

Zeal Communications

SNS教育のプログラム策定 ポイント4つと実施例



目次

● SNS教育の意義や効果とは？	3
● SNS教育の対象者と目的を決める	4
● 対象者ごとのプログラム策定ポイント① 新卒入社社員の場合	5
● 対象者ごとのプログラム策定ポイント② アルバイト/パートの場合	6
● 対象者ごとのプログラム策定ポイント③ SNS運用担当者の場合	7
● 対象者ごとのプログラム策定ポイント④ 中高年社員の場合	8
● プログラム策定の例①	9
● プログラム策定の例②	10
● ジールコミュニケーションズのSNS研修サービス	11
● 会社概要	12

SNS教育の意義や効果とは？

従業員に向けてSNS教育や研修を実施する企業が増えています。
具体的に次のような効果が期待できるため、リスク発生の可能性がある場合は必ず実施をすることをおすすめします。



コンプライアンス対策のため

従業員が不適切なSNS利用をしてしまったり、第三者のSNSから従業員の言動が告発されたりと、あらゆるコンプライアンス違反はSNSから発覚することが多くなっています。その為、コンプライアンス研修の一環としてSNS教育を実施する企業様も多いです。



情報漏洩の防止のため

不適切なSNSの利用は情報漏洩のリスクにつながる恐れがあります。
また、故意的なものだけではなく誤爆投稿や情報の写り込みによる漏洩などさまざまなリスクが想定できるためセキュリティ対策としても重要になります。



不当な使用者責任の回避

従業員の不法行為は民法715条で定められている使用者責任に問われる可能性があります。企業に直接的な過失がなくても損害賠償などの請求をされてしまう恐れがあるため、従業員個人が担っている責任について知ってもらう目的でも、SNS教育は必要だとされています。

SNS教育の対象者と目的を決める

どんな目的のもと、どこの部署、立場の従業員を対象としたSNS教育を行う必要があるのか明確にすることが大切です。同じ目的の教育でも受講対象者によって大きく内容が異なる場合があるため、プログラム策定の前に明確にしておきましょう。



新入社員に社会人としての
SNS利用リスクを理解してもらう



各支店のSNS運用担当者に
運用リスクを知って対策してもらう



中高年の社員に
SNSのハラスメントについて知ってもらう



パート従業員に向けて
就業時のSNS利用について教育する

対象者ごとのプログラム策定ポイント① 新卒入社社員の場合

新卒入社社員など、若年層の従業員はSNSの仕様や機能については詳しい人が多いです。
そのため、基礎知識ではなく社会人としての自覚と責任を持たせるためのプログラムを策定する必要があります。



☑ 事例を用いた解説

SNSのリスクに関してより当事者意識を持たせるために、近い環境で起こった炎上やSNSトラブルの事例を落とし込むことが効果的です。

例

- SNSへの投稿がきっかけで個人情報が特定されてしまった事例
- SNSでトラブルを起こしてしまった従業員が賠償金を払わされた事例
- SNS上で問題を起こして会社を解雇されてしまった事例
- SNSへの投稿がきっかけで刑事責任を問われてしまった事例



☑ 具体的な注意事項を明示

事例を用いてリスクについて理解を深めてもらったなら、具体的にどのような行動、設定、発言がリスクにつながるのか説明しましょう。

例

- アカウントは非公開にし、勤務先が特定できる情報は書き込まない
- 会社や業務に関わる投稿は禁止
- 制服や名札を着用している写真や動画の投稿は禁止
- 他社（者）への権利侵害や誹謗中傷はしない

対象者ごとのプログラム策定ポイント② パート/アルバイトの場合

アルバイトやパートの従業員を多く抱え、従業員の入替わりが激しい、学生が多い場合などは特にSNSの利用ルールが浸透しづらいです。下記のようにプログラムや伝え方工夫をすることがおすすめです。



✓ 短い時間で要点をまとめたプログラム

多くのアルバイト、パート従業員を抱えている場合はまとまった時間を長く取ることが難しいと思います。また、就業時間自体が短いこともあると思うので要点をまとめた簡潔なプログラムがおすすめです。

例

- SNS利用時の禁止事項と設定ルール
- 投稿してはいけない内容
- 投稿してしまった場合どうなるのか（リスクの啓蒙）
- 万が一ルールに違反した場合の罰則等



✓ 個人への影響を伝える

正社員と比べて組織への所属意識が低く、勤務先に与える影響に関して無関心であることも考えられます。その為、「自覚や責任」といった言葉ではなく、「自身のその後の社会生活への影響」などをポイントとしたプログラムが有効と言えます。

例

- 就職や結婚、ローン契約などへSNS上のトラブルが影響することもある
- 特定されて、顔写真・本名・学校名・住所などが晒されるかもしれない
- 家族や身近な人への影響
- 誹謗中傷による心的苦痛

対象者ごとのプログラム策定ポイント③ SNS運用担当者の場合

SNS運用担当の場合は、社内の誰よりもSNSのリスクについて知っておく必要があります。運用を開始したばかり、担当者が1人しかいないなど、社内のノウハウに不安がある場合は外部業者に依頼する方法もあります。



☑ 運用を属人化させないための教育プログラム

炎上が起こる原因の1つに担当者1人に属人化してしまっている運用環境が挙げられます。そのような状況にならないように、SNS教育を受けることで運用の質やレギュレーションを明確に保つことが大切です。

- 例
- 各SNSプラットフォームの特性を理解するための内容
 - 他のユーザーとコミュニケーションを取る際のリスク注意点
 - 権利侵害、コンプライアンス違反に関する内容
 - トラブル発生時の対応方法など



☑ 必ずリスクのトレンドを押さえておく

SNSリスクは、トレンドをはじめとする外的要因が大きく影響しています。そのため一度策定した教育プログラムをアップデートすることなく利用していると、最新のリスクに対応できていない可能性があるため、必ず最新の情報を押さえておくことが大切です。

- 例
- 最新の炎上事例
 - SNS上で話題になっている情報
 - 同業他社のSNS上での動向
 - プラットフォームごとの新機能やアップデートについて

対象者ごとのプログラム策定ポイント④ 中高年社員の場合

SNS教育が必要なのは若年層だけではありません。デジタルネイティブではない世代に向けた研修の場合、SNSの理解などの基礎的な知識から教育プログラムに取り入れることも必要です。



☑ SNSに関する基礎知識について

特にSNSとの関わりが少ない社員がいる場合は、利用時の注意やリスク、設定方法など基礎的な内容からプログラムに追加しましょう。

例

- 各SNSの特徴
- 拡散や個人情報特定によるリスクについて



☑ ソーシャルメディアハラスメントへの対策

ソーシャルメディアハラスメントとは、SNSを通じたハラスメントのことです。SNS上での接触を強要すること、プライベートを干渉するような行為が該当し、SNSの利用に慣れていないと知らない間にトラブルに発展することもあるためプログラム内に追加しましょう。

例

- ソーシャルメディアハラスメントに該当する行為について
- 実際にあった事例

プログラム策定の例①

- 教育対象者 ▶▶▶ 新卒入社社員
- 企業の特徴 ▶▶▶ 全国に支店を持つBtoCメーカー
有名製品も多く販売しているためSNS上には様々な口コミ、投稿が見られる
- 実施目的 ▶▶▶ 同社社員として自覚と責任を持ったSNS利用を促し、企業としてのSNSリスクを抑制すること
- 課題/懸念点 ▶▶▶ 入社人数が多いため、SNS利用の統制を取ることが難しい
社名を明かしてのSNS利用や自社製品に関する不適切な情報発信を懸念している



1. 基本リスクとSNS研修実施の目的

まず知っている人も多いかもしれませんが、SNSの基本的なリスクを復習した上でなぜ入社時にこの研修を行うのか、会社としての意図や目的を話す

2. 炎上が発生しやすいポイント

どんなこと言動がきっかけとなり炎上やSNS上でのトラブルに発展する恐れがあるのか、事例をもとに解説
同じBtoCメーカーや近い環境で発生した事例を用いるとより効果的

3. 問われる責任について

刑事責任、民事責任、その他社会的責任など、SNSがきっかけでどんな責任を問われることがあるのか、例を挙げながら解説

4. 言動、設定における注意点

自社製品に関する情報発信を含め、SNS上ではどのような言動を禁止とするのか、どんな設定を推奨（義務）とするのかなどを、具体的な注意点として説明
また、自社に関する不適切な情報発見時の報告フローも落とし込む

プログラム策定の例②

- 教育対象者 ▶▶▶ SNS運用担当者
- 企業の特徴 ▶▶▶ 複数店舗を持つ飲食店
各店舗にSNS運用担当がいて、それぞれのルールに基づき運用をしている
- 実施目的 ▶▶▶ 全ての店舗で同じルールのもとでの運用体制移行するため、改めてリスクの教育を実施する
- 課題/懸念点 ▶▶▶ 現状厳密なルールがないため、中にはプライベートと店舗アカウントの境目が曖昧になってしまっているような投稿も見られる



1. 運用目的について

それぞれのアカウントが異なる目的で運用されないことがないよう、改めて運用の目的を確認する
ターゲットや目的不明の投稿は炎上しやすいため、他社事例とともに解説しても良い

2. 公式SNSからの炎上事例を分析

特に同業他社の事例や直近で起こった事例を分析し、
どのような投稿はどんなリスクへとつながる恐れがあるのかを解説する

3. 他ユーザーとのコミュニケーションによるリスク

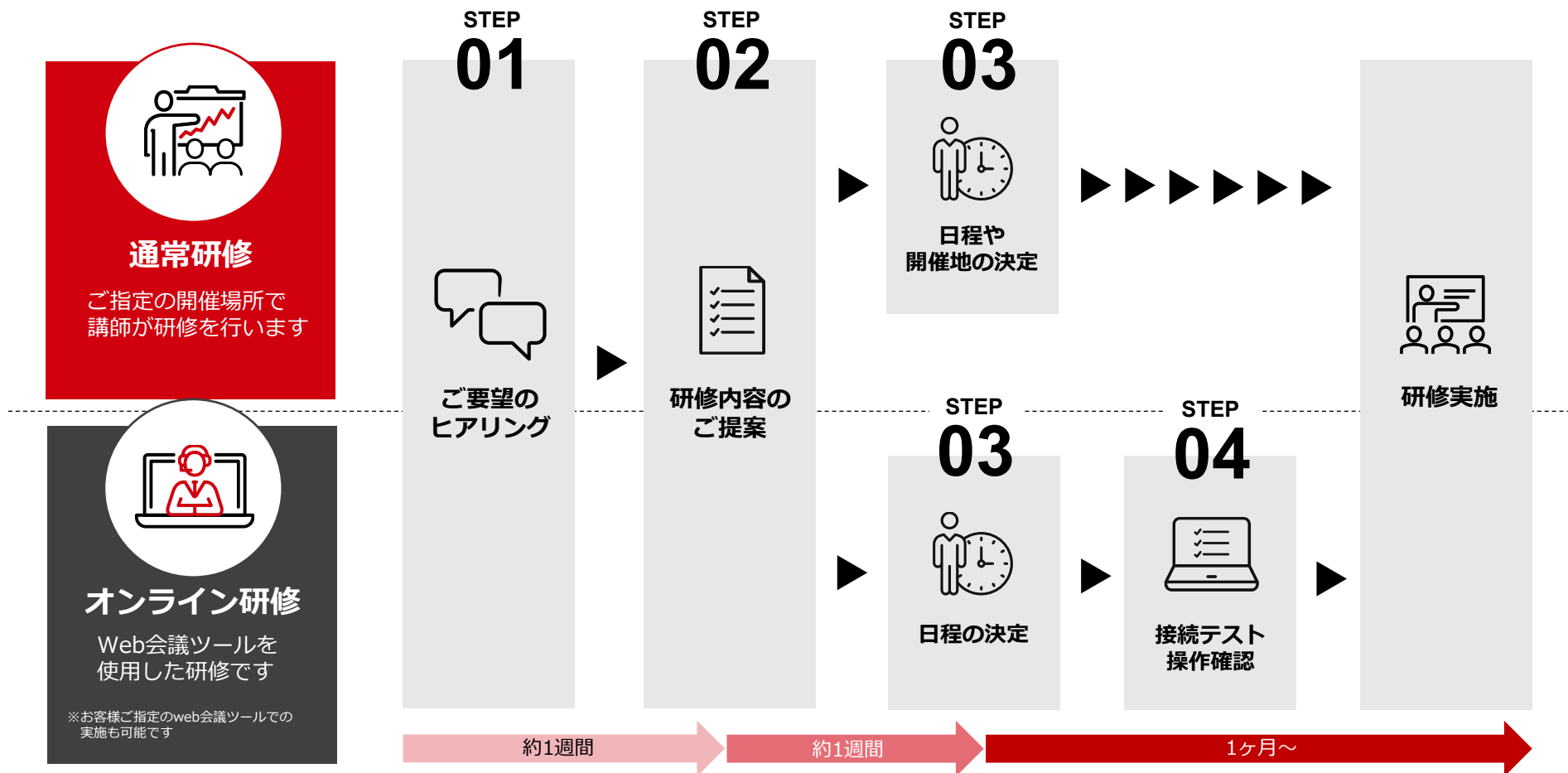
他のユーザーとどのようなスタンスでコミュニケーションを取るのか、
ルールの落とし込みと共にどんなリスクが想定できるか解説する

4. 最新のトレンドについて

どれだけ運用時のリスクや事例を分析しても、トレンドや最新情報によって
日々新しいリスクが想定されるため、最新情報を収集することの重要性を伝える

ジールコミュニケーションズのSNSリスク対策サービス

ジールコミュニケーションズではSNS研修サービスを含む、「レピュテーションリスクサービス」をご提供しております。弊社の研修サービスでは、事前にご要望をヒアリングしてからプログラムを策定するオーダーメイドのサービスです。



会社概要

会社名	株式会社ジールコミュニケーションズ
英語表記	Zeal Communications Inc.
所在地	東京本社 〒 150-0011 東京都渋谷区東2-16-10 渋谷東ビル TEL : 03-6433-5701 FAX : 03-6433-5702 受付時間 9:00~18:00 (土・日・祝日除く)
	大阪支店 〒 541-0048 大阪府大阪市中央区瓦町4-4-7 おおきに御堂筋瓦町ビル
資本金	8,000万円
代表取締役社長	藪崎真哉
設立	2008年10月
従業員数	170名
Web	www.zeal-c.jp
事業内容	デジタルリスク事業 HR事業

お役立ち資料のご紹介

サービス詳細資料や、デジタルリスク対策・SNS運用などに関する
お役立ち資料を**無料**でダウンロードできます



📄 資料をダウンロードする

無料セミナーのご紹介

参加費
無料

炎上対策やリスクマネジメントにご興味がある方へ
オンラインセミナーを随時開催しております



SNSの炎上防止対策やリスクマネジメントなどにご興味のある方に向けて、様々なテーマで無料セミナーを随時開催しております。

「デジタルリスク対策について具体的に話を聞きたい」

「個別に相談したい」という方も、セミナーの講師や弊社コンサルタントに直接相談できますので、お気軽にご参加ください。

👉 セミナーに参加する

お問い合わせ



企業様の問題解決を早期に導く 一気通貫のコンサルティングを体感してください

約5分で
お見積り

＼お急ぎの方はこちら／

 **03-6433-5701**

受付時間 平日9:00~18:00 (土日祝除く)

オンライン
商談OK

 お問い合わせ・お見積り

ご不明な点はお気軽にご相談ください

サービスの詳細や事例・実績などをご紹介



<https://zeal-security.jp/>