「あなたのサービスは大丈夫？」
～炎上リスクからブランドイメージを守る最後の砦。
SHIFTALERTの実績と効果~

会社概要

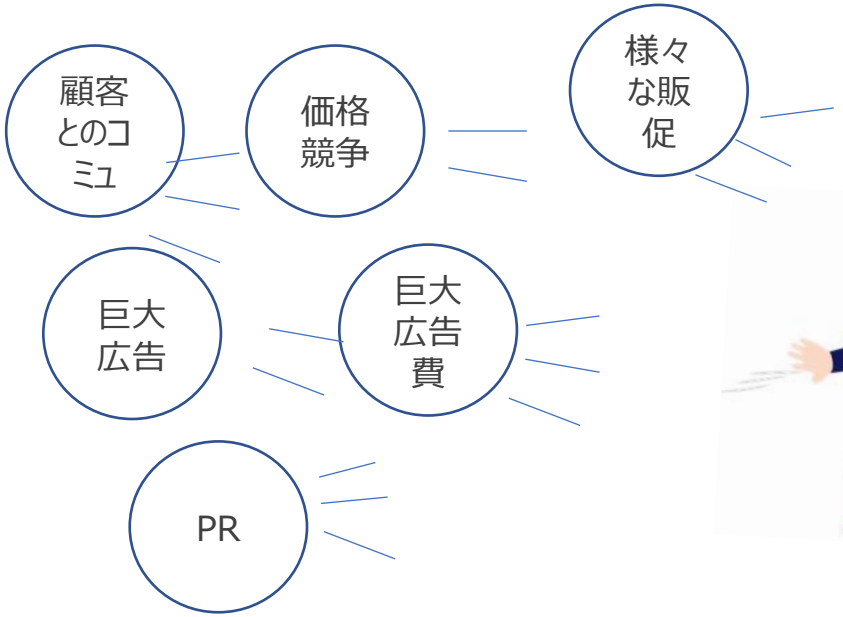
SHIFTは、ソフトウェアの「品質保証」を手がけている会社です

社名	**株式会社 SHIFT**	代表者	代表取締役社長 **丹下 大**
設立	2005年9月7日	従業員	連結**7,420**人　単体：**4,149**人（パートナー、派遣含む）2021年11月末時点
所在地	**【本社&東京オフィス】**東京都港区麻布台2−4−5 メソニック39MTビル **【札幌オフィス】**北海道札幌市　**【大阪オフィス】**大阪府大阪市 **【福岡オフィス】**福岡県福岡市　**【名古屋オフィス】**愛知県名古屋市		
関係会社	グループ会社 **SHIFT SECURITY**（東京都） **株式会社 メソドロジック**（東京都） **パリストライドグループ株式会社**（東京都） **ALH株式会社**（東京都） **Airtech株式会社**（東京都） **株式会社 アッション**（東京都） **株式会社 さうなし**（東京都） **株式会社 SHIFT PLUS**（高知県） **株式会社 システムアイ**（神奈川県） **株式会社 分析屋**（神奈川県） **株式会社 リアルグローブ・オートメーティッド**（東京都） **株式会社 ナディア**（東京都） **株式会社 xbs**（東京都） **株式会社 エスエヌシー**（大阪府） **株式会社 CLUTCH**（東京都） **株式会社 ホープス**（東京都） **VISH株式会社**（愛知県） **株式会社 A-STAR**（東京都） **DICO株式会社**（東京都） **株式会社 クラフ**（宮崎県） **株式会社 サーベイジシステム**（東京都） **株式会社 マスラボ**（東京都） **トゥーリーアンドノーフ株式会社**（鳥取県） **SHIFT Global Pte Ltd**（シンガポール） **SHIFT ASIA CO.,LTD**（ベトナム）		
SHIFTを語る 3つのポイント	**5.5兆円のブルーオーシャン市場で圧勝**	・売上高**1,000億円を狙える**ポテンシャル ・サービス開始以来、売上高1.5倍の成長を続けている	
	非エンジニアが活躍できる市場を創造	・IT業界での人材不足→**2030年には、79万人**の不足が予想される（経済産業省平成28年度調べ） ・エンジニアがやりたがらない仕事を圧倒的に優秀な人材が実施	
	ソフトウェア品質保証の デファクトスタンダードを開発	・**113万件**に及ぶ膨大な**不具合DB**を活用した品質保証 ・人材を選定する**CAT検定**、人材を育てる**ヒンメ大**、管理をする**CAT**を開発	

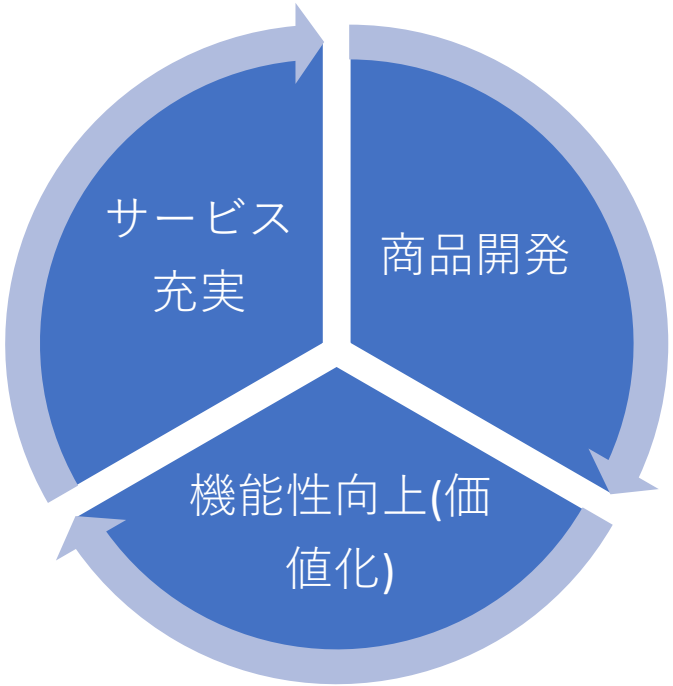
目的、知って頂きたいこと

目的	1. 不当表示を学び、炎上・誤認してしまっているケースを知ること 2. 自社のサービス、広告、発信している内容を振り返るきっかけをもつこと
発表にかける想い	1. 様々なサービスを広げる為に考えた広告や施策の展開、新たな挑戦 →間違った形で消費者に伝わり炎上・会社としてのブランド低下リスクを減らしたい 2. 正しい情報を享受する事の難しさ。正しい情報を発信する事の難しさ →少しでも正しい情報を消費者に届けることを少しずつ行っていきたい

ブランディング ： 別の商品と区別する一連の要素

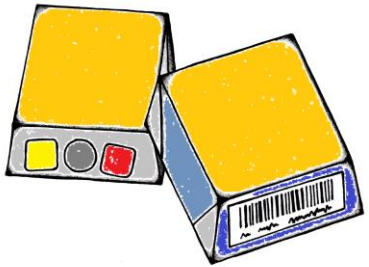


陽の好循環に乗りつ続ける事ができる



ブランディング ： 別の商品と区別する一連の要素

○○とえばあの会社！／あの製品！



「あの金額で買える」チョコ

「BIGBOSS」

会社でのブランディング

- 新しいことにいつもチャレンジ
- スタイリッシュでかっこいい
- クオリティが高くて安心
- 新作が気になる

⇒初期ユーザ獲得が容易で既存ユーザの囲い込み

ブランディング

レピュテーションリスク
＝評判や評価・風評・悪評により、
信用やブランド価値が低下し、
損害が発生する危険性

クレーム・ユーザ(消費者)離れ
企業自体のイメージダウン

「1秒も疲れない」エナジードリンク

「全影響を無効化できる」能力

本来の能力(機能)以上の表現をすると・・・

実スペック以上の期待値をユーザ(消費者)が抱いてしまうと・・・

ブランディング

レピュテーションリスク
＝評判や評価・風評・悪評により、
信用やブランド価値が低下し、
損害が発生する危険性

クレーム・ユーザ(消費者)離れ
企業自体のイメージダウン

「1秒も疲れない」エナジードリンク

「全影響を無効化できる」能力

本来の能力(機能)以上の表現をすると・・・

庁から改善指示が入る

実スペック以上の期待値をユーザ(消費者)が抱いてしまうと・・・

ユーザが離脱する

景品表示法(不当表示)とは？

不当表示とは？

消費者が商品、サービスを選択するときに**「商品・サービスの品質」**や**「価格」**が、
実際よりも著しく**優良**、**有利**であると見せかける表示が行われることを指している

不当表示には２つの大枠がある

この不当表示を考えるときに２つの大枠があり、
２つを理解し進めていくことが自社の「ブランド」「商品価値」を守るために大切である

- 優良誤認
- 有利誤認

※景品表示法ガイドブックより引用

CONFIDENTIAL

日本全体的に不当表示等の情報提供が増えている

情報提供：不当表示になるリスクや炎上の火種となっている事象のユーザーからの報告件数
措置命令：返金対応等で損害が出てしまっている件数
　　かっこ内の数字は外部から提供された情報の総数

年度		平成30年度	令和元年度	令和2年度
前年度からの繰越し		227	212	151
新規件数	職権探知	45	44	95
	情報提供	309(9,146)	225(10,645)	191(11,650)
	自主報告	10	11	3
	小計	364	280	289
調査件数		591	492	440
処理件数	措置命令	46	40	33
	指導	216	205	176
	都道府県移送	76	29	21
	協議会処理	9	27	21
	打切り等	32	40	20
	小計	379	341	271
次年度への繰越し		212	151	169

※「令和２年度における景品表示法の運用状況及び表示等の適正化への取組」
消費者庁より抜粋

課徴金事例：信用の低下・事業へのリスク

	対象商品	課徴金額
1	値引きしてない家電製品	5180万円
2	視力回復効果のあるサプリ	370万円
3	白髪改善効果のあるサプリ	1972万円
4	妊娠をサポートするサプリ	193万円
5	負担の小さな抱っこ紐	37478万円
6	二重価格表記	55274万円
7	浴場の効能	2738万円

- 「コンプライアンス」に対する厳しい視線
- 信用低下
- 企業イメージ/ブランドの価値毀損

景品表示法で明確なルールがあるのは、景品類の制限のみ

一般懸賞

偶然性や特定行為

取引額	限度額
5000円未満	取引額の20倍
5000円以上	10万円
懸賞総額は売上予想額の2%	

共同懸賞

複数の企業や
事業者が共同で行う

取引額	限度額
価格に関わらず	30万円
懸賞総額は売上予想額の3%	

総付景品

購入した
全員へ提供されるおまけ

取引額	限度額
1000円未満	200円
1000円以上	取引額の20%

優良誤認や有利誤認は、曖昧な記載が多い。消費者からの反応によって変わることがある

優良誤認とは

優良誤認表示の概要

商品やサービスの品質、規格などの内容について、実際のものや事実に相違して競争事業者のものより著しく優良であると一般消費者に誤認される表示を優良誤認表示として禁止している

有利誤認とは

有利誤認表示の概要

価格を著しく安くみせかけるなど取引条件を著しく有利にみせかける表示は、有利誤認表示に当たる

※消費者庁より引用

日本全体的に不当表示等の情報提供が年々増えている

情報提供：不当表示になるリスクや炎上の火種となっている事象の消費者からの報告件数
年間1万件以上、消費者から報告されている

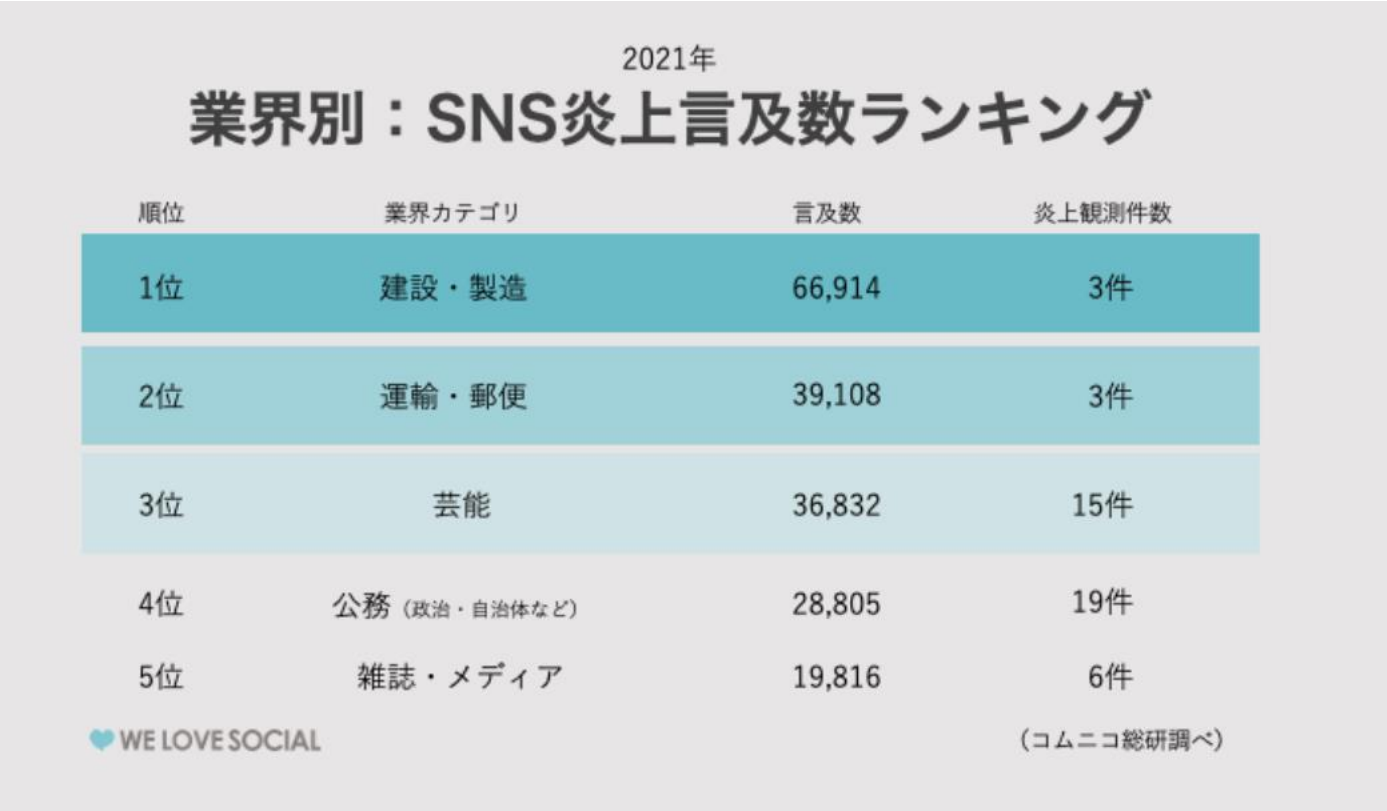
年度		平成30年度	令和元年度	令和2年度
前年度からの繰越し		227	212	151
新規件数	職権探知	45	44	95
	情報提供	309(9,146)	225(10,645)	191(11,650)
	自主報告	10	11	3
	小計	364	280	289
調査件数		591	492	440
処理件数	措置命令	46	40	33
	指導	216	205	176
	都道府県移送	76	29	21
	協議会処理	9	27	21
	打切り等	32	40	20
	小計	379	341	271
次年度への繰越し		212	151	169

消費者からの報告数は増えつずけている

視線はより厳しさを増している

※消費者庁より

SNSでの炎上件数



※「WELOVESOCIALより引用
https://www.comnico.jp/we-love-social/snsriscranking_2021

消費者からのご意見により広告等の掲載を取りやめた事例

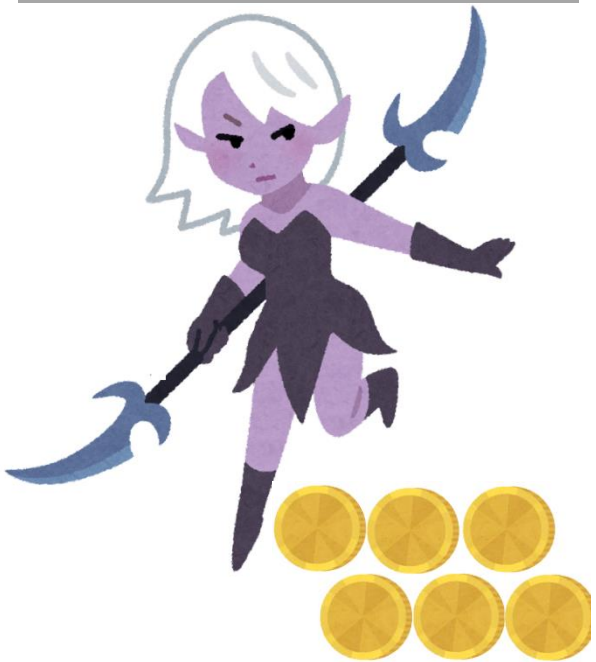
2013年ごろからTwitterが普及し始めて以降、一般人の炎上(バイトテロや迷惑系ユーチューバー)が増えてきた一方で、企業のやらかし(異物混入や広告等)が大きく広がりやすくなった
近年ではジェンダー関連の炎上も増加しており、これまで問題視されてこなかった文言で炎上するようになってしまっている

駅コンコース内ディスプレイ広告の内容での炎上	• 駅コンコース内ディスプレイに表示された内容の一部が切り取られ、SNSで拡散されてしまった • SNS内にて切り取られた内容で炎上しまい掲載中止、謝罪という事態が起こってしまった
動画広告でジェンダー関連の炎上	• 毎年元旦にメッセージ性のあるブランド広告に対してジェンダー観点から問題があるとして炎上 • 「例え」として表現されたものがに暴力性等があるとして、意図していない伝わり方をしてしまった
動画広告内の商品が優良なものであると宣伝し措置命令	• 動画広告にて「倒れても、お湯がこぼれない」と宣伝をしていたが、実際にはお湯がこぼれてしまうことがわかり措置命令が下った https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2021/aug/210831_honbun_2.pdf • 「倒れればお湯が漏れることがあるのは認識していたが、 お湯がこぼれにくい設計だということをわかりやすく伝えるための演出として使用していた

問題です。

左画像から右画像に修正したことも災いし返金対応となってしまったケースがありました。
何が問題だったのでしょう？

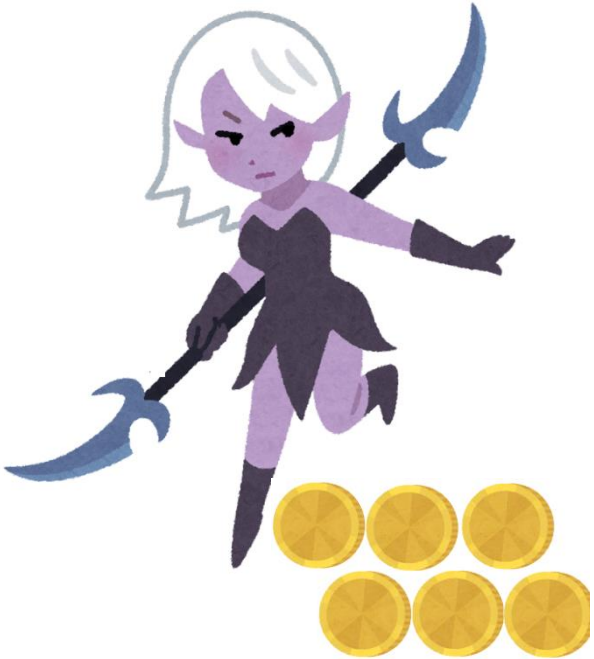
Before



After

髪の色　刃の色(演出)　コインの数の３点が変わっています。

Before



After

詳細

画像内「武器演出」「コイン数」の表示割合により、炎上しゲーム内課金アイテムの返還または、
画像掲載期間内のアイテム購入分を返金する対応が発生してしまった。

消費者の反応

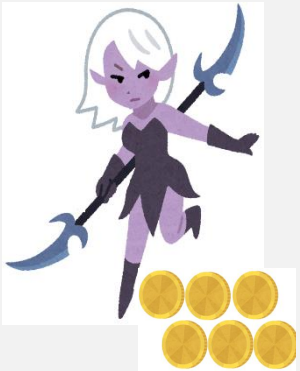
画像に近い結果にならない・・・
誇大広告(有利誤認)なので
は？？

あれ？画像が変更されてる・・・
やっぱり誇大広告(有利誤認)だっ
たんじゃねーか！
景品表示法違反だ！！！
不当表示だ！！

大炎上！！

施策リリース → ユーザー意見 → サイレント修正 → ユーザー発覚 → 炎上 → 数億円の損害

企業の対応



なんか話題になってるこっそり直そ

返金対応
想定損害金額が数億円に

まとめ

少しでも
事例を減らすことに
貢献したい

SHIFTの知見だけでは解決できないものや新しい事例がまだまだあります。

少しでも消費者に正しく伝わり、優良誤認や有利誤認を起こさないため知って頂ければ幸いです。

少しでも興味が有る
方はSHIFTに
ご連絡ください

SHIFTでは今回の社会問題を解決するためにSHIFTALERTというサービスを立ち上げ実施しております

少しでも興味をお持ちになられたり、詳しくサービスをお聞きになりたい方は、SHIFTへお問い合わせください

ご清聴ありがとうございました