リスクマネジメントの
プロフェッショナル ❶

ネット誹謗中傷から会社を守る

年々高まるネット上の企業リスクにどう対処するのか！

パフォーマンス・マーケティング
代表取締役
坂本 大（さかもと だい）

PROFILE
1981年、神奈川県生まれ。多摩大学経営情報学部を卒業後、2003年に株式会社ファンコミュニケーションズに入社。その後、IT企業に転職し、事業開発責任者として複数のネット関連事業を立ち上げる。在職中にネット誹謗中傷対策の責任者に就任。2008年にパフォーマンス・マーケティング株式会社を設立し、代表取締役に就任。

パフォーマンス・マーケティング株式会社
設立／2008年
社員数／4名（外部スタッフ2名）
事業内容／Webリスクマネジメント事業
URL／http://誹謗中傷対策.net
TEL／03-5439-0830
Mail／info@pmarketing.jp

「あの会社は倒産寸前」、「強引な営業をする悪徳会社」…。掲示板やブログなどで見かける誹謗中傷の書き込み。これらの誹謗中傷サイトは、企業にとって大きな脅威となる。「ネットの検索結果は〝会社の履歴書〟。誹謗中傷サイトを放っておけば、企業信用力は大きく低下する」。パフォーマンス・マーケティングの坂本氏はそう指摘する。坂本氏はこれまで100社以上のネット誹謗中傷対策を手がけてきたプロ。今回は坂本氏にネット誹謗中傷対策について聞いた。

従業員や元従業員が誹謗中傷を書き込む

――ネットの誹謗中傷は、企業にどんな影響を与えているのでしょうか。

坂本：ネットの検索結果は〝会社の履歴書〟のようなものです。検索結果の上位サイトが、そのまま会社のイメージにつながります。たとえば、社名を検索した際、ネガティブなページが検索結果の上位にあったらどうでしょうか。たとえ虚偽の内容であったとしても、閲覧者はその会社に対して悪い印象を持つでしょう。結果、企業は営業・人事・IR面で大きな損害を被ります。営業面では、既存顧客からの取引停止、新規顧客の取りこぼし。人事面では、内定者の辞退、既存社員の退職。IR面では株価低下などの恐れがあります。

ちなみに、書き込んでいる人は従業員または元従業員が半数以上。また、競合他社が業務妨害をしているケースもあります。

書き込み削除率9割の実績

――御社はネット誹謗中傷対策に取り組んでいます。具体的にどんな対策をしているのですか。

坂本：主に4つあります。まず①「書き込みの削除」。たとえばブログ、SNS、掲示板、クチコミサイトなどの書き込みの削除です。削除手法は企業秘密なのですが、削除に要する期間は約1ヵ月間、削除の成功率は9割を誇っています。

次に②「検索エンジンの関連検索ワードの削除」。社名などを検索した際、検索数の多いワードの組み合わせが検索ボックスの下に表示されます。中には「社名＋悪徳」、「社名＋倒産」、「社名＋ブラック」など、ネガティブワードが表示されることもあります。当社はこの関連検索ワードを約3日間から約1週間程度で排除しています。

そして③「逆SEO」。検索結果の上位にある誹謗中傷サイトの順位を下げます。たとえば、1ページ目に表示されている誹謗中傷サイトを3ページ目以降に落とすわけです。これは、削除するのが難しいサイトがある場合に用いる手法です。

最後に④「サイト運営者の調査」。独自手段を用いて、サイト運営者を特定し、解決にあたる方法です。

ネットの誹謗中傷で数億円の損害

――坂本さんがネット誹謗中傷対策を始めたきっかけは何ですか。

坂本：2年前、私の勤めていた上場関連のIT企業が、ネットの誹謗中傷被害に遭ったことがきっかけです。その会社の元社員が解雇された腹いせに、100以上のブログを立ち上げ、会社の誹謗中傷を繰り返したんです。その内容は「個人情報を横流ししている」、「不正経理をしている」など、すべて事実無根の内容でした。そして、誹謗中傷が始まって数ヵ月後。驚くべきことに、社名による検索結果の上位が、ほとんど誹謗中傷サイトで占められてしまったんです。

その結果、営業面で大きな悪影響が出ました。誹謗中傷サイトを見た複数の大手クライアントが取引停止を通告してきたんです。当社は大手クライアントに対して、誹謗中傷サイトの内容はすべて虚偽だと訴えました。しかし、一度失った信用は簡単には取り戻せなかった。結局、大手クライアントの取引を失った影響で、年間の売上が数億円も減ってしまったんです。

その後、会社から私がWebリスクマネジメントの責任者に任命され、誹謗中傷対策に本格的に取り組みました。当初はネット技術に頼った手法で対策に取り組んでいましたが、やはりそれだけでは限界がありました。そこで、ネット技術に頼らない手法も独自に見出し、誹謗中傷の書き込みを削除し続けたんです。そして1年後、ついに警察の協力を得て、犯人である元社員の逮捕にこぎつけました。多額の損害を出しながらも、何とか解決できたわけです。

この経験により、私はネットの誹謗中傷の恐ろしさを身をもって知りました。多くの企業は真っ当にビジネスをして、地道に信用を積み重ねています。しかし、ネットの誹謗中傷で、その信用が一瞬にして地に墜ちてしまう。こんな理不尽なことが実際に起きてしまう現実。それを目の当たりにしたんです。

今後、私は自らのノウハウを多くの経営者に伝えていきたいと考えています。そして、ネットの誹謗中傷から多くの企業を守っていくつもりです。

取材文／丸山 広大　撮影／荻沼 秀和

ネット誹謗中傷の4つの対策

☑ 書き込みを削除する

ブログ、SNS、掲示板、クチコミサイト、Q&Aサイト、動画ポータルサイトの書き込みを削除。成功率は9割、期間は1ヵ月間程度。

☑ 検索エンジンの関連検索ワードを削除する

検索した際に表示される「検索数の多いワードの組み合わせ」を削除。期間は3日～1週間程度。

☑ 逆SEOをする

削除が難しいサイトは、検索結果の順位を下げる。たとえば、1ページ目に表示されている誹謗中傷サイトを3ページ目以降に落とす。期間は数ヵ月を要する。

☑ サイト運営者を調査する

「WHOIS」等では分からないサイト運営者を調査し、特定する。

対策の実例

こうやってネット誹謗中傷から会社を守る！

CASE 1　学習塾運営会社の場合

検索エンジンの関連検索ワード削除

- **問題**　自社の学習塾名を検索すると、検索エンジンの関連検索枠に「営業停止」、「業務停止」と表示されていた。事実無根の内容にもかかわらず、その悪評のせいで新規生徒数が減少していた。
- **対策**　1週間で「営業停止」、「業務停止」のワードを削除。
- **結果**　削除前に比べて、**新規生徒数が124%増加。**

CASE 2　大手化粧品メーカーの場合

検索結果最適化（逆SEO）

- **問題**　商品名を検索すると、自社商品の誹謗中傷サイトがいくつも上位表示されていた。書き込みの内容は「副作用がある」など事実無根の内容ばかり。その結果、以前に比べて商品キャンセル数が数倍に増加していた。
- **対策**　逆SEOを実施。6ヵ月後、誹謗中傷サイトは検索結果の3ページ目以降に移動した。
- **結果**　商品キャンセル数が減少し、**売上が118%増加**した。

CASE 3　大手電機メーカーの場合

ブログの書き込みの削除

- **問題**　新商品発売から10日後、新商品の誹謗中傷ブログが立ち上がっていた。その書き込み内容は、「発火する」、「リコール対象となっている」という事実無根の内容だった。
- **対策**　約2週間で書き込みを削除。
- **結果**　商品イメージの低下を早期に防ぐことができた。

CASE 4　リフォーム会社の場合

掲示板およびコピーサイトの書き込み対策

- **問題**　企業名を検索すると、Q&Aサイトに「悪質業者」という書き込みがあった。検索結果の上位にQ&Aサイトが表示されており、見込顧客からの信頼を損なっていた。
- **対策**　約3週間で削除。
- **結果**　顧客からの信頼を取り戻し、Web経由の**契約率が24%高まった。**