



SNSトラブルを巡る コンプライアンス管理①

〒810-0042 福岡市中央区赤坂1-12-15赤坂門プライムビル9F

TEL 092-738-8760 FAX 092-303-8560

<https://jwater-group.com/law/>

WEBサイトにて
最新情報をお届けしております



SNSの炎上事例



パートナー弁護士
認定実務IPO
プロフェッショナル

橋本 道成

SNSの炎上事例は数えればきりがありません。

今回はSNSで炎上しないようにするためにどのようなことに心がければよいのか、また、炎上してしまった場合にどのような対応をすればいいのか、について記載をしていきたいと思います。

その前に、どのような炎上事例があるのか、ということを紹介していきたいと思います。

まず、最近よく見られるものがジェンダーに関わるものです。性的な描写を連想させるということで炎上したり、女性蔑視ということで炎上する事例が多くみられます。

インスタントラーメンを販売する会社のツイッターで、母親の外出中に父親と子どもでインスタントラーメンを作つて食べたというマンガで、最後に外出から帰ってきた母親が父親と一緒に洗い物をしたというシーンがあったため、女性は洗い物をしろということかという女性蔑視のような批判を受けたものもあります。

また、なかには、東京都が「TOKYO女子けんこう部」というコンテンツを紹介したことについて、タイトルの「けんこう」をあえてひらがなで表記しているのは女性が男性よりも知的に劣るという偏見を助長するというような批判がなされたこともあります。

また、会社の公式アカウントからではなく、従業員の個人投稿であったにもかかわらず、会社が謝罪することになったケースもあります。

たとえば、自動車販売会社の社員が、店内で電動車いすに乗つてふざけている動画をSNSに投稿した結果、障礙者をまねをして遊んでいるとの批判を受けて、会社がホームページに謝罪文を載せたことがあります。

他にもコンサル会社の社員が、勤務先を明かしたSNSで、給与や待遇にこだわる人とは働きたくないというツイートをして、労働者が会社を給与や待遇で選ぶのは当然という批判を受けた例もあります。

さらには、従業員ではなく、その家族が行ったSNSの投稿が問題となった例もあります。

たとえば、有名人が銀行に来店した際に、「〇〇さん 〇〇銀行〇〇支店ご来店 来店理由※〇〇」と、来店理由まで記載してツイートされたことがあります。これは、母親が銀行に勤めている女性がツイートしたもので、銀行がお詫びの文書を出す事態となりました。

このように、SNSの炎上と一言で言っても、会社の公式アカウントだけでなく、従業員やその家族の個人のアカウントに会社が巻き込まれるケースもあります。

そのため、会社としては公式アカウントの投稿をどのようにするか、というだけではなく、会社の従業員に対して、個人のアカウントの投稿も含めて、どのような投稿をしてはいけないのか、ということの意識づけを行っていく必要があることを示唆しています。



アソシエイト弁護士
認定実務IPO
プロフェッショナル

白田 晴夏

ルール作り

SNSの炎上事例を見てもうってお分かりのとおり、炎上の原因は会社や従業員の過失や意識の不足により生じるもののがほとんどです。

そのため、SNSの炎上を防ぐ対策としては、①ルールを作ることと②従業員の意識を高めるセミナーを行うことが考えられます。

まずは、ルール作りについて説明したいと思います。

SNSの炎上の中には、悪意に基づくものではなく、従業員が会社によかれと思って注目を集めようと炎上ぎりぎりの投稿をしてしまい、その結果、多くの批判にさらされるということもあります。そのため、どのような投稿を行うべきか、行うべきでないのか、どのようにチェックして投稿を行うのか、ということを決めておく必要があります。

では、ルールを作るうえでどのようなことを意識しておけばよいでしょうか。

3つ挙げるとすると、

- ① 明文化すること
- ② 意味が明確であること
- ③ 簡単に実行できること

があげられます。



ルールはまずルールが存在することを認識してもらう必要があります。そのためには、明文化しておくことが大前提となります。

また、ルールは従業員に守ってもらわなければ、意味がありません。

ですので、従業員の誰が見ても同じ意味になるよう、明確なものであることが重要ですし、守ってもらうためには簡単に実行できるものでないと意味がありません。

企業の信用にかかわるものであるため、複雑で長いルールを作成する会社もありますが、そのような場合、作成はしてみたけれど守るのが大変で、誰も守ってはいない、ということにもなりかねません。

それでは、どのようなルールを定めていくのが良いでしょうか。

会社の公式アカウントでの投稿を想定すると運用面と内容面とに分けて考える必要があります。まず、【運用面】では、投稿する担当部署を決めること、1人ではなく、複数のチェックを受けること、公式アカウントは専用の端末で投稿させ、個人の端末からは投稿させないこと（個人アカウントと混同することがないように）など投稿するまでのチェックの手順を定めておく必要があります。

一方、【内容面】では、どのような投稿をしてはいけないのか、ということを定めておく必要があります。

たとえば、ソーシャルメディア利用規程のひな型の一部を引用すると以下のようなことが遵守事項として定められています。

- ① 他人の名誉権、プライバシー権、肖像権、パブリシティ権、著作権、商標権その他第三者の権利を侵害する情報を発信しないこと
- ② 第三者の個人情報及びプライバシーに関する事項を含む情報を発信しないこと
- ③ 会社の商品又はサービスの広告を行う場合においては、不当景品類及び不当表示防止法その他の広告表示に関する規制に違反するおそれのある表示を含む情報を発信しないこと

（以下略）

ただし、これだけでは、どのようなものが該当するのか人によって受け止め方が異なるものもありますので、研修などでどのようなものが炎上に繋がるのかということを知ってもらう必要があります。

第3回オンラインセミナーのご案内 テーマ：Eコマースの法務

- ・日時 2023年11月8日（水）15時～15時30分
- ・URL <https://vivit.video/s/142/H650DuVIKGAT>



次回は、Eコマースの法務についてお話しします。

知らなかつたでは済まされない法規制や、多くの人がやってしまいがちな宣伝内容・宣伝方法におけるミスについて、具体例を交えつつお話しさせていただく予定です。

Eコマースの法規制や、法に抵触しない宣伝方法について知りたい方は、是非ご参加ください。

第4回オンラインセミナーのご案内
テーマ：スポーツ業界の法務 日時 2023年12月13日（水）15時～15時30分