

▷兵庫◁

古澤社労士・
行政書士事務所
代表

古澤 克彦



自社のどれくらいかの社員が、ブログやツイッター、フェイスブックなどのソーシャルメディアを使って情報発信しているのか、そして、社員がそこで何を書き、どんな画像や動画を掲

載しているのか、把握できているだろうか。

例えば、結婚式をサポ

トするウエディング会社の社員が、ある日は「今日の結婚式は私もハッピーになった!」と書き、また別の日は「今日は疲れた」と書いたとする。

例えば、営業

マンが「今日の営業はダメ

だった。話くらい聞いてくれてもいいのに何でだよ(怒)」と書く。

例えば、製造業の社員が

「新製品に関する社内プレスンでやっと社長のGOが

出た! 3月発売! 乞うご期待!」と書く。

「それはマズイ」、「それくらい良いだろう」。企業によって判断は異なるだろう。では、その判断基準は現在、全社員に理解され、社内ですべてできているだ

うか。

ソーシャルメディアは、

誰もが情報発信できるツ

ールであるとともに、コミュニケーションを図るツールとして、その利用が拡大し

ている。例示したような企業にとって発信されるとマズイこと、さらには企業秘密に関することを、社員自身は、仲間内の飲み会で盛り上がり愚痴をこぼすのと同じ感覚で、悪気なく、つ

いうっかり、全世界に向けて発信してしまっている。もちろん、過去にソーシャルメディアを介した情報漏洩が発覚した企業においても、その事実発生前には、一連のルールづくり(就業規則、企業秘密保持規程、ガイドライン)やポリシーの策定、誓約書の提出等を実施し、社員に周知するための教育も行ってい

ソーシャルメディア対策

た。就職・転職活動の過程で、入社前から必然的にソ

ーシャルメディアを利用していた社員が、自社に入社してくることも今後は増えるだろう。

今一度、企業は労務管理の基本に立ち戻り、必要な取組みを継続的に実行す

べきであり、その取組みを我

われ社会保険労務士は労務

管理の専門家として、今後

社労士のラザ