

カスタマーハラスメントに関する都民意識調査
報告書

令和7年3月
東京都産業労働局

カスタマーハラスメントに関する都民意識調査
報告書

令和7年3月
東京都産業労働局

1 調査の概要

1.1 調査の目的

顧客等から就業者に対して、著しい迷惑行為や過度な要求、その他の不当な行為を行う「カスタマーハラスメント」は、就業者が身体的又は精神的に苦痛を与られ、就業環境を害するものとして、近年、社会問題となっている。特に、様々な働き手が集中する東京において深刻化しており、その対応が課題となっている。

本調査では、今後の都の施策検討の基礎資料とすることを目的に、カスタマーハラスメントに関する都民の認知度や現場での対応、心身に与えた影響等の実態の調査を行った。

1.2 調査概要

調査内容	カスタマーハラスメントに関する都民意識調査	
調査対象	東京都内在住・在勤の 15 歳以上の男女	
調査方法	Web 調査（調査社モニター対象）	
調査開始日	2024 年 12 月 6 日（金）	
調査終了日	2024 年 12 月 13 日（金）	
調査対象	性別	20～60 代は男女均等、10 代と 70 歳以上は調整せず
	年齢	15 歳以上。20～60 代は各年代均等。10 代と 70 歳以上は調整せず
	職業	モニターのうち、専業主婦と無職以外に配信。現在東京都内で働いている、または直近 1 年以内に東京都内働いていた方。
調査実施機関	株式会社 社会構想研究所	

1.3 調査結果の見方

① アンケート回答数

1,194 件

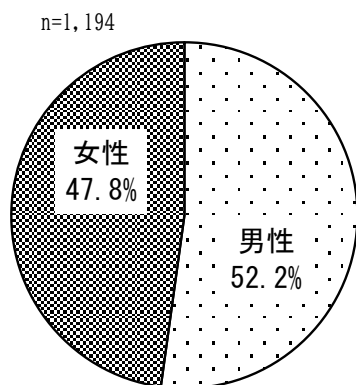
② 集計した数値（％）は小数第二位を四捨五入し、小数第一位まで表示している。そのため、質問に対する回答の選択肢が一つだけの場合、記載された選択肢の数値（％）を全て合計しても、四捨五入の関係で 100.0％にならないことがある。また、複数の選択肢の数値の合計についても、それぞれの数値の単純合計と差が出ることもある。

③ 回答者数を分母として割合（％）を計算しているため、複数回答の場合には、各選択肢の割合を合計すると 100.0％を超えることがある。

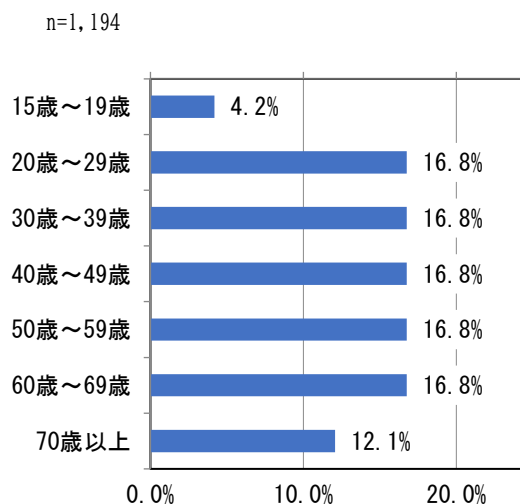
2 事前調査

登録モニターから、本調査対象者を抽出するために、事前調査を行った。

【性別】



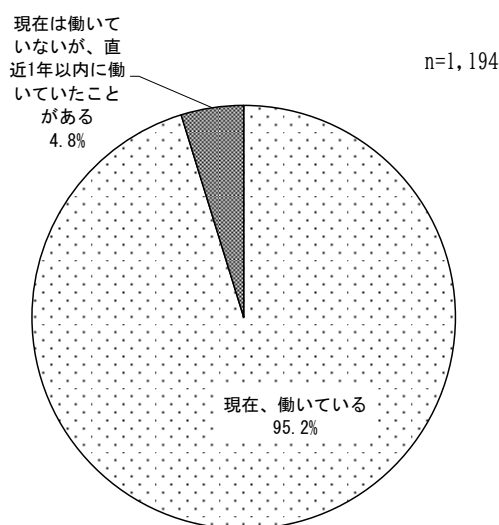
【年齢】



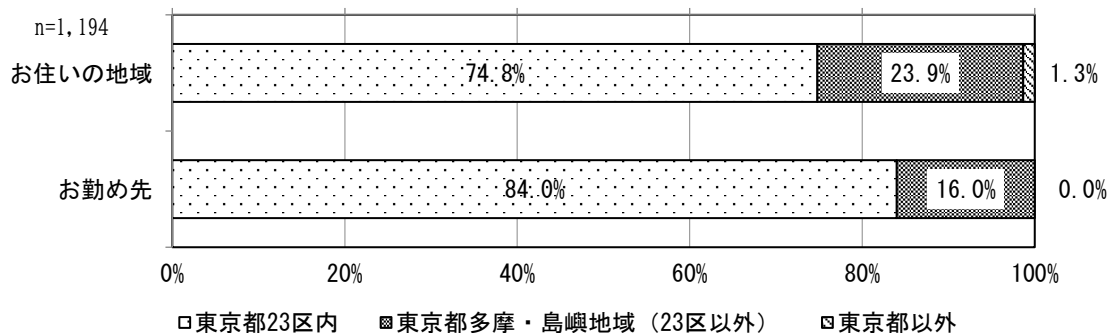
(性別・年齢は、モニター登録時のデータである)

問1 あなたは現在、働いていますか。(※就業形態(正社員、パート・アルバイト、自営業、学生でアルバイトをしている、専業主婦だが時々内職をしている、など)は問いません。)

「現在、働いている」が95.2%を占めている。



問2 あなたが現在お住いの地域と、お勤め先の地域をお選びください。

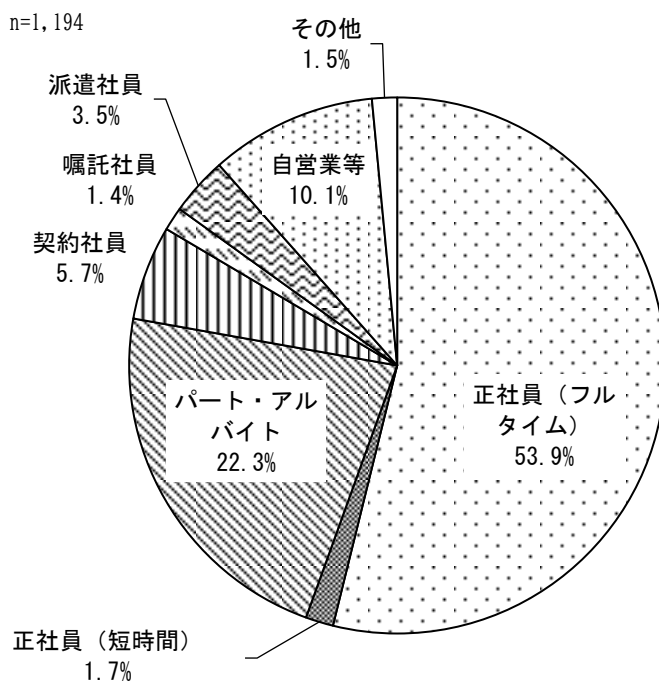


居住地は「東京都 23 区内」が 74.8%、「東京都多摩・島嶼地域 (23 区以外)」が 23.9% となっている。

勤務先は「東京都 23 区内」が 84.0%、「東京都多摩・島嶼地域 (23 区以外)」が 16.0% となっている。

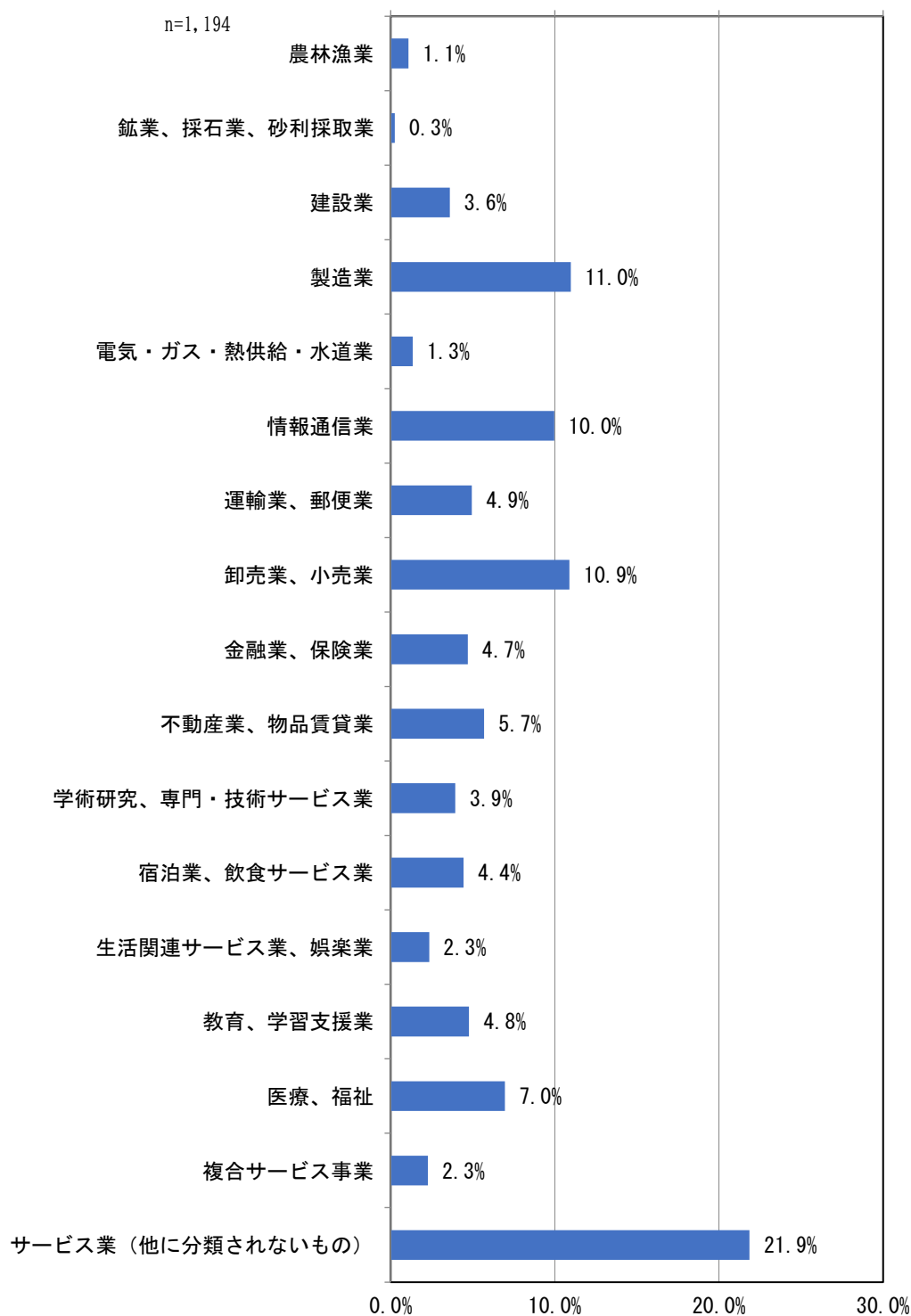
問3 あなたの就業形態について次の中からお選びください。

「正社員(フルタイム)」が 53.9%で最も多く、次いで「パート・アルバイト」が 22.3%、「自営業等」が 10.1%となっている。



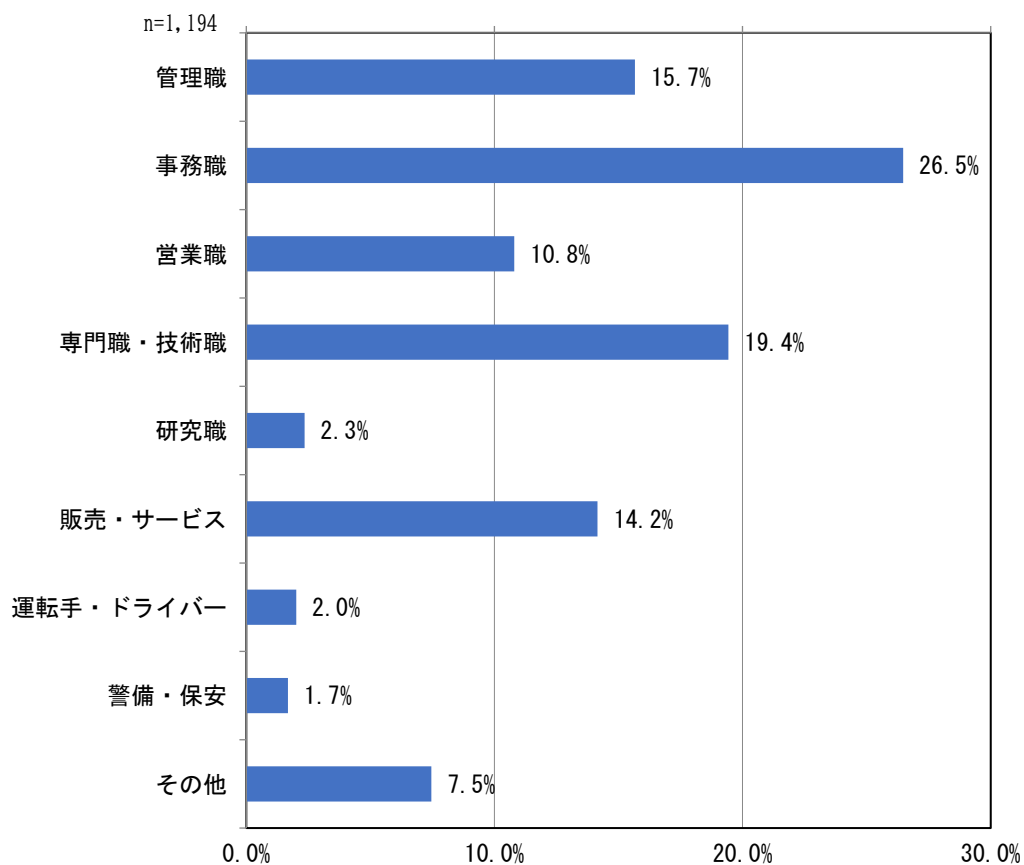
問4 お勤め先の業種を次の中からお選びください。

「サービス業（他に分類されないもの）」が 21.9%で最も多く、次いで「製造業」が 11.0%、「卸売業、小売業」が 10.9%、「情報通信業」が 10.0%となっている。



問5 あなたが主に担当しているお仕事について、次の職種からあてはまるものをお選びください。

「事務職」が26.5%で最も多く、次いで「専門職・技術職」が19.4%、「管理職」が15.7%となっている。



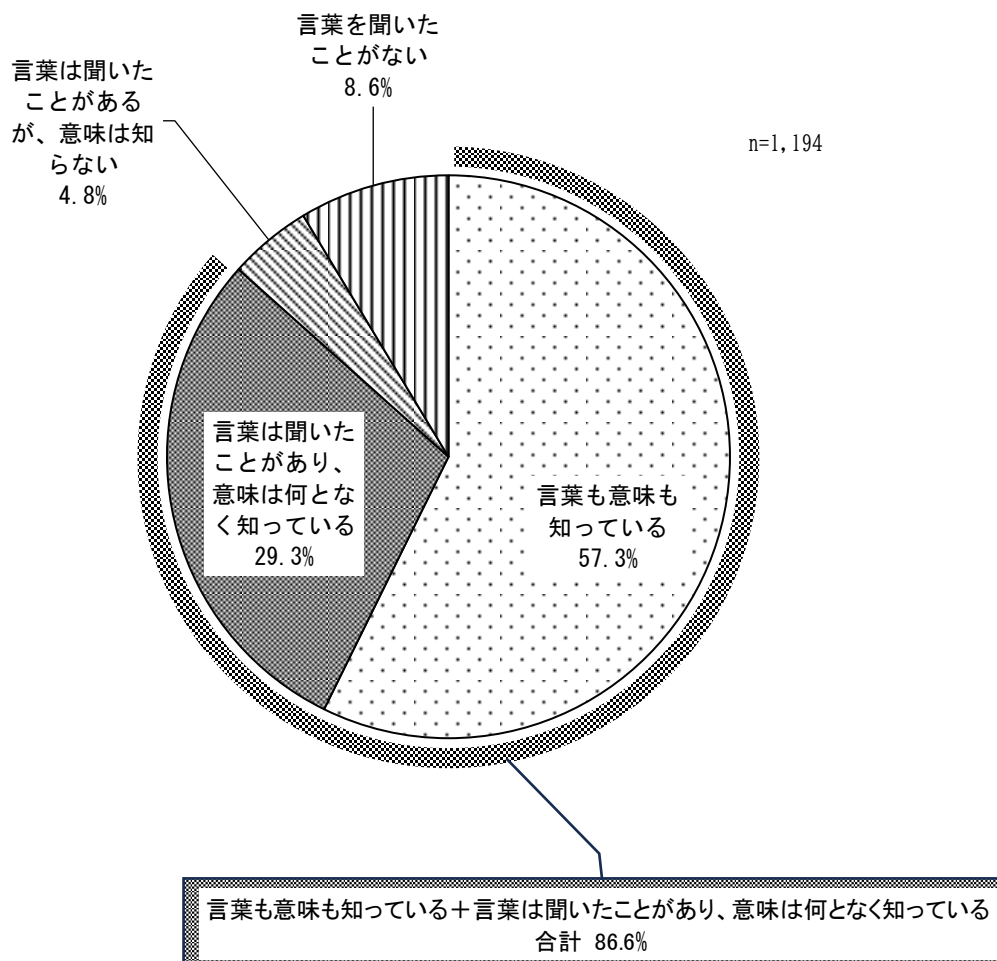
3 本調査

3.1 カスタマーハラスメントの認知

(※「カスタマーハラスメント」とは、顧客等からのクレーム・言動のうち、当該クレーム・言動の要求の内容の妥当性に照らして、当該要求を実現するための手段・態様が社会通念上不相当なものです。)

問1 あなたは、カスタマーハラスメント（カスハラ）という言葉を知っていますか。

「言葉も意味も知っている」が57.3%で最も多く、「言葉は聞いたことがあり、意味は何となく知っている」が次いで29.3%となっている。カスタマーハラスメントの認知率（「言葉も意味も知っている」「言葉は聞いたことがあり、意味は何となく知っている」の合計）は、86.6%となった。

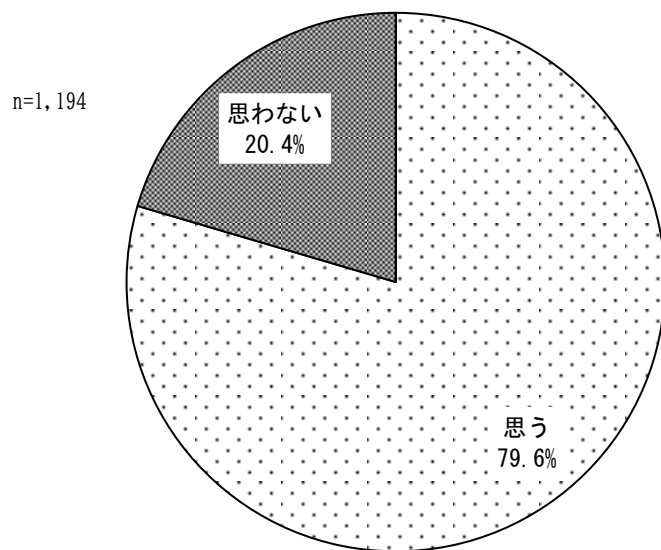


「言葉も意味も知っている」という回答は 40～49 歳で男女ともに 60%以上となっている。

年代	性別	言葉も意味も知っている	言葉は聞いたことがある、意味は何となく知っている	言葉は聞いたことがあるが、意味は知らない	言葉を聞いたことがない
15 歳～19 歳	男性	30.4%	52.2%	13.0%	4.3%
	女性	33.3%	44.4%	14.8%	7.4%
	合計	32.0%	48.0%	14.0%	6.0%
20 歳～29 歳	男性	48.0%	28.0%	1.0%	23.0%
	女性	47.0%	25.0%	9.0%	19.0%
	合計	47.5%	26.5%	5.0%	21.0%
30 歳～39 歳	男性	50.0%	30.0%	5.0%	15.0%
	女性	59.0%	29.0%	4.0%	8.0%
	合計	54.5%	29.5%	4.5%	11.5%
40 歳～49 歳	男性	65.0%	20.0%	9.0%	6.0%
	女性	61.0%	30.0%	2.0%	7.0%
	合計	63.0%	25.0%	5.5%	6.5%
50 歳～59 歳	男性	56.0%	30.0%	7.0%	7.0%
	女性	63.0%	27.0%	5.0%	5.0%
	合計	59.5%	28.5%	6.0%	6.0%
60 歳～69 歳	男性	73.0%	24.0%	2.0%	1.0%
	女性	57.0%	34.0%	2.0%	7.0%
	合計	65.0%	29.0%	2.0%	4.0%
70 歳以上	男性	66.0%	30.0%	3.0%	1.0%
	女性	52.3%	43.2%	2.3%	2.3%
	合計	61.8%	34.0%	2.8%	1.4%
全体合計 (n=1,194)		57.3%	29.3%	4.8%	8.6%

問2 あなたは、カスタマーハラスメント(カスハラ)が増加していると思いますか。

「思う」が79.6%、「思わない」が20.4%となっている。

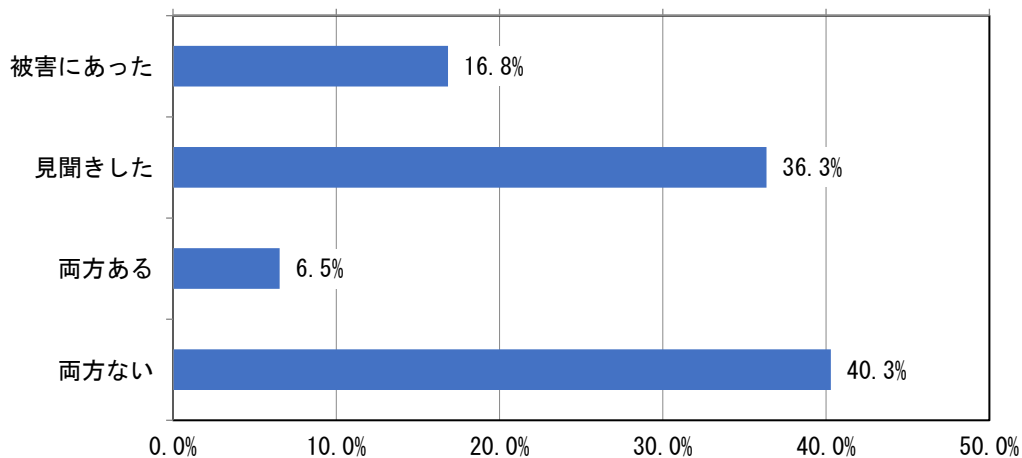


3.2 カスタマーハラスメントの実態

問3 就業中にご自身がカスタマーハラスメントの被害にあった、または見聞きしたことはありますか。

「被害にあった」が16.8%、「見聞きした」が36.3%、「両方ある」が6.5%となり、カスハラ被害にあった経験がある人、見聞きしたことがある人の割合が約6割(59.6%)となっている。

n=1,194



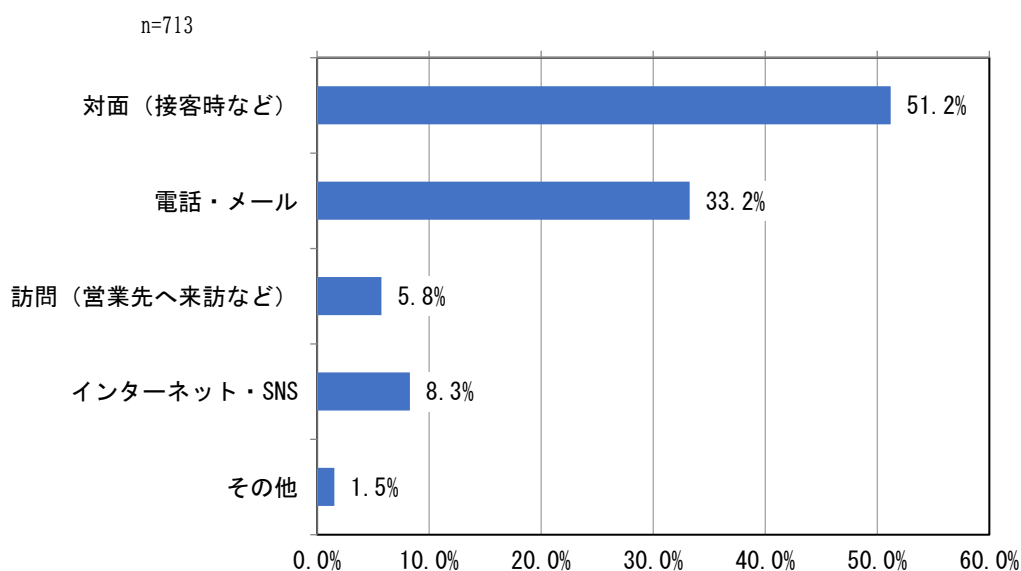
業種別集計は以下の通りとなっている。業種によっては、「見聞きした」と「被害にあった」の差が大きくなっている。（集計母数が少数のものは、標本誤差が大きくなるため注意が必要である）

業種	被害にあった	見聞きした	両方ある	両方ない
農林漁業 (n=13)	61.5%	15.4%	0.0%	23.1%
鉱業、採石業、砂利採取業 (n=3)	33.3%	33.3%	0.0%	33.3%
建設業 (n=43)	11.6%	41.9%	11.6%	34.9%
製造業 (n=131)	12.2%	36.6%	6.9%	44.3%
電気・ガス・熱供給・水道業 (n=16)	25.0%	37.5%	0.0%	37.5%
情報通信業 (n=119)	13.4%	35.3%	5.0%	46.2%
運輸業、郵便業 (n=59)	18.6%	28.8%	0.0%	52.5%
卸売業、小売業 (n=130)	16.9%	36.2%	8.5%	38.5%
金融業、保険業 (n=56)	17.9%	50.0%	10.7%	21.4%
不動産業、物品賃貸業 (n=68)	20.6%	30.9%	5.9%	42.6%
学術研究、専門・技術サービス業 (n=47)	4.3%	53.2%	6.4%	36.2%
宿泊業、飲食サービス業 (n=53)	17.0%	41.5%	5.7%	35.8%
生活関連サービス業、娯楽業 (n=28)	28.6%	28.6%	3.6%	39.3%
教育、学習支援業 (n=57)	15.8%	38.6%	3.5%	42.1%
医療、福祉 (n=83)	21.7%	28.9%	6.0%	43.4%
複合サービス事業 (n=27)	25.9%	18.5%	18.5%	37.0%
サービス業(他に分類されないもの) (n=261)	15.7%	37.5%	6.9%	39.8%
全体合計 (n=1,194)	16.8%	36.3%	6.5%	40.3%

以下の質問は、就業中にご自身がカスタマーハラスメントの被害に遭った、または見聞きした、両方あると回答した方に伺います。

問4 どのような場面でしたか。複数経験している方は、最も記憶に残っているものをお答えください。

「対面（接客時など）」が51.2%、「電話・メール」が33.2%、「訪問（営業先へ来訪など）」が5.8%、「インターネット・SNS」が8.3%、「その他」が1.5%となっている。



業種別集計は以下の通りとなっている。「生活関連サービス業、娯楽業」、@卸売業、小売業」では対面（接客時など）の割合が高くなっている。

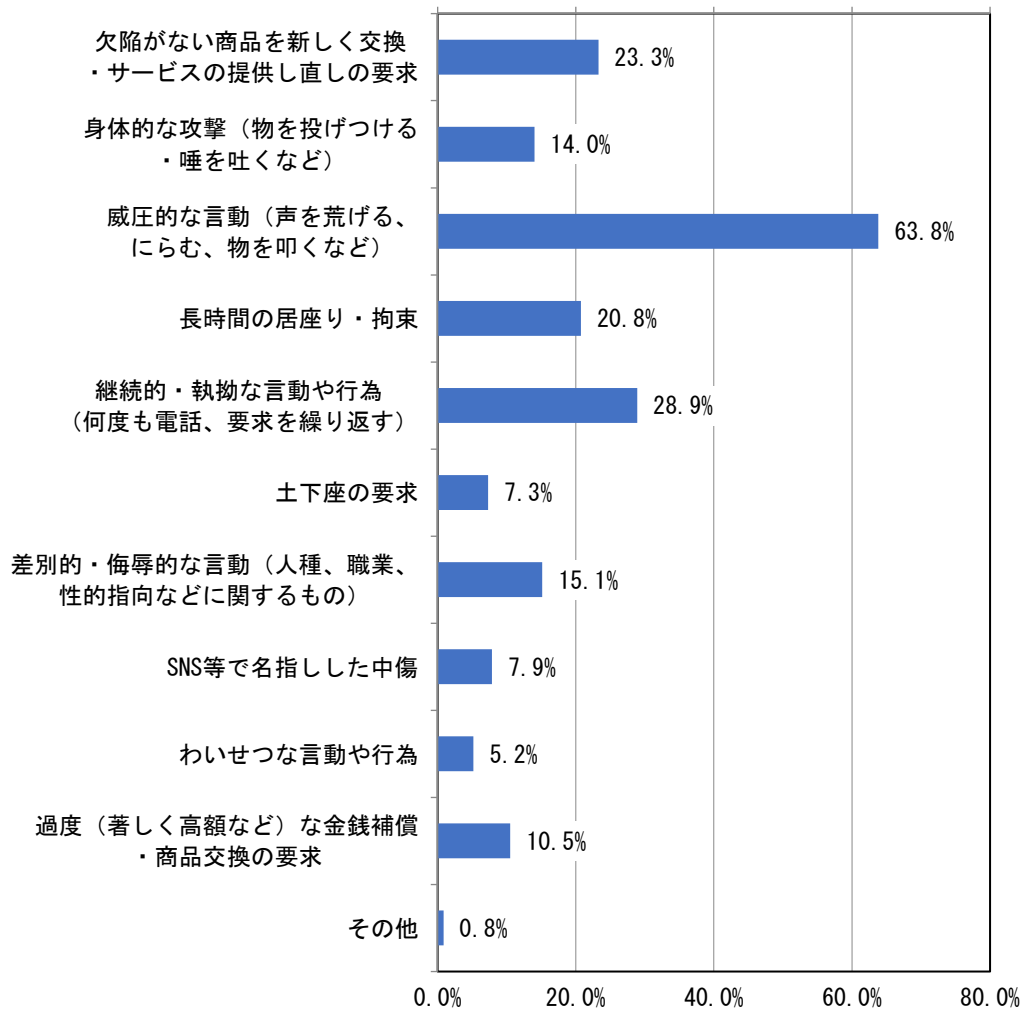
業種	対面（接客時など）	電話・メール	訪問（営業先へ来訪など）	インターネット・SNS	その他
農林漁業（n=10）	70.0%	10.0%	20.0%	0.0%	0.0%
鉱業、採石業、砂利採取業（n=2）	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
建設業（n=28）	46.4%	28.6%	17.9%	7.1%	0.0%
製造業（n=73）	41.1%	39.7%	6.8%	12.3%	0.0%
電気・ガス・熱供給・水道業（n=10）	50.0%	40.0%	10.0%	0.0%	0.0%
情報通信業（n=64）	40.6%	46.9%	4.7%	6.3%	1.6%
運輸業、郵便業（n=28）	35.7%	42.9%	7.1%	10.7%	3.6%
卸売業、小売業（n=80）	61.3%	23.8%	6.3%	8.8%	0.0%
金融業、保険業（n=44）	47.7%	38.6%	6.8%	6.8%	0.0%
不動産業、物品賃貸業（n=39）	38.5%	53.8%	2.6%	2.6%	2.6%
学術研究、専門・技術サービス業（n=30）	56.7%	20.0%	6.7%	13.3%	3.3%
宿泊業、飲食サービス業（n=34）	64.7%	20.6%	5.9%	8.8%	0.0%
生活関連サービス業、娯楽業（n=17）	70.6%	17.6%	11.8%	0.0%	0.0%
教育、学習支援業（n=33）	42.4%	42.4%	3.0%	9.1%	3.0%
医療、福祉（n=47）	63.8%	29.8%	4.3%	0.0%	2.1%
複合サービス事業（n=17）	58.8%	35.3%	0.0%	5.9%	0.0%
サービス業（他に分類されないもの）（n=157）	53.5%	28.0%	3.2%	12.1%	3.2%
全体合計（n=713）	51.2%	33.2%	5.8%	8.3%	1.5%

問5 その行為は、次の行為のうち、どれに該当しますか？ あてはまるものをすべてお答えください。(複数回答可)

「威圧的な言動（声を荒げる、にらむ、物を叩くなど）」が63.8%で最も多く、次いで「継続的・執拗な言動や行為（何度も電話、要求を繰り返す）」が28.9%、「欠陥がない商品を新しく交換・サービスの提供し直しの要求」が23.3%となっている。

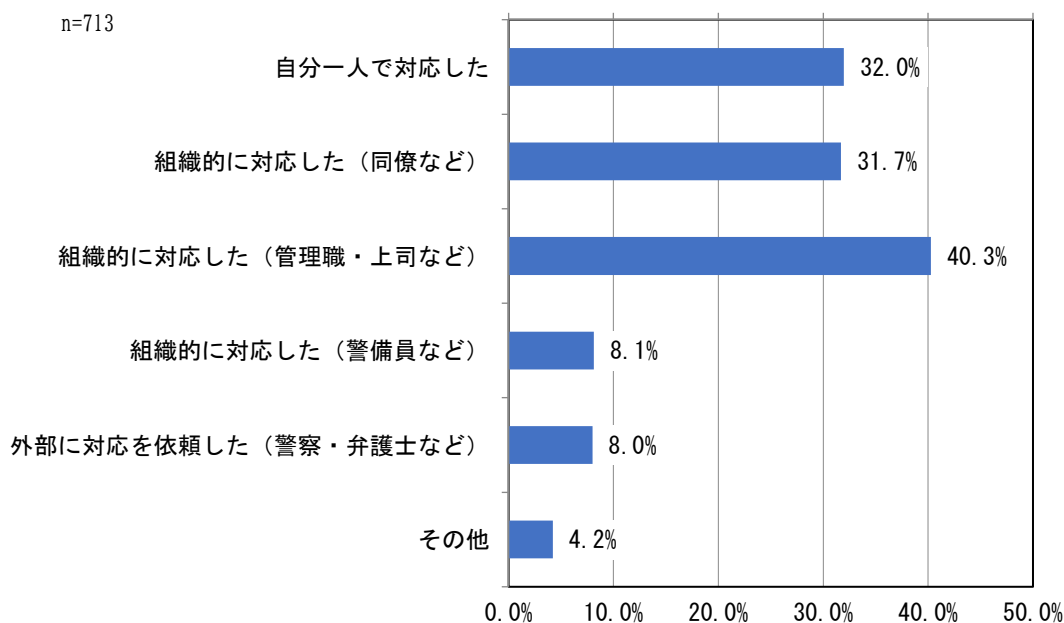
なお、犯罪行為（暴行罪、傷害罪、脅迫罪等）となりうる行為も1割程度発生している。

n=713



問6 その際、どのように対応しましたか。(複数回答可)

「組織的に対応した(管理職・上司など)」が40.3%で最も多く、次いで「自分一人で対応した」が32.0%、「組織的に対応した(同僚など)」が31.7%となっている。

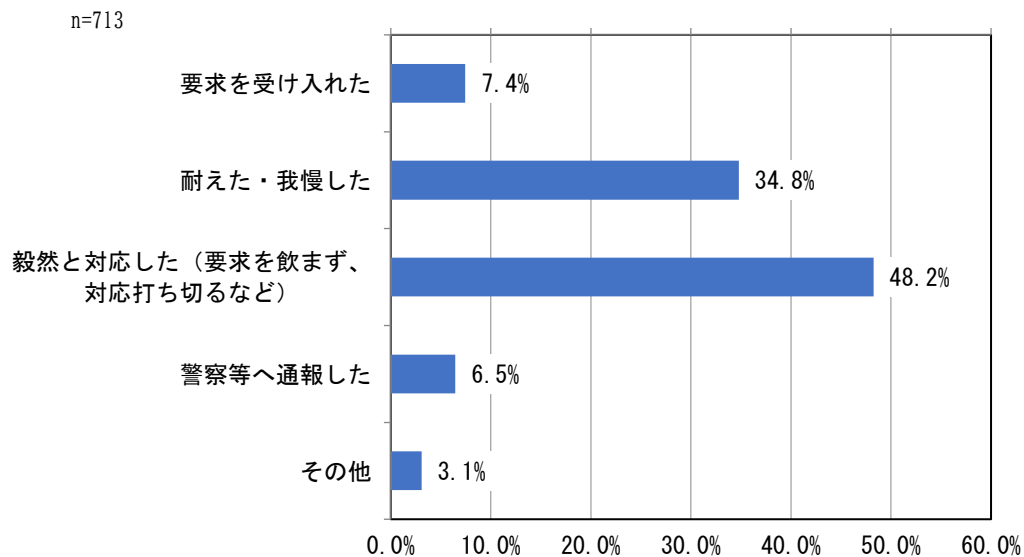


企業規模別では、300～999人以上及び1,000人以上では「組織的に対応した(管理職・上司など)」の割合が50%以上となっている。

企業規模	自分一人で対応した	組織的に対応した(同僚など)	組織的に対応した(管理職・上司など)	組織的に対応した(警備員など)	外部に対応を依頼した(警察・弁護士など)	その他
30人以下	38.5%	24.7%	23.6%	3.3%	8.8%	9.3%
30～99人	31.8%	38.2%	39.1%	10.9%	10.0%	0.9%
100～299人	32.8%	32.8%	32.8%	9.5%	5.2%	3.4%
300～999人	30.0%	38.9%	51.1%	15.6%	12.2%	2.2%
1000人以上	27.0%	30.7%	54.4%	7.0%	6.0%	2.8%
全体合計(n=713)	32.0%	31.7%	40.3%	8.1%	8.0%	4.2%

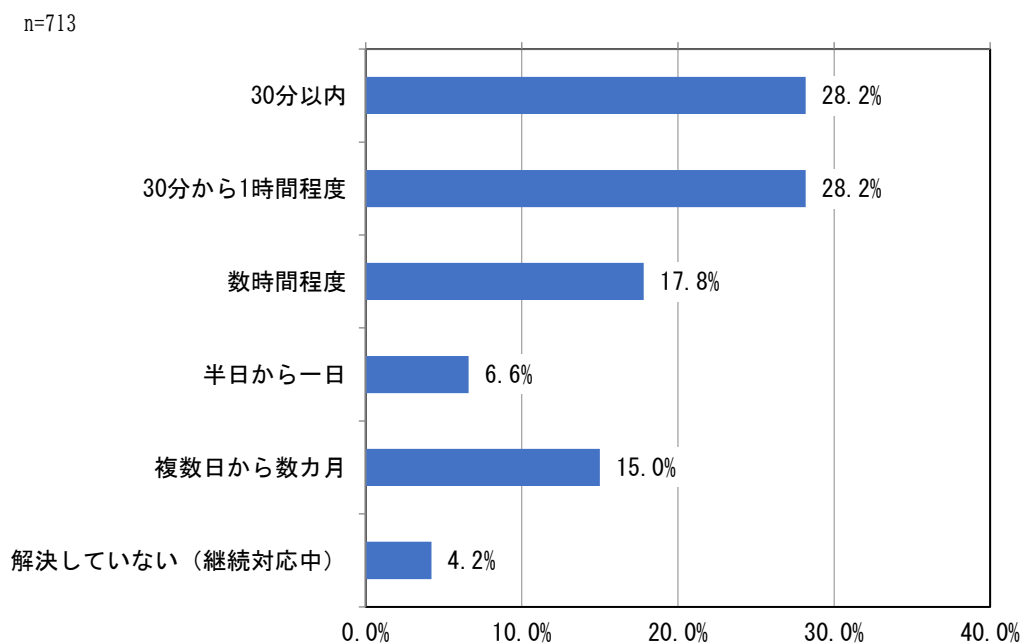
問7 その際の顧客ハラスメントに最終的にどのように対応しましたか。

「毅然と対応した（要求を飲まず、対応打ち切るなど）」が48.2%で最も多く、次いで「耐えた・我慢した」が34.8%となっている。



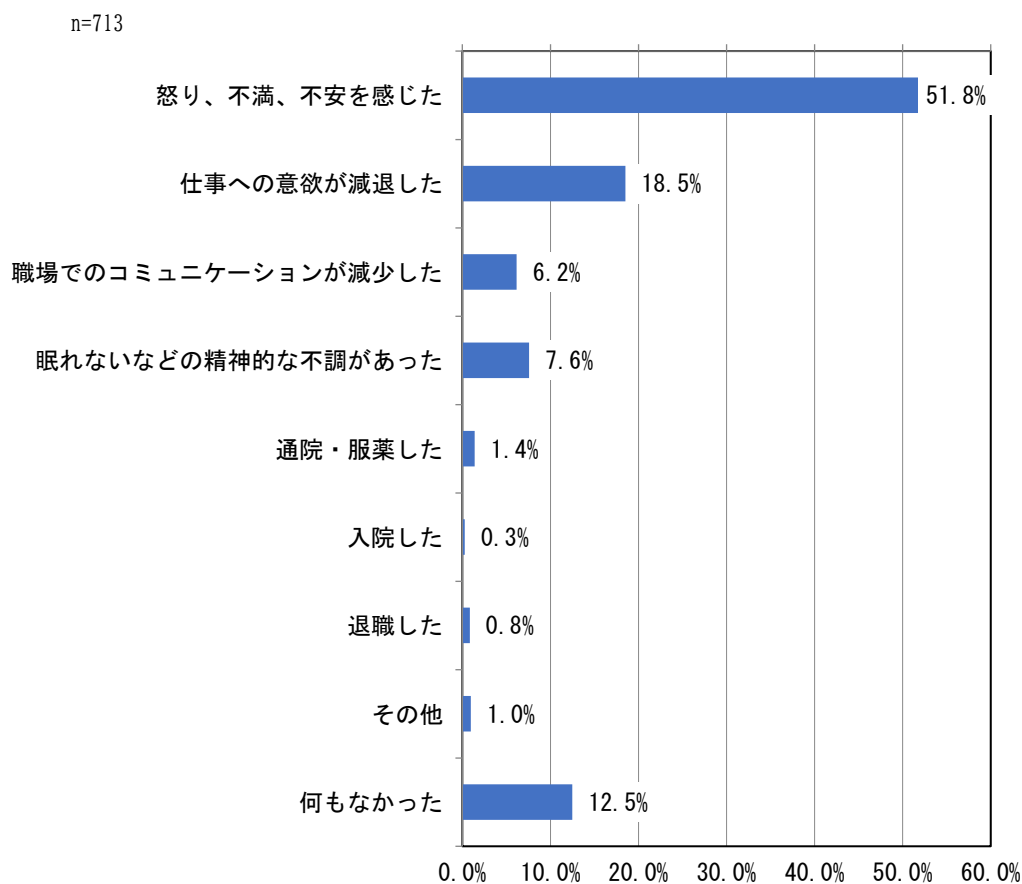
問8 解決までにどの程度の時間を要しましたか。

「30分以内」、「30分から1時間程度」が28.2%で最も多く、次いで「数時間程度」が17.8%、「複数日から数カ月」が15.0%となっている。



問9 そのときのあなたの心身に与えた影響の程度として最も近いものをお答えください。

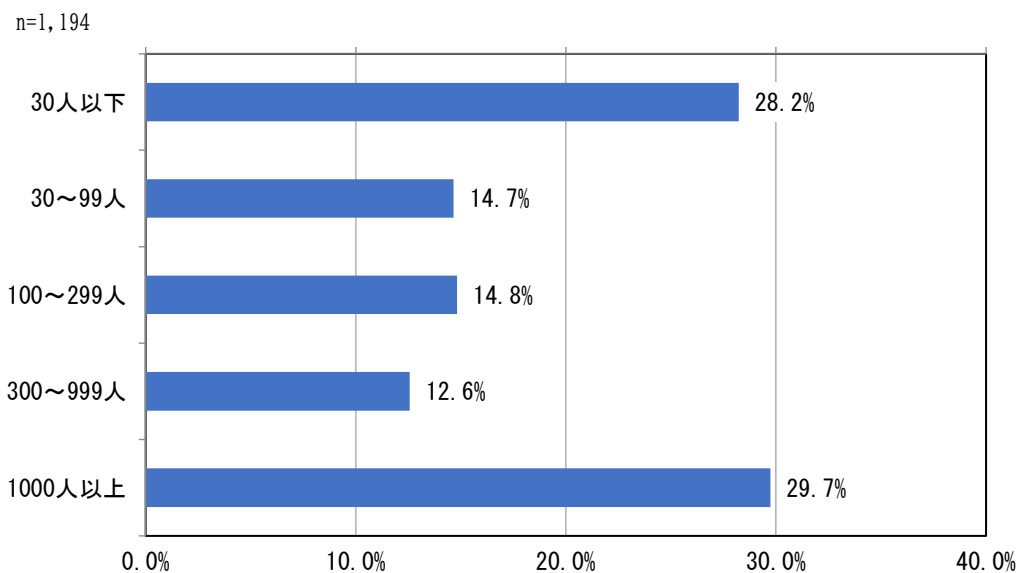
「怒り、不満、不安を感じた」が51.8%で最も多く、次いで「仕事への意欲が減退した」が18.5%、「何もなかった」が12.5%となっている。また、眠れないなどの精神的な不調があった(7.6%)ほか、通院・服薬した、入院した、退職した等、深刻なケースも散見される。



3.3 事業所の顧客ハラスメント対策

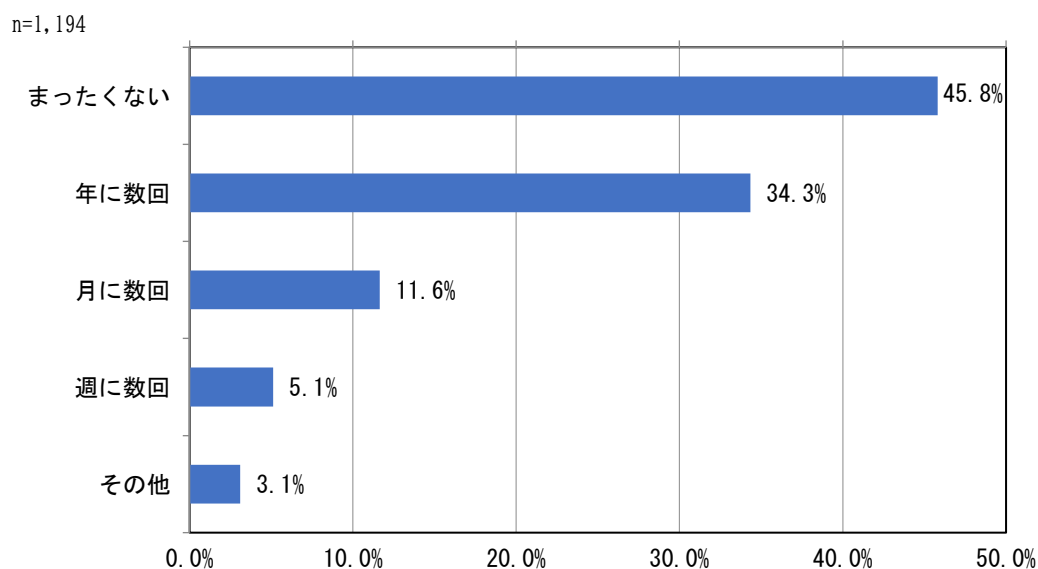
問 10 あなたがお勤めの企業全体の従業員数を次の中からお選びください。

「1,000人以上」が29.7%、「30人以下」が28.2%、「100～299人」が14.8%、「30～99人」が14.7%となっている。



問 11 あなたが勤務している事業所の顧客ハラスメントの頻度について、最も近いものを次の中からお選びください。（直近1年間）

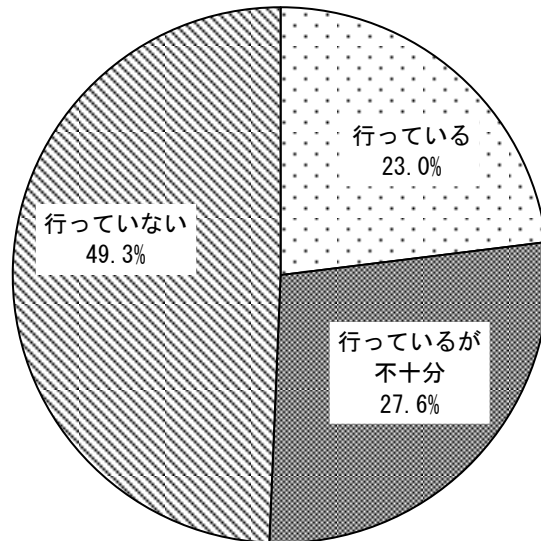
「まったくない」が45.8%で最も多く、次いで「年に数回」が34.3%、「月に数回」が11.6%となっている。



問 12 あなたが勤務している事業所では、カスタマーハラスメント対策を行っていますか。

「行っている」が 23.0%、「行っているが不十分」が 27.6%、「行っていない」が 49.3% となっている。

n=1,194

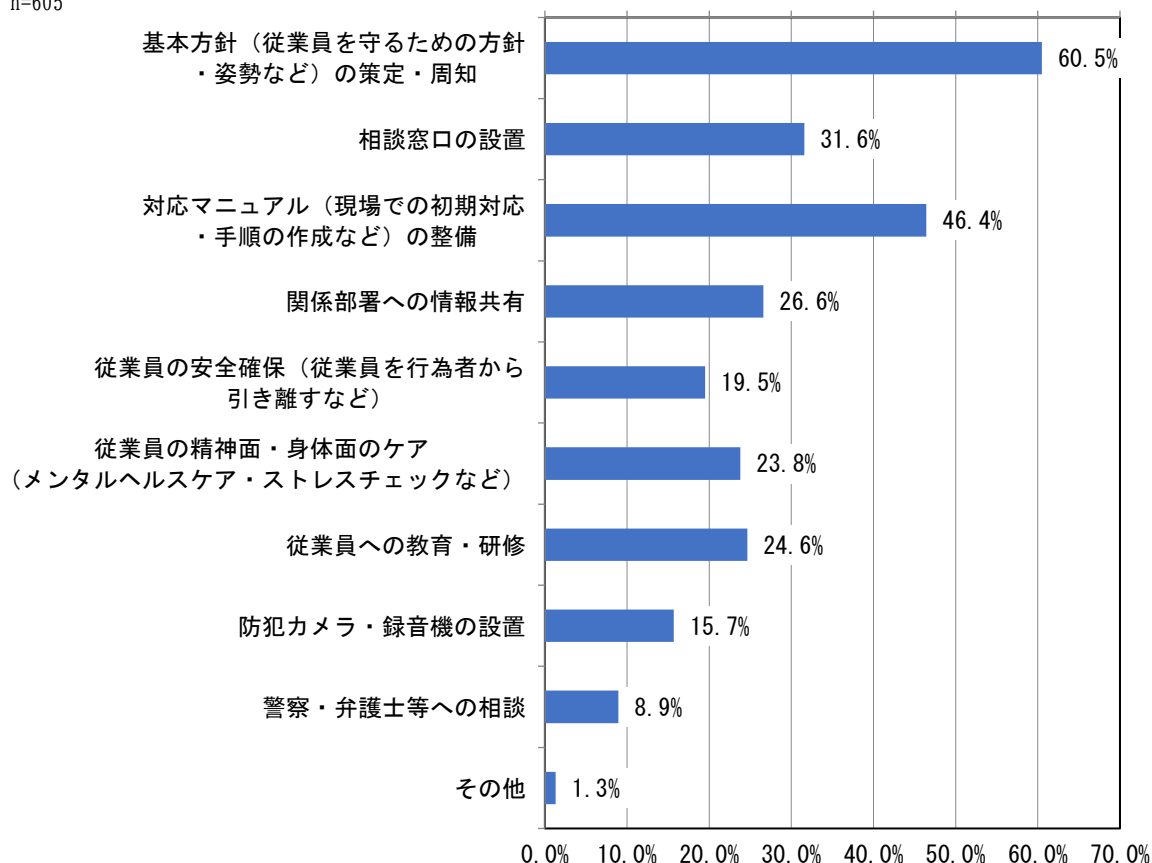


問 13、14 は問 12 でカスタマーハラスメント対策を「行っている」「行っているが不十分」と回答した方に伺います。

問 13 あなたが勤務している事業所で行っているカスタマーハラスメント対策はどのような内容ですか。（複数回答可）

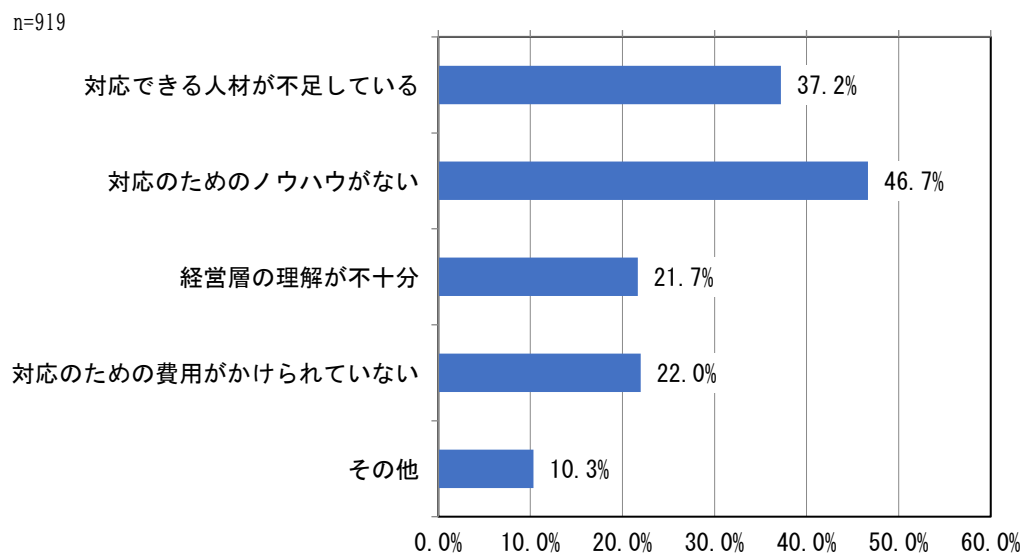
「基本方針（従業員を守るための方針・姿勢など）の策定・周知」が 60.5%で最も多く、次いで「対応マニュアル（現場での初期対応・手順の作成など）の整備」が 46.4%、「相談窓口の設置」が 31.6%となっている。

n=605



問 14 対策ができていない理由を次の中からお選びください。(複数回答可)

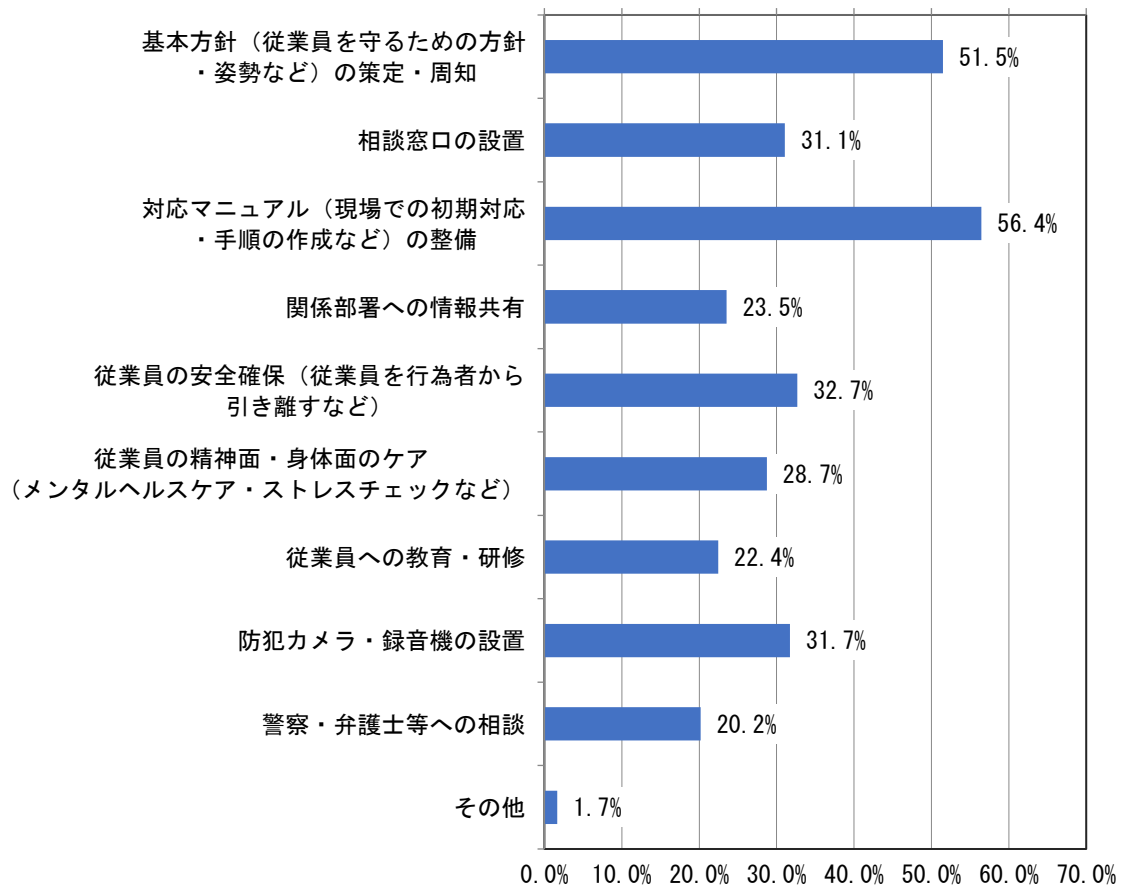
「対応のためのノウハウがない」が46.7%で最も多く、「対応できる人材が不足している」37.2%、「対応のための費用がかけられていない」が22.0%、「経営層の理解が不十分」が21.7%となっている。



問 15 カスタマーハラスメント対策として特に効果があると思うものを 3 つ選んでください。

「対応マニュアル（現場での初期対応・手順の作成など）の整備」が 56.4%で最も多く、次いで「基本方針（従業員を守るための方針・姿勢など）の策定・周知」が 51.5%、「従業員の安全確保（従業員を行為者から引き離すなど）」が 32.7%、「防犯カメラ・録音機の設置」が 31.7%、「相談窓口の設置」が 31.1%となっている。

n=1,194



問 16 問 15（直前の質問）で選んだ回答がカスタマーハラスメント対策として効果があると思う理由をご記入ください。（自由記述）

以下に、主な意見を掲載する（文意を損なわない範囲で要約や表現の変更を行っている場合がある）。

【「対応マニュアル（現場での初期対応・手順の作成など）の整備】

- * カスハラ予防と発生した場合の事後フォローに効果を期待できる。
- * カスタマーハラスメントへの対応がマニュアル化されていれば安心して対応できるから。
- * カスタマーハラスメントを受ける可能性のある部署にルールやマニュアルの策定・周知がされていれば、もしもそのような事案が発生した際に対処しやすいと思うから。
- * どういった対応を取るべきか認識を合わせておくことが大事だと思ったから。
- * ハラスメントと認識して行動するかが基本となるので処理を明確にして個人に負担をかけないことを重視する。
- * マニュアル通りに対応すればある程度疲弊する事なく済むと思う。
- * 研修やマニュアルがあるのは助かる。しかしその通りにはいかないもので、ロールプレイや上司に相談しやすい環境を整える事が大切だと思う。
- * 突然カスタマーハラスメントに遭ったときに備えて、大まかな方針やマニュアルを準備して、各自が意識的に備えなければならないなら。
- * 突然やってくるものなので、事前の準備として効果があると思った。

【基本方針（従業員を守るための方針・姿勢など）の策定・周知】

- * 全社的に一貫した方針が定まっていれば、社員が行動しやすいから。
- * 組織としての方針、対策窓口を整備することで一定の安心感はあると思うから。
- * カスタマーハラスメントへの基本方針を策定し、それを店内など顧客の目に付くところに掲示しておくことで予防効果が期待できる。
- * そもそも何をすれば良いか、どこまで踏み込んでよいのかが、基本方針の策定で従業員が線引きできるため。
- * ハラスメントを防ぐことは難しいが、受け取り側の体制を整えれば状況は改善されると思うから。
- * まず、対策を始めるにあたっては、基本的な内容であるため。
- * 会社一丸となって対応する事によりハラスメントの撲滅に繋げてゆく。
- * 最終的にとる対応が決まっていれば言われたことに対して少しは心理的ストレスが軽減される。
- * 方針やマニュアルがあれば迷わず対応できると思うから。

【従業員の安全確保（従業員を行為者から引き離すなど）】

- * ひとりで対応させない。
- * 名前を今の時代、わからないように名札等をつけないのも対策の一つだと思う。

【防犯カメラ・録音機の設置】

- * マニュアル化しても、個人差がありその人の言い方や立ち振る舞いによっては誤解を受ける場合もあるため。カメラの設置やあまり1対1で対応させないことが重要だと思います。カスハラを受けやすい人はそこで解決しようとする気がするので。
- * 起きた時にどうするのか指針が必要で、事実を記録することも必要。
- * 最終的には警察や弁護士への相談が必要となるが、その際証拠となる音声や画面を残しておく必要がある。
- * 事実の証拠を残すことが将来に起きるかもしれない係争に対し有効。また関係者の講習の素材としても有効。
- * 全員で対策を共有する必要があると思うから。防犯カメラや録音が行われていることだけでも少しは安心感に繋がると思うから。
- * 普段から問題が起きても対処法を学んでおくべきではないかと思うので、マニュアルの作成は大事。どのような状況だったかがわかるためのカメラや録音機能の設置は必要がある。

【相談窓口の設置】

- * 安心して働ける。
- * カスタマーハラスメントに関する相談窓口を設置して企業全体の問題として対処すべきだと思う。
- * カスハラだとどうしていいかわからず、従業員も困惑してしまうため、従業員が相談できる体制と、カメラの設置等で必要であれば警察や弁護士に相談して従業員を守れたら、従業員のふたんがなくなるから。
- * 誰かに話すことによって辛くなった心が少し軽くなる。
- * 一人で抱え込まず、上司や同僚と問題の共有が大切。孤立させない。
- * 自分流に対応しようとするとても消耗するので、マニュアルは必要。起きたことを相談できる窓口があることで、心理的負担が和らぐ。
- * 相談窓口で専門のスキルがある人が対応することで一定効果あると思う。
- * 窓口があることで相談したり、何かあった時対応してもらえるから。

【従業員の精神面・身体面のケア（メンタルヘルスケア・ストレスチェックなど）】

- * まずは被害にあった人の心や体のケアが最重要、対応マニュアルや相談窓口があると安心できる。
- * メンタルケアがあれば、カスタマーハラスメントにあった時に少しは安心できる
- * メンタルケアは大事。暫く残るから。
- * 従業員の安全や心身の健康を守ることで必要以上の被害を受けなくて済むかもしれないから。また、自分が以前にカスタマーハラスメント被害にあった時に、心のケアをもっとして欲しかったなと思うから。
- * 従業員の安全確保やその後の精神的苦痛な状況に親身になって耳を傾けることが大切だと思う。
- * 人材確保の観点から従業員第一。

- * 対応時のマニュアルや従業員のケアを行うことが規律を整えると思う。

+

【関係部署への情報共有】

- * 1人や担当部署だけで抱え込むのではなく、情報共有をすることで、悪質な一部のカスハラをする人の思いのままにさせないで、毅然とした態度を取ることが出来ると思うから。
- * カスハラまでのレベルだと一人で対応が難しいことがあるため、関係機関との連携と専門箇所があった方が事象が発生してからの動きが早い。
- *やはり、現場では直ぐの対応が難しいので、社員教育の一環としてのトレーニングが欠かせないと思います。
- * 情報の共有は大切で、チームで対応、打ち合わせが出来る。

【従業員への教育・研修】

- * やはり社員教育が必要と思います。社員全員の意識を統一して始めてハラスメント対策になると思います。
- * どの部分がカスハラに当たるかを従業員が知っておくと対応しやすいから。
- * カスタマーハラスメントを誘引しかねない種を、そもそも蒔かないのも対策だと思う
- * カスハラがどういったものか知っておくこと、かつ、カスハラに会ってしまったとき、自分を守るすべも知っておくことが大切だと思うから。
- * 研修などがないと、どうしていいのかわからず、自分なりに対応することで、自分に責任があるように感じてしまうが、マニュアルや研修があれば、自分だけに責任を感じずに済むと思ったから。

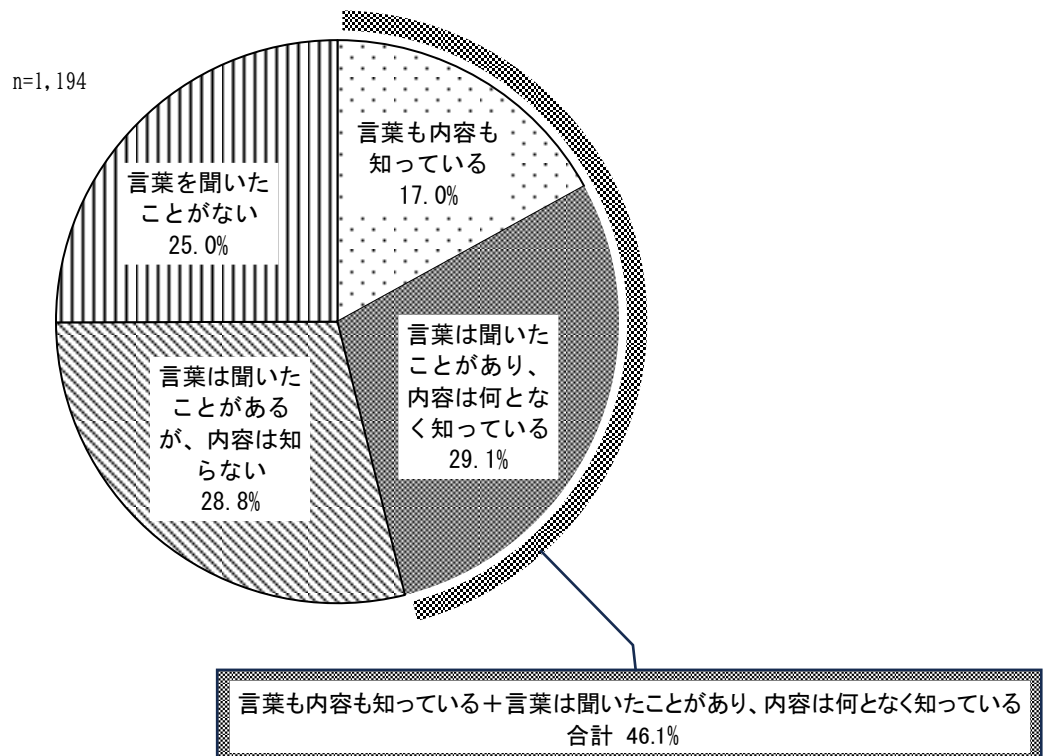
【警察・弁護士等への相談】

- * 社内だけで解決しようとせず、弁護士や警察に相談した方が安心できるから。
- * 状況の確認や第三者が入ることで、トラブルを客観的にみることが出来るから。
- * 先ず基本的対策をマニュアル化して組織の全員に徹底する。次に、もしカスタマーハラスメントにあっても従業員の心身の安全を最優先して対応し、それで埒が明かない場合は警察、若しくは会社の顧問弁護士に相談するステップが一番得策と思う。
- * 自分の立場や身を守るために、弁護士や警察の助けを借りるというのも、理不尽な要求を防ぐ大きな力になると思うから。
- * 理不尽な要求には応じず、警察や弁護士などに対応を任せているということを相手にも理解してもらっていれば、あまり拗れることはないと思うから。
- * カスタマーハラスメントではなく、威力業務妨害に該当しそうな相手に対しては速やかに警察に相談する等、法的な手段をとった方がいいと思います。

3.4 条例の認知等

問 17 東京都ではカスタマーハラスメント防止条例を制定しました。知っていますか。

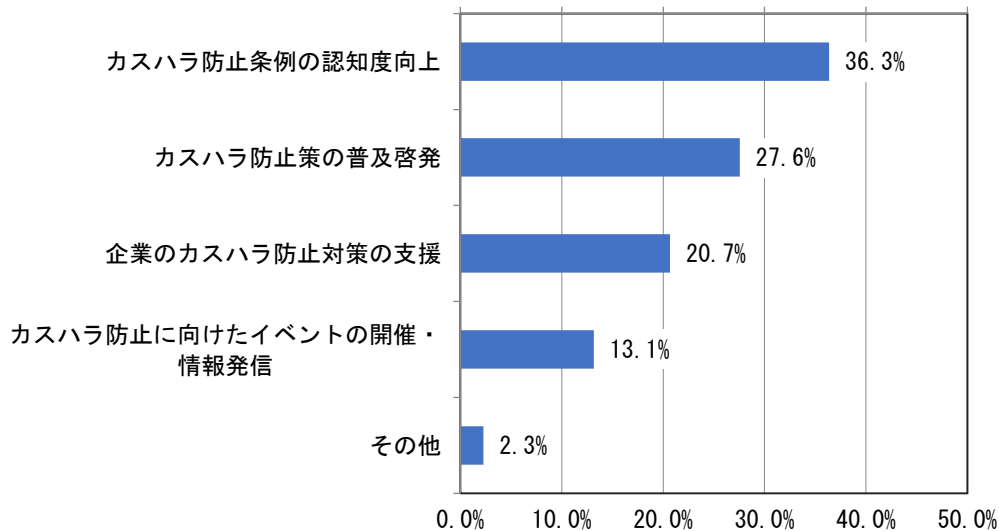
「言葉も内容も知っている」が 17.0%、「言葉は聞いたことがあり、内容は何となく知っている」が 29.1%、となっている。カスタマーハラスメント防止条例の認知率（「言葉も内容も知っている」「言葉は聞いたことがあり、内容は何となく知っている」の合計）は 46.1%となっている。



問 18 カスタマーハラスメント対策として、行政にどのようなことを望みますか。重要と思うものを選んでください。

「カスハラ防止条例の認知度向上」が36.3%で最も多く、次いで「カスハラ防止策の普及啓発」が27.6%、「企業のカスハラ防止対策の支援」が20.7%となっている。

n=1,194

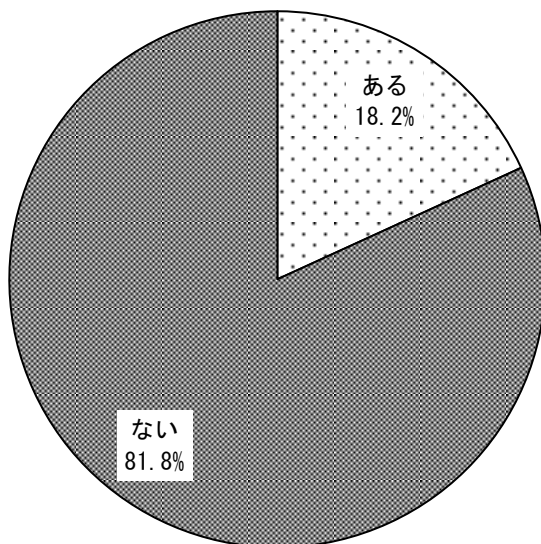


3.5 ご自身の行為・言動について伺います。

問 19 あなたは、ご自身の対応がカスタマーハラスメントにあたるのではないかと、思う行動・言動を行ったことがありますか。

「ある」が18.2%、「ない」が81.8%となっている。

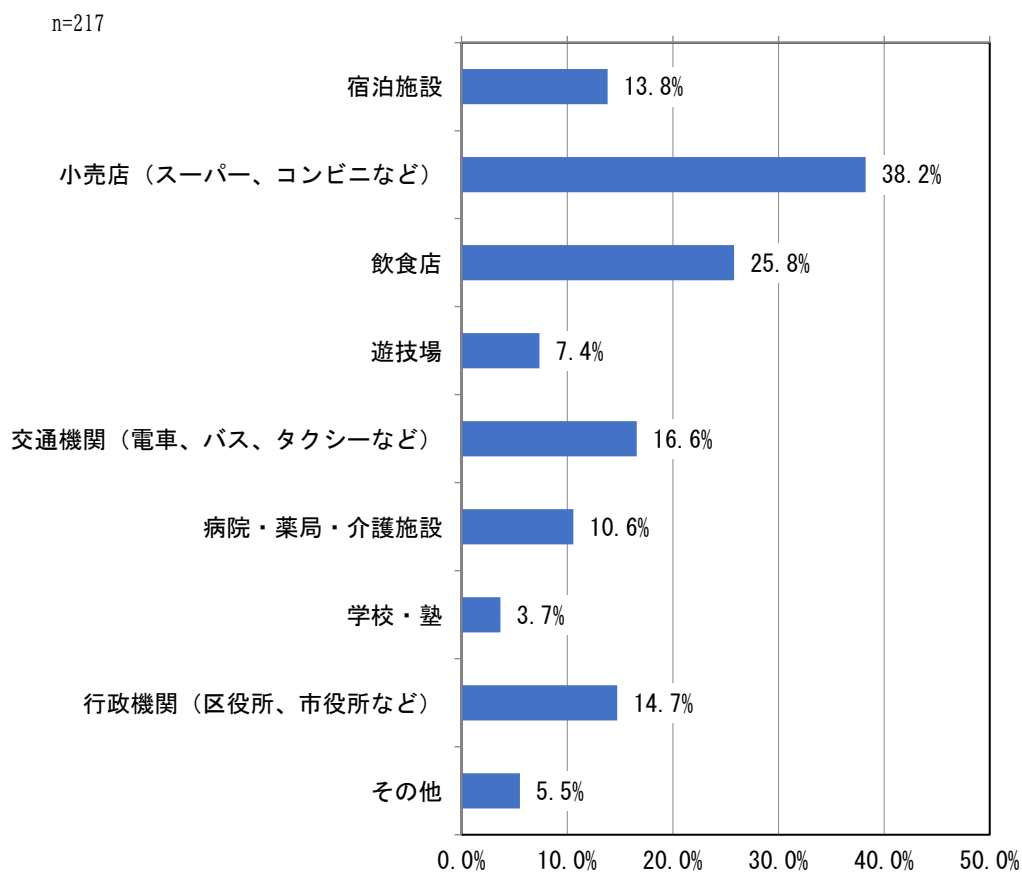
n=1,194



この質問は、ご自身の対応がカスタマーハラスメントにあたるのではないかと思う行動・言動をしたことが「ある」と回答した方に伺います。

問 20 それを行った場所はどこでしたか。(複数回答可)

「小売店(スーパー、コンビニなど)」が38.2%で最も多く、次いで「飲食店」が25.8%、「交通機関(電車、バス、タクシーなど)」が16.6%となっている。



4 調査のまとめ・分析

4.1 カスタマーハラスメントの認知

カスタマーハラスメントの認知度は、86.6%となった。

20歳代男女、30歳代男性で「言葉を聞いたことがない」割合が他の年代よりも高くなっている傾向はあるものの、カスタマーハラスメントという概念は、男女、年齢を問わず幅広く認知されている結果となった。(P42 問1)

性別	年代	言葉の意味も知っていない	言葉は聞いたことがなく、意味は何となく知っている	言葉は聞いたことがあるが、意味は知らない	言葉を聞いたことがない
男性	15歳～19歳(n=23)	30.4%	52.2%	13.0%	4.3%
	20歳～29歳(n=100)	48.0%	28.0%	1.0%	23.0%
	30歳～39歳(n=100)	50.0%	30.0%	5.0%	15.0%
	40歳～49歳(n=100)	65.0%	20.0%	9.0%	6.0%
	50歳～59歳(n=100)	56.0%	30.0%	7.0%	7.0%
	60歳～69歳(n=100)	73.0%	24.0%	2.0%	1.0%
	70歳以上(n=100)	66.0%	30.0%	3.0%	1.0%
	合計(n=623)	58.6%	27.9%	4.8%	8.7%
女性	15歳～19歳(n=27)	33.3%	44.4%	14.8%	7.4%
	20歳～29歳(n=100)	47.0%	25.0%	9.0%	19.0%
	30歳～39歳(n=100)	59.0%	29.0%	4.0%	8.0%
	40歳～49歳(n=100)	61.0%	30.0%	2.0%	7.0%
	50歳～59歳(n=100)	63.0%	27.0%	5.0%	5.0%
	60歳～69歳(n=100)	57.0%	34.0%	2.0%	7.0%
	70歳以上(n=44)	52.3%	43.2%	2.3%	2.3%
	合計(n=571)	55.9%	30.8%	4.7%	8.6%
全体合計(n=1194)		57.3%	29.3%	4.8%	8.6%

また、カスタマーハラスメントが増加しているという回答も79.6%となっており、カスタマーハラスメント対策が社会全体で解決すべき喫緊の課題であることを裏付けている。(P8 問2)

4.2 カスタマーハラスメントの経験

カスタマーハラスメントについて、「被害にあった」が16.8%、「見聞きした」が36.3%、「両方ある」が6.5%となり、カスハラ被害にあった経験がある人、見聞きしたことがある人の割合が約6割となった。(P8 問3)

業種ごとにばらつきはみられるが、最低でも47.5%であり、業種をとわずカスタマーハラスメントが起きていることが示唆されている。(P55 問3)

	(a) 被害にあった	(b) 見聞きした	(c) 両方ある	(a) + (b) + (c) 合計(※)	両方ない
農林漁業 (n=13)	61.5%	15.4%	0.0%	76.9%	23.1%
鉱業、採石業、砂利採取業 (n=3)	33.3%	33.3%	0.0%	66.7%	33.3%
建設業 (n=43)	11.6%	41.9%	11.6%	65.1%	34.9%
製造業 (n=131)	12.2%	36.6%	6.9%	55.7%	44.3%
電気・ガス・熱供給・水道業 (n=16)	25.0%	37.5%	0.0%	62.5%	37.5%
情報通信業 (n=119)	13.4%	35.3%	5.0%	53.8%	46.2%
運輸業、郵便業 (n=59)	18.6%	28.8%	0.0%	47.5%	52.5%
卸売業、小売業 (n=130)	16.9%	36.2%	8.5%	61.5%	38.5%
金融業、保険業 (n=56)	17.9%	50.0%	10.7%	78.6%	21.4%
不動産業、物品賃貸業 (n=68)	20.6%	30.9%	5.9%	57.4%	42.6%
学術研究、専門・技術サービス業 (n=47)	4.3%	53.2%	6.4%	63.8%	36.2%
宿泊業、飲食サービス業 (n=53)	17.0%	41.5%	5.7%	64.2%	35.8%
生活関連サービス業、娯楽業 (n=28)	28.6%	28.6%	3.6%	60.7%	39.3%
教育、学習支援業 (n=57)	15.8%	38.6%	3.5%	57.9%	42.1%
医療、福祉 (n=83)	21.7%	28.9%	6.0%	56.6%	43.4%
複合サービス事業 (n=27)	25.9%	18.5%	18.5%	63.0%	37.0%
サービス業 (他に分類されないもの (n=261))	15.7%	37.5%	6.9%	60.2%	39.8%
全体合計 (n=1194)	16.8%	36.3%	6.5%	59.7%	40.3%

※ (a)、(b)、(c)の値を合算した後に小数第2位を四捨五入している

カスタマーハラスメントの場面は、「対面（接客時など）」が 51.2%、「電話・メール」が 33.2%と全体の 8 割を占めた。（P10 問 4）ただし、業種によっては、「電話・メール」が占める割合が最上位になる場合もあり、業務形態によって、カスタマーハラスメントの場面が異なる点に留意が必要である。（P55 問 4）

	(接客時など) 対面	電話・メール	(営業先へ来訪など) 訪問	インターネット・SNS
農林漁業 (n=10)	70.0%	10.0%	20.0%	0.0%
鉱業、採石業、砂利採取業 (n=2)	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
建設業 (n=28)	46.4%	28.6%	17.9%	7.1%
製造業 (n=73)	41.1%	39.7%	6.8%	12.3%
電気・ガス・熱供給・水道業 (n=10)	50.0%	40.0%	10.0%	0.0%
情報通信業 (n=64)	40.6%	46.9%	4.7%	6.3%
運輸業、郵便業 (n=28)	35.7%	42.9%	7.1%	10.7%
卸売業、小売業 (n=80)	61.3%	23.8%	6.3%	8.8%
金融業、保険業 (n=44)	47.7%	38.6%	6.8%	6.8%
不動産業、物品賃貸業 (n=39)	38.5%	53.8%	2.6%	2.6%
学術研究、専門・技術サービス業 (n=30)	56.7%	20.0%	6.7%	13.3%
宿泊業、飲食サービス業 (n=34)	64.7%	20.6%	5.9%	8.8%
生活関連サービス業、娯楽業 (n=17)	70.6%	17.6%	11.8%	0.0%
教育、学習支援業 (n=33)	42.4%	42.4%	3.0%	9.1%
医療、福祉 (n=47)	63.8%	29.8%	4.3%	0.0%
複合サービス事業 (n=17)	58.8%	35.3%	0.0%	5.9%
サービス業 (他に分類されないもの) (n=157)	53.5%	28.0%	3.2%	12.1%
全体合計 (n=713)	51.2%	33.2%	5.8%	8.3%

カスタマーハラスメントの行為は、「威圧的な言動（声を荒げる、にらむ、物を叩くなど）」が63.8%で最も多く、次いで「継続的・執拗な言動や行為（何度も電話、要求を繰り返す）」が28.9%、「欠陥がない商品を新しく交換・サービスの提供し直しの要求」が23.3%となっている。なお、犯罪行為（暴行罪、傷害罪、脅迫罪等）となりうる行為も1割程度発生している。（P12 問5）

カスタマーハラスメントの対応については、「組織的に対応した（管理職・上司など）」が40.3%で最も多く、次いで「自分一人で対応した」が32.0%、「組織的に対応した（同僚など）」が31.7%となっている。ただし、30人以下の企業では、自分一人で対応したの割合が38.5%で最大となっている。（P13 問6）

カスタマーハラスメントによる心身の影響については、「怒り、不満、不安を感じた」が51.8%で最も多く、次いで「仕事への意欲が減退した」が18.5%となっており、就業環境を害することが明らかとなっている。また、眠れないなどの精神的な不調があった（7.6%）ほか、通院・服薬した、入院した、退職した等、深刻なケースも散見される。（P15 問9）

4.3 事業所のカスタマーハラスメント対策の現状

カスタマーハラスメント対策については、「行っている」が23.0%、「行っているが不十分」が27.6%、「行っていない」が約半数（49.3%）となっている。（P17 問12）

行っている対策は、「基本方針（従業員を守るための方針・姿勢など）の策定・周知」が60.5%で最も多く、次いで「対応マニュアル（現場での初期対応・手順の作成など）の整備」が46.4%、「相談窓口の設置」が31.6%となっている。（P18 問13）

カスタマーハラスメント対策ができていない理由では、「対応のためのノウハウがない」が46.7%で最も多く、「対応できる人材が不足している」37.2%、「対応のための費用がかけていない」が22.0%と続いている。（P19 問14）

コラム1：カスハラ対応を、個人から組織へ

詳細に分析すると、従業員規模が小さくなるにつれて、カスタマーハラスメント対策を行っていない企業の割合が高い。また、カスハラが起きた現場では、一人で対応したという事例も多くなっている。人員が限られることから、どうしても現場に上司や同僚がかけつけるといったことが難しいことは容易に想像できる。

一方、今回の調査では、マニュアルや方針が決まっていることで実際にカスタマーハラスメントの現場に遭遇した時に、毅然とした対応ができる。従業員の負担が軽減されるとの声があった。とるべき行動があらかじめ示されていれば、その場で従業員がどうすべきか考えなくてはいけないという不安や自分のせいで騒ぎが大きくなってしまったのではないかなど、従業員が自分を責めてしまうような負担を感じることは大いに減るであろう。

自由意見でも、従業員をカスタマーハラスメントから守ってほしいという切実な声が見られた。人員や予算の制約にかかわらず、自分の職場でカスハラが起きたことにどのような行動をとるべきかあらかじめ決めておくことから始めてみてはどうか。

また、防犯カメラや録音機の設置については、それらの設置を明示することによる抑止効果、事案発生時の証拠収集のほかに、これらの記録をもとにした社員研修やマニュアル作成にも役立つという指摘もあった。

カスハラの現場対応を社員個人から社内組織での対応とするためぜひ、参考とされたい。

4.4 カスタマーハラスメント対策として特に効果があると思うもの

カスタマーハラスメント対策として特に効果があるものは、「対応マニュアル（現場での初期対応・手順の作成など）の整備」が56.4%で最も多く、次いで「基本方針（従業員を守るための方針・姿勢など）の策定・周知」が51.5%、「従業員の安全確保（従業員を行為者から引き離すなど）」が32.7%、「防犯カメラ・録音機の設置」が31.7%、「相談窓口の設置」が31.1%となっている。（P20 問15）

○効果があると思う主な理由・意見（抜粋）

【「対応マニュアル（現場での初期対応・手順の作成など）の整備」】

【基本方針（従業員を守るための方針・姿勢など）の策定・周知】

→事案が発生した際に対処しやすい。事前の準備として効果がある
全社的に一貫した方針が定まっていれば、社員が行動しやすい

【従業員の安全確保（従業員を行為者から引き離すなど）】

【防犯カメラ・録音機の設置】

→防犯カメラの設置により予防だけでなく発生時の記録を正確に記録でき、その後の処理にも有用。

事実の証跡を残すことが将来に起きるかもしれない係争に対し有効。

関係者の講習の素材としても有効。

【相談窓口の設置】

【従業員の精神面・身体面のケア（メンタルヘルスケア・ストレスチェックなど）】

→一人で抱え込まず、上司や同僚と問題の共有が大切。孤立させない。

従業員の安全確保やその後の精神的苦痛な状況に親身になって耳を傾けることが大切

【関係部署への情報共有】

【従業員への教育・研修】

→関係機関との連携と専門箇所があった方が事象が発生してからの動きが早い
自分を守るすべも知っておくことが大切。

【警察・弁護士等への相談】

→埒が明かない場合は警察、若しくは会社の顧問弁護士に相談するステップが得策

コラム2：カスハラ防止のための意識改善を

今回の調査は、回答者が従業員としてカスハラの被害にあった・見聞きした実態を調査したが、このアンケートの最後に、回答者自身がカスハラに該当する言動を行ったことがあるかと質問している。この質問に約2割（18.2%）の方が「ある」と回答している。多くの方は、働く従業員でもあるが、業務上でも、私生活でも、当然、顧客という立場にもなる。誰もがカスタマーハラスメントを受ける側にも行う側にもなり得るという現実をあらためて認識できたといえる。こうした現実を踏まえ、働く人と顧客は対等の立場であることを理解し、相手の立場を尊重することで、カスタマーハラスメントを防止することが望まれる。

4.5 行政等に求められること

カスタマーハラスメント防止条例の認知率（「言葉も内容も知っている」「言葉は聞いたことがあり、内容は何となく知っている」の合計）は46.1%となっている。言葉を聞いたことがないという回答が全体の25.0%となっており、さらなる周知が求められる。

カスタマーハラスメント対策として行政に望むことでは、「カスハラ防止条例の認知度向上」が36.3%で最も多く、次いで「カスハラ防止策の普及啓発」が27.6%、「企業のカスハラ防止対策の支援」が20.7%となっている。

登録番号：(6) 12

令和6年度政策調査 カスタマーハラスメントに関する都民意識調査報告書

令和7年3月発行

編集・発行 東京都産業労働局総務部企画調整課

東京都新宿区西新宿2-8-1

03(5320)4607

受託者 株式会社 社会構想研究所

東京都港区新橋5丁目8番6号

リサイクル適性(A)

この印刷物は、印刷用の紙へ
リサイクルできます。

