

SNS(会員制交流サイト)の取り扱いについて

フェイスブックやツイッターなどいわゆる SNS の利用に関し、社内規定やガイドを作成したり、社員教育も実施する企業が増加しています。先日も某飲食チェーン店でアルバイトの店員が勤務中に不適切な動画を SNS に投稿し、企業が謝罪文を公表したという出来事があり、同様の事件が後を絶ちません。

1. 企業に対するリスク

SNS に不適切な書き込みや投稿がされたことによって企業が被る可能性のあるリスクとしては次のようなものがあります。

社会的責任

- ・従業員教育の欠如やコンプライアンス違反などを理由とした、社会的責任を追及される可能性があります。

イメージダウン

- ・マスコミなどに取り上げられたり、問題を起こした店舗が特定されることによって企業の信頼性が大幅に低下する可能性があります。

情報漏洩

- ・取引先や顧客の情報が漏洩することにより、個人情報保護法などの点から法的に追及される恐れがあります。

2. 従業員の SNS 利用とどう付き合っていくか

日本国憲法第 21 条によって言論の自由、表現の自由は保障されていますが、憲法は国民が持つ最低限の権利を保障するものであって、“公共の福祉”や“公序良俗”に反しない限りにおいて認められるものですので、表現の自由だから何をしても許されるというわけではありません。



スマートフォンの保有率は、20 代、30 代で 90% 以上、13 歳～19 歳でさえ 80% 近くに上り、ほぼすべての人が手軽にインターネットに接続できる環境にあるといえます。

そのような中で企業ができる対策としては、①SNS の投稿に関する条項を就業規則に加える、②SNS 利用に関する誓約書の提出を従業員に求める、③アルバイトを含めた全従業員に対して継続的な教育を行う、といったことがまず考えられます。

①に関して補足しますと、従業員個人が SNS に不適切な投稿をした場合、もしもそれが会社の管理が及ばない勤務時間外の私的な行為であったとしても、「企業秩序維持の観点から許されない行為と認められる場合」には、懲戒対象とすることができます。

失った信用を取り戻すのは容易ではありません。この機会にぜひ一度ご検討ください。