News Release

報道関係各位

2026 年 11 月 27 日

トビラシステムズ株式会社

【アンケート調査】カスハラ対策に取り組む企業に「良い印象」が約 9 割
通話録音「抵抗なし」が約 3 人に 2 人、言動を意識させる効果も

～カスハラ対策義務化前後の取り組み比較と消費者の意識を調査～

トビラシステムズ株式会社（本社：愛知県名古屋市、代表取締役社長：明田 篤、証券コード：4441、以下「トビラシステムズ」）は、2026 年 10 月の改正労働施策総合推進法の施行によるカスタマーハラスメント（カスハラ）対策の義務化を受け、企業の取り組み状況や消費者の意識についてアンケート調査を実施し、レポートとして公開します。

＜調査サマリー＞

◉ カスハラ対策を実施する企業に「良い印象」を持つ消費者が約 9 割
◉ 通話録音に「抵抗なし」の消費者が 6 割超、自身の言動に注意を払う効果も
◉ カスハラ対策実施率は 63.1%、法施行前と比べて 6.3 ポイント上昇
◉ 対策未実施の企業が約 4 割、課題は「人手不足」や「経営層の理解不足」

■カスハラ対策が義務化、企業と消費者の双方に意識調査

近年、顧客等による著しい迷惑行為「カスタマーハラスメント（カスハラ）」が社会課題となっています。こうした状況を受け、2026 年 10 月 1 日に改正労働施策総合推進法が施行され、すべての事業主にカスハラ防止のための必要な措置を講じることが義務付けられました。

一方で、カスハラ対策を実施するにあたり、顧客の反応への懸念や、従来の顧客対応に影響が生じることへの不安を抱く企業もあると考えられます。

そこで、トビラシステムズは、カスハラ対策義務化後の企業の取り組み状況を改めて調査するとともに、消費者に対しても、カスハラ対策を行う企業に対する印象や意識についてアンケートを実施しました。

■Ⅰ. カスハラ対策に対する消費者の意識調査

企業のカスハラ対策に対する意識や受け止め方について、アンケート調査を実施しました。

【調査概要】

調査実施会社：トビラシステムズ株式会社

実施期間：2026 年 10 月 29 日～30 日

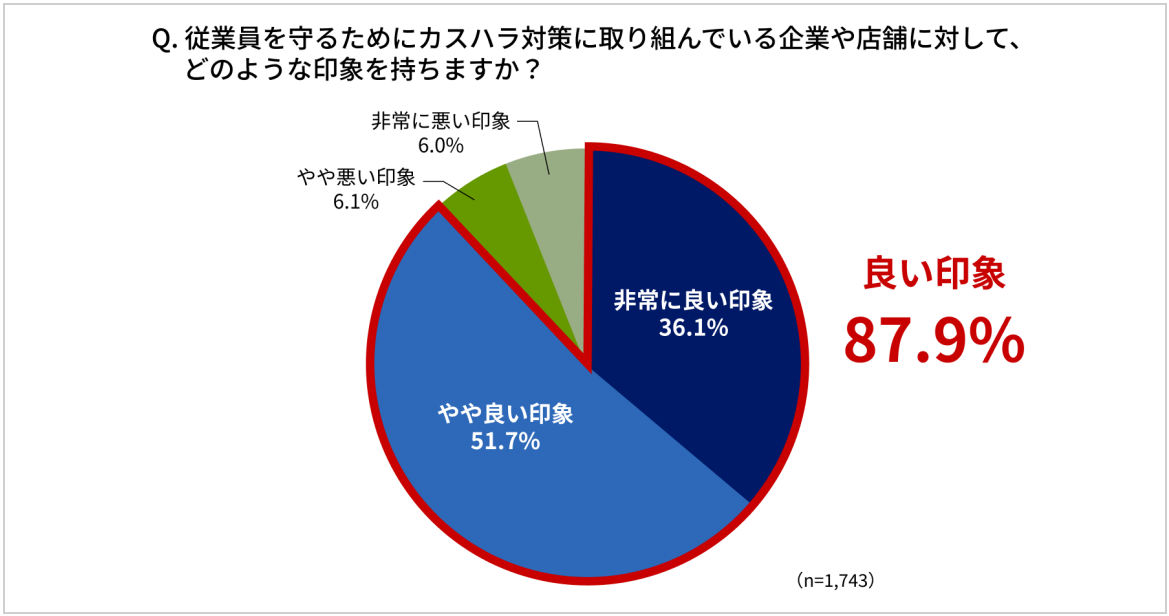
対象：全国の 20～69 歳の男女

有効回答数：1,743

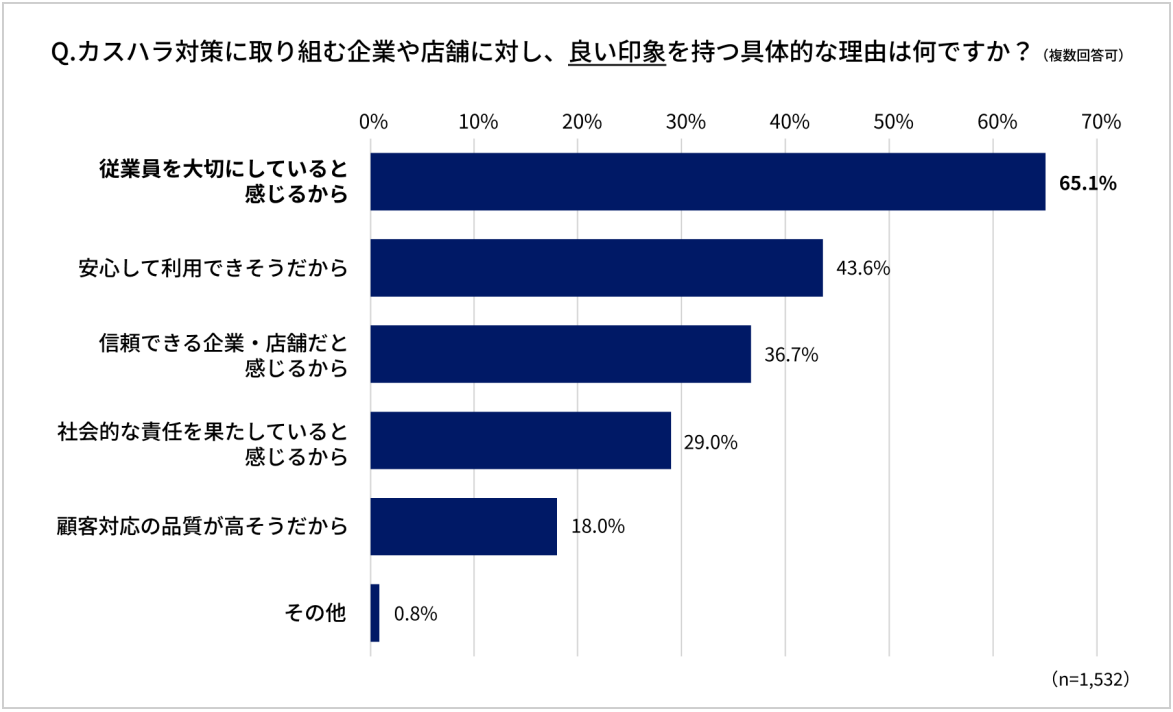
調査方法：インターネット調査（Surveroid を利用）https://surveroid.jp/

※割合の端数処理により、表示上の数値の合計と実際の集計値が一致しない場合があります。

◯カスハラ対策に取り組む企業に、約 9 割の人が好印象

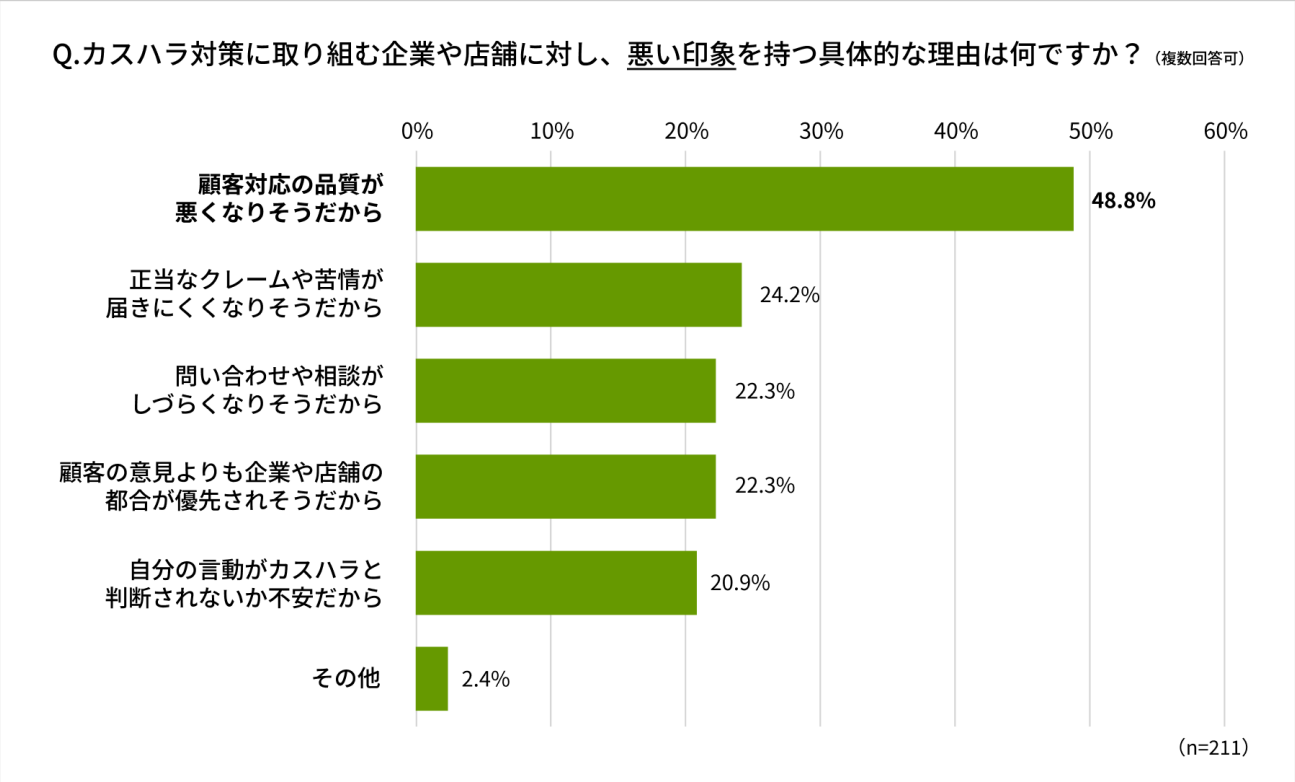


従業員を守るためにカスハラ対策に取り組んでいる企業や店舗への印象を聞いたところ、「非常に良い印象」「やや良い印象」の合計は 87.9%となりました。カスハラ対策に取り組む企業や店舗に対して、約 9 割の人が好印象を持っていることがわかりました。



「良い印象」を持つと回答した人（87.9%）に対し、その理由を聞いたところ、「従業員を大切にしていると感じるから」を選んだ人が 65.1%で、最も多い結果となりました。次いで「安心して利用できそうだから」「信頼できる企業・店舗だと感じるから」が続きました。

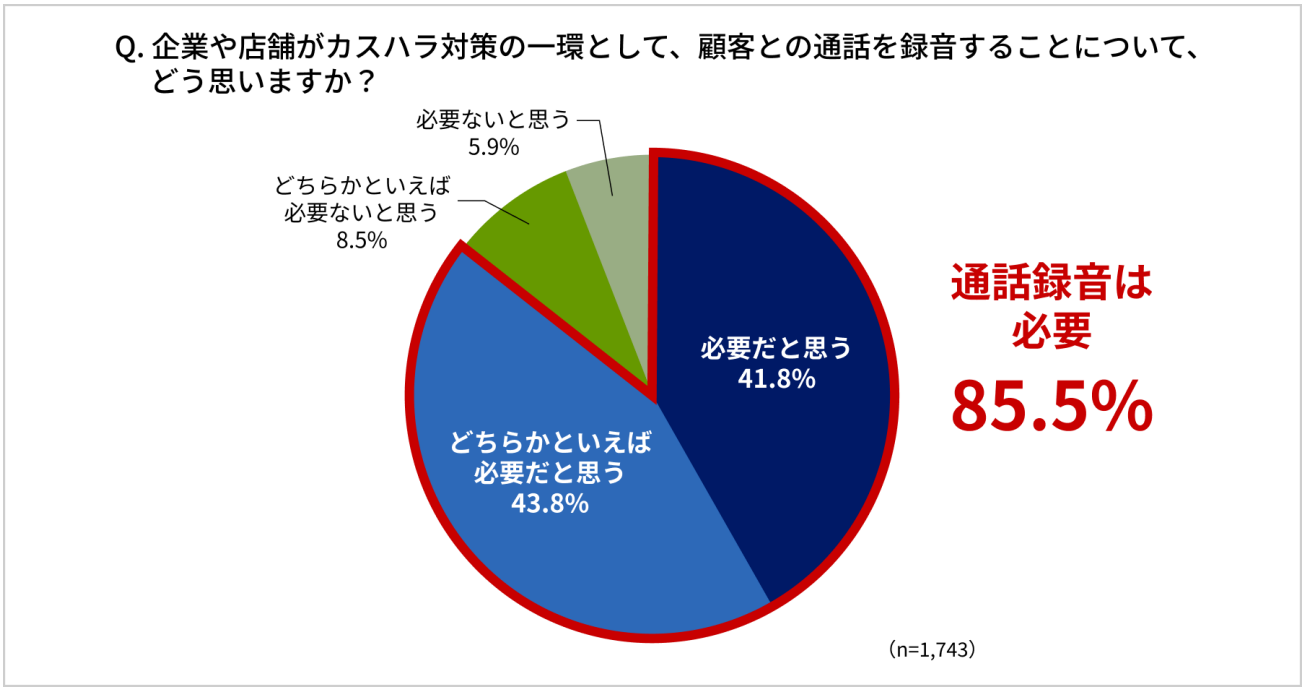
カスハラ対策に取り組む企業や店舗に対して、「従業員を大切にする姿勢」を評価する人が多いことがわかりました。企業はカスハラ対策を講じることで、従業員を守るだけでなく、顧客にも信頼感や安心感を与えられる可能性があると考えられます。



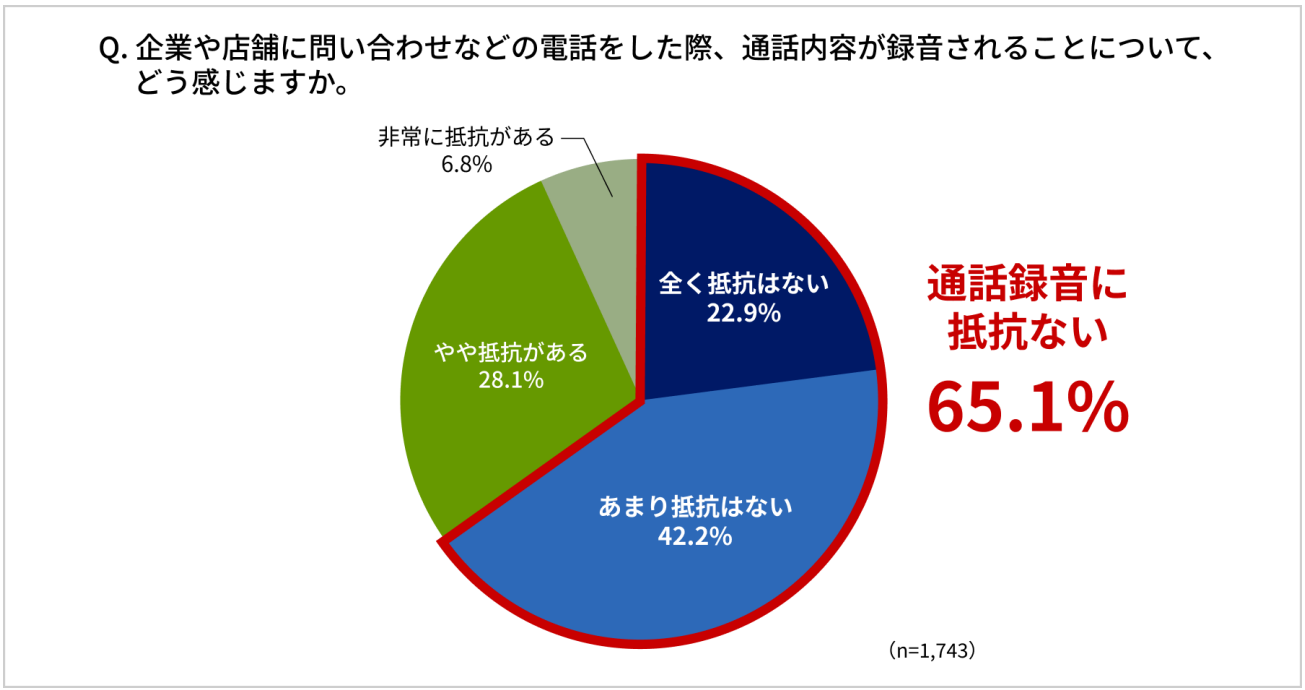
一方で、カスハラ対策に取り組む企業や店舗に「悪い印象」を持つと回答した人（12.1%）に対し、その理由を聞いたところ、最も多かった回答は「顧客対応の品質が悪くなりそうだから」で48.8%でした。カスハラ対策を行うことで、正当なクレームや苦情が届きにくくなることや、問い合わせがしづらくなることへの懸念などが挙がっています。

企業には、従業員を守るための対策を行うと同時に、顧客の正当な苦情には適切に対応する姿勢が求められています。こうした懸念に対応することで、顧客の理解がさらに深まると考えられます。

◯通話録音「必要」が約 9 割、通話録音に「抵抗なし」は約 3 人に 2 人

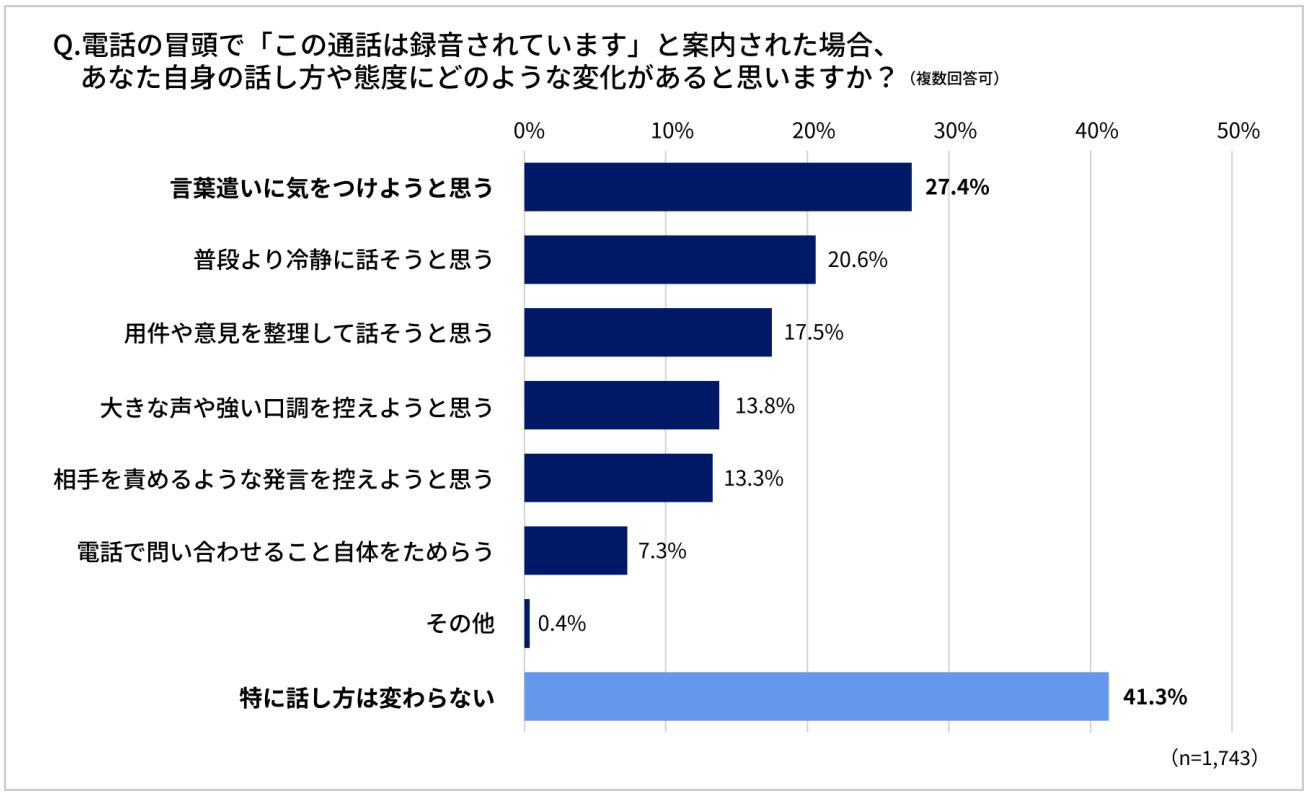


企業や店舗がカスハラ対策の一環として顧客との通話を録音することについて聞いたところ、「必要だと思う」「どちらかといえば必要だと思う」と答えた人の合計は 85.5%となりました。



また、企業や店舗に電話をした際、通話内容を録音されることへの抵抗感については、「全く抵抗はない」「あまり抵抗はない」の合計が 65.1%となりました。およそ 3 人に 2 人が、通話を録音されることに抵抗を感じていないことがわかりました。

◯通話録音されても「話し方変わらない」が 4 割、自身の言動を意識する人も



電話の冒頭で「この通話は録音されています」などの録音告知をされた場合、自身の話し方や態度にどのような変化があると思うか聞いたところ、「特に話し方は変わらない」が 41.3%で最も多い結果となりました。

一方で、「言葉遣いに気をつけようと思う」が 27.4%、「普段より冷静に話そうと思う」が 20.6%で、言葉遣いや態度を意識する人が一定数いることがわかりました。録音告知により、顧客自身が通話時の言動を意識することで、カスハラの抑制につながる可能性があると考えられます。

■II. 企業におけるカスハラ対策への意識と取り組み状況

企業の総務・労務・法務・カスタマーサポート・情報システム担当者などを対象に、カスハラ対策の義務化に関する認知や取り組み状況について調査しました。

【調査概要】

調査実施会社：トビラシステムズ株式会社

実施期間：2026 年 10 月 29 日～30 日

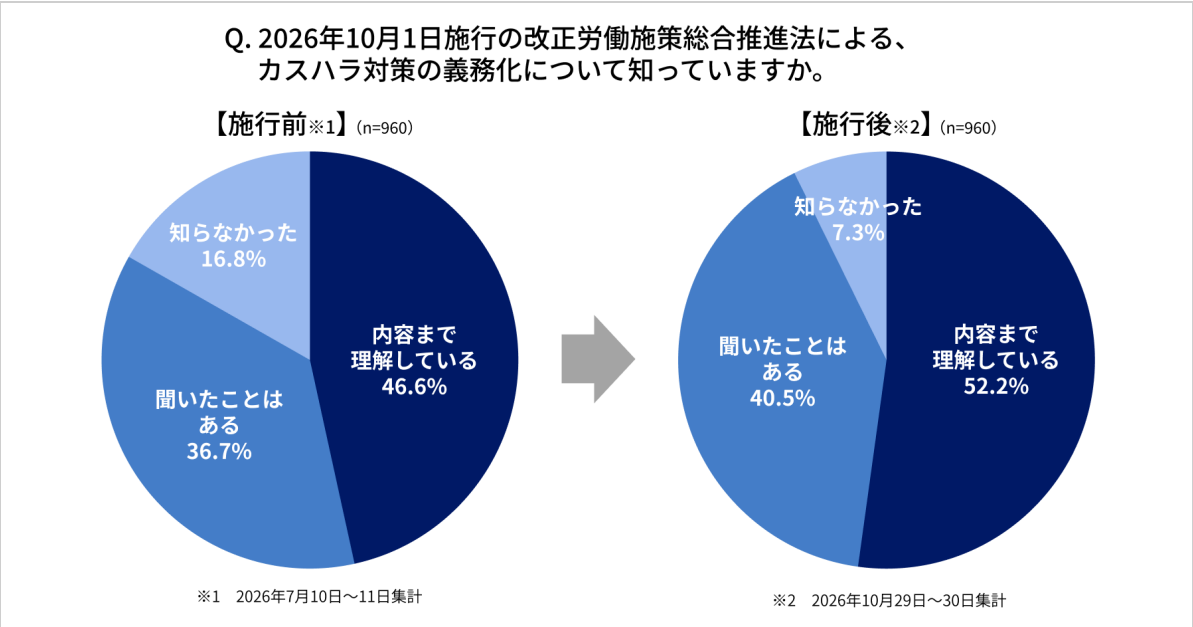
対象：総務・労務・法務・カスタマーサポート・情報システムなどに従事し、会社のシステム導入の決定や選定、情報収集などに関わる全国の 25～60 歳の男女

有効回答数：960

調査方法：インターネット調査（Surveroid を利用）https://surveroid.jp/

※割合の端数処理により、表示上の数値の合計と実際の集計値が一致しない場合があります。

◯カスハラ対策義務化への認知度、法施行後 9.4 ポイント上昇

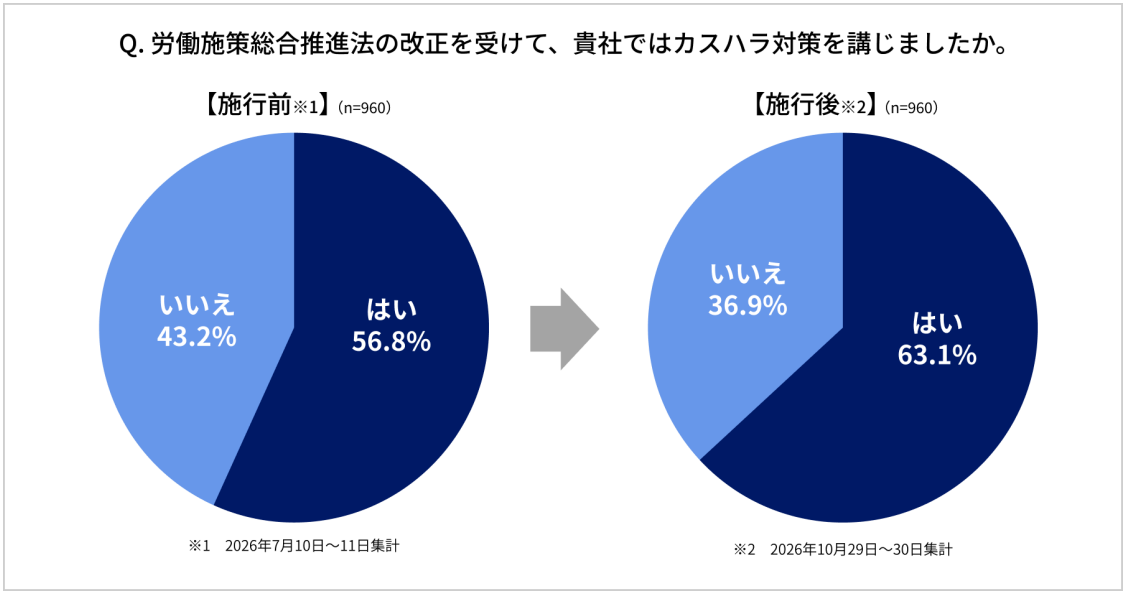


改正労働施策総合推進法による、カスハラ対策の義務化について知っているかという質問に対して、「内容まで理解している」が 52.2%、「聞いたことはある」が 40.5%となり、合計 92.7%がカスハラ対策の義務化を認知していました。

なお、2026 年 7 月に実施した当社調査で同じ質問を行ったところ、カスハラ対策の義務化に対する認知率は 83.3%だったことから、今回の調査では 9.4 ポイント上昇しました。

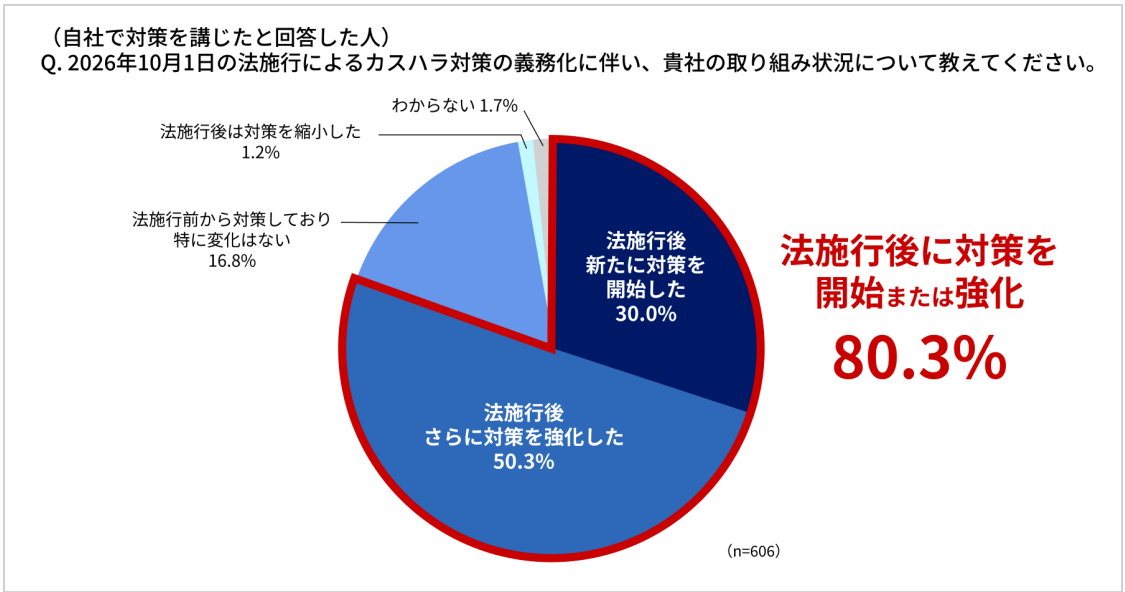
法施行を経て、カスハラ対策義務化の認知が広がっていることがうかがえます。

◯企業のカスハラ対策実施率は 63.1%、法施行前から 6.3 ポイント上昇



労働施策総合推進法の改正を受け、カスハラ対策を講じたか聞いたところ、63.1%が「はい」と回答しました。2026 年 7 月に当社が実施した、法施行前の調査結果 56.8%と比較すると、6.3 ポイント上昇しています。

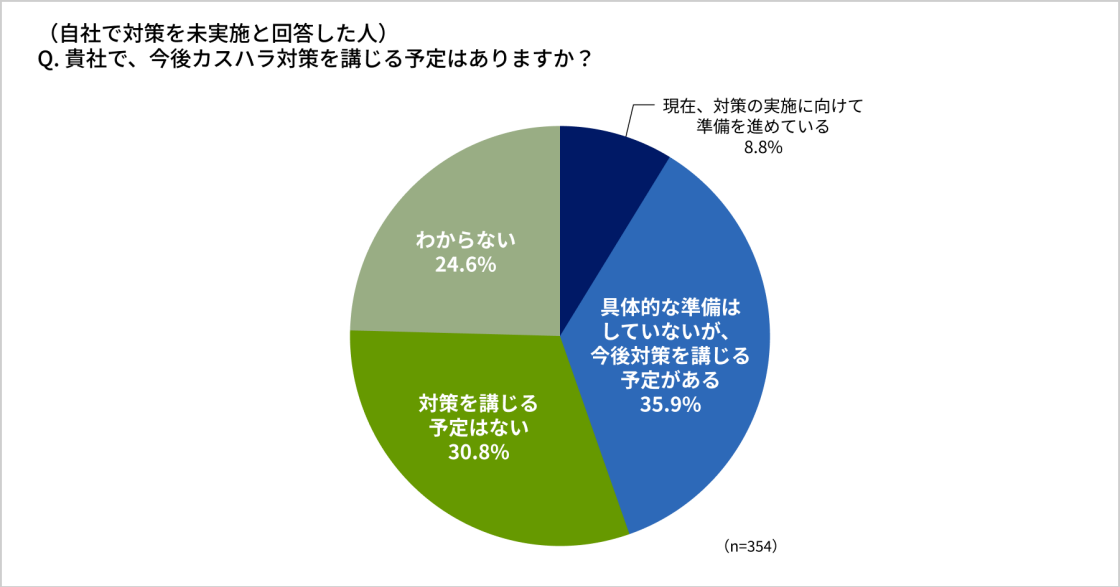
◯対策実施した企業の 8 割が、法施行後に対策開始・強化



自社でカスハラ対策を講じたと回答した人に、法施行前後での取り組み状況を聞いたところ、「法施行後に新たに対策を開始した」が 30.0%、「法施行前から対策しており、施行後さらに強化した」が 50.3%でした。カスハラ対策を実施していると回答した約 8 割が、法施行後に対策を開始または強化している状況がわかりました。

法施行をきっかけに、すでに対策を講じていた企業でも取り組みが強化されるなど、対策が促進されたことがうかがえます。

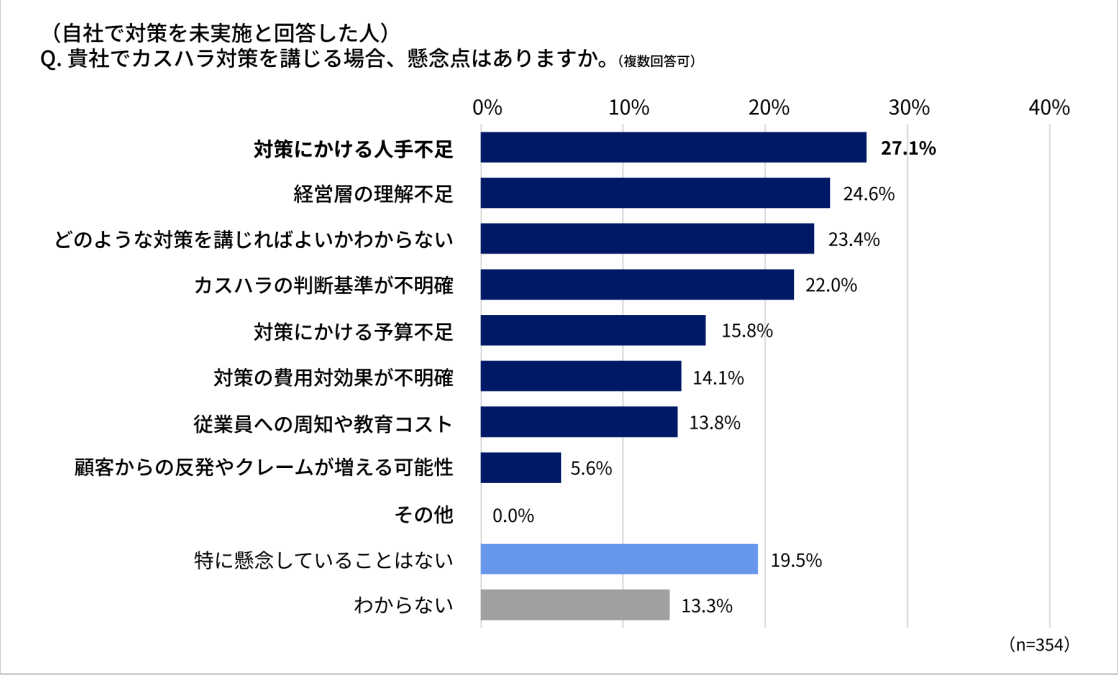
◯未実施企業の約 4 割が今後対策を予定、一方「予定なし」は 3 割



自社でカスハラ対策を行っていないと答えた人に対し、今後対策を講じる予定があるか聞いたところ、「現在、対策の実施に向けて準備を進めている」が 8.8%、「具体的な準備はしていないが、今後対策を講じる予定がある」が 35.9%で、合計 4 割以上が対策を実施する意向があることがわかりました。

一方で、「対策を講じる予定はない」は 30.8%で、法施行後も対策を講じる意向がない企業が一定数あることもわかりました。

◯カスハラ対策実施の懸念は「人手不足」や「経営層の理解不足」



自社でカスハラ対策を講じていないと回答した人に対し、カスハラ対策を講じる際の懸念点について聞いたところ、最多は「対策にかける人手不足」が 27.1%でした。次いで「経営層の理解不足」が 24.6%でした。また、「どのような対策を講じればよいかわからない」「カスハラの判断基準が不明確」なども挙がり、対策に関する情報不足によって取り組みが進んでいない状況も推測されます。

■調査結果まとめ

◯カスハラ対策は、消費者から好意的に受け止められている

カスハラ対策に取り組む企業や店舗に対して、消費者の 87.9%が良い印象を持っており、カスハラ対策への理解が広がっていることがわかりました。また、従業員を守る企業の姿勢は、顧客からの信頼や安心感にもつながります。カスハラ対策は従業員の保護だけでなく、企業イメージの向上にも寄与する側面があると考えられます。

◯通話録音への抵抗感は比較的少なく、録音告知が言動を意識するきっかけにも

消費者の 85.5%がカスハラ対策としての通話録音を「必要」と回答しました。さらに、65.1%は自身の通話が録音されることに「抵抗がない」と回答しました。録音告知が流れても、特に話し方は変わらないと答えた人は 4 割でした。一方で、言葉遣いや話し方を意識すると答えた人も一定数いました。

こうした結果から、通話録音はカスハラ対策として多くの消費者に必要性が認識されており、録音されること自体への抵抗感も比較的少ないことがうかがえます。

企業は、顧客の正当な意見や苦情に適切に対応する姿勢を維持しながらも、顧客の反応を過度に懸念することなく、必要なカスハラ対策を進めることが重要だと考えられます。

◯法施行により企業の対策は進むも、約 4 割は未実施

企業のカスハラ対策実施率は、今年 7 月の調査結果 56.8%から 6.3 ポイント上昇し、63.1%となりました。一方、約 4 割が法施行後も対策未実施と回答しており、その課題として人手不足や経営層の理解不足、対策方法がわからないことなどが挙がりました。

企業には、カスハラ対策の必要性を社内で共有し、対応に関する情報収集、通話録音などツールによる仕組みづくりを進めることが求められます。

＜参考資料＞

【2026 年 10 月法改正】カスハラ対策の義務化まであと 2 ヶ月　電話のカスハラ、4 人に 1 人が「週 1 回以上」被害　企業の 4 割は対策未実施（2026 年 7 月 31 日 トビラシステムズ発表）

https://tobila.com/news/report/p2961/

カスハラとは？法改正により義務化されるカスハラ対策の内容やカスハラ加害者とならないためのポイントをご紹介（政府広報オンライン）

https://www.gov-online.go.jp/article/202510/entry-9370.html

令和７年の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（労働施策総合推進法）等の一部改正について（厚生労働省）

https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/koyoukintou/zaitaku/index_00003.html

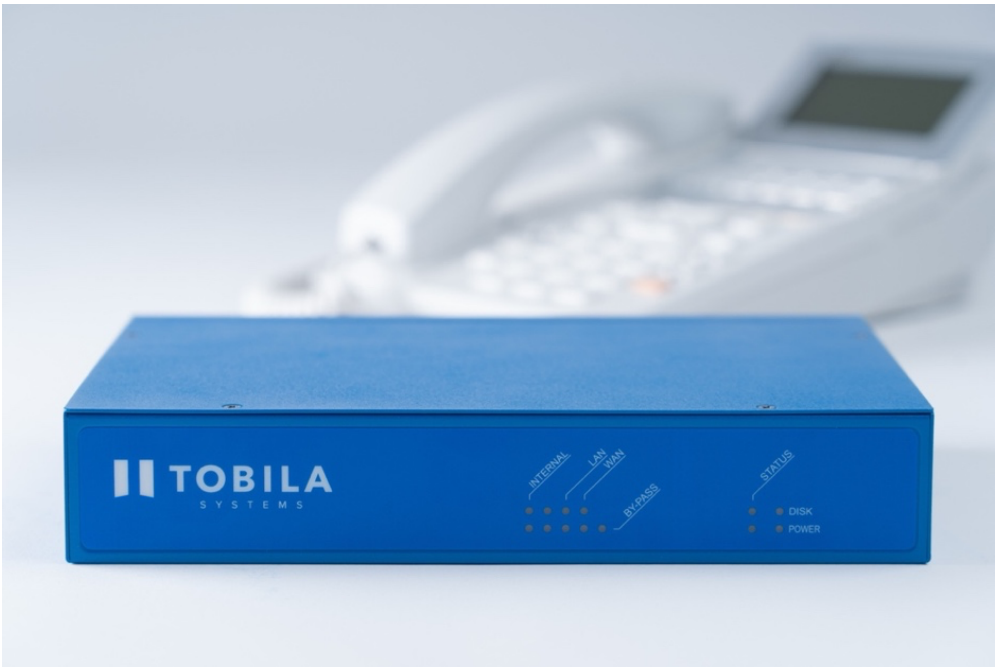
■電話のカスハラ対策に「トビラフォン Biz」「トビラフォン Cloud」

トビラシステムズは、電話によるカスハラ対策に有効なビジネス向け製品「トビラフォン Biz」および「トビラフォン Cloud」を提供しています。

◯トビラフォン Biz

オフィス電話に必要とされる便利な機能を１台に集約したサービスです。既存の電話環境にプラスで設置することで、聞き逃しや顧客とのトラブル防止・カスハラ対策に役立つ「通話録音システム」、悪質営業や迷惑 FAX などを一括でブロックする「迷惑電話対策」、通話履歴や電話帳などの管理がクラウド上で可能な「集中管理システム」などの機能が利用できます。

サービスサイト：https://tobilaphone.com/biz/gw/



◯トビラフォン Cloud

フルクラウド型のビジネスフォンサービスです。スマートフォンに「トビラフォン Cloud」アプリをインストールすることで、外線・内線・転送・グループ着信・IVR（自動音声応答）・通話録音など、ビジネスフォンに必要な機能が利用できます。1 台のスマートフォンで、電話番号や通話料を私用と社用で簡単に使い分けられます。

サービスサイト：https://tobilaphone.com/biz/cloud/



■トビラシステムズについて

テクノロジーで社会課題の解決を目指し、特殊詐欺やフィッシング詐欺、グレーゾーン犯罪撲滅のためのサービスを提供しています。詐欺電話・詐欺 SMS 等の情報を収集・調査してデータベースを構築し、自動でフィルタリングする「迷惑情報フィルタサービス」は、固定電話、モバイル、ビジネス向けに展開し月間約 1,500 万人にご利用いただいています。

＜会社概要＞

会社名　　：トビラシステムズ株式会社
代表者　　：代表取締役社長　明田 篤
証券コード：4441（東証スタンダード市場）

設立　　：2006 年 12 月 1 日
所在地　　：愛知県名古屋市中区新栄町 1-1　明治安田生命名古屋ビル 15F
公式サイト：https://tobila.com/

＜本件に関する報道関係のお問い合わせ先＞

トビラシステムズ株式会社　広報担当
電話番号：050-3646-6670（直通）
お問い合わせフォーム：https://tobila.com/contact/