

2026年9月25日

公益社団法人 消費者関連専門家会議(ACAP)

カスタマーハラスメント対策義務化まで 1 週間、 96.7%が法施行を認知も約 3 割が「対応できていない」

ACAPが会員企業の対応状況を公表

— 会員264社・団体調査、進む体制整備と残る“運用の壁” —

公益社団法人消費者関連専門家会議(ACAP、所在地:東京都新宿区、理事長:坂田祥治)は、2026 年 10 月 1 日に改正労働施策総合推進法が施行され、カスタマーハラスメント対策が事業主の義務となるのを前に、ACAP 研究所が実施した「カスタマーハラスメントに関する実態調査(2026 年度)」の結果を公表しました。

調査では、10 月 1 日の法施行について 96.7%が「認知している」と回答した一方、「認知しているが、対応できていない」とする企業・団体が 29.4%にのぼりました。対応方針の明確化・周知など、社内の基本的な体制整備が進む一方、一次受付を委託している場合の委託先との対策共有は、9 月末までの完了予定を含めても 40.3%にとどまっています。

また、法施行に向けた不安・課題では、「正当な苦情・意見とカスタマーハラスメントの区別」が 53.2%で最も多く、「現場担当者への教育」43.3%、「判断基準の作成」38.9%、「管理職への教育」38.5%が続きました。カスタマーハラスメント対策は、方針やマニュアルなどの「体制整備」から、現場での「運用・判断」へと課題が移りつつあることがうかがえます。

1. 調査結果概要 : 体制整備は進んでおり、改正法施行後の現場での「運用」と「判断」が課題

この 2 年間で、対応方針やマニュアル、相談体制、研修などの体制整備は大きく進みました。

一方、法施行が迫る中、「認知しているが、対応できていない」と回答した企業・団体が 29.4%あり、判断基準の明文化ができている企業も半数に届いていません。

「正当な苦情とカスタマーハラスメントの区別」をカスタマーハラスメント対応の課題や不安材料として挙げる企業が半数を超えており、整えた仕組みが機能しているか——法施行後は、その「運用」が問われます。

2. 調査結果から見えてきた現状と課題

1) 改正法対応における課題 : 「知っている」と「できている」の間には、実務上の壁がある

“できていない 3 割”の中身を調査の個別項目から見ると、「対応方針の明確化・周知」など自社完結の項目は 8 割前後まで進む一方、「一次受付を委託している場合の委託先との対策共有」は 9 月末までの予定を含めても 40.3%にとどまります。

そして調査結果から、対応を進める上での 3 つの「運用上の壁」が見えてきました、

- ① 社内の複数部門を巻き込む調整
- ② 委託先・関係会社など自社の外側まで含めた展開
- ③ 現場が使える判断基準への落とし込み

また、1,000 人以上の企業では「認知も対応もしている」が 78.2%であるのに対し 1,000 人未満の企業では 52.0%にとどまり、規模による対応格差も表れています。

2) 改正法施行後の課題：最大の不安・課題は「正当な苦情とカスタマーハラスメントの線引き」
法施行に向けた基本的な体制整備が進む一方、調査からは、施行後の「運用」と「判断」に課題が
移りつつあることがうかがえます。

- ① 「判断」面では、正当な苦情・意見とカスタマーハラスメントの区別が最大の課題となっています。

法施行に向けた不安・課題として、「正当な苦情・意見とカスタマーハラスメントの区別」が
53.2%と最も多く、「現場担当者への教育」43.3%、「判断基準の作成」38.9%、「管理職への
教育」38.5%が続きました。

- ② 「運用」の面でも課題が残されています。

現場担当者への教育や管理職との連携に加え、一次受付を委託している場合の委託先との
対策共有については、「2026 年 9 月末までに完了予定」を含めても 40.3%にとどまっ
ています。改正法の「対応ができている」企業を含め、実際の運用にはなお課題が残されてい
ることがうかがえます。

3. 調査結果その他のポイント

- 1) 対応方針の作成は 2 年で 2 倍超に ― 体制整備は大きく前進

比較できる対策 10 項目すべてで「実施中」が上昇。対応方針の作成は 33.8%→76.1%、社外
発信は 12.0%→61.3%、マニュアル作成は 34.8%→67.1%に伸びました。

- 2) 暴言 83.5%、長時間拘束 76.2% ―「件数減」でも現場の負担は続く

件数が「減った」は 2 年前の 19.3%から 31.8%に増えた一方、「対応時間が長時間化した」は
78.2%。休養・休暇(49.3%)や配置転換(39.7%)など、事後の支援は 4 割前後にとどまります。

- 3) 「カスタマーハラスメントの独り歩き」に懸念の声

自由記述では、正当な苦情との線引きに加え、「カスタマーハラスメント」という言葉が安易に使われ
ることへの懸念や、消費者対応部門だけに依存しない全社的な体制、管理職の判断力などを求める
声が寄せられました。

4. 調査結果を踏まえた ACAP の見解

＜公益社団法人 消費者関連専門家会議(ACAP) 専務理事 齊木 茂人＞

この 2 年間の進展は、各社の消費者対応部門が現場の負担を抱えながら、粘り強く体制づくりを進め
てきた成果だと受け止めています。方針をつくり、社外に発信し、相談できる先を用意する。その土台は

確かに整いました。

しかし、調査が示したのは、ここからが本番だということです。最大の不安が「正当な苦情とカスタマーハラスメントの区別」であることは、企業が法の要請を真剣に受け止めている証でもあります。従業員を守ることと、消費者の正当な声を受け止めることは、二者択一ではありません。消費者の権利と事業者の責務を正しく理解してこそ、目の前の申し出が正当な苦情なのか、行き過ぎた行為なのかを見極めることができます。その教育が50.0%にとどまっている点を、私たちは重く受け止めています。

残された課題は三つです。第一に、現場が迷わず判断できる具体的な基準と、管理職が介入・中止を決められる権限の明確化。第二に、消費者対応部門だけでなく、経営層・管理職・店舗・営業を含む全社への浸透。第三に、委託先や取引先まで含めた対応範囲の共有と、自社の従業員が行為者とならないための教育です。特に、法の直接の対象になりにくい BtoB の場面には、社会全体で目を向ける必要があります。

カスタマーハラスメント対策は、苦情を減らすための取組でも、消費者の声を遠ざけるための取組でもありません。ACAP は「従業員を守る。正当な声は閉ざさない。」という考え方のもと、法施行後も研修、実務資料の提供、事例の共有を通じて、企業・団体の取組を支援してまいります。

5. 調査概要・報告書の公開

調査期間：2026 年 7 月 3 日～7 月 29 日

調査対象：ACAP 正会員企業・団体 460 社・団体

有効回答：264 社・団体（有効回答率 57.4%）

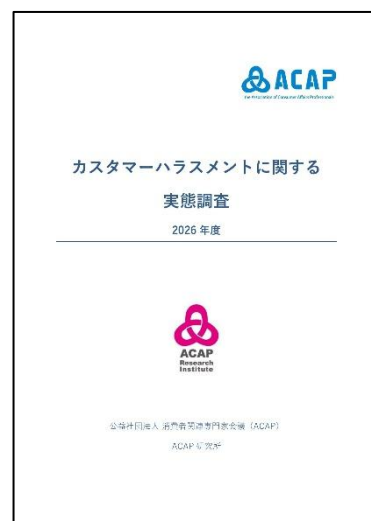
調査方法：Web アンケートフォーム等

※ACAP 正会員を対象とした調査であり、全国の企業一般を代表するものではありません。

要旨・報告書・自由記述一覧を ACAP 公式サイトで公開しています。

https://www.acap.or.jp/research/ari_customer2026/

＊引用・利用の際は、出典として『公益社団法人 消費者関連専門家会議（ACAP）』を明記くださいますようお願いいたします。



■ 取材のご案内

本調査の結果や、法施行を前にした消費者対応の現場について、ACAP 専務理事の齊木および ACAP 研究所の担当者が取材に対応いたします。

＜取材テーマ例＞

- ・法施行を目前にした企業のカスタマーハラスメント対策の現状
- ・「認知」と「対応」の間にある実務上の課題
- ・正当な苦情・意見とカスタマーハラスメントを区別する難しさ
- ・カスタマーハラスメント対策と「消費者の正当な声を受け止めること」の両立
- ・消費者対応の現場における課題と、法施行後に求められる対応

ご希望の方は、下記の問い合わせ先までご連絡ください。

公益社団法人 消費者関連専門家会議(ACAP)

企業や団体の消費者関連部門の責任者・担当で構成される組織として、1980年の設立以来、企業の消費者志向経営の推進、消費者対応力の向上、消費者、行政、企業相互の信頼の構築に向けて、各種研修、調査、消費者啓発活動、交流活動等を行っています。英文表記の the Association of Consumer Affairs Professionals の頭文字を取り、ACAP(エイキャップ)の名前で親しまれています。

会員数	正会員数 593 名(462 社) 全会員数 717 名 (2026 年9月 16 日現在)
理事長	坂田 祥治 (さかた よしはる) 明治安田生命保険相互会社
特別顧問	川口 康裕 (かわぐち やすひろ) 中央大学総合政策学部特任教授
所在地等	【事務局】 〒160-0022 東京都新宿区新宿 1-14-12 玉屋ビル 5F TEL 03-3353-4999 FAX 03-3353-5049 https://www.acap.or.jp 【大阪事務所】 〒540-0028 大阪市中央区常盤町 2-1-8 FG ビル大阪 7F TEL 06-6943-4999 FAX 06-6943-4900