



今こそ考える！ 企業の未来を左右する
リスクマネジメント

アドリンク

ネットにおける 誹謗中傷の 拡大を防ぎ、 風評被害の リスクに 対処する

インターネットを舞台に、あらゆる情報が瞬時に世界中に広がる時代。ブログやツイッター、2ちゃんねるなどの匿名掲示板の影響力は、ますます強まっている。時には、誹謗中傷のようなネガティブ情報が拡散し、企業に不利益をもたらすこともある。こうした事態を放置すれば、損失は増えるばかりだろう。そんなときのための対策を、アドリンクはサービスとして提供している。

事故や不祥事情報は、ソーシャルメディアなどを経由してインターネット上に拡散する。時には、事実に基づかない虚偽情報が一人歩きすることもある。このようなプロセスで誤解や拡大解釈が入り交じり、さらにマスメディアに取り上げられる場合もある。ネガティブ情報に対するリスクマネジメントが問われている。



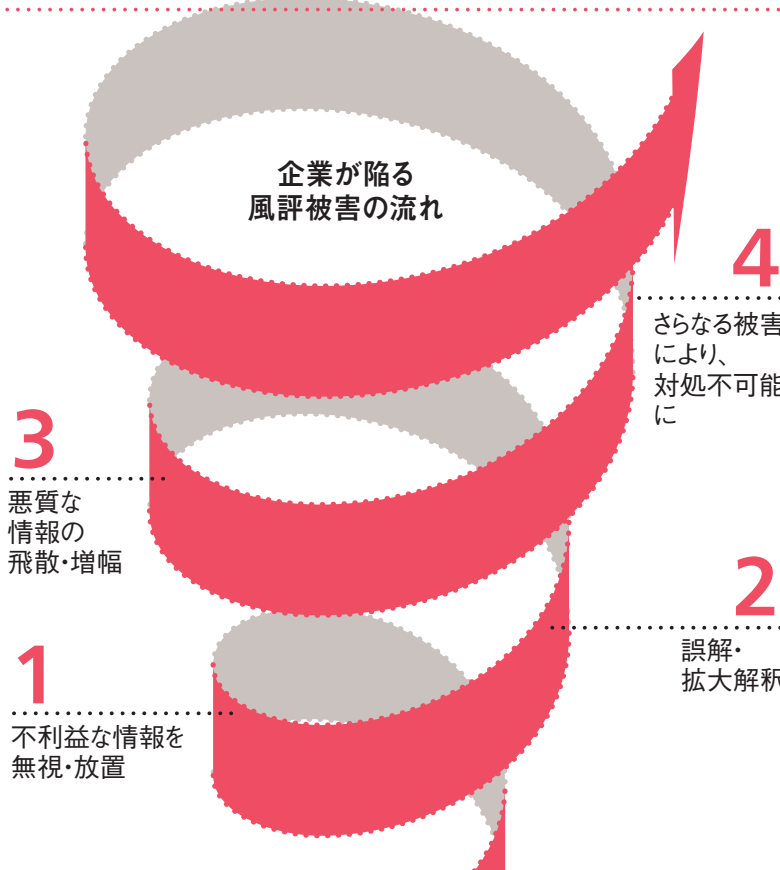
まや、あらゆる情報が瞬時に世界中を駆け巡る時代である。この情報環境を追い風とするか、それとも逆風とするかは、企業にとって極めて重要なテーマである。

とりわけ、風評や誹謗中傷などについては、その対処を誤れば大きな損失を招くことがある。インターネット上のデジタル情報は簡単に複製される。ネガティブな情報は面白おかしく取り上げられて増殖することも多いだけに、早期の対策が求められる。この分野で、ネット中傷削除などのサービスを提供しているのが、アドリンクである。同社がこのサービスを始めた

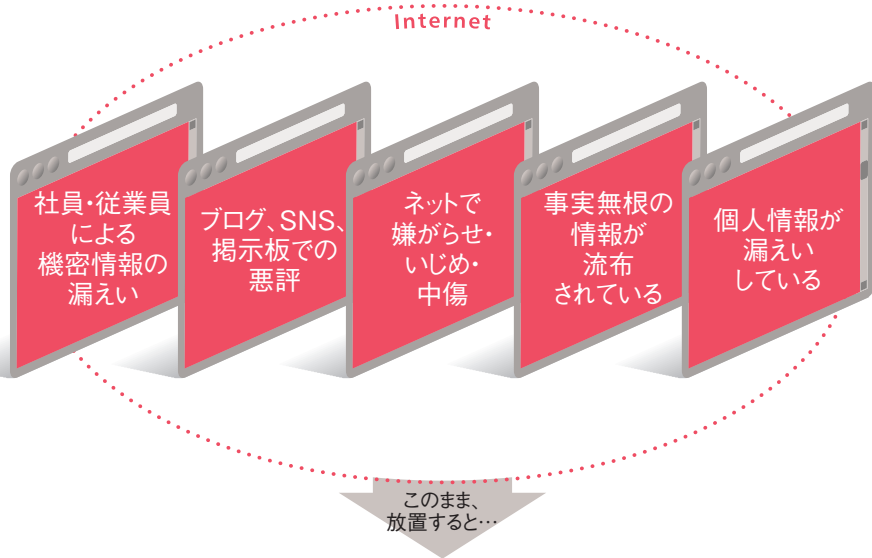
のは2009年ごろのこと。その経緯について、同社代表取締役の大和田渉氏はこう説明する。「当社はインターネット上のマーケティングに関する事業を行っています。インターネット広告やSEOなどのサービスを展開していますが、あるとき、『ネット上の中傷をなんとかしてほしい』という要望を受けました。それをきっかけに、このサービスを当社のメニューに加えたのです。実際に始めてみると、思いのほか多くのお客様から相談を受けるようになりました」

「インターネット上でネガティブ情報が広がれば、さまざまな被害が発生します。たとえば、ある化粧品について消費者がブログに『肌荒れした』と書けば、それを見た別の消費者は買わなくなるかもしれません。つまり、直接的に売り上げに影響することもあるのです」（大和田氏）

「インターネット上でネガティブ情報が広がれば、さまざまな被害が発生します。たとえば、ある化粧品について消費者がブログに『肌荒れした』と書けば、それをみた別の消費者は買わなくなるかもしれません。つまり、直接的に売り上げに影響することもあるのです」（大和田氏）



インターネット内にある悪玉を放置すると



求職者減、イメージダウン、顧客減などの可能性

くの場合は一般の消費者である。行き過ぎた表現、事実を曲解した表現が散見されること自体は、やむをえない面がある。ただ、そのサイトが多く読者を持つていたり、情報がインターネット上に拡散したりするような事態は、企業として看過することはできない。

たとえば、採用活動への悪影響である。採用が内定したあと、「もう少しこの会社のことを調

べよう」と社名で検索する内定者もいる。そこで、真偽不明の誹謗中傷を目にすれば、内定辞退というケースも考えられる。そもそも、応募者そのものが減少してしまう可能性も十分ある。こうした情報は、既存の社員のモチベーションにも悪影響を与える。採用活動の効率低下や離職率の増加は、採用コストを押し上げるだろう。

あるいは、金融機関の融資態

度にも微妙な影響があるかもしれない。融資に際して、その企業に関するインターネット上の情報を調べる担当者は少なからずいるはず。

「それが事実であれ虚偽であれ、ネガティブな情報は企業にとって百害あって一利なしだと思います。過剰反応するのも考えますが、かといって軽視すべきではありません。放置するのではなく、なんらかの対策を考えるべきでしょう」と大和田氏。その対策の一つが、アドリンクのサービスである。

どんな企業でも攻撃対象とされる可能性がある

風評や中傷などのリスクはいつ顕在化するかわからない。退職した元社員が、個人的な恨みを掲示板に投稿することもあれば、ライバル企業が意図的に虚偽情報を広めようとすることもあるだろう。大和田氏は「攻撃の対象になってしまう可能性はゼロではありません」と言う。

アドリンクへの相談はさまざま。企業規模や業種業態は関係なく、街の個人病院から大規模な医療法人からの問い合わせも少なくないという。



株式会社アドリンク
代表取締役

大和田 渉

「お客様の話をじっくり聞いたうえで、どのような対処をすべきか検討します。警察や弁護士に相談すべきと判断すれば、きちんとそうお伝えしています。当社でお引き受けする場合は、早ければ数日で結果を出せることもありますが、長期的な取り組みが必要なこともあります」

たとえば、「A社が義援金詐欺に加担」といった事実無根の情報、インターネットの掲示板に書き込まれたとしよう。その場合、A社からの依頼を受けて着手してから解決までにかかる期間は「おそらく、2週間程度でしょう」と大和田氏は言う。

こうしたサービスを可能にしたのは、アドリンクがもともと手がけてきたインターネットマーケティングなどの経験だ。インターネット上の情報流通に詳しい同社ならではのノウハウが生かされている。

問い合わせ先

株式会社アドリンク

〒171-0014
東京都豊島区池袋2-68-9 MIBビル7F
<http://www.ad-link.co.jp>
誹謗中傷対策センター
<http://www.kesu.jp>
☎0120-550-555
(平日10:00~19:00 土日・祝祭日休み)