

2025年8月26日
アラームボックス株式会社
代表取締役社長 武田浩和

2025年上半期 インターネット上で悪評・クレームが多い上位10業種を発表
EC・通信・医療・飲食など、生活密着型サービスに不満が集中
～カスタマーサポートや接客スタッフへの不満がネット上で多数投稿される結果に～

AI 与信管理サービスを提供するアラームボックス株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役：武田浩和、以下「当社」）は、この度、11,230社を対象に、2025年上半期にSNS等インターネット上で投稿された各企業に関連する口コミや評判の中から悪評・クレームを抽出し「2025年上半期 インターネット上で悪評・クレームが多い上位10業種」を集計しましたので発表します。また、業界ごとの悪評・クレームの内容を解析し、頻出単語の集計をしましたので合わせて発表します。

◆2025年上半期 インターネット上で悪評・クレームが多い上位10業

悪評・クレームの業種別ランキング



ランキング	業種※1	対象企業数	悪評・クレーム数	1社あたりの平均悪評・クレーム数	前回順位※2	業界
第1位	無店舗小売業	256	1877	7.33	1位	EC
第2位	通信業	58	282	4.86	5位	通信
第3位	各種商品小売業	79	366	4.63	2位	EC・小売
第4位	医療業	368	1602	4.35	6位	医療
第5位	飲食店	231	943	4.08	12位	飲食
第6位	宿泊業	120	453	3.78	3位	宿泊
第7位	放送業	12	43	3.58	-	通信
第8位	その他の小売業	491	1742	3.55	8位	EC・小売
第9位	飲食料点小売業	193	666	3.45	17位	EC・小売
第10位	持ち帰り・配達飲食サービス業	18	62	3.44	11位	配送

※1 業種は総務省の日本標準産業分類を参考に区分けを行っています。具体的な業態は「調査結果詳細」の中で記載しています。

※2 アラームボックス 2024年2月26日発表「2024年下半期 インターネット上で悪評・クレームが多い上位10業種」
<https://alarmbox.co.jp/allnews/press/20250226-chosa07/>

※3 企業数が10社未満の業種は集計対象外としています。

◆調査背景

スマートフォンや SNS の普及に伴い、誰でも手軽に情報の発信や収集が行える時代となりました。消費者庁が発表した「消費者意識基本調査 (※4)」によると、様々な情報収集手段がある中で SNS を情報収集目的で活用している人が 84.1%と最も多いことから、多くの人が SNS から情報を得ていることがわかります。このことから、企業は SNS やインターネット上にある悪評やクレームなどの書き込みが事業に悪影響を与えないよう、適切なレピュテーションマネジメントを行い、社会からの評判を維持・向上させる必要があると言えます。

これらを背景として、アラームボックスは、AI 与信管理サービス「アラームボックス」の提供を通して得た膨大なネット上の口コミから、インターネット上で悪評・クレームが多い業種やその口コミの傾向を定点調査しています。社会情勢と悪評・クレームの関係性の考察や、クレームに頻出する単語を発表することで、企業がレピュテーションマネジメントに取り組むきっかけとなること、企業活動や与信管理における定性情報の重要性と活用法を啓発していくことを目的として、本調査の実施と発表に至りました。

※4：消費者庁 2022 年 6 月 7 日「消費者意識基本調査」

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_002/assets/survey_002_220607_0005.pdf

◆主な調査結果（サマリー）

ネット上に存在する口コミなどの定性情報を業種別に分析したところ、EC を展開する無店舗小売業で悪評・クレームの投稿数が最も多い結果となりました。悪評・クレームの内容としては、「配送が来ない」「問い合わせに返信がない」など、注文後の状況が見えないことへの不満が顕著でした。通信業や放送業では、解約・契約手続きやサポート対応に関する悪評・クレームが多く、電話が繋がらない、連絡が来ないといったカスタマーサポートへの不満が目立ちました。医療・飲食・宿泊といった対面型サービスでは、接客の質や説明不足への悪評・クレームが多く、繁忙期における人手不足や経験の浅いスタッフによる対応が影響していると考えられます。全体として、生活に密着したサービス業種において、「対応の遅れ」や「連絡がつかない」ことを原因とする悪評・クレームが多く見られた点が、今回の特徴でした。

・EC（通販事業）

EC（通販事業）においては、配送の遅延や返品・交換対応の遅さ、問い合わせへの未返信など、対応面への不満が多く見られました。特に、注文後の状況が把握できないことへの不安や不信感が、悪評・クレームとして投稿される傾向が強くなっています。

・通信、放送

通信業では、解約やサポート対応に関する不満が多く、「電話が繋がらない」「対応が遅い」といった声が多く見られました。放送業ではケーブルテレビに対する悪評・クレームが中心で、契約内容の齟齬や工事連絡の遅れ、ネット接続の不具合に関するトラブルが多く見られました。

・小売（店舗販売）

店舗販売を行う小売業では、接客態度や商品知識の不足に関する不満が多く、「説明が不十分」「質問に答

報道関係者各位
プレスリリース



えられない」といった声が目立ちました。専門性が求められる業態において、その期待に応えられない対応が悪評・クレームにつながっている状況が多く見られました。

・医療業

美容クリニックでは予約の取りづらさや接客態度への不満、一般病院では受付対応や診療の雑さに関する悪評・クレームが多く見られました。

・飲食店

飲食店では、料理の提供速度や味に対する不満に加え、スタッフの接客態度や予約管理など店舗運営の不備に関する悪評・クレームが目立ちました。

・宿泊業

宿泊業では、設備の老朽化や清掃の不備、スタッフの対応に関する不満が多く見られました。特に、人手不足の影響とみられる対応の遅れが目立ち、施設の稼働率上昇にオペレーションが追いついていない状況が悪評・クレームにつながっていました。

・持ち帰り・配達飲食サービス

持ち帰り・配達飲食サービスでは、勝手なキャンセルや配達遅延、問い合わせへの未返信など、非対面でのやり取りに関するトラブルが多く見られました。

◆調査結果詳細

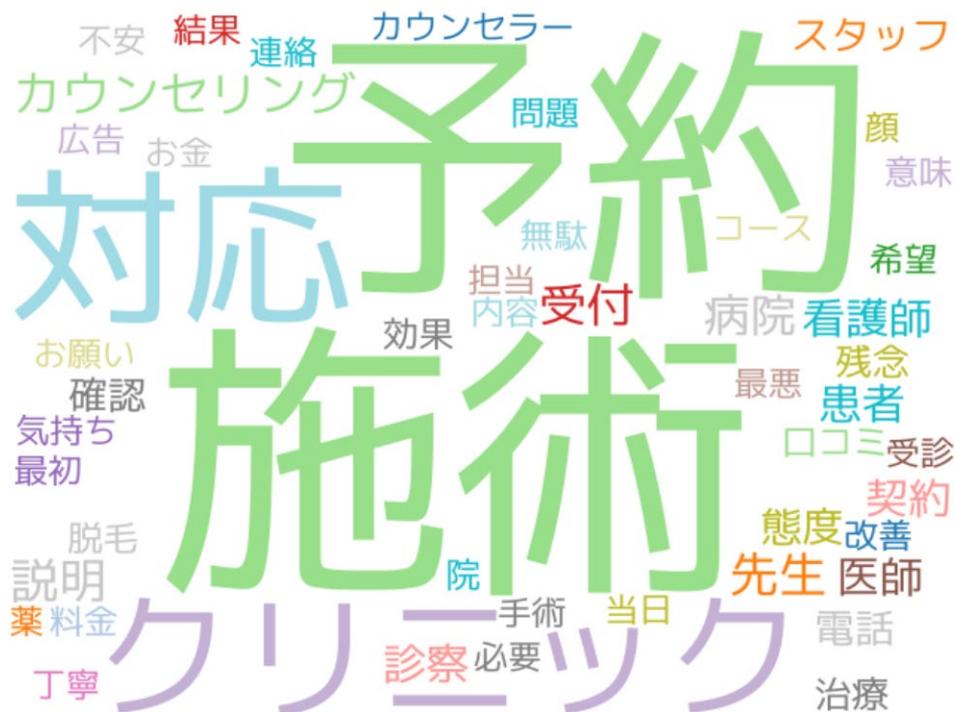
1位 無店舗小売業：1社あたりの平均悪評・クレーム数：7.33件

主な事業：通販事業

過去の調査に引き続き、通販事業を専門とする無店舗小売業が1位となりました。多くの事業者がネット上で複数のECサイトを運営しており顧客との接点が多いことから、ネット上の悪評・クレームの平均件数が引き続き最多となっています。

商品に対する不満としては、傷や汚れ、不良品、説明と異なる素材やサイズ感などの指摘が多く、品質や表示への信頼を損ねる内容が多く見られました。一方で、悪評・クレーム全体の中でも特に多かったのが、注文後に連絡が取れない、返信が遅い、返品・交換がスムーズに進まないといった“対応面”への不満です。発送に関する投稿も多く見られましたが、それ以上に、連絡の遅さや対応の不透明さがユーザーの不満を高める要因となっていました。発送予定や対応の見通しなどを適切に伝えることは、顧客の不安を和らげ、不要な悪評・クレームを防ぐ上でも重要であるといえます。

〈無店舗小売業の悪評・クレーム頻出単語〉



※名詞のみを抽出

5位 飲食店：1社あたりの平均悪評・クレーム数：4.08件

主な事業：レストラン、専門料理店、酒場、喫茶店など

飲食店に関するクレームでは、料理そのものに対する不満が最も多く、「味が薄い」「量が少ない」「価格と釣り合わない」といった投稿が多く見られました。次に多かったのは、注文や提供、予約に関する内容で、「予約していたのに待たされた」「注文が通っていなかった」「料理の提供が遅い」といったオペレーションに関する指摘が複数寄せられていました。また、接客やスタッフの態度に関する投稿も一定数見られ、サービス全体への期待とのギャップが悪評・クレームに繋がる傾向が見られました。

〈飲食店の悪評・クレーム頻出単語〉



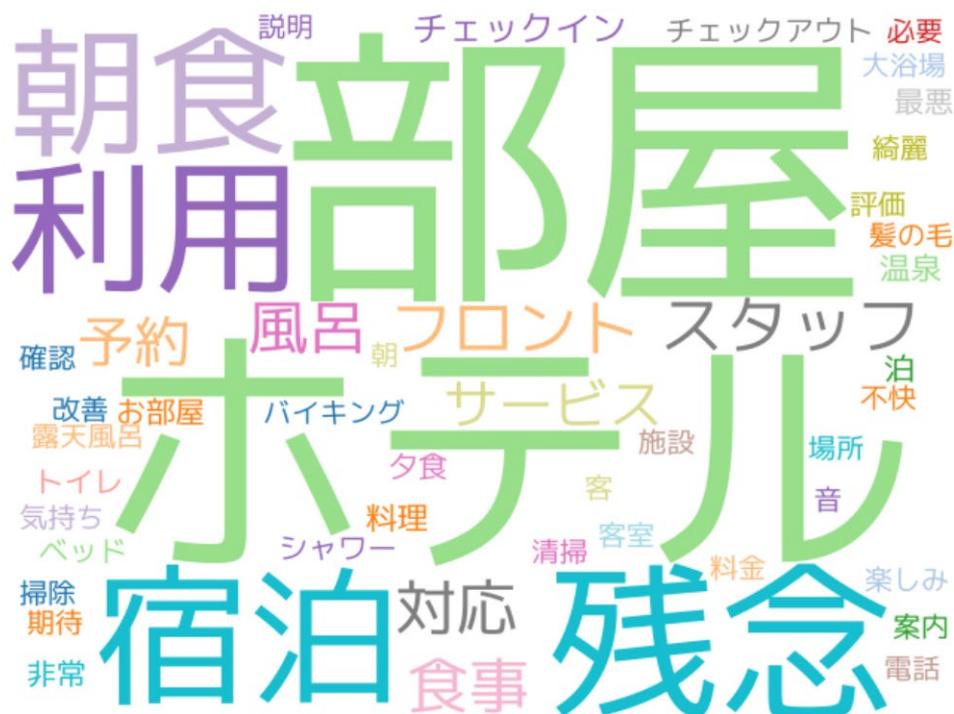
※名詞のみを抽出

6位 宿泊業：1社あたりの平均悪評・クレーム数：3.78件

主な事業：旅館、ホテル

宿泊業に関するクレームでは、部屋の老朽化や清掃不備、スタッフの対応、施設の混雑など、宿泊体験の根幹に関わる不満が多く見られました。特に、「設備が古い」「清掃が不十分」といった投稿が多く、施設の維持管理に十分な投資が行き届いていない状況がうかがえます。また、チェックインや朝食会場、大浴場の混雑に関する声も複数寄せられており、観光客の急増によるオーバーツーリズム的な課題が一因となっているケースも見受けられました。こうした背景には、人手不足により清掃や接客、混雑対応といった基本業務が十分に機能していないという、宿泊業界全体が抱える構造的な問題があると考えられます。

〈宿泊業の悪評・クレーム頻出単語〉



※名詞のみを抽出

7位 放送業：1社あたりの平均悪評・クレーム数：3.58件

主な事業：有線テレビジョン放送業（ケーブルテレビ）、民間テレビジョン放送業（地上波）

放送業に関する悪評・クレームは、そのほとんどがケーブルテレビ事業者に集中しており、中でも「問い合わせの電話が繋がらない」「契約時の説明不足で思ったより料金を取られた」といった不満が最多でした。さらに、「解約がスムーズにできないせいで引っ越し後も料金を払わされた」といった声も多く、手続きの不透明さや対応の遅さに対する声が多く見られました。また、ケーブルテレビに付随するインターネット回線サービスに対する不満も目立ち、「工事が予定通りに進まない」「連絡が来ない」といった投稿が多く見られ、通信インフラとしての期待に応えられていない現状がうかがえます。

〈放送業の悪評・クレーム頻出単語〉



※名詞のみを抽出

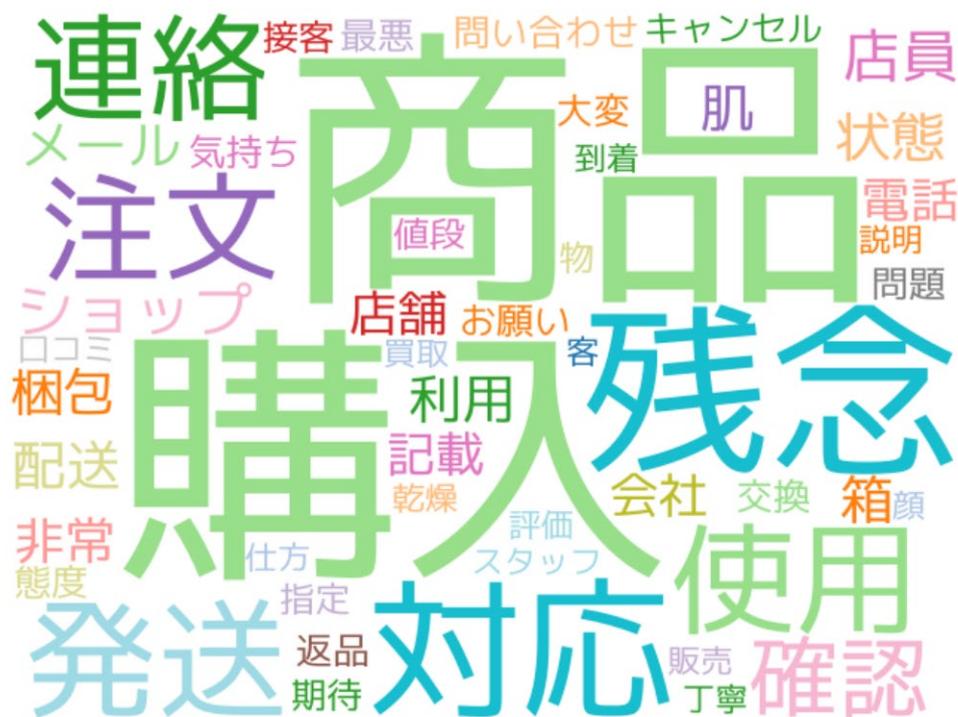
8位 その他の小売業：1社あたりの平均悪評・クレーム数：3.55件

主な事業：書店、ホビー販売店、スポーツ用品、化粧品、インテリア用品などの小売店

その他の小売業では、ECと実店舗それぞれに特徴的なクレームが寄せられました。ECに関しては、「不良品が届いた」「商品の状態が記載と異なる」といった商品品質に関する投稿が多く見られ、特に中古商品やコスメなど、商品の状態が重要となる商材に対しての不満が目立ちました。また、「梱包が簡素すぎる」「返品対応が遅い」といった、対応面への不満も確認されました。

一方、実店舗においては、スタッフの接客態度や商品知識に関する投稿が複数寄せられ、「説明が曖昧だった」「態度が冷たい」といった声が見られました。専門店が多い業種であることから、商品への理解や丁寧な接客を期待する顧客との間にギャップが生じ、悪評・クレームにつながっていると考えられます。

〈その他の小売業の悪評・クレーム頻出単語〉



※名詞のみを抽出

9位 飲食料品小売業：1社あたりの平均悪評・クレーム数：3.45件

主な事業：コンビニ、健康食品販売、食品スーパーなど

飲食料品小売業では、ECと実店舗でクレーム内容に違いが見られました。EC系企業では「商品が写真と違う」「品質が悪い」といった商品面の不満に加え、「発送連絡がない」「返品対応が遅い」といった、連絡・対応面への不満が多数寄せられていました。一方、コンビニなどの店舗系では、店員の接客態度や説明不足に対する指摘が目立ちました。特にレジ対応に関するトラブルが多く、顧客への声かけや案内が不十分だったことが、クレームに発展しているケースも見受けられました。

〈飲食料品小売業の悪評・クレーム頻出単語〉

報道関係者各位

プレスリリース

重要な補完手段となります。



今後は、こうした悪評・クレームを自社の改善に活かすだけでなく、取引先の経営状態の把握にも活用し、リスクの早期察知とレピュテーション管理の強化を両立させる視点が求められます。

◆調査概要

調査期間：2025年1月1日～2025年6月30日

対象企業：アラームボックスでモニタリングしていた企業のうち、11,230社

対象データ：インターネット上に投稿された口コミのうち、アラームボックスが「悪評・クレーム」と分類したもの

◆アラームボックス株式会社

AI 与信管理クラウドサービス「アラームボックス」(<https://alarmbox.jp>)は、企業や自治体のHPに掲載された情報や、SNS や口コミなどインターネット上で投稿された情報を AI 技術で収集・解析し、提供するクラウドサービスです。新規取引時の与信判断、既存取引先の継続的な与信管理、さらに売掛保証までを一括して行うことができます。収集・判断の難しいネット上の情報を、与信への影響度を診断したうえで提供するため、インターネット上の情報を活用した高精度な与信管理を、簡単に、低価格で導入できます。それにより、取引先の情報収集に関わる業務負荷を大幅に削減し、スマートフォンやPCから取引先を登録しておくだけで、迅速にリスクに対応できます。



◆会社概要

代表者：代表取締役社長 武田 浩和

所在地：東京都新宿区市谷本村町3-2-2

設立：2016年6月

資本金：340,200千円

報道関係者各位
プレスリリース



事業内容：与信調査サービス、売掛保証サービス、事業用物件専門の家賃保証

企業サイト：<https://alarmbox.co.jp>

サービスサイト：<https://alarmbox.jp>

【本件に関するお問合せ先】

アラームボックス株式会社 PR 担当 稲田

TEL: 050-3749-5843 MAIL: pr@alarmbox.co.jp