

ソーシャルメディアの広がり と 労使コミュニケーション

サンジク株式会社
藤澤 寿文

自己紹介

サンジク株式会社 代表取締役

藤澤 寿文

ソーシャルメディアに関連する各種リスク（ネット炎上含む）に対する、企業におけるリスクマネジメント体制構築のコンサルタント。

ヤフーや@c o s m eなどの大手サイト運営に携わり、特にユーザーによる情報発信に伴うトラブルの対応や予防に深い知見を持つに至る。その後、コンサルタントとしてのべ500社以上のコミュニティサイトやソーシャルメディアなどの運営に関するリスクマネジメントやポリシーの策定に関わる。

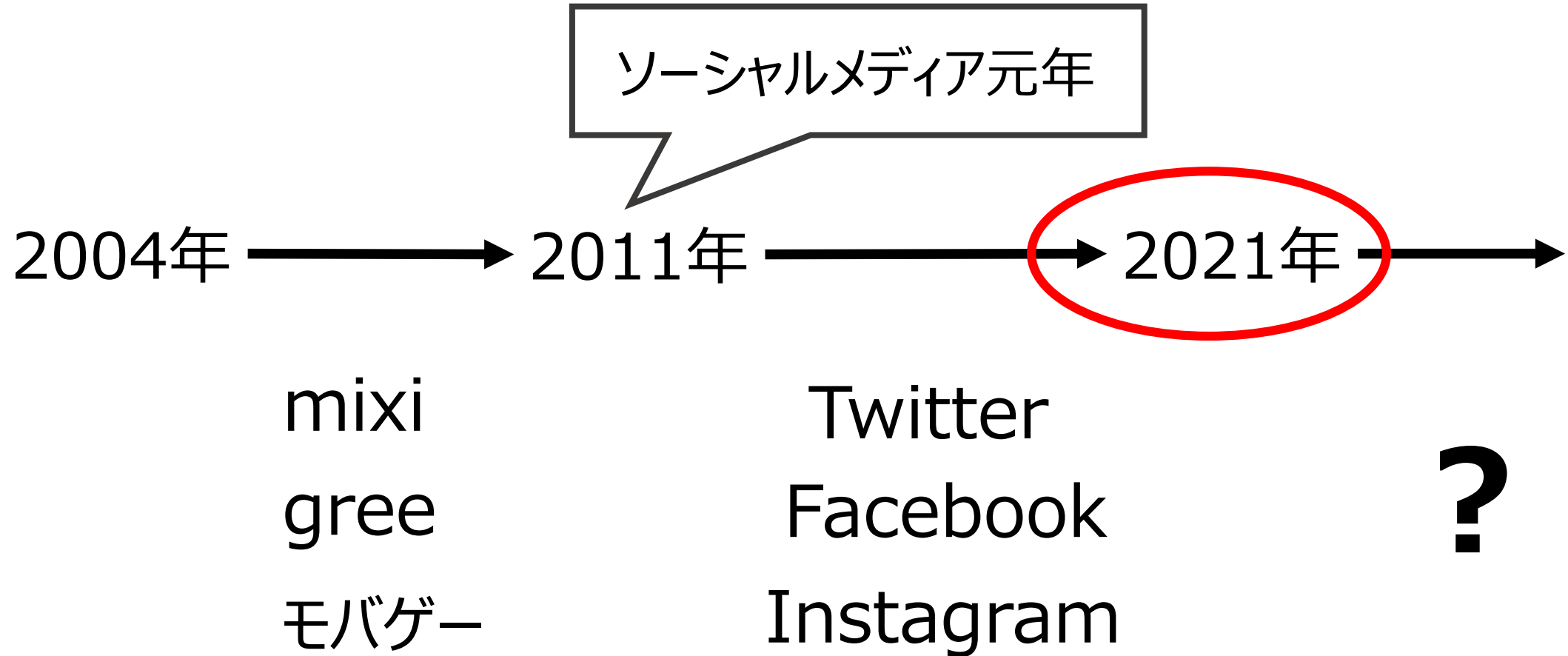
著書

『炎上に負けないクチコミ活用マーケティング』（共著 = 彩流社）



ソーシャルメディアが
コミュニケーションをどう変えたのか。

【前提として】ソーシャルメディアも日々変わっていく



本日のトピック

1. 「労働環境観」の乖離
2. 「分かってくれる人」のを見つけやすさ
3. ひとたび火が着いたら焼け野原

1.「労働環境観」の乖離

2.「分かってくれる人」の見つけやすさ

3.ひとたび火が着いたら焼け野原

労使間コミュニケーションとは

雇用者と被用者の間で、環境や待遇や
その他もろもろの処遇など労働に関連する
広い意味での認識のズレをすり合わせる行為

||

労使間コミュニケーション

労働環境観とは

環境や待遇やその他もろもろの処遇など
労働に関連する広い意味での認識

||

労働環境観

かつての労働環境観

- ✓ 長時間労働
- ✓ 滅私奉公
- ✓ 家庭より仕事

24時間働けますか

→ 現在のソーシャルメディア上では明確に否定される
労働環境観

ソーシャルメディアにおける代表的な労働環境観の例

- パワハラ、セクハラ、マタハラ、サービス残業などは論外。
- 怒鳴ればパワハラ認定。
- マイホームを買ってすぐに転勤を命じられるのは、大変に理不尽。
- 「朝は定時より30分早く着いて仕事の準備をしておけ」というのは大変に理不尽。
- 有休を申請するに当たって会社側にいちいち理由を告げないといけないのはおかしい。
- 熱があるときは、病欠できて当たり前。
- 過重労働を現場に強いるのは、マネジメント側が無能だから。

ソーシャルメディアにおける代表的な労働環境観に対して

- 40代・50代・60代の課長・部長・役員世代の人たちにとって、違和感がある場合も。
- 本音では強い拒否感を示す経営者も非常に多いのではないか。

→ 認識のギャップが生じている。

ソーシャルメディア上で労働環境観が醸成される理由

労働者一人ひとりが接する情報の量が、ソーシャルメディアが一般化する以前とは比較にならないくらい多くなっている。

インターネット商業化以前 → インターネット商業化後 → 「タイムライン」の登場

- テレビ、雑誌、新聞、書籍などのマスメディア
- 直接の知り合いからの口伝（学校なども含む）
- 就業先（労働組合含む）が用意しているマニュアル類

インターネット上に大量の情報が存在しているが、閲覧するにはそれを主体的に探し出さなければならない状態。

「フォロー」さえしていれば勝手に情報が流れ込んでくる状態。

<個人>

どんどん価値観がアップデートされていく。（自身にメリットのあることであれば特に。）



ギャップが生じ、ディスコミュニケーションが発生しやすくなる。

<会社（組織、経営）>

新しい価値観を知っていたとしても、変化はしにくい。

1.「労働環境観」の乖離

2.「分かってくれる人」のを見つけやすさ

3.ひとたび火が着いたら焼け野原

- 多くの人にとって、ソーシャルメディアは「発信」よりも前に「受信」がある。
- 無秩序に受信するのではなく、「フォロー」という取捨選択により、受信する情報の取捨選択もしている。



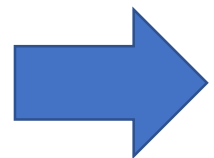
自身にとって心地よい、ないしは、益のある情報がタイムラインを埋め尽くすので、自己の思考が強化されやすい。

(フィルターバブル、エコーチェンバー)

一般に、フィルターバブルやエコーチェンバーは、各個人の視野が狭くなる
タコツボ化現象を象徴するものとして語られ、多様性を阻害する現象と
して、通常はネガティブな文脈で使われる言葉。



弱い立場の人が、自身の権利をないがしろにされた際に、
「仕方のないことだ」と諦めるのではなく、声を上げることが
後押しするというプラスの側面も。



「分かってくれる人」がそこにいるという安心感

1.「労働環境観」の乖離

2.「分かってくれる人」のを見つけやすさ

3.ひとたび火が着いたら焼け野原

労使問題に伴うネット炎上

＜ステレオタイプな理解＞

- 従業員が会社の不満をソーシャルメディアに書いたら、すぐに広まって会社がネットで叩かれる。

＜実態＞

- よっぽどでなければ、ネット炎上など起こらない。

なぜネット炎上は滅多に起こらないのか

- ソーシャルメディアのユーザーは単なる愚痴を書く場合、企業を特定できる情報を付加しない。
→ 非難対象が明確でなければ、第三者が盛り上がりにくい。
- 書かれている不満や怒りが、利害関係の無い第三者の正義感に訴えかけるような重篤な内容でなければ、拡散しない。



逆に、企業名が特定でき、「労働環境観」に著しく反する内容であれば、ネット炎上に至る可能性も充分にある。

ネット炎上が起こるとどうなるのか

<企業>

- 風評により発生しうるダメージを一通り受ける。（株価の下落、人材採用への悪影響、売上への影響）

<告発者>

- 一部のネットユーザーからの誹謗中傷を受ける。
- 場合によっては、その後の職業人生においてマイナスの影響も。



告発者は、自分にもダメージが発生することを理解しているケースが多い。
（ある種の捨て身の攻撃とも言える。）

ネット炎上にも、社会的なメリットはある

ローレンス・レッシングの考える4つの規制

「法」「規範」「市場」「アーキテクチャ」を援用すると...

「法」で規制しても十分に実効性の上まらない労働問題に関しても、ネット炎上は「規範」をテコに「市場」を形成して、企業に対して、「法」を守る動機付けを発生させる効果がある。

(ただし、薬も過剰に投与されれば毒になる。)

ネットで告発する前に、内部通報制度を活用すべきでは？

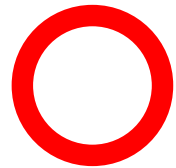
以下のような理由で、内部通報制度が利用しにくい状況や、適用しにくい状況があるのではないか。

- 従業員が内部通報制度を使いたくなるような企業ほど、内部通報制度をまともに用意していない。もしくは、用意していても従業員に周知徹底していない。（＝内部通報制度へのアクセサビリティの問題）
- 内部通報制度に対して、従業員が不信感を持っている。（＝利用すべき人が利用したいと思わないという問題）
- 労務上の不満は、そもそも対象ではない。

ネット炎上を発生させないために（≡ 労使間のディスコミュニケーションを回避するために）



従業員のソーシャルメディアの利用を制限したり監視したりする。



労働環境観に関する変化を理解し、それを念頭に置きつつギャップを埋められるようにコミュニケーションする。

ここまで

- 1.「労働環境観」の乖離
- 2.「分かってくれる人」のを見つけやすさ
- 3.ひとたび火が着いたら焼け野原

について、お話してきました。

補足①

今回のお話は、狭義のソーシャルメディア（ネットワーキングが発生するもの。Twitter、Facebookなど）を念頭に置いてお話をしています。
狭義のソーシャルメディア以外にも、人事・労務の施策に影響を与えうるソーシャルメディアは存在します。

<転職クチコミサイト>

実際にその企業で働いたことのある人達が、その会社の実態を書き込み、転職を検討している人たちがそれを参考にするという形で利用されている。

<ブログ>

「退職エントリー」と呼ばれるブログ記事が、場合によっては新卒採用の応募状況にも影響を与えることもある。（という話もある。）

補足②

正規雇用労働者だけでなく、

- 非正雇用労働者
- 派遣労働者
- フリーランス等の個人事業主
- フランチャイズオーナー（フランチャイザーとの関係において）

にも、同様の構図が当てはまります。

以上、ありがとうございました。