

最短 **2日** で結果が出る

# 風評被害・誹謗中傷対策

ネット上の誹謗中傷を対策し  
御社ブランドをお護りします

# 風評被害リスク

## ネット上にネガティブな情報が表示されることによる影響

### 大手検索サイトの関連検索キーワードにネガティブなキーワードが表示されると…

- ✓ ブランドイメージ・信用度の大幅な低下に繋がります。

### ブランドイメージ・信用度が大幅に低下してしまうと…

- ✓ 新規取引・見込み客獲得の機会損失・既存顧客の客離れ
- ✓ 優位な取引が出来なくなる（取引条件・コンペ案件など）
- ✓ 人材採用に不利・既存社員のモチベーション低下・金融機関の与信管理に影響など、深刻な影響が派生して行きます。



### ネガティブワードの方がクリックされやすい！

風評ワードは、他のニュートラルなワードと比べ、クリックされやすいのが特徴です。一旦クリックされると、第一にサジェスト内の順位が上がっていきます。上にあるワードほどクリックされやすい特徴があるため、ますますクリック率が上昇します。

## 業績や人材採用に大きな影響を持つ関連検索キーワード

Yahoo! や Google の関連検索キーワードは、検索ユーザーに非常に目立つ位置に表示されます。

それゆえ、関連検索ワードにネガティブなキーワードが表示されてしまうと、業績や人材採用などに大きな悪影響を与えてしまいます。

## ネガティブな関連検索キーワードは早期対処が肝心！

1つのネガティブワードを放置してしまうと、ネガティブな情報が拡散し、ネガティブな情報連鎖を招きます。

早い時期に対策することで、更なるネガティブな情報連鎖も防ぐ事が出来るのです。



# 対策しないリスク

## ネット上の風評を放置すると拡大していく最大の理由

予測変換、サジェストは端的に「たくさんのユーザーに参照されているキーワード」が表示されます。そして、悪いことに一度ネガティブなサジェストが表示されてしまうと、他のネガティブワードに拡散しやすいという特徴を持っています。

一般的なユーザーの検索エンジンの使い方として、「大きなキーワードから小さなキーワード」に深掘していくような行動パターンが見られます。そして、その情報収集の過程で“ネガティブな印象”を持ってしまった場合、いくつかのネガティブなワードでの検索を実行するケースが極めて多いです。例えば、とある工務店のケースを見てみましょう。

## 悪評を見つけるとネガティブワードでの検索が増える

例えば、「〇〇商事 ブラック」というサジェストが表示されているのを見たら、「〇〇商事 不祥事」、「〇〇商事 悪徳」、「〇〇商事 倒産」というように次々とネガティブな情報を集めていきます。



YAHOO!

〇〇工務店

〇〇工務店 ブラック

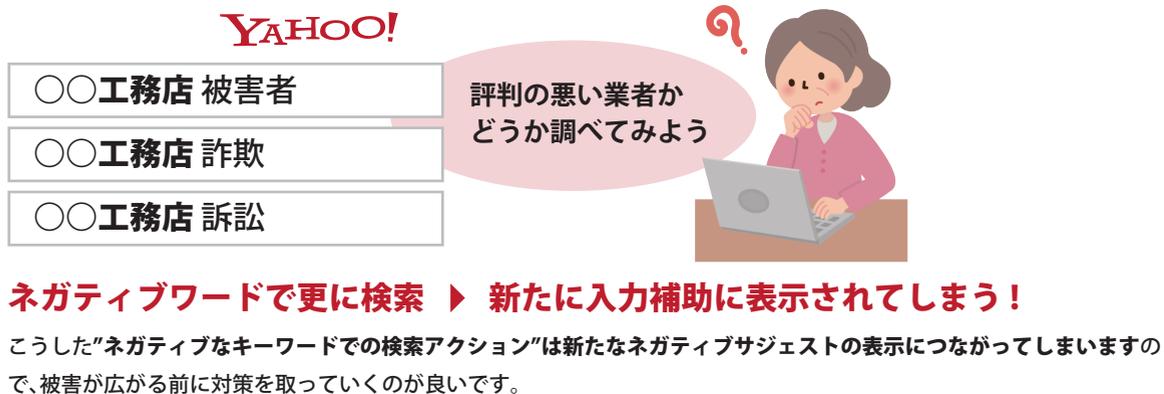
〇〇工務店 不祥事

〇〇工務店 悪徳

〇〇工務店 倒産

検索

もしかして評判の悪い業者なんじゃ…



YAHOO!

〇〇工務店 被害者

〇〇工務店 詐欺

〇〇工務店 訴訟

評判の悪い業者がどうか調べてみよう

ネガティブワードで更に検索 ▶ 新たに入力補助に表示されてしまう!

こうした“ネガティブなキーワードでの検索アクション”は新たなネガティブサジェストの表示につながってしまいますので、被害が広がる前に対策を取っていくのが良いです。

また、サジェストは“検索が多いキーワード”として認識されているので、サイトにアクセスを集めてアドワーズなどの広告費で利益を上げるタイプのアフィリエイトは、こういったサジェストに表示されているキーワードでページを作る傾向があります。



YAHOO!

〇〇工務店

〇〇工務店 ブラック

〇〇工務店 不祥事

〇〇工務店 悪徳

〇〇工務店 倒産

検索

検索数のあるワードかも！サイトを作ろう！

アフィリエイト

半自動的に大量生産

ブログ サイト まとめ

Twitter ミラーサイト

この例では、予測変換・サジェストが表示されてからの拡散の仕方を簡単に取り上げましたが、悪評が書かれたサイトが検索の上位表示などで人の目に留まるようになりサジェストに表示され、その後拡散していく流れが普通です。

そして、このユーザーの行動パターンはほとんどの領域で見られます。特にコンシューマー向けのサービスを行っている事業者は「社名やサービス名 + 悪評」での検索が集まりやすく、常に結果に目を光らせていなければなりません。

予測変換・サジェストにせよ、悪評サイトにせよ、放置しておくと同じような強い拡散リスクにさらされています。風評被害が広がってしまう前に対策をする方がコスト的にも時間的にも対策は容易ですので、出来るだけ素早いご相談をお勧めします。サービスの利用者に悪評を書かれるのであればまだしも、、、こういった全く関係のない第三者が風評に加担するネットの構造もしっかり理解していなければなりません。



Yahoo!、Google 検索結果ページは、表示されたサイトやキーワードによって企業イメージが良くも悪くも変化します。

**本サービスはネット上の誹謗中傷から御社ブランドを守る有効な施策です。**

施策

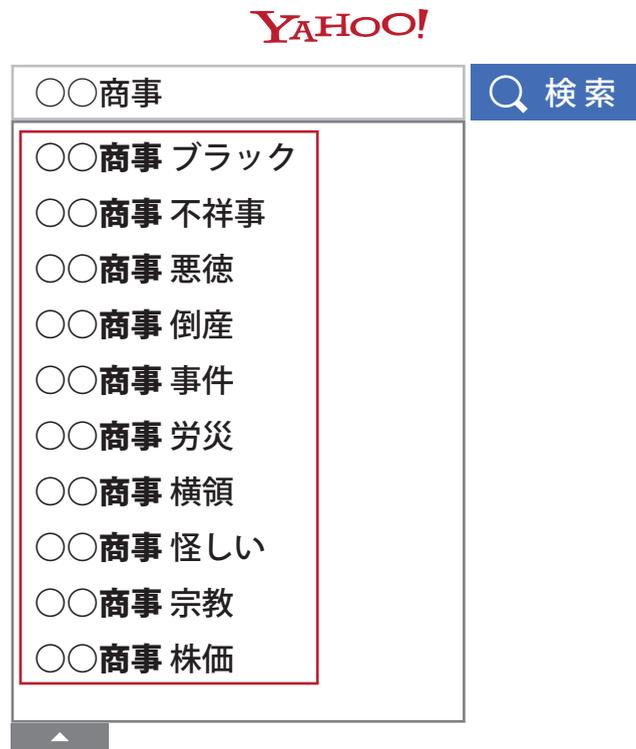
## 関連検索ワード（ネガティブワード非表示）対策

ネガティブな関連検索ワードを非表示にし、御社の企業ブランドを守る技術・施策です。

最短2日後には結果を出せ、早期に見込み客の減少を抑えることができます。

# Yahoo! サジェスト・関連検索ワードについて

## 検索 BOX 内に表示される関連キーワード



### キーワード順位の更新頻度：ほぼ毎日

基本的に毎日更新されるため、対策開始から3日程度で非表示にする事が可能です。

**現在、弊社対策後の非表示成功率は 100%**

## 検索結果画面の上下段に表示される関連キーワード



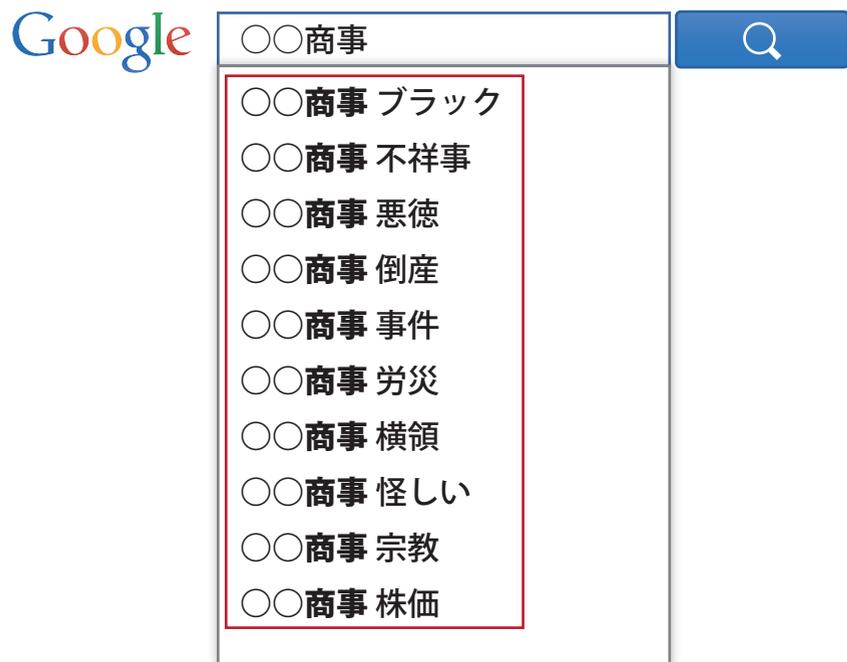
### キーワード順位の更新頻度：ほぼ毎日

基本的に毎日更新されるため、対策開始から3日程度で非表示にする事が可能です。

**現在、弊社対策後の非表示成功率は 100%**

# Google サジェストについて

## 検索 BOX 内に表示される関連キーワード



### 更新頻度：数日～数週間に1度

Yahoo! のように毎日更新されるクエリーボリューム重視の表示アルゴリズムと違い、数日～数週間に1度しか更新されないため、やや難易度が高くなります。

対策開始から1～3ヶ月程度で非表示にする事が可能です。

**現在、弊社対策後の非表示成功率は90%**

### キーワード実績例

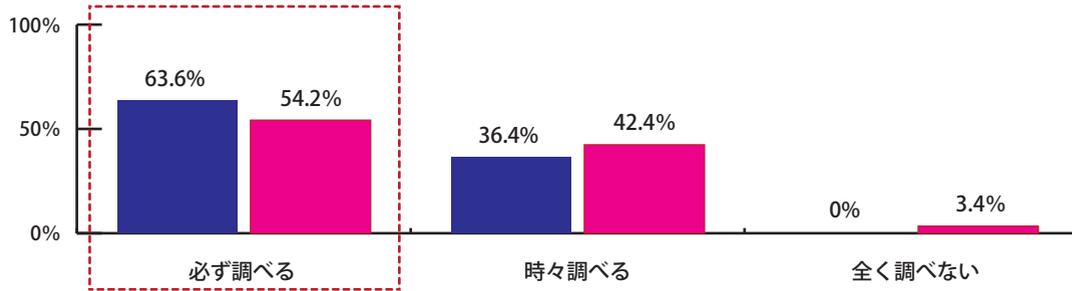
「被害」、「被害者」、「被害者の会」、「ブラック」、「ブラック企業」、「詐欺」、「悪徳」、「悪質」、「悪徳商法」、「マルチ」、「マルチ商法」、「ヤクザ」、「暴力団」、「ねずみ講」、「ネズミ講」、「倒産」など



# ブランドリスクの実際の影響 (1)

## Q1. 商品を購入する際、検索エンジンで企業情報や商品情報を調べますか？

青：男性 桃：女性

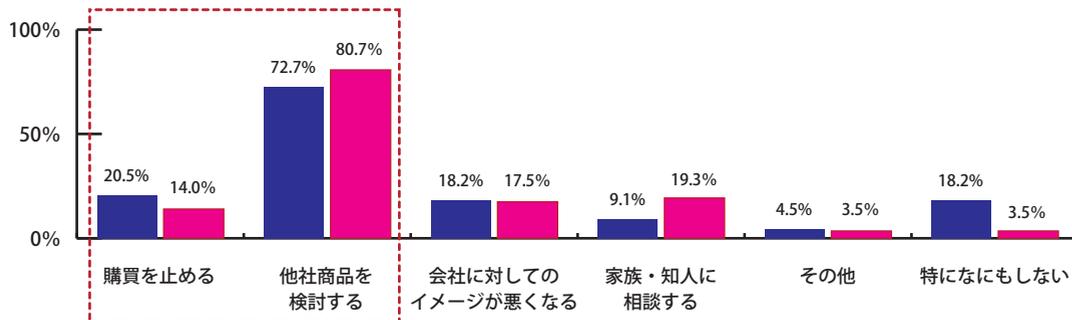


**必ず調べる**  
男性 63.6%、女性 54.2%

**時々調べる**  
男性 36.4%、女性 42.4%

**全く調べない**  
男性 0%、女性 3.4%

## Q2. 検索した際に、企業や商品のネガティブな情報が出てきたらどうしますか？当てはまるものをすべて教えてください。



**購買を止める**  
男性 20.5%、女性 14.0%

**他社商品を検討**  
男性 72.7%、女性 80.7%

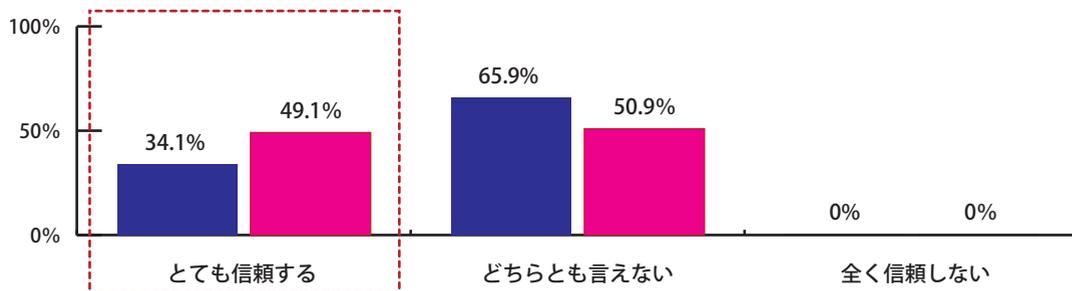
**会社に対してのイメージが悪くなる**  
男性 18.2%、女性 17.5%

**家族・知人に相談する**  
男性 9.1%、女性 19.3%

**その他**  
男性 4.5%、女性 3.5%

**特になにもしない**  
男性 18.2%、女性 3.5%

## Q3. そういった企業や商品のネガティブな情報に対して、どの程度信頼されますか？



**とても信頼する**  
男性 34.1%、女性 49.1%

**どちらとも言えない**  
男性 65.9%、女性 50.9%

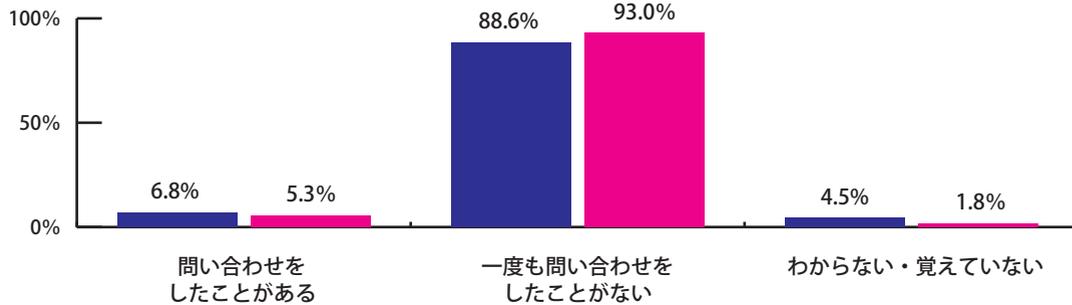
**全く信頼しない**  
男性 0%、女性 0%



# ブランドリスクの実際の影響 (2)

Q4. そういった企業や商品のネガティブな情報に関して、企業に問い合わせをしたことはありますか？

青：男性 桃：女性



問い合わせをしたことがある

男性 6.8%、女性 5.3%

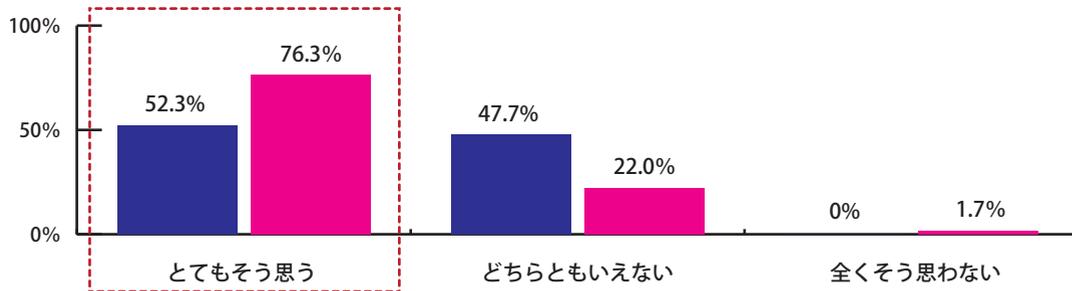
一度も問い合わせをしたことがない

男性 88.6%、女性 93.0%

わからない・覚えていない

男性 4.5%、女性 1.8%

Q5. google などの検索エンジンで初めに「企業名」などで検索した際に、ネガティブな関連キーワードが出てくることがありますが、クリックして確認しようと思いますか。



とてもそう思う

男性 52.3%、女性 76.3%

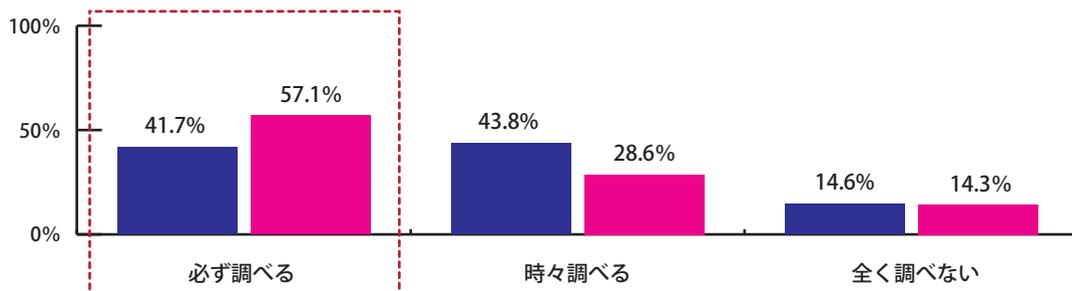
どちらともいえない

男性 47.7%、女性 22.0%

全くそう思わない

男性 0%、女性 1.7%

Q6. お勤め先のお仕事で取引する際に、相手先の企業情報を検索エンジンで調べますか？



必ず調べる

男性 41.7%、女性 57.1%

時々調べる

男性 43.8%、女性 28.6%

全く調べない

男性 14.6%、女性 14.3%



# 風評被害対策の事例 採用・求人編

企業の採用に関わる風評被害対策事例です。



## 製造業(埼玉県)

従業員数：128名

風評被害により応募数が激減し、人材確保が難しくなっていた。

## 被害内容

社名で検索した際に Yahoo!Google のサジェスト及び虫眼鏡に「**ブラック企業**」というネガティブワードが表示されていた。

悪質なサイトも存在せずに、単なる嫌がらであると感じていたが会社のイメージダウンや応募人数も減って来ているので対策を依頼した。

## 対策

対策結果、2日後に該当ネガティブワードを削除成功。

## 結果

削除に成功してから、WEBより求人の問い合わせが急に増えました。増えた事より、優秀な人材を採用する事が出来たのが一番です。本当に削除をして良かったと思っています。

YAHOO!

○○工業

○○工業ブラック企業

○○工業 鋳物製造

○○工業 鋳造加工

○○工業 工作機械

○○工業 工場

YAHOO!

○○工業

約 1,880,000 件

○○工業ブラック企業 ○○工業 鋳物製造 ○○工業 鋳造加工 で検索

### ○○工業 - トップページ

[marumaru-kougyou.co.jp/](http://marumaru-kougyou.co.jp/) - キャッシュ

このサイトは、○○工業株式会社が運営する企業情報サイトです。...

### 会社概要 - ○○工業

[marumaru-kougyou.co.jp/company/](http://marumaru-kougyou.co.jp/company/) - キャッシュ

○○工業株式会社の会社概要です。創立 - 昭和 25 年 8 月, 設立 - 昭和 ...

### 事業内容 - ○○工業

[marumaru-kougyou.co.jp/business/](http://marumaru-kougyou.co.jp/business/) - キャッシュ

○○工業株式会社の事業内容です。鋳物製造, 鋳造加工, 産業用工作 ...

# 風評被害対策の事例 集客・売上編

企業の売上に関わる風評被害対策事例です。



## 美容皮膚科(千葉)

従業員数：20名

医院名で検索した際に「死亡事故」と表示されて来院数大幅激減。

## 被害内容

新規患者数が前月比30%減少という事態になってしまった。

ライバル医院も出来て、患者を取られて困っていたので早急に依頼をしました。

## 対策

Googleの更新頻度もあり2ヶ月で削除成功。さらに、ポジティブなワードを入れる事によりイメージ払拭。

## 結果

まだ完全には患者数は戻っていませんが徐々に来院数が戻っている状態です。

Google

○○美容皮膚科

○○美容皮膚科 死亡事故

○○美容皮膚科 死亡

○○美容皮膚科 事故

○○美容皮膚科 保険

○○美容皮膚科 シミ取り

○○美容皮膚科 ほくろ除去

○○美容皮膚科 美容

○○美容皮膚科 美容液

○○美容皮膚科 スキンケア

○○美容皮膚科 肌荒れ



# 料金体系について

## 販売パートナー様 卸価格

初期費用	保証金
¥0	保証金はかかりません。

1 検索ワード / 日額単価	
Yahoo!	2,000 円 追加 / 200 円
Google	4,000 ~ 6,000 円 1ワード追加 / 200 ~ 400 円

※追加は検索ワードが別になると適用されません。  
一つの検索ワードに対して複数のネガティブワードを  
削除したい場合になります。

- 検索ワード毎のお申し込みとなります。
- 対応エンジン Yahoo! Google のみ対応
- サジェストの定義・・・サジェスト枠（キーワード入力補助枠）+ 検索結果ページの虫眼鏡上段 + 虫眼鏡下段を指します。
- 最低契約期間は表示開始日から起算して3ヵ月間。Googleのみ注文日より6ヵ月間となります。
- 削除したいワードが1個でも消えてから課金となります。
- ワードによっては、御断りする場合がございます。
- 同一URLの場合、ワード数によりボリュームディスカウントが有ります。
- 月額固定プランもご用意してあります。詳しくは担当までお問い合わせください。
- Google 関連キーワード（検索結果後）の削除はお受けしておりません。



課金条件のカスタマイズご相談に乗ります。お気軽にお申し付けください。