

# 個人事業主と 炎上・ネットニュースに 関する調査

【実施期間】

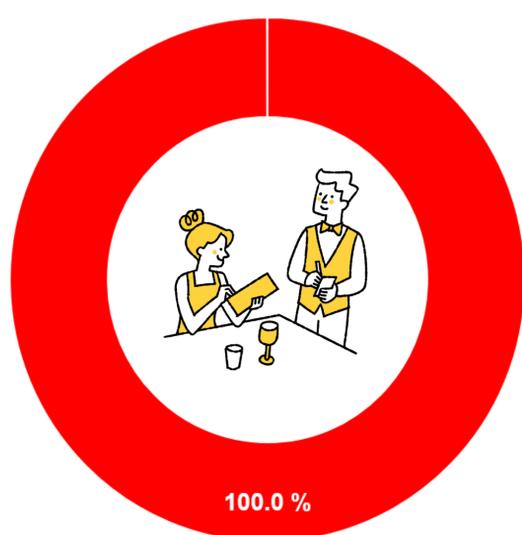
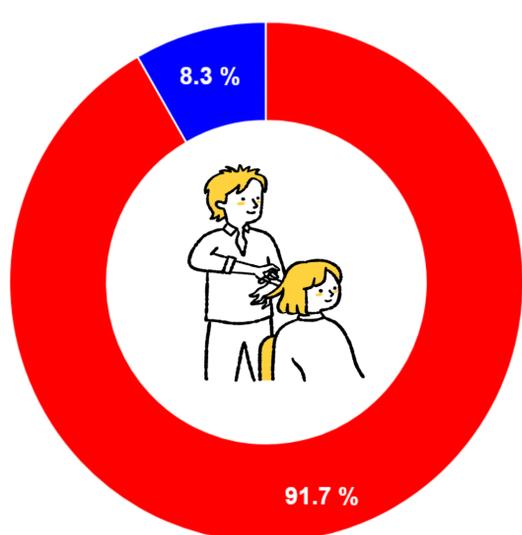
2025年2月

## ネット・SNSでの評判における業績への影響

—あなたの業界では、ネットニュースやSNSでの評判が業績に影響を与えますか？

### ▼ 美容業

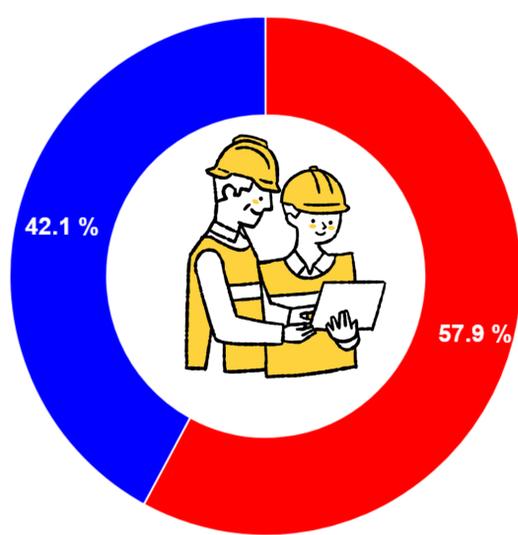
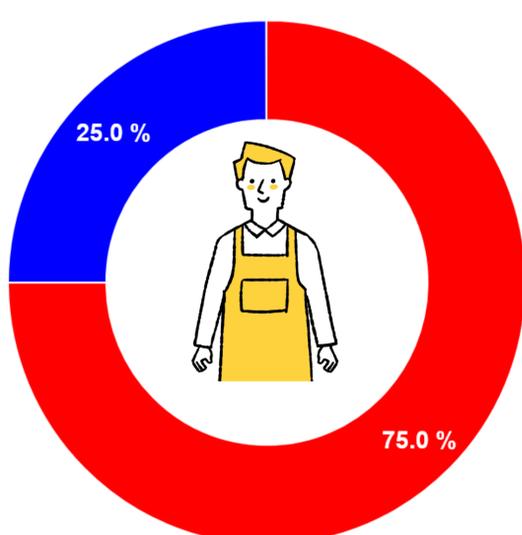
### ▼ 飲食業



はい いいえ

### ▼ 小売業

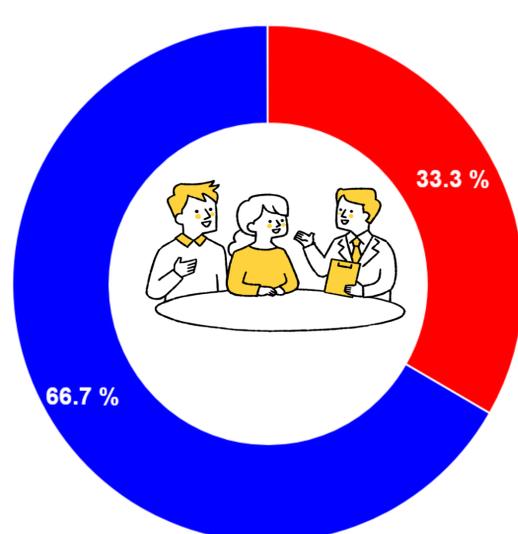
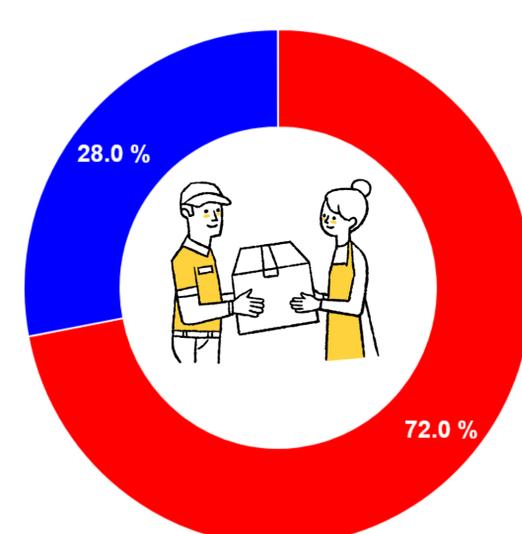
### ▼ 建設業



はい いいえ

### ▼ 運送業

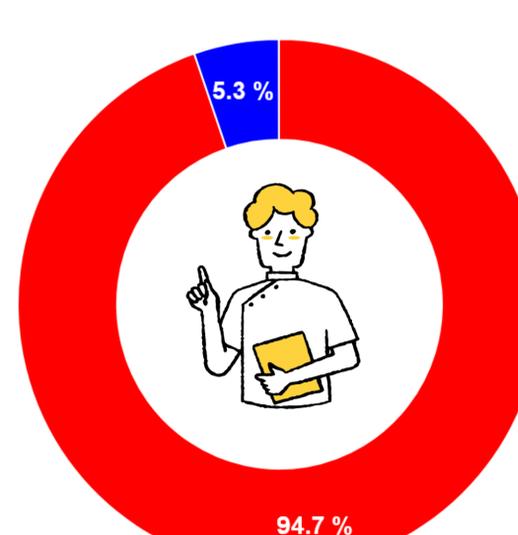
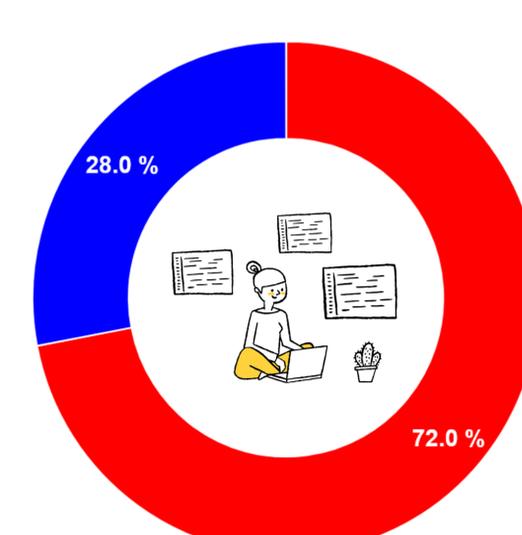
### ▼ 不動産業



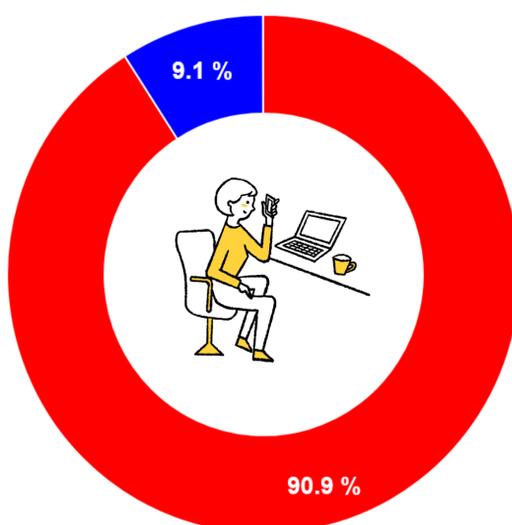
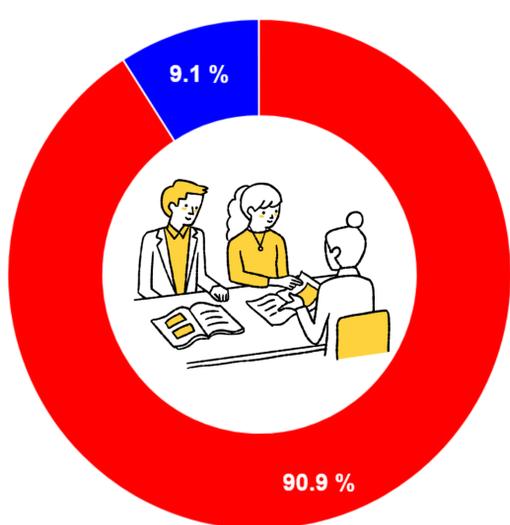
はい いいえ

### ▼ WEBサービス業

### ▼ 医療業・福祉業

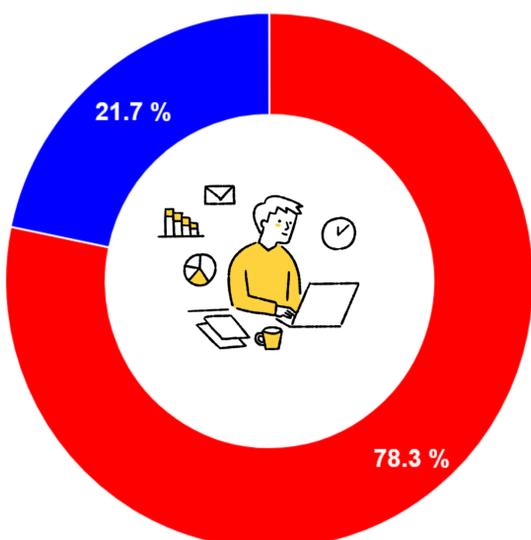


はい いいえ



■ はい ■ いいえ

## ▼ その他



■ はい ■ いいえ

## 評判の業績への具体的な影響

—どのような影響があると思いますか？具体的に教えてください。

### 美容業

- 今のご時世、他人の「口コミ」は非常に影響力を持つ
- 良くも悪くも口コミという書き込みは消費者行動に影響ある
- SNSへの投稿をしていれば集客にもつながるが、悪い評判はすぐ広がるので影響は大きい
- ネット予約、口コミレビューなどを参考にしている人がいる
- 業界のことやこのメニューがダメなど書かれるとそのまま影響する
- 初めて来る方は特にネット上の口コミを見ている
- SNSの評価により、動員数が増えたりするので売り上げに関係してくる
- 良い口コミや投稿がある店や美容師に新規客が行く
- ニュースに取り上げられたりすると、話題になり売り上げにつながることもある
- 口コミが悪いと美容室を探している人の判断基準になる
- 過大広告などで詐欺まがいなことなどをしたらアウト
- お客様もインターネットで情報収集をするので話題のことは会話になる
- 悪評が立てば、来店を控えたりなどの機会損失に合う
- ネットなどは時代的にも活用してる方が多い
- お客様がSNSを見て来店するようになってきている
- いい意味だとSNSでバズれば集客の面でかなり有利になる
- 否定的なことや愚痴にあたるようなことを書いてしまうと良くない
- 知ってもらえることができれば、売り上げにつながると思う
- 接客業なので、評判は大切
- 薬剤が体に悪いとかの影響があるとカラーやパーマのお客様が減ったりする
- お店の評判に影響が出てくる事がある
- SNSを見て興味のある美容師目的に来店するので個の売り上げにかなり影響がある
- やはり拡散するので、マイナスなこといわれるとつらい
- SNSの口コミなど、みんなが参考にしている
- サービス業なので悪評がついてその噂が回ってしまうと客数は減る

### 飲食業

- 口コミやSNS拡散で集客が左右される
- 業界的に今、すごく重要なので、経営していく中で外せない
- 店名も出ますし料理も出ます。こちらについて何らかのコメントはそのまま影響する。

### 小売業

- 影響力のあるsnsに取り上げられると、新規の人が来店しやすくなる
- 悪い方向に炎上した場合不買行動が起こりその商品が売れなくなってしまうことがある
- ネットニュース炎上などでお店の売り上げ下がる
- 第三者が見た時の印象が第一印象となり良くない方向へと向かう可能性がある
- インフルエンサーなどの紹介により、商品の動きが活発になることがある

### 建設業

- SNSでの不動産、建設業者への不信感の投稿
- 元請け会社の口コミが悪いと工事をお願いする人は減る
- 好評であれば信用度がアップし、悪表であれば信用度がダウンする
- 元請けの関連系列の企業イメージが下がれば仕事が激減する
- 実際の仕事内容が正確に伝わらず、特にマイナスイメージで伝わるリスクもある
- 元請け業者がSNSとかで評判が悪くなると仕事が減る
- お客様の満足度を調査できるので、お客様目線の直して欲しい要望がわかる
- 単純に良いことをsnsで言っていればそれがそのままいい影響に繋がる
- 評判がいい時よりも、悪いときの方がダメージが大きい
- 口コミや評価などが表に出やすくユーザーに伝わりやすい
- 広告なので集客効果などがある
- ネットの口コミなどで、悪い評価だと仕事の依頼が減少する
- リフォームの際にsnsでおしゃれな部屋などを参考にされる方が増えている
- 炎上して悪評が立つと集客が出来なくなる
- 炎上などによって悪いイメージ、評判が生じる

# 運送業

- 公道上での不適切な運転が当社荷主双方に悪影響を与える
- 話題になる事で、注目が集まり仕事に良い影響もあるが、悪い影響もでる
- ネットニュースで炎上した場合元請からの仕事が無くなり仕事を失ってしまう
- 配達員の粗暴や不適切なサービス動画がアップされてしまう
- 信用を失えば仕事自体を請け負えなくなる
- 直接的に直ぐに売上に直結するわけではないですが利用控えがある程度出る
- 具体的な内容はないが今の時代SNSの影響力はかなり大きい
- 運送業もSNSでの炎上が業績への影響は十分にある
- 運送業者の路上駐車や荷物の扱いなど、結構ニュースになることが多い
- 印象が悪くなり仕事をふってくれなくなる
- ネットによる影響にてネットショッピングする方もいる
- 品質の悪い配達員がSNSなどに苦情をアップされ配送業のイメージダウン
- フードデリバリーの注文数が減り、我々の配達件数が減る
- 顧客の注文数が減り、荷物量も減っていく可能性がある

# 不動産業

- YouTuberの発言等が大きな影響を与えている

# Webサービス業

- ネット関係のビジネスなので怪しいと思われると評判が下がる
- SNSを使って人材確保に努める
- 顧客獲得、採用、事業イメージ、炎上リスクへの影響がある
- クチコミで人は判断しますので、クチコミが悪いほどに悪影響
- レビューを見てサービス(語学レッスン)を受けるか否かを決める生徒が多い
- ネットニュースやSNSで話題になるとコンテンツ化できる事案もあるため良い面で影響がある
- 信頼が落ちて、もらえる仕事の量が減る可能性がある
- 良い評判は案件獲得や信用向上につながり、悪い評判は信頼低下や契約打ち切りのリスクを高める
- 悪いニュースなどが出るとイメージがわるくなる
- 炎上するエンジニア、コンサルには仕事が来ない
- 悪い評判を書かれるとやはり案件の獲得が難しくなってしまう

# 医療業・福祉業

- ネットニュースは関係ないが、SNSなどで発信する場合良くも悪くも認知をとっていきける
- 評判が落ちれば当然に利用者数も減少する
- 口コミや評価は、ネットを見て来る顧客にとっては、重要なポイントになっている
- ネットの書き込みを信じる層とその影響を受ける家族の初診が減る
- 客が評判を聞いて利用を控えることがある
- 不適切な治療をしている方がいるために不信感を持たれる事がある
- 医療費削減の流れがあるため、医療保険を取り扱う事業所としては大変
- 若いZ世代には通常の広告より効果大
- 色々なサイトの口コミを見てから来院する方が多いので、口コミは影響する
- 前向きな情報であれば、新規顧客の獲得につながる。ネガティブな情報でもさほど影響はない。
- 風評がイメージに直結するので直接の評判に繋がりやすい
- 売上にかなり影響する
- 週刊誌などで薬のネガティブな情報がでると、その薬剤が避けられる
- 院に対しての批判やクレーム等の書き込みによる患者数の減少

# 専門家(士業・FP・コンサルなど)

- 会社や商品批判など一定数実施するものがある
- 顕在化されたニーズ層にはかなりの効果は有り
- 信用失墜の結果クライアントが離れる可能性がある
- 良い情報も間違えた情報も伝わり方が早い
- SNS においての集客が多いため影響がある
- 金融業法が絡む中で、SNSの発信により事実無根でも問題化される
- 悪い評判として流されるととてもお客様が不安がるのでこまる
- 個人事業主は信頼が薄い分、契約前に簡単な調査をされる可能性が高い

# 個人投資家

- ニュースメディアや著名人の発言などで価格に影響する
- 例えば暗号資産のプロジェクトの開発者が何かしら不祥事を起こしたらその通貨の価格が下がる
- 詐欺グループが捕まったりすると、投資関係は、疑われる
- SNSにより、個人投資家は色々な情報を収集している
- 些細な情報でも価格にもろに影響が出る
- 投資においてはSNSの評判が株価に影響することはある
- スクールやサロンをやっている人にとってはとても影響がある

# その他

- SNSを見て教室にお問い合わせしてくる方がほとんどなので、いい口コミは影響を受ける
- 一個人の考えを発言、発信されることにより、誤った情報拡散となりお客様からの問合せとなる
- 誹謗中はそのブランドについての信頼性が問われる
- 特許や医薬の分野で間違った報告をしたり、内容が外に出てしまうことがある
- 不適切な発信をしてしまうとファンからの信頼を一気に無くしてしまい、集客に問題が出てくる
- 製品の品質の良し悪しが製造量に影響与える
- 健康情報が絡むため流行り廃りやその分野でバッシングがあると売上に影響を受ける
- 実際に会えなくてもSNSを通して知り合いとなった人って意外と多い
- 発信している内容によって、世間の見え方が変わってくるため影響はある
- 仕事の信用や需要に多大な影響がある
- SNSで個人が道徳的に問題のある発言をしてその人物の関わっている作品が売上減少
- ネットなどをみて、お客様には悪い印象与えてしまう
- SNSでどんなサロンか調べたり、口コミを見たりする人が多いので影響は大きい
- ネット社会の現代で悪い事を言われてしまうとかかなり影響がある
- オーナーの不祥事やアルバイト従業員が事件があれば報道される
- 案件受注にむけた活動やそもそも案件の発注にも影響あり
- 口コミ評判などが大切なので、新規顧客の獲得に苦戦することになる
- 悪意を持った流言があると、業績や契約に影響を与える
- スーパーホストになると大きなメリットがある
- 特にSNSでの、評価、評判はアパート空室率に大きく影響ある
- ネットに出された内容を元にお客さんから疑問が生み出しかなりの問い合わせが発生する
- ネットでの評判や口コミで会社の印象が変わる
- 人を介する仕事なので、事業主や店の誹謗中傷は業務に影響がある
- 会員数が減ったり、口コミが悪くなる
- 現在はネットニュースで簡単に情報入手できるので、影響はある

# ネットの評判が業績に影響しない理由

— ネットの評判が業績に影響しない理由を、業界の特徴を踏まえて教えてください。

## 美容業

- 特に影響するようなことがおこらないから
- そもそも自分がなにもしなければなにもおこらない
- 美容師の悪いニュースがあってもイメージ通りなのであまり影響はない

## 小売業

- 真面目にコツコツやってたら成功する
- 特に業界のことがネット上で悪評になることは稀

## 建設業

- 造船業なのであまり関係がない
- 土砂崩れとか山の修復工事なのでネットとか無縁
- ネットに書かれる業種では無い
- ガス工事なので、SNSよりテレビのニュースの方が取り上げられやすい
- そもそもSNSを使った集客はあまりしていない
- 主に現場での作業の為、ネットで評価されることはない
- そもそもネットに評判ができません
- そもそもネットやSNSなどに出てこないし建設業の下請けレベルは何言われようが関係ない

## 運送業

- ネットの評判が悪かったとしても配達する荷物が減ることはない
- ドライバーに於いては余り関係ない
- 個人的な信頼関係で成り立っている業種だから
- 業務委託の配送なのでネットの評判にはほとんど関係ない
- 運送業界でそういう話を聞いたことがない

## 不動産業

- 自分の店子が、自分が借りているアパートに対して批判や満足感を投稿する事が通常ない
- よほどのトラブルがない限りオーナーも表に出ず、利用者も口コミに書き込むこと自体が少ない

## WEBサービス業

- サービスを提供する側であり、商品を販売してはいないので、炎上してもあまり影響がない
- クローズドな顧客層のため悪い評判は問題ではない
- 事務作業がメインでBtoBの業態なのでネット上で表立って出ることはない
- IT業界はほとんど一般向けCM的なものは出す必要がない
- ネットの評判が影響するほど、大きな仕事はしていない
- 特にメディアとは関係ない

## 医療業・福祉業

- 地域密着の医療なので、特に影響は受けない

## 専門家(士業・FP・コンサルなど)

- ネットの評判にはあまり影響しない

## 個人投資家

- FXトレードを個人で行っているため、他社からの評判は特に影響を受けない

## その他

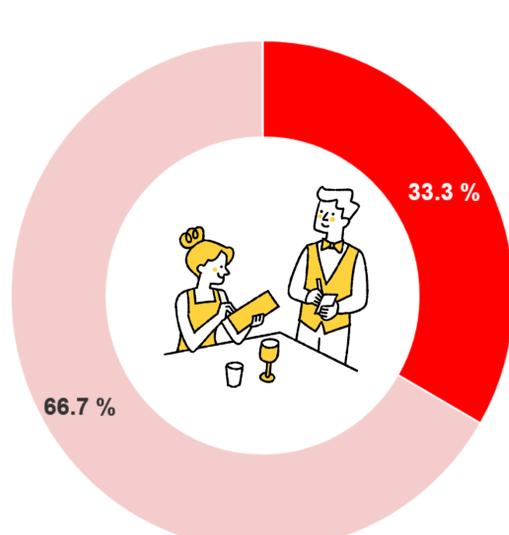
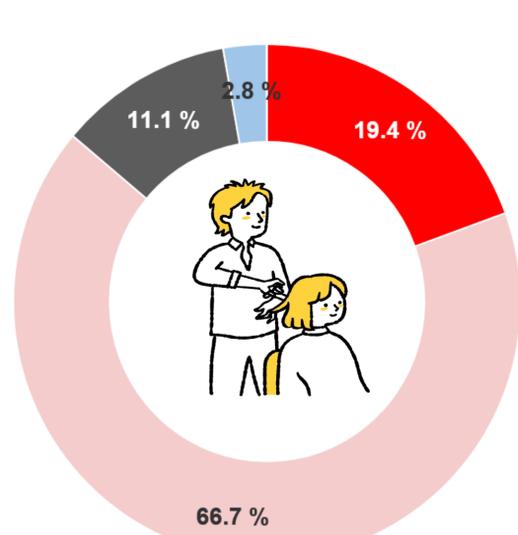
- 結局はプロの話を顧客はちゃんと聞いてくれる
- 私が属しているセラピスト業界自体がネットニュースになる事がほとんどない
- 母体が大きいのでネット評判など影響しない
- ネットにほぼ情報がない業界なので影響しない

## 業界におけるSNS活用の重要性

— あなたの業界では、SNSの活用が重要だと思いますか？

### ▼ 美容業

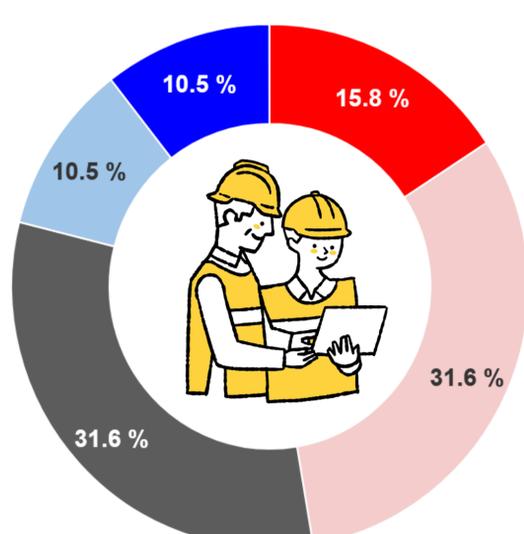
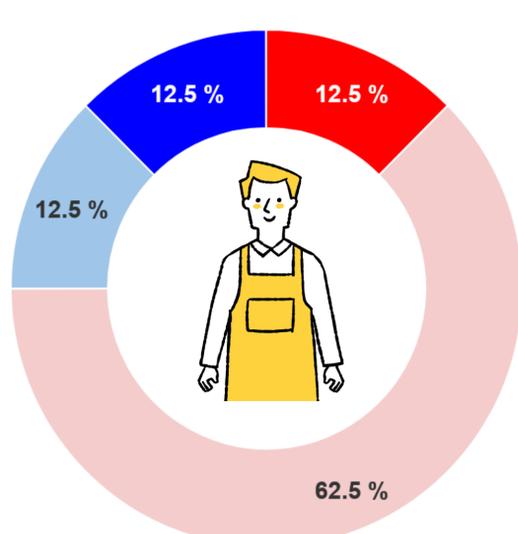
### ▼ 飲食業



■ 非常に重要 ■ ある程度重要 ■ どちらとも言えない ■ あまり重要でない ■ 全く重要でない

### ▼ 小売業

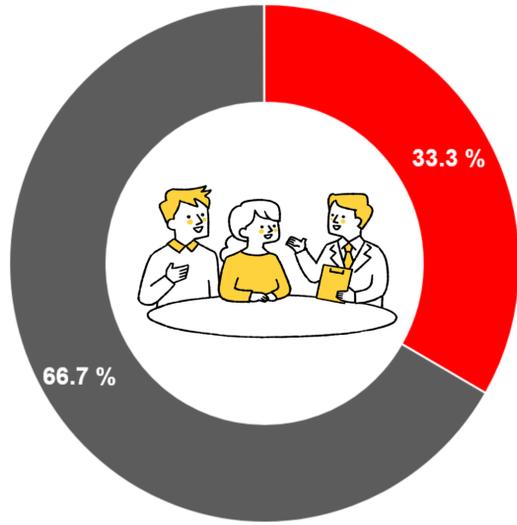
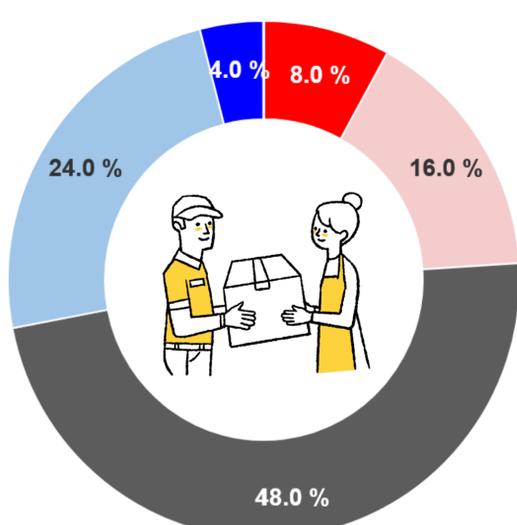
### ▼ 建設業



■ 非常に重要 ■ ある程度重要 ■ どちらとも言えない ■ あまり重要でない ■ 全く重要でない

## ▼ 運送業

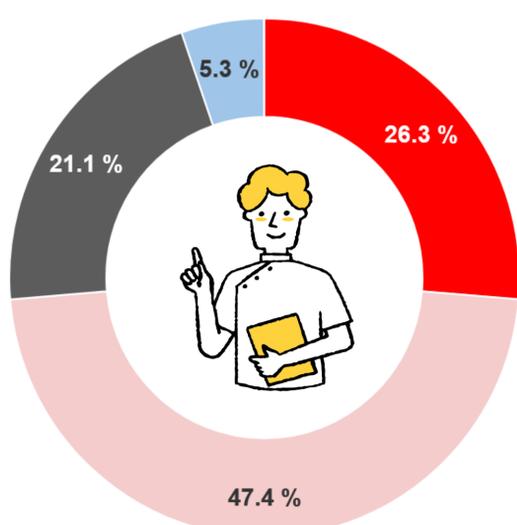
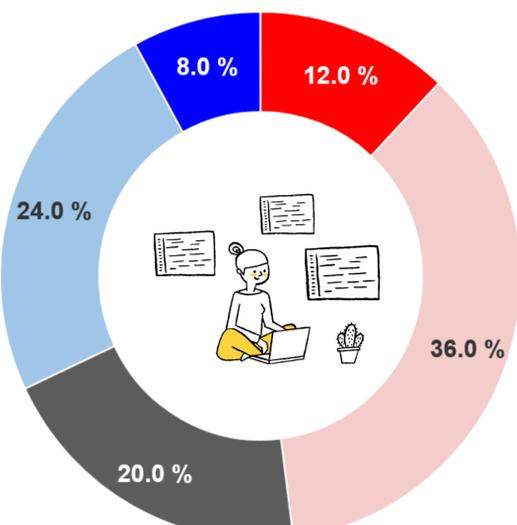
## ▼ 不動産業



■ 非常に重要 ■ ある程度重要 ■ どちらとも言えない ■ あまり重要でない ■ 全く重要でない

## ▼ WEBサービス業

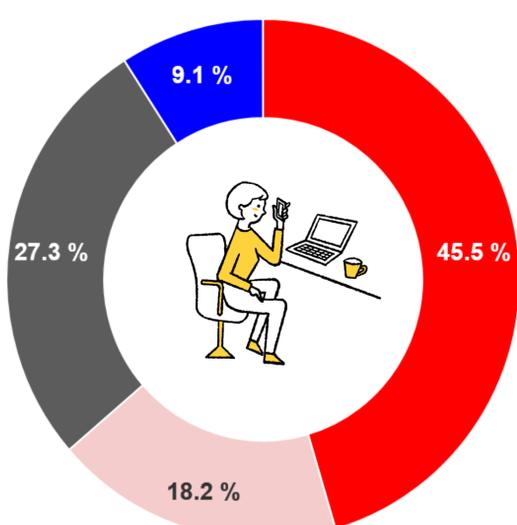
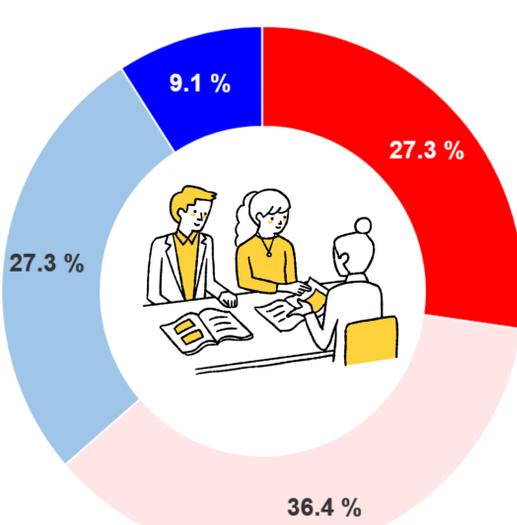
## ▼ 医療業・福祉業



■ 非常に重要 ■ ある程度重要 ■ どちらとも言えない ■ あまり重要でない ■ 全く重要でない

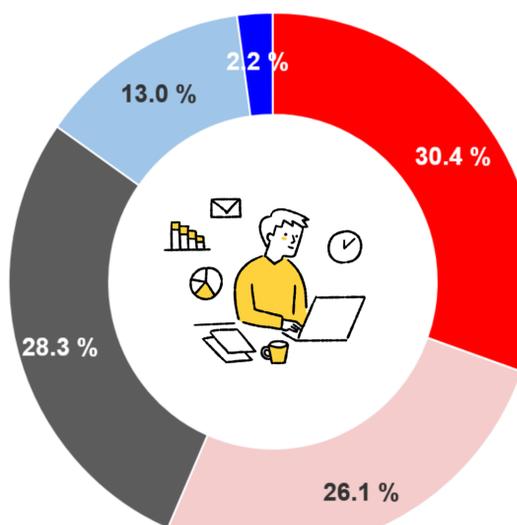
## ▼ 専門家(士業・FP・コンサルなど)

## ▼ 個人投資家



■ 非常に重要 ■ ある程度重要 ■ どちらとも言えない ■ あまり重要でない ■ 全く重要でない

## ▼ その他



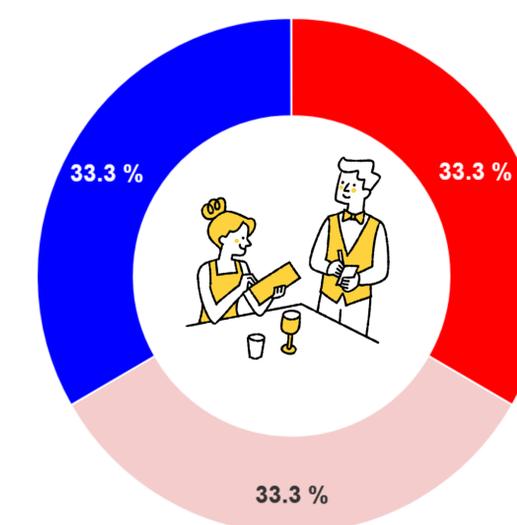
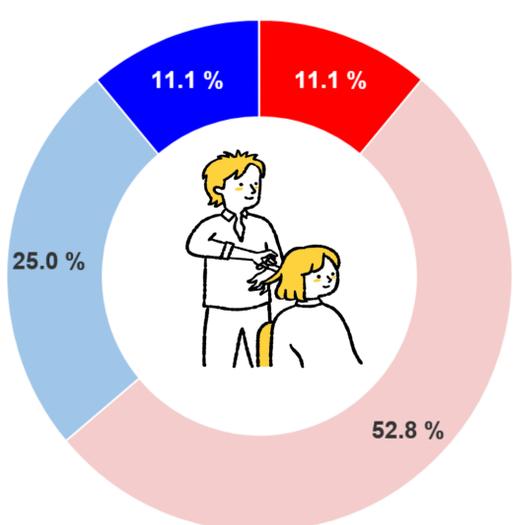
■ 非常に重要 ■ ある程度重要 ■ どちらとも言えない ■ あまり重要でない ■ 全く重要でない

## 業務でのSNS活用状況

—あなた自身、SNSを業務の一環として活用していますか？

## ▼ 美容業

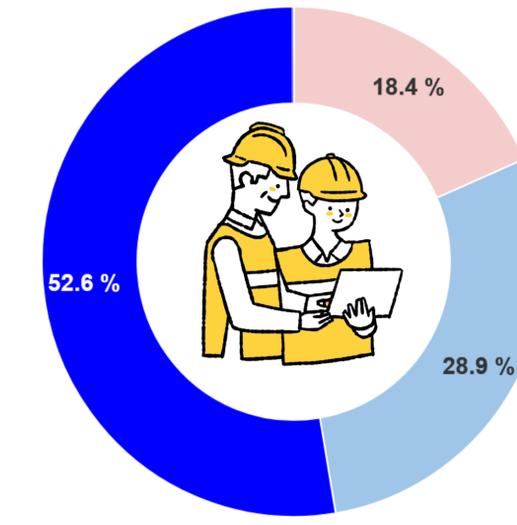
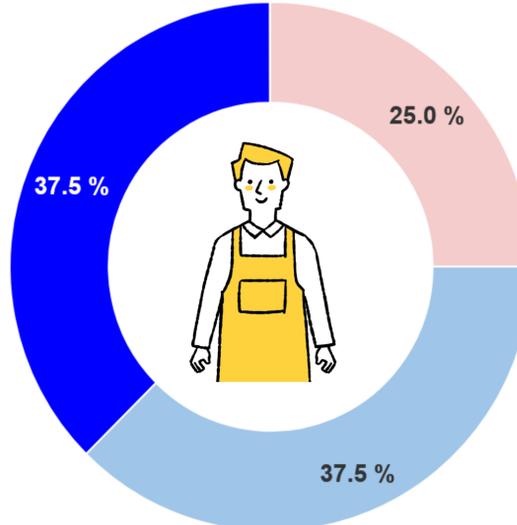
## ▼ 飲食業



■ 積極的に活用している ■ 少し活用している ■ ほとんど活用していない ■ 全く活用していない ■ 過去に活用していたが、今はやめた

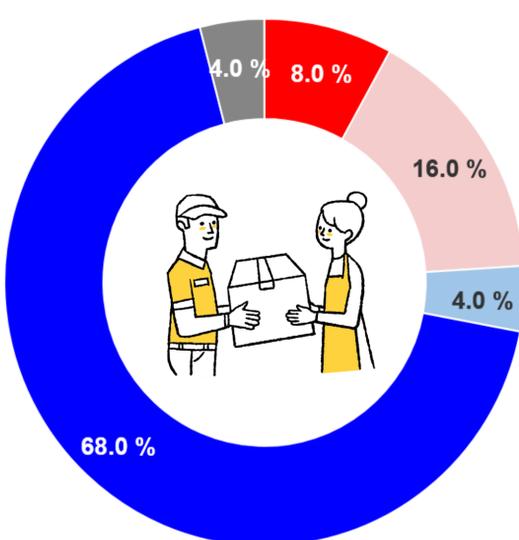
## ▼ 小売業

## ▼ 建設業

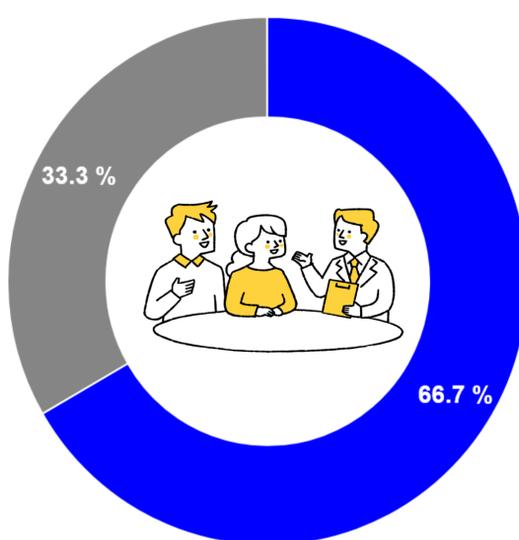


■ 積極的に活用している ■ 少し活用している ■ ほとんど活用していない ■ 全く活用していない ■ 過去に活用していたが、今はやめた

## ▼ 運送業



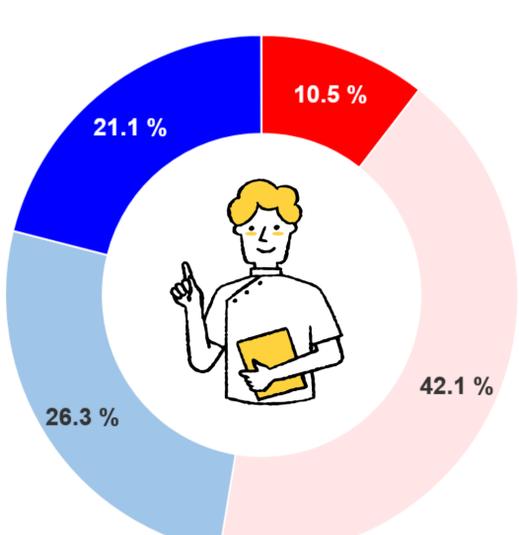
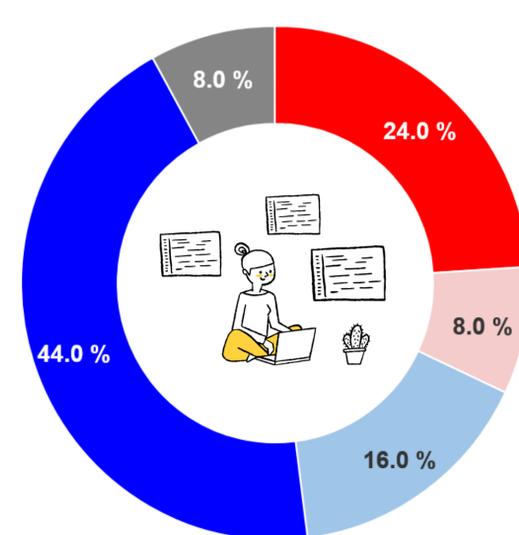
## ▼ 不動産業



■ 積極的に活用している ■ 少し活用している ■ ほとんど活用していない ■ 全く活用していない ■ 過去に活用していたが、今はやめた

## ▼ WEBサービス業

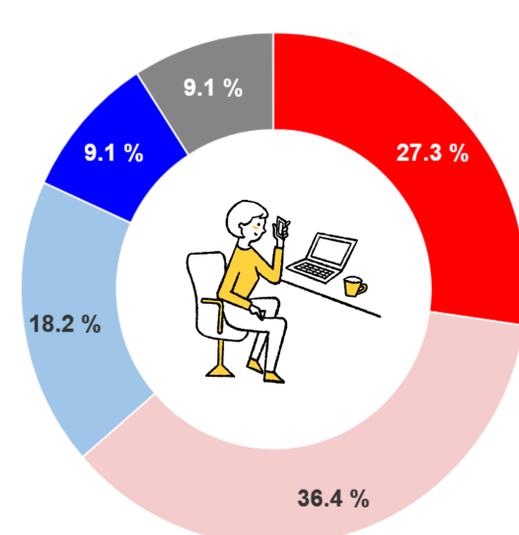
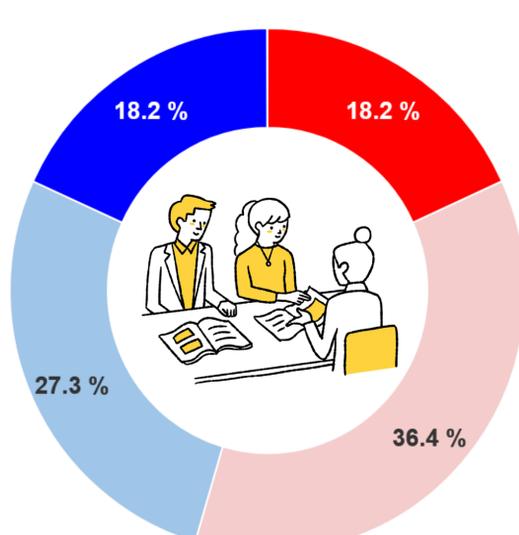
## ▼ 医療業・福祉業



■ 積極的に活用している ■ 少し活用している ■ ほとんど活用していない ■ 全く活用していない ■ 過去に活用していたが、今はやめた

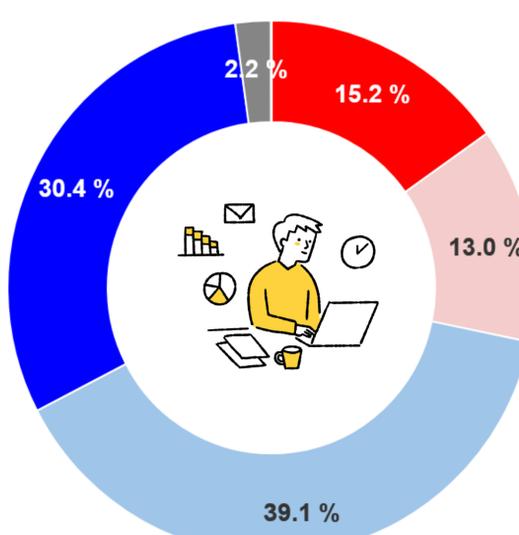
## ▼ 専門家(士業・FP・コンサルなど)

## ▼ 個人投資家



■ 積極的に活用している ■ 少し活用している ■ ほとんど活用していない ■ 全く活用していない ■ 過去に活用していたが、今はやめた

## ▼ その他



■ 積極的に活用している ■ 少し活用している ■ ほとんど活用していない ■ 全く活用していない ■ 過去に活用していたが、今はやめた

# 活用しているSNS

—どのSNSを、どのように、主に活用していますか？

## 美容業

- 検索する対象者が、どんなことに悩んでいるのか？それを解決する方法がある旨をホームページに書いておき、ヒットしやすくする
- Facebook、hpにて情報の発信をしている
- 広告がわりに地道にお店のことを書いている
- ブログやInstagramなどで活用をしている。
- 自分の推してるメニューをメインに載せている
- Instagramへの投稿や新メニューのクーポンの発行
- 自分の技術のアピールや予約情報、営業時間のお知らせ
- サイトでターゲットのお悩み改善を載せている
- ブログで本物の情報を発信している
- ブログなどで記事を書いてストックしていく
- 自分のアピールポイントを全面に押して集客につなげる
- 生存確認程度に、仕事をしていることや、定休日のお知らせ
- ブログを書いてお店の様子やスタイルなどを知ってもらう
- インスタグラムを使って新規のお客様へのアプローチ
- 既存のお客様との連絡ツール
- 最近では口コミなどかなり見る人がおおいので気をつけている
- 公式LINEを使って情報発信をしている
- 新規のお客様の集客や求人にも活用
- Instagram、facebook、YouTubeにビフォーアフターの動画を載せている

## 飲食業

- インスタグラムで毎日の投稿、食ベログ、ホットペッパー
- 店休日等、臨時休業する場合に出す事が多い

## 小売業

- 自社が取り扱う商品がSNSに投稿されているか
- 同業者のリサーチと消費者の動向に活用

## 建設業

- インスタで求人活動したり宣伝
- 自身が関わっている物件や施工店、不動産の評判をチェック
- お客様にわかって貰えるように、こんな仕事をしていますとアピール
- ラインでの書類や報告のやり取りがメイン
- インスタグラムやFacebookをメインで活用
- 携帯電話番号にリンクされたアカウントへのアクセスキーをSMSで受信

## 運送業

- 宅配の委託会社の連絡網にLINEを使用している
- 配送サービスの向上の為に、宣伝源として使用している
- 配送のおもしろさをアピールする
- 情報収集のために活用
- AIを使用して情報の精査もしている
- 動画編集の仕事でPRして仲間を作ったりしている

## WEBサービス業

- X(Twitter)などで、仕事に関係する情報発信
- Xの毎日投稿をしていて、なるべくインプを狙っている
- ブログを書いたり講座のを実施したりしてスキルを教える
- ユーザーが求めている情報の調査、需要の把握
- SNSでつぶやく、イイネ、フォローをすると、たまに反応がある
- セキュリティや、新機能、新論文の情報集め

## 医療業・福祉業

- インスタグラム、Youtube、アメブロ、Threas、Xを使ってセルフケア動画などを発信
- TwitterやInstagramのアカウントを持ち発信
- FacebookやInstagramでの発信
- 自費診療に対してネット広告をあげている
- Instagramをホームページと連携して、診療日の予定をUP
- Instagram、Xなどを使い、医療マッサージに関する情報の周知活動
- フェイスブックにおいて症例をあげたり、インスタで患者さんの声をアップ
- LINE公式アカウントで顧客とのコミュニケーションに活用
- 情報収集のため、Instagramから上手な人のをみて勉強している
- 情報発信や人脈開拓の為、個人の想いを発信している

## 専門家(士業・FP・コンサルなど)

- 販路拡大を考えてさまざまな集まりの告知
- AIを活用してトライアルで作成した制作物を掲載して、評価を受ける場として活用している
- クライアントとのコミュニケーション手段
- Web 広告など SNS を使った広告での集客
- Instagramをたまに活用して火災保険の実例を発信

## 個人投資家

- xで著名人や公式アカウントなどの発表をいち早く知るために活用
- 発信というよりはトレード日誌として日々の結果や感想、考察などを記録している
- 第一に情報収集
- 各資産の取引
- 税理士とのやり取りも基本はSNSを使用
- Xにより現在の情報が収集しやすく、活用出来る情報も取得出来る
- Xで情報をいち早く入手する事でトレード等に活かす
- TwitterなどSNSを通じて情報収集することも多い

## その他

- インスタグラムで教室の様子を発信している
- LINE やショートメールなど
- 自分自身の知名度アップのために発信したり、企業の広告宣伝などに活用
- InstagramやFacebookで有益な情報をあげる
- インスタグラムで清掃のビフォー&アフターを載せている
- 新しい技術流行や需要を調べるために活用
- マーケティング目的ではなく、技術に関するキャッチアップや調べ物に活用
- インスタグラムへご利用いただいたワンちゃんの写真を投稿
- 活動の報告や、日頃からのお客様とのコミュニケーションツールとして活用
- airbnbの中でのみSNSを使用
- Xや、YouTubeの仕事に直結する内容は、なるべく目を通す様にしている
- インスタ、Twitterなどで、キャンペーンの案内や活動の様子をアップする

## SNSを活用していない理由

－SNSを活用していない理由を教えてください。

## 美容業

- めんどくさいから
- コンテンツがないから
- 今は必要がないと思うので活用を休んでるイメージで必要になれば再開する
- SNSを活用していなくても、成り立っている
- 以前はしてたけど費用対効果が悪く感じるのでしていない
- ターゲットのお客さんがSNSをほとんど使っていないから
- 新規集客はただいま行っていないため集客目的はやっていない
- 一度やりだすとやり続けないと意味がないからそんなに時間を割く余裕がない
- 地域的に、地方の田舎なのでそこまでsnsの集客が必要でない
- SNSを活用するとSNSを見てる人だけが集まるのでSNSを見ないと人にも来てもらいたいから
- 批判的な言葉や心無いコメントを見たくない
- 今は特に必要としていない
- 自分のお客さんの層にはあまり影響がなさそう

## 飲食業

- 自分が苦手です今更もういいかという気持ちのまま来ている

## 小売業

- ECモール販売が主のためSNSでの広告はさほど影響しない
- フランチャイズなので本部がSNS活動をしてくれる
- ECサイトが勝手に宣伝してくれる
- 業界内においてSNSを活用する必要性を感じない

## 建設業

- 事業的にSNSを使った集客や営業が不要
- そういった内容のネット環境が好きではない
- 元請けの会社がSNSや動画をUPするから
- 仕事が口こみや紹介などから入ってくることが多いから
- 建売住宅が多い為投稿する内容があまりない
- ネット環境を構築する側の仕事なので必要ない
- 現時点ではSNSを活用できない顧客層をターゲットにしているため
- 一人親方なのでSNSとかで宣伝する事が無い
- 特殊土木なのであまり知られてない
- SNSが見る書き込み発信などきらいなので活用はしない
- 施工規約で施工内容含めて機密保持の契約しているから
- 自身のホームページがあるので、今のところはそちらに重点を置いている
- snsを活用したいですが、時間と知識がないから
- 工事資格が必要で、SNSで宣伝等する必要が無い
- インターネットなどを使える世代ではないのであまりなじみがない
- 自分の知識が足りていないので、どう活用したら良いのか分からない
- 主に建設現場の作業の為、活用する必要がない
- 現状で忙しくしているため、活用する余裕が無い
- SNSを活用していない理由はする必要がないから
- あくまで大元の会社が考えるべき業務になる
- エアコン業務は技術的で専門性が高い内容が多いため、SNSでの情報発信が難しい
- 現場仕事で工場の作業が多いのでSNS関係ない

## 運送業

- SNSを利用しても業績に一切影響しない
- 運送業においては元請からの仕事を頂戴しているためSNS活用は必要と感じてない
- 活用するためのノウハウ、時間、費用がない
- 活用するような業種じゃない
- SNSなどでアピール出来ることが少ない
- ドライバーは人手不足で運送会社の評判は余り関係ない
- 私達配送業はお客様へ持って行く側なのでとくに活用する必要がない
- タクシーなので基本は街中にいる不特定の人を乗せるため
- 今は大手の下請けでヌクヌクしている為、少し向上心が下がっている
- 誰とでもつながれるから逆に事件になりそうだから
- 仕事を斡旋業者から頂いているので必要ない
- SNSの掲載自体を推奨していない部分がある

## 不動産業

- SNSに自分のアパートの事を投稿したところで、閲覧してくれる人がいない
- 基本的に会社名を出して営業することができない
- 順調に集客できているので現状対応していない

## WEBサービス業

- 自分は自分をネットで宣伝するのがうまくない
- SNSで広告・広報する必要性がないのと、SNS運用に割く人員を用意していない
- SNSから得た情報の正確性が保証できないから
- 使うエネルギーに対してリターンがないため
- 情報収集に使えない
- プロモーションに使えない
- SNSで営業をしなくても仕事を取って来る方法がいろいろとあるから
- SNSを用いてマーケティングするほど営業活動を必要としていないため
- お客様は法人が対象となり、一般顧客を必要としないため
- 製品の中を作る仕事をしており、外部への広告に関わる仕事はしていない

## 医療業・福祉業

- 口コミで広まるためそこまで重要ではない
- 個人的にはSNSをしなくてもいいがクリニックとしては広告代わりに利用している
- SNSからの集客よりも、実際の患者間ネットワーク、いわゆる本当の口コミによって集客したいから
- インスタやFacebookの使い方がわからず、何より作業する時間がない
- 今までは人手が足りず活用していませんでしたが、活用する準備している
- 面倒な気がするし、そもそもそっち系に疎いため
- 日常生活を含めてSNS自体を使用していないから

## 専門家(士業・FP・コンサルなど)

- 業務稼働できるメンバーがほかにいない
- 発信した情報に対するクレーム、嫌がらせ等
- 代理店は業種的に禁止されているから
- 他人の情報が正解か否かある時点で信憑性に欠けるため
- 炎上のリスクがあり、また営業手法が紹介に依存しているため

## 個人投資家

- ノイズが多すぎる
- 目の前の現実に集中していた方が人生の幸福度が高まるため
- しらない方が、信用を得る事があるし、詐欺に間違えられる
- やはり口コミの方が伝わりやすいことも多い
- 以前やっていたが、自分には合わないと感じたから

## その他

- 保険会社によっては規制が厳しいため活用する方がリスクのため
- 業務範囲が多い為、そこまで取り組む時間が取れないこと
- 以前活用していたが、コメントの返信などに時間を取られすぎ、その割に新規顧客が来なかった
- 個人での情報発信が業績に影響しないと考えられるため
- SNSを活用していない理由は、根拠をしっかりと活用する事が困難なため
- 現時点でSNSを使って行くと周りの人に影響があると感じているため
- 機密性のある情報を扱っているので外に出すことはなるべく避けている
- 個人のSNSではそこまでの効果が期待できないため
- SNSを使用して広報しても効果がほぼなく、費用対効果がないため
- 下請け業務が大半であり、取引先がほとんど企業なのでSNSを活用する機会がほとんどない
- 業務上機密事項が多いので仕事について発信してはいけない
- 不特定多数の人が客層ではないため
- 顧客発掘はエージェントに任せており、SNSは特になくても大丈夫
- SNSはあまり信用が低く感じるため、自身では活用していない
- 作品公式として広告を売っていただいているのが一番安全だから

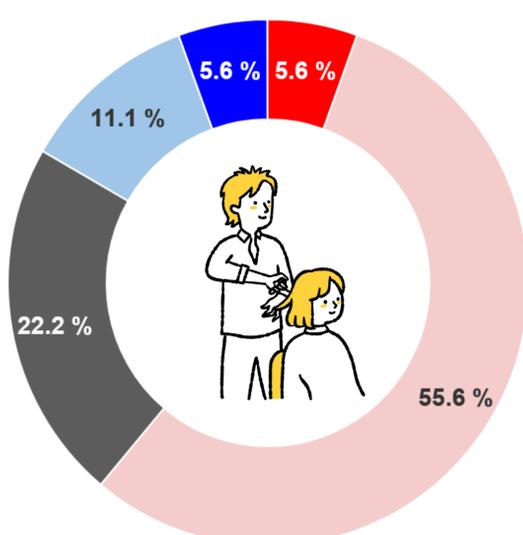
SNSの活用やり方がわからない

- 生徒や保護者から掲載の同意を得る必要があり、頻繁に更新するにはそれなりに手間がかかる
- 保険業界はSNSを活用する時は会社に申請する必要がある
- 活用してしまうと良い事ばかりではないので
- フラインチャイズ本部が運用してくれている
- メール連絡で業務については事足りると考えるため
- SNSを活用すると間違った内容が広がる
- 差別化を測ろうとすると発信する内容が思いつかない
- 著作権やプライバシーの関係で投稿できない
- 基本的に個人としては興味がない
- きちんとお会いしてお話したい

## 業界における炎上リスク & 理由

- あなたの業界では、炎上リスクがあると思いますか？
- その理由を業界の特性を踏まえて具体的に教えてください。

### 美容業



■ 非常にある ■ ある程度ある ■ どちらとも言えない ■ あまりない ■ 全くない

#### 【非常にある】

- 失敗が起きた時または不適切な発言をしてしまった時に起こる
- 実際、メーカーの商品を批判した美容師が炎上し、訴訟になりかけた

#### 【ある程度ある】

- 初めて行くお店などには、まず他人からの評価等が気になる
- 一つのよくない評判や投稿が、ニュース系YouTuberなどにより拡散される可能性がある
- 口コミが重要なので悪い評価があるとまあしんどい
- 自分では気づいていない間違った使い方をしてしまった美容師が口コミでいろいろ言われていた
- SNSに記載することにより、視聴者側の色々な受け取り方がある
- 誰かを特定できてしまう書き込みで、下手だとかまだまだとか投稿された後輩がいた
- 印象が悪くなると来ているお客様にも悪い印象を与えてしまい失客になる可能性がある
- 有名な著名人などだと炎上は起きるが、それ以外だとあまり無い
- 施術の仕上がり具合や接客態度などに対するクレーム
- 万人受けするヘアスタイルだと高評価だが、悪いコメントが多いと集客に影響がでる
- 色んな方がSNSをあげることが出来る時代なのでいいものも悪いものも広がりやすい
- ホットペッパーなどの口コミがけっこうシビアにみられる
- よくあるのがsnsで繋がっていて髪型を失敗して美容師側がブロックして炎上はたまにある

#### 【どちらとも言えない】

- 業界の特性を踏まえてやることやっていると、そこまで炎上はしない
- 批判的なコメントをしてしまいマイナスになることがある
- 基本素敵だと思われるものしかあげないので 余計な事を書かなければ大丈夫
- どの業界でもリスクはあるかと思いますが、発信内容による
- 大型サロンでは炎上などありそうですが、個人サロンではなさそう

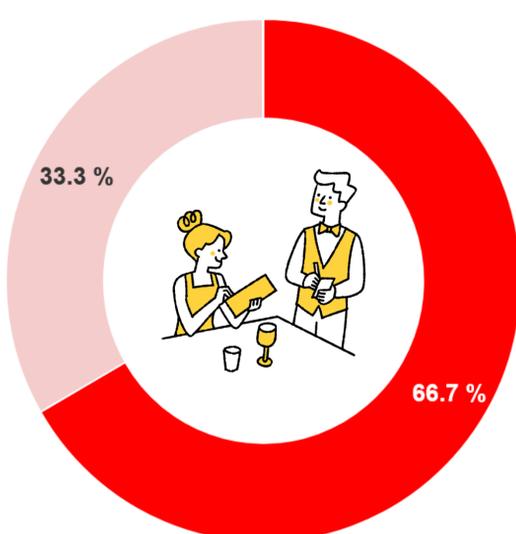
#### 【あまりない】

- 私たちの業界はほとんどが地域密着型の商売のため
- サービス、技術の効果に嘘がなければ問題になりづらい
- よほど否定的、批判的なコメントをしない限りは炎上しにくい
- お客様も良いことには載せるけど悪い事はあまり載せない
- 時代が変わり今は仲が良いことが増えた
- 他の業種に比べると似た人が集まってくるので少ない

#### 【全くない】

- 普通にビジネスやってそんなことにならない
- 今まで炎上してるのを見たことがない

### 飲食業



■ 非常にある ■ ある程度ある ■ どちらとも言えない ■ あまりない ■ 全くない

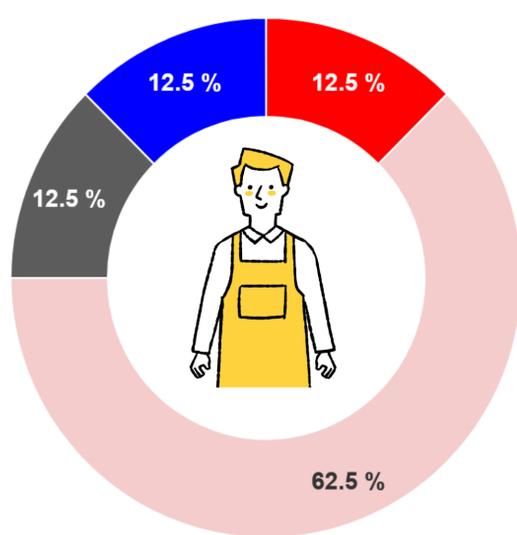
#### 【非常にある】

- 良いも悪いも、すごく影響するので、取り扱いには慎重
- ある事ない事を書かれたとしても店名等を特定されると客足は遠のく場合はある

#### 【ある程度ある】

- 直接お客様と接するのでトラブルからネットへの書き込みの可能性はある

## 小売業



非常にある ある程度ある どちらとも言えない あまりない 全くない

### 【非常にある】

- 自分のお店のアルバイトがお店の動画で炎上させたら解約

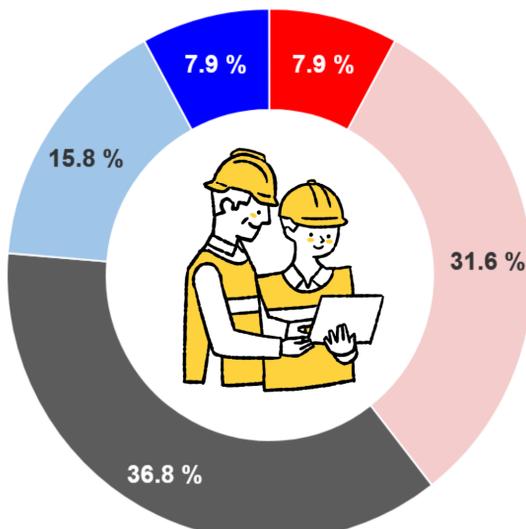
### 【ある程度ある】

- 対面販売なので、従業員や店舗の対応力次第で炎上リスクがある
- ECモール自体が炎上した場合、モールへの来店者が減ってしまう
- 従業員になどによるバイトテロの可能性はある
- snsに投稿する際に、一番業界として気をつけないといけないのは、著作権
- 自分が扱う商品や類似商品が炎上した場合、売上が落ちる可能性がある

### 【全くない】

- 業界内においてSNS上での炎上リスクはない

## 建設業



非常にある ある程度ある どちらとも言えない あまりない 全くない

### 【非常にある】

- 悪い施工や対応があればこれを見た同業者などからの指摘などで炎上してるSNSをたまに見る
- 訪問営業にあたるため1つのミスで消費者法に触れる

### 【ある程度ある】

- SNSでの物件、施工店、不動産への誹謗が売り上げに関わることがある
- 元請けの営業停止などで仕事が減少する事がある
- クレーマー的なお客様もいるので事情にかかわらずSNSでは炎上する可能性がある
- ライバルが多い業界なので色々と影響される人達もいる
- ある程度形が見えてしまうため、言葉や、作業で誤魔化されない
- 仕事の評価がネットに掲載されるので怖い
- 大きな事故など、不祥事的时候には炎上する
- 投稿時に口コミやコメントでマイナスなイメージを生じさせる内容を入稿される可能性がある
- どの業界でもSNS炎上のリスクはある

### 【どちらとも言えない】

- 現場構内では作業の経過や写真撮影等が禁止されている
- 良くも悪くも広がるのでできれば活用したくない
- 特に投稿する内容もない為炎上に繋がることもない
- 元請け業者がSNSで悪い事で炎上したら仕事が減る
- 基本的に、仕事の紹介やアピールしかしていない
- 今のところ、高齢の方がほとんどなので、SNSを見ている方は少ない
- SNSでお客様等の個人情報をさらさない限り、炎上しようが無い
- 自分のような下請け会社は評判の対象になりにくい
- 炎上になる内容を投稿しないように気をつけて広告している

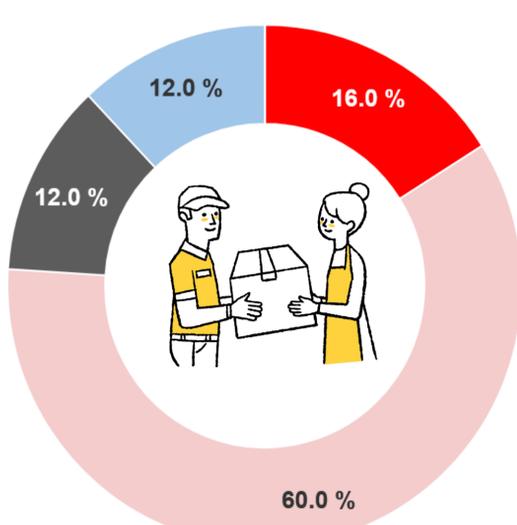
### 【あまりない】

- 機密保持契約しているのもそもそも内容を書かない
- 建設現場での作業の為、SNSは関りが無い
- エアコン業界は、日常生活に密接している一方で、娯楽性や社会的な話題性が低い業界のため
- 炎上してその会社が倒産などしない限り影響は無い
- 昔ながらの業種の為、口コミや紹介で仕事が成り立っている

### 【全くない】

- 災害復旧工事なのでネットとかの炎上とか叩かれる事はない

## 運送業



非常にある ある程度ある どちらとも言えない あまりない 全くない

## 【非常にある】

- 業界は関係なく炎上のリスクは常にある
- 常にどっかに撮られているという意識を持っていないと危ない世の中
- タバコのニオイでクレームが入り契約解除になったりする
- 基本的に職場環境、仕事風景など投稿するとお客様の状況もわかってしまう

## 【ある程度ある】

- 公道上での不適切な運転が当社荷主双方に悪影響を与える
- 宅配業の個人事業主ですが、置配のトラブルが時々ある
- 動画や画像を使ったSNSをあげる事によって反感を買ってしまい炎上するリスクはある
- どの業界だとしても、炎上リスクはある
- 配送時の対応や荷物の扱いなどTVやsnsで出る事があるので多少影響はある
- 人の評判に関わってくるから印象悪いとすぐ話がまわる
- 荷物の扱いが丁寧でないと、見てる方に広められてしまう
- 配達員が嫌なお客さんの悪口を言う。逆もあります。
- 出前館とWoltから仕事を貰っているの、この2社が炎上すると仕事が減る
- 個人情報扱っている手前炎上のリスクはある
- SNS上で取り上げられてニュースになってたりするぐらい炎上する可能性ある

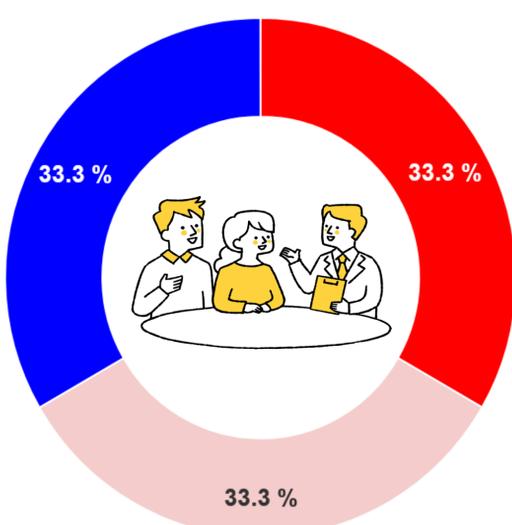
## 【どちらとも言えない】

- ある一定の配達員の不適切な行為が掲載されなければ影響はない
- 人間関係よりSNSが怖い
- 悪い噂が広まると一時的に利用を控える客がいる

## 【あまりない】

- 炎上する業種かどうか気にしたことないのでわからない
- 製品のメーカーはあると思いますが、運送会社は余り影響しない
- 配送業だとSNS等へ書き込む事がないと思うのでネットで炎上する事もあまりない

## 不動産業



■ 非常にある ■ ある程度ある ■ どちらとも言えない ■ あまりない ■ 全くない

## 【非常にある】

- 不動産オーナーは表に出る必要がないので、SNSは不要

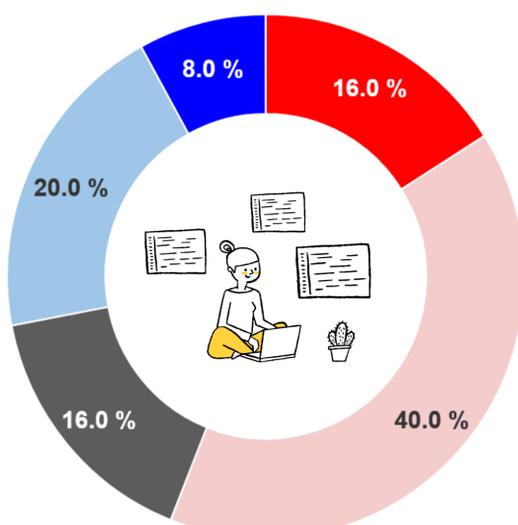
## 【ある程度ある】

- 会社にとっていい意味でも悪い意味でも影響はある

## 【全くない】

- 個々のアパートの事をSNS上に上げるような流れが全く無いため、炎上のしょうが無い

## WEBサービス業



■ 非常にある ■ ある程度ある ■ どちらとも言えない ■ あまりない ■ 全くない

## 【非常にある】

- 炎上リスクは非常に高い
- 情報管理とリスク対策が不可欠
- 技術的に間違った発信はとても危険

## 【ある程度ある】

- 特定の言葉を使わなくても、安易に推測しやすい言葉も多く存在するから
- 業界に限らず、不適切な発言や情報発信は、炎上につながる可能性がある
- 炎上して社会問題化するレベルでは影響ある
- SNSの身元がわからない情報が正しいと信じ込無理人が多い様な気がする
- 誤ったことを書いてしまうと叩かれる傾向にある
- ネットに詳しい人間が多く、他業種に比べ見つけやすい
- 発言が専門家間で批判を受けやすい
- 製品の不具合などが発生した場合に正しい情報が伝わらないと炎上する可能性がある

## 【どちらとも言えない】

- ウェブ関係はセキュリティで援助すると問題が多い
- 常識あるかたであれば炎上しない
- マスク警察までいる今の時代は簡単に炎上する

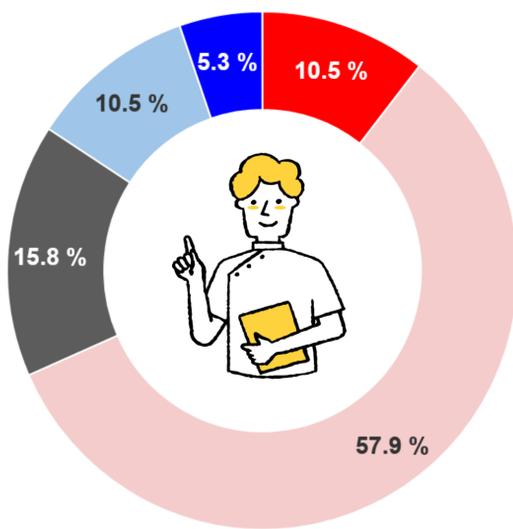
## 【あまりない】

- 個人の思想などがでないように運用されがちなため
- 名前と顔を出すような有名なライター以外は匿名が多いので、わざわざ攻撃もしない

## 【全くない】

- 業界としてSNSが必要ないため炎上もしない
- 炎上するほどの影響力もないし、そんなに稼いでない

## 医療業・福祉業



■ 非常にある ■ ある程度ある ■ どちらとも言えない ■ あまりない ■ 全くない

### 【非常にある】

- 口コミの影響により顧客や新規が増えたり減ったりはかなりある
- 患者さんの評価次第で、患者数が減る可能性が高い。

### 【ある程度ある】

- 健康面に関わるので、賛否の別れるないようにすると炎上しやすい
- 悪い評判が広まれば別の業者に流れる可能性がある
- 嘘偽り、誇大広告が多い為、一部の良心的な業界人は迷惑している
- 対応を間違えると炎上する可能性がある
- SNSで適当な発言をし炎上する同業者を見ている
- 医療費削減の流れにあるため、少しのミスで多くの敵を作ることになる
- 医療過誤や医療事故についての記事には気をつけたい
- 説明不足で効果がなかなかなかった場合クレームがでる
- 不祥事などの話題など世間に広く知られてしまう

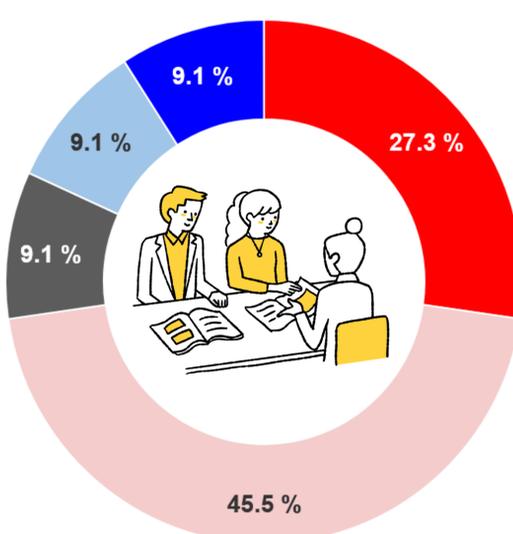
### 【どちらとも言えない】

- 医療なので基本的には炎上する事は無いと思いますが、無いとは言い切れない
- ネガティブな薬の情報のほうが、信じられやすい傾向がある

### 【あまりない】

- 医療従事者は慈愛の精神をもって臨んでいる為
- 人に寄り添う医療なので、変なことをしてない限り炎上はしない

## 専門家(士業・FP・コンサルなど)



■ 非常にある ■ ある程度ある ■ どちらとも言えない ■ あまりない ■ 全くない

### 【非常にある】

- 顧客を装った批判がいつ発生しないとも限らないため、注意のうえにも注意を重ねている
- 無形商材のため SNS への影響が大きいため
- 保険金給付事例をいい加減な投稿により、給付されると誤解しがち

### 【ある程度ある】

- 個別的なターゲットとして標的にされる可能性
- 炎上リスクがあることと、B2Bであるため、そもそもSNS自体をあまり活用していない
- もともと高い信用を得ている業界であり、それだけに不祥事があると叩かれやすい
- 士業の仲間で、廃業に追い込まれた方が実際にいる
- 第三者が火災保険を使うお手伝いなんて詐欺だと言われやすいから

### 【どちらとも言えない】

- 業界に限らず炎上リスクはあると考えている

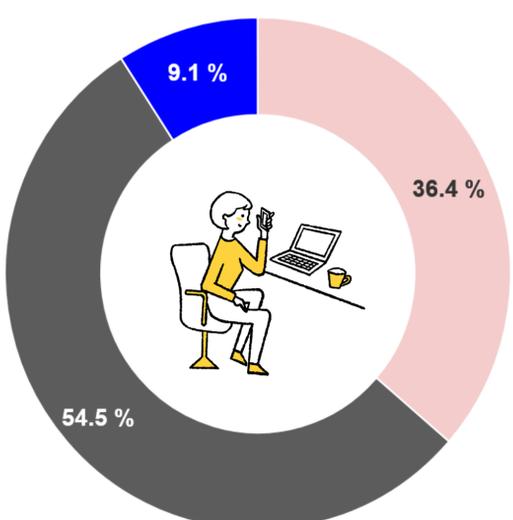
### 【あまりない】

- 特定を攻撃することが法的に問題が発生するのでしにくい

### 【全くない】

- 募集人個々のSNSは禁じてるからそのような問題はあり得ない

## 個人投資家



■ 非常にある ■ ある程度ある ■ どちらとも言えない ■ あまりない ■ 全くない

## 【ある程度ある】

- ネガティブな情報は瞬時に拡散し、炎上につながることもある
- 何かしら炎上してしまうと株価や暗号資産価格が下がってしまう
- Xの投稿により、影響の大きいインフルエンサーにより影響される

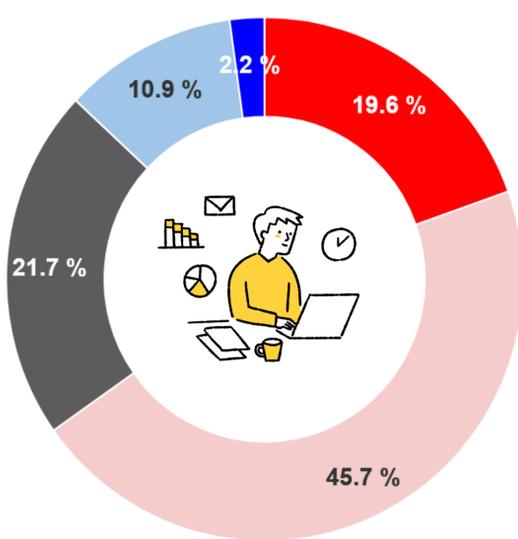
## 【どちらとも言えない】

- 個人の自己責任で行うため、売上が下がるなどの影響がない
- 詐欺グループなど、凄い大金などで、捕まったりすると大変
- 炎上するような事を私はしないが、情報発信をする人はリスクがある
- 閉鎖的な空間なので噂が広まりやすく広まったら収集がつかない
- 投資先がSNSで炎上することは可能性としてある

## 【全くない】

- とくに炎上するようなことはない

## その他



■ 非常にある ■ ある程度ある ■ どちらとも言えない ■ あまりない ■ 全くない

## 【非常にある】

- 揚げ足を取る人もかなりいるので常に気をつけている
- 薬機法が絡んでくるので、コンプライアンスに対してグレーゾーンなコメントが多くある
- 動画系なので、様々な視聴者さんがいるためちょっとしたことで炎上しやすい
- 他人との直接の会話が非常に希薄なのでSNSによってコミュニケーションを取りたがり炎上
- 先の質問で答えた用に、お客様より先に知りうる事が多い
- アルバイト従業員が塾での様子をアップすると悪い内容なら悪評になる
- バイトテロのようなもの
- 視聴者への配慮が足りないと炎上になるのはあたりまえ
- 悪い評価を受けるとお客様の反応は、とても悪くなる
- 情報を知りうる立場で発信することで炎上する可能性は非常に大きい

## 【ある程度ある】

- 同業者からは妬まれたり、生徒になる側からは講師側の意見を載せると反発されることがある
- 個人情報保護や仕事内容の宣伝に関しては個々人において認識している内容に差がある
- 一部の発信が拡散し、商品、会社への炎上されやすい
- 元請けの印象が悪くなったら仕事量が薄くなる
- ツールやコミュニティなどでの良し悪しや感想が、大いに影響を与えることがある
- 業界は製造業なので異物混入や食中毒などあれば大変なことになる
- ネットと親和性が高い業界の為、炎上するスピードが速く感じる
- 少しの事でも何か言われたらこの業界でなくても鵜呑みにされる
- 悪意や意図を持ったの無責任なSNS使用があると、業績や契約に影響がでる
- これから生活をする場、若しくは既に生活をしている場の環境等は、空室率に響く
- 掲示板やなどで悪い噂を書き込まれ、それに左右される人が多い
- 金融機関なので、不祥事などのニュースはとても悪影響

## 【どちらとも言えない】

- 前述のとおり保険会社によっては規制が厳しいため、そもそも活用している人が少数
- 保険商品は使う以上個人的な見解などを書き込むということは良くない
- お店からの請負でやっている為あまり酷いお客だと店側が対応してくれる
- 過去に例もなく、特別炎上するような案件もない

## 【あまりない】

- 個人相手の取引を全く行っていない
- 基本的には室内に自分のスマホなどを持ち込むことができないため、不用意な投稿につながりにくい

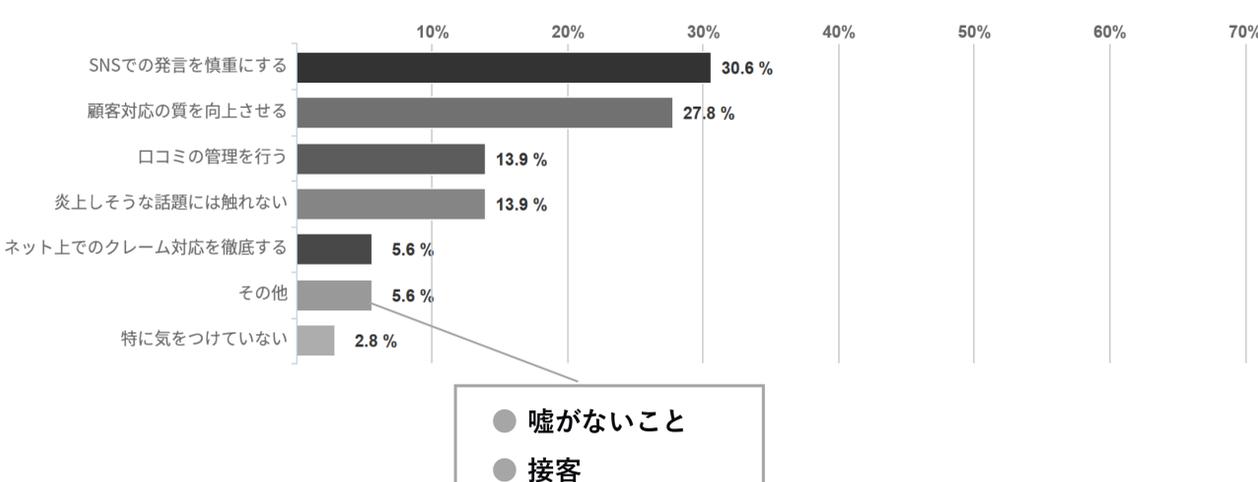
## 【全くない】

- 閉鎖的な業界なので炎上するとかしないではなく、ネット自体あんまりしていない

## 炎上を防ぐための対策

- あなたの業界で、炎上を防ぐために最も気をつけるべきことはどれですか？
- 理由を業界の特性を踏まえて具体的に教えてください。

## 美容業



## 【SNSでの発言を慎重にする】

- 普段から注意する
- SNSはもちろんサービス業として慎重な発言は当然
- SNS上での発言などに気を付けないと、評価に関わる
- 盛ったような書き方をしない
- 自分のできることを載せる
- 言葉選びは慎重にした方が良い
- 商品や技術に対してのコメントはあまり批判的な事はいえない
- コメントを見て炎上しないように返信の仕方をなるべく反発しないように気をつける
- 見たものをそのまま信じて来店されるので嘘や誤解を招く発言はしない方がいい

## 【顧客対応の質を向上させる】

- 顧客の悩みを解決することや、満足度を上げることや維持することで回避する事が出来る
- ネット上の発言や口コミ管理も必要だが現場の質を上げる事がまず第一
- いらぬことや失礼なことはしないようにしている
- 世間一般のモラルに反しない行動をしていく
- 基本的にヤバそうな客はお帰りいただく
- キチンとした接客・施術をしていれば、その場で解決できる
- 顧客とのコミュニケーションが大事
- お客様を大切にしていけば問題ない
- 顧客からの信頼関係がないとクレームや炎上につながる
- SNS上でのやり取りも多くなってきているのでその対応もとても大切

## 【口コミの管理を行う】

- 口コミが悪い方に素直に謝り改善する
- 言われて分かることもあるのでお客様の声も聞くようにする
- 実際には起きてないマイナスのことも言われたりする
- 変な口コミを書かれていないかなど、日々チェックする

## 【炎上しそうな話題には触れない】

- 炎上するリスクに敏感ならならぬ方がいい
- 別に過剰にいう必要はなく見込み客に必要な情報だけに徹すればよい
- 炎上の話題に触れすぎるとネットで揚げ足を取ろうとする方が一定数いる
- 炎上が営業に影響する事はある
- 人それぞれの考え方があるので、あまり深入りしない

## 【ネット上でのクレーム対応を徹底する】

- 色々な炎上を見てきて感じるのは初期対応の悪さによって更なる炎上を産む
- 悪意のある口コミなどが書かれる場合もあるので自信を持って毅然と対応していく

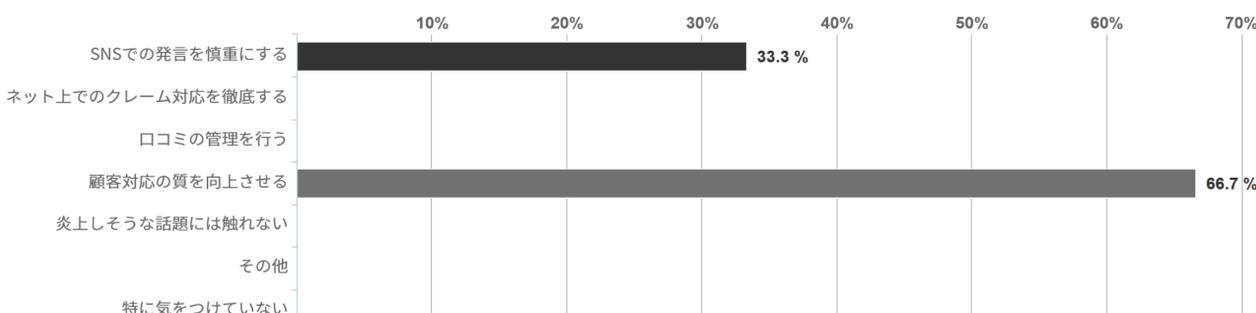
## 【その他】

- 程度の問題もあるが、意図的な嘘がなければ良い
- 来店された時の接客対応を気をつけておけば大体炎上はしない

## 【特に気をつけていない】

- 原因を考えることがすでにズレている

## 飲食業



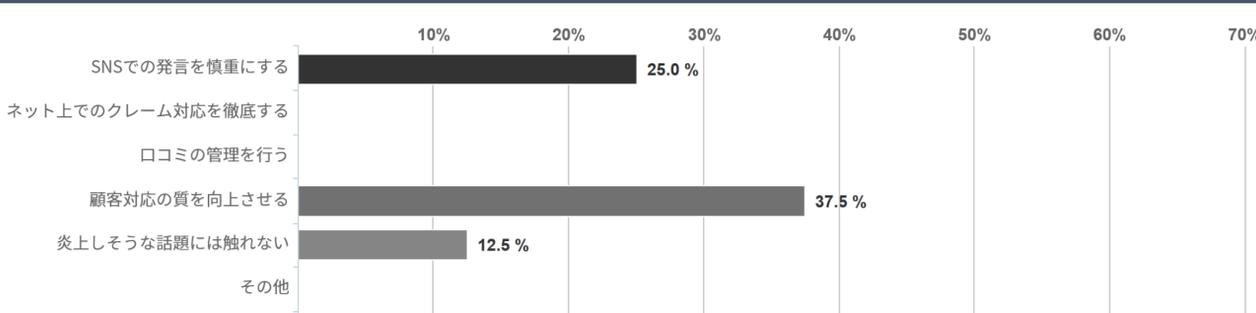
## 【SNSでの発言を慎重にする】

- 不特定多数のお客様が来るので、やはり慎重になる

## 【顧客対応の質を向上させる】

- 接客マナーがなくなるとお客様は不快に思われてしまうので徹底した方が良い
- お客様も気に入らない事があるからSNSに載せる訳なので気に入らない対応はしない

## 小売業



## 【SNSでの発言を慎重にする】

- 個人情報、衛生面、注意しても発信するアルバイトがいる
- ネットに密接した販売がECモールでの販売になりその影響を受けやすい

## 【顧客対応の質を向上させる】

- 対面販売の接客業なので、炎上のもととなる顧客対応の質が最優先事項
- 全国チェーン店なので、顧客対応を各店舗しっかりやる
- 顧客対応が悪いと口コミに繋がる可能性があるため、誠心誠意な対応が求められる

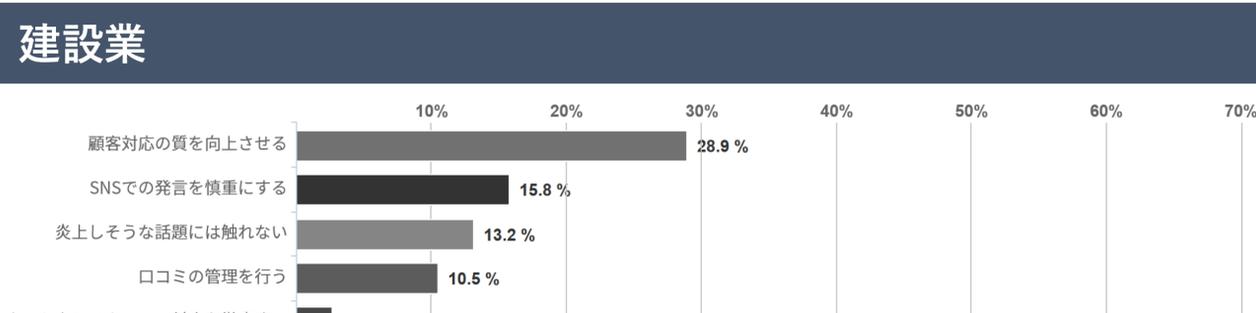
## 【炎上しそうな話題には触れない】

- 販売業ならではのお客様の層が分散しているため、基本的にはいろんなジャンルの炎上への危険が伴うため、深く行わないのが得策

## 【特に気をつけていない】

- SNSを利用して宣伝していない
- 業界内での炎上リスクはない

## 建設業



- きちんと仕事して施主さんにも失礼のないような会話する

## 【顧客対応の質を向上させる】

- 業務対応の質がよければなんの問題もない
- お客様、従業員に対して、誠意のある対応をする事
- 色々なタイプの顧客に対し、対応ノウハウを使い分ける必要がある
- 結局クレーム対応と同じだと思うので、対応スキルをあげていくしかない
- 口コミで評判が上がったり下がったりするので、アフターフォローは大切にしている
- 対客で仕事をしている以上これが最も重要なこと
- 仕事の質を高める事によって炎上を防ぐようにする

## 【SNSでの発言を慎重にする】

- やはりどの業種でもあるある
- 業界の特徴として専門用語などが多いので、誤解を招かないようにする
- 発言を気をつけてれば良い
- 仕事のすすめかたが人それぞれ違うので断言するなどはやめたほうが良い
- 私たちは自分の専門分野にかかわる範囲についてのみ検討し、話さなければならない
- 知らないことがあれば、黙っている方がよい

## 【炎上しそうな話題には触れない】

- 現場構内や建造中の船内は守秘義務がある
- ユーザーにとって求められることが違う

## 【口コミの管理を行う】

- 工務店の評判が口コミで悪い評価なら家が売れない為
- お客様の要望をできるだけ、聞いているし、悪い所は、直すように心がけている
- 慎重に良い内容を投稿してもコメントする側の意見コントロールできないので管理は大事

## 【ネット上でのクレーム対応を徹底する】

- クレームは、SNS内だけではなく、口コミにも大きな影響を与えるため、徹底的に対応すべき

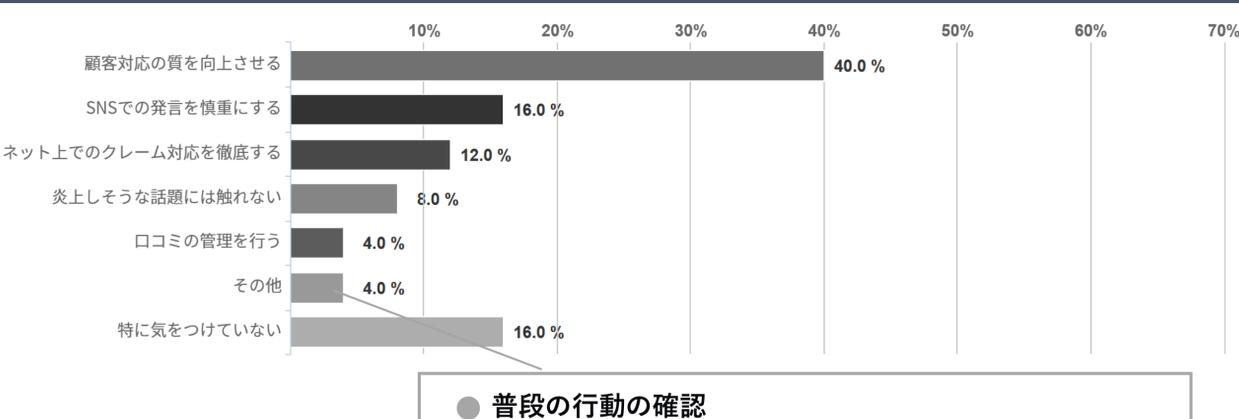
## 【その他】

- きちんと仕事してればダメだし施主さんとも雰囲気よければSNSにも良い風を書いてくれる

## 【特に気をつけていない】

- ネットの話題にすら出てこない
- あまりSNSやらないので、見ないし書かない
- SNSを活用する仕事ではない為、気を付ける必要がない
- 炎上しないので必要ない
- 大きな事故や不祥事がないようにつねに安全を心がけている

## 運送業



## 【顧客対応の質を向上させる】

- 宅配業もいろんな会社があるので、やり方の違いがお客様とのトラブルが出る可能性がある
- SNSを活発に利用していない業界のため、対面での接客、対応に力を注いでいる
- 自分が気を付けていても、他者が品質を落としてしまう場合がある
- クレームを少なくする事が炎上を防ぐ為の方策
- 対応が悪いとクレームの電話がかかったりする
- アンガーマネジメントしてればある程度のトラブルは回避できる
- お客様に喜ばれる対応をしていれば炎上はない
- 自分の仕事ぶりが元売りの評判に影響する

## 【SNSでの発言を慎重にする】

- 何が炎上の引き金になるかわからないので特に案件に関する事は極力アップしない
- なにが炎上するかわからないので話をしにくくなっている
- お客様がネット上で批判することにより、敏感に反応しすぎるため対策をして業務負担が増える

## 【ネット上でのクレーム対応を徹底する】

- クレーム対応を間違えてしまえば顧客が離れていってしまう可能性がある
- クレーム対応を怠ると客が怒り炎上するのは必然

## 【炎上しそうな話題には触れない】

- 常にセーフティドライブを心がけ、炎上のネタを作らない
- 火のないところにケムリはたたないで余計なことはしない

## 【口コミの管理を行う】

- 回りの評判を気にしながら行動するようにする

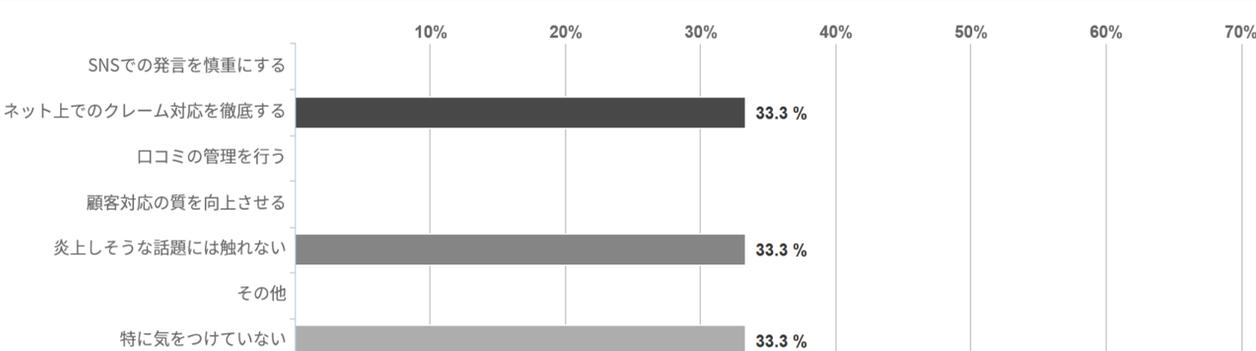
## 【その他】

- 運送業では荷物の扱いや運転の良し悪しが拡散されることが多いので、仕事上の行動は気を付けないといけない

## 【特に気をつけていない】

- 配送業だとSNS等に載せる事がほとんどなく炎上もない
- わたしはSNSを利用していないですし、ネットニュースも見ない
- 私自身が何か炎上するようなことをしていない

## 不動産業



## 【ネット上でのクレーム対応を徹底する】

- ネット上での対応は個人では難しいので会社の組織で対応すべき

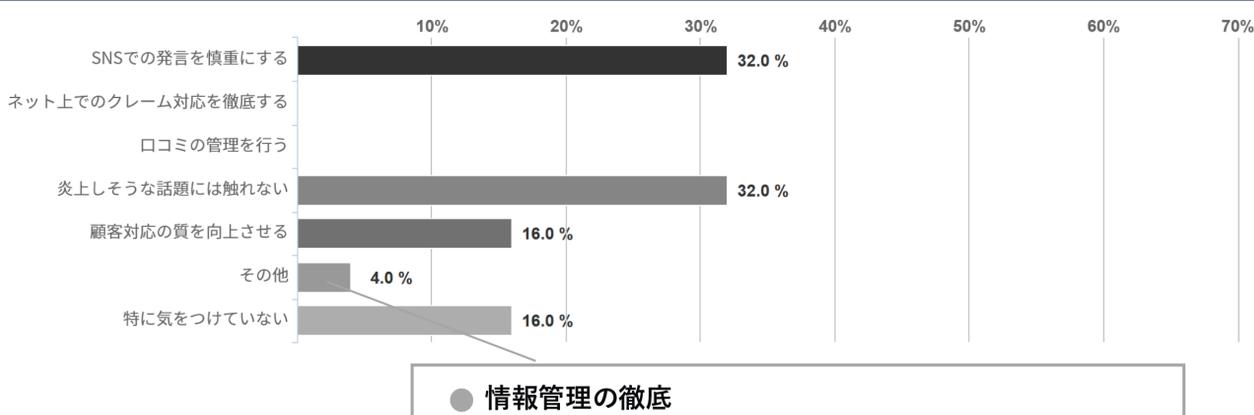
## 【炎上しそうな話題には触れない】

- 不動産オーナーとしては、個人ページも業界のページも、メリットがないので表に出る必要はない

## 【特に気をつけていない】

- 個々のアパートの事をSNS上に挙げるような流れが全く無い為、炎上のしょうが無い

# WEBサービス業



## 【SNSでの発言を慎重にする】

- 炎上は感情的になる人間が多いので、相手にしないことが重要
- 他業界よりも炎上しやすい
- 情報の内容に細心の注意を払い、不適切な発言は行わない
- 治療院業界に特化したコンサルで、且つ自身は無資格者なので技術や面倒な話には首を突っ込まない
- 身元がわからない、顔を出さなくて良いという無責任な発言は控えるべき
- 業界関係なく注意すべきこと
- 誤情報や偏った意見が拡散すると信用を失い、仕事に悪影響を及ぼす

## 【炎上しそうな話題には触れない】

- センシティブな話題に触れないことがリスク回避
- 事務作業以外で話題に触れることを必要としていない
- 炎上によりトラフィックが増え、収益が上がることもあるだろうが、精神面では負荷が掛かる
- 炎上する可能性のあることは、発信しないことがよい

## 【顧客対応の質を向上させる】

- 前述のとおり特段個人的なSNSを活用していない場合は丁寧な顧客対応を心がけていれば良い
- 対応が悪いとXなどに書き込まれるので気を付ける必要がある
- ハード製品を扱っているのでハード要因の不良などの対応も必要となる

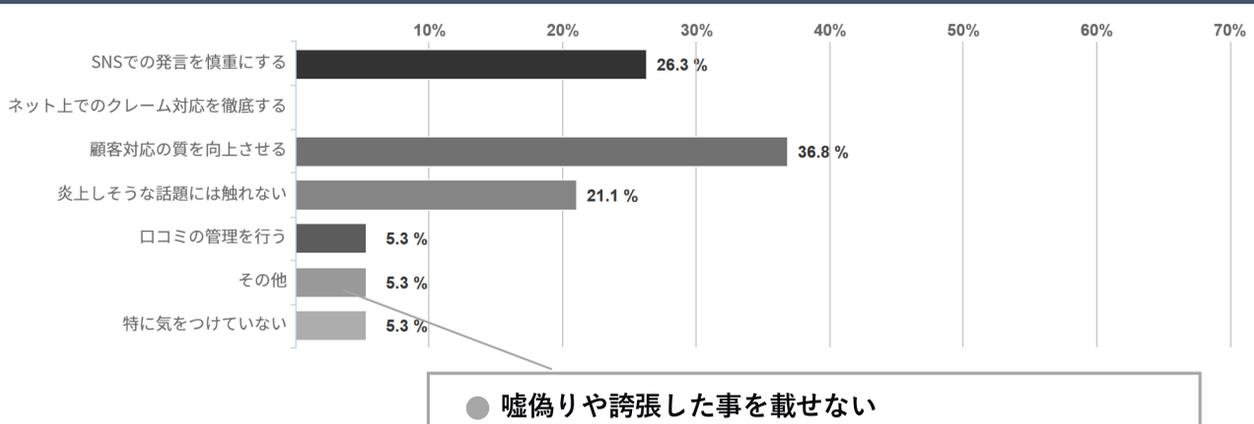
## 【その他】

- SNS炎上リスクを防ぐためには、まず情報管理の徹底が重要

## 【特に気をつけていない】

- 情報漏洩の関係もあり、そもそもSNSに発信をしていない
- SNSの発信はせず、業務とSNSを関連させていない
- 依頼を受けて仕事をし、個人名が出ることはほぼないので炎上するような要素自体がない
- 業務としてSNSを利用していないため、個人として使う時だけ気を付けている

# 医療業・福祉業



## 【SNSでの発言を慎重にする】

- 炎上した際にその後の発言、対処もみられているので注意する
- こちらの価値観を押し付ける様な言い方など気を付けている
- SNSや口コミ対策 ネガティブな発信をしない

## 【顧客対応の質を向上させる】

- 実際に交流のある利用者様からの発信は事実ベースだから
- 炎上に対しコメントする人は一定数存在はするため起きた時の対応に集中すべきだから
- 顧客一人ひとりの対応に注意とプロフェッショナルな技術を身につける
- 日頃からの患者さん対応を良くすることで、ある程度は避けられる
- 患者さんとしっかり向き合い丁寧に対応することで信頼関係を築くことが大事

## 【炎上しそうな話題には触れない】

- 反論しないし、炎上の可能性が有る事には言及しない
- 炎上して医師免許剥奪の危機になることを恐れている
- 顧客の求める業務に関しての話題から外れた軽率な発言は反感を買う

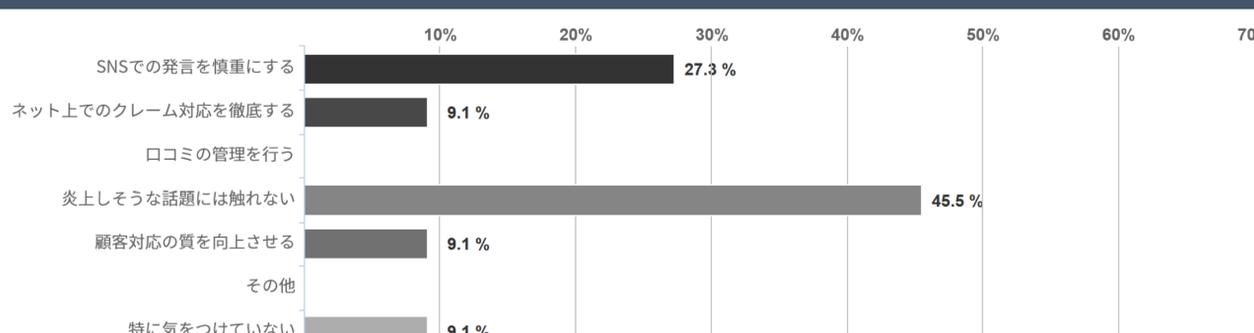
## 【口コミの管理を行う】

- 過剰な口コミは、過剰評価はトラブルの元になるので控える

## 【その他】

- 同業者が見たら分かるが、素人が見たら信じる誇張されたり、嘘の広告が多い

# 専門家(士業・FP・コンサルなど)



## 【SNSでの発言を慎重にする】

- 「言葉狩り」を恐れている
- SNSでの口コミが売上に大きく影響するため
- 誤解されやすい職業なので気をつけないと怪しまれるので表現が難しい

## 【ネット上でのクレーム対応を徹底する】

- 顧客は、ネット情報を鵜呑みにして判断するため

## 【炎上しそうな話題には触れない】

- どんなことにおいても火に油を注ぐことで鎮火できない。触らないことが1番。
- 情報が意図せず、人を傷つけることになってしまう場合があるため、話題を慎重に選ぶ必要がある
- SNSをプライベートで利用する場合、不用意な投稿が物議を醸す可能性がある

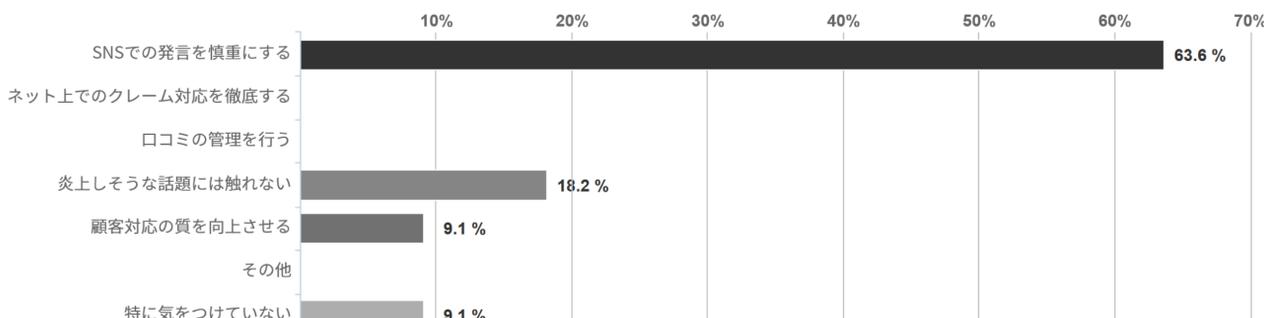
## 【顧客対応の質を向上させる】

- 誤解を招く話や例え話を慎むことにより改善できる

## 【特に気をつけていない】

- SNSには全く載せないで特に 気をつける事はない

## 個人投資家



## 【SNSでの発言を慎重にする】

- 期待値のズレなどが批判や炎上を招く可能性がある
- 他者の気分を害するような発言には十分過ぎるように気を使うべき
- 根拠のない投稿により、投稿者の信用が害される事がある
- 自分自身が炎上することはないが、投資先は発言に気をつけている
- SMSはみるだけ！ 余計なことはしない！これが1番
- SNSの集客は信用が大切だと思うので、慎重にした方がよい

## 【炎上しそうな話題には触れない】

- センシティブな話題だと騒いだりするのが懸念される
- 炎上しそうな、ワードをわざわざする必要が無い

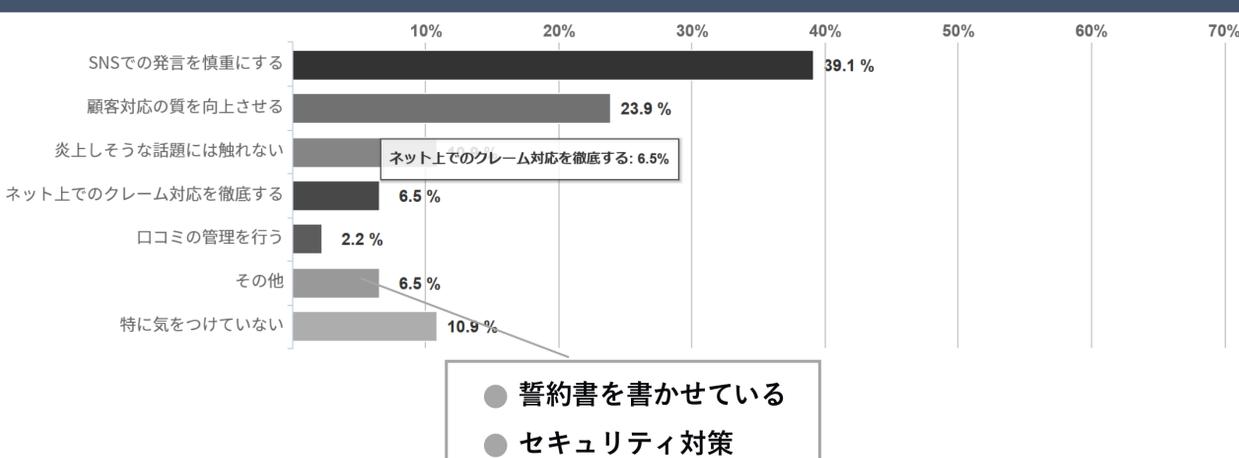
## 【顧客対応の質を向上させる】

- やはり口コミがメインの業界なので顧客の満足度を高めれば顧客を紹介してもらえる

## 【特に気をつけていない】

- 情報発信等、外部に情報を持っていく事がない

## その他



## 【SNSでの発言を慎重にする】

- 意見など主張するような投稿はしないようにしている
- 保険会社が規制しているのでそこに抵触してしまうと資格を失うため
- 話し方や伝え方で、感情的に嫌や、生理的に嫌だというのが増した状態になると炎上しやすい
- 好きな人ばかりではないのがSNSなので言動には気をつけてます
- 健康情報は薬機法で、利用できない単語がたくさんある
- 言葉のニュアンスの影響は大きい
- 不特定多数に対する発信は気をつけないといけない
- 不適切な表現や誤解を招く可能性がある表現を発信することは業務を任せるに値しないと判断される
- フリーランスは信用が大事になってくると思うので、人間性もしっかりしておくべき
- 特定の人種や層に攻撃的なニュアンスを投稿してしまうと、反発が大きく目立つ
- お客様は敏感に情報を見られるので、気をつけないといけない
- SNSではあまり多くを発言しすぎないようにすることが大切
- いろいろな人がいますので、自分の言葉には、気をつけます
- ネットやテレビで公開される内容は慎重に考えて欲しい
- 言葉やルール、コンプライアンスが重要

## 【顧客対応の質を向上させる】

- 対人での関わりが多い為、丁寧な対応が求められる機会が多い
- 意識してなければ、どのような切り口で炎上するかわからない時代である
- 誠実な仕事、対応をしていれば結果的に炎上する事態は未然に防げる
- 業界に限らず、お客様を大切にすることは大事
- 電話での対応や伺った際の言葉遣い等は特に気をつけている
- 当たり前だが虚偽の案内、過度な期待をさせないようにしている
- 言われる事がない様に常日頃から対応に気をつけてる
- 口コミを見て問い合わせもあるのでこの点は優先で意識している
- 顧客ひとり、ひとりを大切に、質問等の対応は真摯に行うことで信用が得られる
- キッチンとお話しをして状況説明をしていきたい

## 【炎上しそうな話題には触れない】

- 業界的に外に出る前の情報を扱うことが多いため、むしろSNSは使用しないようにしている
- 炎上しそうな話題を上げなければ、特に炎上はしない
- 炎上しそうなことは、想像できるのでそこには常にきをつける

## 【ネット上でのクレーム対応を徹底する】

- 迅速な対応、炎上しない様に日々の業務で気を付けている
- どういったクレームがあるのかを把握するため

## 【口コミの管理を行う】

- 口コミ評判が必要な業界であるため、口コミ管理が大切

## 【その他】

- 炎上リスクを回避するためと、言質炎上リスクを回避するためと、言質を取ることで抑制をかける
- セキュリティ事故を起こすと最悪自分個人に責任が発生します。 損害賠償金として支払い不可能な額の請求が来るため日頃から注意が必要です。
- 過去に炎上した事例もあるため、誓約書を書かせる事によって、抑制している

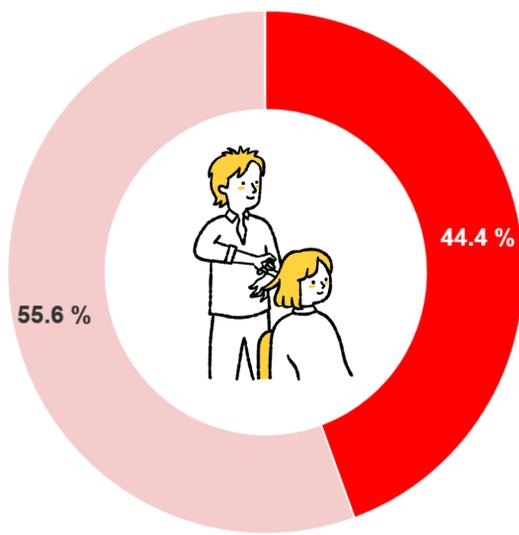
## 【特に気をつけていない】

- セラピスト業界10数年いるが、炎上したという話を一度も聞いたことがない
- 個人との仕事上の接点がないため
- 取引の内容を発信したりすることも守秘義務的でない
- 従業員や顧客がスマホを持ち込んで撮影したりすることが難しい環境
- SNSにばかり気を取られても業績は上がらないので、初めからあまり使用しないことにしている

# 業界における口コミの重要性

—あなたの業界では、口コミがどの程度重要だと思いますか？

## 美容業

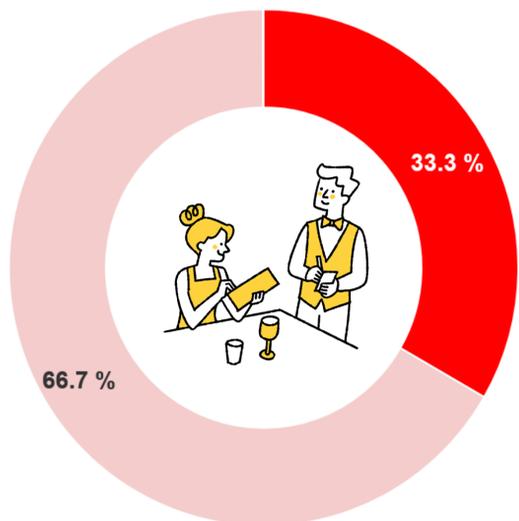


■ 非常に重要 ■ ある程度重要 ■ どちらとも言えない ■ あまり重要でない ■ 全く重要でない

### 【非常に重要・ある程度重要】

- 初めて行くお店の雰囲気を感じるには、他者からの意見が指針になるから
- 良い評価も嘘臭いが、あまりにも悪い口コミが多ければそれが晒されるのは良くない
- 小さい規模の店舗はあまり評価が良すぎるとサクラの疑いがかかる
- 口コミを見て来店をするひとが一定数あるので
- どのサロンでもお店の特徴プラス口コミで決まる
- 良い口コミを見てお客様は判断され来店するからサービスは徹底して良くしなければならない
- 口コミにより、来店しようかと考える方が多い
- 新規客は色々な美容室に行くのでまずは口コミをチェックするらしい
- 新規客は事前にネットなどでそのお店の口コミや評価を見て判断する部分もある
- 集客にも影響を及ぼして、売りが下がる可能性がある
- いい情報などは素早く伝達するので何事もスピードが大事
- 新規を沢山集めたい場合は口コミが重要だけど、リピーターの獲得は対面してからが大切
- どんなに上手な広告を打ったとしても、口コミの威力には勝てない
- 口コミはどの業界でも参考にすることが多い
- 口コミが多いところに人は集まりやすいのである程度は必要
- 口コミを重視して来店いただけるケースごとも多い
- 評価基準が口コミなどに今はなってるので必要
- 商圏規模が小さいので、口コミ効果が大きい
- 最近若い子は特に、コメント欄をしっかり見る傾向がある
- 口コミをみてご来店くださるお客様が多い
- 初めて来店される方にとってはお店の事がわからないので口コミを見るしかない

## 飲食業

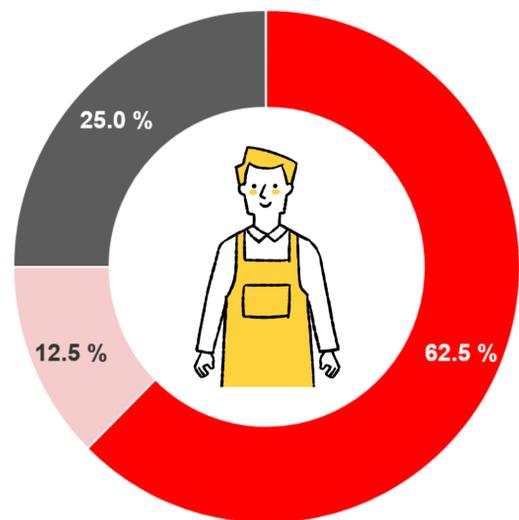


■ 非常に重要 ■ ある程度重要 ■ どちらとも言えない ■ あまり重要でない ■ 全く重要でない

### 【非常に重要・ある程度重要】

- 飲食業なので接客、味の感想等が評価されるため
- 一見さんは、ネットの口コミでこられる事が多いので重要
- SNSを見て来店される方は多いので良い意味悪い意味どちらにしても評判に関わる

## 小売業



■ 非常に重要 ■ ある程度重要 ■ どちらとも言えない ■ あまり重要でない ■ 全く重要でない

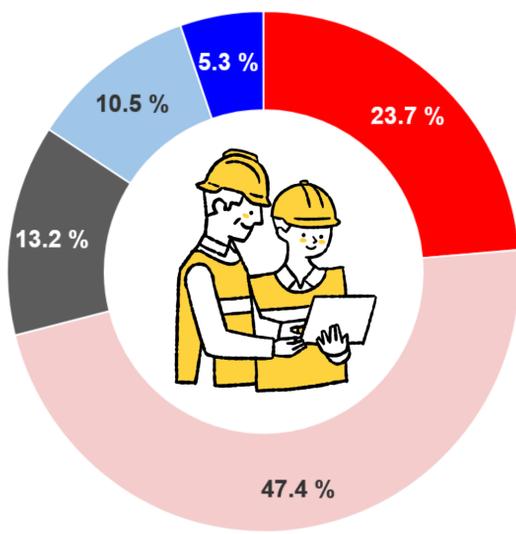
### 【非常に重要・ある程度重要】

- 全国チェーン店なので、看板イメージが重要
- 新規のお客さんはリアルでもネットでも口コミを参照にくる方がほとんどだから
- クチコミで売れる売れないが大きく違ってくる
- 口コミが良いとSEOが向上する
- 消費者は口コミをととても重視しているため、購買に大きな影響がある

### 【どちらとも言えない】

- 口コミの重要性がどのくらいあるのかがよくわからない

# 建設業



■ 非常に重要 ■ ある程度重要 ■ どちらとも言えない ■ あまり重要でない ■ 全く重要でない

## 【非常に重要・ある程度重要】

- 口コミが悪い会社に家作りをお願いしたい人がいないから
- 高額な取引となるため信用が第一で、口コミは重要だから
- 騙し、詐欺的な事例も多い業界なので特に口コミは重要になってくる
- 同業者が多い為、少しでも満足度をあげるために努力している
- 身近なトラブルを改善する仕事のため、近隣からの紹介は有り得る
- 8割のお客様が口コミから紹介されている
- お客様は値段に見合った仕事の質をもとめている
- 紹介や口コミで繋がっている部分はかなり大きい
- 実績がよければ自然と仕事がひろがっていくため
- 高い買い物なので、口コミは皆さん気にされる
- 価格、サービスの競争があるので口コミや紹介などが必要
- 口コミの評価が高いと家が売れ仕事が増える
- 働きやすい環境や人間関係は大切なので口コミや評判は気にする
- 横つながりが強い業界なので、ある程度は必要ではある
- 仕事の丁寧さなどが評価されれば仕事が増える
- 既存顧客からの紹介案件も一定数あり、それを大事にしたい
- 地域密着型の中小業者では、地元の口コミや評判が業績に直結する
- お客様の反応が良ければ、元請けからの信頼を得れる
- 仕事が綺麗に出来るかとかで口コミがあれば仕事が増えたりする
- いい口コミがなければ集客も出来ない

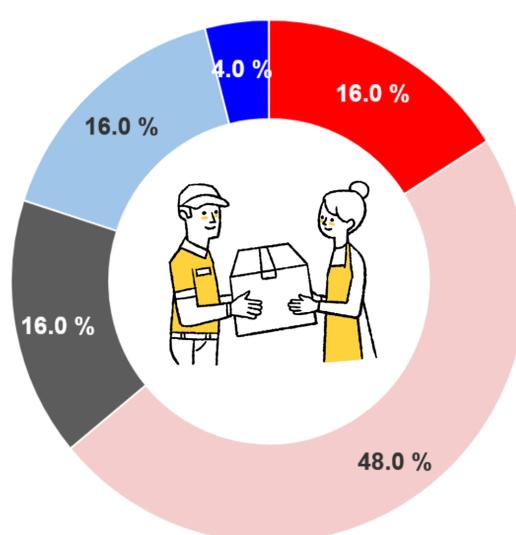
## 【どちらとも言えない】

- 受注に関して口コミやネット上での評判はあまり関係ない
- 大体知り合いの業者をお願いするお客さんが多いと思うのであまりSNSは関係ない
- 口コミはある程度は気にはするが、満足してもらうには、実際の評価を気にする
- ネット活用をしなくても元請会社から依頼が来るので大丈夫

## 【全く重要でない・あまり重要でない】

- 知ってる人は、ごくわずかな人。口コミどころか面接すらこない。
- 元請け会社の許可がない限り、1人では動けない
- SNSを使う仕事ではないので、重要ではない
- 顧客がメインで仕事をしているので、あまり影響しない
- SNSでの口コミは仕事する上で重要ではない

# 運送業



■ 非常に重要 ■ ある程度重要 ■ どちらとも言えない ■ あまり重要でない ■ 全く重要でない

## 【非常に重要・ある程度重要】

- 今は口コミをみてから行動する人が多いように感じる所以口コミは大事
- 口コミが良ければ仕事も安定する
- 口コミを投稿した人が影響力がある人なのかや内容を見て判断する
- 口コミでは業者のイメージの固定概念がつき、ちょっとしたことでクレームにつながる
- 宅配業界の特徴として、話題に出やすい会社なので、情報には注目している
- 全ての口コミが正しい情報だとは思えないが、ある程度は関心、注意を持つべき
- 安くて良いものと口コミが増えれば購入する人も増える
- 良い噂も悪い噂も荷主の間で回るのが早い
- 「安い」よりも「信頼できる」ことが選ばれる理由になる
- 良い対応をしてれば口コミから評判が良くなる
- 口コミが良ければ仕事が増える可能性がある
- 悪い口コミが増えると一時的に利用を控える人がいる

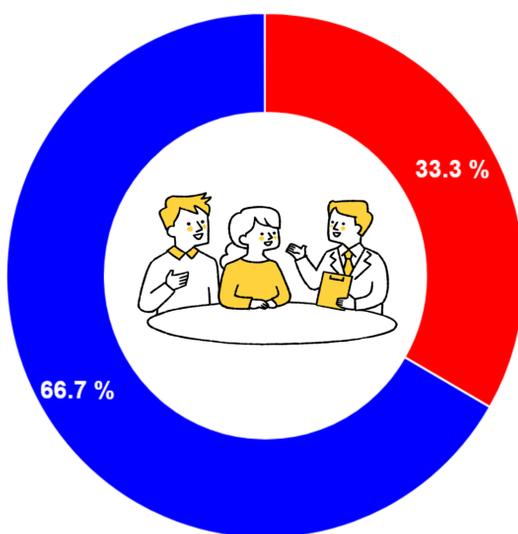
## 【どちらとも言えない】

- 業界内の口コミには影響されるが、業界外からの影響は少ない
- 購入カスタマーは口コミを気にするが、商品の口コミは配達員は気にしていない
- 少数の意見が大きくなることがあるのかわからない

## 【全く重要でない・あまり重要でない】

- 配送業で特にお店とかをやっている訳ではないので口コミは全く重要ではない
- ドライバーは人手不足の現状では余り問題では無い
- 基本的に一期一会の商売なため悪い口コミがない限り重要度は低い
- 個人個人が本当に必要と思って注文しているので口コミや書き込みはあまり気にしていない

## 不動産業



非常に重要 ある程度重要 どちらとも言えない あまり重要でない 全く重要でない

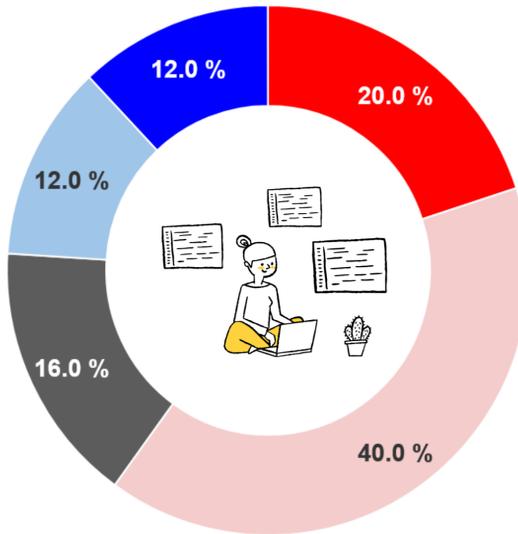
### 【非常に重要・ある程度重要】

- 口コミが広まって行くと一番信用される

### 【全く重要でない・あまり重要でない】

- 個々のアパートの事は物件情報サイトで詳細に公開されており、口コミで伝わる事が無い
- 不動産物件の定評のある口コミサイトがないので現状必要がない

## WEBサービス業



非常に重要 ある程度重要 どちらとも言えない あまり重要でない 全く重要でない

### 【非常に重要・ある程度重要】

- 自身としても成功事例は大事だし、顧客自身もクチコミを励行するくらい大事、集客に繋がる
- 生徒がクチコミを見てその授業を取るかどうかを決める
- 販売するマーケットでは口コミを見て皆さん商品を購入する
- 関係構築や適切な情報発信が求められる
- 良い評判が製品の売りに貢献することもある
- 上手い人はネットの活用で顧客が増える
- 顧客は、評判や口コミをチェックする傾向がある
- 人づてで評判が広がり紹介を受けるため、誠実さは重要
- 「仕事が早い」「丁寧」といった口コミがあればその人に頼もうとなりやすい
- 口コミや評判が案件獲得に直結し、特にフリーランスは紹介で仕事が広がる
- 丁寧な仕事をしていると顧客からさらに別の顧客へと発展する可能性がある

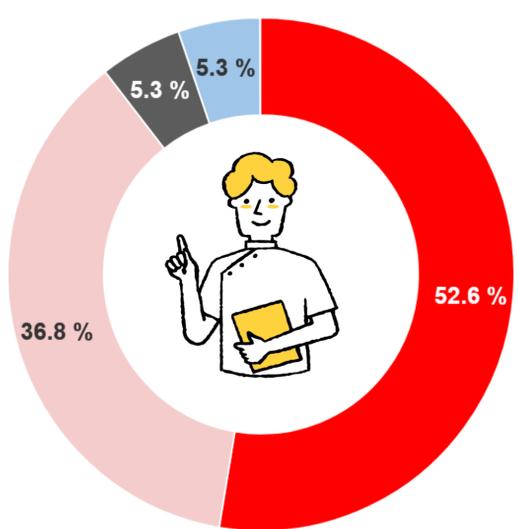
### 【どちらとも言えない】

- 業界内でもどのようなサービスを提供しているかで、口コミの重要性が変わってくる
- 口コミでの評価は感覚的なこともあり、受け取り方も人によって異なる
- 案件の取り方だが、エイジェントと経由の場合はあまり関係ない

### 【全く重要でない・あまり重要でない】

- 古い体質のクライアントが多いため、ネット上の口コミよりも対面での口コミのほうが効果がある
- 人事採用の人だけ多少影響があると思うが、業界的に口コミは必要ない
- 人それぞれで、口コミを重視するひとはすればよい

## 医療業・福祉業



非常に重要 ある程度重要 どちらとも言えない あまり重要でない 全く重要でない

### 【非常に重要・ある程度重要】

- グーグルビジネスプロフィールでの口コミが信頼性が高く来店する際の検討材料にされている
- 来院するかの判断は口コミが大きく左右する
- 医療は広告制限がかかっているため、口コミが最重要
- どこに行ったら良いのかわからないとの意見が多い
- 口コミから仕事の依頼をうける事が多くある
- 世間体、地域からの信頼が非常に重要
- 口コミ一つで顧客が増えるか減るかがかなり影響する
- どんな感じの病院なのか検索して必ず院内の口コミ等を見て決める人が多い
- 口コミを見て利用しようとする人も一定数いる
- ネットの口コミと、実際の口コミや評判は違う為、ある程度重要
- 年配の方や紹介患者には影響しないが、書き込みを信じる層の初診に影響する
- どこを選んだらいいのかわからないので、1つの指標になる
- 女性は口コミを見て医院を決めると言われているので、影響する

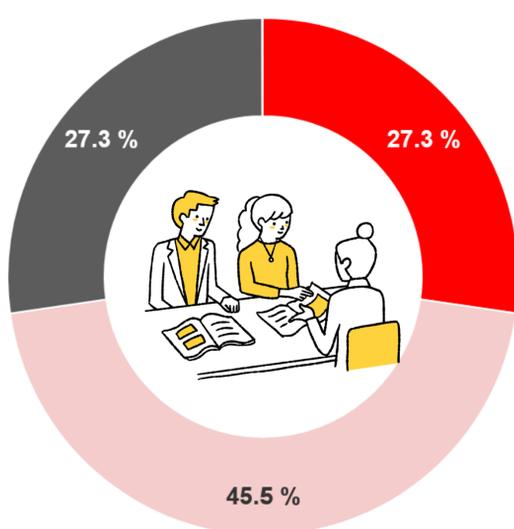
### 【どちらとも言えない】

- 患者はいるので口コミがなくても集客できる

### 【全く重要でない・あまり重要でない】

- 高齢者の患者が多いので、あまり口コミを見てない

## 専門家(士業・FP・コンサルなど)



非常に重要 ある程度重要 どちらとも言えない あまり重要でない 全く重要でない

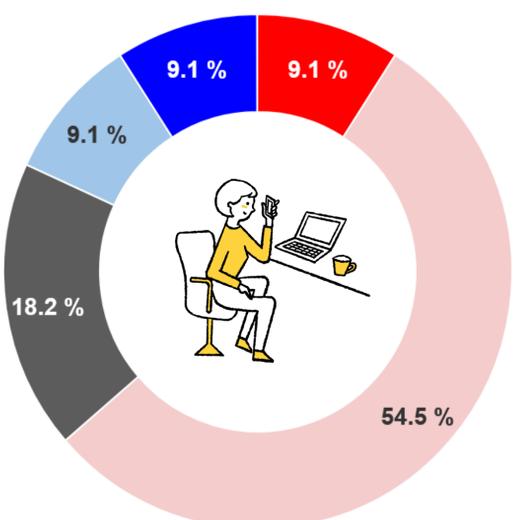
### 【非常に重要・ある程度重要】

- LEADとして紹介以外での顧客層の獲得
- 外部から違いが分かりにくいいため、口コミによる評判が重要になる
- 信頼しているからのご紹介だとお話が入って気安いので口コミが一番
- SNSという意味ではなく、口コミは重要
- 利用者の方からの紹介などで案件を受注するケースが多い
- 顧客からの紹介は、直接お客様とお会いし、お互いの思いを実感できる
- 人から人へ伝わる方が、金融業ではもっとも成功の近道

### 【どちらとも言えない】

- 口コミをみての評価するような仕事をしていない
- コンシューマー向けではないため口コミ文化はない

## 個人投資家



非常に重要 ある程度重要 どちらとも言えない あまり重要でない 全く重要でない

### 【非常に重要・ある程度重要】

- それにより企業の評価た株価と直結する
- 詐欺やハッキングが多発する業界のため、利用者の実体験が信頼性を判断する重要な材料となる
- トレード系のインフルエンサーを目指すのであれば重要になる
- 各企業の情報等をSNSからの情報から得る事ができる
- 生身の人間から聞いた情報の信憑性が高いことは言うまでもない
- 関心がある人は一部だから、ある程度は重要

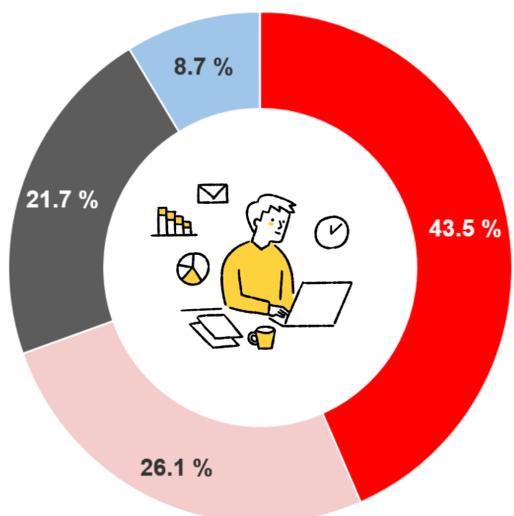
### 【どちらとも言えない】

- 本当に大幅の利益を狙いたいなら口コミを当てにしすぎない方がよい
- 投資は、口コミも大事だし、口コミが悪い口コミなら、必要ない

### 【全く重要でない・あまり重要でない】

- みるだけ！それが一番
- 口コミに関しては特に関係が無い

## その他



非常に重要 ある程度重要 どちらとも言えない あまり重要でない 全く重要でない

### 【非常に重要・ある程度重要】

- 紹介営業がメインとなりますので評判が良いと収入もふえる
- まずは口コミでの評判を確認してから申し込みをする人が殆ど
- これまでチラシなどのポスティングをしましたが、結局口コミでの紹介が多い
- 評判でかなり左右される
- いい話も悪い話も口コミで広がるため仕事に響く
- 美意識の高いグループがあると、その周りの人に一気に派生することがある
- 口コミが信頼性を高める要因となり、潜在的な顧客がサービスを利用する際の判断材料となる
- 良い口コミは新規顧客を引き寄せ、悪い口コミは逆効果をもたらすことがある
- お客様は常に他の人を気にしている世の中なので、非常に重要
- 保険業ではお客様の口コミは凄く重要
- 塾選びは通塾している生徒や保護者の口コミで入会することが半分
- 火のないところに煙はたたないから、重要
- 口コミ評判が必要な業界
- 来場者の口コミ拡散は非常に重要であり、集客に非常に影響がある
- 子供に習い事をさせる親の年齢層は、口コミを見てから問い合わせをしてくる
- サービスを受けたお客様からの口コミは重要である
- 良い評価の情報拡散は、口コミとなり、業務がしやすくなる
- 口コミで現場を請け負ったりする場合もあるのでけっこう重要
- 評判や口コミによって新たな契約が成立する可能性はある

## 【どちらとも言えない】

- 参加取引先を開拓する際に、クローズドな口コミ情報があれば、多少参考になる
- お客様とのコミュニケーション 範囲は1対1のため目的を絞った会話になる
- 業界内での口コミは大事だが、SNSでの口コミは必要ない
- 最近、口コミとか点数とか前より信用しなくなっている
- 口コミがどうであっても国の法律は変わる事はない

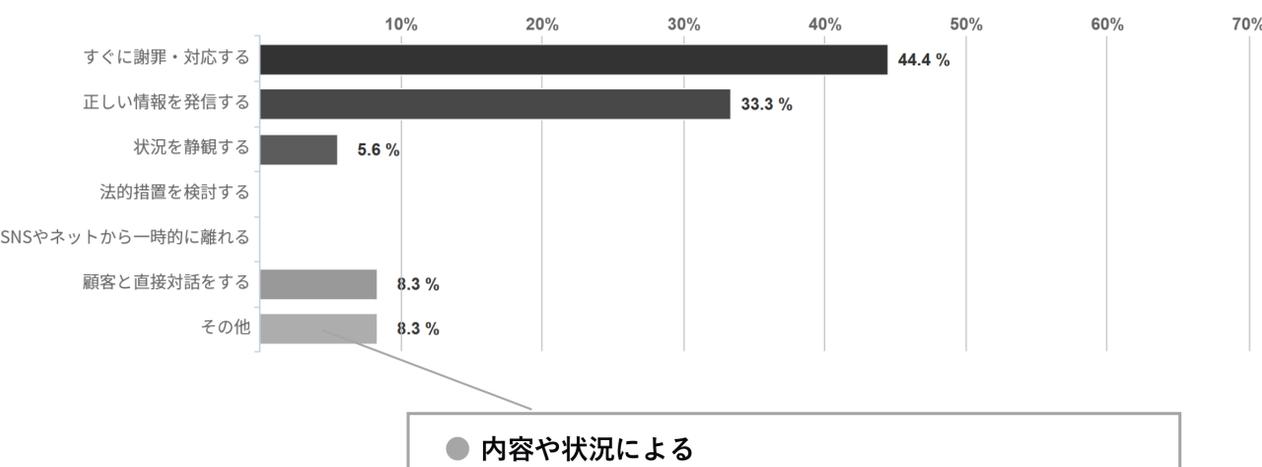
## 【全く重要でない・あまり重要でない】

- 個人レベルの仕事より企業からの案件に携わることが多いから
- 直接お客様との仕事等、接点はあまりないので口コミによる影響は受けない
- 基本的に紹介でしかお客様を増やさないので露出する必要がない
- 口コミは全ての人が書いているわけでないし、一部の暇な人の意見であるから

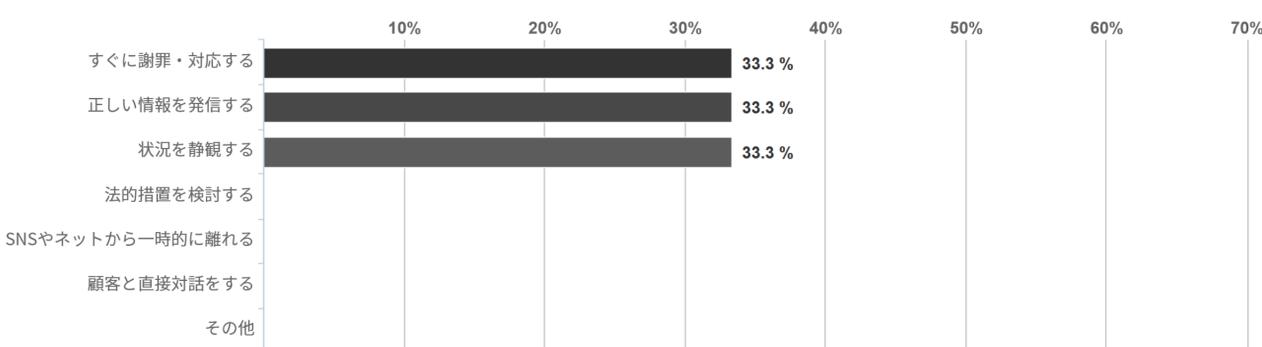
# 炎上した時に有効な対応

—あなたの業界では、炎上した際にどのような対応が最も有効だと思いますか？

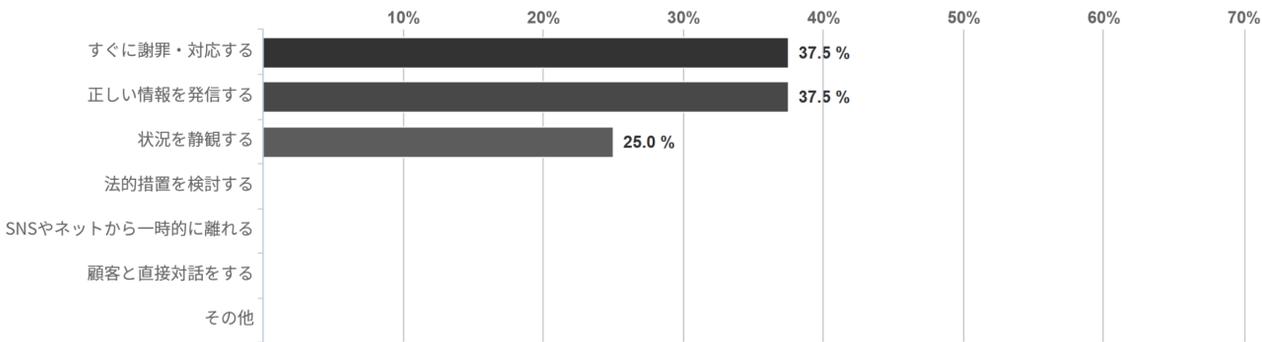
## 美容業



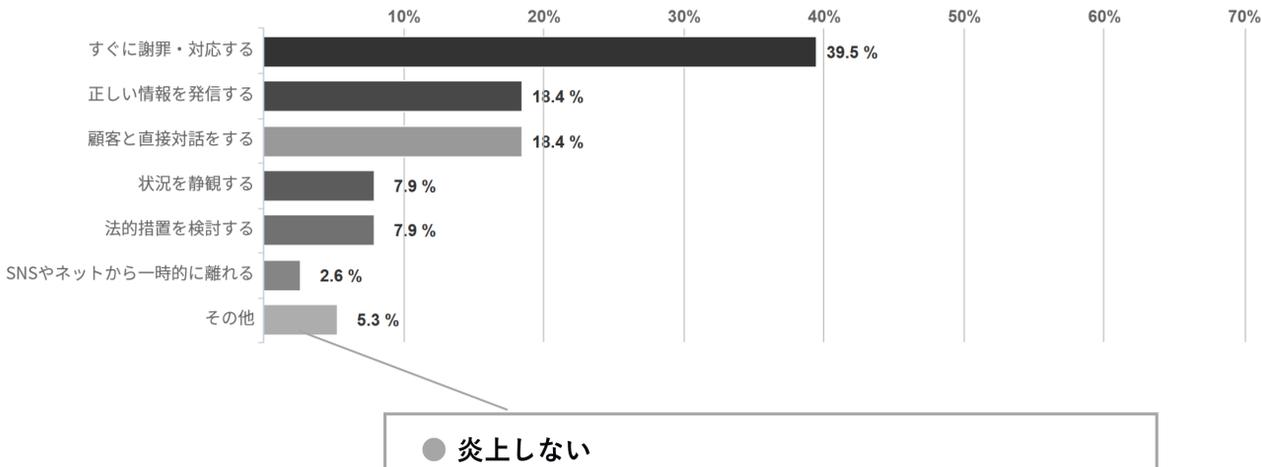
## 飲食業



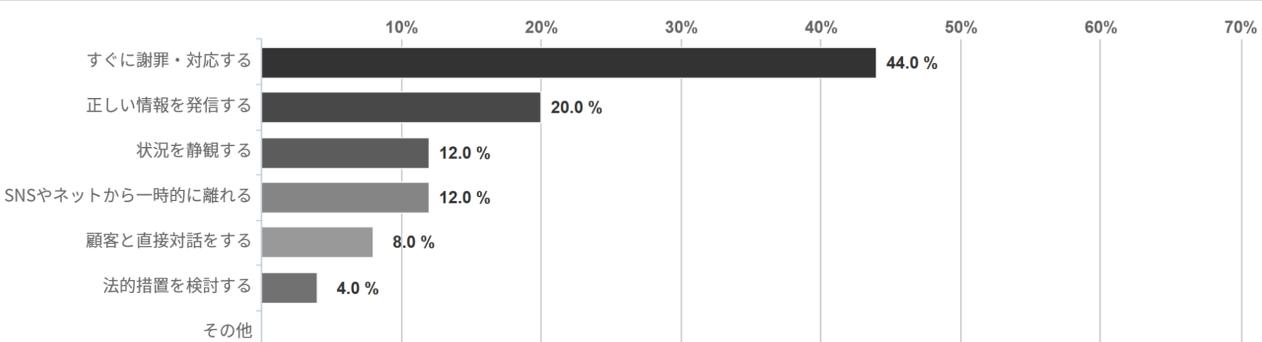
## 小売業



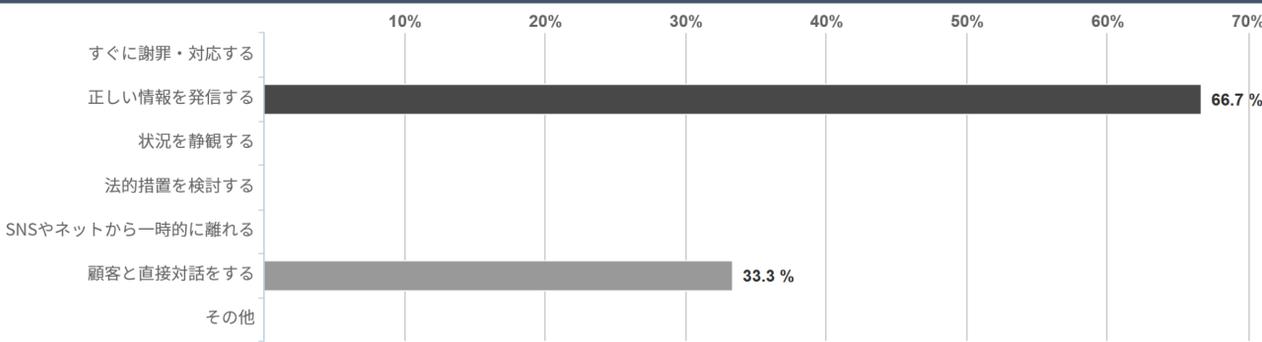
## 建設業



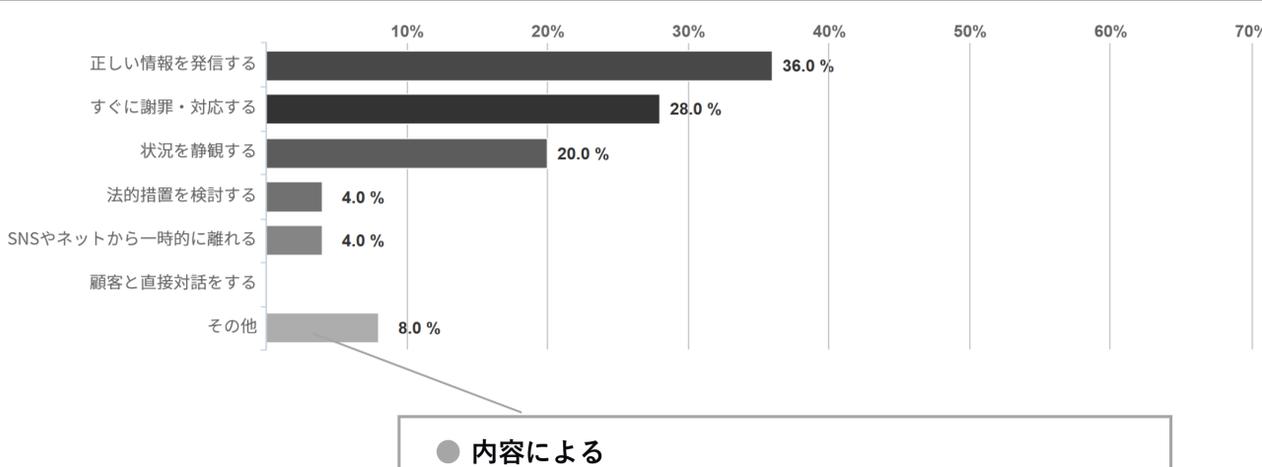
## 運送業



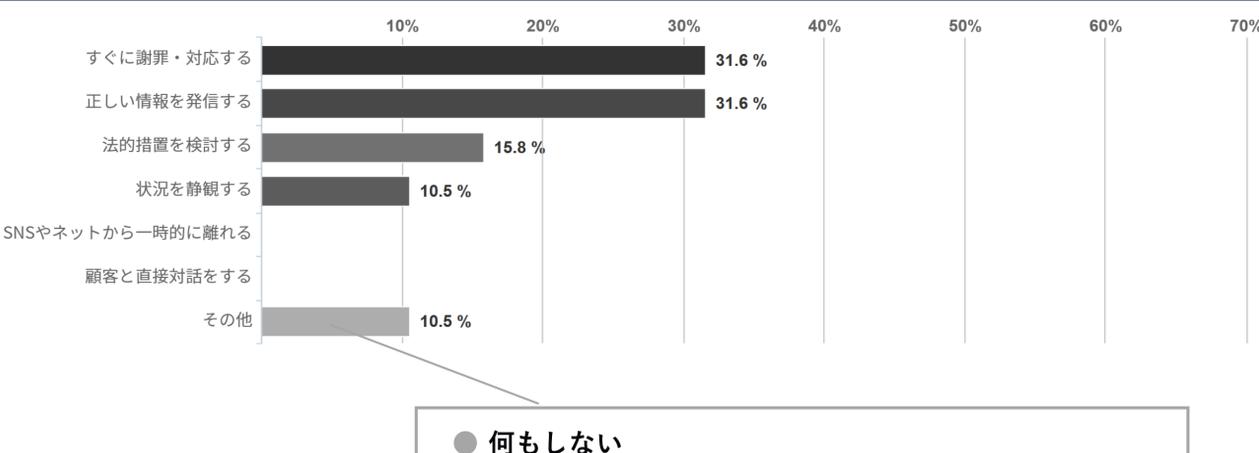
## 不動産業



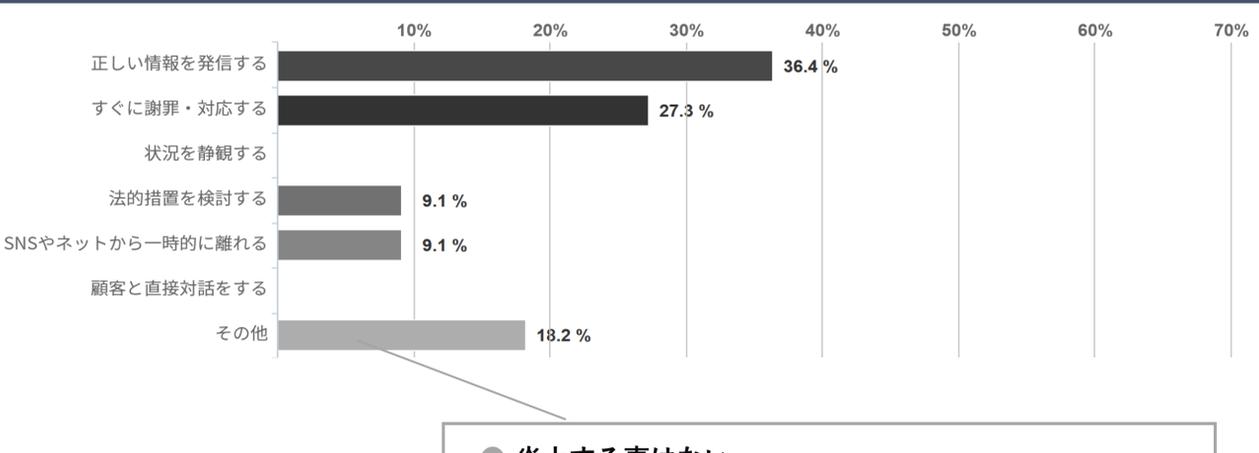
## WEBサービス業



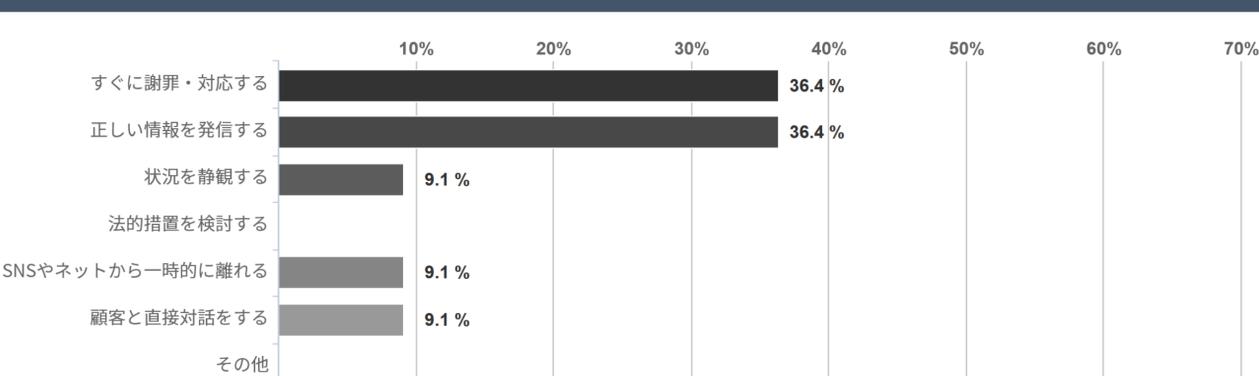
## 医療業・福祉業



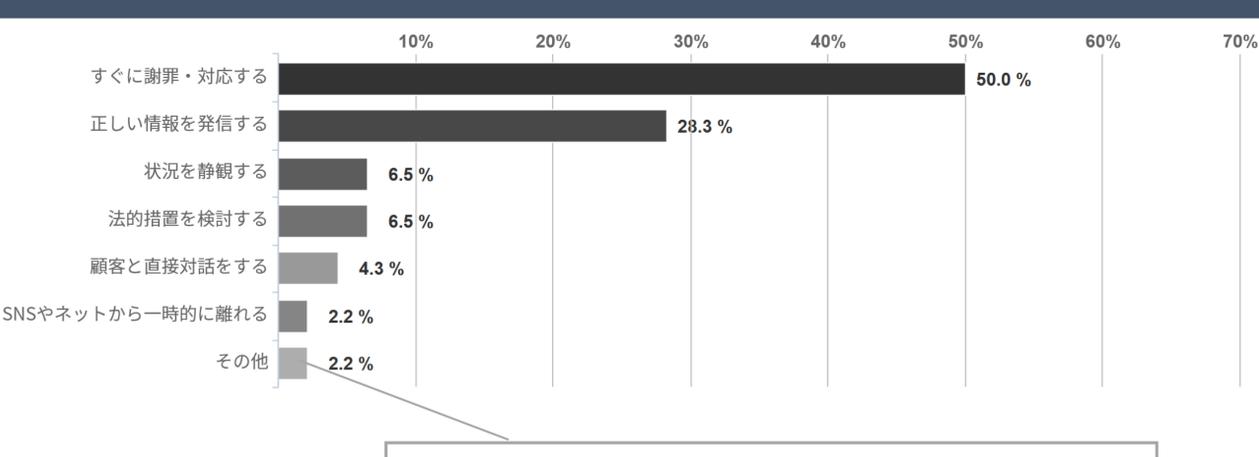
## 専門家(士業・FP・コンサルなど)



## 個人投資家

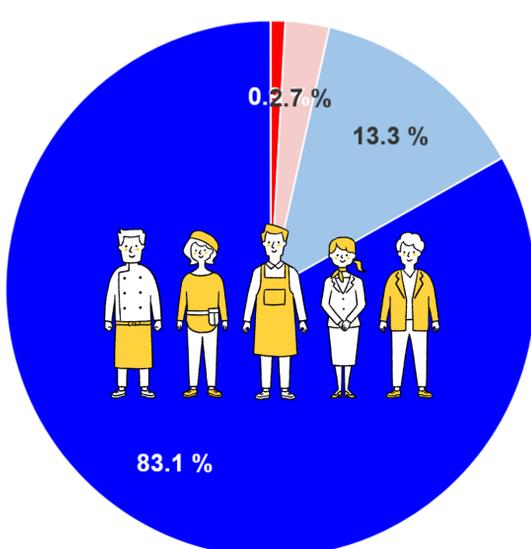


## その他



## ネット上でのトラブルの経験

—あなた自身、過去に炎上やネット上でのトラブルを経験したことがありますか？



■ ある (大きな炎上) ■ ある (小規模な炎上) ■ 多少のクレームはあったが炎上ではない ■ ない

## SNSの影響や炎上リスクへの課題や対策

—ネットニュースやSNSの影響、炎上リスクについて、あなたの業界での課題や対策について教えてください。

## 美容業

- 目立ちすぎない、煽りすぎない、ただただ普通に仕事をする事だけ
- 対策をするようなことではない
- 非がないものは毅然とした態度で対応すべきである
- 個人を売るとそれに伴うリスクもあるので売れるほどに発言は気をつけるのがいい
- わざと炎上させるようにも思うのでクレーム対応の対処方法を準備しておく
- いい意味で炎上して集客できるなら利用したらいい
- 日頃の行いをちゃんとしていたら、ついているお客さんもフォローしてくれる
- 悪い口コミが発生するのは、その原因があったからなのですぐに謝罪や対応をするべき
- 前提としてあるのが、嘘をつかないことと、色々な考えがある中での発言になるので、考える
- ありもしないことまで言われたりするリスクもあるので、当たり障りない対応をする
- 余計なことはネットやSNSでは言わない
- 信頼できる顧客と1対1になった時に軽く愚痴るぐらいにしておく
- 大多数の人たちがSNSを活用する時代なので、慎重にうまく活用して売り上げ向上につなげたい
- 誤った情報であれば訂正することはできるがそれ以外の事はどうすればいいかわからない
- 来られるの方が悪い口コミをした場合すぐに謝罪文を書くことが大事
- 対策は普通に情報発信するだけで、正しい情報発信に徹すれば何も問題はない
- 今のところ具体的な対応策が無いために、どうしたらよいかわからない
- 基本はお客さんとのコミュニケーションをしっかりとっておくこと
- やはり顧客とのコミュニケーションを重視することが大切
- 基本的にはSNS自体をやらない方が無難
- 否定的なコメントや批判を受けた場合、感情的な反応を避け、冷静に対応する
- サロンの問題はサロンで解決できるが、美容業界に対する問題は難しい
- SNSは情報を広げやすいが、やり方が難しいのでしっかり勉強する
- 個人的には一切のSNSをやらない営業スタイルでやれば問題は起きない
- ネットニュースやSNSの影響、炎上にならないように偏った意見や尖りすぎた発信は控える

## 飲食業

- 飲食業界ではSNSの影響が大きく、炎上が売上に直結します。対策として、迅速なクレーム対応。
- SNS監視、スタッフ教育、良い口コミの拡散、炎上マニュアルの整備が重要
- 良い悪いも左右される業界なので、過剰な投稿などはクレームに繋がる可能性がある
- 対応ミスの拡大は危険
- SNSのクレーム対応を誤ると更に炎上されるので特に注意

## 小売業

- 口コミの件数が増えてくると、悪いことを書かれるリスクも多くなる
- 割り切って気にしないメンタルを持つことが対策
- 日本人だけじゃなくて外人が多く働いているので外人が発信しているから頻繁に教育している
- 発言には十分に注意し誹謗中傷をしないことが重要
- 全国チェーン店なので、1店舗の店舗の炎上が全国の店舗に影響する
- 業界内の個店それぞれが日頃から注意する必要がある
- 良くも悪くもSNSやインフルエンサーの影響を受ける
- 本当に良い商品のみを扱うことが本質

## 建設業

- 炎上しても何も良い事がないので引き続き仕事上の事は軽々しくネットに載せない
- 慎重に扱わないとやはり炎上してしまうので言葉選びは考えている
- 建設業界は、SNS上での批判が企業イメージや取引に直結しやすい業界
- 炎上する前にすぐ指摘された場所は修正して謝罪する！
- 業界としては世間一般的なイメージは良い方ではないので、小さなことでも慎重な表現に努める
- 企業名を出して罰則を受けた事故事例などもあり、守秘義務の書類に署名させられている
- 騙しやリフォーム詐欺も多いので、リピーターに繋げる為の価格設定が重要
- 建築業なので真面目に丁寧に仕事をしていれば ネットニュースやSNSの影響は無いし炎上しない
- 近隣で、同業者が多い為、他の同業者より良いサービスを提供できるように心がけている
- 私は気にしないし見る事もないのですが面白半分には書き込みはしない方が良い
- 基本的に現場の写真はアップしない
- 改装や新築工事の写真はSNS等にはアップロードしないようにする
- 書類の漏洩に気をつける
- 個人情報無くすなどの、業務に対してのトラブル無くす
- 悪徳な業者も存在するため、違いを明確にする
- 正しい施工方法を何度も確認をしてその後にネットに掲載するなどミスがないように気をつける
- 施工事例等をアップする時は必ず顧客の許可を取って、後でトラブルにならないように気を付ける
- 基本的には法律触れなければSNSに上がる可能性は低い
- 事前にサービス内容やトラブル対応方針を透明性を持って発信する
- 偽の情報がたくさんある中、載せる情報の内容に気をつけて正しい情報を発信するべき
- ネット活用をすれば、炎上などする可能性があるため、対策としてあまり活用しないこと
- 常に安全を心がけて、現場での事故を防ぐ
- 近隣トラブルなど起きないように心がける
- SNSやネットをしないている事が1番いい
- そもそも炎上するようなことをしなければいいだけ
- 正しい情報を発信することを心がけ炎上しないようしっかりと管理する
- ネットニュースを使う機会が少ないため、リスクは少ないが、使う際は気をつけたい

## 運送業

- 炎上したとしても影響は少ないが、とにかく炎上するネタを与えず、粛々と日々業務に専念する
- 宅配業界ですが、再配達を減らす事を進める過程で、置配の問題がたまに話題になる
- 配送あるあるネタの中で配達立場やお客様立場目線でも表現の仕方ひとつに対して気をつける
- お客様情報の漏洩に対する対策を強化している
- 接客をする際の対応に気をつけている
- 各配達員個人が常にカスタマーに見られているということを認識する
- ネットリテラシーが低いと思うので迂闊に業務に活用しない事が一番の対策
- 炎上してしまった場合は速やかに原因追及して、当方に問題があるのであれば謝罪する事が必要
- 匿名でのクレームは対応しない
- 日頃の配送や運転を、常に周りから見られ撮られているという意識を持たせることが大事
- ほとんどSNSに書き込む事は少ないと思うが、書き込む場合は文章に細心の注意をはらった方が良い
- いつ誰がどこで見てるか分からないので常に見られてることを意識する
- SNSなどに炎上しそうなことを安易な気持ちで投稿しないこと
- ルール規定の徹底や対処方法が徹底されているので、今のところこれ以上の対策はない
- 特に掲載しないというのが一番の対策になっている
- 余計なことをSNSにあげるべきじゃない

## 不動産業

- 会社のグループが大きいため隔々迄管理するのは難しい

## WEBサービス業

- 無駄な発言をしないし、自分の発信に自身がないなら無理にSNSを活用しない
- 問題のある炎上は、個人思想などを出さずに、余計なことを言わないように運用するのが良い
- 理不尽な炎上に関しては防ぎようが無いが、上手く利用すれば良い結果につながる可能性もある
- 個人に発信させない
- SNS担当部門を設置し、ルールに従って必要以上の発信を行わないよう気を付ける必要がある
- 情報の伝わる速さや多様な受け取り方を考慮してSNSで発信すること
- ネガティブな評判に対して、迅速かつ適切に誠意をもって対応すること
- 不必要にSNSをプライベートや業務で扱わないことが有効な対策
- 不用意な発言をしないよう注意し、業務に関する話題以外を発信しないこと
- センシティブな話題には触れない
- 誰かを敵にする発言を控える
- 内容に気をつける、無暗に投稿を行わない、などの対策が必要
- どちらかというと環境を提供する側なので、セキュリティや認証という方面で対策の検討が必要
- 公式のアカウントのみで発表し、個人アカウントは使用しない
- 炎上した場合、その話題から離れたほうがいい
- 適当な発言はしない、もし炎上しても真摯に対応し炎上を抑えるよう努める

## 医療業・福祉業

- 正しい情報かつ炎上しない方法を模索する必要がある
- 利用者さんの対応をしっかりとする
- SNSで余計な発信はしない
- 素直に謝り、返金や慰謝料など誠実に対応する以外には方法がない
- 出来るだけ、事実に基づき、本当の事だけを載せる様にしている
- Googleの書き込み者をすぐ特定出来る様に医師が集団訴訟を起こしている
- 利用者にスマホに触らせないようにすること
- 不用意に発言、投稿をしないようにする
- 思ったことはすぐに書き込まず一度保留にする

- 他者が不適切だと思ふ可能性がありそうなことを精査してからインターネット上にあげる
- 本来業務以外の事についての発信は控える
- 個人情報の管理マニュアルを作成し、スタッフへの教育を実施する
- ネットリテラシーについて対策ノウハウを得ておく必要がある
- なにか起きた際は皆で話し合い、今後ないようにリスク管理を行い素早く対応していく
- 発信元の信憑性を考慮して、正しい情報を丁寧に伝えるようにする
- 病院によって色んな方針がある中で、間違っただけの情報を流さないよう気をつける

## 専門家(士業・FP・コンサルなど)

- そもそも炎上することが良くないので積極的な投稿など実施しないようにする
- 効果的な対策はない
- SNSは閲覧中心として投稿しないようにしている
- イジメやヤラセで、自殺にまで追い込まれたニュースをみて、管理監督する法整備が必要
- 表現の方法に十分気をつける
- 言葉選びも慎重にして発信回数もほどほどに

## 個人投資家

- 透明性のある情報発信、迅速な危機対応、インフルエンサー管理が重要
- 正確な情報を伝えるのが大事
- 間違いがあれば早急に訂正することが重要
- 投稿者は正確な情報により投稿して個人の思い込みだけでの投稿を避ける
- 情報発信をする人はメンタルを鍛えないといけない
- 勝手な意見が流れることもあるが無視するのが最善
- 専門の弁護士などをつけておくべき

## その他

- 自分の意見を主張するような投稿はしない
- レッスン風景の生徒の顔は隠す
- 保険会社の規制が厳しいため、無理にSNSを使用して資格を失うリスクがあるのであれば使用しない
- 守秘義務やセキュリティ上の観点から、エンジニア本人が業務内容を発信したりすることもない
- 迅速な対応
- 詳しい情報は外に出さないように情報管理を徹底させる
- 仕事中は携帯を手元に置かない、などのチェックは必要
- SNS活用の講習
- 誰に見られても恥ずかしくない品質を目指す事が何より重要
- 会社全体で、勉強会やテストを行って間違っただけのコメントをしないよう促している
- 基本的な運用方針の作成とリテラシー教育
- もしもトラブルに遭ったときは誠実な対応に尽きる
- 軽率な行動が、逆効果になりかねない
- 働く人はSNSなどにあげることがないよう教育しなければいけない
- 発信する内容の信憑性をしっかりと確認した上で、SNSを行うべき
- あまり相手を煽るような事や、炎上に繋がりやすそうな事は発信しないようにする
- SNSで個人的感情は一切発信しないで広告としてのみ使用する
- 炎上したら個別に対応していく
- ネットを使った情報は話半分として、気にしたり、信じないようにしている
- コンプライアンスを守り嘘や過大表現はしないこと
- 慎重な言葉遣いをする
- 安易に使用しないこと

## ネットニュースやSNSへの意見

ー最近のネットニュースやSNSの悪い影響、炎上リスクについて一個人事業主として思うことを好きなように書いてください。

## 美容業

- 一定数、そのような種類の人は存在するので、無視している
- 面白がって炎上させる輩が少なからずいることを意識しておくべき
- 意図的に炎上させたのか、炎上してしまったのか。戦略のところはだいぶ違ってくる
- やすやすとSNSを利用しない
- メンタルやモチベーションにも関わる事なので相応の気持ちがあればやるべきで無い
- 極端すぎる考え方が1番よくない
- 嫌なら見なきゃ良いし、何も言わなければ良い
- 自分が面白いと発言したことが炎上する場合があるので考えながら喋る必要がある
- 無視すること
- 余計なことに触れないようにするのが必要
- 思いやりのある明るい社会になってほしい
- ネットの世界でのちゃんとしたルールや法律があればいい
- 自分の目で見て、耳で聞き、手でふれ、頭で考えたい
- 匿名だと一定数言いたい事を言う人がいるので困ります
- 情報社会ですが、依存しすぎない方がいい
- 第三者が心無いコメントを見ると心が痛い
- 変な広がり方をしていたり、企業がシビアになっている
- 慎重に使えば大丈夫だけど、少しでもリスクな動画や発言はやめた方が無難
- 炎上などに乗かってコメントする人はごく一部なので気にしない方がいい
- 炎上好きな人やメディアが騒ぎ過ぎな気がする
- 悪い炎上は身体やメンタルまでこわす場合がある

## 飲食業

- SNS拡散は集客の武器にも脅威にもなる
- 誠実な営業と冷静な対応が炎上対策の鍵
- 情報社会なので仕方がないと思うが、自分は個人店なので、着実に地域未着のお店作りが強い
- 自分が誤った事であれば仕方ない事もあるけれどもデマや誤情報等であれば許されません
- 妬み等でされる事もないよう常に気を遣っている

## 小売業

- リアル世界もネット世界も結局は人間対人間なのでギスギスしないで平和に無理なくいけたら良い
- 今の時代簡単に炎上し、その広がる速度は凄まじいものがあると感じている
- 言葉だけの世界でニュアンスまで伝えることの難しさを感じる
- そもそも炎上というのは、世の中のルールを破ったから炎上しているのか、ただ単にその第三者のモラルの問題なのかが明確にわからなくなってきたり最近だと思います！
- SNSは自分のためになる情報だけを見るのが一番良い

# 建設業

- 広がったら止めようがない
- 関係ない者が騒ぎすぎ
- 些細なことでも炎上し、誤解が拡散されやすい世の中
- 慎重さが必要
- 便乗されて炎上してるのもあるから便乗されずちゃんとコメントなどはしてほしい
- 不特定多数の意見や考え方に流されずに、自分の気持ちや考え方を大切に
- 僕自身は極力SNS等を活用しない集客を選択して口コミに繋げるようにしていきたい
- 小さい事とか細かい事に揚げ足とる人の事気にしてる場合じゃない
- お客様の求めている事を継続的にやればあまり問題にならない
- やはり信実ではない事を書き込みしたり人を落とし入れたりする内容は不快に感じる
- 自分の意見や主張も有るのは良いが、度がすぎると炎上する
- 匿名での発言には信憑性が乏しく、正しい情報なのかどうかをしっかりと判断する必要がある
- 炎上の内容にもよるが、仕事のミスによる炎上はキツイ
- 言いたい人には言わせておけばいい
- 情報が正確かどうか分からないので、過度に反応をしない
- SNSでの発言は気をつけないといけない
- 情報が多すぎて問題ばかりが目にとまりやすい
- 一度悪い評価がついたりするとそのイメージを覆すには難しいため怖いと思うことがある
- 関わりたくない

# 運送業

- 業界を知らない者が好き勝手にものを言うのはいかなものか
- ネットニュースやSNSにおいて観てる人の憂さ晴らしの標的になっているようなケースを感じられる
- 芸能人の犯罪では無いのに取り上げられるネットニュースは必要無い
- ある断片的な情報、動画等が拡散されて正しい情報が正確に伝わらない
- 小さいことでも問題にしすぎ
- ポジティブで正しい事も発信の仕方次第でネガティブな悪い事になってしまう
- そもそも本当の事を言っているのかも疑わしいのがSNS
- 必要ないのにSNSを活用して炎上してしまったらマイナスしかない
- 炎上してしまった場合には争うのではなく多少の非を認めて謝罪して沈静化するのがベスト
- SNSは事実もあれば嘘もある。個人個人がしっかりと見極めるしかない。
- 炎上しているもののコメント欄を拝見するととにかく過剰
- 極端一方的だと思ふようなコメントが数多くあり怖い世の中だと感じている
- SNSはあくまで参考
- SNSに振り回されているように感じる
- 単純に信じ過ぎ
- 日頃から後ろめたい行動をとらないようにすれば、変な炎上に巻き込まれることはない
- SNSの長時間の利用や内容によってはメンタル面が悪化するリスクが高くなり良いとは思わない
- 拡散スピードが早いので気をつけるべし
- 自らが社長だと認識を持ち行動すること
- たびたびニュースでみるが一過性のものだとして自分の中では処理している

# 不動産業

- SNS投稿はほんの一部の人だけがやっていて、大部分の人は閲覧するだけだと思うが、その投稿された内容に多くの方が誘導されてしまっている
- 情報の取り方は個人個人なので、自分は精査していく
- 炎上リスクについては、不適切な発言にある
- SNSは多くの人に見られる公式なものとして精査して書き込みすることが良い

# WEBサービス業

- 個人の飲食店などは口コミや印象が大事で、日々気を付けて営業する必要がある
- 相手のことを考えない不適切な発言や、自分たちの利益のために、嘘か本当かも分からない様な状態で発信して騒ぎ立てるようなことが多い
- 過剰反応ともとれる炎上は予想が難しい
- マウント取って情報拡散している人は何かストレスが溜まっているんだろうなど見ている
- 悪い評判など、すぐに広まってしまうため、そうならないような対応をすることが重要
- 人の足を引っ張りたい人が多くなっていると感じる
- 軽い気持ちで時事ネタについて私見を発信することのリスクの大きさを実感することが多い
- 無視して良いものが多いが、当事者になるとたまったもんじゃない
- より明確なサービス内容の提示や、適切な事業運営を心がける必要がある
- 過剰に叩くユーザーが多く陰湿な印象
- 個人事業主が炎上を起こすほどの影響力はない
- 単純に怖いと思うので必要なければやらない方がいい
- 組織の影響力やマネジメントの重要性について改めて考えさせられる
- 投稿する人はこれを見た相手がどう捉えるかまで考えた上で行うべき
- SNSは情報発信の強力なツールだが、誤解や批判が一気に広がるリスクも高い
- 個人事業主は信頼が命なので、発言には慎重さが求められる
- IT業界では専門知識のズレが炎上につながることもあり、正確な情報提供が大切
- 誹謗中傷のような悪意のあるものは取り締まるべき
- 良い悪い正しい正しくないにかかわらず、マジョリティの声が優先されている
- オールドメディアの偏光報道のほうが問題
- 人に配慮がない
- 最近は少し度が過ぎているんじゃないか

# 医療業・福祉業

- 傷つく人がいなければ大体のことは大丈夫
- 自分のお陰ではないのに自分がやったように宣伝すると味方からも敵からもバッシングをうける
- 匿名性を利用し、日々の自分の不満を八つ当たりしているんだなと感じる
- 本来は日本人は慎ましく謙虚なハズが、最近は目立てば良い、儲ければ良い的な風潮がある
- ネットの書き込み機能は無くなれば良い
- 情報が溢れる昨今だからこそ、むやみに情報を上げる時代ではない
- SNS上にある情報ばかりに惑わされずに可能であれば自分の目で見て真実を確認してほしい
- あまり気にしないこと
- 過激な情報が多く、何が正しいのかがわからない
- 発信する方からの見方だけで同調するのは良く無い
- どこにでもいる一人の考えや意見がSNSを通して簡単に世間に広げられるのはすごいこと
- 意見を出すからには責任持って出してほしい
- 一時的な感情、誹謗中傷などを出してはいけないなどのルール、マナー、法律などでコントロールしてほしい
- 悪い情報ほど、切り抜かれて悪意のあるような感じで広がる
- 情報が溢れ過ぎて疲れる
- 批判的な少数派意見が大きく取り沙汰される傾向がある

## 専門家(士業・FP・コンサルなど)

- 面と向かって言えない人間が遠距離から攻撃する手法であるので実施したくない
- ネットに限らずだが、真偽のわからないニュースが多い
- 自分の考えを持っていないと踊らされてしまう
- 良い傾向とは言えない。生産性のない中傷が常態化している。
- 書かれた人の気持ちを考える事が出来たら、配慮のある文になるはず
- 個人事業主として、他の業種は必要な部分はあるかも知れないが、CMの主としない事である
- 情報が溢れかえっており、何が正しくて、何が間違っているのか、見分けがつかない状況に困惑
- 正しい情報であれば良いが事実と異なる情報での炎上は怖い
- あまり露出の多い投稿はストーカー被害に遭う可能性が上がるので危険

## 個人投資家

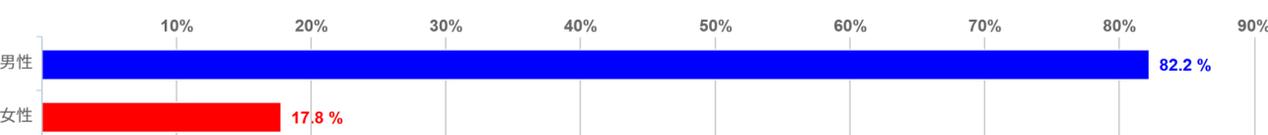
- 誤情報や感情的な拡散が信用を揺るがすリスクが高い
- 日本人は総じて多様性を認めないような風潮があるので特に業界に限らず炎上リスクがある
- 何気ない、言葉や行動が、被害者、加害者、そして、何にも関係ない人まで、人生を狂わすので、本気で気をつけいく
- 投稿者の個人の無責任な投稿が増えている
- 残念なことではあるが、そのようなこともありうるので適正に対処する
- 情報が有象無象に転がっているため、正しい情報が精査する能力が必要
- ネットで炎上して業績が左右されてしまうリスクが常にある

## その他

- 悪いことに対して便乗叩きが多い
- 明日は我が身と考え、丁寧な対応や言動、真摯な行動に心がけている
- なぜいちいちネットニュースに反応して攻撃するのが理解が出来ない
- SNSは、悪意による世論操作に対して脆弱だという意識を常にもって利用すべき
- 家族を大切にしていれば、このようなことに縁がなく過ごせる
- 名前を名乗らない勝手な書き込みなどは相手にしないようにする方が良い
- すぐに広まってしまうがフェイクニュースも多かったり、大げさに反応してしまうのは良くない
- 嘘の情報が流れやすくなっている
- 炎上する原因をしっかりと向き合い、SNSの影響をいい方向で使える努力をする
- 見えない相手と戦うことは非常に難しく、揚げ足を取られないように回避する方が先決
- 事業者からの発言に関しては、一定のルールは定める必要はある
- 情報はとても大事だし、意見も持つことは大事だが、批判的言葉は言わない
- 現代は誰でも不満を持っていて、イライラのはけ口を探している様に感じる
- 大半が面白半分で行っているような風潮なので、やはり何かしらの規制は必要
- 事実かどうか分からない情報に怒ったりするのがよくわからない
- コメント投稿はフルネームで行うことが重要
- コメントを投稿した人に対して評価ができるようになれば、そこまでリミッターが外れたようなコメントはしなくなると思うのでそういう機能がSNSで導入されて欲しい
- 誤った情報や悪意のある情報が拡散してしまっている
- 調べたり、自分で考えたりせず、情報に踊らされている人が、自分の勝手な正義を盾に人を攻撃しているのを見ると悲しくなる
- 信憑性に欠ける情報が多いため、仕事でSNSを活用することはない
- ネットニュースやSNSは、第二次情報が多く様々な角度、立場からの情報に溢れている
- 誰かの価値観を通してない第一次情報に触れ、自分で考えることが大事
- 顔が見えていない所で発信している人達は相手の事を考えずに行き過ぎてる所が見受けられる
- 感情論での批判的な発言が多すぎる
- 悪目立ちすると炎上に発展しやすいため、当たり障りのないことしか発信しにくくなっている印象
- 正しい情報とは限らないのに誰かが言っていたというだけで信じてしまうのは危うい
- CMの決めつけ刑事のようなことが日々起こっている
- 何が事実で何が憶測なのか、情報を入力する際にはきちんと分けて考える必要がある
- 顧客に真摯に向き合っていれば、例えば悪い評判を広げようとする人がいても、そうでないとサポートしてくれる人が必ずいるので、顧客とコミュニケーションをとることが必要
- 過度に反応しすぎ
- ネットニュースやSNSは、真に受けすぎてもダメ
- 炎上は、企業や有名人だけでなく一般人にも容赦なく襲いかかる時代になったなと感じている
- 情報の拡散力が強く、少しのミスや誤解が命取りになる一方で、うまく活用すれば一夜にしてビジネスが成長する可能性もある
- SNSの普及で集客などはしやすくなったが、みんなそれぞれ色々な考えをもっているので自分の意見ばかり発言しすぎないように注意することが大切
- 1投稿で簡単に炎上し、また、逆もあるので、活用方法次第
- 初動が大切である
- やはりネットに出された内容を完全に信じないでもらいたい
- アンチが多すぎる
- SNSは自由に発言して良い場所だとは思うけれど、影響力は強いし、一度失敗したらなかなか信用は戻せないもの

## 本調査の回答者属性

### ▼ 性別



### ▼ 年齢

