SNSを巡る企業リスクと法的知識・対応策

～マーケティング利用に伴うリスク対策～

フランテック法律事務所　代表
武蔵野大学法学部・大学院教授
弁護士　金井　高志

©2015 Frantech Law Office. All Rights Reserved.

目次

I　ソーシャルメディア利用に伴うリスク
１ ソーシャルメディアの意義
２ インターネットの特性とソーシャルメディアの特性
３ ソーシャルメディアに関するリスク
４ 企業のソーシャルメディアリスクのユーザによる分類

II　ソーシャルメディア利用のメリット・デメリット
１ ソーシャルメディアをビジネスで活用するメリット
２ 炎上事例

III　公式アカウント運用上の注意点
１ ソーシャルメディアマーケティングの定義
２ 公式アカウント担当者向けガイドラインに記載すべき１１項目
３ 運用上の留意点
４ ソーシャルメディアマーケティングの法的留意点

IV　トラブル発生時の留意点
１ 不適切な情報を発信した場合の対応
２ 事態収拾に向けた広報対応

V　まとめ

©2015 Frantech Law Office. All Rights Reserved.

Ⅰ ソーシャルメディア利用に伴うリスク

１ ソーシャルメディアの意義

広義：ユーザが情報を発信し、形成していくメディア
Consumer Generated Media（CGM）、User Generated Media（UGM)

狭義：Web上で提供されるサービスのうち、ユーザの積極的な参加・情報発信によって成り立ち、ユーザ間のコミュニケーションを主要な価値として提供するサービスの総称

①情報発信＝CGM・UGM（ブログ、YouTube）

②コミュニケーション

a) バーチャルの利用者間（ネット上での友人・知人であり、実名・匿名を問わない）（例：オンラインゲームのSNS、mixi）

b) リアルの利用者間（実際の友人・知人間）（例：Facebook）

©2015 Frantech Law Office. All Rights Reserved.

Ⅰ ソーシャルメディア利用に伴うリスク

２ インターネットの特性とソーシャルメディアの特性

【インターネットの特性】

広域性・・・広域にわたり情報伝達できる

速報性・・・瞬時に伝達できる

蓄積性・・・一度掲載されると消すことが難しく半永久的に残る

匿名性・・・匿名で情報発信できる

双方向性・・・双方向での情報のやり取りが可能

【ソーシャルメディアの特性】

ユーザの匿名性・実名登録

情報発信速度の高速化

発信された情報内容の拡散速度の高速化

©2015 Frantech Law Office. All Rights Reserved.

Ⅰ ソーシャルメディア利用に伴うリスク

３ ソーシャルメディアに関するリスク

（1）レピュテーションのリスク

レピュテーション：「評判」「名声」「噂」「風評」

コーポレート・レピュテーション：ステークホルダーによる会社（経営者と従業員の過去の行為）に対する認知の集積または企業評価

負のコーポレート・レピュテーションのリスク：不祥事などにより企業評価（社会的信頼）を落とす要素としてのコーポレート・レピュテーション。企業評価の低下による損失を発生させる危険

（2）情報漏えいリスク

従前の主な情報漏えい事案・・・営業秘密や個人情報の持出・流用・漏えい

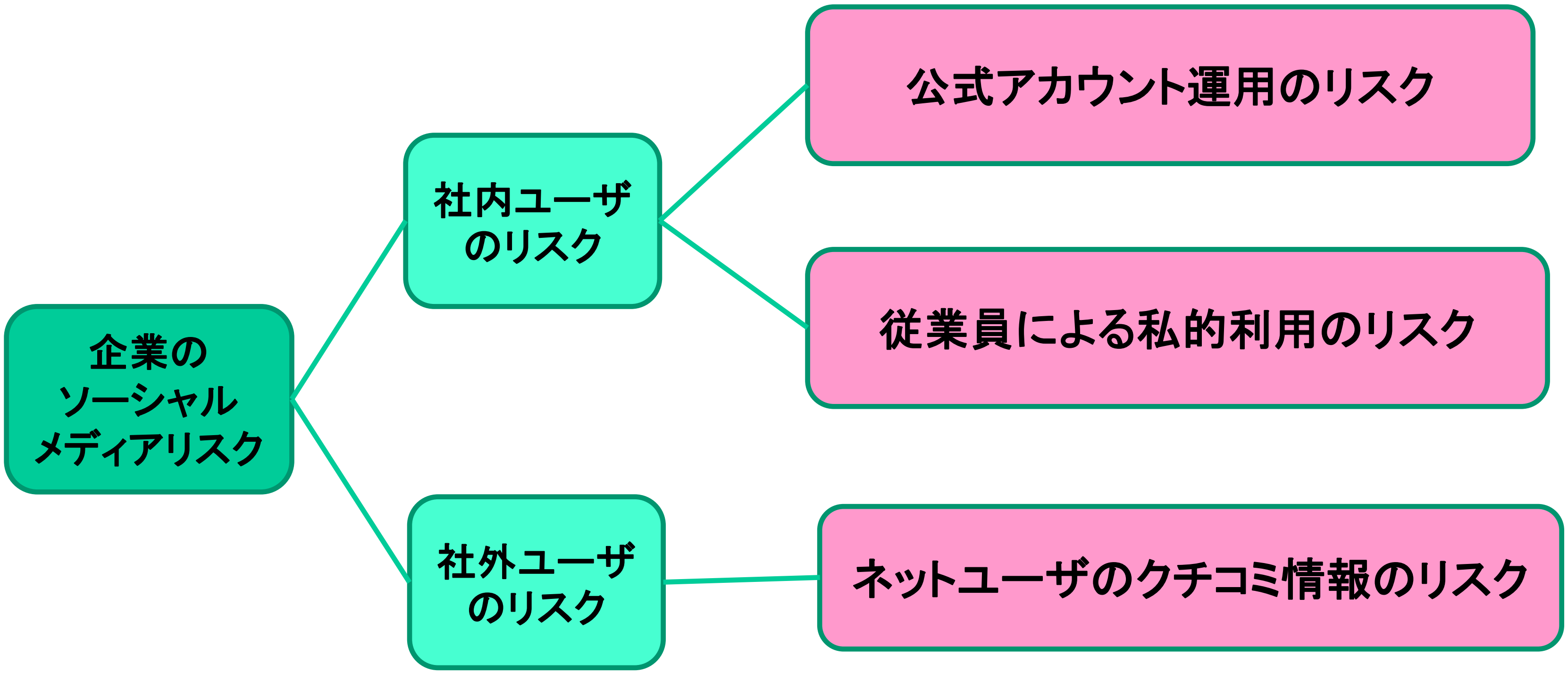
近時多発する情報漏えい事案・・・営業秘密には当たらない社内情報の開示

例）顧客の来店情報、営業活動情報、人事関連情報、給与・賞与情報、セクハラ・パワハラ、他の社員のプライバシー

©2015 Frantech Law Office. All Rights Reserved.

Ⅰ ソーシャルメディア利用に伴うリスク

４ 企業のソーシャルメディアリスクのユーザによる分類



©2015 Frantech Law Office. All Rights Reserved.