防止に向けた行政の役割 .....	46
(1) カスタマーハラスメント防止に効果的と考えられる行政の取組 .....	46
(2) 取組を選んだ理由 .....	48
<b>IV 調査票 .....</b>	<b>49</b>
1. 事業者向け調査 .....	49
2. 従業員向け調査 .....	1

# I 調査概要

---

## 1. 調査目的

本アンケート調査は令和7年6月に改正労働施策総合推進法が成立したことを受け、県内企業等におけるカスタマーハラスメントの発生状況やカスタマーハラスメント防止対策の実施状況等を把握し、もって、石川県におけるカスタマーハラスメント防止対策に資する取組の検討に活用することを目的とするものである。

## 2. 調査設計

- (1) 調査方法：郵送配付
- (2) 調査期間：令和8年1月14日(水)～2月20日(金)
- (3) 調査対象数：1,500社およびその従業員3,000名
- (4) 抽出方法：従業員規模、産業別および地域別について、以下の分類を目安に按分し、それぞれのバランスに配慮し無作為抽出。

- i) 従業員規模

- 30人未満
- 30～99人
- 100～299人
- 300～999人
- 1,000人以上

- ii) 産業

- 農業・林業・漁業
- 鉱業・採石業・砂利採取業
- 建設業
- 製造業
- 電気・ガス・熱供給・水道業
- 情報通信業
- 運輸・郵便業
- 卸売業・小売業
- 金融業・保険業
- 不動産業、物品賃貸業
- 学術研究、専門・技術サービス業
- 宿泊業、飲食サービス業
- 生活関連サービス業、娯楽業
- 教育、学習支援業
- 医療、福祉
- 複合サービス事業
- その他サービス業（廃棄物処理業、自動車整備業、職業紹介等）
- その他（他に分類されないもの）

### iii) 地域

能登地区（4市5町、宝達志水町以北）

金沢地区（3市2町、かほく市～野々市市）

加賀地区（4市1町、白山市以南）

## 3. 調査項目

- (1) カスタマーハラスメントに関する状況
- (2) カスタマーハラスメント対策の取組状況
- (3) カスタマーハラスメント防止に向けた行政の役割

## 4. 回答状況

	調査対象	有効回答数	有効回答率
事業者向け調査	1,500 件	602 件	40.1%
従業員向け調査	3,000 件	967 件	32.2%

## 5. 調査実施機関

株式会社東京商工リサーチ 金沢支店

## 6. 報告書の読み方

- (1) 図表中の「n」は設問に対する回答者の総数を示しており、回答者の構成比（％）を算出するための基数である。
- (2) 図表中の構成比（％）は小数第2位を四捨五入している。
- (3) 複数回答の場合、回答者総数に対する割合を表示しているため、構成比の合計が100％を超える場合がある。
- (4) 各設問の割合は集計母数から「無回答」を除外して、算出している。
- (5) 調査結果図表およびコメント中の選択肢表記については、便宜上、略記しているものがある。
- (6) 回答件数が5件未満の属性については、原則としてコメントを省略している。

※従業員向け調査の雇用形態別分析では、「派遣社員」「その他」の件数が極めて少ないため、図表への掲載を省略している。

## II 事業者向け調査

### 1. 回答企業の属性

#### (1) 主たる業種

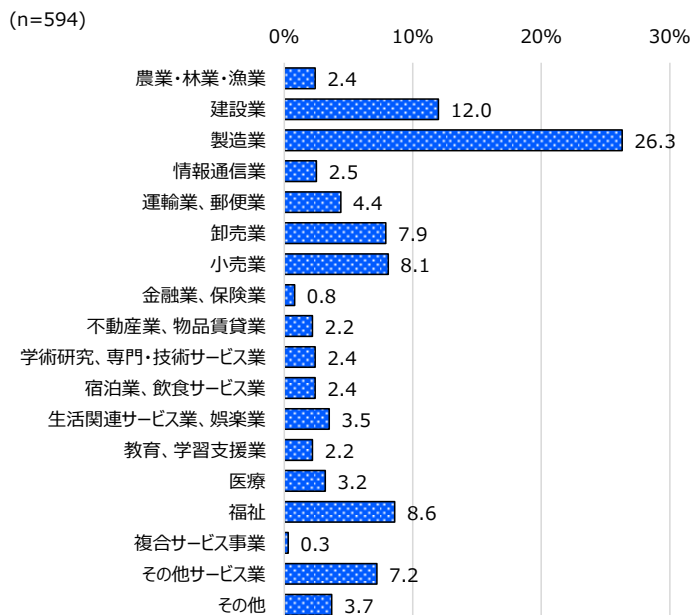


図1 業種 (問1 (1))

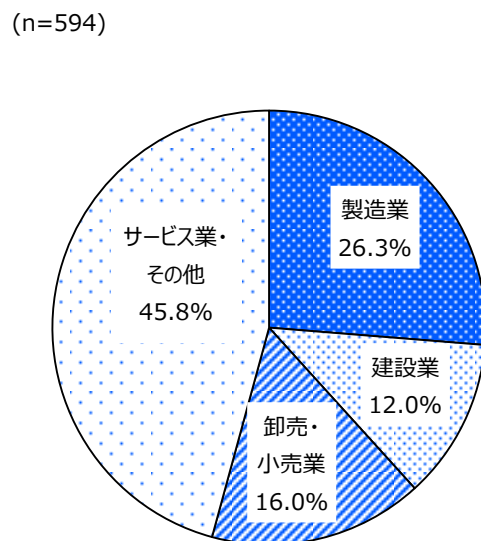


図2 業種 (4区分)

#### (2) 従業員規模

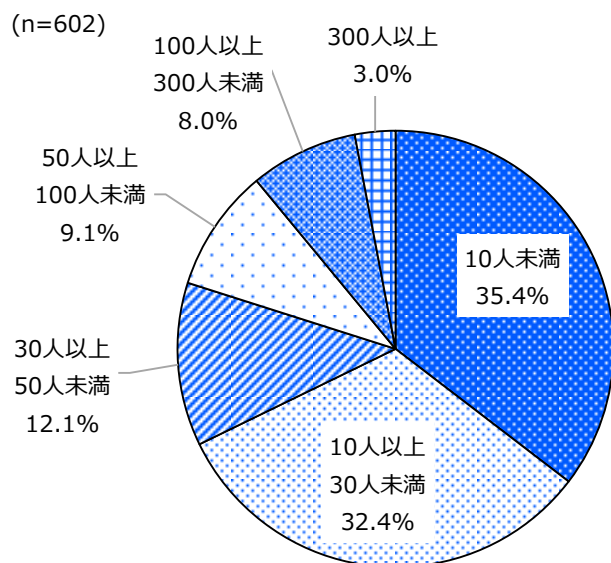


図3 従業員数 (問1 (2))

## 2. カスタマーハラスメントに関する状況

### (1) 過去3年間のカスタマーハラスメント被害の有無

全体では、「受けていない（確認していない）」が65.9%と最も高く、次いで「受けたことがある（確認している）」が22.8%、「わからない、把握していない」が10.6%となっている。

業種別にみると、卸売・小売業およびサービス業・その他で「受けたことがある（確認している）」の割合が3割前後と、他の業種に比べて高い。

従業員規模別にみると、おおむね規模が大きいほど「受けたことがある（確認している）」の割合が高い傾向にあり、300人以上では7割を超えている。

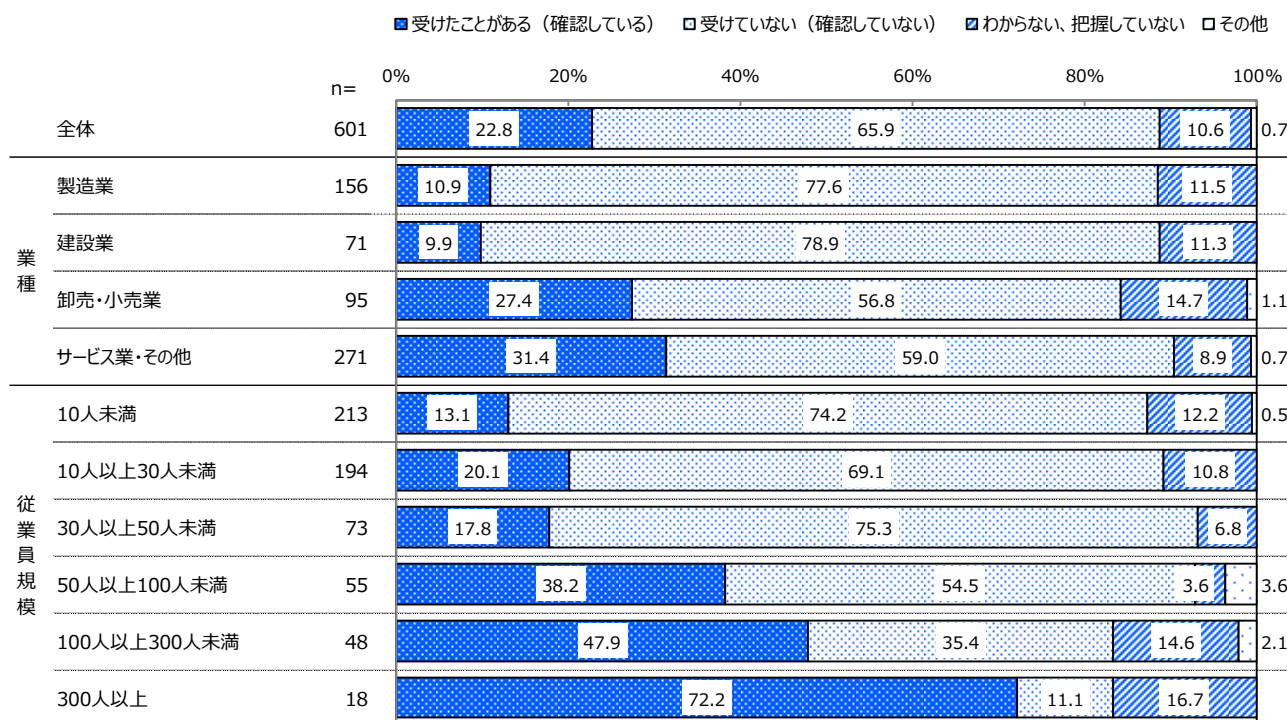


図4 過去3年間のカスタマーハラスメント被害の有無（問2（1））

## (2) カスタマーハラスメントの発生件数

全体では、「1～10回」が77.9%と最も高く、次いで「発生しているが件数は把握していない」が14.5%、「11～30回」が6.2%となっている。

業種別にみると、いずれの業種でも「1～10回」が8割前後となっている。

従業員規模別にみると、いずれの規模でも「1～10回」が最も高い。

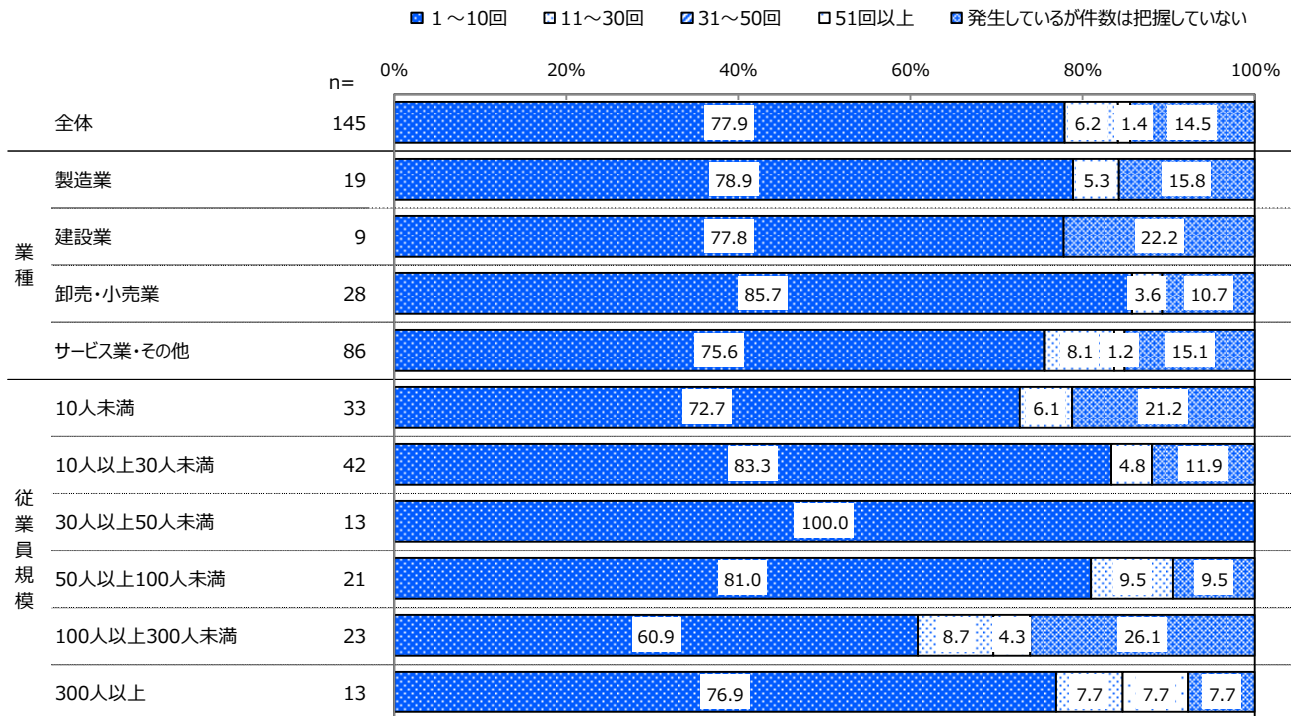


図5 カスタマーハラスメントの発生件数（問2（1-1））

### (3) カスタマーハラスメントの行為者

全体では、「顧客等（患者やその家族を含む）」が81.3%と最も高く、次いで「取引先等の他社の従業員・役員」が11.8%となっている。

業種別にみると、いずれの業種でも「顧客等（患者やその家族を含む）」が最も高いが、製造業では「取引先等の他社の従業員・役員」も38.9%と他の業種に比べて高い。

従業員規模別にみると、いずれの規模でも「顧客等（患者やその家族を含む）」が最も高く、特に100人以上の規模では9割を超えている。

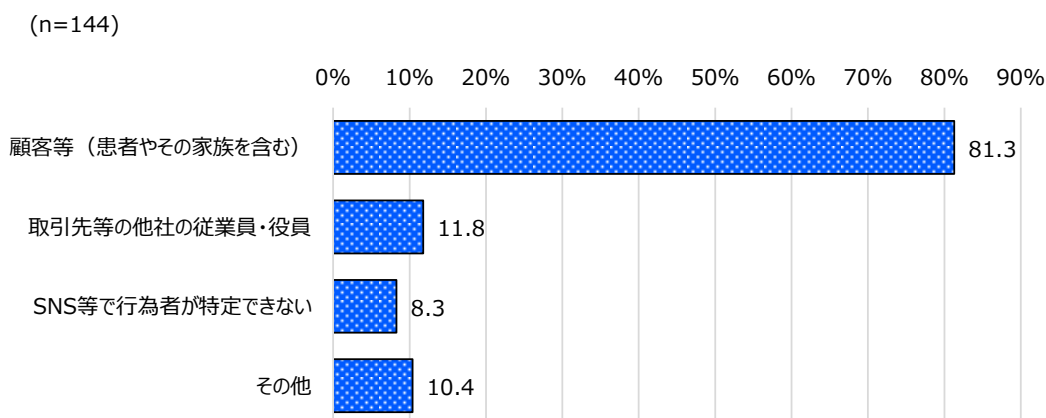


図6 カスタマーハラスメントの行為者（問2（1-2））

上段：件数 下段：%		n	顧客等 （患者やその 家族を含む）	取引先等の 他社の 従業員・役員	SNS等で 行為者が 特定できない	その他
全 体		144	117 81.3	17 11.8	12 8.3	15 10.4
業 種	製 造 業	18	9 50.0	7 38.9	1 5.6	3 16.7
	建 設 業	7	5 71.4	-	-	2 28.6
	卸 売 ・ 小 売 業	28	26 92.9	1 3.6	3 10.7	2 7.1
	サ ー ビ ス 業 ・ そ の 他	88	74 84.1	10.2	8.0	7 9.1
従 業 員 規 模	10 人 未 満	31	24 77.4	5 16.1	2 6.5	3 9.7
	10 人 以 上 30 人 未 満	42	31 73.8	6 14.3	2 4.8	6 14.3
	30 人 以 上 50 人 未 満	13	9 69.2	2 15.4	1 7.7	2 15.4
	50 人 以 上 100 人 未 満	22	19 86.4	3 13.6	-	2 9.1
	100 人 以 上 300 人 未 満	23	22 95.7	1 4.3	5 21.7	2 8.7
	300 人 以 上	13	12 92.3	-	2 15.4	-

各属性で最も割合が高い項目を示す

表1 カスタマーハラスメントの行為者（問2（1-2））

#### (4) カスタマーハラスメントの内容

全体では、「大声での恫喝、罵声、暴言」が 49.7%と最も高く、次いで「こちらの落ち度に対する一方的なクレーム」が 40.7%、「優位な立場にいることを利用した特別扱いの要求」が 37.2%となっている。

業種別にみると、製造業、卸売・小売業およびサービス業・その他では、全体の傾向と同様に「大声での恫喝、罵声、暴言」「こちらの落ち度に対する一方的なクレーム」「優位な立場にいることを利用した特別扱いの要求」が上位を占めている。一方、建設業では「当初の話からのすり替え、揚げ足取り、執拗な攻め立て」「不当な金品・サービスの要求」がともに 50.0%と最も高い。

従業員規模別にみると、300 人未満の規模では、全体の傾向と同様に「大声での恫喝、罵声、暴言」「こちらの落ち度に対する一方的なクレーム」「優位な立場にいることを利用した特別扱いの要求」が高い割合となっている。一方、300 人以上では「長時間の電話」(84.6%)、「度重なる電話」(69.2%) の割合が他の規模に比べて高い。

(n=145)

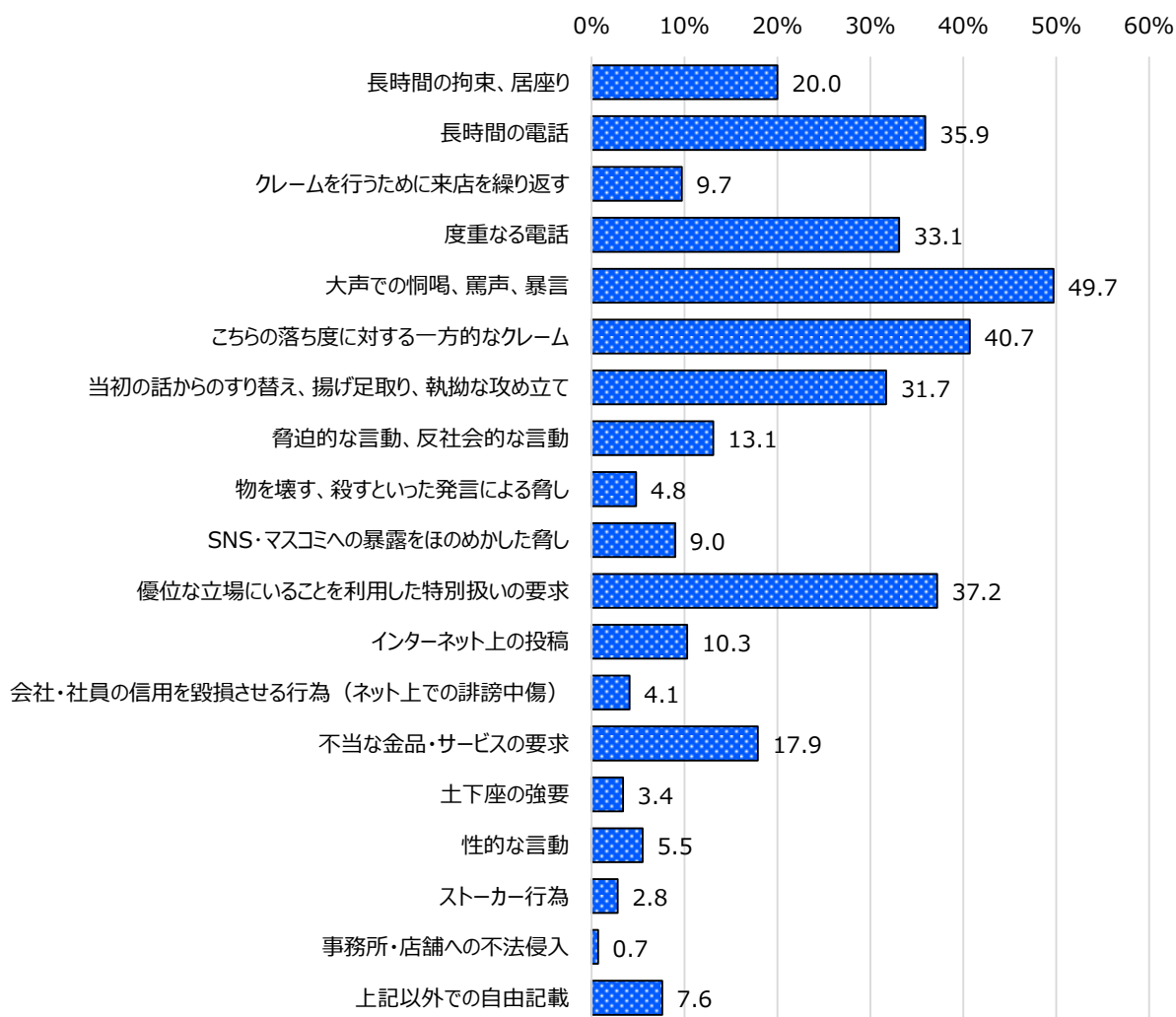


図7 カスタマーハラスメントの内容（問2（1-3））

上段：件数 下段：%	n	長時間の 拘束、 居座り	長時間の電話	クレームを 行うために 来店を 繰り返す	度重なる電話	大声での 恫喝、罵声、 暴言	こちらの落ち度 に対する 一方的な クレーム	当初の話から のすり替え、 揚げ足取り、 執拗な 攻め立て	脅迫的な 言動、 反社会的な 言動	物を壊す、 殺すといった 発言による 脅し	SNS・マスコミ への暴露を ほめかした 脅し	
全 体	145	29 20.0	52 35.9	14 9.7	48 33.1	72 49.7	59 40.7	46 31.7	19 13.1	7 4.8	13 9.0	
業 種	製 造 業	18 16.7	3 33.3	6 -	2 11.1	5 27.8	7 38.9	5 27.8	2 11.1	-	-	
	建 設 業	8 -	- 12.5	1 12.5	1 12.5	3 37.5	2 25.0	4 50.0	1 12.5	-	-	
	卸 売 ・ 小 売 業	29 24.1	7 31.0	9 13.8	4 13.8	13 44.8	15 51.7	13 44.8	7 24.1	2 6.9	4 13.8	
	サ ー ビ ス 業 ・ そ の 他	87 20.7	18 39.1	34 9.2	8 34.5	30 55.2	48 40.2	35 33.3	29 16.1	14 6.9	6 10.3	
従 業 員 規 模	10 人 未 満	32 15.6	5 21.9	7 6.3	2 25.0	8 37.5	12 34.4	11 31.3	10 12.5	4 -	2 6.3	
	10 人 以 上 30 人 未 満	42 9.5	4 26.2	11 -	- 21.4	9 47.6	16 38.1	12 28.6	3 7.1	3 7.1	2 4.8	
	30 人 以 上 50 人 未 満	13 15.4	2 30.8	4 15.4	2 30.8	4 46.2	6 69.2	9 46.2	6 15.4	2 -	2 15.4	
	50 人 以 上 100 人 未 満	22 18.2	4 27.3	6 9.1	2 36.4	8 54.5	12 36.4	8 31.8	7 18.2	4 13.6	3 4.5	
	100 人 以 上 300 人 未 満	23 39.1	9 56.5	13 17.4	4 43.5	10 69.6	16 39.1	9 21.7	5 13.0	3 -	4 17.4	
	300 人 以 上	13 38.5	5 84.6	11 30.8	4 69.2	9 46.2	6 46.2	6 46.2	6 23.1	3 7.7	1 15.4	2

上段：件数 下段：%	n	優位な立場に いることを利用 した特別扱い の要求	インターネッ ト上の投稿	会社・社員の 信用を毀損 させる行為 (ネット上での 誹謗中傷)	不当な金品・ サービスの要求	土下座の強要	性的な言動	ストーカー行為	事務所・店舗 への不法侵入	上記以外での 自由記載
全 体	145	54 37.2	15 10.3	6 4.1	26 17.9	5 3.4	8 5.5	4 2.8	1 0.7	11 7.6
業 種	製 造 業	18 38.9	7 16.7	3 -	4 22.2	-	-	-	-	1 5.6
	建 設 業	8 -	1 12.5	- 12.5	4 50.0	-	-	-	-	-
	卸 売 ・ 小 売 業	29 51.7	15 13.8	4 6.9	4 13.8	2 6.9	2 6.9	1 3.4	-	4 13.8
	サ ー ビ ス 業 ・ そ の 他	87 34.5	30 8.0	7 2.3	13 14.9	3 3.4	6 6.9	3 3.4	1 1.1	5 5.7
従 業 員 規 模	10 人 未 満	32 43.8	14 15.6	5 -	8 25.0	1 3.1	-	-	-	2 6.3
	10 人 以 上 30 人 未 満	42 28.6	12 4.8	2 2.4	4 9.5	1 2.4	3 7.1	1 2.4	-	4 9.5
	30 人 以 上 50 人 未 満	13 30.8	4 -	- 15.4	2 23.1	3 -	-	-	-	1 7.7
	50 人 以 上 100 人 未 満	22 50.0	11 -	- -	4 18.2	1 4.5	2 9.1	-	-	3 13.6
	100 人 以 上 300 人 未 満	23 26.1	6 26.1	6 4.3	1 13.0	3 4.3	1 8.7	2 8.7	2 4.3	-
	300 人 以 上	13 53.8	7 15.4	2 15.4	2 30.8	4 7.7	1 7.7	1 7.7	1 7.7	1 7.7

各属性で最も割合が高い項目を示す

表 2 カスタマーハラスメントの内容 (問 2 (1-3) )

### (5) カスタマーハラスメントの発生要因

全体では、「顧客の不満のはげ口・嫌がらせ」が 47.9%と最も高く、次いで「顧客の勘違い」が 41.7%、「接客やサービスの提供のミス」が 36.1%となっている。

業種別にみると、いずれの業種でも「顧客の不満のはげ口・嫌がらせ」が最も高く、特に建設業では 75.0%と突出している。製造業では「顧客の勘違い」も同率で最も高い。

従業員規模別にみると、30 人未満の規模では「顧客の勘違い」、30 人以上 100 人未満の規模では「接客やサービスの提供のミス」、100 人以上の規模では「顧客の不満のはげ口・嫌がらせ」の割合がそれぞれ最も高い。

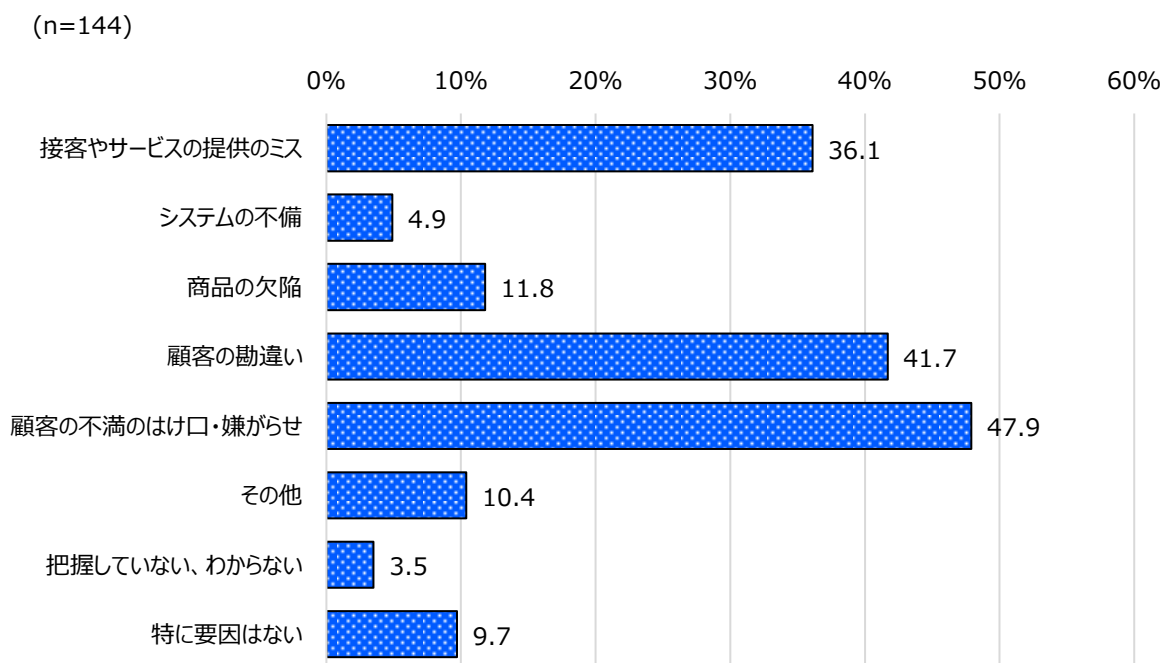


図 8 カスタマーハラスメントの発生要因（問 2（1-4））

上段：件数 下段：%	n	接客やサービスの提供のミス	システムの不備	商品の欠陥	顧客の勘違い	顧客の不满のはげ口・嫌がらせ	その他	把握していない、わからない	特に要因はない	
全 体	144	52	7	17	60	69	15	5	14	
	-	<b>36.1</b>	<b>4.9</b>	<b>11.8</b>	<b>41.7</b>	<b>47.9</b>	<b>10.4</b>	<b>3.5</b>	<b>9.7</b>	
業 種	製 造 業	19	3	1	5	7	7	1	-	
		-	<b>15.8</b>	<b>5.3</b>	<b>26.3</b>	<b>36.8</b>	<b>36.8</b>	<b>5.3</b>	<b>15.8</b>	
	建 設 業	8	2	-	-	2	6	2	-	
		-	<b>25.0</b>	-	-	<b>25.0</b>	<b>75.0</b>	<b>25.0</b>	-	
卸 売 ・ 小 売 業	31	13	2	8	13	14	2	3		
	-	<b>41.9</b>	<b>6.5</b>	<b>25.8</b>	<b>41.9</b>	<b>45.2</b>	<b>6.5</b>	<b>9.7</b>	<b>6.5</b>	
サ ー ビ ス 業 ・ そ の 他	84	34	4	4	36	41	9	2		
	-	<b>40.5</b>	<b>4.8</b>	<b>4.8</b>	<b>42.9</b>	<b>48.8</b>	<b>10.7</b>	<b>2.4</b>	<b>10.7</b>	
従 業 員 規 模	10 人 未 満	34	6	4	4	14	13	3	3	
		-	<b>17.6</b>	<b>11.8</b>	<b>11.8</b>	<b>41.2</b>	<b>38.2</b>	<b>8.8</b>	<b>8.8</b>	<b>14.7</b>
	10 人 以 上 30 人 未 満	43	14	-	5	20	19	3	2	
		-	<b>32.6</b>	-	<b>11.6</b>	<b>46.5</b>	<b>44.2</b>	<b>7.0</b>	<b>4.7</b>	<b>9.3</b>
	30 人 以 上 50 人 未 満	13	9	-	1	5	3	2	-	
		-	<b>69.2</b>	-	<b>7.7</b>	<b>38.5</b>	<b>23.1</b>	<b>15.4</b>	-	<b>15.4</b>
	50 人 以 上 100 人 未 満	19	11	3	2	6	8	2	-	
	-	<b>57.9</b>	<b>15.8</b>	<b>10.5</b>	<b>31.6</b>	<b>42.1</b>	<b>10.5</b>	-	<b>5.3</b>	
100 人 以 上 300 人 未 満	23	8	-	2	9	16	3	-		
	-	<b>34.8</b>	-	<b>8.7</b>	<b>39.1</b>	<b>69.6</b>	<b>13.0</b>	-	<b>8.7</b>	
300 人 以 上	12	4	-	3	6	10	2	-		
	-	<b>33.3</b>	-	<b>25.0</b>	<b>50.0</b>	<b>83.3</b>	<b>16.7</b>	-	-	

各属性で最も割合が高い項目を示す

表 3 カスタマーハラスメントの発生要因（問 2（1-4））

## (6) カスタマーハラスメントへの対応

全体では、「毅然として対応した」が 53.1%と最も高く、次いで「上司・クレーム対応部門に引き継いだ」が 38.5%、「謝り続けた」が 36.4%となっている。

業種別にみると、いずれの業種でも「毅然として対応した」の割合が最も高い。製造業および卸売・小売業では「謝り続けた」の割合も 4 割台と比較的高く、サービス業・その他では「上司・クレーム対応部門に引き継いだ」(44.2%)、「複数人で対応した」(38.4%) の割合が他の業種に比べて高い。

従業員規模別にみると、30 人未満の規模では「毅然として対応した」、30 人以上 100 人未満の規模では「上司・クレーム対応部門に引き継いだ」がそれぞれ最も高く、100 人以上の規模では「毅然として対応した」と「上司・クレーム対応部門に引き継いだ」が同率で最も高い。300 人以上では「複数人で対応した」も 58.3%と他の規模に比べて高くなっている。

(n=143)

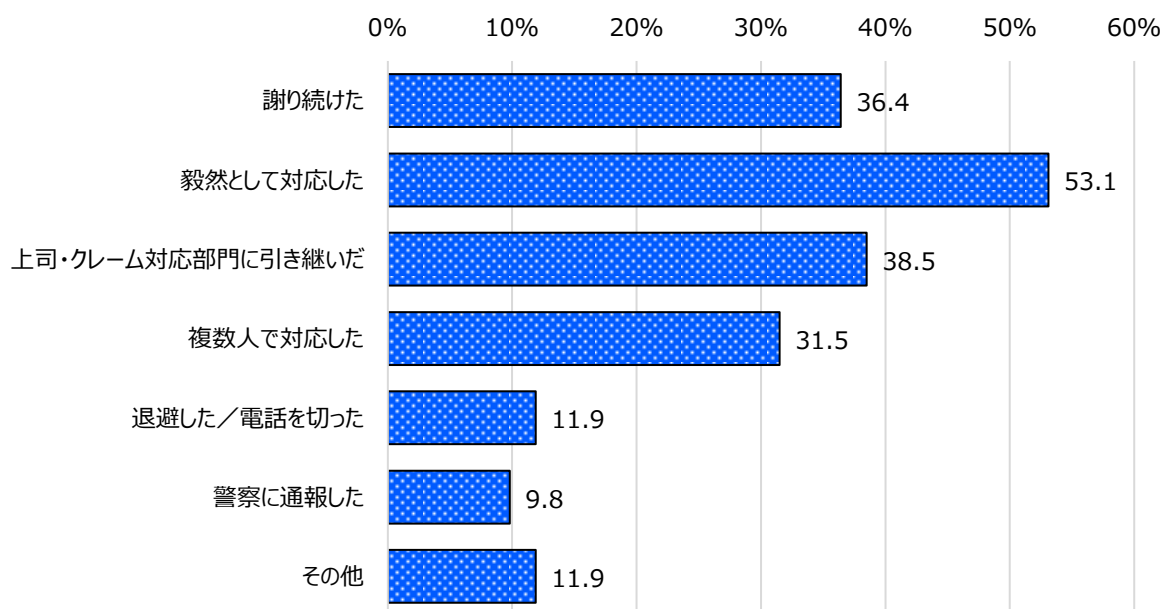


図9 カスタマーハラスメントへの対応 (問2 (1-5))

上段：件数 下段：%		n	謝り続けた	毅然として 対応した	上司・クレーム 対応部門に 引き継いだ	複数人で 対応した	退避した/ 電話を切った	警察に 通報した	その他
全 体		143	52	76	55	45	17	14	17
		-	36.4	53.1	38.5	31.5	11.9	9.8	11.9
業 種	製 造 業	18	8	9	6	1	-	-	-
		-	44.4	50.0	33.3	5.6	-	-	-
	建 設 業	7	2	5	2	1	3	1	1
		-	28.6	71.4	28.6	14.3	42.9	14.3	14.3
	卸 売 ・ 小 売 業	29	13	16	8	9	4	7	7
	-	44.8	55.2	27.6	31.0	13.8	24.1	24.1	
サ ー ビ ス 業 ・ そ の 他	86	29	44	38	33	10	6	7	
	-	33.7	51.2	44.2	38.4	11.6	7.0	8.1	
従 業 員 規 模	10 人 未 満	32	12	16	6	8	6	1	3
		-	37.5	50.0	18.8	25.0	18.8	3.1	9.4
	10 人 以 上 30 人 未 満	42	15	25	11	12	3	2	6
		-	35.7	59.5	26.2	28.6	7.1	4.8	14.3
	30 人 以 上 50 人 未 満	12	5	5	6	4	1	2	1
		-	41.7	41.7	50.0	33.3	8.3	16.7	8.3
	50 人 以 上 100 人 未 満	22	8	10	12	6	3	1	2
	-	36.4	45.5	54.5	27.3	13.6	4.5	9.1	
100 人 以 上 300 人 未 満	23	9	12	12	8	2	5	4	
	-	39.1	52.2	52.2	34.8	8.7	21.7	17.4	
300 人 以 上	12	3	8	8	7	2	3	1	
	-	25.0	66.7	66.7	58.3	16.7	25.0	8.3	

各属性で最も割合が高い項目を示す

表 4 カスタマー・ハラスメントへの対応（問 2（1-5））

### (7) 過去3年間のカスタマーハラスメントによる従業員への影響

全体では、「特に影響は生じていない、把握していない」が75.3%と最も高い。具体的な影響については、「行為を受けた従業員の配置転換を行った」(7.3%)、「メンタルヘルス不調等による休業が発生した」(6.7%)など、いずれも1割を下回っている。

業種別にみると、いずれの業種でも「特に影響は生じていない、把握していない」が最も高く、製造業、建設業および卸売・小売業では8割を超えている。サービス業・その他では、「行為を受けた従業員の配置転換を行った」(9.1%)、「メンタルヘルス不調等による休業が発生した」(8.0%)など、他の業種に比べて従業員への影響が生じている割合がやや高い。

従業員規模別にみると、いずれの規模でも「特に影響は生じていない、把握していない」が最も高いものの、50人以上100人未満では52.4%と他の規模に比べて低く、「行為を受けた従業員の配置転換を行った」が23.8%と高い。また、100人以上の規模では「メンタルヘルス不調等による休業が発生した」の割合が比較的高く、100人以上300人未満で18.2%、300人以上で16.7%となっている。

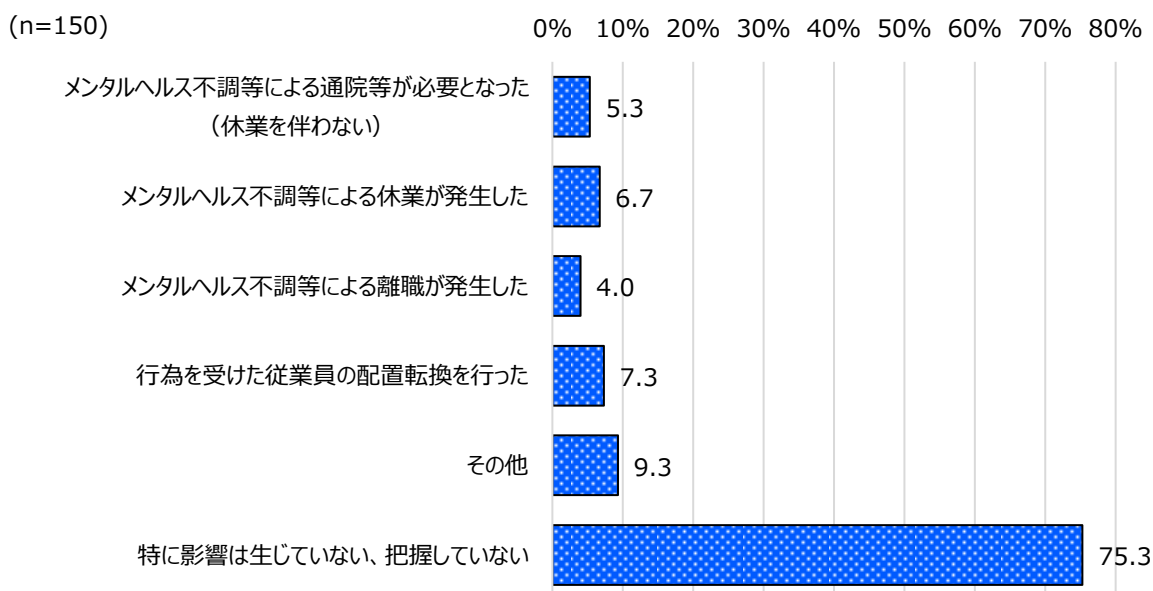


図10 過去3年間のカスタマーハラスメントによる従業員への影響 (問2 (1-6))

上段：件数 下段：%		n	メンタルヘルス 不調等による 通院等が 必要となった (休業を 伴わない)	メンタルヘルス 不調等による 休業が 発生した	メンタルヘルス 不調等による 離職が 発生した	行為を受けた 従業員の配置 転換を行った	その他	特に影響は 生じていない、 把握していない
全 体		150	8	10	6	11	14	113
		-	<b>5.3</b>	<b>6.7</b>	<b>4.0</b>	<b>7.3</b>	<b>9.3</b>	<b>75.3</b>
業 種	製 造 業	19	1	1	-	-	1	16
		-	<b>5.3</b>	<b>5.3</b>	-	-	<b>5.3</b>	<b>84.2</b>
	建 設 業	9	-	-	-	-	1	8
		-	-	-	-	-	<b>11.1</b>	<b>88.9</b>
卸 売 ・ 小 売 業	31	-	1	1	2	4	26	
		-	-	<b>3.2</b>	<b>3.2</b>	<b>6.5</b>	<b>12.9</b>	<b>83.9</b>
サ ー ビ ス 業 ・ そ の 他		88	6	7	4	8	8	61
		-	<b>6.8</b>	<b>8.0</b>	<b>4.5</b>	<b>9.1</b>	<b>9.1</b>	<b>69.3</b>
従 業 員 規 模	10 人 未 満	40	4	1	1	-	3	32
		-	<b>10.0</b>	<b>2.5</b>	<b>2.5</b>	-	<b>7.5</b>	<b>80.0</b>
	10 人 以 上 30 人 未 満	42	1	1	1	2	5	33
		-	<b>2.4</b>	<b>2.4</b>	<b>2.4</b>	<b>4.8</b>	<b>11.9</b>	<b>78.6</b>
	30 人 以 上 50 人 未 満	13	-	-	-	1	1	11
		-	-	-	-	<b>7.7</b>	<b>7.7</b>	<b>84.6</b>
	50 人 以 上 100 人 未 満	21	2	2	-	5	2	11
	-	<b>9.5</b>	<b>9.5</b>	-	<b>23.8</b>	<b>9.5</b>	<b>52.4</b>	
100 人 以 上 300 人 未 満	22	1	4	3	2	2	16	
	-	<b>4.5</b>	<b>18.2</b>	<b>13.6</b>	<b>9.1</b>	<b>9.1</b>	<b>72.7</b>	
300 人 以 上	12	-	2	1	1	1	10	
	-	-	<b>16.7</b>	<b>8.3</b>	<b>8.3</b>	<b>8.3</b>	<b>8.3</b>	<b>83.3</b>

各属性で最も割合が高い項目を示す

表 5 過去 3 年間のカスタマーハラスメントによる従業員への影響（問 2（1-6））

### (8) カスタマーハラスメントの判断基準の有無

全体では、「設けていない」が87.6%と大半を占めており、「設けている」は12.4%となっている。

業種別にみると、いずれの業種でも「設けていない」が8割を超えている。「設けている」の割合はサービス業・その他で17.3%、卸売・小売業で13.5%と比較的高い。

従業員規模別にみると、「設けている」の割合は100人未満の規模では1割前後であるのに対し、100人以上の規模では3割を超えている。

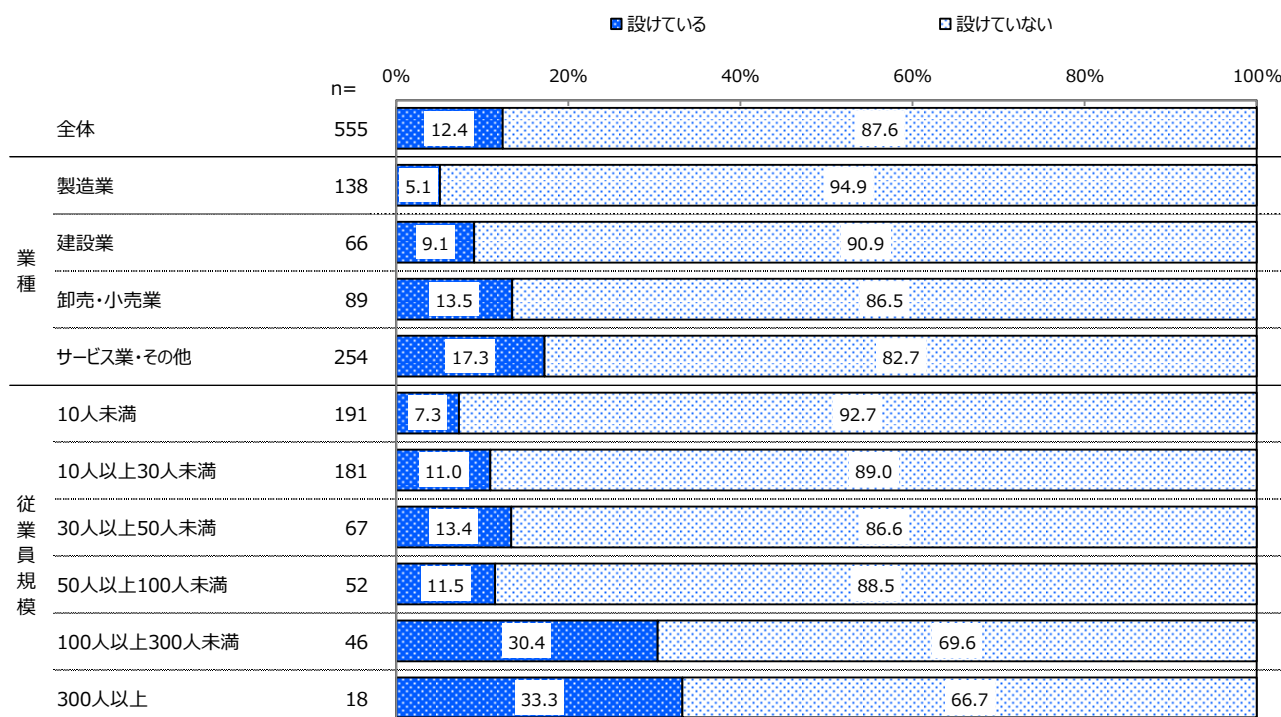


図 11 カスタマーハラスメントの判断基準の有無（問 2（2））

## (9) カスタマーハラスメントの具体的な判断基準

【具体的な判断基準】
● 説明責任を十分果たした上で、それでも納得いただけないかで判断している。
● 暴行のような明らかにハラスメントに該当する場合を除き、クレーム等の内容をその都度判断するようにマニュアルに定めている。
● 商品に瑕疵がないか、サービス提供側で非がある対応をしていないかで判断している。
● 要求内容にかかわらず社会通念上不相当な言動か、要求内容が妥当か、要求手段・態様が妥当か、結果として就業環境が害されているか。
● (1)お客様からのクレーム・言動に含まれる要求内容に妥当性があるか。 (2)当社に対するお客様からの要求を実現するための手段・態様に社会通念上不相当でないか。 上記2つの観点から、カスタマーハラスメントに該当するかを判断している。

【判断基準を設けていない理由】
● ケースバイケースで最終的には社長が対応している。
● 厚生労働省が示す「顧客等からの著しい迷惑行為」に該当するか、個別事案毎に判断すべきと考えており、社員からの申し出があれば該当するか判断する。社員には各種ハラスメントの報告を依頼している。
● 現状、特に検討すべき事案もなく、基準を設定する必要性を感じていないが、今後は顧問弁護士とも相談し、検討していきたい。
● 事案ごとに状況が異なると考えられるため、画一的な基準では適切な判断が困難である。
● 継続的な取引先のため、先方に申し出ることは取引停止を覚悟した対応となり、判断基準を設けたとして実効性に乏しいため。
● 不当な言いがかり等、今まで特に受けていないため、「カスタマーハラスメントの判断基準」を設けていない。新規取引がほとんどなく、長年取引のある顧客ばかりなので信頼関係が築けていることもある。
● まず、相手の話を聞くことを前提としている。こちらに非があれば、丁寧に対応・説明するが、カスタマーハラスメント対策が行き過ぎて、本来の正当な苦情と区別がつかなくなることを防ぎたい。また、善良な客をこちらの判断ミス（過剰反応）でクレーマーとして判断してしまう恐れもある。
● どのレベルのことがハラスメントになるのか、判断基準が難しいため。
● 業種上、不特定多数の個人が対象ではなく、官公庁中心であるため。
● 事業柄、認知症や精神疾患に起因するものも多く、個々の状態を見て対応している。
● 現在、判断基準および対策を検討中である。
● 障がい者支援（介護・就労）を行っているが、障害者差別解消法による「合理的配慮の提供」が義務化されており、障がいの症状の発露による行為か、ハラスメント行為かの判断が困難なケースが多い。「雇用管理上必要な措置」との二つの義務が交錯する場面がほとんどで、基準作成に至っていない。

### 3. カスタマーハラスメント対策の取組状況

#### (1) カスタマーハラスメント防止措置義務化の認知状況

全体では、「知らなかった」が57.5%と、「知っている」の42.5%を上回っている。

業種別にみると、いずれの業種でも「知らなかった」の割合が「知っている」を上回っており、「知っている」の割合はサービス業・その他で48.9%と比較的高い。

従業員規模別にみると、規模が大きいほど「知っている」の割合が高い傾向にあり、30人以上の規模では半数を超えている。特に300人以上では88.9%と9割近くに達している。

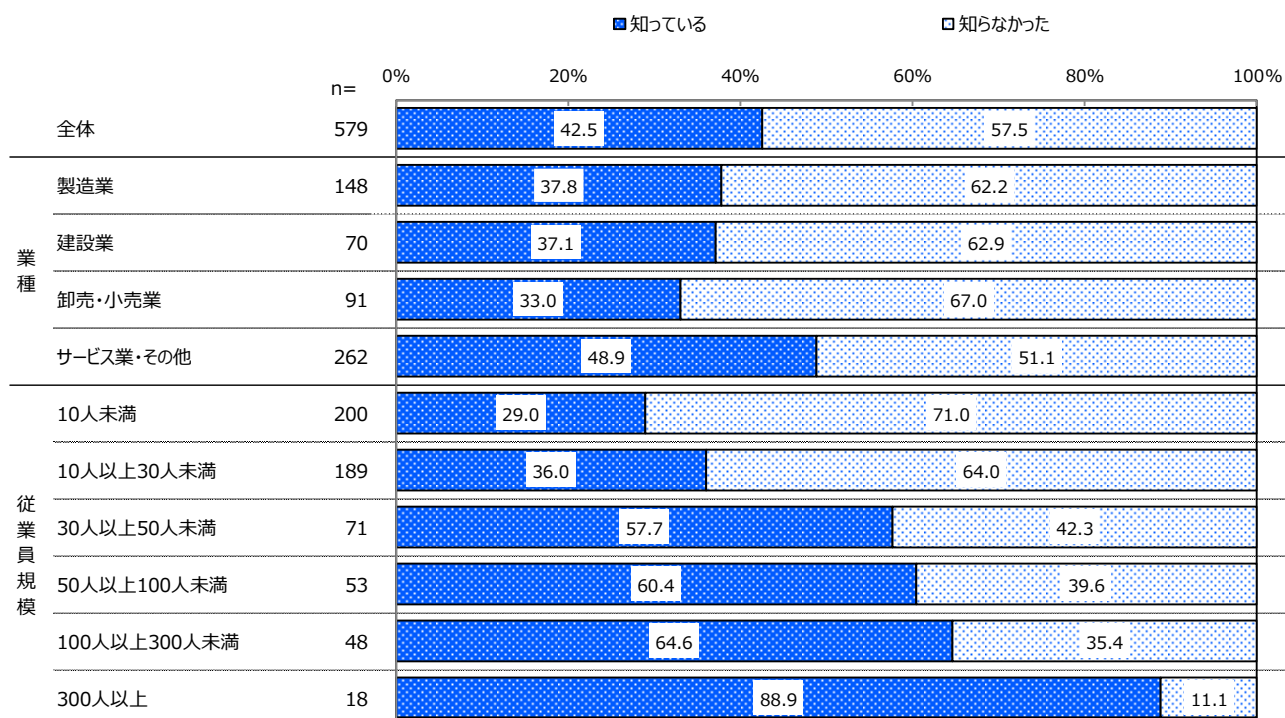


図 12 カスタマーハラスメント防止措置義務化の認知状況（問3（1））

## (2) カスタマーハラスメント対策の実施状況

全体では、「対策を講じていない」が40.7%と最も高く、次いで「対策を検討しているが講じていない」が30.0%、「対策を講じている」が17.0%となっている。

業種別にみると、いずれの業種でも「対策を講じていない」が最も高いが、サービス業・その他では「対策を講じている」が22.9%と他の業種に比べて高い。

従業員規模別にみると、30人未満の規模では「対策を講じていない」が半数近くを占めている。一方、「対策を講じている」の割合は規模が大きいほど高く、100人以上の規模では4割近くとなっている。また、300人以上では、「対策を検討しているが講じていない」も44.4%と高い。

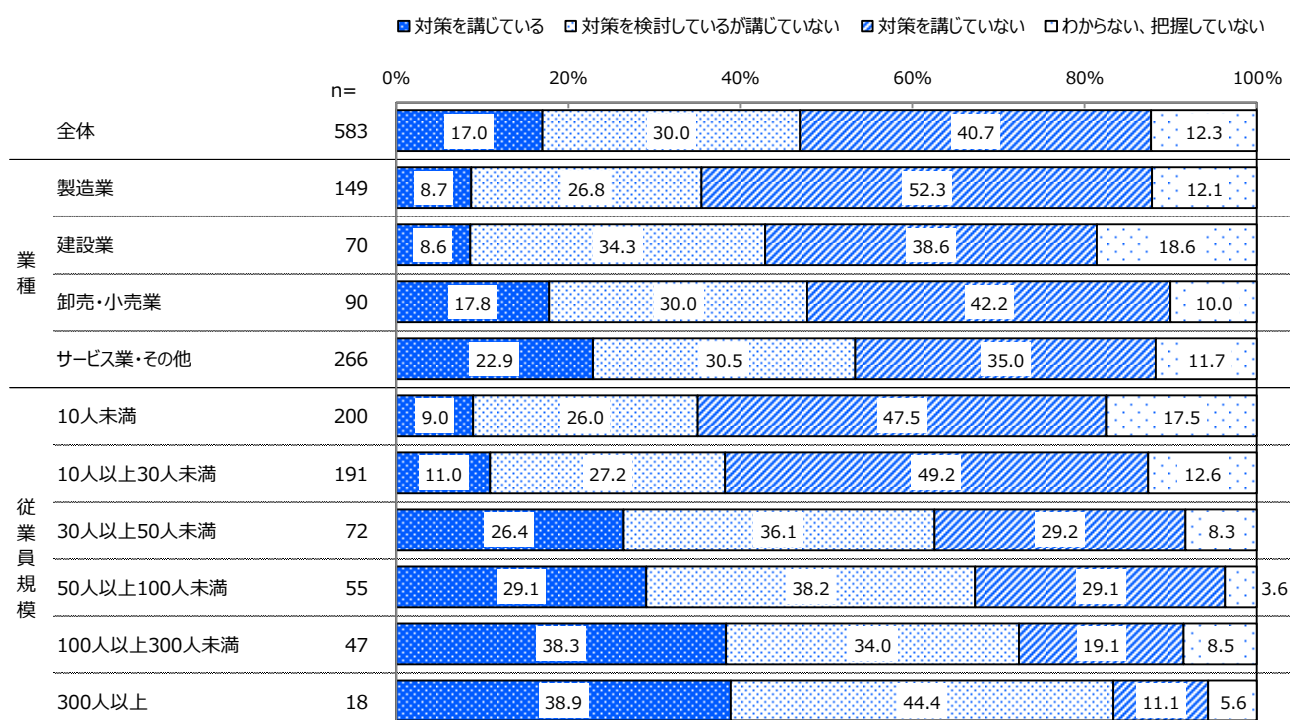


図 13 カスタマーハラスメント対策の実施状況（問3（2））

### (3) カスタマーハラスメント対策の内容

全体では、「事業主のカスタマーハラスメント対策への取組の基本方針・基本姿勢の明確化、従業員への周知・啓発」が55.2%と最も高く、次いで「従業員（被害者）のための相談体制の整備（相談窓口の設置等）」が50.0%、「顧客等への周知・啓発（啓発ポスター掲示等）」が27.1%となっている。

業種別にみると、建設業、卸売・小売業およびサービス業・その他では「事業主のカスタマーハラスメント対策への取組の基本方針・基本姿勢の明確化、従業員への周知・啓発」が最も高く、製造業では「従業員（被害者）のための相談体制の整備（相談窓口の設置等）」が最も高い。また、卸売・小売業では「カスタマーハラスメント対応に関するマニュアル等の整備」が37.5%、サービス業・その他では「顧客等への周知・啓発（啓発ポスター掲示等）」が37.3%と、他の業種に比べて高くなっている。

従業員規模別にみると、いずれの規模でも「事業主のカスタマーハラスメント対策への取組の基本方針・基本姿勢の明確化、従業員への周知・啓発」と「従業員（被害者）のための相談体制の整備（相談窓口の設置等）」が上位を占めている。300人以上では「従業員（被害者）のための相談体制の整備（相談窓口の設置等）」が7割を超えている。

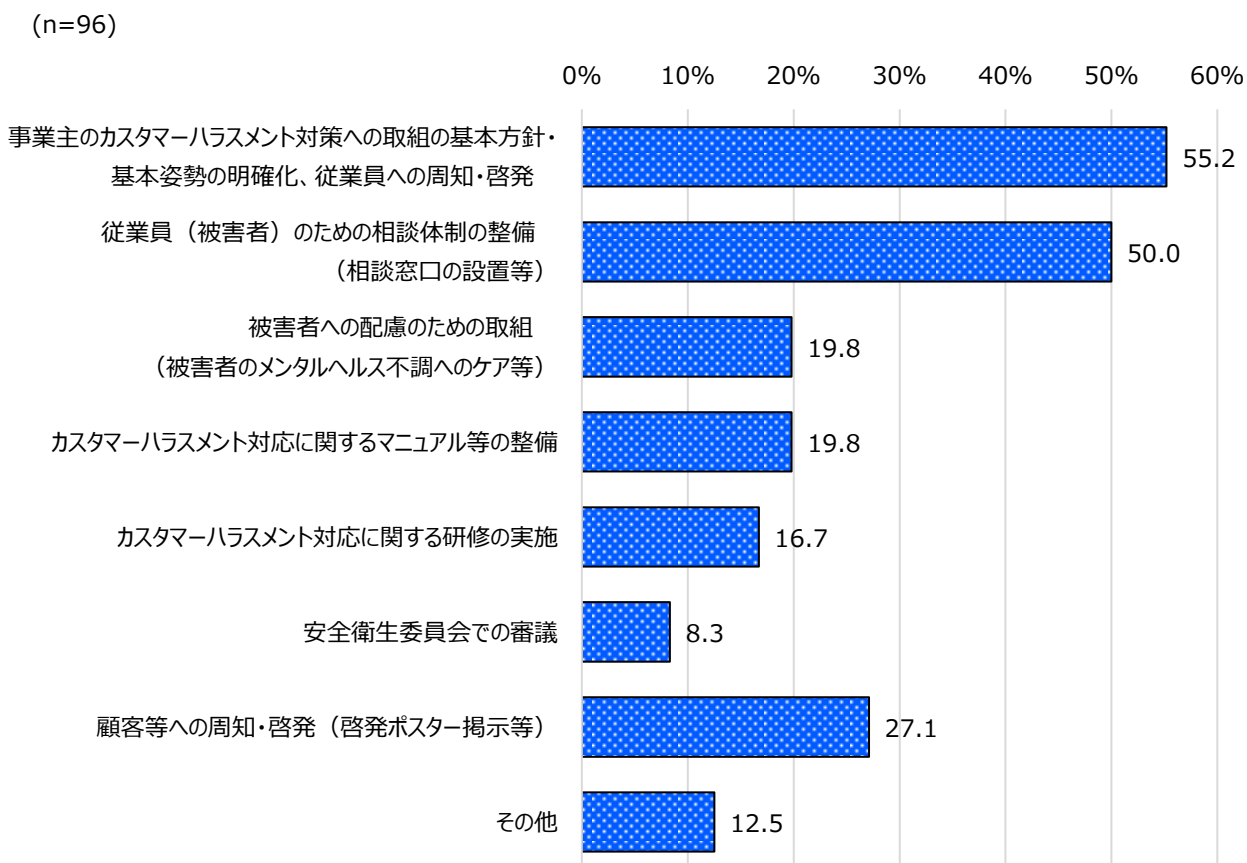


図 14 カスタマーハラスメント対策の内容（問 3（2-1））

上段：件数 下段：%	n	事業主の顧客ハラスメント対策への取組の基本方針・基本姿勢の明確化、従業員への周知・啓発	従業員（被害者）のための相談体制の整備（相談窓口の設置等）	被害者への配慮のための取組（被害者のメンタルヘルス不調へのケア等）	顧客ハラスメント対応に関するマニュアル等の整備	顧客ハラスメント対応に関する研修の実施	安全衛生委員会での審議	顧客等への周知・啓発（啓発ポスター掲示等）	その他
全 体	96	53 55.2	48 50.0	19 19.8	19 19.8	16 16.7	8 8.3	26 27.1	12 12.5
業 種	製 造 業	13 46.2	6 84.6	11 30.8	4	-	1 7.7	-	2 15.4
	建 設 業	6 50.0	3 33.3	2	-	-	-	-	1 16.7
	卸 売 ・ 小 売 業	16 56.3	9 43.8	7 18.8	3 37.5	6 18.8	3 12.5	2 18.8	3 12.5
	サ ー ビ ス 業 ・ そ の 他	59 55.9	33 44.1	26 20.3	13 22.0	13 22.0	5 8.5	22 37.3	7 11.9
従 業 員 規 模	10 人 未 満	17 47.1	8 35.3	6 11.8	2 11.8	2 11.8	2 11.8	2 11.8	2 11.8
	10 人 以 上 30 人 未 満	19 52.6	10 42.1	8 10.5	2 21.1	4 15.8	3	-	7 36.8
	30 人 以 上 50 人 未 満	19 68.4	13 63.2	12 15.8	3 10.5	2 5.3	1	-	2 10.5
	50 人 以 上 100 人 未 満	16 50.0	8 56.3	9 25.0	4 31.3	5 18.8	3 18.8	3	5 31.3
	100 人 以 上 300 人 未 満	18 55.6	10 44.4	8 33.3	6 22.2	4 22.2	4 11.1	2	8 44.4
	300 人 以 上	7 57.1	4 71.4	5 28.6	2 28.6	2 42.9	3 14.3	1	2 28.6

各属性で最も割合が高い項目を示す

表 6 顧客ハラスメント対策の内容（問 3（2-1））

#### (4) カスタマーハラスメント対策を講じていない理由

全体では、「必要なスキル・ノウハウがない」が45.0%と最も高く、次いで「対策の必要性を感じていない」が39.9%、「必要な人材を確保できない」が18.0%、「必要な時間・費用が確保できない」が17.2%となっている。

業種別にみると、製造業および建設業では「対策の必要性を感じていない」が最も高い。一方、卸売・小売業およびサービス業・その他では「必要なスキル・ノウハウがない」が最も高く、それぞれ半数弱を占めている。

従業員規模別にみると、10人未満では「対策の必要性を感じていない」、10人以上300人未満の規模では「必要なスキル・ノウハウがない」が最も高い。一方、300人以上では「必要な人材を確保できない」「必要な時間・費用が確保できない」がともに44.4%と最も高い。

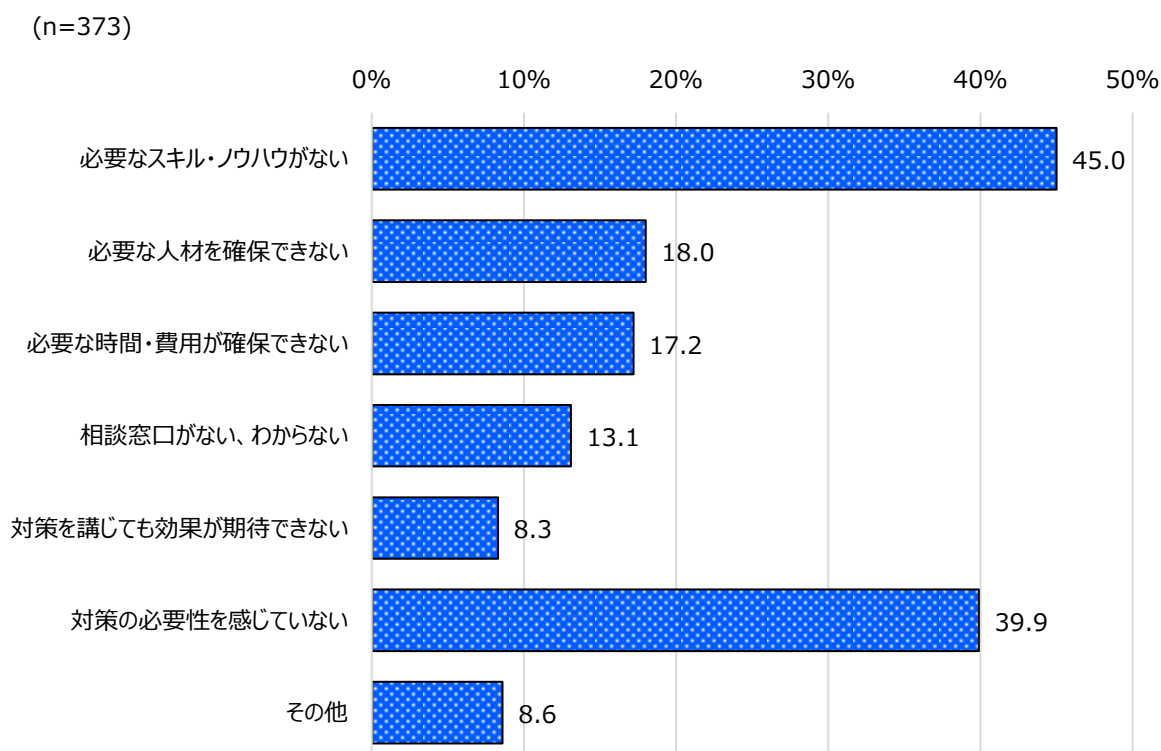


図 15 カスタマーハラスメント対策を講じていない理由 (問3 (2-2))

上段：件数 下段：%		n	必要なスキル・ ノウハウがない	必要な人材を 確保できない	必要な 時間・費用が 確保できない	相談窓口が ない、 わからない	対策を講じて も効果が期待 できない	対策の必要性 を感じていない	その他
全 体		373	168	67	64	49	31	149	32
		-	<b>45.0</b>	<b>18.0</b>	<b>17.2</b>	<b>13.1</b>	<b>8.3</b>	<b>39.9</b>	<b>8.6</b>
業 種	製 造 業	109	44	13	18	12	4	53	7
		-	<b>40.4</b>	<b>11.9</b>	<b>16.5</b>	<b>11.0</b>	<b>3.7</b>	<b>48.6</b>	<b>6.4</b>
	建 設 業	46	21	6	6	5	1	22	6
		-	<b>45.7</b>	<b>13.0</b>	<b>13.0</b>	<b>10.9</b>	<b>2.2</b>	<b>47.8</b>	<b>13.0</b>
	卸 売 ・ 小 売 業	59	28	14	9	5	6	25	5
	-	<b>47.5</b>	<b>23.7</b>	<b>15.3</b>	<b>8.5</b>	<b>10.2</b>	<b>42.4</b>	<b>8.5</b>	
サ ー ビ ス 業 ・ そ の 他	155	74	33	31	26	19	47	14	
	-	<b>47.7</b>	<b>21.3</b>	<b>20.0</b>	<b>16.8</b>	<b>12.3</b>	<b>30.3</b>	<b>9.0</b>	
従 業 員 規 模	10 人 未 満	132	55	21	17	21	6	60	9
		-	<b>41.7</b>	<b>15.9</b>	<b>12.9</b>	<b>15.9</b>	<b>4.5</b>	<b>45.5</b>	<b>6.8</b>
	10 人 以 上 30 人 未 満	136	60	21	27	18	13	57	12
		-	<b>44.1</b>	<b>15.4</b>	<b>19.9</b>	<b>13.2</b>	<b>9.6</b>	<b>41.9</b>	<b>8.8</b>
	30 人 以 上 50 人 未 満	40	23	10	8	3	3	12	5
		-	<b>57.5</b>	<b>25.0</b>	<b>20.0</b>	<b>7.5</b>	<b>7.5</b>	<b>30.0</b>	<b>12.5</b>
	50 人 以 上 100 人 未 満	34	16	5	4	3	4	11	3
	-	<b>47.1</b>	<b>14.7</b>	<b>11.8</b>	<b>8.8</b>	<b>11.8</b>	<b>32.4</b>	<b>8.8</b>	
100 人 以 上 300 人 未 満	22	11	6	4	3	5	7	1	
	-	<b>50.0</b>	<b>27.3</b>	<b>18.2</b>	<b>13.6</b>	<b>22.7</b>	<b>31.8</b>	<b>4.5</b>	
300 人 以 上	9	3	4	4	1	-	2	2	
	-	<b>33.3</b>	<b>44.4</b>	<b>44.4</b>	<b>11.1</b>	-	<b>22.2</b>	<b>22.2</b>	

各属性で最も割合が高い項目を示す

表 7 カスタマーハラスメント対策を講じていない理由（問 3（2-2））

## 4. カスタマーハラスメント防止に向けた行政の役割

### (1) カスタマーハラスメント防止に効果的と考えられる行政の取組

全体では、「マニュアルやガイドラインの整備」が 54.0%と最も高く、次いで「カスタマーハラスメントに関する情報発信」が 52.2%、「法令等の整備（条例など）」が 27.7%、「顧客等への啓発」が 27.2%、「カスタマーハラスメントに関する相談窓口の整備、専門家の派遣」が 27.0%となっている。

業種別にみると、いずれの業種でも「カスタマーハラスメントに関する情報発信」と「マニュアルやガイドラインの整備」が上位を占めている。

従業員規模別にみると、いずれの規模でも「カスタマーハラスメントに関する情報発信」「マニュアルやガイドラインの整備」が上位を占めている。また、100人以上の規模では「防止対策に資する研修、セミナー等の開催」の割合が比較的高く、300人以上では「防止対策に資する研修、セミナー等の開催」「カスタマーハラスメントに関する相談窓口の整備、専門家の派遣」がともに 52.9%と高い。

(n=548)

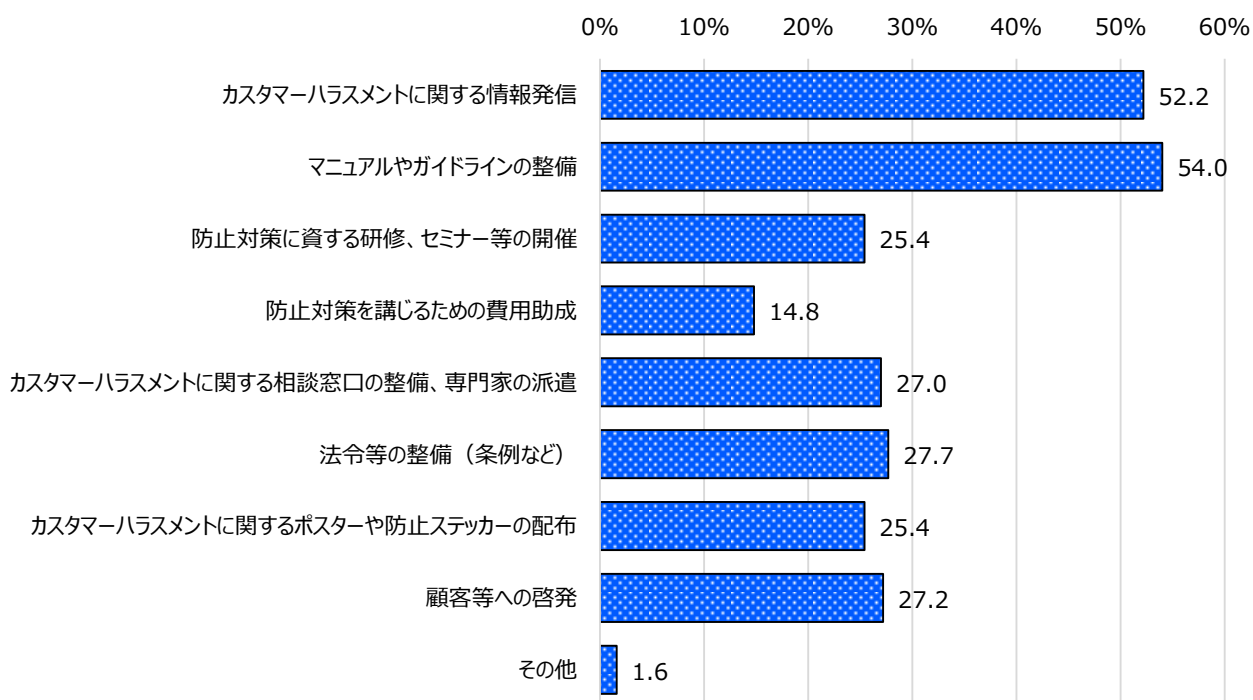


図 16 カスタマーハラスメント防止に効果的と考えられる行政の取組（問 4（1））

上段：件数 下段：%	n	カスタマー ハラスメント に関する 情報発信	マニュアルや ガイドラインの 整備	防止対策に 資する研修、 セミナー等の 開催	防止対策を 講じるための 費用助成	カスタマー ハラスメント に関する相談 窓口の整備、 専門家の派遣	法令等の整備 (条例など)	カスタマー ハラスメント に関する ポスターや 防止ステッカー の配布	顧客等への 啓発	その他	
全 体	548	286	296	139	81	148	152	139	149	9	
-	-	52.2	54.0	25.4	14.8	27.0	27.7	25.4	27.2	1.6	
業 種	製 造 業	140	77	74	35	18	26	30	26	33	3
	-	-	55.0	52.9	25.0	12.9	18.6	21.4	18.6	23.6	2.1
	建 設 業	63	30	30	15	6	17	16	18	10	1
	-	-	47.6	47.6	23.8	9.5	27.0	25.4	28.6	15.9	1.6
	卸 売 ・ 小 売 業	85	45	43	12	13	26	22	26	33	1
-	-	52.9	50.6	14.1	15.3	30.6	25.9	30.6	38.8	1.2	
サ ー ビ ス 業 ・ そ の 他	253	133	146	75	41	76	80	66	69	4	
-	-	52.6	57.7	29.6	16.2	30.0	31.6	26.1	27.3	1.6	
従 業 員 規 模	10 人 未 満	187	96	93	32	18	39	45	44	48	3
	-	-	51.3	49.7	17.1	9.6	20.9	24.1	23.5	25.7	1.6
	10 人 以 上 30 人 未 満	181	93	98	47	28	55	49	45	50	4
	-	-	51.4	54.1	26.0	15.5	30.4	27.1	24.9	27.6	2.2
	30 人 以 上 50 人 未 満	68	38	40	20	19	17	17	19	16	1
	-	-	55.9	58.8	29.4	27.9	25.0	25.0	27.9	23.5	1.5
	50 人 以 上 100 人 未 満	50	25	27	13	6	16	22	15	17	-
-	-	50.0	54.0	26.0	12.0	32.0	44.0	30.0	34.0	-	
100 人 以 上 300 人 未 満	45	24	27	18	8	12	13	13	15	-	
-	-	53.3	60.0	40.0	17.8	26.7	28.9	28.9	33.3	-	
300 人 以 上	17	10	11	9	2	9	6	3	3	1	
-	-	58.8	64.7	52.9	11.8	52.9	35.3	17.6	17.6	5.9	

各属性で最も割合が高い項目を示す

表 8 カスタマーハラスメント防止に効果的と考えられる行政の取組（問 4（1））

## (2) 取組を選んだ理由

前問における選択肢は以下のとおり。本表では各選択肢を番号で示している。

- ①：カスタマーハラスメントに関する情報発信
- ②：マニュアルやガイドラインの整備
- ③：防止対策に資する研修、セミナー等の開催
- ④：防止対策を講じるための費用助成
- ⑤：カスタマーハラスメントに関する相談窓口の整備、専門家の派遣
- ⑥：法令等の整備（条例など）
- ⑦：カスタマーハラスメントに関するポスターや防止ステッカーの配布
- ⑧：顧客等への啓発

【選択番号】	【取組を選んだ理由】
③⑤⑦	● どのような場合が「カスタマーハラスメント」に該当するか。それに対する対処法についての研修があればよい。
②⑥⑦	● 行政である程度の指針を示していただけると各事業所で一から考えるよりも効率的。
①⑤⑥	● 義務化が決まる前に先読みして指針・マニュアルを整備したことで、顧客によっては強く反発する人もいたため、国として対策を義務化しているということをPRしてもらえると理解を得やすいのではないか。
①②⑥⑦⑧	● 顧客側への啓発を行わなければ、カスタマーハラスメントは減らないと思う。
②③⑤	● 対応するための情報提供や、事例が発生した場合に相談できる窓口があれば助かる。
①②	● 中小企業でも簡単に導入・運用できるパッケージがあればありがたい。
①②③④⑤⑥⑦⑧	● 苦情（クレーム）とハラスメントの境界に関する認識不足のため、対応が不明瞭となっている。企業として最低限どのような対応が必要かわからない。
①④	● 個々の企業がそれぞれで情報発信をするより、行政からの情報の方が大きな問題として捉えてもらえるのではないかとと思う。また、来店によるカスハラより、電話による行為が多い傾向にあるが、全ての事業場の電話に録音機能を設けると多額の費用がかかるため。
⑧	● 法人取引の場合、どのような行為がカスハラになるかを、業種ごとに事例指導と啓発を行うことが効果的。
⑥	● カスタマーハラスメントの申告に対しては、明確な罰則規制により厳しく取り締まる法令を整備し、周知徹底することが必要だと思う。
②⑧	● 受け取る側の捉え方によって違うので、マニュアルやガイドラインがあると助かる。顧客への啓発は抑止力になると思う。
①②③⑥	● 障がい者支援の現場では、顧客の障がい特性と福祉サービスの向上という命題から、従業員にかかる精神的負荷が大きく、我慢の上に成り立っている側面があり、離職・休職に至るケースも少なからず存在する。福祉サービスの質の維持・向上のためにもカスタマーハラスメントと合理的配慮の線引きを確立するための施策・取組・支援を望む。
①②③④⑤⑦⑧	● 人手不足の中、なるべく省力化して取り組みたい。マニュアル等を作成する際に、ひな型をいくつか示していただけたらありがたい。また、実際に発生した時の仲裁や、法律相談ができる窓口があるとよいと思う。

### Ⅲ 従業員向け調査

#### 1. 回答者の属性

##### (1) 性別

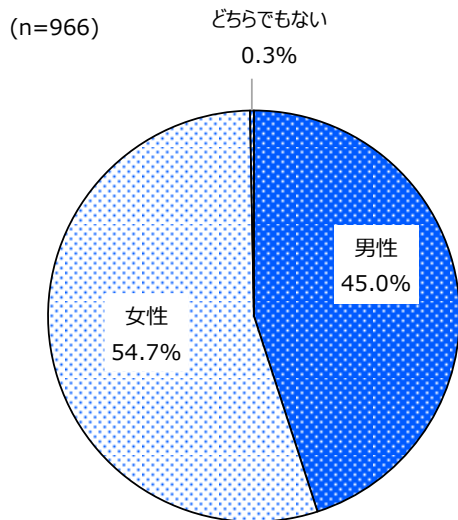


図 17 性別 (問 1 (1))

##### (2) 年代

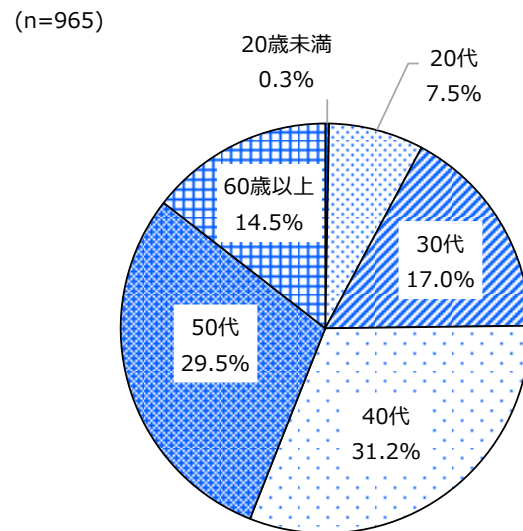


図 18 年代 (問 1 (2))

##### (3) 雇用形態

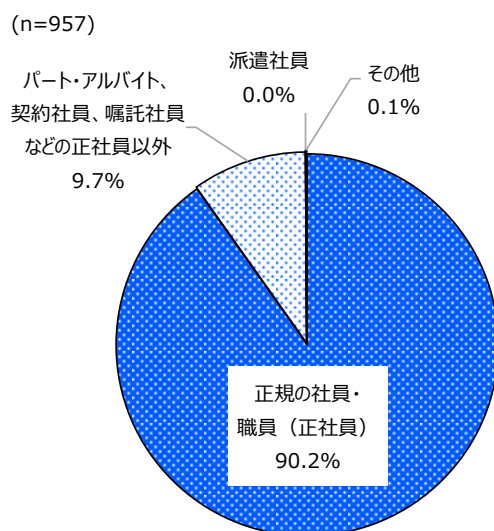


図 19 雇用形態 (問 1 (3))

##### (4) 仕事内容

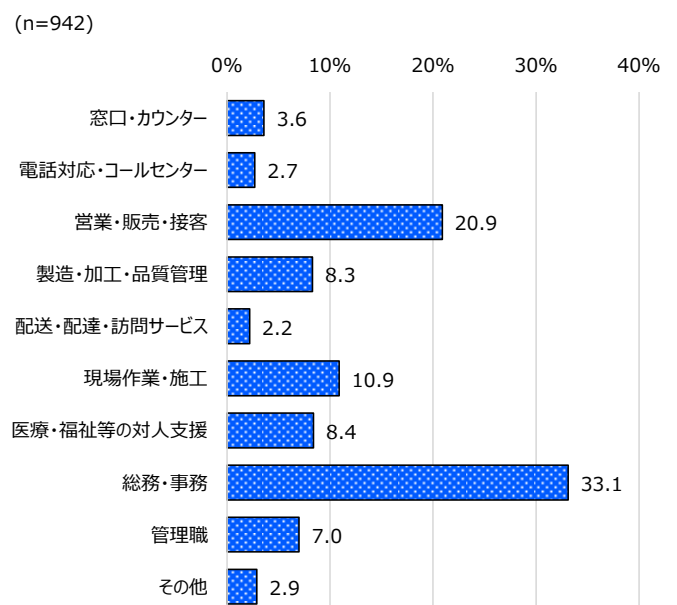


図 20 仕事内容 (問 1 (4))

(5) 勤務先の業種

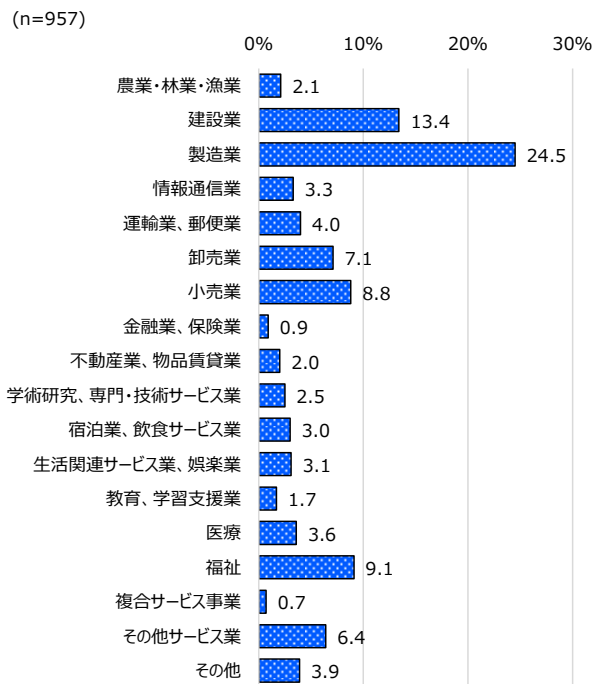


図 21 勤務先の業種 (問 1 (5))

(6) 勤務先の従業員規模

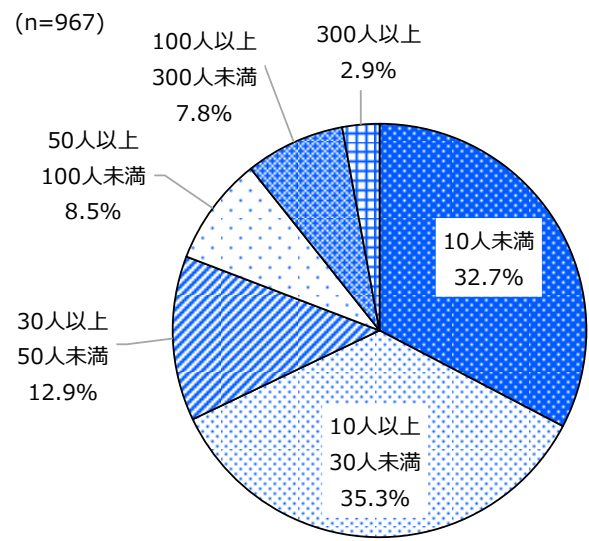


図 22 勤務先の従業員規模 (問 1 (6))

## 2. カスタマーハラスメントに関する状況

### (1) 過去3年間のカスタマーハラスメント被害の有無

全体では、「受けたことはない」が69.9%と最も高く、次いで「受けたことがある」が14.7%、「わからない、覚えていない」が9.2%となっている。

性別にみると、男女ともに「受けたことはない」が約7割を占めており、大きな差はみられない。

年代別にみると、20代から50代では「受けたことがある」の割合が1割半ばであるのに対し、60歳以上では1割を下回っており、他の年代に比べて低い。

雇用形態別にみると、「正規の社員・職員（正社員）」および「パート・アルバイト、契約社員、嘱託社員などの正社員以外」では、いずれも「受けたことがある」は1割半ばであり、大きな差はみられない。

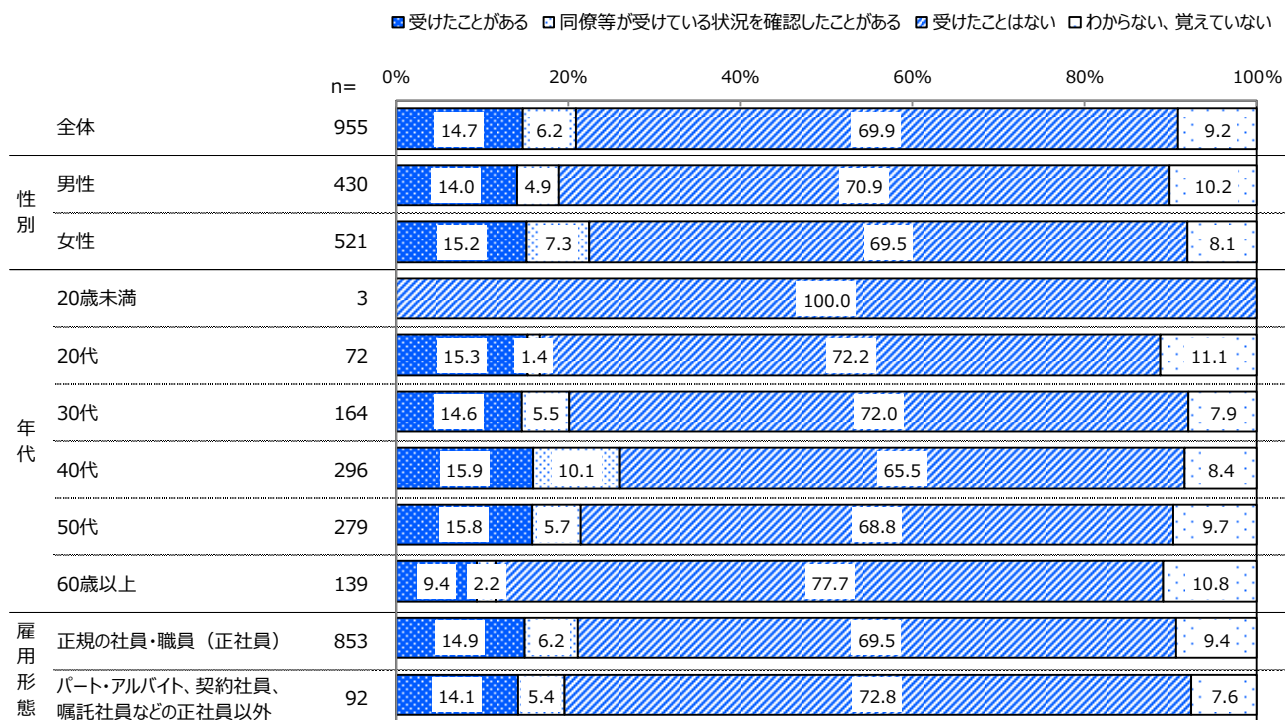


図 23 過去3年間のカスタマーハラスメント被害の有無（問2（1））

## (2) カスタマーハラスメントの行為者

全体では、「顧客等（患者やその家族を含む）」が80.3%と最も高く、次いで「取引先等の他社の従業員・役員」が18.7%となっている。

性別にみると、男女ともに「顧客等（患者やその家族を含む）」が8割前後を占めており、大きな差はみられない。

年代別にみると、いずれの年代でも「顧客等（患者やその家族を含む）」が最も高く、特に60歳以上では92.9%と高い。一方、40代および50代では「取引先等の他社の従業員・役員」が2割台と、他の年代に比べてやや高い。

雇用形態別にみると、“正規の社員・職員（正社員）”および“パート・アルバイト、契約社員、嘱託社員などの正社員以外”では、いずれも「顧客等（患者やその家族を含む）」が最も高く、特に正社員以外では9割を超えている。

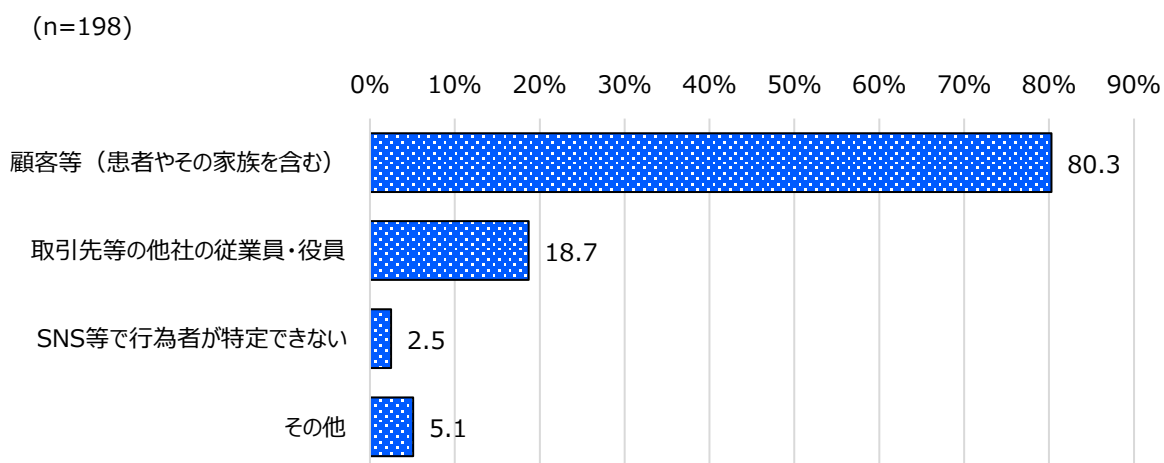


図 24 カスタマーハラスメントの行為者（問 2（1-1））

上段：件数 下段：%		n	顧客等 (患者やその 家族を含む)	取引先等の 他社の 従業員・役員	SNS等で 行為者が 特定できない	その他
全 体		198	159	37	5	10
		-	<b>80.3</b>	<b>18.7</b>	<b>2.5</b>	<b>5.1</b>
性別	男 性	80	63	19	2	2
		-	<b>78.8</b>	<b>23.8</b>	<b>2.5</b>	<b>2.5</b>
	女 性	117	95	18	3	8
		-	<b>81.2</b>	<b>15.4</b>	<b>2.6</b>	<b>6.8</b>
年代	20 歳 未 満	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
	20 代	12	10	1	-	1
		-	<b>83.3</b>	<b>8.3</b>	-	<b>8.3</b>
	30 代	34	29	6	-	1
		-	<b>85.3</b>	<b>17.6</b>	-	<b>2.9</b>
40 代	75	60	15	1	4	
	-	<b>80.0</b>	<b>20.0</b>	<b>1.3</b>	<b>5.3</b>	
50 代	62	46	14	4	4	
	-	<b>74.2</b>	<b>22.6</b>	<b>6.5</b>	<b>6.5</b>	
60 歳 以 上	14	13	1	-	-	
	-	<b>92.9</b>	<b>7.1</b>	-	-	
雇用 形態	正規の社員・職員（正社員）	181	143	37	5	9
		-	<b>79.0</b>	<b>20.4</b>	<b>2.8</b>	<b>5.0</b>
	パート・アルバイト、契約社員、 嘱託社員などの正社員以外	16	15	-	-	1
		-	<b>93.8</b>	-	-	<b>6.3</b>

各属性で最も割合が高い項目を示す

表9 カスタマーハラスメントの行為者（問2（1-1））

### (3) カスタマーハラスメントの内容

全体では、「大声での恫喝、罵声、暴言」が 51.7%と最も高く、次いで「こちらの落ち度に対する一方的なクレーム」が 40.6%、「優位な立場にいることを利用した特別扱いの要求」が 37.7%、「当初の話からのすり替え、揚げ足取り、執拗な攻め立て」が 35.3%となっている。

性別にみると、男女ともに「大声での恫喝、罵声、暴言」が最も高い。また、男性では「優位な立場にいることを利用した特別扱いの要求」が 45.3%と比較的高く、女性では「長時間の電話」が 34.5%、「度重なる電話」が 26.1%と、男性に比べて高い。

年代別にみると、いずれの年代でも「大声での恫喝、罵声、暴言」が高い割合を占めている。また、30代では「優位な立場にいることを利用した特別扱いの要求」が 51.4%と高く、60歳以上では「当初の話からのすり替え、揚げ足取り、執拗な攻め立て」が 56.3%と高い。

雇用形態別にみると、「正規の社員・職員（正社員）」では「大声での恫喝、罵声、暴言」が 52.1%と最も高い。一方、「パート・アルバイト、契約社員、嘱託社員などの正社員以外」では「優位な立場にいることを利用した特別扱いの要求」が 56.3%と最も高くなっている。

(n=207)

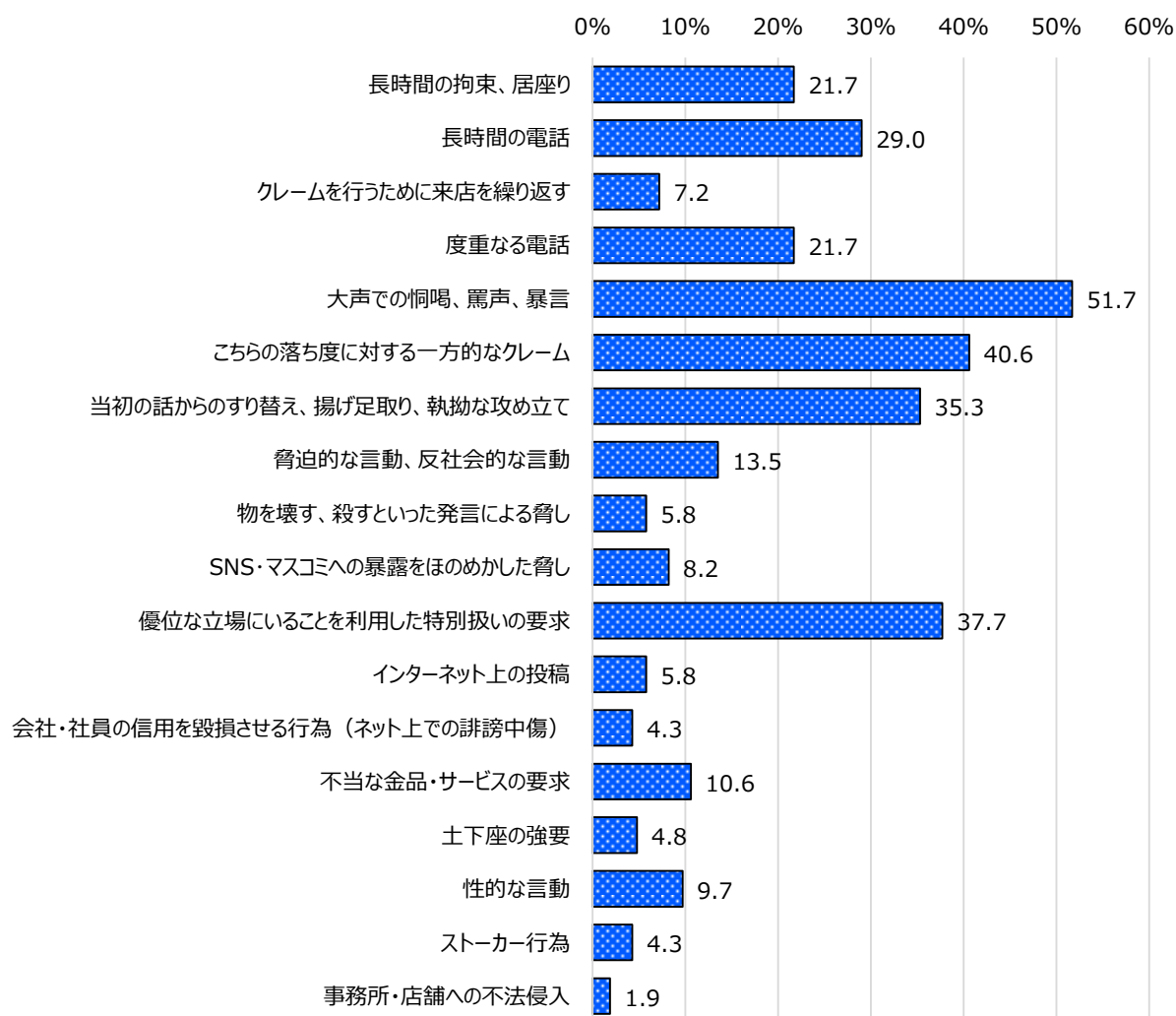


図 25 カスタマーハラスメントの内容（問 2（1-2））

上段：件数 下段：%		n	長時間の拘束、居座り	長時間の電話	クレームを行うために来店を繰り返す	度重なる電話	大声での恫喝、罵声、暴言	こちらの落ち度に対する一方的なクレーム	当初の話からのすり替え、揚げ足取り、執拗な攻め立て	脅迫的な言動、反社会的な言動	物を壊す、殺すといった発言による脅し
全 体		207	45 21.7	60 29.0	15 7.2	45 21.7	107 51.7	84 40.6	73 35.3	28 13.5	12 5.8
性別	男 性	86	21 24.4	18 20.9	7 8.1	13 15.1	48 55.8	35 40.7	32 37.2	15 17.4	5 5.8
	女 性	119	22 18.5	41 34.5	7 5.9	31 26.1	57 47.9	48 40.3	40 33.6	12 10.1	7 5.9
年代	20 歳 未 満	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	20 代	15	4 26.7	3 20.0	1 6.7	2 13.3	6 40.0	6 40.0	5 33.3	3 20.0	3 20.0
	30 代	37	7 18.9	13 35.1	3 8.1	5 13.5	22 59.5	15 40.5	15 40.5	7 18.9	3 8.1
	40 代	77	14 18.2	25 32.5	6 7.8	16 20.8	36 46.8	34 44.2	23 29.9	10 13.0	2 2.6
	50 代	61	14 23.0	14 23.0	3 4.9	15 24.6	33 54.1	22 36.1	21 34.4	5 8.2	3 4.9
	60 歳 以 上	16	5 31.3	5 31.3	2 12.5	7 43.8	10 62.5	6 37.5	9 56.3	3 18.8	1 6.3
雇用形態	正規の社員・職員（正社員）	190	41 21.6	53 27.9	15 7.9	42 22.1	99 52.1	77 40.5	65 34.2	26 13.7	12 6.3
	パート・アルバイト、契約社員、嘱託社員などの正社員以外	16	4 25.0	7 43.8	-	3 18.8	7 43.8	7 43.8	7 43.8	2 12.5	-

各属性で最も割合が高い項目を示す

上段：件数 下段：%		n	SNS・マスコミへの暴露をほめかした脅し	優位な立場にいることを利用した特別扱いの要求	インターネット上の投稿	会社・社員の信用を毀損させる行為（ネット上での誹謗中傷）	不当な金品・サービスの要求	土下座の強要	性的な言動	ストーカー行為	事務所・店舗への不法侵入
全 体		207	17 8.2	78 37.7	12 5.8	9 4.3	22 10.6	10 4.8	20 9.7	9 4.3	4 1.9
性別	男 性	86	9 10.5	39 45.3	4 4.7	3 3.5	11 12.8	4 4.7	7 8.1	6 7.0	3 3.5
	女 性	119	8 6.7	38 31.9	8 6.7	6 5.0	11 9.2	5 4.2	12 10.1	2 1.7	1 0.8
年代	20 歳 未 満	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	20 代	15	3 20.0	6 40.0	-	2 13.3	2 13.3	2 13.3	2 13.3	2 13.3	1 6.7
	30 代	37	3 8.1	19 51.4	2 5.4	2 5.4	8 21.6	3 8.1	6 16.2	3 8.1	2 5.4
	40 代	77	6 7.8	29 37.7	5 6.5	1 1.3	5 6.5	2 2.6	7 9.1	1 1.3	-
	50 代	61	4 6.6	18 29.5	3 4.9	1 1.6	5 8.2	1 1.6	3 4.9	1 1.6	-
	60 歳 以 上	16	1 6.3	6 37.5	2 12.5	3 18.8	2 12.5	2 12.5	2 12.5	2 12.5	1 6.3
雇用形態	正規の社員・職員（正社員）	190	16 8.4	69 36.3	11 5.8	8 4.2	21 11.1	10 5.3	16 8.4	9 4.7	4 2.1
	パート・アルバイト、契約社員、嘱託社員などの正社員以外	16	1 6.3	9 56.3	1 6.3	1 6.3	1 6.3	-	4 25.0	-	-

各属性で最も割合が高い項目を示す

表 10 カスタマーハラスメントの内容（問 2（1-2））

## ■カスタマーハラスメントの具体的な内容

前問における選択肢は以下のとおり。本表では各選択肢を番号で示している。

### 【時間拘束】

- ①：長時間の拘束、居座り
- ②：長時間の電話

### 【リピート型】

- ③：クレームを行うために来店を繰り返す
- ④：度重なる電話

### 【暴言】

- ⑤：大声での恫喝、罵声、暴言

### 【対応者の揚げ足取り】

- ⑥：こちらの落ち度に対する一方的なクレーム
- ⑦：当初の話からのすり替え、揚げ足取り、執拗な攻め立て

### 【脅迫】

- ⑧：脅迫的な言動、反社会的な言動
- ⑨：物を壊す、殺すといった発言による脅し
- ⑩：SNS・マスコミへの暴露をほのめかした脅し

### 【権威型】

- ⑪：優位な立場にいることを利用した特別扱いの要求

### 【SNS への投稿】

- ⑫：インターネット上の投稿
- ⑬：会社・社員の信用を毀損させる行為  
(ネット上での誹謗中傷)

### 【過度な要求】

- ⑭：不当な金品・サービスの要求
- ⑮：土下座の強要

### 【セクハラ】

- ⑯：性的な言動
- ⑰：ストーカー行為

### 【その他】

- ⑱：事務所・店舗への不法侵入

【選択番号】	【具体的な内容】
②⑤	● 顧客が料金を滞納していたにもかかわらず、電話口で大声で怒鳴るなどの暴言があった。
⑤	● バットを持って来店された。
②	● 違うタイプ、価格の部屋に同料金で変更してほしいとの要望に対し、同料金では対応できないと伝えると立腹し、約2時間電話でクレームを受けた。
②⑪⑬	● 契約の内容を顧客が理解していなかったことに起因するにもかかわらず、自分の都合の良いようにインターネット掲示板に書き込まれた。
④⑦	● キャンペーン期間が終了しているにもかかわらず、キャンペーン価格で販売するよう求める電話があった。
②	● 電話をかけてきて、電話で話した言葉の揚げ足を延々と取り続け、名前を言わせて、謝らせる。
⑯	● 「お尻を触らせろ」と言われたほか、10日間貸し出した機械を未使用であることを理由にレンタル代を無料にするよう求められたり、会社が休日の日に「災害が起きているから営業しろ」と要求されたりした。
②④⑥⑩	● 1時間近くわたる電話や来店による居座りがあり、一方的に怒鳴る。特に女性に対しては強い態度をとる。
②④⑥⑩⑯⑰	● 長電話や、女性に対して個人的な質問を繰り返して個人情報を得ようとし、帰り道で待ち伏せする。電話内容の揚げ足を取り、失言すると SNS 等への掲載をほのめかす。
⑨	● 待ち時間が長いことへの不満で、「ぶっ殺すぞ」と言われた。
④⑤⑦	● 訪問の約束をしていないにもかかわらず、こちらに落ち度があるかのように責め立てる。訪問するまでずっと続く。時間外や休日など営業日以外にも電話をかけてきて、出ないと次に出たとき暴言が続く。説明しても「そうやって言い訳ばかりする」と責められる。

#### (4) カスタマーハラスメントの発生要因

全体では、「顧客の勘違い」が 39.9%と最も高く、次いで「顧客の不満のはげ口・嫌がらせ」が 39.0%、「接客やサービスの提供のミス」が 37.2%となっている。

性別にみると、男性では「接客やサービスの提供のミス」が 46.7%と最も高く、女性では「顧客の不満のはげ口・嫌がらせ」が 42.1%と最も高い。

年代別にみると、20代、30代および50代では「顧客の勘違い」が最も高く、40代では「接客やサービスの提供のミス」と「顧客の不満のはげ口・嫌がらせ」が同率で最も高い。60歳以上では、「接客やサービスの提供のミス」「顧客の勘違い」「顧客の不満のはげ口・嫌がらせ」が同率で最も高い。

雇用形態別にみると、「正規の社員・職員（正社員）」では「接客やサービスの提供のミス」と「顧客の勘違い」が同率で最も高く、「パート・アルバイト、契約社員、嘱託社員などの正社員以外」では「顧客の不満のはげ口・嫌がらせ」が最も高い。

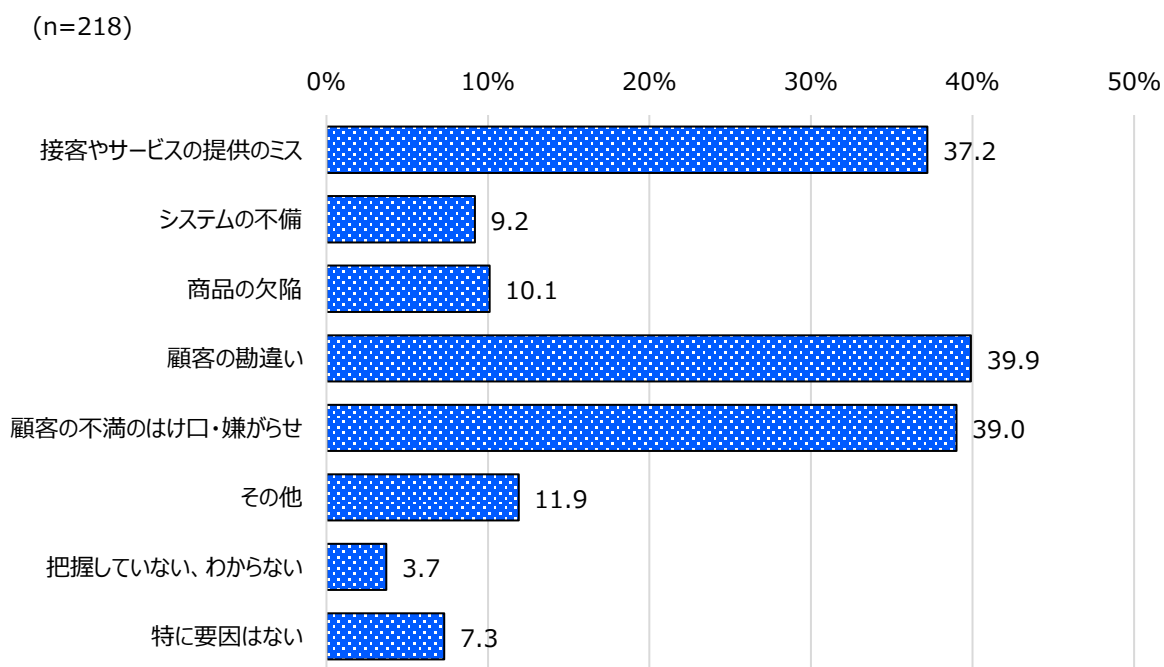


図 26 カスタマーハラスメントの発生要因（問 2（1-4））

上段：件数 下段：%		n	接客やサービスの提供のミス	システムの不備	商品の欠陥	顧客の勘違い	顧客の不满のはげ口・嫌がらせ	その他	把握していない、わからない	特に要因はない
全 体		218	81	20	22	87	85	26	8	16
		-	<b>37.2</b>	<b>9.2</b>	<b>10.1</b>	<b>39.9</b>	<b>39.0</b>	<b>11.9</b>	<b>3.7</b>	<b>7.3</b>
性別	男 性	90	42	12	11	36	30	5	4	10
		-	<b>46.7</b>	<b>13.3</b>	<b>12.2</b>	<b>40.0</b>	<b>33.3</b>	<b>5.6</b>	<b>4.4</b>	<b>11.1</b>
	女 性	126	38	8	11	49	53	21	4	6
		-	<b>30.2</b>	<b>6.3</b>	<b>8.7</b>	<b>38.9</b>	<b>42.1</b>	<b>16.7</b>	<b>3.2</b>	<b>4.8</b>
年代	20 歳 未 満	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-
	20 代	16	5	1	1	7	5	2	2	2
		-	<b>31.3</b>	<b>6.3</b>	<b>6.3</b>	<b>43.8</b>	<b>31.3</b>	<b>12.5</b>	<b>12.5</b>	<b>12.5</b>
	30 代	38	16	6	7	21	17	4	1	2
		-	<b>42.1</b>	<b>15.8</b>	<b>18.4</b>	<b>55.3</b>	<b>44.7</b>	<b>10.5</b>	<b>2.6</b>	<b>5.3</b>
40 代	81	34	9	6	29	34	10	2	4	
	-	<b>42.0</b>	<b>11.1</b>	<b>7.4</b>	<b>35.8</b>	<b>42.0</b>	<b>12.3</b>	<b>2.5</b>	<b>4.9</b>	
50 代	63	19	4	4	23	22	7	2	6	
	-	<b>30.2</b>	<b>6.3</b>	<b>6.3</b>	<b>36.5</b>	<b>34.9</b>	<b>11.1</b>	<b>3.2</b>	<b>9.5</b>	
60 歳 以 上	19	7	-	3	7	7	3	1	2	
	-	<b>36.8</b>	-	<b>15.8</b>	<b>36.8</b>	<b>36.8</b>	<b>15.8</b>	<b>5.3</b>	<b>10.5</b>	
雇用形態	正規の社員・職員（正社員）	200	79	18	20	79	75	22	8	14
		-	<b>39.5</b>	<b>9.0</b>	<b>10.0</b>	<b>39.5</b>	<b>37.5</b>	<b>11.0</b>	<b>4.0</b>	<b>7.0</b>
	パート・アルバイト、契約社員、嘱託社員などの正社員以外	17	2	2	2	7	9	4	-	2
	-	<b>11.8</b>	<b>11.8</b>	<b>11.8</b>	<b>41.2</b>	<b>52.9</b>	<b>23.5</b>	-	<b>11.8</b>	

各属性で最も割合が高い項目を示す

表 11 カスタマーハラスメントの発生要因（問 2（1-4））

### (5) カスタマーハラスメントの発生頻度

全体では、「年に数回程度」が74.6%と最も高く、次いで「月に数回程度」が21.0%、「週に数回程度」と「ほぼ毎日」は少数にとどまっている。

性別にみると、男女ともに「年に数回程度」が7割台で最も高く、大きな差はみられない。

年代別にみると、30代以上では「年に数回程度」が最も高く、特に40代以上では約8割を占めている。一方、20代では「月に数回程度」が50.0%と最も高い。

雇用形態別にみると、「正規の社員・職員（正社員）」および「パート・アルバイト、契約社員、嘱託社員などの正社員以外」では、いずれも「年に数回程度」が最も高いが、正社員以外では「週に数回程度」「月に数回程度」の割合が正社員に比べて高い。

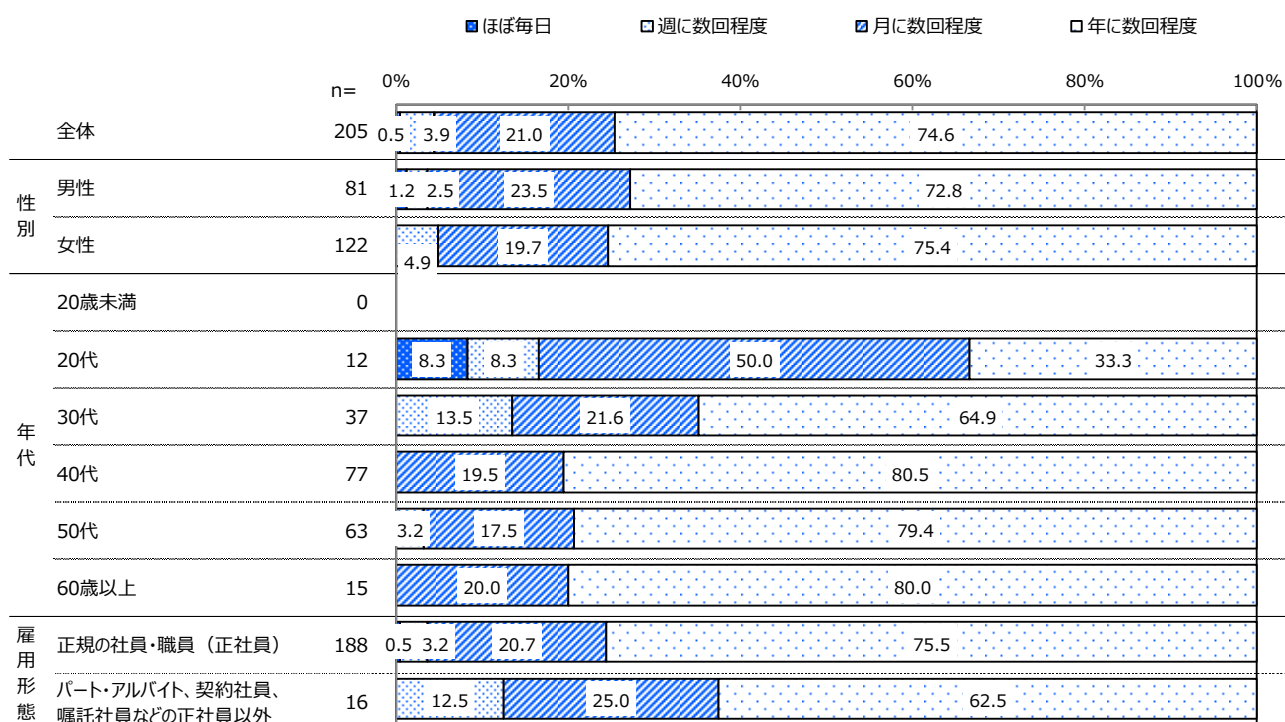


図 27 カスタマーハラスメントの発生頻度（問 2（1-5））

## (6) カスタマーハラスメントへの対応

全体では、「上司・クレーム対応部門に引き継いだ」が41.7%と最も高く、次いで「謝り続けた」が40.8%、「毅然として対応した」が39.8%となっている。

性別にみると、男性では「毅然として対応した」が44.0%と最も高く、女性では「上司・クレーム対応部門に引き継いだ」が47.2%と最も高い。

年代別にみると、20代および40代では「上司・クレーム対応部門に引き継いだ」が最も高く、30代および60歳以上では「謝り続けた」、50代では「毅然として対応した」が最も高い。

雇用形態別にみると、「正規の社員・職員（正社員）」では「上司・クレーム対応部門に引き継いだ」が42.3%と最も高く、「パート・アルバイト、契約社員、嘱託社員などの正社員以外」では「毅然として対応した」が43.8%と最も高い。

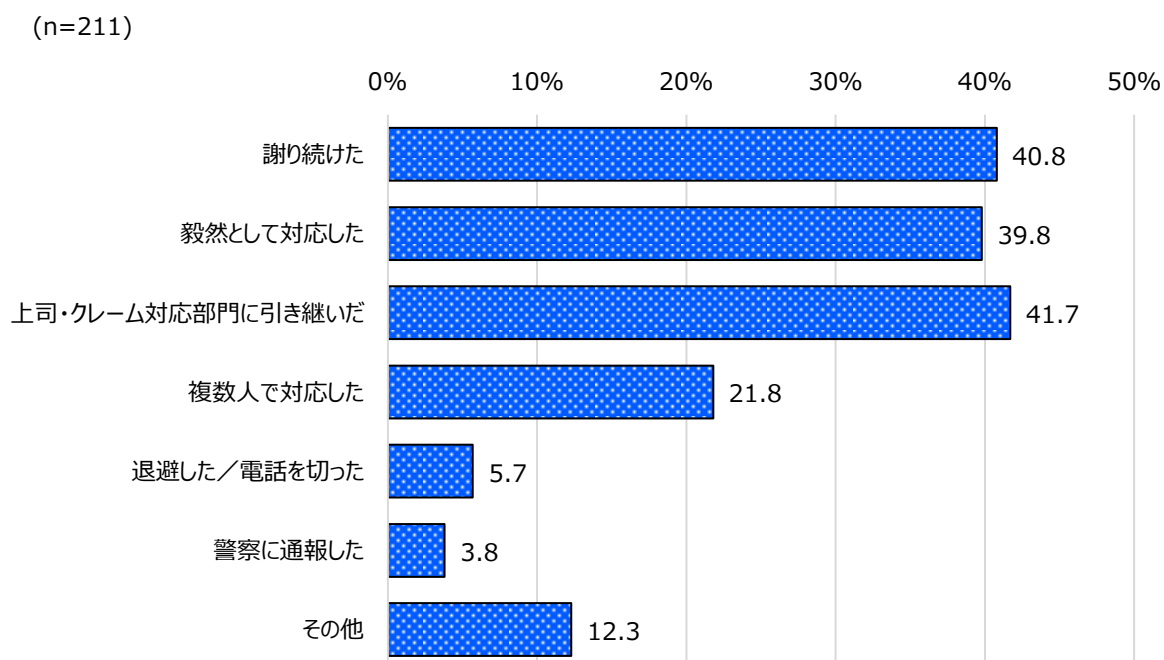


図 28 カスタマーハラスメントへの対応（問2（1-6））

上段：件数 下段：%		n	謝り続けた	毅然として 対応した	上司・クレーム 対応部門に 引き継いだ	複数人で 対応した	退避した/ 電話を切った	警察に 通報した	その他
全 体		211	86	84	88	46	12	8	26
		-	<b>40.8</b>	<b>39.8</b>	<b>41.7</b>	<b>21.8</b>	<b>5.7</b>	<b>3.8</b>	<b>12.3</b>
性 別	男 性	84	36	37	28	19	5	4	7
		-	<b>42.9</b>	<b>44.0</b>	<b>33.3</b>	<b>22.6</b>	<b>6.0</b>	<b>4.8</b>	<b>8.3</b>
	女 性	125	49	46	59	27	7	4	19
		-	<b>39.2</b>	<b>36.8</b>	<b>47.2</b>	<b>21.6</b>	<b>5.6</b>	<b>3.2</b>	<b>15.2</b>
年 代	20 歳 未 満	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-
	20 代	13	4	1	7	2	1	1	2
		-	<b>30.8</b>	<b>7.7</b>	<b>53.8</b>	<b>15.4</b>	<b>7.7</b>	<b>7.7</b>	<b>15.4</b>
	30 代	37	18	17	13	9	2	-	4
		-	<b>48.6</b>	<b>45.9</b>	<b>35.1</b>	<b>24.3</b>	<b>5.4</b>	-	<b>10.8</b>
40 代	79	34	34	41	18	4	3	6	
	-	<b>43.0</b>	<b>43.0</b>	<b>51.9</b>	<b>22.8</b>	<b>5.1</b>	<b>3.8</b>	<b>7.6</b>	
50 代	63	20	27	21	13	5	4	11	
	-	<b>31.7</b>	<b>42.9</b>	<b>33.3</b>	<b>20.6</b>	<b>7.9</b>	<b>6.3</b>	<b>17.5</b>	
60 歳 以 上	18	9	5	6	4	-	-	3	
	-	<b>50.0</b>	<b>27.8</b>	<b>33.3</b>	<b>22.2</b>	-	-	<b>16.7</b>	
雇 用 形 態	正規の社員・職員（正社員）	194	80	77	82	41	11	8	24
		-	<b>41.2</b>	<b>39.7</b>	<b>42.3</b>	<b>21.1</b>	<b>5.7</b>	<b>4.1</b>	<b>12.4</b>
	パート・アルバイト、契約社員、 嘱託社員などの正社員以外	16	6	7	5	5	1	-	2
		-	<b>37.5</b>	<b>43.8</b>	<b>31.3</b>	<b>31.3</b>	<b>6.3</b>	-	<b>12.5</b>

各属性で最も割合が高い項目を示す

表 12 カスタマーハラスメントへの対応（問 2（1-6））

### 3. カスタマーハラスメント対策の取組状況

#### (1) カスタマーハラスメント防止措置義務化の認知状況

全体では、「知らなかった」が70.2%と約7割を占めており、「知っている」は29.8%となっている。

性別にみると、男女ともに「知らなかった」が「知っている」を上回っており、「知っている」の割合は男性で33.0%、女性で27.3%となっている。

年代別にみると、いずれの年代でも「知らなかった」が6~7割台を占めている。「知っている」の割合は50代で34.7%と他の年代に比べて高く、一方、20代では21.5%と低い。

雇用形態別にみると、“正規の社員・職員（正社員）”および“パート・アルバイト、契約社員、嘱託社員などの正社員以外”では、いずれも「知らなかった」が上回っており、「知っている」の割合は正社員で30.3%、正社員以外で24.4%となっている。

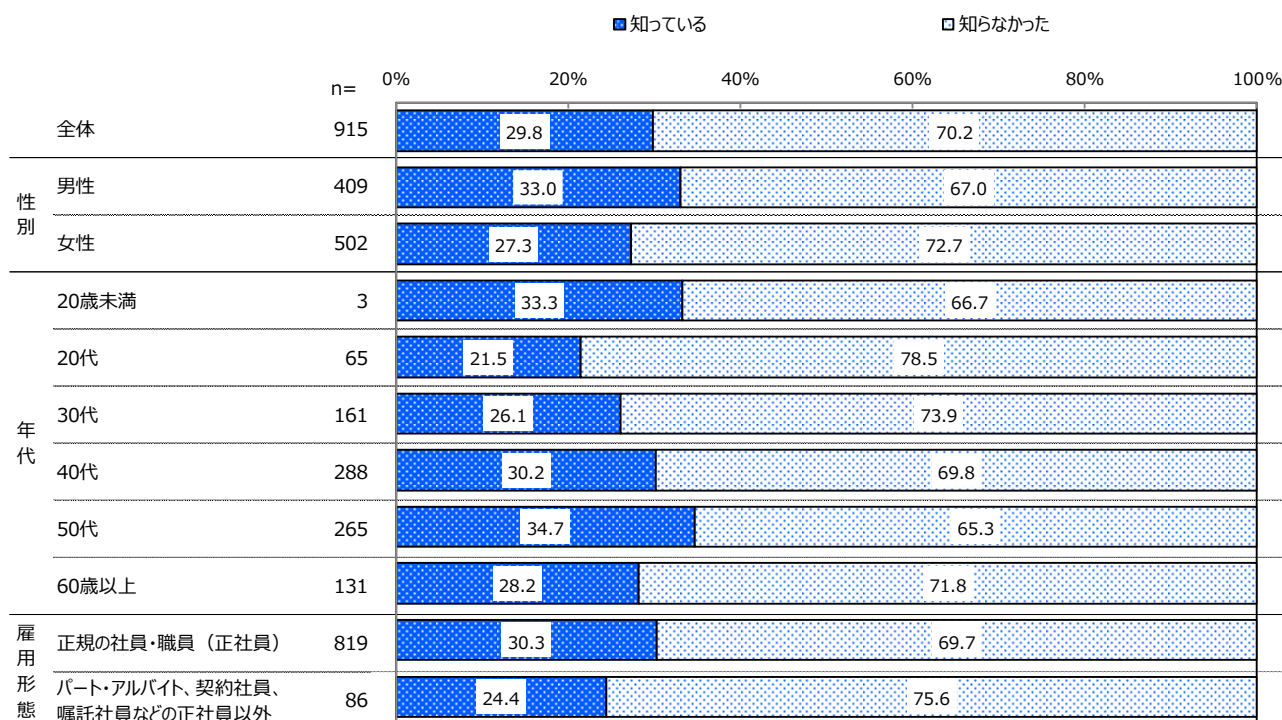


図 29 カスタマーハラスメント防止措置義務化の認知状況（問3（1））

## (2) カスタマーハラスメント対策の内容

全体では、「特に対策はされていない」が 68.3%と 7 割弱を占めている。具体的な対策としては、「事業主のカスタマーハラスメント対策への取組の基本方針・基本姿勢の明確化、従業員への周知・啓発」が 12.9%、「従業員（被害者）のための相談体制の整備（相談窓口の設置、安全衛生委員会での審議等）」が 12.4%となっている。

性別にみると、男女ともに「特に対策はされていない」が 7 割弱を占めており、大きな差はみられない。

年代別にみると、いずれの年代でも「特に対策はされていない」が最も高く、特に 60 歳以上では 8 割弱に達している。

雇用形態別にみると、「正規の社員・職員（正社員）」および「パート・アルバイト、契約社員、嘱託社員などの正社員以外」では、いずれも「特に対策はされていない」が最も高いが、正社員以外では 79.3%と正社員に比べて高い。正社員では、具体的な対策が実施されている割合が正社員以外に比べていずれの項目も高くなっている。

(n=920)

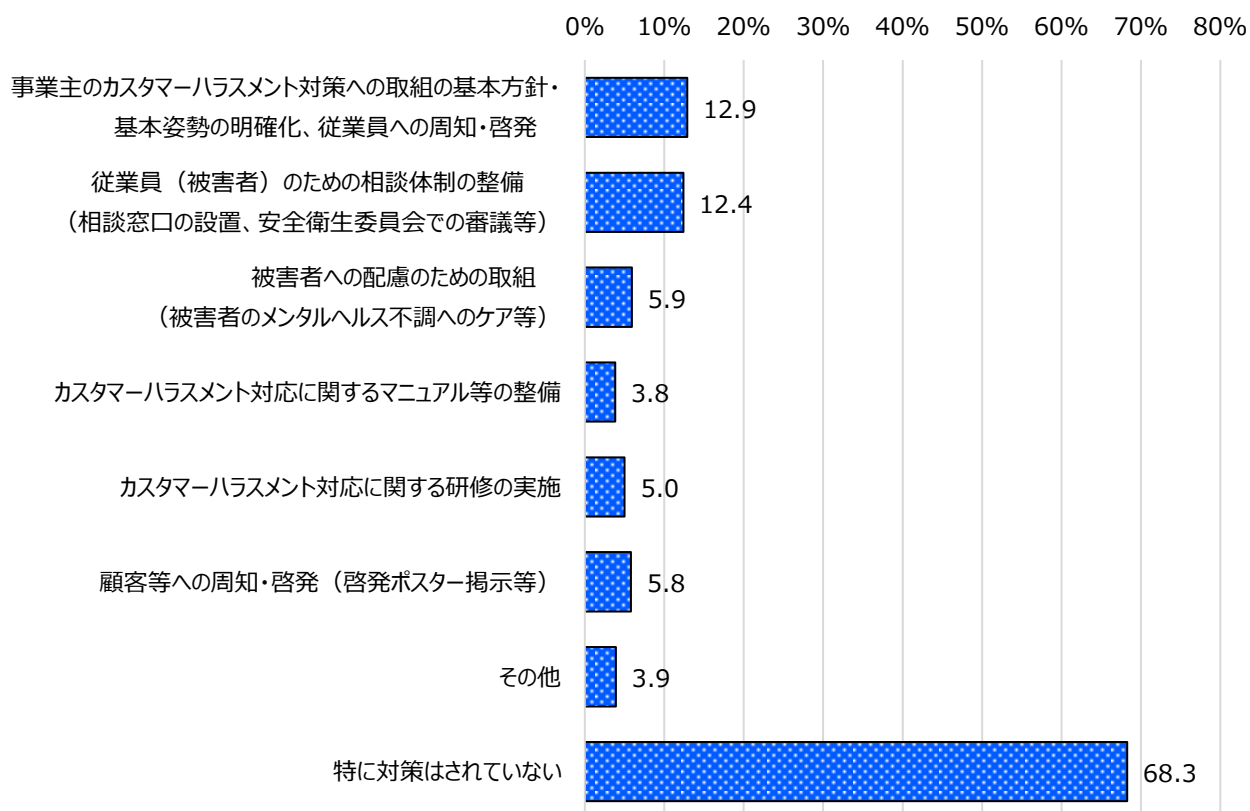


図 30 カスタマーハラスメント対策の内容（問 3（2））

上段：件数 下段：%		n	事業主の カスタマー ハラスメント 対策への取組 の基本方針・ 基本姿勢の 明確化、 従業員への 周知・啓発	従業員 (被害者) のための 相談体制 の整備 (相談窓口 の設置、安全 衛生委員会 での審議等)	被害者への 配慮のための 取組 (被害者の メンタルヘルス 不調への ケア等)	カスタマー ハラスメント 対応に関する マニュアル等の 整備	カスタマー ハラスメント 対応に関する 研修の実施	顧客等への 周知・啓発 (啓発ポス ター掲示等)	その他	特に対策は されていない
全 体		920	119	114	54	35	46	53	36	628
		-	<b>12.9</b>	<b>12.4</b>	<b>5.9</b>	<b>3.8</b>	<b>5.0</b>	<b>5.8</b>	<b>3.9</b>	<b>68.3</b>
性 別	男 性	415	64	50	24	18	29	21	13	282
		-	<b>15.4</b>	<b>12.0</b>	<b>5.8</b>	<b>4.3</b>	<b>7.0</b>	<b>5.1</b>	<b>3.1</b>	<b>68.0</b>
	女 性	501	54	64	30	17	17	31	23	343
		-	<b>10.8</b>	<b>12.8</b>	<b>6.0</b>	<b>3.4</b>	<b>3.4</b>	<b>6.2</b>	<b>4.6</b>	<b>68.5</b>
年 代	20 歳 未 満	2	-	-	-	-	-	-	-	2
		-	-	-	-	-	-	-	-	<b>100.0</b>
	20 代	69	10	12	4	5	7	4	2	43
		-	<b>14.5</b>	<b>17.4</b>	<b>5.8</b>	<b>7.2</b>	<b>10.1</b>	<b>5.8</b>	<b>2.9</b>	<b>62.3</b>
	30 代	157	24	22	13	4	5	8	6	101
		-	<b>15.3</b>	<b>14.0</b>	<b>8.3</b>	<b>2.5</b>	<b>3.2</b>	<b>5.1</b>	<b>3.8</b>	<b>64.3</b>
40 代	291	36	38	17	13	14	18	13	195	
	-	<b>12.4</b>	<b>13.1</b>	<b>5.8</b>	<b>4.5</b>	<b>4.8</b>	<b>6.2</b>	<b>4.5</b>	<b>67.0</b>	
50 代	270	38	34	16	10	15	18	10	184	
	-	<b>14.1</b>	<b>12.6</b>	<b>5.9</b>	<b>3.7</b>	<b>5.6</b>	<b>6.7</b>	<b>3.7</b>	<b>68.1</b>	
60 歳 以 上	129	11	8	4	3	5	5	5	101	
	-	<b>8.5</b>	<b>6.2</b>	<b>3.1</b>	<b>2.3</b>	<b>3.9</b>	<b>3.9</b>	<b>3.9</b>	<b>78.3</b>	
雇 用 形 態	正規の社員・職員（正社員）	822	114	104	49	34	44	49	34	552
		-	<b>13.9</b>	<b>12.7</b>	<b>6.0</b>	<b>4.1</b>	<b>5.4</b>	<b>6.0</b>	<b>4.1</b>	<b>67.2</b>
	パート・アルバイト、契約社員、 嘱託社員などの正社員以外	87	5	7	5	1	2	3	2	69
		-	<b>5.7</b>	<b>8.0</b>	<b>5.7</b>	<b>1.1</b>	<b>2.3</b>	<b>3.4</b>	<b>2.3</b>	<b>79.3</b>

各属性で最も割合が高い項目を示す

表 13 カスタマーハラスメント対策の内容（問 3（2））

### (3) 過去3年間のカスタマーハラスメント被害対応に有効だった対策

全体では、「特に対策はしていない／カスタマーハラスメントを受けた該当者がいない」が77.6%であり、具体的な対策としては、「事業主のカスタマーハラスメント対策への取組の基本方針・基本姿勢の明確化、従業員への周知・啓発」が8.8%、「従業員（被害者）のための相談体制の整備（相談窓口の設置等）」が7.3%となっている。

性別にみると、男女ともに「特に対策はしていない／カスタマーハラスメントを受けた該当者がいない」が7割半ばから8割弱を占めており、大きな差はみられない。

年代別にみると、いずれの年代でも「特に対策はしていない／カスタマーハラスメントを受けた該当者がいない」が最も高く、特に60歳以上では84.3%と高い。具体的な対策では、20代で「従業員（被害者）のための相談体制の整備（相談窓口の設置等）」が14.9%と、他の年代に比べてやや高い。

雇用形態別にみると、“正規の社員・職員（正社員）”および“パート・アルバイト、契約社員、嘱託社員などの正社員以外”では、いずれも「特に対策はしていない／カスタマーハラスメントを受けた該当者がいない」が最も高いが、正社員以外では89.5%と特に高い。一方、正社員では「事業主のカスタマーハラスメント対策への取組の基本方針・基本姿勢の明確化、従業員への周知・啓発」（9.5%）、「従業員（被害者）のための相談体制の整備（相談窓口の設置等）」（7.6%）など、具体的な対策を挙げた割合が正社員以外に比べて高くなっている。

(n=863)

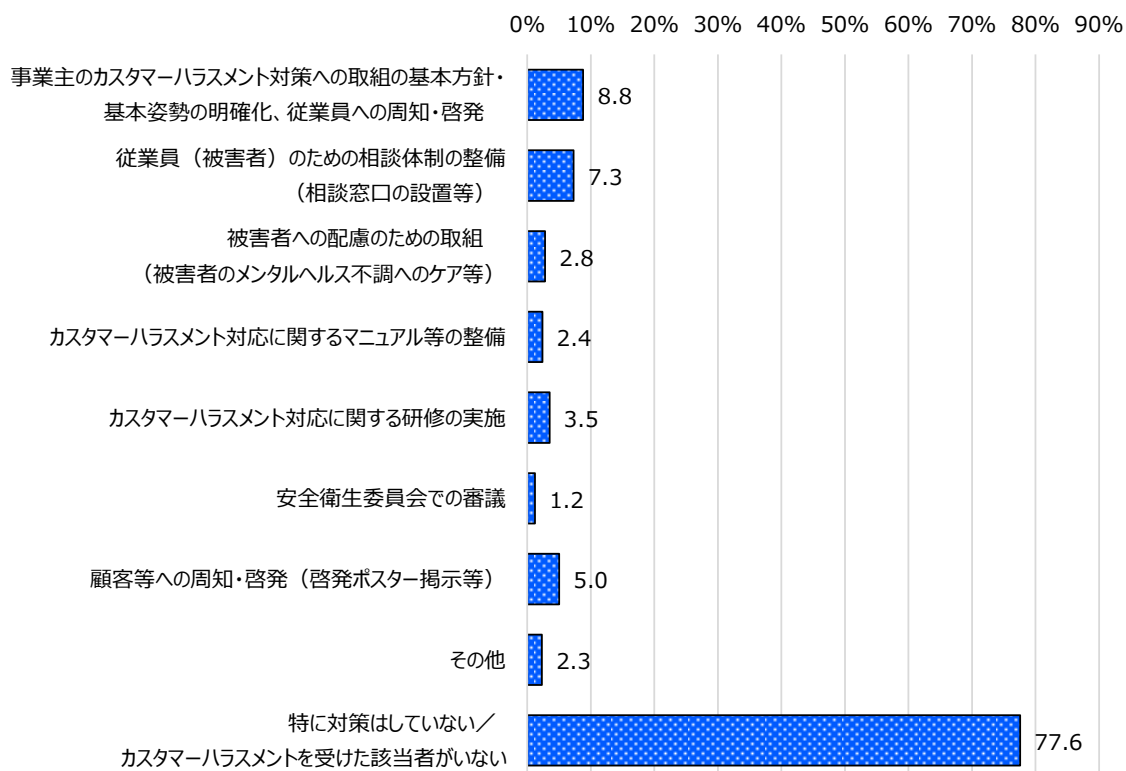


図 31 過去3年間のカスタマーハラスメント被害対応に有効だった対策（問3（3））

上段：件数 下段：%		n	事業主の カスタマー ハラスメント 対策への取組 の基本方針・ 基本姿勢の 明確化、 従業員への 周知・啓発	従業員 (被害者) のための 相談体制 の整備 (相談窓口 の設置等)	被害者への 配慮のための 取組 (被害者の メンタルヘルス 不調への ケア等)	カスタマー ハラスメント 対応に関する マニュアル等の 整備	カスタマー ハラスメント 対応に関する 研修の実施	安全衛生 委員会での 審議	顧客等への 周知・啓発 (啓発ポス ター掲示等)	その他	特に対策は していない/ カスタマー ハラスメントを 受けた該当者 がいない
全 体		863 -	76 <b>8.8</b>	63 <b>7.3</b>	24 <b>2.8</b>	21 <b>2.4</b>	30 <b>3.5</b>	10 <b>1.2</b>	43 <b>5.0</b>	20 <b>2.3</b>	670 <b>77.6</b>
性 別	男 性	389 -	37 <b>9.5</b>	32 <b>8.2</b>	10 <b>2.6</b>	7 <b>1.8</b>	20 <b>5.1</b>	6 <b>1.5</b>	20 <b>5.1</b>	8 <b>2.1</b>	293 <b>75.3</b>
	女 性	470 -	39 <b>8.3</b>	31 <b>6.6</b>	14 <b>3.0</b>	14 <b>3.0</b>	10 <b>2.1</b>	4 <b>0.9</b>	22 <b>4.7</b>	12 <b>2.6</b>	374 <b>79.6</b>
年 代	20 歳 未 満	2 -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	2 <b>100.0</b>
	20 代	67 -	6 <b>9.0</b>	10 <b>14.9</b>	1 <b>1.5</b>	1 <b>1.5</b>	3 <b>4.5</b>	1 <b>1.5</b>	1 <b>1.5</b>	1 <b>1.5</b>	50 <b>74.6</b>
	30 代	150 -	16 <b>10.7</b>	14 <b>9.3</b>	6 <b>4.0</b>	2 <b>1.3</b>	7 <b>4.7</b>	- -	4 <b>2.7</b>	- -	116 <b>77.3</b>
	40 代	275 -	21 <b>7.6</b>	19 <b>6.9</b>	9 <b>3.3</b>	7 <b>2.5</b>	10 <b>3.6</b>	7 <b>2.5</b>	17 <b>6.2</b>	9 <b>3.3</b>	208 <b>75.6</b>
	50 代	252 -	25 <b>9.9</b>	14 <b>5.6</b>	5 <b>2.0</b>	8 <b>3.2</b>	7 <b>2.8</b>	2 <b>0.8</b>	17 <b>6.7</b>	7 <b>2.8</b>	195 <b>77.4</b>
	60 歳 以 上	115 -	8 <b>7.0</b>	6 <b>5.2</b>	3 <b>2.6</b>	3 <b>2.6</b>	3 <b>2.6</b>	- -	4 <b>3.5</b>	3 <b>2.6</b>	97 <b>84.3</b>
雇 用 形 態	正規の社員・職員（正社員）	778 -	74 <b>9.5</b>	59 <b>7.6</b>	23 <b>3.0</b>	19 <b>2.4</b>	29 <b>3.7</b>	10 <b>1.3</b>	41 <b>5.3</b>	19 <b>2.4</b>	594 <b>76.3</b>
	パート・アルバイト、契約社員、 嘱託社員などの正社員以外	76 -	2 <b>2.6</b>	3 <b>3.9</b>	1 <b>1.3</b>	2 <b>2.6</b>	1 <b>1.3</b>	- -	2 <b>2.6</b>	1 <b>1.3</b>	68 <b>89.5</b>
各属性で最も割合が高い項目を示す											

表 14 過去 3 年間のカスタマーハラスメント被害対応に有効だった対策（問 3（3））

## 4. カスタマーハラスメント防止に向けた行政の役割

### (1) カスタマーハラスメント防止に効果的と考えられる行政の取組

全体では、「カスタマーハラスメントに関する情報発信」が 50.2%と最も高く、次いで「マニュアルやガイドラインの整備」が 37.2%、「法令等の整備（条例など）」が 31.5%となっている。

性別にみると、男女ともに「カスタマーハラスメントに関する情報発信」が最も高い。また、男性では次いで「マニュアルやガイドラインの整備」「法令等の整備（条例など）」がともに 35.7%と高く、女性では「カスタマーハラスメントに関するポスターや防止ステッカーの配布」が 29.4%と男性に比べて高い。

年代別にみると、いずれの年代でも「カスタマーハラスメントに関する情報発信」が最も高く、大きな差はみられない。

雇用形態別にみると、“正規の社員・職員（正社員）”および“パート・アルバイト、契約社員、嘱託社員などの正社員以外”では、いずれも「カスタマーハラスメントに関する情報発信」が最も高く、大きな差はみられない。

(n=882)

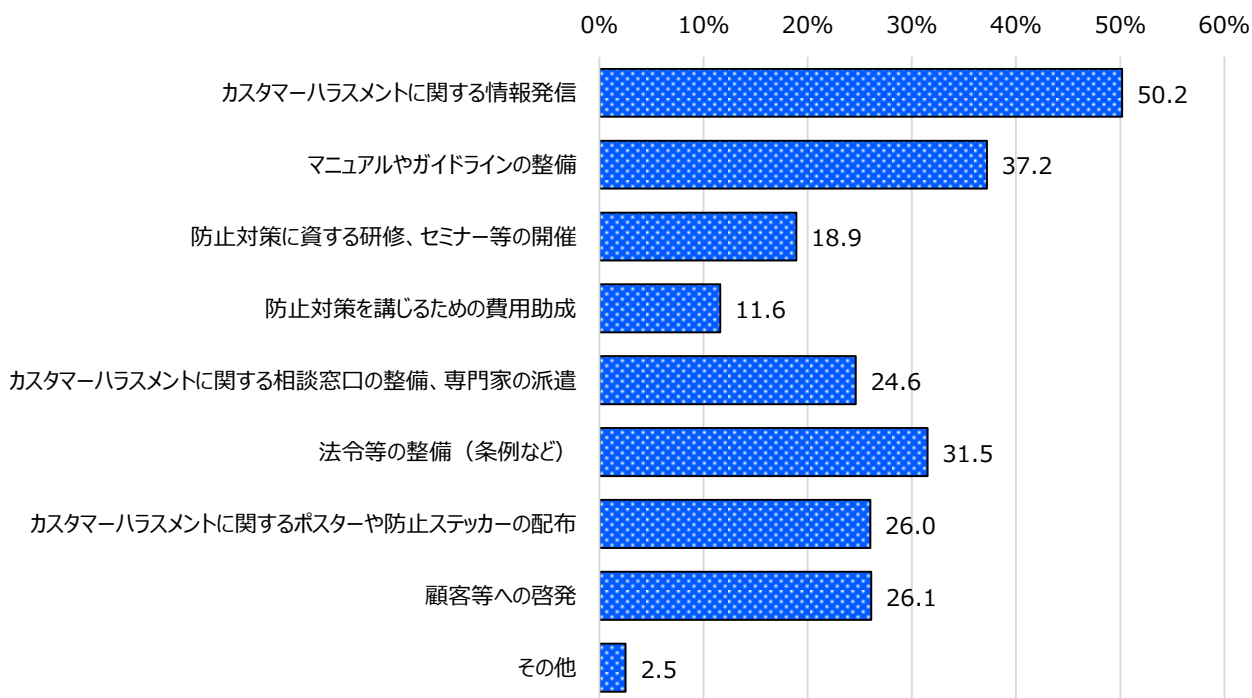


図 32 カスタマーハラスメント防止に効果的と考えられる行政の取組（問 4（1））

上段：件数 下段：%		n	カスタマー ハラスメント に関する 情報発信	マニュアルや ガイドラインの 整備	防止対策に 資する研修、 セミナー等の 開催	防止対策を 講じるための 費用助成	カスタマー ハラスメント に関する相談 窓口の整備、 専門家の派遣	法令等の整備 (条例など)	カスタマー ハラスメント に関する ポスターや 防止ステッカー の配布	顧客等への 啓発	その他
全 体		882	443	328	167	102	217	278	229	230	22
		-	<b>50.2</b>	<b>37.2</b>	<b>18.9</b>	<b>11.6</b>	<b>24.6</b>	<b>31.5</b>	<b>26.0</b>	<b>26.1</b>	<b>2.5</b>
性別	男 性	401	199	143	77	52	86	143	85	116	11
		-	<b>49.6</b>	<b>35.7</b>	<b>19.2</b>	<b>13.0</b>	<b>21.4</b>	<b>35.7</b>	<b>21.2</b>	<b>28.9</b>	<b>2.7</b>
	女 性	477	240	182	89	48	130	132	140	111	11
		-	<b>50.3</b>	<b>38.2</b>	<b>18.7</b>	<b>10.1</b>	<b>27.3</b>	<b>27.7</b>	<b>29.4</b>	<b>23.3</b>	<b>2.3</b>
年代	20 歳 未 満	2	2	1	1	-	-	-	-	-	-
		-	<b>100.0</b>	<b>50.0</b>	<b>50.0</b>	-	-	-	-	-	-
	20 代	66	35	22	16	7	15	16	14	12	3
		-	<b>53.0</b>	<b>33.3</b>	<b>24.2</b>	<b>10.6</b>	<b>22.7</b>	<b>24.2</b>	<b>21.2</b>	<b>18.2</b>	<b>4.5</b>
	30 代	153	73	56	25	17	42	45	44	38	3
		-	<b>47.7</b>	<b>36.6</b>	<b>16.3</b>	<b>11.1</b>	<b>27.5</b>	<b>29.4</b>	<b>28.8</b>	<b>24.8</b>	<b>2.0</b>
40 代	285	144	108	51	30	74	104	78	81	5	
	-	<b>50.5</b>	<b>37.9</b>	<b>17.9</b>	<b>10.5</b>	<b>26.0</b>	<b>36.5</b>	<b>27.4</b>	<b>28.4</b>	<b>1.8</b>	
50 代	258	133	98	51	35	60	78	63	75	6	
	-	<b>51.6</b>	<b>38.0</b>	<b>19.8</b>	<b>13.6</b>	<b>23.3</b>	<b>30.2</b>	<b>24.4</b>	<b>29.1</b>	<b>2.3</b>	
60 歳 以 上	117	56	43	23	13	26	34	30	23	5	
	-	<b>47.9</b>	<b>36.8</b>	<b>19.7</b>	<b>11.1</b>	<b>22.2</b>	<b>29.1</b>	<b>25.6</b>	<b>19.7</b>	<b>4.3</b>	
雇用 形態	正規の社員・職員（正社員）	796	406	296	146	95	195	252	208	216	18
		-	<b>51.0</b>	<b>37.2</b>	<b>18.3</b>	<b>11.9</b>	<b>24.5</b>	<b>31.7</b>	<b>26.1</b>	<b>27.1</b>	<b>2.3</b>
	パート・アルバイト、契約社員、 嘱託社員などの正社員以外	78	34	27	17	5	18	25	18	13	4
	-	<b>43.6</b>	<b>34.6</b>	<b>21.8</b>	<b>6.4</b>	<b>23.1</b>	<b>32.1</b>	<b>23.1</b>	<b>23.1</b>	<b>16.7</b>	<b>5.1</b>

各属性で最も割合が高い項目を示す

表 15 カスタマーハラスメント防止に効果的と考えられる行政の取組（問 4（1））

## (2) 取組を選んだ理由

前問における選択肢は以下のとおり。本表では各選択肢を番号で示している。

- ①：カスタマーハラスメントに関する情報発信
- ②：マニュアルやガイドラインの整備
- ③：防止対策に資する研修、セミナー等の開催
- ④：防止対策を講じるための費用助成
- ⑤：カスタマーハラスメントに関する相談窓口の整備、専門家の派遣
- ⑥：法令等の整備（条例など）
- ⑦：カスタマーハラスメントに関するポスターや防止ステッカーの配布
- ⑧：顧客等への啓発

【選択番号】	【取組を選んだ理由】
②⑤⑥⑦⑧	<ul style="list-style-type: none"> <li>● マスメディアなどで取り上げられているが、年代別に何がハラスメントかの理解が異なるので、受け手だけでなく加害者にならないための相互の啓発が必要だと思う（正当なクレームを言える自由を奪われないように）。</li> </ul>
②③⑥	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 顧客からの一方的な暴言や長時間の拘束に苦しんだ経験があり、施設としての対策やマニュアル等の整備は必要だが、「法」に勝るものはない。「法（条例）」の整備を強く望む。</li> </ul>
②⑥⑦	<ul style="list-style-type: none"> <li>● カスタマーハラスメントに当たる基準が明確でないと感じる。福祉関係の職場のため、その人の障がい特性によっても対応が変わるため、どの段階でハラスメントになるのか基準を示してほしい。</li> </ul>
①⑦⑧	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 自社から顧客に対して発信しづらいため、行政から発信してもらえるとありがたい。</li> </ul>
②③⑥	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 社内の対応策の指針になるようなマニュアルやガイドラインがないと、法人としての対応を明確に進められない。規定化する際には理事会の審議を経る必要があるため、整備方法も教示してほしい。</li> </ul>
①②⑧	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 小さな会社では、特に公的な情報が行き届かないケースも多いと思う。また対策を図るとしても、余裕がない状況のため、負担が軽い対策を用意した方が導入しやすい。</li> </ul>
①②⑧	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 小売店等の消費者向け施設は、ポスターを掲げることである程度の防止対策になると感じている。一方で、BtoBの企業間では、会社の規模や立場を利用して利益を目的とした要求をした結果、カスハラになるパターンが見受けられる。そのため、「どのような行為がカスタマーハラスメントになるか」を企業単位で啓発して教育をしてほしい。</li> </ul>
③	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 実際にセミナーを受けた社員が、会社に持ち帰り実践・共有することが、最もわかりやすく、広めやすいと思う。</li> </ul>
②③⑦	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 中小企業では専門的な知識をもって対策を講じることが難しい場合もあるため、中小企業でも十分な取組や体制が整えられるような対策や支援を行ってほしい。</li> </ul>
②⑧	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 現場での教育や即座な判断に活用できるよう、業種別の具体的な事例集や、社内規定のシンプルな雛型の提供を希望する。</li> </ul>
⑤	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 会社内の相談とは別に、第三者に相談できる場があることは、防止策というより、カスタマーハラスメントが起こってしまった際の解決策として必要だと思う。</li> </ul>



— 2 (1-1) から (1-6) は 2 (1) で「1 受けたことがある (確認している)」と回答した方のみ—

**(1-1) 発生件数を教えてください。**

- |          |                     |
|----------|---------------------|
| 1 1～10回  | 4 51回以上             |
| 2 11～30回 | 5 発生しているが件数は把握していない |
| 3 31～50回 |                     |

**(1-2) カスタマーハラスメント行為の行為者を教えてください。【複数回答可】**

- 1 顧客等 (患者やその家族を含む)
- 2 取引先等の他社の従業員・役員
- 3 SNS 等で行為者が特定できない
- 4 その他 ( )

**(1-3) カスタマーハラスメント行為を教えてください。【1～19 から複数回答可】**

- |                                 |                                     |
|---------------------------------|-------------------------------------|
| <b>【時間拘束】</b>                   | <b>【権威型】</b>                        |
| 1 長時間の拘束、居座り                    | 11 優位な立場にいることを利用した特別扱いの要求           |
| 2 長時間の電話                        | <b>【SNS への投稿】</b>                   |
| <b>【リピート型】</b>                  | 12 インターネット上の投稿                      |
| 3 クレームを行うために来店を繰り返す             | 13 会社・社員の信用を毀損させる行為<br>(ネット上での誹謗中傷) |
| 4 度重なる電話                        | <b>【過度な要求】</b>                      |
| <b>【暴言】</b>                     | 14 不当な金品・サービスの要求                    |
| 5 大声での恫喝、罵声、暴言                  | 15 土下座の強要                           |
| <b>【対応者の揚げ足取り】</b>              | <b>【セクハラ】</b>                       |
| 6 こちらの落ち度に対する一方的なクレーム           | 16 性的な言動                            |
| 7 当初の話からのすり替え、揚げ足取り、<br>執拗な攻め立て | 17 ストーカー行為                          |
| <b>【脅迫】</b>                     | <b>【その他】</b>                        |
| 8 脅迫的な言動、反社会的な言動                | 18 事務所・店舗への不法侵入                     |
| 9 物を壊す、殺すといった発言による脅し            | 19 上記以外での自由記載                       |
| 10 SNS・マスコミへの暴露をほのめかした脅し        | ( )                                 |

**(1-4) カスタマーハラスメント発生の要因を教えてください。【複数回答可】**

- |                  |                 |
|------------------|-----------------|
| 1 接客やサービスの提供のミス  | 6 その他           |
| 2 システムの不備        | ( )             |
| 3 商品の欠陥          | 7 把握していない、わからない |
| 4 顧客の勘違い         | 8 特に要因はない       |
| 5 顧客の不満のはげ口・嫌がらせ |                 |

**(1-5) カスタマーハラスメントが行われた際、どのように対応しましたか。【複数回答可】**

- |                     |               |
|---------------------|---------------|
| 1 謝り続けた             | 5 退避した／電話を切った |
| 2 毅然として対応した         | 6 警察に通報した     |
| 3 上司・クレーム対応部門に引き継いだ | 7 その他 ( )     |
| 4 複数人で対応した          |               |

**(1-6) 過去3年間に発生したカスタマーハラスメント行為による従業員への影響を教えてください。**

**【複数回答可】**

- 1 メンタルヘルス不調等による通院等が必要となった（休業を伴わない）
- 2 メンタルヘルス不調等による休業が発生した
- 3 メンタルヘルス不調等による離職が発生した
- 4 行為を受けた従業員の配置転換を行った
- 5 その他 ( )
- 6 特に影響は生じていない、把握していない

**(2) カスタマーハラスメントの判断基準を設けていますか。**

- |         |          |
|---------|----------|
| 1 設けている | 2 設けていない |
|---------|----------|

**(3) 上記回答について、具体的な判断基準や設けていない理由を教えてください。**

- 例 ・説明責任を十分果たした上で、それでも納得いただけないかで判断している。  
・商品に瑕疵がないか、サービス提供側で非がある対応をしていないかで判断している。

【自由記述（任意）】【500文字以内】

**3 カスタマーハラスメント対策の取組状況について（基準日：令和7年12月1日）**

**(1) 令和7年6月11日に「労働施策の総合的な推進並びに労働者の雇用の安定及び職業生活の充実等に関する法律等の一部を改正する法律」（令和7年法律第63号）が公布されました（公布の日から起算して1年6月以内に政令で定める日に施行）。**

**この改正により、カスタマーハラスメントの防止措置が事業主の義務となることを知っていますか。**

- |         |          |
|---------|----------|
| 1 知っている | 2 知らなかった |
|---------|----------|

**(2) カスタマーハラスメント対策実施状況を教えてください。**

- |                    |                 |
|--------------------|-----------------|
| 1 対策を講じている         | 3 対策を講じていない     |
| 2 対策を検討しているが講じていない | 4 わからない、把握していない |

— 3 (2) で「1 対策を講じている」と回答した方のみ —

**(2-1) カスタマーハラスメント対策として講じている対策を教えてください。【複数回答可】**

- 1 事業主のカスタマーハラスメント対策への取組の基本方針・基本姿勢の明確化、従業員への周知・啓発
- 2 従業員（被害者）のための相談体制の整備（相談窓口の設置等）
- 3 被害者への配慮のための取組（被害者のメンタルヘルス不調へのケア等）
- 4 カスタマーハラスメント対応に関するマニュアル等の整備
- 5 カスタマーハラスメント対応に関する研修の実施
- 6 安全衛生委員会での審議
- 7 顧客等への周知・啓発（啓発ポスター掲示等）
- 8 その他（ )

— 3 (2) で「2 対策を検討しているが講じていない」又は「3 対策を講じていない」と回答した方のみ —

**(2-2) カスタマーハラスメント対策を講じていない理由を教えてください。【複数回答可】**

- 1 必要なスキル・ノウハウがない
- 2 必要な人材を確保できない
- 3 必要な時間・費用が確保できない
- 4 相談窓口がない、わからない
- 5 対策を講じても効果が期待できない
- 6 対策の必要性を感じていない
- 7 その他（ )

**4 カスタマーハラスメント防止に向けた行政の役割について**

**(1) カスタマーハラスメント防止対策として効果的と考えられる行政の取組を教えてください。**

**【複数回答可】**

- 1 カスタマーハラスメントに関する情報発信
- 2 マニュアルやガイドラインの整備
- 3 防止対策に資する研修、セミナー等の開催
- 4 防止対策を講じるための費用助成
- 5 カスタマーハラスメントに関する相談窓口の整備、専門家の派遣
- 6 法令等の整備（条例など）
- 7 カスタマーハラスメントに関するポスターや防止ステッカーの配布
- 8 顧客等への啓発
- 9 その他（ )

**(2) その取組を選んだ理由を教えてください。**

【自由記述（任意）】【500文字以内】





**(1-3) (1-2)の回答について、カスタマーハラスメント行為の具体的な内容を教えてください。**

【自由記述（任意）】【500文字以内】

※ (1-2) の 1～18 に該当しない行為があればご記載ください。

**(1-4) カスタマーハラスメント発生の要因を教えてください。【複数回答可】**

- |                  |                 |
|------------------|-----------------|
| 1 接客やサービスの提供のミス  | 6 その他           |
| 2 システムの不備        | ( )             |
| 3 商品の欠陥          | 7 把握していない、わからない |
| 4 顧客の勘違い         | 8 特に要因はない       |
| 5 顧客の不満のはげ口・嫌がらせ |                 |

**(1-5) カスタマーハラスメントの発生頻度を教えてください。【1つ選択】**

- |          |          |
|----------|----------|
| 1 ほぼ毎日   | 3 月に数回程度 |
| 2 週に数回程度 | 4 年に数回程度 |

**(1-6) カスタマーハラスメントが行われた際、どのように対応しましたか。【複数回答可】**

- |                     |               |
|---------------------|---------------|
| 1 謝り続けた             | 5 退避した／電話を切った |
| 2 毅然として対応した         | 6 警察に通報した     |
| 3 上司・クレーム対応部門に引き継いだ | 7 その他         |
| 4 複数人で対応した          | ( )           |

**3 カスタマーハラスメント対策の取組状況について（基準日：令和7年12月1日）**

**(1) 令和7年6月11日に「労働施策の総合的な推進並びに労働者の雇用の安定及び職業生活の充実等に関する法律等の一部を改正する法律」（令和7年法律第63号）が公布されました（公布の日から起算して1年6月以内に政令で定める日に施行）。**

**この改正により、カスタマーハラスメントの防止措置が事業主の義務となることを知っていますか。**

**【1つ選択】**

- |         |          |
|---------|----------|
| 1 知っている | 2 知らなかった |
|---------|----------|

**(2) あなたの会社で実施されているカスタマーハラスメントへの対策を教えてください。【複数回答可】**

- 1 事業主のカスタマーハラスメント対策への取組の基本方針・基本姿勢の明確化、従業員への周知・啓発
- 2 従業員（被害者）のための相談体制の整備（相談窓口の設置、安全衛生委員会での審議等）
- 3 被害者への配慮のための取組（被害者のメンタルヘルス不調へのケア等）
- 4 カスタマーハラスメント対応に関するマニュアル等の整備
- 5 カスタマーハラスメント対応に関する研修の実施
- 6 顧客等への周知・啓発（啓発ポスター掲示等）
- 7 その他（ )
- 8 特に対策はされていない

**(3) 所属企業で実施されているカスタマーハラスメントへの対策のうち、過去3年間で受けた被害への対応として役に立ったと考える対策を教えてください。【複数回答可】**

- 1 事業主のカスタマーハラスメント対策への取組の基本方針・基本姿勢の明確化、従業員への周知・啓発
- 2 従業員（被害者）のための相談体制の整備（相談窓口の設置等）
- 3 被害者への配慮のための取組（被害者のメンタルヘルス不調へのケア等）
- 4 カスタマーハラスメント対応に関するマニュアル等の整備
- 5 カスタマーハラスメント対応に関する研修の実施
- 6 安全衛生委員会での審議
- 7 顧客等への周知・啓発（啓発ポスター掲示等）
- 8 その他（ )
- 9 特に対策はしていない／カスタマーハラスメントを受けた該当者がいない

**4 カスタマーハラスメント防止に向けた行政の役割について**

**(1) カスタマーハラスメント防止対策として効果的と考えられる行政の取組を教えてください。**

**【複数回答可】**

- 1 カスタマーハラスメントに関する情報発信
- 2 マニュアルやガイドラインの整備
- 3 防止対策に資する研修、セミナー等の開催
- 4 防止対策を講じるための費用助成
- 5 カスタマーハラスメントに関する相談窓口の整備、専門家の派遣
- 6 法令等の整備（条例など）
- 7 カスタマーハラスメントに関するポスターや防止ステッカーの配布
- 8 顧客等への啓発
- 9 その他（ )

**(2) その取組を選んだ理由を教えてください。**

**【自由記述（任意）】【500文字以内】**

石川県カスタマーハラスメント実態調査  
報告書

令和8年5月公表