

報道関係者各位
プレスリリース

No. BZ250527-01

2025 年 5 月 27 日

株式会社リンク

【業界別 電話業務におけるカスタマー・ハラスメント対策に関する調査】
業務で電話対応をする人の 7 割以上がカスハラを経験
一方で、カスハラ対策実施率は 5 割に満たない結果に
～～ 東京都カスタマー・ハラスメント防止条例の認知度も 5 割を切る結果に ～～

8 年連続 国内シェア第 1 位 (※1) のクラウド型 CTI / コールセンターシステム「BIZTEL (ビズテル)」などを提供する株式会社リンク (本社：東京都港区、代表取締役社長：岡田 元治、以下 リンク) は、全国の 20～99 歳の男女を対象とした『業界別 電話業務におけるカスタマー・ハラスメント (以下、カスハラ) (※2) 対策に関する調査』を実施しました。

※1 デロイト トーマツ ミック経済研究所『マーテック市場の現状と展望 2024 年度版 クラウド型 CRM 市場編 (第 8 版)』による。

※2 本調査における「カスタマー・ハラスメント」とは、顧客や取引先などからの不当または過度な要求・暴言・脅迫といった行為で従業員の業務遂行を妨げ、精神的な負担を与えることを指します。

■ 調査の背景

2025 年 4 月に東京都カスタマー・ハラスメント防止条例が施行開始されるなど、昨今社会的に注目されている「カスハラ」は、電話で顧客と接するコールセンターや問い合わせ窓口でも発生しています。そこで、企業向けクラウド型電話システム「BIZTEL」は、勤務先で顧客と電話によるやりとりをする方を対象に、「業界別 電話業務におけるカスタマー・ハラスメント対策に関する調査」を実施しました。電話業務におけるカスハラの発生状況や、現場での対応・対策に加え、業界別の特徴や違いがあるのかを調査しています。

本調査では、電話対応窓口でカスハラ対策を進める際に重要視すべきポイントを示唆しています。

■ 調査概要

調査方法	: インターネット調査
調査主体	: 株式会社リンク
調査期間	: 2025 年 4 月 30 日 (水) - 2025 年 5 月 7 日 (水)
調査対象	: 20～99 歳 男女 (性別均等割付にて回収)
調査対象地域	: 全国
回答数	: 400

※ グラフ内の数値は小数点第二位を四捨五入し小数点第一位までを表記しているため、単一式回答の合計が 100.0%にならない場合がある

あります。

本リリース内容の転載にあたりましては、出典として「(株) リンク調べ」という表記をお願いいたします。

■ 調査結果のハイライト

①カスハラが発生状況

- ・全体のうち7割以上(75.3%)が、電話応対時にカスハラを受けたことがあると回答。業界別で見ると「福祉関連業」(100%)、「建設業」(88.9%)、「官公庁・公共・団体」(83.9%)の順番でカスハラを受けたことがある割合が高い結果に。
- ・カスハラの内容は、「暴言・罵声を浴びせられた」(88.4%)、「延々と同じ内容のクレームを繰り返された」(75.4%)、「長時間拘束された」(68.1%)が多く挙げられた。
- ・カスハラを受けた際の対応は、「話を聴きつづけた、または謝りつづけた」(62.5%)がトップで、次いで「上司に助けを求めた」(48.5%)という結果に。

②カスハラの対策状況

- ・全体のカスハラ対策実施率は5割(47.0%)に満たない結果となったが、「建設」(55.6%)や「金融」(53.8%)、「IT・通信」(50.9%)といった業界では対策実施率が高い傾向が見られた。
- ・対策方法としては、「カスハラの発生状況と内容の把握、社内への共有」(76.6%)、「対応マニュアルの作成・配布」(47.9%)が多いことが明らかに。
- ・対策を進めるうえで課題と感じていることは「お客さま第一という考えが強く、カスハラを問題にしにくい」(26.3%)が最も多く、「カスハラの基準づくりに苦慮している」(17.3%)、「他の業務が優先で後回しになっている」(16.3%)という回答も一定数見受けられた。

③東京都カスタマー・ハラスメント防止条例の認知状況

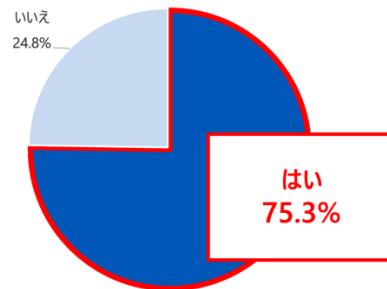
- ・東京都カスタマー・ハラスメント防止条例の認知度は5割(48.0%)を切る結果に。
- ・条例の施行開始に対して期待する効果は、「カスハラという問題の認知拡大」(61.5%)、「カスハラ加害者への抑止力」(49.5%)が多く挙げられた。

■ 調査結果の詳細

① : カスハラの発生状況

全体のうち7割以上(75.3%)が、電話応対時にカスハラを受けたことがあると回答しました。また、業界別では「福祉関連業」(100%)、「建設業」(88.9%)、「官公庁・公共・団体」(83.9%)の順でカスハラを受けたことがある割合が多い結果となりました。このことから、市民や一般消費者と接する機会の多い業種だけでなく、建設業といった法人とのやり取りが多い業種でもカスハラが発生していることが明らかになりました。

Q 電話応対時にカスハラを受けた経験はありますか？（n=400／単一回答）



BIZTEL

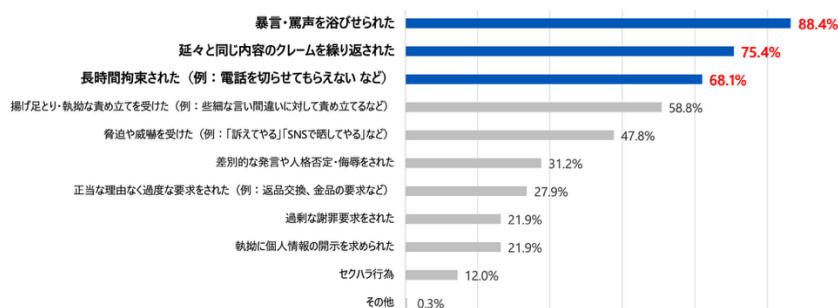
業界別「カスハラを受けたことがある」と回答した割合（n=301／単一回答）

第1位	福祉関連業	100%
第2位	建設業	88.9%
第3位	官公庁・公共・団体	83.9%
第4位	流通・小売（EC・スーパーマーケット・アパレルなど）	81.1%
第5位	製造業（機械・電気・自動車・食料品・飲料など）	77.3%

BIZTEL

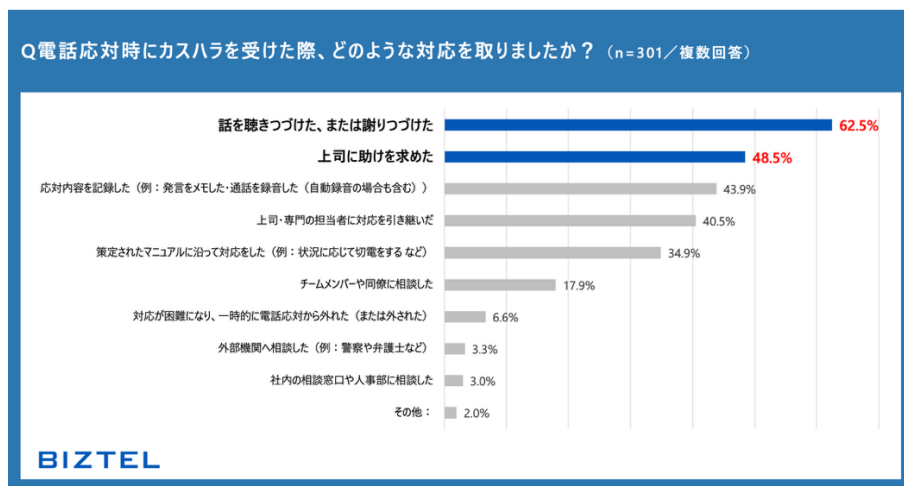
経験したことがあるカスハラの内容は、「暴言・罵声を浴びせられた」（88.4%）、「延々と同じ内容のクレームを繰り返された」（75.4%）、「長時間拘束された」（68.1%）が多く挙げられました。このような一方的な暴言や執拗なクレーム、長時間の拘束は、現場で対応する従業員に大きな負担を与えかねない問題であるため、発生している場合には迅速かつ効果的なカスハラ対策が必要とされます。

Q 具体的にどのようなカスハラを受けましたか？（n=301／複数回答）



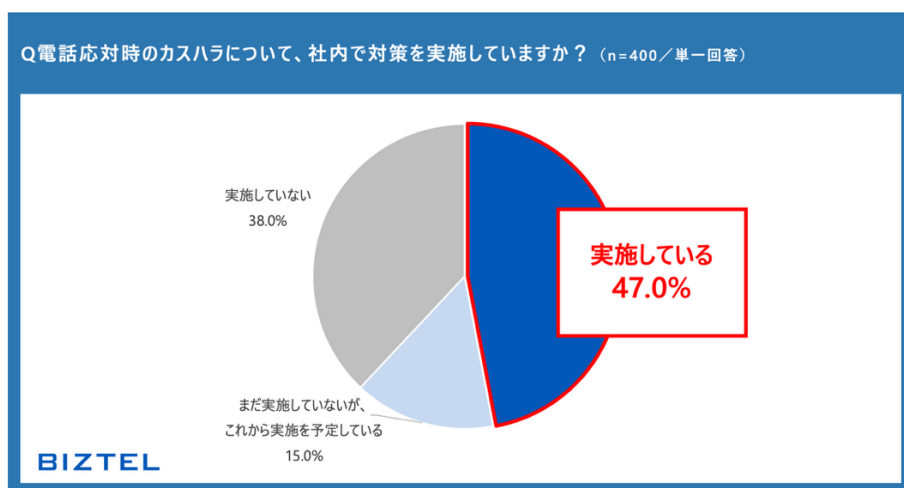
BIZTEL

カスハラが発生した際の対応については、「話を聴きつづけた、または謝りつづけた」(62.5%)が最も多く、次いで「上司に助けを求めた」(48.5%)という結果でした。現場では根本的な解決策がないことによる受け身の対応が中心となっており、従業員が精神的な消耗を強いられているという実態がうかがえます。



② ：カスハラの対策状況

カスハラ対策の実施率は 5 割 (47.0%)に満たない結果となりましたが、業界別で見ると「建設業」(55.6%)や「金融」(53.8%)、「IT・通信」(50.9%)で対策実施率が高い傾向にあることがわかりました。しかし半数以上の現場では依然としてカスハラに対して十分な対策が講じられていないことも明らかになりました。



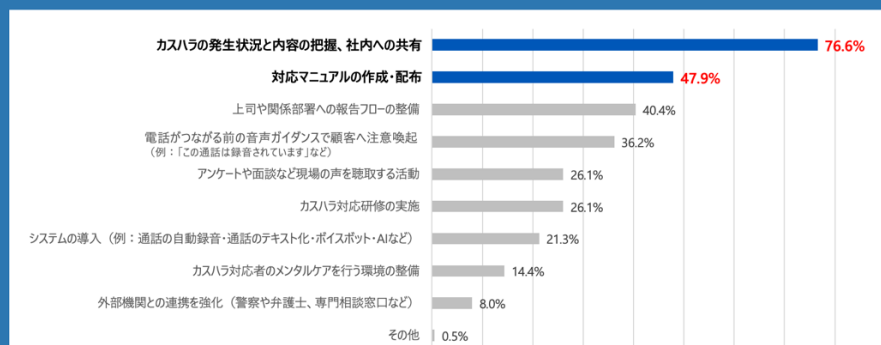
業界別 電話応対時のカスハラについて、社内で対策を実施していると回答した割合（n=188／単一回答）

第1位	建設業	55.6%
第2位	金融（銀行・証券・保険・Fintechなど）	53.8%
第3位	IT・通信（ソフトウェア・インフラ・Sierなど）	50.9%
第4位	不動産業／飲食店・宿泊業	50.0%
第5位	流通・小売（EC・スーパーマーケット・アパレルなど）	45.9%

BIZTEL

「対策を実施している」と回答した方に、具体的な対策内容を聞いたところ、「カスハラの発生状況と内容の把握、社内への共有」（76.6%）、「対応マニュアルの作成・配布」（47.9%）が多く挙げられました。これらの対策を第一段階として取り組む企業が増えていますが、今後はマニュアルの周知や改善、実運用に向けた対応研修の実施など、効果を発揮するための取り組みや、対応後のメンタルケアなどフォロー体制の構築が必要になると考えられます。

Q具体的に社内でどのような対策を実施していますか？（n=188／複数回答）

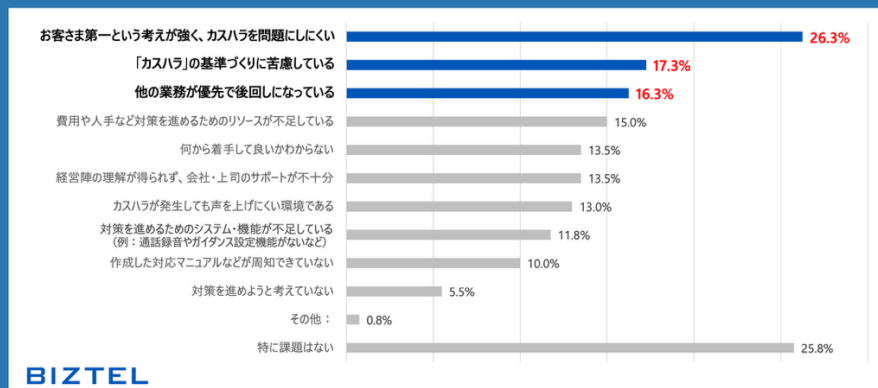


BIZTEL

対策を進めるうえで課題と感じていることについては、「お客さま第一という考えが強く、カスハラを問題にしにくい」（26.3%）が最も多い結果となりました。また、「カスハラの基準づくりに苦慮している」（17.3%）、「他の業務が優先で後回しになっている」（16.3%）という回答も一定数見受けられました。

この結果から、現場と企業の間でカスハラに対する考え方や問題意識に乖離があることがうかがえます。カスハラによって従業員に負担がかかっている場合、従業員を守るためにも組織全体で問題を認識し、方針を検討することが重要といえそうです。

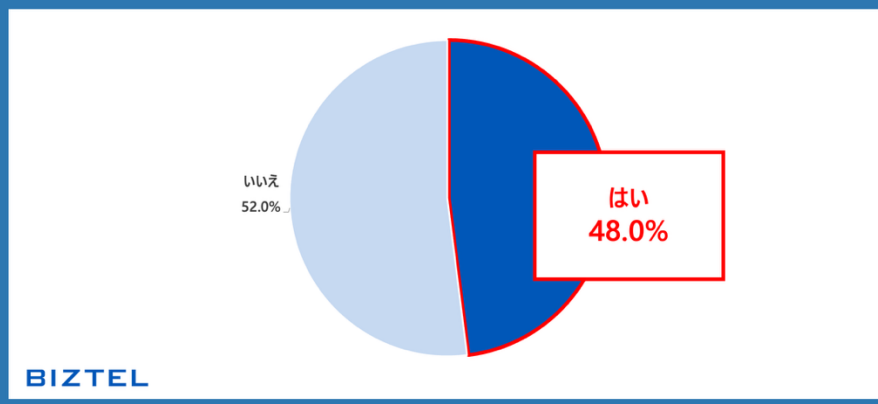
Qカスハラ対策を進めるうえで、課題と感じていることがあればお答えください。（n=400／複数回答）



③：東京都カスタマー・ハラスメント防止条例の認知状況

今年の4月から東京都で「東京都カスタマー・ハラスメント防止条例（以下、カスハラ防止条例）」が施行開始されたことを知っているのかについて質問したところ、「はい」と答えた人は48.0%と5割を切る結果となりました。施行から間もないことや、対象地域が限定されていることも要因といえそうです。条例の認知は、組織的なカスハラ対策を進める際の後押しにもなるため、企業として従業員への周知や、理解の浸透を深める動きが求められています。

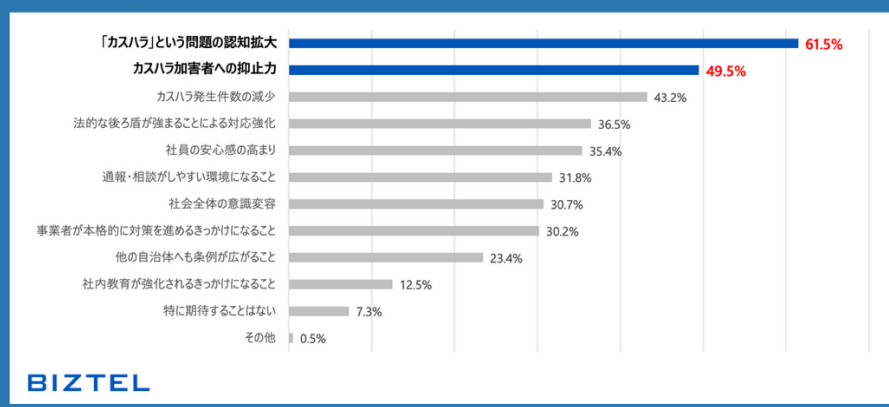
Q今年の4月から東京都において、「東京都カスタマー・ハラスメント防止条例（以下、カスハラ防止条例）」が施行開始されたことを知っていますか？（n=400／単一回答）



また、カスハラ防止条例が施行開始されたことを知っている人と答えた人に対して、カスハラ条例に期待する効果を聞いたところ「カスハラという問題の認知拡大」(61.5%)、「カスハラ加害者への抑止力」(49.5%)などの回答が多く挙げられたことから、カスハラに対する問題意識の変化や、発生の防止に期待感を持っていることがわかりました。しかし、東京都以外に実施している地域は北海道・群馬県など限定的であることから、全国への拡大が今後の課題と考えられます。

Qカスハラ防止条例が施行開始されたことを受け、どのような効果を期待していますか？

(n=192／複数回答)



■株式会社リンクの見解：調査結果から見た「電話業務におけるカスハラ対策について」

株式会社リンク 取締役 BIZTEL 事業部長 坂元 剛

最近、メディアで取り上げられることが増えている「カスハラ」ですが、今回の調査では電話による顧客接点にフォーカスして調査したところ、7割以上（75.3%）の人が、カスハラを経験していることが明らかになりました。この結果から、主に電話による顧客コミュニケーションを行うコールセンターや問い合わせ窓口でも、カスハラに悩む現場が多いことが予想されます。しかし、カスハラ対策の実施率は47.0%と、半数以上が未実施という状況です。

カスハラ対策が進まない要因として、調査結果にもある通り「お客さま第一という考えが強く、カスハラを問題にしにくい」（26.3%）や「カスハラの基準づくりに苦慮している」（17.3%）といった課題が考えられます。企業や団体が、お客さま第一つまり顧客満足度の向上を目指すことは重要ですが、顧客満足につながる質の高い対応をするためには、従業員が安心して働ける環境が必要不可欠だと考えています。

また、顧客の不満や悩みの声とカスハラを区別することは、顧客を重視するほど難しくなります。しかし、自社におけるカスハラの定義を明確にしないと、対応する従業員に負担や不満を与え、最終的には離職につながる可能性があります。

企業が目指す顧客満足度の向上を実現するためには、従業員を守る「カスハラ対策」がとても重要です。

カスハラ対策の方法は多岐にわたります。対応マニュアルを作成・周知したり、カスハラの原因が企業側に起因していないか対応品質を管理したり、カスハラ対応や対応品質向上を目的とした研修の実施など、さまざまです。しかし、「他の業務が優先で後回しになっている」（16.3%）や「費用や人手など対策を進めるためのリソースが不足している」（15.0%）という意見があるように、対策を進めたくても、リソース不足で進まない状況は非常にもったいないことです。そこで活用していただきたいのが「生成AI」です。

例えば、生成AIを活用して対応マニュアルの雛形を作成すれば工数の削減が実現します。他にも、

応対品質を生成 AI で自動チェックすることも可能です。使い方次第で、カスハラ対策に向けた準備を効率的に進めることができると考えています。

カスハラ対策の強化は、企業の持続的な成長に不可欠です。従業員が安心して働ける環境を整えることが、顧客満足度の向上にもつながります。今後、企業はカスハラ問題に真摯に向き合い、効果的な対策を講じることが求められるのではないかと思います。

多様なワークスタイルにおける快適な電話環境を提供する BIZTEL について

BIZTEL は 2006 年のサービス提供開始以来、クラウド型テレフォニーサービスのパイオニアとして企業向け電話システムやコールセンターシステムを幅広く展開しています。現在、2,000 社超の導入企業数を達成しており、デロイト トーマツ ミック経済研究所より発行された『マーテック市場の現状と展望 2024 年度版 クラウド型 CRM 市場編 (第 8 版)』においては、クラウド型コールセンターシステム 8 年連続シェア第 1 位のサービスとしてリストアップされました。また、富士キメラ総研より発刊された『ソフトウェアビジネス新市場 2024 年版』においても、SaaS の CTI(電話とコンピューターの統合システム)の国内シェア第 1 位を達成しています (2023 年度実績、金額ベース)。

サービスの詳細は、<https://biztel.jp/> をご覧ください。

株式会社リンクについて

株式会社リンクは、業界最大級の稼働台数を持つ専用ホスティング「at+link」、クラウド型ホスティング「リンク・ベアメタルクラウド」を軸として、7 年連続シェア第 1 位のクラウド型コールセンターシステム「BIZTEL」、セキュリティプラットフォームサービス「PCI DSS Ready Cloud」など、さまざまなサブスクリプション型サービスを提供しています。農系事業にも取り組んでおり、2011 年 10 月からは岩手県岩泉町にある自然放牧酪農場「なかほら牧場」を運営しています。

事業の詳細は、<https://www.link.co.jp/> をご覧ください。

★リンクが運営するメディアサイト

「最適なサービスで一步先行く組織へ」ビジネスに伴走する課題解決メディア『LINK Watch! 』

<https://watch.link.co.jp/>

本プレスリリースに関するお問い合わせ先
株式会社イニシャル 山崎・長岡・小山・亀田・乗鞍 (株式会社リンク PR 事務担当)
TEL : 03-5572-6316 / FAX : 03-5572-6065 / Email : link-pr@vectorinc.co.jp