



社員のSNS利用、 会社にどんなリスクがある？

ツイッターやフェイスブック、インスタグラムなど SNS の利用が急速に広まる中、社員の SNS 利用について対策を講じる企業が増えています。社員の不用意な投稿がトラブルに発展し、企業に大きなダメージを与えるケースもあるからです。

社員の SNS 利用によって、企業にとってどのようなリスクがあるのか見ていきましょう。

情報漏えいや悪ふざけで炎上

SNS のトラブルで最も多いのは情報漏えいです。顧客として来店した有名人の個人情報を投稿してしまったり、投稿した職場風景の写真に個人情報や機密情報が写りこんでしまうといった例があります。

モラルに反する悪ふざけを投稿して大きな問題になるケースもあります。

特にツイッターは匿名で投稿できるため軽い気持ちで投稿してしまうよう

ですが、プロフィールや過去の投稿内容をヒントに個人名や勤務先が特定されてしまいます。

企業イメージの低下、廃業も

SNS は拡散力が強く、一度広まると取り消すことができません。不用意な投稿をしてしまったと気付いて投稿を削除してももう遅いのです。ましてや企業が気付いたころにはすでに大問題になってしまっています。爆発的に拡散されたものはネットニュースや個人のブログで取り上げられ、企業名で検索すればその不祥事の話ばかり表示されるといったことも起こり得ます。

一人の社員の不用意な投稿によって企業イメージの低下、顧客離れや株価の下落にまで発展することもあり、会社が謝罪や対応に追われる事態となるのです。

ちなみに、アルバイト店員が飲食店で不衛生な悪ふざけをしている写真を

SNS 関連の不祥事

銀行に勤務する母親から、来店した芸能人の免許証のコピーを入手したことを娘が投稿

ホテルのレストランに勤務するアルバイト店員が、スポーツ選手が女性タレントと来店したことを投稿

市役所職員が残業中の写真を投稿したところ償却資産申告書が写り込んでいた

看護学生が患者の臓器を撮影して投稿

ハンバーガー店の店員が床に積み上げたバンズの上に寝そべる写真を投稿

医薬品メーカーの社員が、飲み会で睡眠導入剤を酒に入れたエピソードを投稿



ツイッターに投稿して騒ぎになった事件では、店が廃業に追いこまれる結果となりました。

労働ひとこと

産業能率大学が公表した「新入社員の会社生活調査」の結果によると、課長以上（社長、役員、部長、課長）を目指す女性が 41.1% となり、2000 年度以降初めて 4 割を超えたことがわかりました。

なかでも「課長クラス」は 15.6%（前年比 + 8.2 ポイント）で 2000 年度以降最高となっています。2000 年度には約 75% いた「地位には関心がない」とする女性は約

57% に減少し、女性新入社員の管理職に対する意欲が高まっている様子がうかがえます。

一方で、実際の女性管理職の割合

女性の管理職は 増えている？

はどうでしょうか。「平成 29 年度雇用均等基本調査」の結果によると、課長相当職以上の管理職（役員を含む）に占める女性の割合は

11.5% で、前回調査に比べ 0.6 ポイント低下しています。

しかし、それぞれの役職に占める女性の割合は、部長相当職では 6.6%（前回比 + 0.1 ポイント）、課長相当職では 9.3%（同 + 0.4 ポイント）、係長相当職では 15.2%（同 + 0.5 ポイント）と、いずれもわずかに前回調査から上昇しています。

少しずつではありますが、女性活躍推進の結果が出つつあるのかもしれない。