

デジタル時代の リスクと保険 (5)

総務省の通信利用動向調査によると、インターネット利用者に占めるSNS（交流サイト）を利用している人の割合は73.8%となり、全世代で現在も増加している。SNSは上手に活用すれば有効な情報発信・収集のツールとなる一方で、真偽不確かな情報や特定の意見・先鋭化した情報などがあふれ不安をあおるような攻撃的な情報も生成・拡散されている。

SNS上の情報は企業活動にも深刻な影響を与えることがある。社員やアルバイトによる投稿がその会社や組織を窮地に追い込むケース、商品・サービスに関する正確ではない情報が拡散するケース、さらに企業の対応のまずさが問題をさらに深刻化させ、炎上につながるケースなどがある。

企業のデジタルリスクの検知や解決策を提供するエルテスの調査によれば、ネット炎上の60~80%程度が企業・団体に関するものとなっている。

では、ネットの炎上は企業に具体的にどのような損害をもたらしているのだろうか。慶応大学教授の田中辰雄氏がまとめた興味深い調査分析結果「炎上の株価への影響：日本のケース」がある。2012~15年に起きた上場企業の炎上事例77ケースを調べたところ、炎上によって株価が0.7%低下していた。

ただ、炎上すれば、例外なく株価に直結するというわけではない。炎上規模がそんなに大きくない大

半の事例は株価に影響がなかった。一方、炎上規模がある水準を超えた2割程度は株価を下げしており、最大5%も低下していた。炎上がメディアなどで大きく取り上げられれば、業績や人材採用などにも影響することが考えられる。

企業がSNSで発信する場合、まずその内容に注意することが欠かせない。炎上しやすい内容についてSNSエキスパート協会が「炎上さしすせそ」としてまとめている。「さ」は災害や差別、「し」は思想や宗教、「す」はスパムやスポーツ、スキャンダル、「せ」は政治やセクシュアル（ジェンダー関係含む）、「そ」は操作ミスを指す。

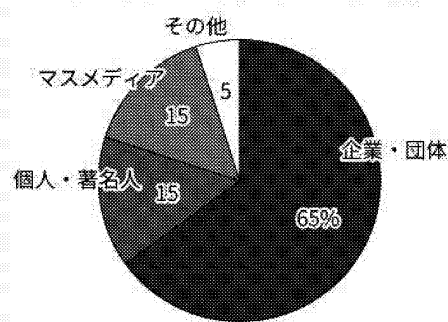
予防だけではない。起きてしまった際の迅速で正確な情報の収集と対応、必要があれば速やかな謝罪なども重要だ。そのためには、SNSをリアルタイムでモニタリングすることも必要だろう。炎上リスクのある投稿を早期に検知し、対応できるよう平時から備えておくことが、炎上被害の拡大防止につながる。

ネットでの炎上に対応した企業向けの保険も当社グループを含めて複数の会社から登場している。ネガティブな情報がSNSなどで拡散またはそのおそれか認識されたときに、さらなる拡散防止や調査などの費用を補償し、対応サポートも行うものだ。ただし、炎上による収益減は計測困難であり、補償の対象とはなっていない。

海外には計測モデルなどに基づき、レピュテーションリスク（企業の評判を害する危険）の発現による収益減を補償する保険が一部ある。日本でも何らかの仕組みにより企業の収益減の一部を補償する保険が出てくるかもしれない。

SNS炎上、株価の下落も

ネット炎上の対象 (2021年9月)



(出所)エルテス



はやし・かつみ 損害保険ジャパンの営業部門を経て現職。海外保険市場の動向、デジタル化など技術革新の保険への影響の調査研究、データ分析業務に従事。