

ソーシャルメディア・ポリシー策定の手引

一般社団法人インターネットコンテンツ審査監視機構
調査研究委員会 ソーシャルメディア・ポリシー検討WG

はじめに

1. ソーシャルメディア・ポリシーの意義と有用性

ソーシャルメディア・ポリシー (Social Media Policy、以下 SMP という) とは、当該組織のすべての従業員および役職員ならびに当該組織内で業務に就くすべての外部スタッフ等 (以下従業員等という) が個人または業務でソーシャルメディア (Social media、以下 SM という) を用いる際に注意すべき事項を定め、当該組織の SM に対する方針を示す指示書である。本手引では SM を、「Web2.0 の思想的・技術的基礎の下、ユーザ・ジェネレイテッド・コンテンツ (user-generated content) を生成・交換できるようにするための、インターネットを前提としたアプリケーションの一群」と定義する。本手引では、2011 年現在、Social Network Service(SNS)、動画共有サイト、Weblog (ブログ)、マイクロブログ (Twitter 等)、wiki、ポッドキャストをはじめとした、個人がインターネット上で行う情報発信行為全般を想定している。

SM の浸透に伴い、従業員等が当該組織の内部情報を流出させたり、不用意な発言が原因で取引先や顧客とのトラブルが発生する等の事例が発生している。しかし SM は、一部を除いて、匿名性が高く、24 時間いつでも利用することが可能であり、その種類も多種多様であるため、すべての従業員等の SM 利用状況を把握することは極めて困難である。また投稿や閲覧を一律に禁止することは、表現の自由の観点からも認められない。

SM は情報発信・情報収集のためのツールとして活用すればきわめて有効なツールとなり得るが、対面によるコミュニケーションと比して気軽に参加できるその性質上、自己の所属やその職務内容を必要以上に公開してしまう危険性もある。また世代や個人の情報メディアリテラシの習熟度によって、SM の有用性および危険性の理解に差が生じることも考えられる。SMP を策定することで SM にまつわるすべての問題が解決するわけではないが、従業員等に SM を利用する際の行動基準および判断基準を提供することによって、SM の有用性と危険性についての意識が向上することが期待できる。

次節以降、第 1 節ではすべての従業員等に共通して適用される SMP を作成する手引を提供する。第 2 節では SM を組織の公式アカウントとして用いる際に担当者に適用される SMP を作成する手引を提供する。

2. SMP の適用対象

従業員等が業務目的外で個人的に SM を利用した場合に SMP を適用するか否かをについて規定する。従業員等の個人的な SM の利用を一律に禁止することは表現の自由の観点から認められないので、本手引では、まず従業員等が個人で SM を用いることを前提に SMP を策定する。

次に当該組織の公式アカウントや当該組織の Web サイト等の管理運営を当該組織か

ら認定されている公式アカウント運用担当者としての従業員等（以下「公式アカウント運用担当者」という）を対象とした SMP を策定する。

なお当該組織の従業員等には、派遣社員や出向受入等外部スタッフも含めて考える必要がある。

3. 全社横断的な対応部署の設置

全社横断的な SMP 運営委員会を設置し、SMP を策定する。SMP 運営委員会は、SMP 策定後は従業員等から SM の活用に関する相談窓口となると同時に、適宜 SMP 改訂を検討する。また、当該組織が公式アカウントを運営する場合には、一人の担当者に任せるのではなく、公式アカウントを運営するためのチームを編成することを推奨する。

4. SMP を外部に公開するか否かの判断

策定した SMP を組織外に公開するか否か、組織の方針を決めておく必要がある。SMP を組織外に公開した場合、組織には SMP を公開したことにより従業員等に SMP を遵守させる社会的責任が発生し、より高い SMP 策定の効果が期待できる。また SMP を公開することで顧客や取引先をはじめ、社会から SM に関わる分野で信頼を獲得することが期待できる。

外部に公開する場合は、SMP をそのまま公開する方法、SMP から外部に公開するものを抜粋する方法、外部向け SMP を新たに作成する方法が考えられる。また SMP そのものを公開するのではなく、SMP を策定したことのみを Web サイト等で報告する方法も考えられる。

本手引では、SMP を策定するにあつて以下の項目を盛り込むことを提案する。

すべての従業員等に適用される SMP 策定の手引

1-1. 目的（基本方針）

組織全体の SM 利用に関する基本方針を定めることで、組織の理念と SM との関わりについて整理し、SM 利用に関する経営者の方針を示し、SM を利用することの有用性と危険性を従業員等に啓蒙する。

1-2. SM の定義

SM とは何かを具体的なサービスを提示して従業員等に示す。技術の発展にともなつて、今後、新たな SM が登場することが予想されるので、「個人がインターネット上で行う情報発信行為全般」を SM と捉える。

1-3. 法令の遵守

すべての従業員等は勤務時間内外、また SM であるか否かに関わらず、各種法令を遵守する必要がある旨を記載する。特に SM のような不特定多数が交流する場では、心理的に著作権や肖像権等、第三者の権利を侵害しやすいことに注意する。

1-4. 個人情報やプライバシーへの配慮

法令の遵守に加えて、個人情報やプライバシーへの配慮についても注意する。利用する SM の設定によって公開範囲が異なるので、書き込みを行った本人だけでなく、相手の個人情報やプライバシーが不特定多数にさらされる危険がある。また、実名でなくても、過去の履歴や状況から本人を特定できるような投稿もトラブルの原因になり得るので注意する必要がある。

1-5. 社内規則の遵守

自らの情報発信と守秘義務との関係について注意する必要がある。守秘義務については各組織ごとに異なるので、守秘義務に加えて各種就業規則等にも言及することで、たとえ守秘義務違反では対応できないような事例が発生した場合にも対処できるように備えておく。

1-6. 機密情報の保護

守秘義務とも関連するが、機密情報の保護については別項目を立てて、特に強調する。機密情報については守秘義務と重複する部分もあるが、取引上の不文律や信義則上口外しないことが望ましい情報のように、守秘義務や就業規則等ではカバーできない領域へ

の対処を考える必要がある。

1-7. 慎重な情報発信

SM同士は転送やリンク等によって相互に関連していることがあるので、限定的な情報発信を行ったつもりでも、全体に公開していることと同じ結果になることもありうる。また、SMに限らず、インターネットの性質上、当該情報が半永久的にインターネット上に残存する可能性もあるので、情報発信は細心の注意を払って慎重に行う必要がある。

1-8. 誠実で責任ある言動

SMは互助的に成り立っているという特徴がある。勤務時間内はもちろん、勤務時間外であっても信義誠実な態度で、相互に気持よくコミュニケーションすることが前提なので、誠実で責任ある言動を行う旨の一文を用意する。

1-9. 批判的な相手、攻撃的な相手への対応

批判されたり攻撃を受けた場合は、感情的な対応を控え、冷静に対応する必要がある。自分が絶対に正しいとは思わないこと、ときには周囲と相談することも必要である。また自分に非がある場合は、相手の批判を無視せずに、誠心誠意対応する必要がある。

1-10. 一個人の意見であることの明示

従業員等があたかも組織の意思を表明しているかのように振舞ったり、取引先等との間でいさかいを生じさせるような言動があった場合は、深刻な問題に発展する危険性があるので、当該個人の発した情報はすべて一個人の意見である旨を他の利用者が容易に視認できる場所に明記する。

1-11. 社内研修への積極的な参加

顔が見えないネット上のコミュニケーションでは対面に比べて誤解が生じる可能性が高い。また日々SMは進歩し新しい機能やサービスが提供されている。従業員等に日々のSMの利用や組織が実施する研修会等を受講することを通じてSMをより効果的に利用するための機会を提供する。組織はSMに関する新しい事例が発生したり、新しいサービスが登場した場合には社内研修を実施し、従業員等を啓蒙し、知識や技術の向上の機会を提供することが望ましい。

公式アカウント運用担当者たる従業員等に適用される SMP 策定の手引

2-1. 組織を代表する自覚

組織名義の SM 利用活動を行うためには当該組織から公式アカウント運用担当者として認定を受ける必要があることを明記する。公式アカウント運用担当者に当該組織を代表して発言することの責任と影響の大きさについて自覚を促す。

2-2. 透明性と情報の正確性の確保

一個人として情報発信する以上に透明性を意識する必要があることを明記する。また伝聞や推測に基づいた情報発信を禁止し、出典の明示を徹底する。

2-3. 相手への配慮

特定の組織、商品、人物等に言及する際は、その評価によって相手に不利益が生じないように配慮する。当該組織が発した情報によって相手に不利益を与えると、いずれ当該組織への不利益となって戻ってくると因果応報的に考える。

2-4. 相手への敬意、不快な発言の禁止、慎重な判断を要する話題への対処

相手への敬意、不快な発言の禁止、差別表現の禁止、慎重な判断を要する話題への対処方法について明記する。特に政治的宗教的話題等、影響範囲が大きく慎重な対応が求められる事例への対処手順を事前に想定しておく。SMP 運営委員会を相談窓口とすることで、一般的な従業員等だけでなく、役員等直属の上長が存在しない特殊な立場の関係者も相談可能になる。

2-5. 訂正の際の注意事項

訂正の場合、原則として履歴を保存した上で訂正する。ただし差別的な発言があった場合のように履歴を保存することが不適切であると考えられる場合は、SMP 運営委員会等の判断で、履歴に残すことが不適切な発言があった旨のコメントを添えた上で、削除訂正することがある。

2-6. 迅速な対応

迅速な対応が信頼につながることを明記する。

2-7. SM を利用する目的、担当者・担当部署の属性、対応可能な範囲の明記

公式アカウントの自己紹介欄には、どのように公式アカウントを用いるのかを明記し、問い合わせ先の連絡先を記載する。また公式アカウントを運用する担当者や担当部署の属性を記載する（担当者ならば役職と SM での責任範囲、担当部署ならば SM での責任

範囲等)。SM から回答することが望ましくない慎重な対応が求められるような場合には、上長、SMP 運営委員会、問い合わせ先等に報告の上、対応を協議する。慎重な対応が求められる場合は、迅速な対応よりも慎重な対応を優先する。目的外の問い合わせに対応するために以下のような定型文を用意してもよい。

「このアカウントは、〇〇（担当者・担当部署）が、××の目的で運用しています。この目的以外のお問い合わせについては、以下のお問い合わせ窓口からご連絡ください。」

2-8. 有益な情報が期待されていることの自覚

相手は公式アカウント運用担当者から発せられる情報から有益な情報を得られることを期待しているので、有益な情報発信が当該組織のイメージ向上に繋がることを明記する。

2-9. 公式アカウントとパスワードの管理

組織名義でSMを利用する際の公式アカウントとパスワードの管理について規定する。公式アカウント運用担当者が個人で公式アカウントを管理運営すると、パスワードを忘れていたり、休暇等で不在になった場合に業務が滞る可能性がある。また怨恨を抱いて退職したような場合には、公式アカウントが乗っ取られる危険性も考えられるので、チームで管理運営することを推奨する。ただし情報発信する際は公式アカウントの人格の同一性が損なわれないように配慮する必要がある。

2-10. 複数人で公式アカウントを管理運営する際の注意事項

チーム等、複数人で公式アカウントを管理運営する場合、組織内で発言者を記録し、責任の所在を明確にする。

2-11. SMの利用場所と機器

公式アカウント運用担当者が公式アカウントを管理運用する際、公式アカウント運用担当者の個人の情報端末からのログインを認めると、公式アカウント運用担当者の個人のアカウントと間違える危険性があるので、組織から貸与された情報通信端末に限定する必要がある。またカメラやマイク等の機器を用いる際の注意を記載する。

資料編

以下に、企業が実際に自社のソーシャルメディア・ポリシーを策定するための参考となる雛形を用意しました。

それぞれの企業の実態に合わせて変更してご利用ください。

資料1 ソーシャルメディア・ポリシー 雛形
組織に勤務するすべての方向け

資料2 ソーシャルメディア・ポリシー 雛形
組織名から公式アカウント運用担当者の認定を受けた方向け

資料1

【組織名】 ソーシャルメディア・ポリシー

20〇〇 年〇月〇日制定

【組織名】

(代表者名および役職)

【組織名】 に勤務するすべての皆さんへ

以下の項目は【組織名】の従業員等であるか否かにかかわらず、ソーシャルメディア（以下 SM という）を利用する際に注意すべきマナーです。SM でトラブルになると【組織名】だけでなく、あなた自身にも大きな不利益が生じます。業務時間内もしくはプライベートにおいても、SM を利用する際の注意事項として常に留意するように心がけましょう。

なお「【組織名】 ソーシャルメディア・ポリシー」（以下 SMP という）は SM の技術進歩やビジネス環境の変化に合わせて、適宜見直していきます。本 SMP をよりよくするためのアイデアがあれば、SMP 運営委員会の下記アドレスまでご意見をお寄せください。また SMP 運営委員会では、SM を活用する際の相談も受け付けています。なにか問題や不安なことがあったら一人で悩まずに SMP 運営委員会までご相談ください。

【組織名】 SMP 運営委員会

【連絡先】

1-1.目的

この SMP は、【組織名】のすべての従業員および役職員ならびに【組織名】内で業務に就くすべての外部スタッフ等（以下従業員等という）が、個人または業務で SM を用いる際に遵守しなければならない基本原則です。

【組織名】は、あなたが個人として SM を利用することを認めます。【組織名】は、従業員等が個々人で SM の知見を深めることは、従業員等の私生活だけでなく、【組織名】で業務等を行う上でも役に立つと考えています。

ただし、あなたの SM での言動が、【組織名】の社会的評価に影響を及ぼす可能性があることを忘れないでください。特にあなたが SM 上で【組織名】の従業員等であることを明示したり、履歴等から【組織名】の従業員等であることが推定可能な場合には、第三者はあなたの個人的な意見ではなく、【組織名】の意見と捉える可能性がありますので、特に注意が必要です。

また業務で SM を活用する際には、本来の業務のバランスを忘れないでください。SM の活用は、他者からは業務利用なのか私的利用なのか判別が難しく、場合によっては過剰な

休憩時間を取ることや社内資産の私的利用等と同じような誘惑に駆られる危険性があります。個々人の良心と就業規則にしたがって、社会人として恥じない行動を心がけてください。

さらに SM に限らず、インターネット上のサービスには、伝統的なメディアと異なる特徴があります。例えば自分の投稿が半永久的にインターネット上に残存したり、匿名で発言したつもりが SM 同士の相互リンクによって発言者が特定されたりすることも考えられます。SM を利用する際は、以下の基本原則を守って、あなたと【組織名】にとって有益な SM の利用方法をともに模索していきましょう。

1-2.SM の定義

本 SMP でいう SM とは、具体的には Social Network Service (SNS:mixi や Facebook 等)、動画共有サイト (YouTube やニコニコ動画等)、Weblog (ブログ)、マイクロブログ (Twitter 等)、wiki、ポッドキャストをはじめとした、個人がインターネット上で行う情報発信行為全般を想定しています。

1-3.各種法令を遵守しましょう。

業務時間内外、また SM であるか否かに関わらず、各種法令を遵守しましょう。特に SM のような不特定多数と交流する場合は、心理的に著作権や肖像権等、第三者の権利を侵害しやすい環境であることを自覚しましょう。

1-4.個人情報やプライバシーに配慮しましょう。

個人情報やプライバシーに配慮しましょう。利用する SM の設定によって公開範囲が異なりますので、あなただけでなく相手の個人情報やプライバシーも不特定多数にさらされる危険があります。また、実名でなくても過去の履歴や状況から本人を特定できるような投稿もトラブルの原因になりますので注意してください。

1-5.社内規則、特に守秘義務を遵守しましょう。

【組織名】の各種規則は、SM に限らずインターネット上の行動すべてに適用されますので、本 SMP だけでなく、【組織名】の就業規則や個人情報保護方針等、各種規則についても理解も深めましょう。SM を利用する際は特に守秘義務に違反していないか、【組織名】や取引先等に迷惑がかからないかについて意識するようにしましょう。

1-6.機密情報の流出を防ぎましょう。

【組織名】の機密情報を発信すること、また業務で知り得た取引先の機密情報を投稿することは禁止です。【組織名】でも取引先でも、業務で知れた情報が公知である以外は、機密情報にあたると思われるようにしましょう。

1-7.情報発信は慎重に行いましょう。

限定的に発信したつもりでも、転送やリンク等によって、情報が広まってしまう可能性があります。またインターネットの性質上、SMから発信した情報が半永久的に残存する可能性もあります。発信する前に投稿内容を推敲し、慎重に判断した上で情報発信するように心がけましょう。

1-8.誠実で責任ある言動を心がけましょう。

SMは参加者の互助性で成り立っている一面があります。あなたが困っているとき仲間や時には面識のない人から援助があるかもしれません。このようなSMの互助性を意識して、勤務時間内はもちろん、勤務時間外であっても、信義誠実な態度で相互に気持よくコミュニケーションすることを心がけましょう。常識に基づいて誠実な態度で正直な発信を心がけ、自分の発信した情報に責任を持ってください。

1-9.批判的な相手、攻撃的な相手には冷静に対応しましょう。

批判されたり攻撃を受けた場合には感情的な対応は控え、冷静に対応しましょう。自分が絶対に正しいと思うことは危険です。上長やSMP運営委員会に相談する等して冷静に対応してください。また自分に非がある場合は、相手の批判を無視せずに誠心誠意対応しましょう。

1-10.一個人の意見であることを明示しましょう。

個人の自由な意見は尊重しますが、【組織名】の見解と誤解されないように注意しましょう。もしあなたが自己紹介欄等に【組織名】の従業員であることを記載している場合や記載していなくても履歴等から【組織名】の従業員等であると推定可能な言動をしている場合には、第三者からはあたかも【組織名】の見解であるかのように見えてしまいますので、特に注意してください。

【組織名】の見解を発信することは、【組織名】から認定された公式アカウント運用担当者だけに認められています。認定を受けていない場合は必ず一個人の意見であることを明示し、【組織名】や取引先等に迷惑がかからないように常に注意するよう心がけましょう。

自己紹介欄等に【組織名】の従業員であることを記載している場合、記載していなくても履歴等から【組織名】の従業員等であると推定可能な言動をしている場合には、自己紹介欄等に以下のような免責文を記載してください。

「ここに記載されている内容のすべては私一個人の意見であり、【組織名】の見解とは無関係です。」

1-11.正しい判断を行うために積極的に社内研修に参加しましょう。

SMに限らず、顔が見えないネット上のコミュニケーションでは誤解が生じる可能性があります。また日々SMは進歩し新しい機能やサービスが提供されています。【組織名】がSMに関する社内研修を行う際は積極的に参加するようにしましょう。【組織名】は自発的な勉強会や意見交換会の開催を推奨します。

資料2

【組織名】から公式アカウント運用担当者の認定を受けた皆さんへ

【組織名】の公式アカウントや【組織名】の Web サイト等の管理運営を【組織名】から認定されている公式アカウント運用担当者としての従業員等（以下公式アカウント運用担当者という）が、【組織名】名義の公式アカウントを用いる際は、上記の原則に加えて次の原則も遵守してください。

2-1. 【組織名】を代表していることを自覚しましょう。

SM を用いる際に【組織名】を表示するには【組織名】から公式アカウント運用担当者として認定を受ける必要があります。公式アカウント運用担当者たる従業員等は【組織名】を代表して情報発信を行うことの責任と影響の大きさを自覚しましょう。

2-2. 透明性の高いコミュニケーションと情報の正確性を追求しましょう。

SM における透明性は信頼の根幹です。透明性は一個人として情報発信する際にももちろん求められますが、公式アカウント運用担当者として情報発信する際は特に注意しましょう。また伝聞や推測に頼らず、正確な情報を発信してください。どんなにささいな事であっても、不明なことがあれば必ず関係者に確認を取りましょう。少しでも疑問が残るなら発信しないでください。また情報の出典は可能なかぎり明示することを心がけましょう。

2-3. 常に相手への配慮を忘れないようにしましょう。

特定の組織、商品、人物等に言及する際は、その評価によって相手に不利益が生じないように配慮しましょう。相手に与えた不利益は、いずれ【組織名】への不利益となって戻ってきます。

2-4. 相手への敬意を忘れずに、不快に思われる言動はやめましょう。

相手への敬意を忘れないでください。特に言動に注意しましょう。人種や性別等の差別を助長するような言動、特定の個人や集団への誹謗中傷、SPAM やそれに類似する行為、猥褻な表現をはじめ、相手が不快に感じる言動は厳禁です。また政治的宗教的話題等、影響範囲が大きく慎重な対応が求められる場合は自分だけで判断せず、SMP 運営委員会に相談する等して、慎重に対応してください。

2-5.訂正の際は注意事項に従いましょう。

ミスがあった場合は上長や SMP 運営委員会等に相談の上、指示に従ってください。原則として、ミスした発信履歴を残した上で、お詫びの訂正を発信しますので、ミスした部分を自分の判断で勝手に削除したり、訂正したり、改変しないでください。ただし、差別的な発言をしてしまった場合のように、履歴を残すことが不適切と考えられる場合は、SMP 運営委員会等の判断で、履歴に残すことが不適切な発言があった旨のコメントを添えた上で、削除訂正することがあります。

2-6.迅速な対応を心がけましょう。

基本的にコメント等へのフィードバックには迅速かつ真摯に対応しましょう。迅速な対応は信頼につながりますので、タイムリーなコミュニケーションを心がけてください。

2-7.SM を利用する目的と対応できる範囲を明示しましょう。

公式アカウントの自己紹介欄には、どのような立場で、どのように公式アカウントを用いるのかを明記し、問い合わせ先の連絡先を記載しましょう。SM から回答することが望ましくない慎重な対応が求められる場合には、上長、SMP 運営委員会、問い合わせ先等に報告の上、対応を協議してください。慎重な対応が求められる場合は、迅速な対応よりも慎重な対応を優先します。目的外の問い合わせに対応するために以下のような定型文を公式アカウントの自己紹介欄に記載してください。

「このアカウントは〇〇が、××の目的で運用しています。この目的以外のお問い合わせについては、以下のお問い合わせ窓口からご連絡ください。」

2-8.有益な情報が期待されていることを理解しましょう。

相手は公式アカウント運用担当者であるあなたから有益な情報が得られることを期待しています。情報発信を行うときは、その情報が相手の役に立つことを心がけましょう。あなたの情報発信によって相手の知識が増え、スキルが高められるような、有益なコミュニケーションが期待できます。【組織名】のイメージ向上につながるような情報発信を心がけてください。

2-9.公式アカウントやパスワードをしっかりと管理しましょう。

自分が預かっている公式アカウントはしっかりと管理しましょう。チームで公式アカウントを運用する際は公式アカウントの人格の同一性に注意してください。またチームで定期的にパスワードを変更したり、上長やチームのメンバとの間で公式アカウントやパスワード情報を共有するようになしてください。もしあなたが一人で管理していると、パスワードを忘れたような場合、二度とその公式アカウントが利用できなくなるかもしれません。

2-10.チームで公式アカウントを管理運営するときは必ず発言者を記録しましょう。

チーム等、複数人で公式アカウントを管理運営する場合、発言者を記録して自分の発言に責任をもつようにしましょう。

2-11.SMの利用場所と機器に注意しましょう。

公式アカウントは【組織名】から貸与された端末からのみログインするようにしてください。【組織名】から貸与されたスマートフォン等、携帯可能な端末については社外での置き忘れや盗難に十分注意してください。

またカメラやマイク等を用いる際は、オフィス内部や機密事項が写り込まないように、社内の音声は外部に漏れないように注意しましょう。

一般社団法人インターネットコンテンツ審査監視機構
調査研究委員会 ソーシャルメディア・ポリシー検討WG

主 査： 齋藤 長行 青山学院大学総合研究所
ヒューマンイノベーション研究センター 客員研究員

委 員： 太駄 健司 株式会社アサツーディ・ケイ
コミュニケーションチャンネルプランニング本部 デジタル・マーケティング局

小川 亮 株式会社インデックス モバイルマーケティング部

桃澤 隼人 ピットクルー株式会社

比留川 隆祐 青山学院大学

事務局： 松原 卓 一般社団法人インターネットコンテンツ審査監視機構
代表理事付

発行者：一般社団法人インターネットコンテンツ審査監視機構
〒141-0022 東京都品川区東五反田1-9-4 五反田宏陽ビル 2F
TEL: 03-5739-1601 FAX: 03-6277-3116
URL <http://www.i-roi.jp/>