

ソーシャルメディアポリシーの厳守

ソーシャルメディアポリシーのポイント

- ・企業アカウントの利用・運用に関するコンテンツの内容や姿勢、管理方法
- ・役員、従業員、協力社員の情報発信に対する自覚と責任
- ・個人情報保護法やプライバシーの権利を守るという意識の向上
- ・企業の著作物を第三者が使うこと場合と、企業が外部の著作物を使うときの方法
- ・口外してはいけない企業情報を公表しない、知的財産の保護
- ・こういった内容が誹謗中傷にあたるのかの認識する
- ・ネット上での情報共有する場合の特性を理解する



ビジネスの現場でも活用されている SNS は、Facebook 社が個人データの漏洩事故で世間を賑わせたようにセキュリティリスクもかなり高く、ビジネス上での使用は、個人任せじゃなく、会社としても注意が必要です。

Twitter などのように、誰でも気軽につぶやいたり、簡単に投稿できる SNS も多いため、企業のアカウントに限定せず、役員や社員、協力会社に対しても、個人的に使用しているソーシャルメディアであっても、気を付けるべきその利用に関する行動指針として、「ソーシャルメディアポリシー」を定め、厳格化する必要があります。

この中で、ソーシャルメディアが不特定多数のいろんな利用者がアクセスでき、基本的に一旦発信した情報は削除しきれないというリスクと、その書き込みやコメントが少なからず世の中に影響を与えることを意識して、誤解を与えないように注意するよう各個人にも自覚と責任が求められます。

ソーシャルメディアでは、「ステマ」がよく問題になりますが、これも認識が低い人が誤解を与えてしまったりすると危険です。ステマとは、ステルスマーケティング（Stealth Marketing）のことで、SNS などで宣伝と気づかれないようにして、宣伝行為をすることです。インフルエンサーと呼ばれる芸能人などのつぶやくだけで影響力がある人が、宣伝と明記せずにさも自分が購入してよかったから投稿したというケースが話題になっていますが、そのインフルエンサーがその宣伝の代償として金品をもらっていたとしたら、それは消費者を騙しているという見方もできます。現在は、#PR などのハッシュタグを付けるなどして、有名人も気を付けているようですが、インフルエンサーでなくても企業の担当者が、一般人として無意識に自社製品をこう評価して発信してしまうケースもあります。そうしたステマ行為を行う裏の業者にお金を払って頼んでしまう場合は論外ですが、友人などに頼む場合など、自社製品が高評価されることは良いことだと思い込んでいる場合、担当者には罪意識がないことが多いです。最近は、素人でも影響力がある人も多く、ひとたびステマではないかと噂になるだけで、真実がどうであれ、企業の信頼は簡単に失墜してしまいます。

ソーシャルメディアは、ユーザとのコミュニケーションを通じて絆が深くなり、企業のブランド力を向上させるなど、適切な情報発信、情報共有が図れるのであれば、マーケティングの観点からもメリットは大きいです。

単にリスクを恐れて、ソーシャルメディアの活用を避けるのではなく、ソーシャルメディアポリシーを正しく意識して、企業も個人も有効活用すべきです。