

エーディーシー 企業の脅威除去のサービス好調

ネット監視 風評被害を防止

キラリ!
わが社の商品・サービス

ツイッターやブログ、フェイスブックなどソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)の普及によって、会社に対する悪評がインターネット上で飛び交う事例が後を絶たない。放置すれば株価にも影響を与えかねないだけに、一連の現象は企業側にとって脅威的となる。こうした動きに伴って、需要が拡大しつつあるのがネット風評監視サービス。インターネット広告のエーディーシー(大阪市淀川区)に対しても、昨年 の倍以上に相当する受注が殺到しており、今後の主力サービスとなる見通しだ。

同社のサービスでは延べ10人のスタッフが、依頼主の企業名や商品名などに基づき、24時間・365日にわたって検索エンジンやSNSを監視。ネガティブな情報を発見したらリポートを作成し提出する仕組みだ。また、発生源の追跡を依頼されるケースも多い。まさにネット上の興信所のような存在だといえる。

月当たりの価格は3万円からで、キーワード、媒体の数に応じて利用料は加算される。安いサービスを利用し内容を見極めてもらった上で、より高度なサービスを提供していくのが一般的な流れだ。主要ユーザーは民間企業をはじめとして大学、病院と幅広い。

同社のサービスの売り物は、単にリポートを報告するだけで



はない。悪いイメージのキーワードが検索されると、できるだけ後ろの画面に押し下げ、人の目に触れにくくするノウハウも兼ね備えている。例えば新商品のテレビCMで「検索はネットで」と案内した場合、検索エンジンの上位3番目に対象商品の

悪口雑言を記したサイトに誘導するキーワードが出現するという。こうした事態を未然に防止するのも同社の役割だ。

サービスの普及に向けて力を入れているのが、職場に赴いた上でのセミナーの開催。発信源は従業員であることが多い点を

24時間・365日体制でネット上の風評を監視している

踏まえ、「SNSで自由に発言することによって、取り返しのつかない事態に陥るということをきちんと伝えていく」(正田忠明社長) そうだ。

これまでは、批評や中傷が露呈してからあわてて対策に乗り出すケースが一般的だった。今後は未然に防止したり、「できるだけ初期の段階で対処してほしい」といったニーズが高まるのは必至。正田社長は「新たなSNSが次々と登場してきているので、それに着実に対応できるようにしたい」としており、監視スタッフを大幅に増員することで積極的に対応する考えだ。