

カスタマー・ハラスメント防止対策推進会議 資料

令和 8 年 7 月 2 4 日（金）
東京都

目 次

① カスタマー・ハラスメント防止対策推進会議について

- ・ 本推進会議においてご意見を頂きたい事項

② 令和 7 年度の都のカスタマーハラスメント防止対策の取組例について

- ・ 普及啓発の取組
- ・ 相談窓口／企業・業界団体向け支援の取組

③ カスタマーハラスメントに関する実態調査の結果について

- ・ 調査結果の概要

④ 令和 8 年度における取組について

- ・ 令和 8 年度における新たな展開
- ・ 改正労働施策総合推進法への都の対応について

○ 参考資料

- ・ 令和 8 年度における都の取組（企業・業界団体向け支援）
- ・ カスタマーハラスメントに関する実態調査の結果一覧
- ・ 都内区市町村におけるカスハラ防止対策の取組状況に関するアンケート結果
- ・ 東京都におけるカスハラ防止対策の取組

① カスタマー・ハラスメント防止対策推進会議について

カスタマー・ハラスメント防止対策推進会議について

- 令和7年4月1日に「東京都カスタマー・ハラスメント防止条例」を施行することに伴い、「**カスタマー・ハラスメント防止対策推進会議**」を立ち上げ

根拠条文・所掌事項

第13条第2項 都は、カスタマー・ハラスメント防止施策を効果的に推進するため、カスタマー・ハラスメント**防止施策の実施**及び当該**実施状況等の検証**に当たっては、**関係機関等の意見**を聴き、**施策に反映**するよう努めるものとする。

（本推進会議の所掌事項）

- ・ カスタマー・ハラスメント防止施策の検討に関すること
- ・ カスタマー・ハラスメント防止施策の実施状況等の検証に関すること
- ・ その他、条例等に関すること



本推進会議においてご意見を頂きたい事項（例）

- ・ カスタマーハラスメントの現状に対し、各団体等で把握されている**現場の取組状況**など
- ・ 令和7年度の**都のカスハラ防止に係る支援の取組**やその実施状況（進み方・程度等）など
- ・ **令和8年度以降の都の取組**において力を入れるべきと考えられる事項
（例：更なる普及啓発に向けた取組等）

② 令和7年度の都の顧客ハラスメント防止対策の 取組例について

令和7年度における都の取組（普及啓発）①

- ウェブサイトやポスター・リーフレットの活用、啓発グッズの配布、動画広告による情報発信等により、条例の理念等を普及啓発
- 幅広い層への条例の普及啓発に向けて、条例の基本理念である「互いを尊重し合う」を形にしたロゴ・フレーズの作成や広報物への人気キャラクターの活用等を実施

広報物等を活用した普及啓発

■ ロゴ・フレーズの作成

- ・ 条例で定める相互尊重の理念を分かりやすく伝えるため、新たにロゴ及びフレーズを作成
- ・ ロゴを活用した啓発グッズを、東京都が実施するイベント等で配布

■ ウェブサイト

- ・ カスハラ防止に関する様々な情報を発信するウェブサイト「TOKYO ノーカスハラ支援ナビ」を運営
- ・ カスハラの内容や条例の理念について分かりやすく伝えるとともに、カスハラに関連する判例の解説や上手に意見を伝える際のポイントの確認に活用できるチェックリストなどのコンテンツも掲載

■ 動画

- ・ 都条例やガイドラインを踏まえた防止対策のポイントをまとめた事業者向けの動画のほか、カスハラについて学べる子供向け動画等の制作を通じて、条例の理念や防止対策の必要性を広く普及啓発

■ ポスター・リーフレット

- ・ カスハラ防止に向けた周知啓発のため、①顧客等向け、②就業者向けのポスター・リーフレットを作成



【ロゴ・フレーズコンセプト】

- 「顧客等と就業者が相互に尊重」という条例の理念を端的に表現
- 「はたらく人」と「お客さま」の思いやりによって生まれる笑顔の好循環を、それぞれの円が寄り添う様子とグラデーションで表現



▲啓発グッズ（シール）



▲TOKYO ノーカスハラ支援ナビ※



▲子供向け動画※
（令和7年度末で掲載終了）



◀ポスター・リーフレット※

※（C）さくらプロダクション
／日本アニメーション

令和7年度における都の取組（普及啓発）②

- 令和7年度中に制作した広報物等を活用し、多様な媒体を通じた条例の普及啓発を実施
- 消費者向けの広報物での啓発をはじめ、屋外広告やスポーツ観戦施設等での広報展開により、幅広い層へ条例の理念を訴求

その他普及啓発の取組

■ 消費者向けの啓発

- ・ 「広報東京都」への記事掲載
- ・ 消費生活情報誌「東京くらしねっと」への記事掲載
- ・ 消費者庁「消費者教育ポータル」における子供向けのカスハラ防止普及啓発動画の掲載及び都内公立・私立学校（大学を除く）への周知 等

■ ハラスメント防止対策集中取組期間（12月～2月）の集中的な広報

- ・ SNSにおけるショート動画の配信やWEB広告による広報
- ・ 屋外ビジョンを活用したPR広告の掲出 等
（渋谷スクランブル交差点、都庁～新宿間地下通路）



◀渋谷スクランブル交差点
（渋谷「Rakuten Vision」）



▲広報東京都
（令和7年4月号）



▲東京くらしねっと
（令和7年9・10月号）

■ その他

- ・ ワイドコラボ協定※提携企業と連携した広報
（東京フットボール株式会社、トヨタアルバルク東京株式会社）
- ・ 都内の各業界団体等への訪問を通じた条例・指針等の概要説明 等

※ワイドコラボ協定

様々な行政施策を推進していくため、民間企業と複数の政策分野にまたがる包括的、横断的な連携協力を行う包括連携協定



▲ワイドコラボの取組
（アルバルク東京の試合会場での放映）

令和7年度における都の取組（相談窓口）

- カスタマーハラスメントに関する問合せを一元的に受け付ける総合相談窓口を設置・運営し、事業者、従業員、顧客などからのカスハラ防止対策に関する相談に対応
- 社会保険労務士や産業カウンセラーのほか、消費生活センター相談員経験者を配置し、専門性を要する相談にもきめ細かく対応

取組概要

■ 東京都カスタマーハラスメント総合相談窓口

- ・ 労務管理やメンタルケア、消費者保護等に関する経験が豊富な専門相談員による相談対応を実施

（相談事例）

	相談内容	対応例
事業者	カスハラ対策のメンタルケアについて、外部委託や、専門家の選定基準を相談したい。	社内の産業医のほか外部の専門家の活用検討に加え、厚労省の「こころの耳」などによる無料相談を通じて、社内の実情に合わせた対策の検討が有効であることを助言
就業者	マンションの組合員の方からの要求が執拗に繰り返されるなど、対応に困っている。	カスハラの該当性については組織として議論・判断することが妥当であること、マンションの管理規約や顧問弁護士や外部機関等（都の相談窓口や弁護士会等）への相談も有効であることを助言
顧客等	定期購入の契約中の商品の苦情を伝えたところ、カスハラだとして一方的に契約を打ち切られたがどうしたらよいか。	サービス提供や契約に関するトラブルのため、企業と消費者の間に、第三者に介入してもらうことをアドバイスの上、消費生活センターを紹介

《令和7年度相談件数：1,380件》



※個人等の特定を避けるため、内容は要約・変更している。

令和7年度における都の取組（企業・業界団体向け支援①）

- 実践的なカスハラ防止対策について学べるセミナーを開催するとともに、取組に応じて奨励金を支給するなど、業界団体や企業等におけるカスハラ防止対策を一層後押し
- 業界団体に対して、専門家派遣を通じた会員向けの防止対策マニュアルの作成を支援

取組概要（セミナー①）

■ 開催内容（ウェビナー形式で全5回実施）

第1回	カスタマーハラスメントに係る基礎知識と企業の取組		
	東京都カスタマー・ハラスメント防止条例の概要をはじめとしたカスハラの基礎知識を学ぶとともに、先進的な企業の取組を紹介		
実施日	令和7年7月31日（木）	受講人数	215人
第2回	カスタマーハラスメントの起こる構造と組織的な対応		
	カスハラをされる側・する側の心理をそれぞれ理解し、具体的な場面での対応方法を知り、現場が困らない社内対応や対策の推進方法、マニュアルの活用方法等を紹介		
実施日	令和7年9月25日（木）	受講人数	214人
第3回	対面場面におけるカスタマーハラスメントの対応策		
	対面場面におけるカスハラの特徴や実態を踏まえ、具体策や、接客力を活かした未然防止の方法を学ぶとともに、美容業界の団体を招き、実際の課題や取組事例等を紹介		
実施日	令和7年12月1日（月）	受講人数	187人

令和7年度における都の取組（企業・業界団体向け支援②）

取組概要（セミナー②）

第4回	電話対応におけるカスタマーハラスメントの対応策		
	電話対応時のカスハラの特徴や実態を踏まえ、具体策や、対応スキルを活かした未然防止の方法を学ぶとともに、電話業務における組織対応の重要性や支援体制構築の方法を紹介		
実施日	令和8年1月20日（火）	受講人数	245人
第5回	訪問場面におけるカスタマーハラスメントの対応策		
	訪問場面におけるカスハラの特徴や実態を踏まえ、適切な対応方法や現場で活用できる取組を学ぶとともに、訪問販売業界の団体を招き、現状や具体事例を踏まえた対策等を紹介		
実施日	令和8年2月13日（金）	受講人数	133人

【セミナー参加者の声（一部抜粋）】

セミナー内容に関する意見

- ・現場で働く側、組織の内部の働く側の双方の立場で参考となる内容であり、企業に取り組むべきことが具体的に示されていた。
- ・Q&Aが現場目線で、類型や事例が豊富で、対応のイメージを掴みやすかった。 等

企業としての対策に関する意見

- ・対応マニュアルの制作が止まっていたが、今回のセミナー内容を踏まえて作業を再開したい。
- ・講師の実体験を交えた話に臨場感があり、集中して聞いた。 等

現場での実践や顧客対応に関する意見

- ・訪問販売は顧客宅に赴くため、対策が分かりにくい部分があったが、本セミナーの内容が参考になった。
- ・カスタマーハラスメントにとどまらず、クレーム対応全般に共通する考え方や態度であると感じ、顧客対応を行う者は知っておくべき内容であると感じた。 等

取組概要（奨励金）

■ 企業向け奨励金

- ・ 条例施行日以降にマニュアルを整備し、実践的なカスハラ防止対策を行った中小企業等に対し支給

規模：（令和7年から3か年で）10,000件 金額：定額40万円

《主な支給要件》

- （1）カスハラ防止対策マニュアルの作成
- （2）以下の①～③のいずれか一つの対象の取組の実施
 - ① 録音・録画環境の整備
 - ② AIを活用したシステム等の導入
 - ③ 外部人材の活用

申請件数（令和7年度募集分）：4,982件

■ 団体向け奨励金

- ・ 業界団体が会員企業等及びその従業員向けに防止対策の体制を整備した場合に支給

規模：30件 金額：最大100万円

《主な支給要件》

- （1）会員企業等へ向けたカスハラ基本方針の策定・周知（20万円）
- （2）会員企業等の防止対策をサポートする相談窓口の設置（40万円）
- （3）カスハラ防止対策に関する研修の実施（20万円）
- （4）カスハラ防止対策に資する外部人材等の活用（20万円）

支給件数（令和7年度募集分）：27件

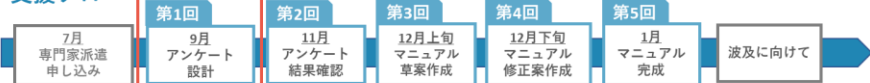
令和7年度における都の取組（企業・業界団体向け支援④）

取組概要（コンサルティング）

- 業界団体に対し、専門家派遣を通じた会員向けのカスハラ防止対策マニュアルの作成を支援（支援団体数：16団体）

支援事例①：現場実態を把握するアンケートの実施

支援フロー



①マニュアル作成にあたっての団体の課題



「組合員がカスハラに遭うこともあるだろう」との認識はあったが、団体として組合員の現場で起きているカスハラについて正式に調査したことが無く、実態を把握できていない。どのように実態把握をすればいいかも分からないし、組合員の現場の従業員が活用できるマニュアルを作成できるか不安。

②団体の課題に対する専門家の支援・助言



現場の実態を把握するため、Googleフォームによる組合員向けカスタマー・ハラスメント実態調査アンケートの実施を提案。現場の多忙さを考慮し、簡易に回答できるよう、アンケート項目フォーマットを提示した。また、集まったアンケート結果を共有いただき、マニュアルに盛り込む事例の選定と、記載文案について助言を行った。



【事務局支援】
Googleフォームの編集サポート

実際の支援事例

③団体の実際の取組



【現場の実態を可視化するために】

専門家の助言をもとに、Googleフォームを活用したカスタマー・ハラスメント実態調査アンケートを実施した。「忙しくて良いアンケートは答えられない」といった現場でも回答しやすいよう、設問数や選択肢を工夫。実際に現場で起きている場面や、対応に迷った具体的なケースが見えてくるよう、自由記述でカスハラの事例を収集した。

【実態を踏まえたマニュアル内容の検討】

集計したアンケート結果を専門家・事務局間で共有し、現場で起こりやすい事例や判断に迷いやすい場面を抽出。その結果に基づいて、マニュアルに盛り込む事例や表現を整理した。



④専門家からのポイント



現場の実態把握が「従業員を守るマニュアル」の第一歩

現場の状況を把握しないままでは、実用性のあるマニュアルは作れません。アンケートを通じて現場の声を可視化することで、従業員が直面するリスクや負担を踏まえた内容を検討することが可能となります。

現場の声を反映することで、安心して行動できる判断基準が明確に

実際の事例をもとにマニュアルを作成することで、従業員が「どこまで対応すべきか」「誰に引き継ぐべきか」を判断しやすくなり、不安や対応の個人化を防ぐことにつながります。

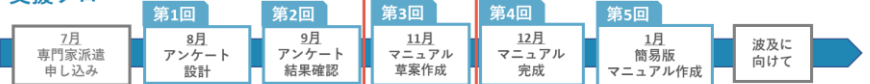
⑤団体からのコメント



専門家の助言により、現場の実態を把握することの重要性を再認識しました。アンケートを通じて組合員の状況を整理できたことで、従業員が安心して対応できるマニュアル作成につながることができたと感じています。今後も、組合員の現場に寄り添ったカスハラ対策を進めたいと考えています。

支援事例②：業界の特性に合わせたマニュアルの作成

支援フロー



①マニュアル作成にあたっての団体の課題



会員によってヘア、まつげ、着付けなど業態が多岐に渡るため、業界団体としてカスハラ対策についての統一見解を取りまとめるのは、正直難しいと感じる。

②団体の課題に対する専門家の支援・助言



マニュアル内の、「業界特有の事情・背景」「業界でのカスタマー・ハラスメント事例」の箇所に、業態ごとに記載することを推奨。各業態の会員が必要箇所のみを選定してマニュアルをカスタマイズできる旨を説明した。また、対応策については、業態別に大きく変える必要がないため、汎用的に使える基本の対応策を記載することを助言した。



【事務局支援】
マニュアルの構成イメージを作成し、データを提供

実際の支援事例

③団体の実際の取組



【業界特性を踏まえた整理方法の検討】

専門家の助言をもとに、業態ごとに整理して記載する構成とした。会員が、自社に該当する箇所のみを参照できるよう工夫することで、内容の分かりやすさと実用性の両立を図った。

【共通ルールの明確化】

対応方針が業態によって大きく変わらない部分については、業界共通で守るべき基本的な対応方針・考え方として整理。従業員が判断に迷った際にも、「業界としての統一見解」を拠り所に対応できる内容とした。



④専門家からのポイント



「統一しすぎない」ことで、現場を守る

業態の違いを無視した一律の整理では、事業者から「うちでは使えないマニュアル」と認識されてしまう恐れがあります。業態ごとに事例を示すことで、各事業者が「自分事」として捉え、実用的なマニュアルになります。

共通の考え方を示すことで、小規模事業者・経営者の判断負担を軽減

業態ごとの整理と合わせて、共通する対応の基本を示すことで、小規模事業者・経営者が一人で判断を抱え込まず、業界として一貫した対応ができる体制づくりにつながります。

⑤団体からのコメント

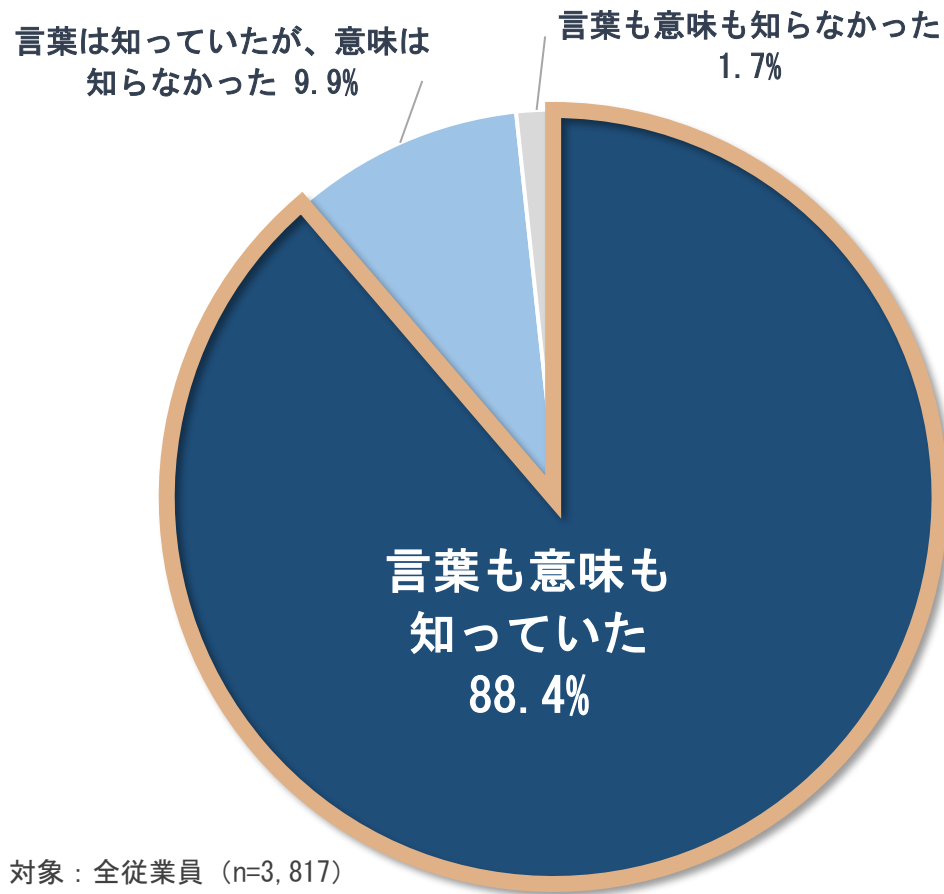


業態ごとの違いが大きい中で、どのようにマニュアルをまとめるべきか悩んでいましたが、専門家の助言により、会員が使いやすい整理方法を見出すことができました。業界としての共通認識を示すことで、従業員が安心して対応できるマニュアルになったと感じています。

③カスタマーハラスメントに関する実態調査の結果について

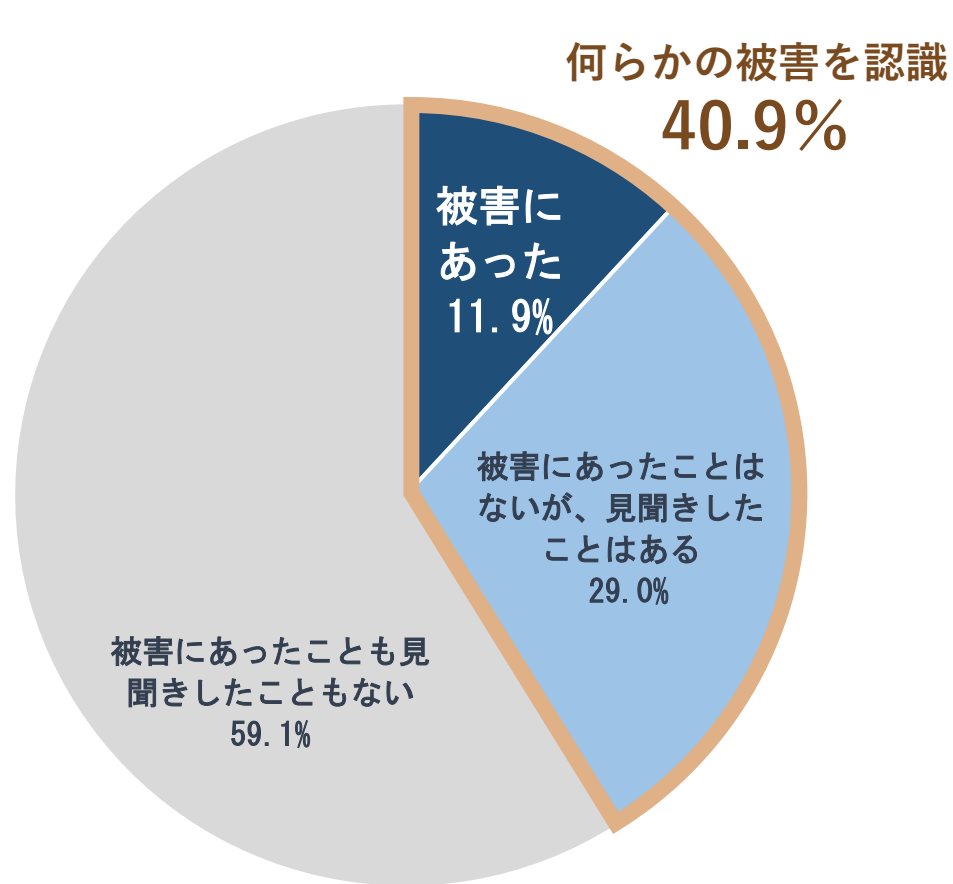
条例施行後の都内におけるカスタマーハラスメントの現状を把握し、今後の施策への参考とするため、実態調査を実施

「カスタマーハラスメント（カスハラ）」という言葉は、約9割の方が認知

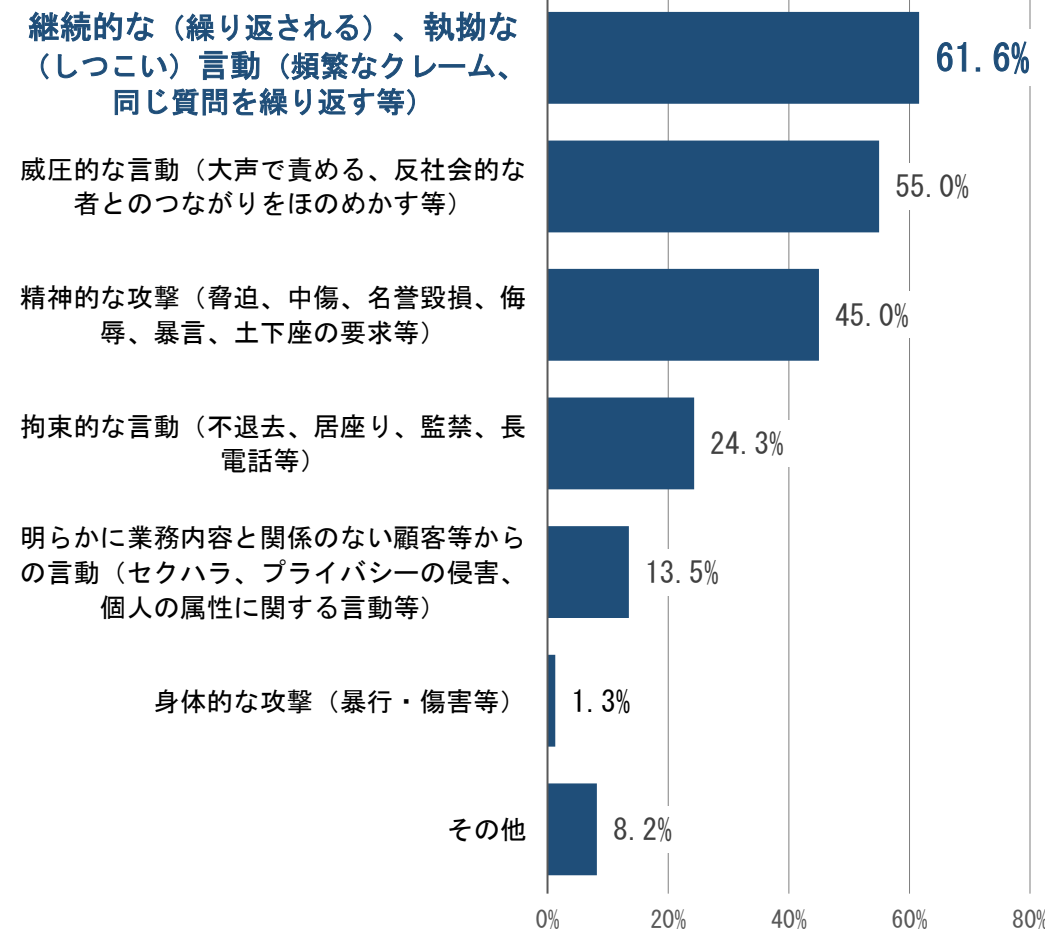


調査結果の概要②

- カスハラ被害にあった従業員の割合は約1割で、「継続的な、執拗な言動」が最多

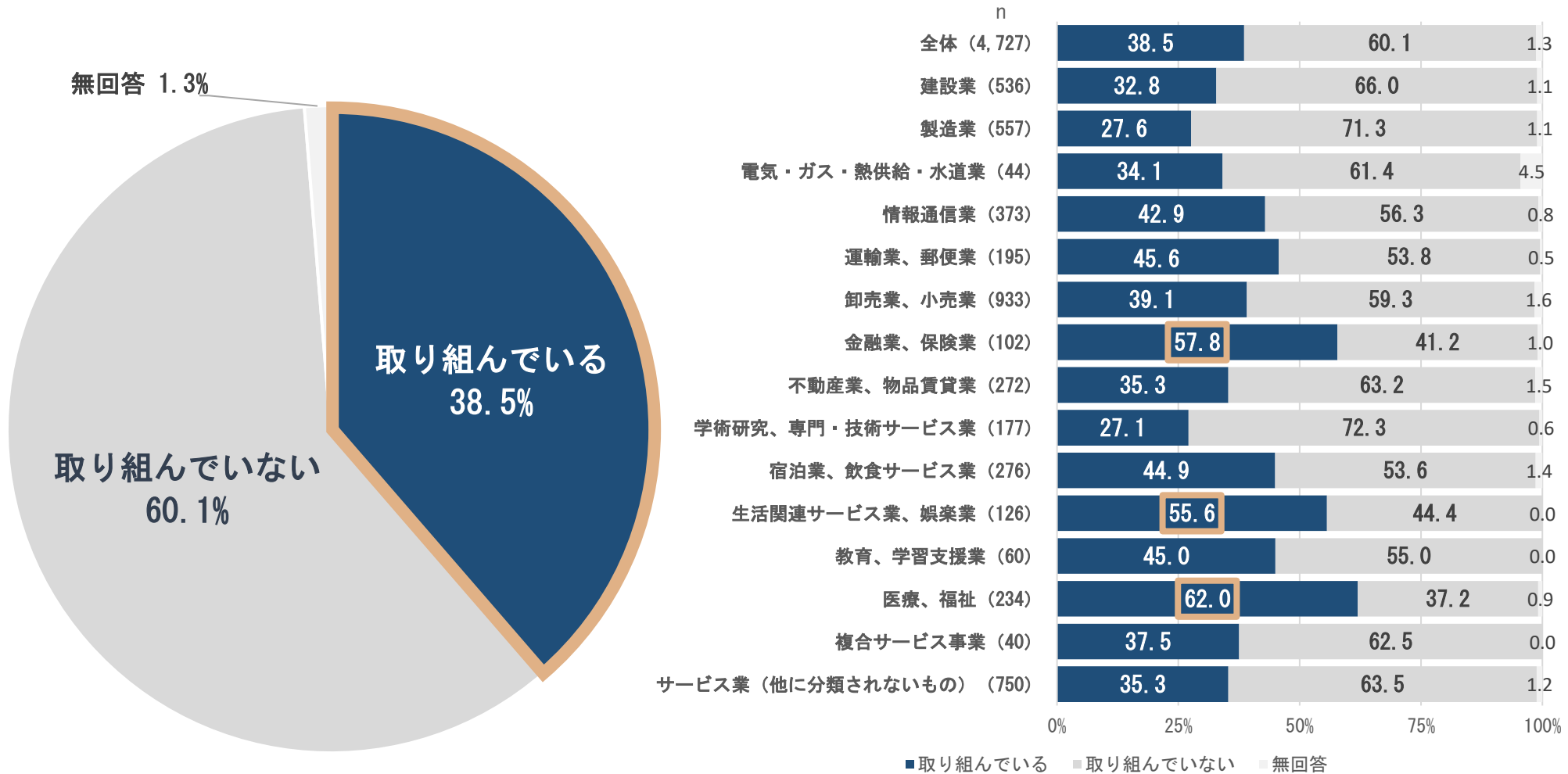


対象：全従業員（n=3,817）



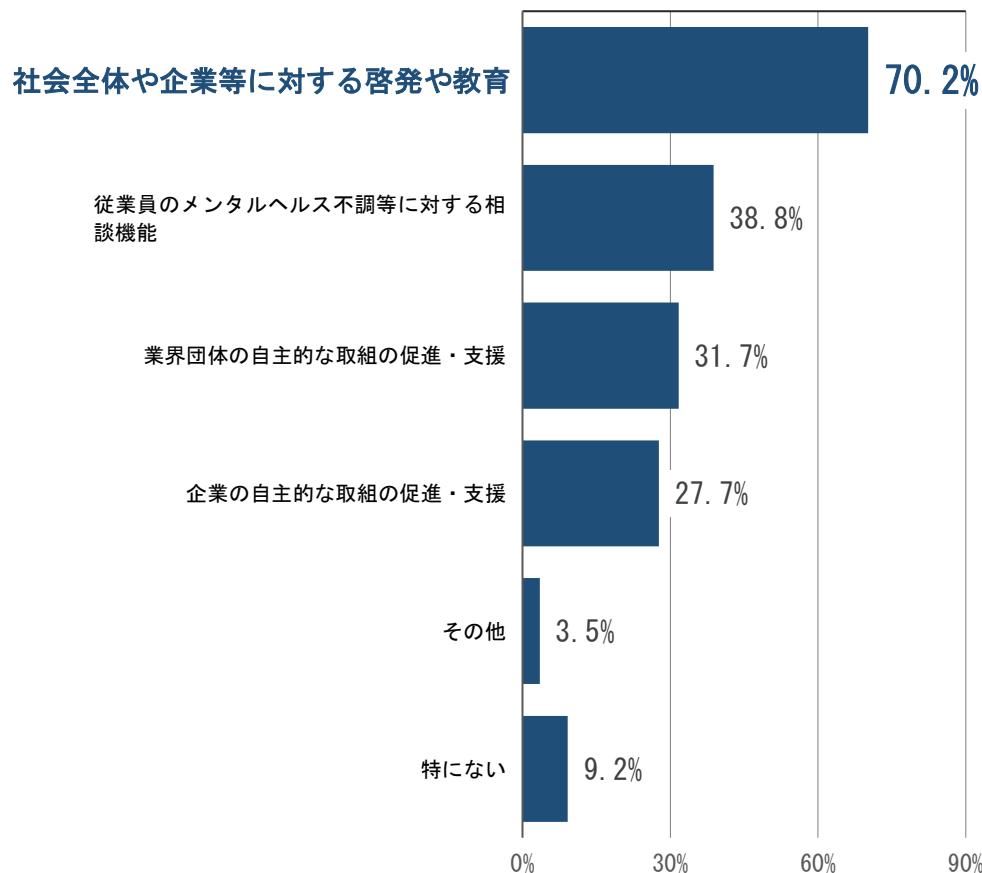
対象：カスハラ被害にあった従業員（n=453）

カスハラ防止対策に取り組む企業の割合は約4割で、業種により割合に差がみられる



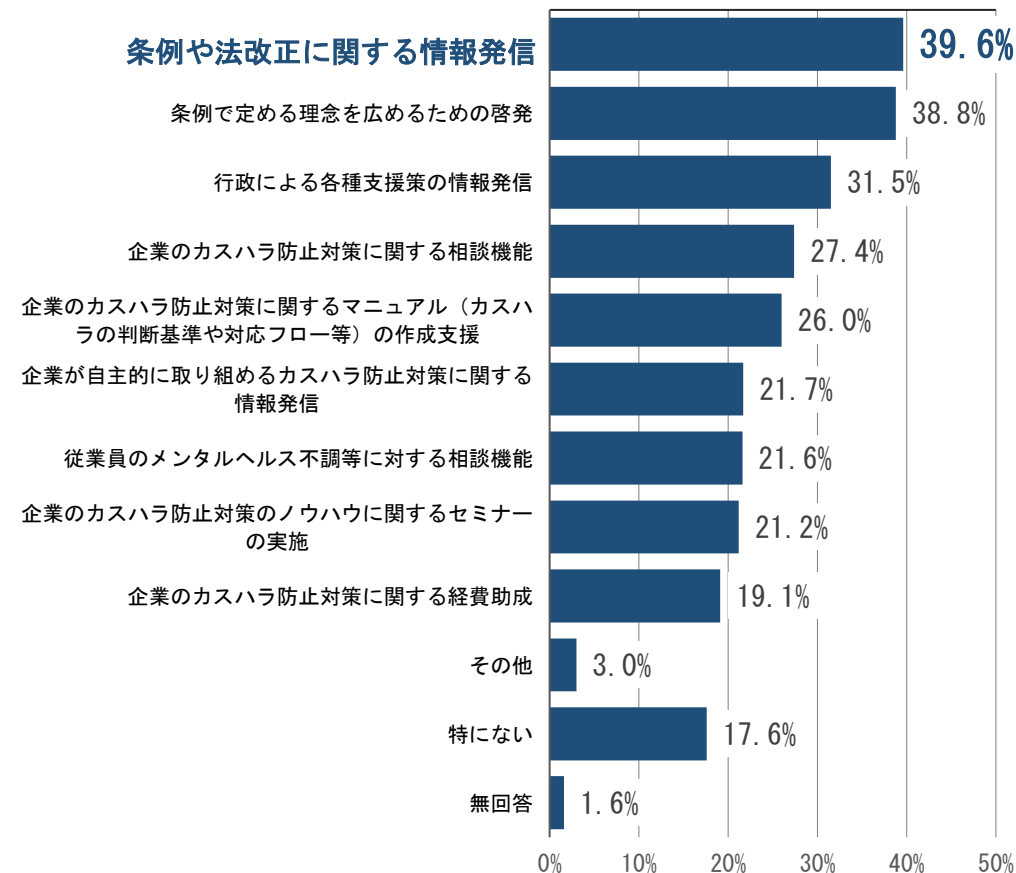
行政に対しては、社会全体への啓発・教育や条例等に関する情報発信を求める声が多い

従業員アンケート



対象：全従業員（n=3,817）

企業アンケート



対象：全企業（n=4,727）

④ 令和 8 年度における取組について

令和8年度における新たな展開

- 都条例施行から1年が経過する中、条例制定を契機としたカスハラ防止の取組を一過性のものとして終わらせることなく、社会全体に条例の理念（相互尊重）を確実に浸透

取組概要

■ カスハラ防止に向けたムーブメントづくり

- ・業界団体や企業とも連携しながらロゴ・キャッチフレーズの周知を強化することにより、条例の理念の浸透や社会的な関心を喚起
- ・カスハラ防止対策に取り組む企業のコミュニティを形成し、実践事例の紹介や独自の知見、実効性のあるノウハウを広く共有・展開
- ・企業におけるカスハラ防止対策の義務化を契機とし、先進的な事例や国と連携した改正法のポイントなど、取組の促進に役立つ情報を発信

幅広いコミュニティを形成し、企業の実践的な取組を共有することで、カスハラ防止に向けた更なる機運を醸成

■ 情報のバリアフリー化

ウェブサイトやポスター・リーフレットの活用、動画による情報発信等にあたり、音声コードや手話の導入等により、障害をお持ちの方にも、読みやすい形で条例の理念の普及啓発等を実施



▲普及啓発シール



▲取組表示ステッカー



▲音声コードの導入イメージ（内閣府HP参照）

改正労働施策総合推進法への都の対応について

令和8年10月1日より、改正労働施策総合推進法（改正法）が施行される。

改正の趣旨（カスハラ関連）

多様な労働者が活躍できる就業環境の整備を図るため、ハラスメント対策の強化等の措置を講ずる。

- カスタマーハラスメントを防止するため、事業主に雇用管理上必要な措置を義務付け、国が指針※を示すとともに、カスタマーハラスメントに起因する問題に関する国、事業主、労働者及び顧客等の責務を明確化する。
- 職場におけるハラスメントを行ってはならないことについて国民の規範意識を醸成するために、啓発活動を行う国の責務を定める。

※改正法に基づく、事業主が講ずべき具体的な措置の内容等は「事業主が職場における顧客等の言動に起因する問題に関して雇用管理上講ずべき措置等についての指針」に示されている。

（令和8年2月26日 厚生労働省告示第51号）

改正法と条例の関係

- 都条例は、カスハラ禁止や適用上の注意等の規定を通じて、「カスタマー・ハラスメントのない公正かつ持続可能な社会」を目指している。一方、法律は、「労働者の職業の安定と経済的社会的地位の向上」を目指している。
- 併せて、都条例は、「社会全体でのカスハラ防止」と、顧客等と就業者との「相互に尊重」を掲げる「理念的な条例」であり、その運用において、法律を妨げるものではない。

法改正に向けた今後の取組

- シンポジウム等を通じた改正法の周知・啓発（東京労働局とも連携）
- 改正法等との整合をとるための都の指針や各団体共通マニュアル等の調整
- 事業主による措置義務化に向け、取組事例の発信、専門家による相談や業界団体へのセミナー等により取組を支援

○ 參考資料

団体等向け支援

- 業界団体・企業向けセミナー

カスハラの未然防止や発生時の対応等に関するノウハウを得られるセミナーを実施

（R7テーマ例）カスハラに係る基礎知識と企業の取組、対面場面・電話対応におけるカスハラの対応策

- 業界団体向けコンサルティング

業界団体に対して、専門家派遣を通じた会員向けの防止対策マニュアルの作成を支援（最大5回派遣）



セミナー・コンサル
ウェブサイト

企業向け奨励金

- 条例施行日以降にマニュアルを整備し、実践的なカスハラ防止対策を行った中小企業等に対し支給

規模：（令和7年から3か年で）10,000件 金額：定額40万円

〈主な支給要件〉

（1）カスハラ防止対策マニュアルの作成

（2）以下の①～③のいずれか一つの対象の取組の実施

①録音・録画環境の整備 ②AIを活用したシステム等の導入 ③外部人材の活用



企業向け奨励金
ウェブサイト

団体向け奨励金

- 業界団体が会員企業等及びその従業員向けに防止対策の体制を整備※した場合に支給

規模：30件 金額：最大100万円

※申請し、都が交付決定した取組が対象

〈主な支給要件〉

（1）会員企業等へ向けたカスハラ基本方針の策定・周知（20万円）

（2）会員企業等の防止対策をサポートする相談窓口の設置（40万円）

（3）カスハラ防止対策に関する研修の実施（20万円）

（4）カスハラ防止対策に資する外部人材等の活用（20万円）



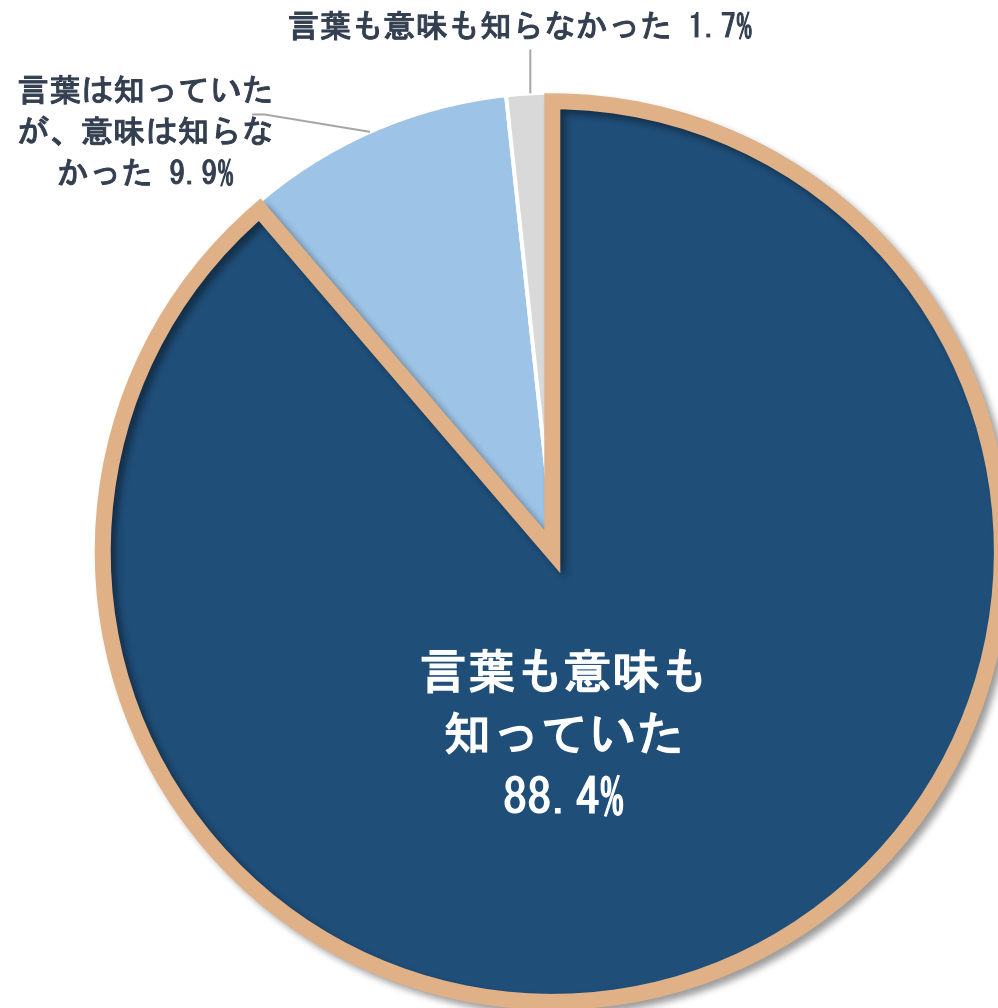
団体向け奨励金
ウェブサイト

調査結果（調査の概要）

項目	内容
調査名称	カスタマーハラスメントに関する実態調査
調査対象	都内全域（島しょを除く）の企業で、「建設業」、「製造業」、「電気・ガス・熱供給・水道業」、「情報通信業」、「運輸業、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」、「サービス業（他に分類されないもの）」の15業種
標本数	企業アンケート：常用雇用者規模30人以上 <u>10,000社</u> … ① 常用雇用者規模2人以上30人未満 <u>10,000社</u> … ② 従業員アンケート：常用雇用者規模30人以上 <u>20,000人</u>（上記①より各社2人） 常用雇用者規模2人以上30人未満 <u>10,000人</u>（上記②より各社1人）
抽出方法	企業アンケート：事業所母集団データベースのリストをもとに無作為抽出 従業員アンケート：調査対象企業に勤務する従業員を対象に、下記のとおり配布を依頼 ・常用雇用者規模30人以上：2名 ・常用雇用者規模2人以上30人未満：1名
調査方法	企業アンケート：郵送配布・郵送回収又はオンライン回答 従業員アンケート：オンライン配布・オンライン回答
調査時期	令和7年10月
有効回収数	企業アンケート：<u>4,727件</u>（内訳：2～29人 2,505件、30人以上 2,156件、無回答 66件） 従業員アンケート：<u>3,817件</u>（内訳：2～29人 1,223件、30人以上 2,594件）

調査結果（「カスハラ」の認知度）

- 「カスタマーハラスメント（カスハラ）」という言葉の認知について、言葉も意味も知っていた従業員の割合は約9割(88.4%)

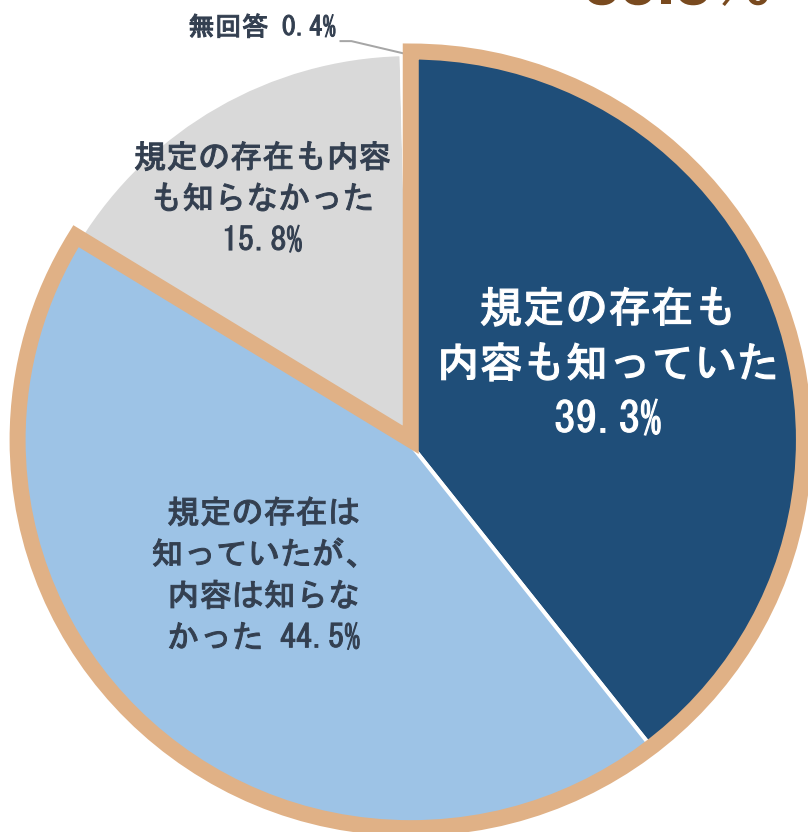


対象：全従業員（n=3,817）

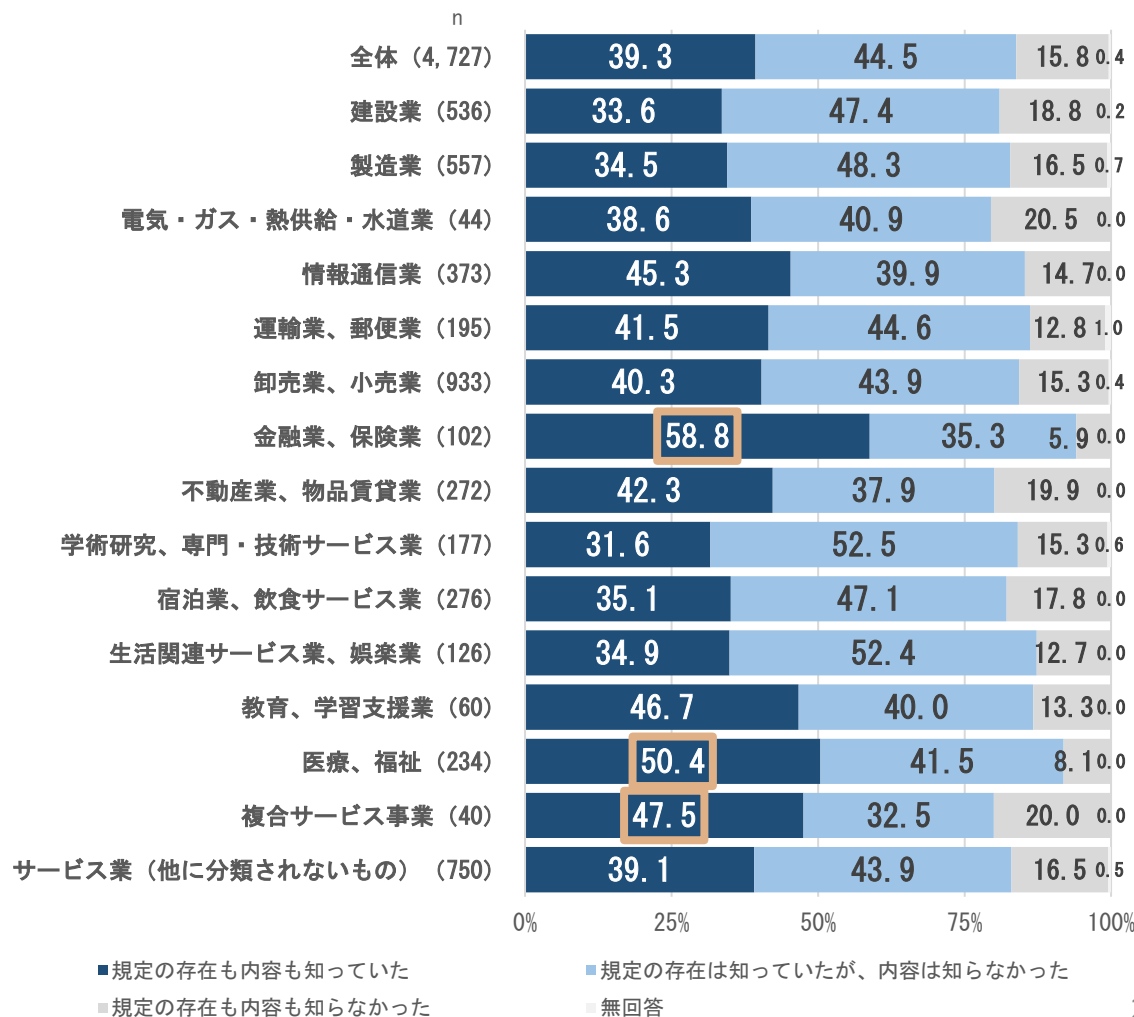
調査結果（「事業者の責務」の認知度）

- カスハラ防止条例で事業者に責務が課せられていることの認知について、規定の存在を知っていた企業の割合は約8割(83.8%)、そのうち内容も知っていた企業の割合は約4割(39.3%)
- 規定の存在も内容も知っていた企業の割合を業種別にみると、「金融業、保険業」(58.8%)が最も高く、次いで「医療、福祉」(50.4%)、「複合サービス事業」(47.5%)が続く。

責務規定の認知 83.8%

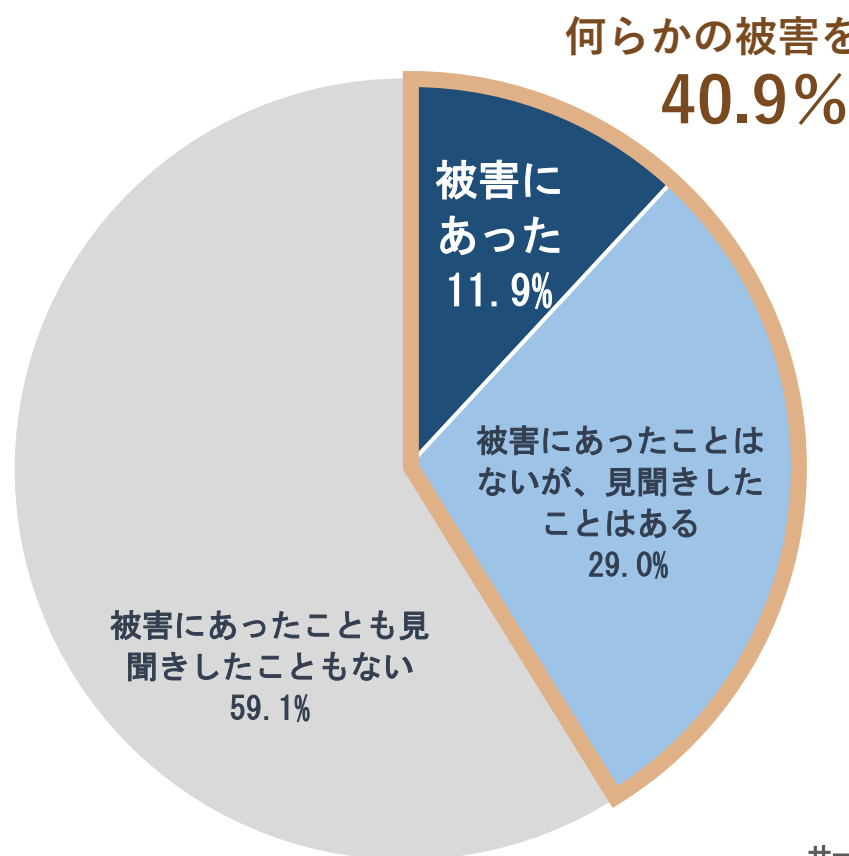


対象：全企業（n=4,727）

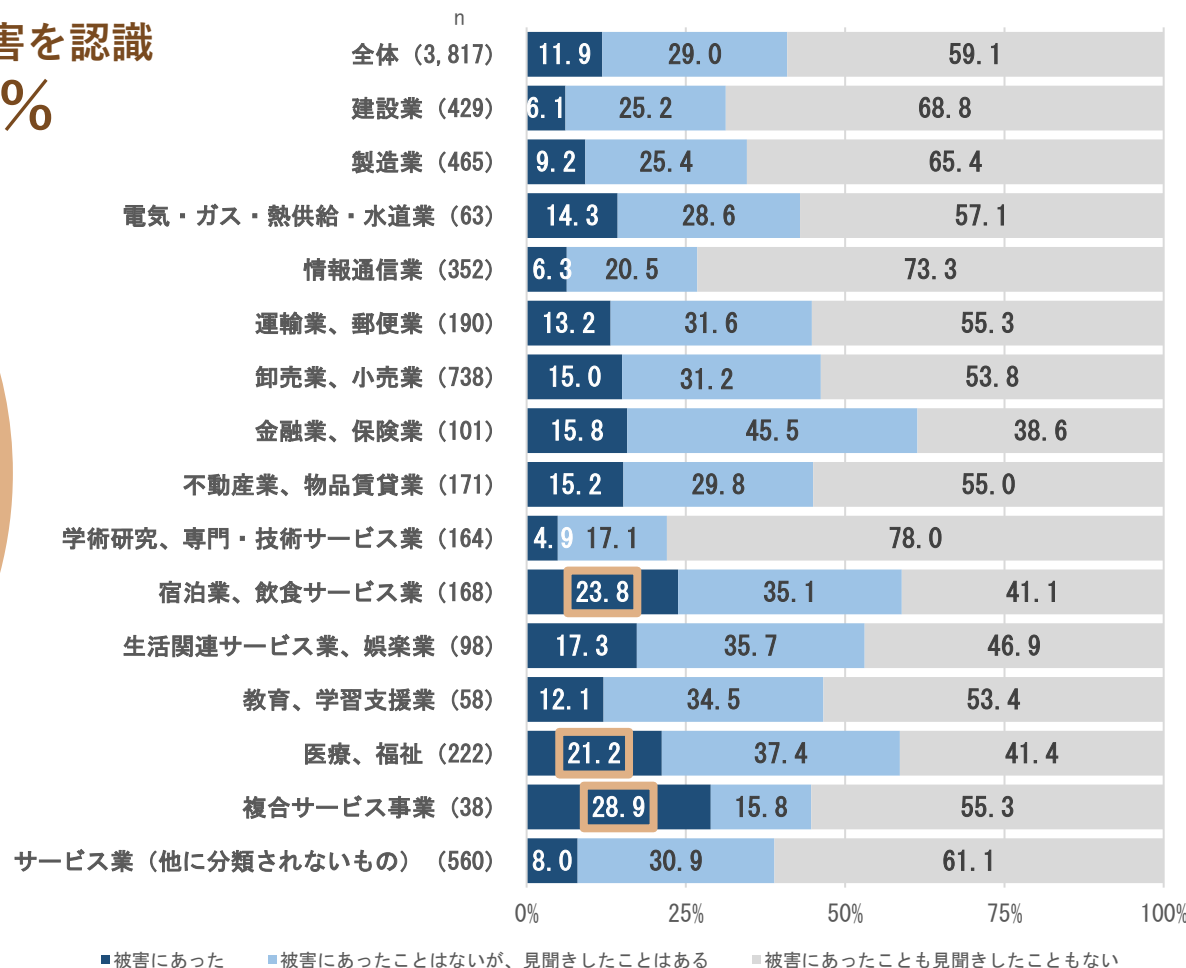


調査結果（カスハラ被害にあった従業員の割合）

- 過去1年間にカスハラ被害にあったことのある従業員の割合は約1割(11.9%)で、見聞きしたことはある従業員(29.0%)も合わせると、何らかの被害があると認識している従業員の割合は約4割
- 業種別にみると、「複合サービス事業」(28.9%)が最も高く、次いで「宿泊業、飲食サービス業」(23.8%)、「医療・福祉」(21.2%)が続く。

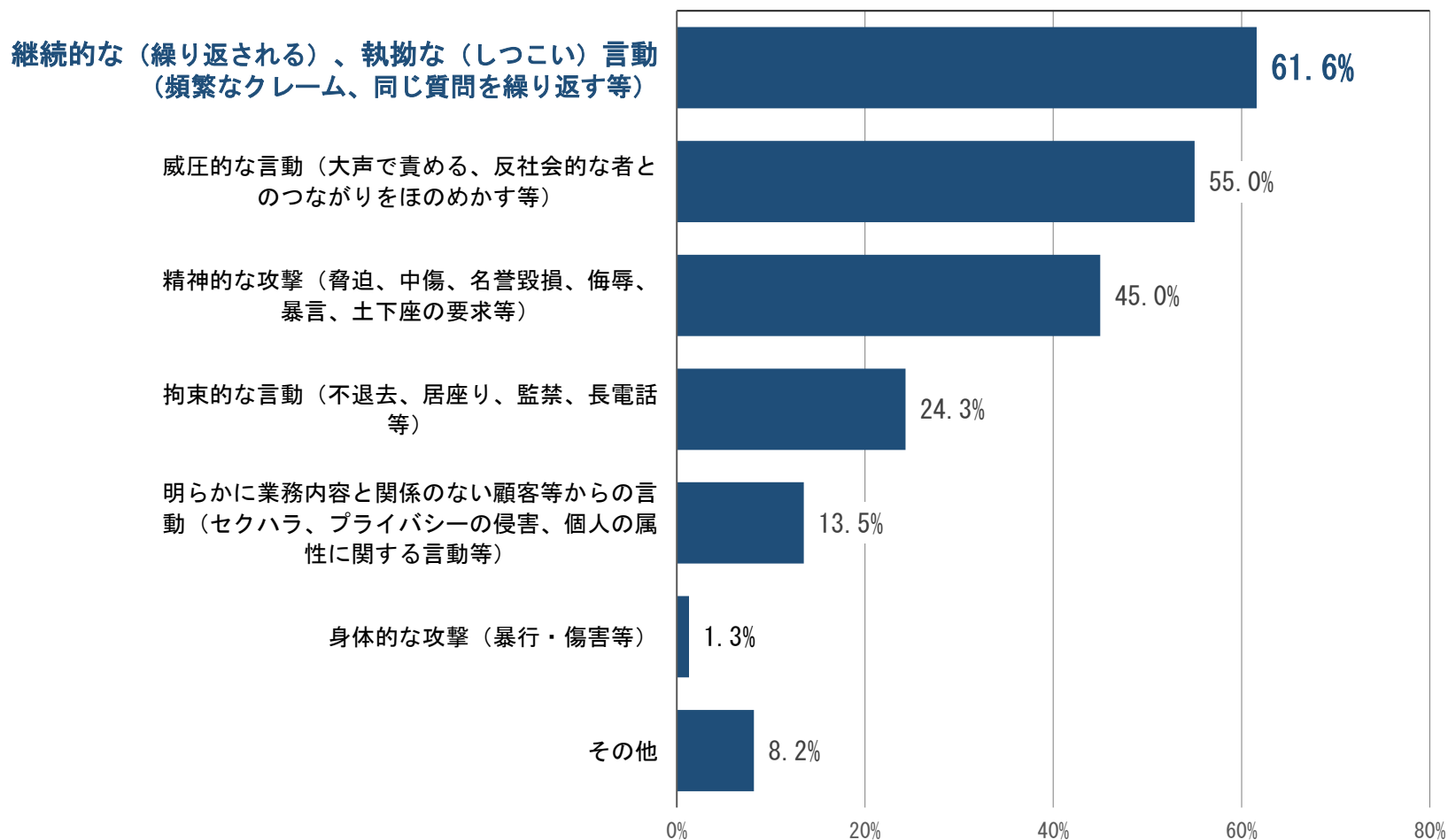


対象：全従業員（n=3,817）



調査結果（被害にあったカスハラ行為の内容）

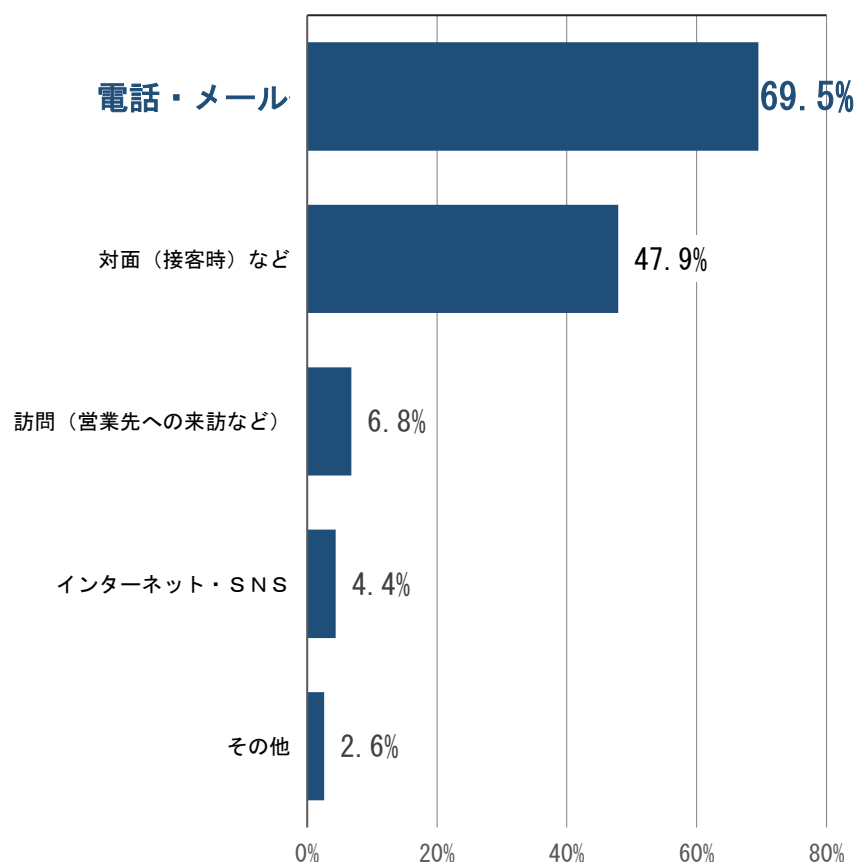
- 被害にあったカスハラ行為の内容は「継続的な、執拗な言動」（61.6%）が最も高く、次いで「威圧的な言動」（55.0%）、「精神的な攻撃」（45.0%）が続く。



対象：カスハラの被害にあった従業員（n=453）

調査結果（カスハラ被害にあった場面）

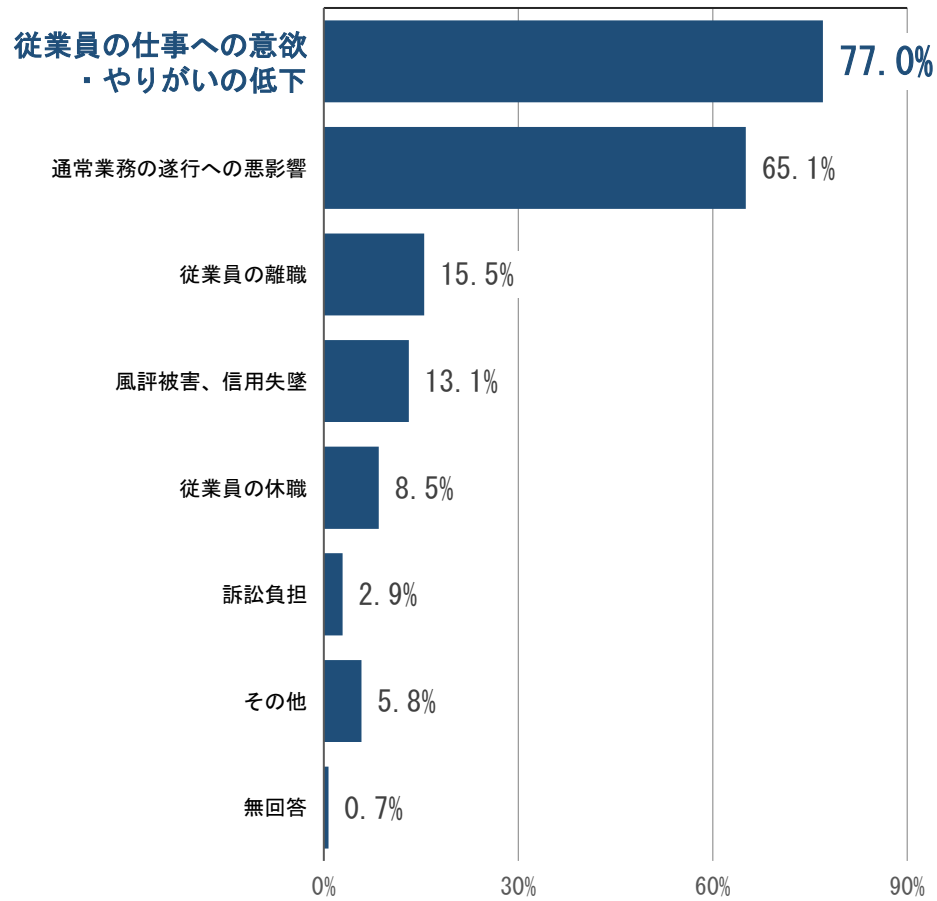
- カスハラ被害にあった場面は「電話・メール」(69.5%)が最も高く、次いで「対面（接客時）など」(47.9%)が続く。
- 業種別（回答者数が30以上の業種に限る）にみると、「電話・メール」では「製造業」(81.4%)が、「対面（接客時）など」では「宿泊業、飲食サービス業」(77.5%)や「医療、福祉」(74.5%)が、他の業種と比べ高い。



		電話・メール	対面（接客時）など	訪問（営業先への来訪など）	インターネット・SNS	その他	無回答
(単位：%)	n						
全 体	(453)	69.5	47.9	6.8	4.4	2.6	0.0
建設業	(26)	73.1	50.0	3.8	0.0	0.0	0.0
製造業	(43)	81.4	16.3	27.9	0.0	4.7	0.0
電気・ガス・熱供給・水道業	(9)	66.7	44.4	11.1	0.0	0.0	0.0
情報通信業	(22)	86.4	31.8	9.1	0.0	4.5	0.0
運輸業、郵便業	(25)	72.0	36.0	4.0	4.0	12.0	0.0
卸売業、小売業	(111)	71.2	54.1	2.7	4.5	0.9	0.0
金融業、保険業	(16)	100.0	0.0	6.3	0.0	0.0	0.0
不動産業、物品賃貸業	(26)	92.3	38.5	0.0	11.5	0.0	0.0
学術研究、専門・技術サービス業	(8)	75.0	12.5	25.0	12.5	12.5	0.0
宿泊業、飲食サービス業	(40)	37.5	77.5	0.0	7.5	0.0	0.0
生活関連サービス業、娯楽業	(17)	58.8	58.8	0.0	11.8	5.9	0.0
教育、学習支援業	(7)	100.0	71.4	14.3	14.3	0.0	0.0
医療、福祉	(47)	55.3	74.5	8.5	4.3	4.3	0.0
複合サービス事業	(11)	63.6	63.6	0.0	0.0	0.0	0.0
サービス業（他に分類されないもの）	(45)	62.2	40.0	6.7	4.4	2.2	0.0

調査結果（カスハラ事案による企業の損害・被害）

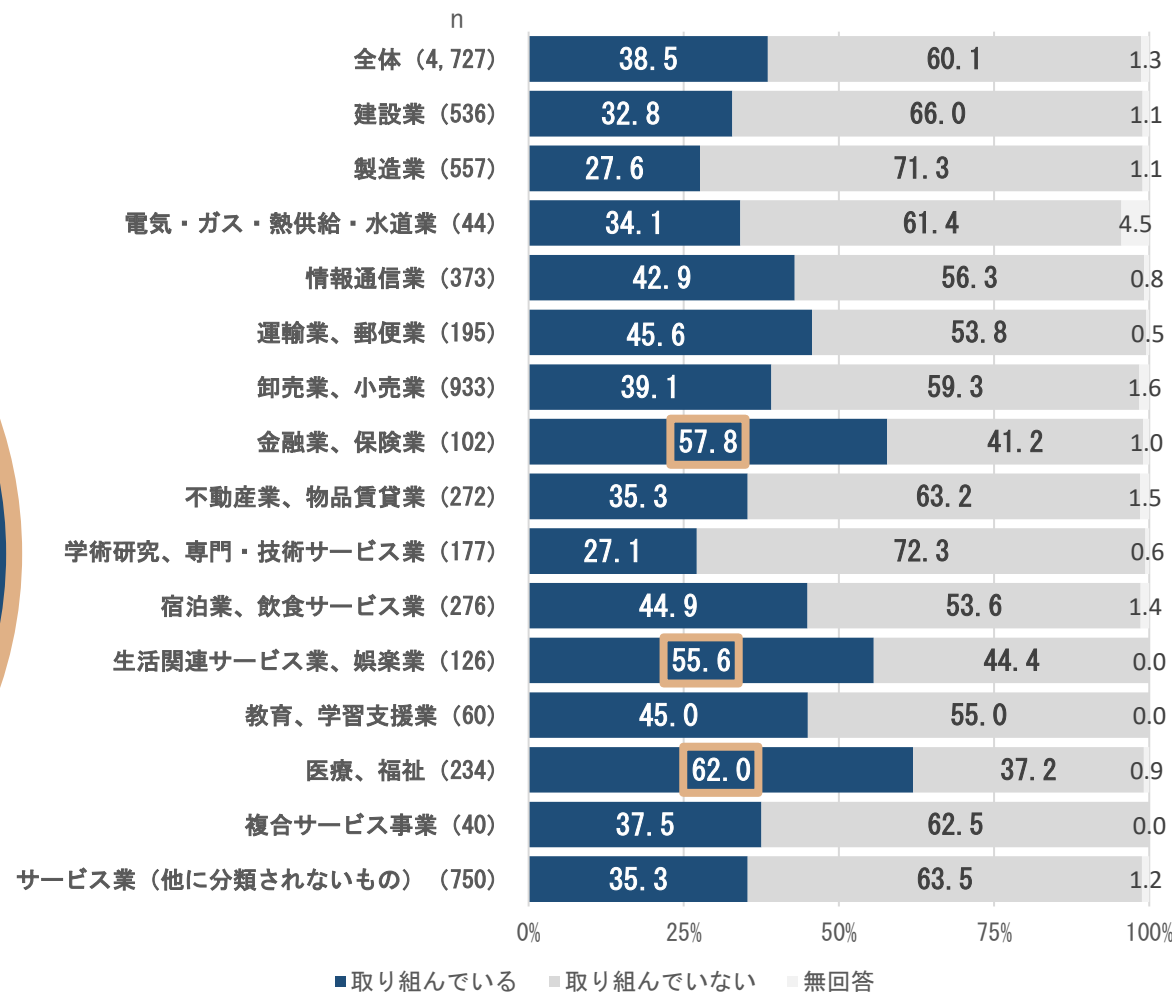
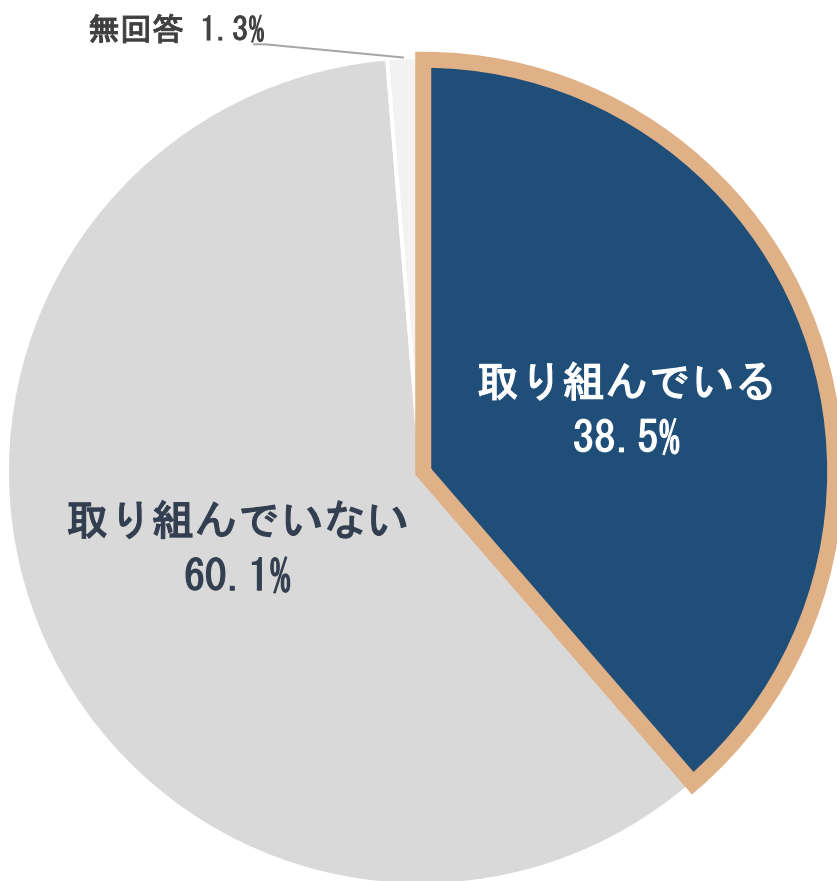
- カスハラと判断した事案による企業の損害・被害は「従業員の仕事への意欲・やりがいの低下」(77.0%)が最も高く、「通常業務の遂行への悪影響」(65.1%)が続く。
- 業種別（回答者数が30以上の業種に限る）にみると、「従業員の休職」では「建設業」(22.6%)が他の業種と比べ高い。



		従業員の 仕事への 意欲・や りがいの 低下	通常業務 の遂行へ の悪影響	従業員の 離職	風評被害、信用 失墜	従業員の 休職	訴訟負担	その他	無回答
(単位: %)	n								
全 体	(587)	77.0	65.1	15.5	13.1	8.5	2.9	5.8	0.7
建設業	(31)	67.7	67.7	16.1	6.5	22.6	3.2	9.7	0.0
製造業	(32)	65.6	59.4	3.1	6.3	3.1	0.0	0.0	6.3
電気・ガス・熱供給・水道業	(5)	80.0	80.0	0.0	20.0	0.0	0.0	20.0	0.0
情報通信業	(29)	79.3	65.5	13.8	3.4	13.8	6.9	17.2	0.0
運輸業、郵便業	(28)	82.1	64.3	32.1	14.3	25.0	3.6	7.1	0.0
卸売業、小売業	(149)	79.2	63.8	16.8	13.4	8.1	1.3	4.0	1.3
金融業、保険業	(24)	75.0	75.0	12.5	0.0	12.5	4.2	12.5	0.0
不動産業、物品賃貸業	(35)	71.4	71.4	20.0	17.1	11.4	2.9	0.0	0.0
学術研究、専門・技術サービス業	(7)	42.9	57.1	0.0	14.3	0.0	0.0	14.3	0.0
宿泊業、飲食サービス業	(60)	76.7	66.7	11.7	18.3	5.0	1.7	5.0	0.0
生活関連サービス業、娯楽業	(32)	84.4	65.6	12.5	18.8	3.1	6.3	3.1	0.0
教育、学習支援業	(7)	85.7	71.4	28.6	28.6	14.3	0.0	0.0	0.0
医療、福祉	(57)	84.2	66.7	19.3	17.5	7.0	5.3	3.5	0.0
複合サービス事業	(5)	100.0	80.0	20.0	20.0	0.0	20.0	0.0	0.0
サービス業（他に分類されないもの）	(84)	75.0	59.5	14.3	11.9	3.6	2.4	8.3	0.0

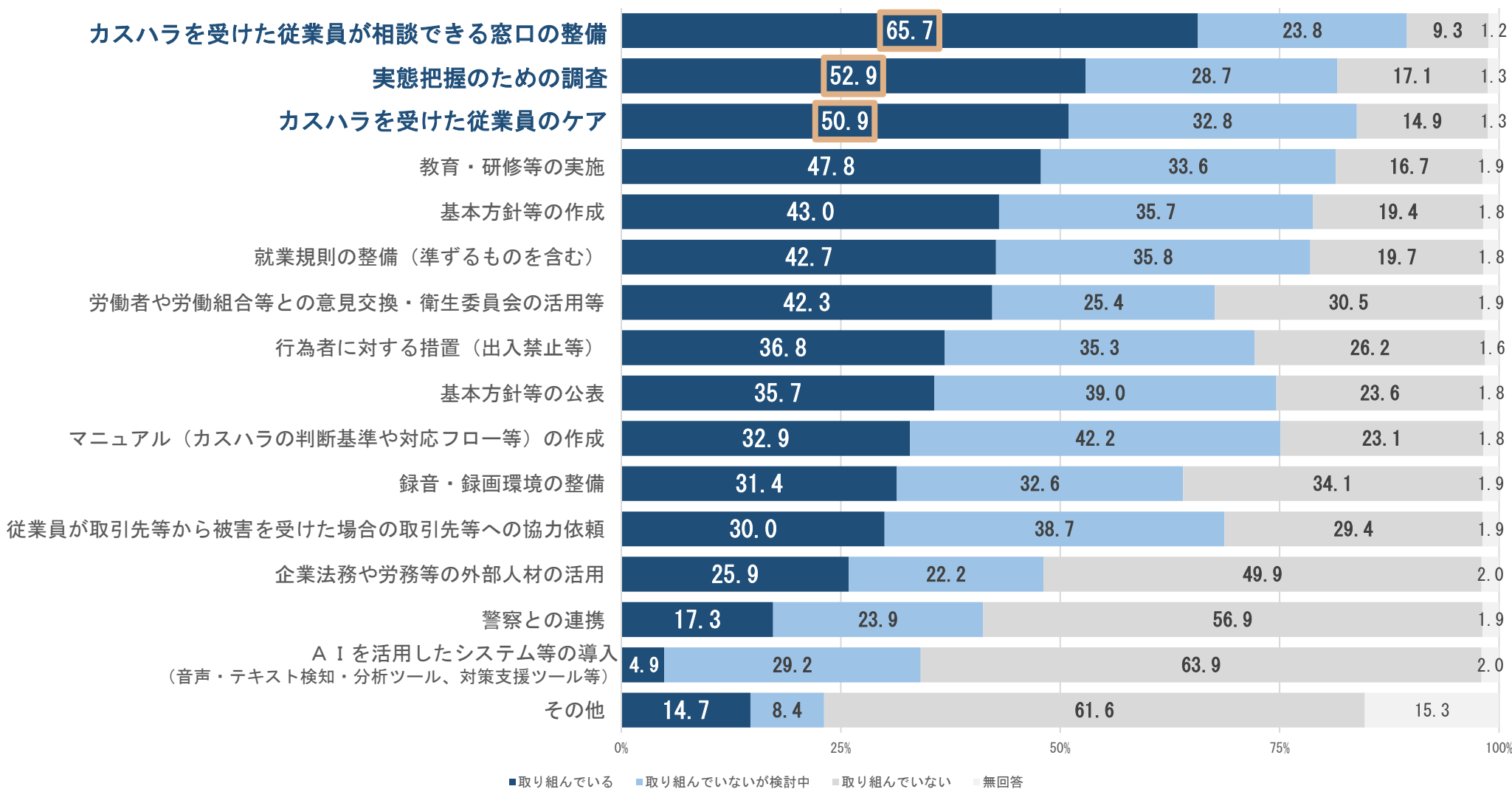
調査結果（カスハラ防止対策に取り組む企業の割合）

- カスハラ防止対策に取り組んでいる企業の割合は約4割(38.5%)
- 業種別にみると、「医療、福祉」(62.0%)が最も高く、次いで「金融業、保険業」(57.8%)、「生活関連サービス業、娯楽業」(55.6%)が続く。



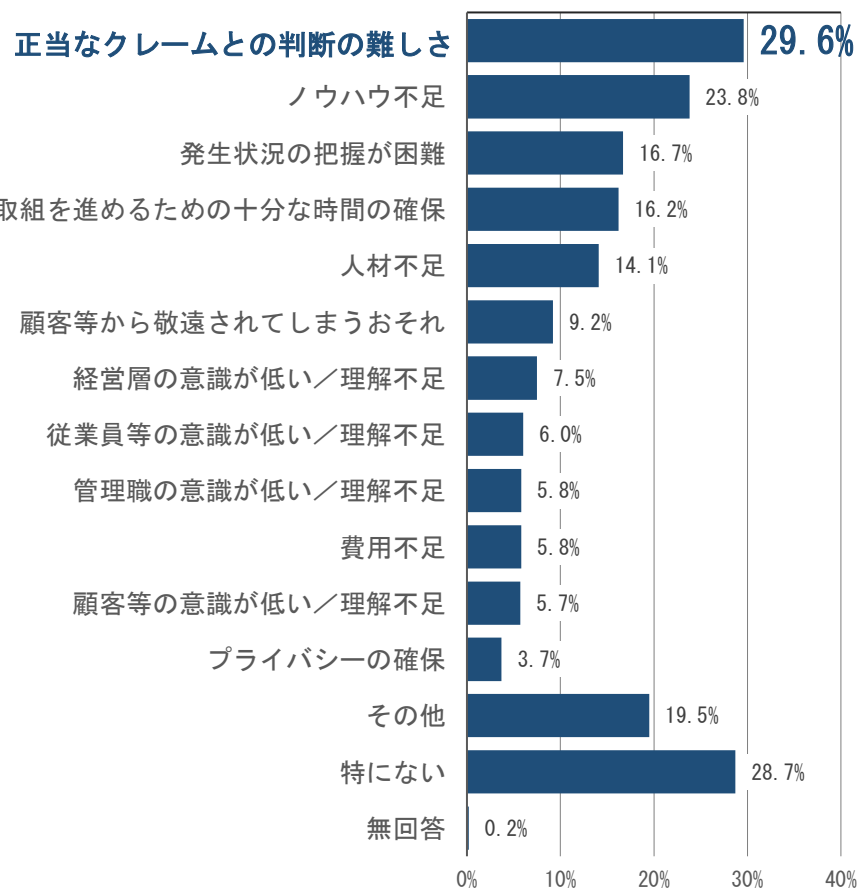
調査結果（カスハラ防止対策の具体的な取組内容）

- 防止対策に取り組んでいる企業について、具体的な取組内容では「相談窓口の整備」（65.7%）が最も高く、次いで「実態把握のための調査」（52.9%）、「従業員のケア」（50.9%）が続く。



調査結果（カスハラ防止対策に取り組んでいない理由）

- カスハラ防止対策に取り組んでいない企業の理由については、「正当なクレームとの判断の難しさ」(29.6%)が最も高く、「ノウハウ不足」は23.8%、「発生状況の把握が困難」は16.7%
- 業種別（回答者数が30以上の業種に限る）にみると、「医療、福祉」で「正当なクレームとの判断の難しさ」(52.9%)や「ノウハウ不足」(33.3%)が他の業種と比べ高い。



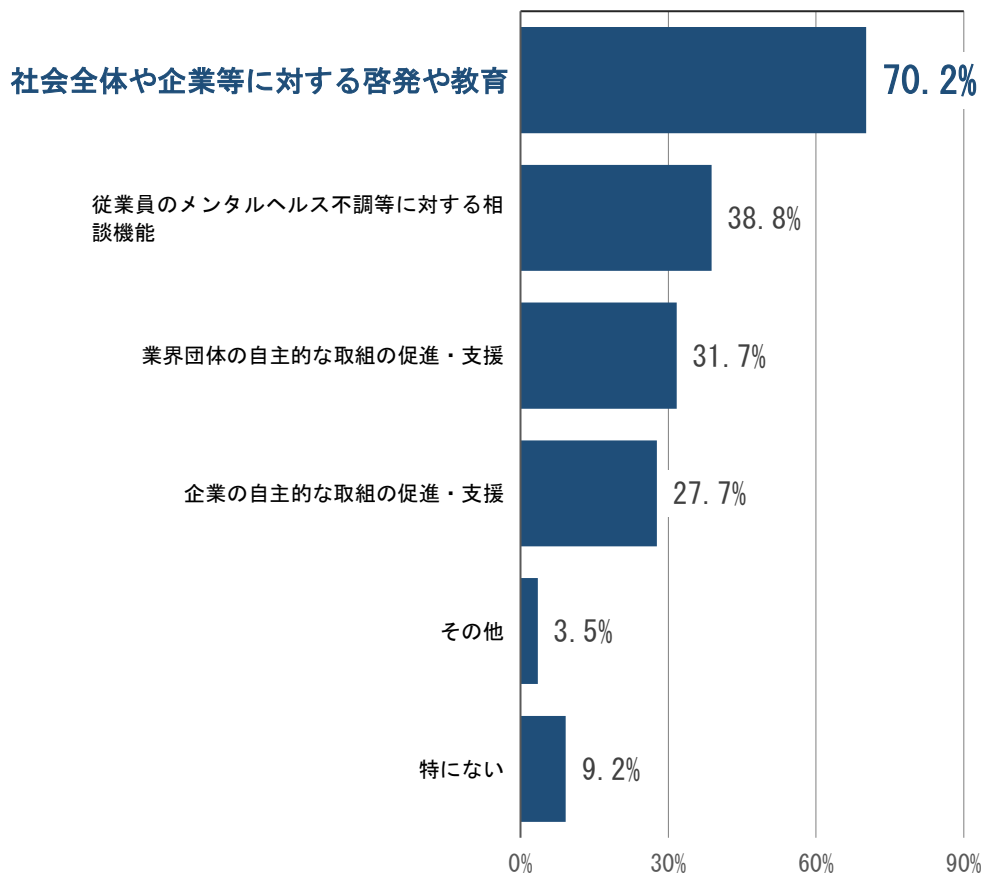
(単位: %)	n	正当なクレームとの判断の難しさ	ノウハウ不足	発生状況の把握が困難	取組を進めるための十分な時間の確保	人材不足	顧客等から敬遠されてしまうおそれ	経営層の意識が低い／理解不足	従業員等の意識が低い／理解不足	管理職の意識が低い／理解不足
全体	(2,843)	29.6	23.8	16.7	16.2	14.1	9.2	7.5	6.0	5.8
建設業	(354)	26.6	24.3	15.0	16.4	18.4	6.5	9.9	7.1	8.5
製造業	(397)	29.0	23.2	16.4	16.1	12.1	11.8	4.8	5.3	4.8
電気・ガス・熱供給・水道業	(27)	29.6	14.8	14.8	11.1	14.8	3.7	3.7	0.0	3.7
情報通信業	(210)	24.3	29.0	22.9	19.0	15.7	8.1	9.0	4.8	4.8
運輸業、郵便業	(105)	28.6	24.8	24.8	10.5	19.0	11.4	11.4	11.4	6.7
卸売業、小売業	(553)	32.5	25.5	16.5	16.1	14.5	9.9	7.2	5.6	5.2
金融業、保険業	(42)	35.7	23.8	11.9	19.0	9.5	2.4	4.8	0.0	2.4
不動産業、物品賃貸業	(172)	20.9	16.9	11.0	11.6	7.6	5.2	2.9	2.3	4.1
学術研究、専門・技術サービス業	(128)	22.7	14.8	12.5	15.6	12.5	5.5	7.8	5.5	3.9
宿泊業、飲食サービス業	(148)	40.5	31.1	21.6	17.6	12.8	14.9	10.1	10.1	6.1
生活関連サービス業、娯楽業	(56)	35.7	23.2	16.1	16.1	12.5	12.5	7.1	7.1	8.9
教育、学習支援業	(33)	27.3	15.2	15.2	33.3	21.2	6.1	0.0	3.0	0.0
医療、福祉	(87)	52.9	33.3	20.7	27.6	13.8	13.8	6.9	12.6	5.7
複合サービス事業	(25)	32.0	16.0	12.0	12.0	20.0	12.0	8.0	0.0	4.0
サービス業（他に分類されないもの）	(476)	27.7	21.4	16.6	14.3	13.7	9.0	8.6	6.3	6.7

(単位: %)	n	費用不足	顧客等の意識が低い／理解不足	プライバシーの確保	その他	特にない
全体	(2,843)	5.8	5.7	3.7	19.5	28.7
建設業	(354)	3.4	4.2	4.8	16.4	31.1
製造業	(397)	5.0	5.8	2.3	19.9	31.2
電気・ガス・熱供給・水道業	(27)	0.0	0.0	0.0	29.6	25.9
情報通信業	(210)	8.6	4.3	6.2	24.8	27.6
運輸業、郵便業	(105)	6.7	7.6	2.9	10.5	27.6
卸売業、小売業	(553)	5.2	7.1	2.9	19.0	24.4
金融業、保険業	(42)	4.8	7.1	2.4	31.0	11.9
不動産業、物品賃貸業	(172)	4.7	4.7	4.1	18.6	44.8
学術研究、専門・技術サービス業	(128)	3.1	3.9	3.9	25.8	34.4
宿泊業、飲食サービス業	(148)	10.8	8.1	4.1	10.8	26.4
生活関連サービス業、娯楽業	(56)	1.8	8.9	3.6	12.5	26.8
教育、学習支援業	(33)	12.1	0.0	9.1	12.1	27.3
医療、福祉	(87)	13.8	10.3	6.9	9.2	19.5
複合サービス事業	(25)	0.0	4.0	0.0	24.0	36.0
サービス業（他に分類されないもの）	(476)	6.3	5.5	3.4	23.9	27.5

調査結果（行政に求める支援策（従業員／企業））

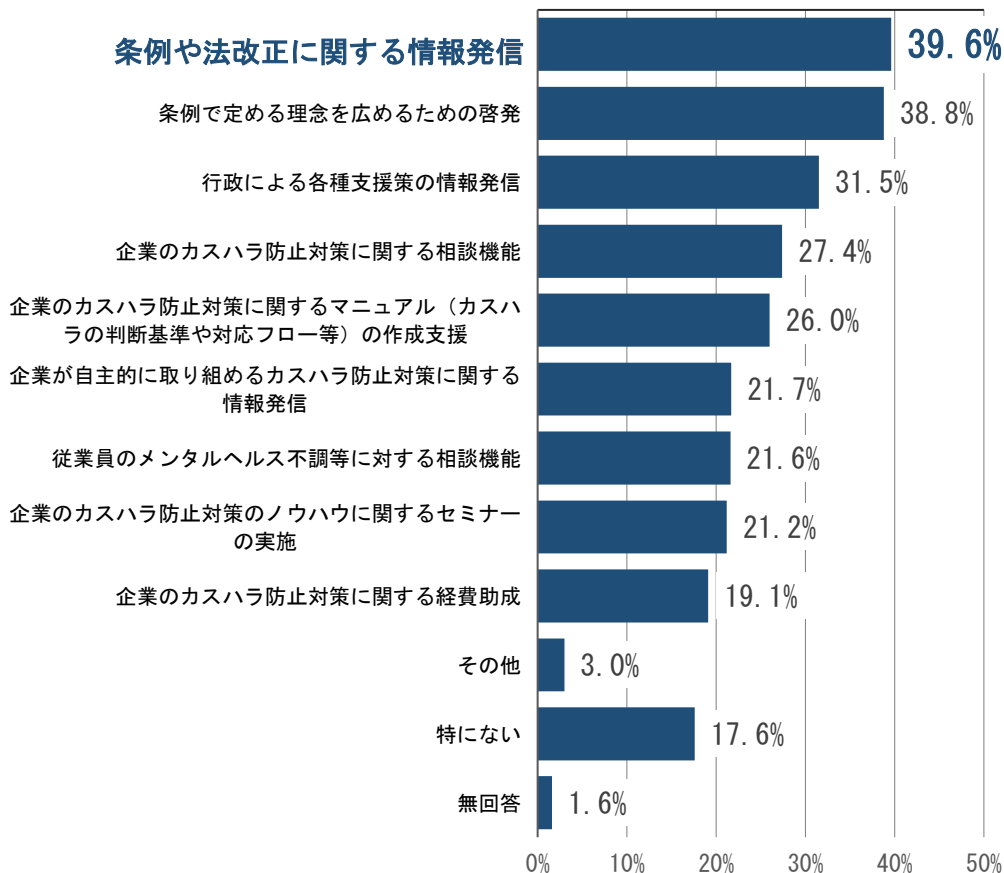
- 行政に求める支援策として、従業員アンケートでは、「社会全体や企業等に対する啓発や教育」（70.2%）が最も高く、次いで「従業員のメンタルヘルス不調等への相談機能」（38.8%）が続く。
- 同じく、企業アンケートでは、「条例や法改正に関する情報発信」（39.6%）が最も高く、次いで「条例で定める理念を広めるための啓発」（38.8%）が続く。

従業員アンケート



対象：全従業員（n=3,817）

企業アンケート

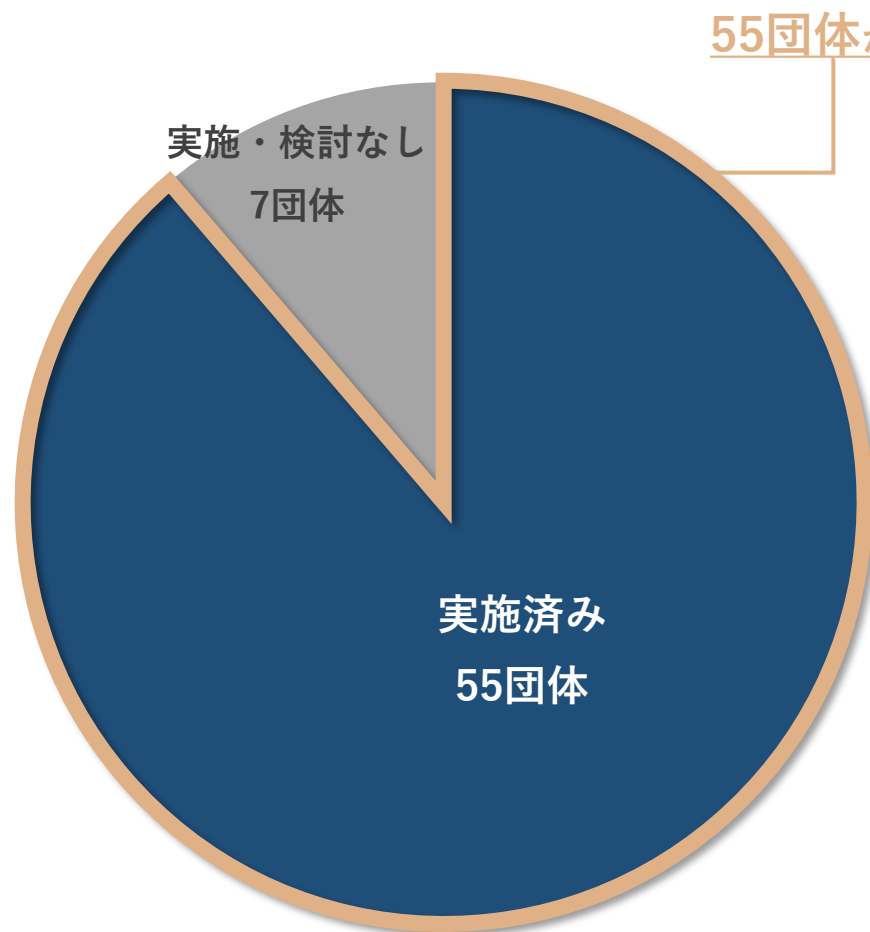


対象：全企業（n=4,727）

都内区市町村における取組

- 都内区市町村におけるカスタマーハラスメント防止対策の取組状況を把握するため、令和8年3月にアンケート調査を実施（対象：62団体）
- 令和8年4月1日現在、62団体中55団体が、組織として、何らかのカスタマーハラスメントの防止の取組を**実施済み**

取組の実施状況（アンケート結果）



具体的な実施・検討中の取組例

- ・機動的な対策推進のためのチームの設置
- ・窓口等へシールを貼る等の啓発
- ・困難事例をまとめたQAの整備
- ・クレーム対応研修の実施
- ・閲覧コーナーからの職員名簿の撤去

特に注力している又は効果が高いと感じている取組

- ・カスハラに対する組織的対応を所管する部署の設置
- ・弁護士職の会計年度職員の設置
- ・対応困難者に関する対応要領の策定
- ・警察OB等による巡回指導
- ・カスハラ対応マニュアルを踏まえた法的学習会の実施
- ・自治体の広報及びHPでマニュアル策定の周知 等

東京都における取組

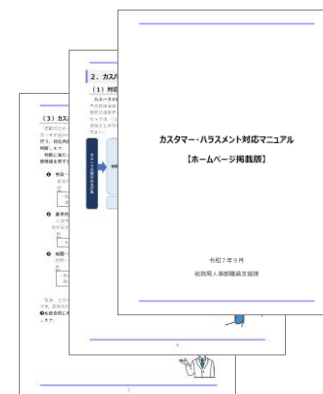
- 令和7年2月に策定した「東京都職員に対するカスタマー・ハラスメントの防止に関する基本方針」を踏まえ、名札の見直しや通話録音装置の設置、マニュアルの策定等、カスハラ防止の取組を推進
- 令和8年度は、研修や講演会等を継続して実施し、対処能力向上や理解促進を図っていく

令和7年度の主な取組

- **職員が着用する名札の見直し（令和7年4月）**
職員のプライバシー保護の観点から、名前の表記を「名字のみ」とした名札を作成
- **音声案内付きの通話録音装置の設置（令和7年7月）**
行政サービスの向上、カスハラの防止等を目的として、通話録音装置を設置
※設置場所：知事部局（労働委員会事務局及び収用委員会事務局を含む）の本庁舎及び事業所における一部の電話機
- **職員に対するカスハラ対応マニュアルの策定（令和7年9月）**
職員のカスハラに対する理解促進と対処能力の向上を目的として、知事部局職員向けの「カスタマー・ハラスメント対応マニュアル」を策定
- **カスハラ対策講演会の実施（令和8年2月）**
カスハラに対する職員の理解を深め、対処能力の向上を図るための講演会を実施
- **職員に対するカスハラ対策に関する都民への広報の実施（令和8年3月）**
職員に対するカスハラ対策について、都民に知っていただくため、「職員に対するカスハラ対策に関するQ & A」を東京都HPへ掲載したほか、東京都公式Xでも発信



（通話録音イメージ）



（カスハラ対応マニュアル）

令和8年度の取組

- 職員向けの研修やカスハラ対策講演会等を継続実施