

信頼を失わないためのリスクマネジメント

仲村明子 ●株式会社アネティ 代表取締役

続々と発生する事故や不祥事

昨年も多く企業の事故や不祥事が発生しました。海外の拠点で発生するテロ事件、サイバー攻撃による機密情報の漏えいなど、企業の危機管理の隙を突く脅威のほか、目立つのは経営層や従業員のモラル欠如による不祥事です。鉄道会社の線路異常放置、金融機関の暴力団への不正融資、有名ホテルや百貨店の食材偽装表示等々、最近のものだけでも数え切れないほどのマスコミ報道がされています。特に日本で多いのは、「慣例として続いてきたことだから」「会社の利益のためには仕方ない」といった会社へのゆがんだ忠誠心が原因のものです。また、近年の特徴として、従業員や内定者などの非常識な投稿がSNSを通じて広がり、問題になるケースも増えています。

企業の信頼を失わないために

企業が信頼を保つためには、事故や不祥事を事前に防止し、万が一発生してしまっても、ダメージを最小限に抑えられるようにすることが大切です。そのプロセスを表2、表3にまとめましたので、参考にしていただければと思います。危機的事態発生時、信頼を早期に回復できるか、小さなリスクにもかかわらず自らダメージを大きくしてしまうかは、企業の対応次第です。

■表1：リスクとクライシス

リスクマネジメントに関する言葉の定義はいろいろありますが、ここでは以下の2つに定義することにします。

リスクマネジメント	あらかじめリスクを予測して、そのリスクによる危機を未然に回避するための対応をすること
クライシスマネジメント	発生した危機的事態に対して、企業のリスクを最小限にとどめたり、ダメージを回復するための対応をすること

マスコミ対応のポイント

危機的事態発生時のマスコミ対応のポイントは、迅速・的確・誠実の三つ。表3にもあるように、マスコミへのプレスリリース発信や、場合によっては記者会見を実施することも必要になりますので、そのときもこの三つを意識して行いたいものです。ここでは、個人情報漏えいの場合のプレスリリース例と記者会見実

■表3：クライシスマネジメントのプロセス

万が一、危機的事態が発生してしまった場合、あらかじめ作成していたマニュアルに基づき、以下のようなプロセスで対応します。

① 事実の確認	現場でどのようなことが起きているのか、詳細かつ的確に情報収集する
② トップへの連絡	①で収集した情報を、速やかかつ正確にトップに伝える
③ 関係各署への連絡	関連部署、家族、通報先（警察、消防署など）への連絡
④ 対策本部の設置	危機的事態に対応するための対策本部を設置する
⑤ スポークスマンの決定	この件に関して、会社を代表して発信する人物を決定する
⑥ 会社の見解・方針決定	会社としての統一見解および解決に向けた方針をまとめる
⑦ 会社の見解・方針発表	⑥でまとめた見解および方針を発表する ・プレスリリースとして配信 ・自社ホームページで発表 ・記者会見実施
⑧ 社内への説明	⑦とほぼ同時に、従業員に状況の説明を行う
⑨ 関係者・地域への説明	取引先および（地域に関わる事柄であれば）地域への説明を行う
⑩ 事後対応	事後対応および経過の発表

■表2：リスクマネジメントのプロセス

危機的事態が発生しないよう、また発生してしまったときに的確な対応ができるよう、以下のようなプロセスで準備をします。

① リスク抽出・発見	自社の事業活動の中で起こる可能性のあるリスクを発見・抽出する
② リスク分析・評価	発見・抽出したリスクが顕在化した場合、どのくらいの損害を企業に及ぼすかを推測し、リスクの重要度や優先順位を評価する
③ リスク排除	評価したリスクについて、重要度や優先順位の高いものから、そのリスクの排除方法、顕在化したときに及ぼす被害を最小限にする方法などを検討し、リスク回避に努める
④ 体制作り	リスク顕在化（危機的事態発生）の場合に的確な対応をするための体制作りをしておく
⑤ マニュアル作り	リスクマネジメントおよびクライシスマネジメントに関する対応マニュアルをあらかじめ作成しておく
⑥ 社員教育	作成したマニュアルに基づき、社員研修を行う



オフィスサイネージ

オフィス
コミュニケーションの
新しいスタイル



ひかりサイネージ

安心
簡単
お得

NTTグループ提供
サイネージ

誰でも使える
便利な機能

クラウド利用で
初期費用↓

オフィスサイネージ
導入実績
約5,000ディスプレイ!

03-6268-8320

詳しくは 検索

<http://www.hikarisignage.net/>

株式会社日本リクルートセンター（現、株式会社リクルートホールディングス）退職後、約10年間日本語・英語教育ビジネスに携わる。株式会社パソナソフトバンク（現、ランスタッド株式会社）広報室長代理を経て、企業・団体の広報PR代行・コンサルティングを行う有限会社アネティ設立、現在に至る（2011年株式会社化）。

実施のポイントをご紹介します。

■記者会見時の注意点

①事実だけを述べる

予測や推測は避け、事実と意見は区別し、確実にわかったこと以外の発表は慎む。公表できない場合、その理由も説明する。

②ポイントを明確にわかりやすく説明する

いつ、どこで、どのようなことが起こったのか、現状はどうか、そのことによつて今後どのような影響があるのかなどを、具体的な数字などを挙げながら説明する。

③誠実な態度で発表する

影響を与えた人々には心から謝罪し、弁解がましいいい方や、曖昧な話し方は避ける。

■危機発生時のプレスリリース例（顧客情報漏えいの場合）

プレスリリース

20XX年XX月XX日

株式会社 ●●●●●
代表取締役 ●●●●●

不正アクセスによるお客様情報流出のお知らせとお詫び

この度、当社が運営する「●●●●●(http://www.~~~~/)(以下、「本サイト」という)に、外部からの不正アクセスがあり、お客様情報の一部が流出したことが判明しました。本件に関する概要と対応について、下記のとおりご報告いたしますとともに、お客様およびご関係者様に対し、多大なるご迷惑をお掛けする事態に至りましたことを、深くお詫び申し上げます。

記

- 経緯**
いつどのように発覚したか、その後どのように調査したか、調査の結果何がわかったかなど
- 流出したお客様情報**
流出したお客様情報の内容、件数など
- お客様への対応**
情報が流出したお客様にどのような対応をするか
- 実施済の対応策**
不正アクセス制御のために行った対策や、流出したお客様情報を不正に使用させないための対策など
- 今後の対応策**
今後、同様の事故を引き起こさないための更なる対応策や決意表明など
- お客様からのお問合せ窓口**
お客様 ●●●センター
TEL: 0120-XXX-XXXX
時間: 平日 9:00~18:00
土日祝日 9:00~18:00

以上

【報道関係者様からのお問い合わせ先】
株式会社 ●●●●● 広報担当: ●●●
TEL: 03-XXXX-XXXX E-mail: XXXXX@XXXXXXXXX.co.jp