

経営に直結する企業ブランドの毀損リスクを低減する 「ブランドモニタリングサービス」

企業における「ブランド」の重要性が増すなかで、第三者による社名やブランドロゴの不正利用や、従業員のブランド管理不足、機密情報漏えいおよび拡散などによるブランド毀損リスクが高まっています。日立ではAIなどを駆使してこうしたリスクを自動的に検知・管理するサービス群を開発。マネジメント業務の負担とブランド毀損リスクを低減します。

■ ブランドの重要性とともに高まる管理負担と毀損リスク

何かを購入する際、消費者は事前に決めているブランド候補の中から選択する傾向が強いられています。つまり買ってもらうためには、検討段階で消費者に選ばれうる候補の中に自社のブランドが入っていることが肝要です。

商品や製品、サービスを競合他社のものと識別・差別化させる「ブランド」は、こうした購買行動のほか、企業の株価や人材確保などにも大きな影響を及ぼす経営の重要なファクターとなっています。また近年、企業ブランドは広報・宣伝のほか、マーケティングや法務、知財、営業など幅広い部門で取り扱われるようになりました。その反面、企業のグローバル化やM&A、インターネットやモバイルの普及などを背景に、その管理を担うブランドマネジメント部門の業務負担は増大する一方です。さらに、時間をかけた地道な取り組みを通じて構築・維持してきた企業ブランドの価値が、第三者による不正利用などによって毀損される事案も多数報告されています。

これら企業ブランドに関わる諸課題の解決のために、日立はWeb上の情報を周期的に自動取得する独自のクローラ

技術や、画像やテキストを認識するAIなどを駆使して、さまざまなメディアにあるブランド関連情報をモニタリングできる「ブランドモニタリングサービス」の提供を開始しました。

■ 不正からブランド価値を守る3つのモニタリングサービス

新たに提供されるブランドモニタリングサービスは、次の3つのサービスから構成されています。

1つ目は、各種アプリストアをAIで常時モニタリングして不正アプリを早期に検知する「無許諾スマートフォンアプリ検知」です。2つ目の「ブランド適正利用管理」は、自社やグループ企業などの従業員によるルールに反した不適切なブランド使用を自動検知し、適正なブランド管理を支援します。3つ目の「機密情報漏えい検知」は、社外秘資料など機密情報のWeb上への漏えいを独自のクローラ技術で検知してレポートするサービスです。

これらのサービスにより、ブランド毀損リスクがあるコンテンツの特定・対処などを迅速化し、従来はお客さまが手作業で行っていたブランド管理業務の効率化・高度化や、企業ブランドの強化・毀損リスクの防止に貢献します。

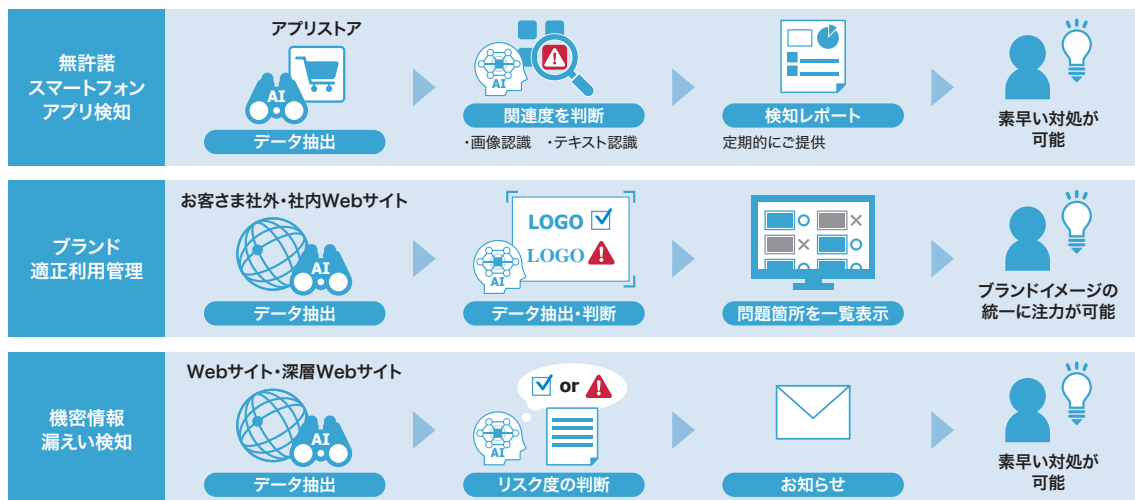


図1 「ブランドモニタリングサービス」の3つのサービス

■ ブランド毀損リスクの高い無許諾スマホアプリを検知

3つのサービスのうち無許諾スマートフォンアプリ検知は、日立建機株式会社（以下、日立建機）の課題解決のために開発した不正アプリ検知機能を強化したサービスです。

近年、企業の正規アプリを模倣した不正アプリによる企業ブランド侵害事例が多数報告されています。正規品の複製や、品質の低い模倣品を第三者が不正に販売している例、正規アプリを精緻に模した偽アプリにより情報を不正に詐取される・マルウェアに感染するなど、エンドユーザーに実害を及ぼす事例もあります。

日立建機では、正規代理店に所属している専門的なスキルを持つサービスメカニックに向けて建設機械の各種マニュアル類を提供していますが、アプリストアを通じてマニュアルが無断販売されることによって、専門知識や技能を持たない人がこれらの資料をもとに重機を取り扱ってしまうことへの危険性や、著作権などの知的財産保護の観点から、上記のような不正行為の迅速な検知と対処のための適切なブランド管理が課題となっていました。また、各アプリストアが世界各国・各地域で提供しているコンテンツはそれぞれで異なります。日立建機ではグローバルにビジネスを展開しており、これらのアプリストアすべてを人手で継続的に監視するには膨大な労力がかかる問題がありました。そこで日立に課題

解決を相談したのが、本サービス開発の端緒となりました。

無許諾スマートフォンアプリ検知では、世界140を超えるそれぞれの国・地域向けのアプリストアを対象に、企業名やロゴの不正利用の可能性のあるアプリを画像やテキストを認識するAIを使って検知し、定期レポートとしてお客さまに提供。日立建機では、毎月数万回の検索に相当する作業を人の手を介さず実行できるようになり、不正アプリの定常的なモニタリングと定期レポートによって管理業務の大幅な省力化を実現しています。

■ ブランド価値を経営に生かす「攻め」のサービスも構想中

このたび提供する3つのサービスは、企業ブランドの毀損を防ぐ、言わば「守り」のサービスです。一方で今後は、例えばブランド価値を言語化・定着化させることで職場モラルや従業員ロイヤリティ向上を図る、といったブランド価値を企業経営により積極的に活用する「攻め」のサービスなどの開発を通して、本サービスを総合ブランディングサービスとしてさらに強化していく予定です。

強い企業ブランド構築と確かなブランド戦略の重要性が高まるなか、日立は先進のデジタル技術を駆使しながら、「攻めと守りの両輪」でお客さま企業のブランド経営を力強くサポートしていきます。

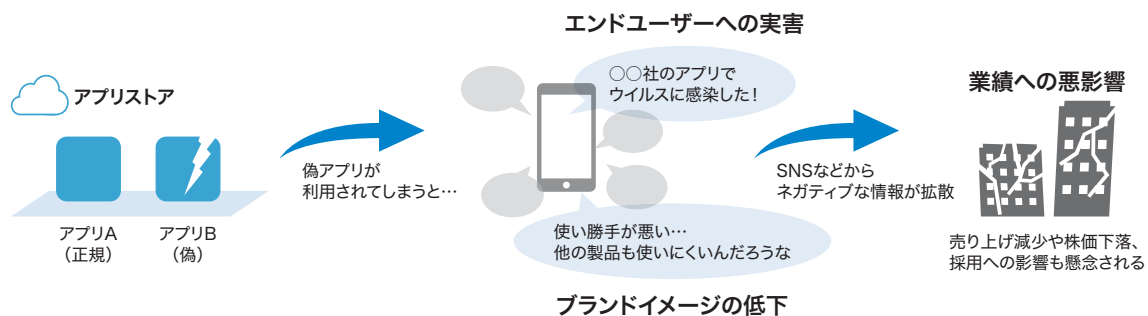


図2 無許諾スマートフォンアプリによる被害の影響

お問い合わせ先・情報提供サイト

(株)日立製作所 アプリケーションサービス事業部
<https://www.hitachi.co.jp/brand-monitoring>

