

ソーシャルメディア・ポリシー策定の手引

SAMPLE

「ソーシャルメディア・ポリシー策定の手引き」ご希望の方は、
当機構ホームページのメールフォームよりお申し込みください。

一般社団法人インターネットコンテンツ審査管理機構 (I-ROI) ホームページ

<http://www.i-roi.jp/>

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秘密情報を漏れさせたり、不用意な発言が原因で取引先や顧客とのトラブルが生ずる等の事例が頻発している。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

**「ソーシャルメディア・ポリシー策定の手引き」ご希望の方は、
当機構ホームページのメールフォームよりお申し込みください。**

一般社団法人インターネットコンテンツ審査管理機構 (I-ROI) ホームページ
<http://www.i-roi.jp/>

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