従業員（正社員、契約社員、アルバイト含む）におけるソーシャルメディア利用規定

ソーシャルメディアでの発言は、友人たちとの軽いコミュニケーションと捕えがですが、友人による発言共有(retweet)を通じて発言が拡散することが多分にあり、１つの発言が数百万人に到達することもあることを強く意識しておく必要があります。

* 勤務時間中の利用について
会社によって任命された広報担当者および者以外は、会社によって指示があった場合を除いて勤務時間中にソーシャルメディアに発言してはいけません。
* 会社に関することについて
会社や会社が扱う商品やサービスについて決してブランドを傷つけることを発言してはいけません。社内の人間関係についての情報を決して発言してはいけません。これらは損害賠償請求の対象となります。
会社が進めている未発表の合併・提携・新商品開発などにつき発言をしてしまった場合には、不正競争防止法違反で訴訟の対象となります。
* 自社製品を個人的に発言すること
自社の商品やサービスについてソーシャルメディアや口コミサイトへ評判をあげるために一般消費者を装って良い発言を書くと消費者の誤解を招くとして「景品表示法違反」となる可能性があるため避けることが望ましいとされています。実際にサクラ行為として逮捕者がでて実刑判決が言い渡されています。
* 取引先や顧客とのトラブルについて
例え事実であったとしても取引先や顧客に対してのネガティブな行動・行為があったとしても、そのことに関して本人を特定されない発言であっても決して行ってはいけません。また「あほ」「奴隷」などネガティブな表現については先方から訴訟された場合、事実であっても名誉棄損の訴えが起きた場合、敗訴することが判例より明らかになっています。万が一発生した場合には解雇扱いになると共に、名誉棄損による損害賠償金(20～30万円が相場)は全額本人負担となります。
* プライバシー保護の観点
会社の事業所などへ著名人が訪問をしても広報部門が本人の許諾を得た上での書き込みの他はプライバシー保護の観点から発言してはいけません。
例：「芸能人の○○さんが来社なう」等

