

D. 情報発信	SNSを活用した情報発信	
	インターネット活用	

コースの ねらい	広報に用いるSNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)の利用方法と、ネット炎上が企業及び従業員に与える損害や被害に関する事例を通してSNSに潜む危険性を理解し、SNSの正しい活用方法と情報発信方法を習得する。
-------------	---

講義 内容	「基本項目」		「主な内容」	訓練時間 (H)
	1	SNSの活用	<ul style="list-style-type: none"> ・SNSの特徴と仕組み SNSの定義と役割、情報発信の変遷(Webサイト→ SNS)、企業・団体がSNSを使う目的(認知向上、集客、採用、ブランディング、信頼構築)など、SNSの特徴と仕組みを具体的に解説する。 ・SNSの活用事例の紹介 中小企業・店舗・自治体などの成功事例を紹介し、各SNSの特性比較(X(旧Twitter): 拡散性、即時性、Instagram: 写真・動画、ブランディング、Facebook: 実名性、地域・年代層、YouTube / TikTok: 動画・アルゴリズム)やフォロー/いいね/シェアの仕組み、アルゴリズムの基本的な考え方(おすすり表示)を解説する。 ・アカウントの登録 個人アカウントとビジネスアカウントの違い、プロフィール作成のポイント、アイコン、名前、自己紹介文、URL、実名・匿名の判断基準(企業としての考え方)を説明する。 	1.5
	2	情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ・写真・動画の投稿 発信目的を明確にする(誰に・何を・なぜ)ことや投稿計画(頻度、曜日、内容のバランス)などを説明する。写真の基本構図(明るさ・向き・背景)、スマートフォンでできる工夫、動画の長さや見せ方(冒頭数秒の重要性)などを説明する。 ・ハッシュタグの利用 ハッシュタグの役割と効果、適切な数と選び方、狙うべきタグ(検索される言葉、地域名など)を説明する。 ・投稿のアーカイブ 過去投稿が資産になる理由、投稿の削除・非表示の判断基準、炎上防止のための投稿前チェックなどを説明する。 	1.5
	3	SNSの危険性	<ul style="list-style-type: none"> ・ネット炎上と企業が受けるダメージ 炎上の定義と発生プロセス、炎上が起こる典型パターン、不適切発言、誤解を招く表現、内部情報の露出などを説明する。 ダメージとして、信用低下・売上減少、採用活動への影響、対応コスト・謝罪対応など、具体例を交えて説明する。 ・SNSによる情報漏えい、風評被害 社内情報・個人情報への漏えい例、写り込み・位置情報・内部事情の露出、デマ・誤情報が拡散される仕組み等を具体的に説明する。 ・SNS利用の制限 SNS利用の制限とルールの必要性をはじめ、投稿権限の管理、業務用・私用SNSの切り分け、勤務時間外の発信の考え方などを具体的に説明する。 ・SNS利用者の自覚と責任 利用者の自覚と責任として、「個人の発信＝組織の評価」になる意識を持ち、一度拡散された情報は消えないこと、社会人としてのSNSリテラシーについて、説明する。 	1.5
	演習	<ol style="list-style-type: none"> 1. SNS導入演習 アカウント設計(目的・ターゲット)、実際の投稿案を作成(文章・写真テーマ)、投稿前チェックリスト作成、等を演習する 2. ネット炎上事例を通じた対策検討 実際の炎上事例を提示、何が問題だったのかをグループで分析、事前防ぐにはどうすべきか、などを検討する 3. ソーシャルメディアポリシーの作成 ポリシーの役割と必要性、必須項目、発信の基本姿勢、禁止事項、トラブル時の対応方針、などを作成する。 4. 社内ルールの作成 運用担当者の明確化、投稿承認フロー、相談・報告ルートの整理、などを作成する。 	1.5	
計				6.0