

「ソーシャルであること」に伴うリスク

～従業員がソーシャルネットワーキングサイトを使用することに依るビジネス風評リスクについて～

ソーシャルネットワーキングサイト（SNS）は、家族、友人あるいは同僚とを繋ぐ新しいコミュニケーション手段となってきましたが、ビジネス・リーダ達は、これらのサイトのせいで、企業や従業員の評判が著しく損われる可能性があるのではないかと、危惧の念を募らせています。

米国大手会計監査法人グループの一つであるデロイトが実施した調査によると、調査対象となった従業員の45%が、Facebook、Myspace、LinkedIn、Plaxo、Twitter、並びにYouTube といった SNS に毎週1 回以上アクセスしていることが分かりました。実に75%の従業員が、こういった SNS の使用によって個別企業の評判がたやすく毀損されてしまう可能性があるだろうと回答したそうです。しかし、27%の人々は、コメントや写真あるいは映像を SNS に投稿することが、結果として倫理的な問題を起こすかもしれないことを、特に意に介していないと答えています。およそ1/3 以上の人々は、自分の上司や同僚あるいは顧客に対して特別な配慮することなく、SNS に参加していることも分かりました。

デロイトのシャロン・アレン会長は、企業経営者達に、こういった SNS に付随したリスクをもっと認識すべきであると警告しています。「オンライン・ネットワーキングの爆発的な成長により、新たに出現したバーチャルなコミュニティでは、職業プロフェッショナルとしての生活と私的生活との境界線が非常に曖昧になり、組織やブランドに対する潜在的な風評リスクが増大している」と、彼女はニュースリリースで述べています。また「個人が映像、写真、あるいは思想、経験や見聞した事柄を SNS で開示すること自体は、個人的な行為だと認めるが、反面、そうすることが組織や個人に対して、想像できない位広い範囲に倫理的な影響を与え得ることを自覚すべきだ」と箴言しています。

ビジネスリーダが、従業員の SNS 使用に関する会社方針なり、一定のルールを定めることを推奨すると共に、こういった SNS による企業風評リスクを未然に防止するためには、企業文化や企業価値の浸透を通して倫理観を醸成することが必要であると、この報告書は述べています。尚、この調査報告書のデータは、2,008 名の成人企業従業員への電話調査と、500 名の企業経営者へのオンライン調査（2009 年4 月実施）に依るものです。

<調査結果データの概要>

- 経営者の58%は、従業員の SNS 使用について、経営会議の議題として取り上げることに賛同しており、注意喚起程度でよいとする意見は、わずか15%しかなかった。
- 従業員の54%は、SNS に投稿される内容が、経営者と何ら関係ない事柄にすぎないと考えている。
- 経営者の40%は、従業員の SNS 上の活動を、彼らの自由であると認める代わりに、30%は、会社として非公式に SNS の監視モニタリングを実施していると言っている。また17%は、監視プログラムを公式に実施して潜在リスク低減策まで検討している。
- 61%の従業員は、**仮に経営者が、モニタリングを実施したとしても、SNS の利便性はそれ以上であるので、使用を禁じることはできない。**

- 49%の従業員は、仮にSNS使用に関する社内方針があっても、自分達の行動を変えないと思っている。
- 24%の従業員は、企業がそういった社内方針を持っているかどうか知らない。
- 15%の従業員は、自分達が全く同意できないような行為を経営者が行なっていることを知った場合、それらの事実をSNS上にコメントすると言っている。
- 一方、企業側も逆に次のような用途のために、SNSを利用しているという。
 - 事業、あるいはオペレーション戦略の一部として活用（30%）
 - ブランド形成の道具として活用（29%）
 - 要員採用（23%）

こういった企業において経営者の55%は公式にSNSの使用はしていないと回答している。また、経営者の22%はSNSを使用したいという希望を持っている。

- 経営者の55%は、SNSの使用により、従業員のライフ・ワークバランスに役立つと回答し、31%は同バランスを改善すると回答している。

“The Risks of Being Social”, PE July 2009 翻訳

.....

【翻訳者コメント】

訳者も、最近海外の知人（但し業務上の知人ではない）からの電子メールに混じって、彼らからTwitter, YouTube を参照することを求められるケースが急増しています。LinkedIn に至っては、完全に個人の履歴書そのものであり、こういうものまで自主的には公開することには違和感を感じますが、常にチャンスを求める外国人にとっては、何の抵抗もないのだろうと想像されます。でも、内容の真偽は全く不明で、仲介者である知人を信用するしかありません。先頃、マイケル・ジャクソン死亡の噂の第1報を発信したのは、マイケルの自宅前に住む人が、マイケル自宅前に救急車が停まったことを伝えるTwitter の情報だったとか。

日本でSNSというと、子供達中心の友達活動、あるいは、出会い系サイトなど程度しか連想できませんが、私が知る範囲では、海外のSNSは、もう少しレベルが高いものもあるようです。（否日本でも恐らく同じなのだと思います。）世界中の共通問題意識を持った仲間達が、図書では得られない貴重な情報を非常に早く共有し、ほとんど24時間、リアルタイムで環境問題などの結構深刻な話題を、ネットの上で議論し、かつ有識者の世界的世論を形成しつつあることを知り驚きました。NPO やNGO 活動には、最早SNSは欠かせない道具になりつつあるようです。考えさせられる内容でした。

土屋 雅彦 (PE-0025)