

# Zeal Communications

## ソーシャルメディアポリシー ガイドライン

作成のためのハンドブック



# 目次

---

---

● 本資料について	3
● ソーシャルメディアポリシー/ガイドラインの役割	4
● 策定のポイント【社内向け】	5
● 策定のポイント【社外向け】	6
● 作成のコツ① 想像しやすい文章	7
● 作成のコツ② 公式アカウントの運営方針	8
● 作成のコツ③ 社会における役割	9
● 作成のコツ④ トラブル回避のためのルール	10
● 作成後の注意点	11
● 会社概要	12

# 本資料について

---

---

---

本資料はこれからソーシャルメディアポリシー、  
ソーシャルメディアガイドラインを作成するご担当者様や、  
既存のポリシー、ガイドラインを見直したい  
企業様に向けて作成しました。

弊社が策定したソーシャルメディアポリシーをもとに  
作成時のポイントや注意点を解説していますので  
ぜひお役立ていただければと思います。

---

# ソーシャルメディアポリシー/ガイドラインの役割

ソーシャルメディアポリシーやガイドラインには大きく3つの役割があります。  
既に策定をしている場合でも、もう一度これらの役割が果たせているか見直してみましょう。

ソーシャルメディア上での  
炎上やトラブルを  
未然に防ぐこと



万が一トラブルが発生して  
しまったときの対応方法を  
明確にすること



ソーシャルメディアとの  
向き合い方を示し企業として  
信頼を向上させること



# 策定のポイント【社内向け】

社内向けのガイドラインやポリシーは、企業や所属する従業員のソーシャルメディアの利用についての統制を取るためのものです。対象者それぞれの目的とポイントを確認してみましょう。

	対象	目的	ポイント
社内向け	一般従業員	すべての従業員に対して正しいソーシャルメディアの利用を促すこと	内容に具体性を持たせ全従業員にきちんと浸透させること
	ソーシャルメディア担当	公式ソーシャルメディアとして発信する情報の質の担保	担当者や時期によって内容が大きく変化したり、目的不明な情報発信がされたりするのを防ぐこと

# 策定のポイント【社外向け】

社外向けのソーシャルメディアポリシーは、企業に関わるステークホルダーやその他一般のソーシャルメディアユーザーに対して、利用におけるルールを示すためのものです。

	対象	目的	ポイント
社外向け	ステークホルダー	企業としての信頼向上	企業としてのソーシャルメディアとの向き合い方を明確に示すこと
	その他のソーシャルメディアユーザー	一般ユーザーとのトラブル回避とトラブル発生後の早期解決	ソーシャルメディア上のトラブルにおける責任の所在を明らかにすること

# 作成のコツ ① 想像しやすい文章

社内向けのガイドラインの場合、抽象的な表現で禁止事項を羅列しても想像がしづらく、効果を発揮できない可能性が高くなります。特にアルバイトやパートタイムの従業員が多い場合などは、次のように実際の行動が想像しやすい“例”を含むこともおすすめです。

## 例

ソーシャルメディアの利用においては常識やマナー、モラルをわきまえた行動を心がけてください。特に以下のような投稿、言動は禁止とします。

- ・ **相手を誹謗、中傷するような投稿や言動**  
例：「あのお客さん挙動不審だった」
- ・ **人種、性別、思想、信条等の差別、または差別を助長させるような投稿や言動**  
例：「だから女の人って困っちゃうんだよな」  
例：「うちの会社は〇〇新聞を取っている人が多くて嫌だ」
- ・ **挑発する、煽る、言い争うような投稿や言動**  
例：「あの会社業績悪いの納得」
- ・ **業務時間中の業務に関係のない投稿**  
例：「今日の仕事のお供はタピオカです」  
例：「絶賛二日酔いの中、出勤」
- ・ **単なる噂や噂を助長させる情報の投稿**  
例：「あの会社倒産するらしい」  
例：「上司が前職でパワハラしてたって聞いてビビってる…」
- ・ **職務上知り得た秘密や個人情報を含む情報の漏洩につながるリスクのある投稿**  
例：「〇〇株式会社が来月新商品でイチゴ味のチョコ出すらしい」  
例：「取引先の広告代理店で聞いたんだけど、芸能界の裏側黒すぎてやばい」  
例：「うちの会社は、来月から〇〇株式会社と取引をするらしい」

# 作成のコツ ② 公式アカウントの運営方針

公式アカウントの運営方針については情報発信時の注意点だけでなく、もし情報に誤りがあったときにどのような対応をするのかなど、トラブル発生後のリスクを最小限にするための記載も重要です。トラブル発生時に落ち着いて対応するためにも、できる限り細かいルールを策定しておきましょう。

## 例

### ■公式アカウントの運営方針について

当社で運営する各ソーシャルメディアについては、以下の運営方針に基づき情報の発信、およびユーザー様とのコミュニケーション活動を行います。

- ・常にお客様の声に耳を傾け、積極的なコミュニケーション活動に努めます
- ・各ソーシャルメディアが定めるルールやマナーに沿って参加いたします
- ・投稿には細心の注意を払い、誤った情報や誤解を与えるような情報を発信することがないように心がけます
- ・万が一発信した情報に誤りがあった場合、すぐに削除せず速やかにお詫びと訂正をいたします
- ・第三者の知的財産権を侵害することがないように、配慮を徹底いたします
- ・アカウントにお寄せいただいたコメントは全て拝読いたしますが、運営上すべてお返事することが難しい場合がございますので予めご了承ください

当社が運営する公式アカウントは次の通りです。これらのアカウント以外から発信された情報につきましては責任を負いかねます。

- Twitter公式アカウント @kabushikigaisha…
- Instagram公式アカウント @marumaru…
- Facebook公式アカウント @kabushikigaisha…



## 作成のコツ ③ 社会における役割

社会における会社の立場を踏まえた上で策定の目的を述べることも大切なポイントです。自社の事業内容や活動をもとにどのようなスタンスでソーシャルメディアと向き合っていくのかについて冒頭で示すことがおすすめです。

### 例

インターネットの風評被害対策を行う弊社（株式会社ジールコミュニケーションズ）の場合

#### 株式会社ジールコミュニケーションズのソーシャルメディアポリシーについて

近年、ソーシャルメディアが普及し、企業活動の一端を担いつつあります。

同時に従業員によるソーシャルメディア上での間違った発言や振る舞い、不用意な記述が大きな問題に直結するケースも散見されます。

株式会社ジールコミュニケーションズ（以下当社）では、ソーシャルメディアをお客様との関係を強化する有力な手段として捉え、

正しく活用していきたいと考えております。

企業を炎上や風評被害からお守りする私たちのような企業だからこそ、発信する情報の影響力の意味を十分に理解し、

自覚と責任を持って、情報を正しく伝える役割を担っていく必要があります。

今後も徹底した社員教育に取組み、人材育成に努めていく所存です。

当社では、以下に定める姿勢・行動や基本マナーを遵守します。

・  
・  
・

## 作成のコツ ④ トラブル回避のためのルール

「ソーシャルメディアユーザーの皆様へ」「皆さまへのご案内とお願い」というような形で、一般のユーザーに対する注意事項を記載することもおすすめします。第三者によって自社の利益が侵害されたり、ソーシャルメディアの利用が制限されたりした際のリスクヘッジとして有効です。

### 例

#### ■ソーシャルメディアユーザーの皆様へ

当社ではお客様、ならびにソーシャルメディアユーザーの皆様との良好なコミュニケーションを行うことを目的として各ソーシャルメディアへの参加をしております。

したがってソーシャルメディアにおいて、運営を妨げる、第三者の権利侵害するなど、当社が不適切と判断するコメント、投稿、行為があった場合、当社の判断により当該コメント等の削除、アカウントのブロック等を行う場合があります。あらかじめご了承ください。

また当社従業員がソーシャルメディアで発言する情報は、当社公式アカウントでの発言を含め、必ずしも全てが当社の公式発表・見解を表すものではありません。

当社の公式発表・見解については、ニュースリリースをご覧ください。

<株式会社〇〇コーポレートサイト> <https://www.△△△/□□□>

<ニュースリリース一覧> <https://www.〇〇〇/×××>

# 作成後の注意点

策定後、しっかり機能させることが重要

策定後、ポリシーやガイドラインをしっかりと機能させるために、次のことに注意しましょう。

## 01 社外へ公開する

社外に向けて作成したソーシャルメディアポリシーの場合は、対象者が目にすることができる形で、きちんと公開する必要があります。

## 02 社内への共有と落とし込み

策定後は研修を実施するなどして、全従業員に浸透させなければ意味がありません。社内に浸透させることができていなかったために、ネット炎上が起きてしまった事例も多いです。

## 03 定期的なブラッシュアップ

ソーシャルメディアには日々新しい機能やツールが生まれ、インターネット上のトレンドも変化しています。現状のポリシーやガイドラインがそのリスクに対応できているものかどうか確かめ、ブラッシュアップしていくことが大切です。

# 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	<a href="http://www.zeal-c.jp">www.zeal-c.jp</a>
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

＼お急ぎの方はこちら／

約5分  
お見積り

 **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/>