



「CLUB CEO」放送情報

【127回放送】株式会社ブランドクラウド 叶野 雄与 代表取締役

経営者とZ世代をつなぐ未来創造番組「CLUB CEO」（interfm 毎週日曜日朝7:00放送 パーソナリティ：弊社代表五十嵐彰）に株式会社ブランドクラウドから叶野 雄与 代表取締役にご出演いただきました。番組の概要は下記のとおりとなります。



※1 枚目 後列左から、叶野社長、SMBCCF 陸井さん、五十嵐。前列左から Z世代ゲスト Nitto さん、林さん
2 枚目 左から叶野社長、Z世代ゲスト Nitto さん、林さん

放送日 : 2024年9月1日(日) 7:00~7:55
放送局 : interfm (FM897)
出演者 : 叶野 雄与 (かのう ゆうと) さん
(株式会社ブランドクラウド 代表取締役)

略歴>

1993年 神奈川県生まれ
2011年 神奈川県立湘南高等学校～慶應義塾大学理工学部
2012年 現会長井原さんと出会う (大学在学中)
2015年 JAPAN MENSA 入会 (大学在学中)
2016年 慶應義塾大学理工学部を卒業し、個人事業主として独立
2018年 ブランドクラウド取締役就任
2023年 代表取締役社長就任 (現任)

Z世代 : Nitto さん(東京大学 理科2類)

活動>高校2年の頃から SNS 発信を開始し、本格的にフォトグラファーとして活動を開始。昨年、東大への進学。大学一年を終えて休学し、フリーランスフォトグラファーとして活動中。

Z世代 : 林 龍之介さん(中央大学 経済学部 国際経済学科 3年生)

活動>就職活動中であり、フォトグラファーとしても活動している。直近1年間で

47都道府県制覇と8カ国を巡り、その様子をカメラに収めている。また、SASUKEマニアでもあり、祖父母宅にサスケのセットを作成しSASUKE出場を目指す。

放送内容：風評被害クラウド：誤った情報から企業を守る

現代社会において、インターネット上で広がるネガティブ情報や誤った情報は企業にとって深刻なリスクとなっている。これらの情報が事実か否かに関わらず、何度も目にすることで信頼性が増し、企業の評判に悪影響を与える可能性がある。ブランドクラウドの「風評被害クラウド」は、こうした誤った情報をユーザーの目から遠ざけ、企業の評判を守るための対策を提供している。独自のAIを用いた最新技術により、ネガティブな情報を検索結果の下位に押し下げ、ユーザーからのアクセスを減らすことが可能。完全に情報を消すことは不可能だが、できる限りその影響を抑え、企業の健全な成長を支援している。

ブランドリフティング：良い情報を強化し、ブランド価値を高める

企業が成功を収めるためには、ポジティブな情報を積極的に広めることが重要となる。同社の「ブランドリフティング」サービスは、風評被害クラウドと同じくAIを用いて、企業にとってプラスとなる情報を目立たせる施策を提供する。これにより、指名検索数を増やし、ブランド価値の向上を図る。特に上場企業においては、IR活動としてSDGsやサステナブルな社会貢献活動が重要視されているが、これらの活動が広く認知されなければ、広告費用や採用コストが増加するリスクが高まる。自然な形で企業の良い情報を広めるPRやマーケティング、ブランディングのサポートを提供し企業の成長を後押ししている。

ネガティブキャンペーンとその影響：事例から見るPRの両面性

ネガティブキャンペーンは、企業のPRやマーケティングにおいても、深刻な影響を及ぼす可能性がある。2016年のアメリカ大統領選挙では、ヒラリー・クリントン氏が膨大な広告費を自身に投じた一方で、ドナルド・トランプ氏はクリントン氏のネガティブキャンペーンを展開した。オックスフォード大学の研究によると、ネガティブ情報はポジティブ情報よりも3.7倍速く拡散し、3倍記憶にも残りやすいというデータがある。この戦略が、結果としてトランプ氏の勝利を後押ししたのではないかと考えられている。日本国内でも、都知事選で石丸氏が効果的なネット戦略を展開し、選挙や政治においてインターネット上の評判が選挙結果に影響を与えることが証明された。

風評被害とレピュテーションコントロールの重要性：市場の拡大と今後の展望

風評被害やレピュテーションコントロールの市場は、国内外で拡大している。特に日本や韓国では、ネガティブ情報に対する感受性が高く、風評被害対策の需要が増加している。日本人が大吉を取ると「運を使い果たした」と感じる傾向があるように、ネガティブな情報が精神的な影響を及ぼしやすい文化的背景がある。このような状況下で、風評被害対策やレピュテーションコントロールは、企業にとってますます重要となり、サービスに対する需要はさらに増加し、企業のリスク管理の一環として不可欠なものとなることが予想される。

未来創造会議テーマ『誹謗中傷はなくなるのか』（Z世代→経営者）

Nittoさん：誹謗中傷の根絶は難しいと思います。いじめがなくならないのと本質的に同じ問題で、誹謗中傷や風評被害を受けた際に、どのように法的対応をするかという環境整備のほうが重要だと思います。

叶野さん：法的対応や反論も重要ではありますが、意外にも話をそらすことで効果的な結果が得られることもあります。ある海外での事件を例に挙げると、2ちゃんねるのような掲示板で取り上げられ、炎上していました。政府が事実と異なると反論したことで、さらに炎上が拡大したというケースです。これに対して、FBIのようにITに精通している人々は、誹謗中傷を真っ向から受け止めずに、全く関係のない話題や情報を落としていき、そっちの方が面白いと思わせて炎上を避けていく方法としてスウェイと言う手法があります。

林さん：話をそらすという方法は興味深いです。僕は、誹謗中傷と批判の区別が難しいと感じています。叶野さんはその違いについてどうお考えですか？

叶野さん：批判は物事に対する意見であり、必ずしも相手を傷つけることを目的としていないのに対して、誹謗中傷は特定の個人を攻撃し、傷つける行為です。また、誹謗中傷には事実と異なる情報が含まれることが多く、これが名誉毀損に繋がる恐れがあります。

未来創造会議テーマ『プライバシーの保護と情報発信』（経営者→Z世代）

叶野さん：自身の世代はプライベートな情報を積極的に発信することに抵抗がありましたが、現代の若者はInstagramやTikTokなどでプライベートな情報を発信することに抵抗がないのではないかと思います。皆さんがどのように捉えているか聞いてみたいです。

Nittoさん：高校2年生のときから情報発信を始めましたが、高校名を伏せたり、写真を撮った場所の時間をずらすなどの工夫をして、プライバシーを守りながら発信していました。

林さん：プライバシーに関して部分的に抵抗感があります。見せたい部分と見せたくない部分を線引きしてコンテンツを選ぶよう心がけています。さらに、アカウントに鍵をかけるなどの制限を設け、友人からの拡散や二次利用のリスクについても考慮しています。

叶野さん：SNSでの情報発信に伴うリスクについて、例えば、写真から特定の位置が判明し、ファンが押し寄せてしまったり、ピースサインの写真から指紋が抜き取られてしまうことがあると聞いたことがあります。

林さん：同じ大学内のとあるサークルでのトラブルがSNSで拡散され、大学全体に悪影響を与えた事例がありました。

叶野さん：自分の情報はいくらでも発信できますが、便利で簡単だからこそ

使い方には気を付けていきたいですね。また、ある会社では従業員が何気なく発信した情報が会社の機密情報であり、大きなダメージを与えてしまうという事例もありました。世代を問わずSNS利用には慎重さが求められますね。

番組を通じてZ世代の感想

Nittoさん：企業に関する既に発信されている情報を、表に出にくくしたり、逆にやすくしたりと操作するサービス内容はとても新鮮に感じました。

言論の自由が確保されている以上、発信された情報を完全に制御する事は難しいと思います。しかし、発信後にどのように制御し、企業に利益をもたらすか、また損害を防ぐかという視点が非常に新鮮でした。

林さん：『誹謗中傷はなくなるのか』というテーマについての話が特に印象に残っています。私は現在、就職活動中であり、情報を見極める側面と発信する側面の両方を意識しています。叶野さんの意見を参考にしながら、どのようにして情報を見極めるべきかを考え、就職活動に活かしていきたいと思います。

叶野さんにとって「風評被害対策」とは??

> 『守りはもちろん攻めるための武器と考えています』

- 選曲：1曲目) 有心論(RADWIMPS)※叶野さん
2曲目) 朝からサウナに行かないで(永井テツヤ)※叶野さん
3曲目) Sunset Jesus(Avicii)※Nittoさん
4曲目) 打上花火(Doko x Kenshi Yonezu)※林さん

企業情報：株式会社ブランドクラウド

設立：2013年10月31日

代表者：叶野雄与

所在地：東京都港区赤坂 8-5-34 TODA BUILDING 青山 6F

事業：風評被害、誹謗中傷対策事業、Webマーケティング事業、Webブランディング事業、Web広告運用代理事業、受託開発事業

資本金：1億円

社員数：60名

～SMBCグループ協力～

『お金とくらしのトリセツ』

講師：SMBC コンシューマーファイナンス株式会社 陸井 菜津子さん

テーマ：「債権」

内容：投資の金融商品選びのポイント

投資を行う際に、金融商品を選ぶ際のポイントとして、まず各金融商品の特徴を理解することが重要。代表的な金融商品を「安全性」、「収益性」、「流動性」の3つのポイントに基づいて説明。

債券とは：国や企業が資金調達のために発行する借用証書のようなもの。債券を持っていると、一定の利息を受け取る事ができる。満期を迎えると貸した金額が返還される。

債権の種類

- ・社債：企業が発行する債券
- ・国債：国が発行する債券
- ・地方債：地方自治体が発行する債券
- ・外国債：外国政府や企業が発行する債券

メリット：「安全性」が高い

- ・満期を迎えれば、貸したお金が返ってくる
- ・決められた利率で利息がもらえる

デメリット

- ・発行者である国や企業が破綻した場合、元本が返ってこない可能性がある
- ・株式などの他の金融商品と比較すると、「収益性」は少ない

<収録の様子>



※ゲスト CEO と Z 世代ゲストとの収録の様子。（写真左側は叶野社長。右側 Z 世代ゲスト Nitto さん（左）、林さん（右）



※1 枚目 ブランドクラウドさんのロゴが入ったサウナハット。

2 枚目後列左から、叶野社長、五十嵐。前列左から Z 世代ゲスト Nitto さん、林さん

なお、この番組の放送に収まらなかった完全版は AuDee、Spotify でお聴きいただけます。

・ AuDee 公式ページはこちら：<https://audee.jp/program/show/100000357>

さらに Z 世代のメディアコミュニティ「Steenz」では、オリジナル動画コンテンツとして、放送とは異なる目線で、経営者と Z 世代の熱のこもった対談の様態を配信していきます。

・ Steenz 公式ページはこちら：<https://steenz.jp/>

■Steenz (スティーンズ) とは？ (<https://steenz.jp/>)

多様性の時代を生きる 10 代がもつ「自分らしさ」にフォーカスし、その生き様を賞賛し、個性を磨き続けられる社会を実現させるためのメディア・プロジェクト。

■CLUB CEO とは？

「経営者と Z 世代をつなぐ未来創造番組」をコンセプトに、毎週日本を彩る『真の』経営者をゲストにお迎えし、経営者の人柄や事業内容に迫るだけでなく、小学館が運営する 10 代向けメディアコミュニティ『Steenz (スティーンズ)』ならびに幼児から中高生・社会人まで教育サービスを総合的に展開する株式会社ウィザスと連携し、Z 世代が持つ「価値観」や「社会課題」を経営者と一緒に考え学んでいく番組です。

< 番組概要 >

番組名 : 「CLUB CEO」
放送局 : interfm (FM897)
放送日 : 毎週日曜日 AM7:00-7:55
進行 : ナビゲーター五十嵐彰
(株式会社 CMerTV 代表取締役社長)

