



短期連載

危機管理の
プロが教える

リスク マネジメント

便利なツールだからこそ
利用ポリシーを明確に

今回は、事務所経営上の外部リスクとして、地震や台風、感染症などの自然災害を取り上げて、その対応策について言及しました。安定した事務所経営をしていくうえでは、このような外部リスクだけではなく、セクハラ・パワハラなどのハラスメントや、能力や素行に問題がある従業員に対する対応など、社内に潜むリスクへの備えが必須です。

内部リスクは多岐にわたるため、各種リスクに応じた対策を講じる必要があります。今回は、昨今問題視されているSNS（ソーシャルネットワークワーキングサービス）の「従業員による発信に関するリス

士業事務所が講ずるべきSNS炎上トラブル回避策

SNS利用ポリシーの策定と 周知・徹底

情報漏洩や社会的モラルに反した投稿によって事務所や顧問先企業に甚大な被害を及ぼさないよう、SNS利用のルールを定めておく。規程には、事務所の従業員としてとるべき勤務姿勢や行動を記す。次に、どのような行為が禁止事項に該当するか明示。さらに、禁止事項に抵触する行為をした従業員の罰則について明確に記載する。

利用ポリシーに記載すること

- ・基本行動（事務所の従業員としての基本姿勢）
- ・禁止事項（機密情報の発信や口外など、どのような行為が禁止事項に当てはまるか）
- ・懲戒処分（禁止事項を犯した場合の罰則を明示）

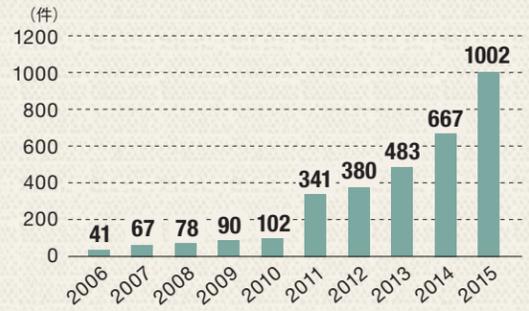


利用規程には私的時間にSNSを活用する際の禁止項目も策定しておきます。この規程は、つくっただけではいけません。周知徹底のための研修を行うなど理解を促してください。また、ルールを破った場合、どのような罰則が下されるか、はっきりと伝えましょう。

不適切なSNS投稿による 炎上件数が増加

SNSは誰でも気軽に投稿できる。そのため、モラルに欠けた行いを、たまたま近くにいた人に映像つきで投稿・拡散される危険も孕んでいる。一個人の投稿であっても、所属先の特定が容易にできてしまうため、炎上回避には、事務所の従業員としてどのような言動をとるべきか、行動規範を伝える研修も必要。

【国内における炎上発生件数の推移】



出典：総務省「情報通信白書」より、山口真一「炎上とロコミの経済学」（2018）

第2回 リスクマネジメント SNS編

規程・罰則・教育の徹底で SNS炎上を回避

TwitterやFacebook、YouTubeといったSNSは、認知拡大やブランディング、ファンづくりにおいて、士業事務所でも不可欠の時代に。その一方で、何気ない投稿が命とりになる恐れもあり、「炎上」してからは、取り返しのつかない場合も。そこで、危機管理対策のプロである田中直才氏が、SNS上での炎上防止策を解説する。



ク」について言及します。

SNSの発展は目覚ましいものがあります。手元にスマートフォンさえあれば、誰でも気軽に自分の考えを世の中に発信することができるようになりました。プライベートで差し障りのない発信をしているうちに問題ありませんが、世間から反感を買うようなモラルを逸脱した発信をすると、いわゆる「炎上」という状態になり、世間からバッシングの集中砲火を浴びることになります。

特に士業界のビジネスでは、「信用・信頼」が大事な要素ですから、SNSでの炎上トラブルは死活問題です。万が一、事務所と関わりがないところで一個人が炎上してしまい、その個人の所属先が特定されてしまうと、世間からの非難の目が所属先にも向けられる

など規程を整備する

顧客情報や人事情報など、事務所内で保有している機密情報は、事務所の公式アカウントはもちろん、個人アカウントでも発信を全面禁止とする規程を策定し、抵触する行為をしたものは懲戒処分と明示しておきます。また、ソーシャルメディア利用ポリシーなどを定めて、SNS使用に関する事務所としての考え方を明確にしておく

対策② 従業員に向けた研修の実施

一昔前に話題になりましたが、某外食店のアルバイト社員が、客に提供する料理をゴミ箱に入れる動画をSNSで公開し、炎上しました。これをきっかけに、ほかの外食店でも同じような動画が次々と発掘され、投稿される度に炎上し、報道されたりと、社会的に物議を醸しました。

誰が見てもおかしいと感じるところであっても、人はSNSに投稿してしまいます。それは、理性より承認欲求が勝ってしまうことが大きな要因の一つと考えられます。従業員に対してリスク研修をする際には、この点も念頭におき、一

ことになります。

また、顧客の経営数字や給与情報など、重要な個人情報も多く扱う士業事務所においては、従業員によるSNSの発信によって個人情報流失するといった事態は、絶対に避けなければいけません。軽い気持ちでSNSに投稿したこと、これまで事務所が築き上げてきたブランドイメージが一瞬にして崩れ去ってしまうリスクが、どの事務所にも内在しています。「SNSはプライベートなことだから」と、個人の自由に任せ

るのではなく、危機管理の観点から、事務所として何らかの対策を講じることが強く求められます。これらの対策として、大きく二つあげられます。

対策① ソーシャルメディア利用ポリシー

また、研修の際には事務所が策定したSNS使用に関する規程内容について、十分な時間をとって説明します。違反した際の懲戒処分として違反者に対して厳しい姿勢で臨むことを明確にしておきます。

以上、従業員の不適正SNSの発信に絞り、必要なリスク管理について言及しましたが、先述のとおり、内部要因に関するリスクは、不適切SNSだけではありません。事務所に内在するリスクをすべて洗い出し、それらに適切に対応していくことが求められます。

CHECK!

著書「中小会社の危機管理がわかる本」を抽選で5名様にプレゼント



プロパートナー読者アンケート回答で、リスクマネジメントのプロフェッショナル・田中直才氏の著書「中小会社の危機管理がわかる本」を抽選で5名にプレゼント！アンケートはこちらのQRコードからご回答いただけます。



→詳しくはP.79へ

HK人事労務コンサルティング
オフィス 代表 社会保険労務士/企業危機管理士
田中直才氏
たなかなおとし ● 大手製薬会社にて労組専従役員として従事後、コンプライアンス教育などを担当。これまでの経験を活かし2020年1月に開業。著書に「中小会社の危機管理がわかる本」（セルバ出版）など多数。