



## SNS時代のビジネスマナー ～思わぬ炎上を招かないために～

近況の報告や連絡のやり取りなど現在のコミュニケーションツールとして欠かせない交流サイト「SNS\*」。しかし、言うまでもなくインターネットは世界中に開かれており、個人が友達同士で楽しむつもりで送信した投稿でもあっという間に世界中に広まってしまいます。使い方を間違えると思わぬ炎上を招きかねません。

では、社会人としてSNSにはどこまで載せていいのか考えてみましょう。

※インターネット上の交流を通じて、社会的ネットワークを構築するサービスのこと。(Facebook、Instagram、Twitter、LINEなど)

### ■業務上知り得た情報はSNSには投稿しない

社会人のSNS利用で意識すべきことは、会社に所属することで責任が自分の会社に及ぶ点です。情報漏洩や業務遂行違反など、何かとニュースに取り上げられるSNSですが、問題になる・ならないの線引きは難しいものです。以下の例ではどうでしょうか。

・Facebookでプレゼンの準備中の様子を公開

・Instagramで会議の画像をアップ

プレゼンの準備を頑張っている姿をニックネームで登録しているSNSに載せること。これだけ聞くと個人の範疇とも思えます。しかし、プレゼン相手の会社や準備の進め方、載せた本人などが特定できてしまう場合、会社の機密情報漏洩になる可能性があります。実名ではないSNSでも個人名やプレゼン相手の会社名が特定できるものは、原則控えるべきです。また、画像は背景に写っているモノや人物にもチェックが必要です。もちろん、ハッシュタグなどにプレゼン相手の名前や会議名を入れるのは言語道断です。企業の特定制点から考えますと、プロフィールに会社名を載せることは企業の特定制点につながるため控えた方がよさそうです。

過去には、飲食店やサービス業の従業員が芸能人のプライバシーを侵害したり、アルバイトの店員が調理器具や食材を使って悪ふざけした写真を投稿して店側が謝罪する事例がありました。「そんなつもりではなかった」としても、何気ない投稿が思わぬ結果になり、会社の信頼を失墜させ、会社に多大な迷惑をかける可能性もあります。基本的には、業務上知り得た情報や仕事にかかわることはSNSには投稿しないこと。職業倫理や守秘義務に触れる投稿は避けなければなりません。

SNSは不特定多数の人が見ることを認識する必要があります。投稿する前に一度冷静になって内容を確認する必要があります。(八木陽子)

### SNSの投稿で気を付けるべき内容

「新入社員研修が退屈」「同僚の分まで残業してる…」と仕事の愚痴をつぶやく

⇒企業の評価を下げることにつながるため、会社の批判は避ける

「うちの会社のこの商品、めちゃくちゃおいしい！」と自社の製品を褒める

⇒広告であることを隠して宣伝するステルスマーケティングになる可能性

「今期は業績が好調でボーナスが増えるらしい！」

⇒インサイダー取引に抵触する恐れ

「今日は〇〇県に出張に来たついでに観光しますと写真とともに投稿」

⇒場所から取引先が特定されることも。コンペや入札に臨んでいる場合にも注意

「今日は忙しいから会社でランチ」と社内でも撮影した写真とともに投稿

⇒職場内の写真には書類や掲示物の写り込みがないかを確認する

資料：2019年1月16日付日本経済新聞より抜粋