



SNS 上の不適切動画に保険？

こんにちは、少し前の事です。飲食店を中心に従業員やアルバイトの方達により不適切動画が投稿され、SNS 上で拡散しニュースや話題になるとともに、企業側は神経を尖らせています。牛丼チェーン店のお玉映像、定食屋閉店後の店内での悪ふざけ映像、回転寿司チェーン店での一度ゴミ箱へ入れた食材をまな板に戻す行為など、人の体の中に入る食品を扱う店舗スタッフとしては、常軌を逸した行動と言えます。

定食屋では、全国のお店を一日一斉休業して社員教育をしたり、回転寿司屋さん場合は、その後株価が大きく下がりましたし、当該従業員に対する損害賠償請求が行われる見通しですが、この場合どうなるのでしょうか？



そもそも、どのような罪にあたるのか？

専門家の意見では、次の3点あたりが考えられるようです。

- ① 威力業務妨害罪（刑法 234 条）
- ② 名誉棄損罪（刑法 230 条 1 項）
- ③ 器物損壊罪（刑法 261 条）



損害賠償額はいくらになるの？

回転寿司屋さんの株は『1 日で 24 億円近く下がった』と言われておりますが、実際には、不適切動画との因果関係が証明できなければ賠償請求となりません。賠償請求となっても過去の判例は意外に低く、和解と言う形で数十万～数百万ということが多いようです。

企業側が受ける社会的評判（風評）被害は計り知れませんが、法律は別のもので考えた方が良さそうです。



予防にはソフト面で、「E・S（従業員さん満足）の向上」、「日頃の社員教育」になると思いますが、性善説だけではなく抑止力として、ハード面ではインターネットや SNS 上で自社のネガティブな情報が一般ユーザーから投稿されていないか？不適切動画が出ていないか？専門の業者さんに依頼して、有人のモニタリングによる監視などを提供する業者さんも多くなっております。そのようなサービスを利用して、自社の企業価値の毀損に発展しうる危険性（レピュテーション・リスク）を予防する事も手法の一つです。

保険の世界でも最近、そのような企業価値の毀損に対する予防や派生に伴う対策費用を補償する新たな分野の保険が発売されましたが、世の中の変化に伴い、企業の危機感管理も変わっていきます。

それに伴い保険も変わるという、分かり易い事例としてご紹介致します。

「レピュテーション（企業の評判・風評）費用保険」



<対象となる一例>

- ・従業員による、施設内や、商品・提供物に対する『悪ふざけ』
- ・従業員による、違法行為や『犯罪行為』
- ・商品・製品の効能・性能に関する『不当な表示』



対象となるのは、一般的な事故の定義と異なり、上記のようなことが客観的に明らかになった場合となります。

では、危機管理に係る主なもの費用として発生するものは

① コンサルティング費用 ② 弁護士相談 ③ ネット投稿削除費用・検索エンジン対策費用
④ 緊急会見・社告 ⑤ 原因調査・第三者委員会設置で、その対応費用だけで数千万円に上る事があるそうです。

しかし、放置するわけにはいきませんので、いつ発生するか全くわからない費用をどのように担保しておくのか？経営者として悩ましい所でもあります。

不適切動画を見た人々がどのような気分になるか？

自身の将来にどれ程マイナスの影響を与えるのか？

周囲の人や関係者に与える影響はあるのか？

愚かな行為を安易な気持ちで投稿することにより、どのような事になるのか？など、色々な想像がつかない人が多い社会になってきている事実があります。

現在の世の中ではこのような行為に対し、非常に厳しい目が向けられマスコミ等で取り上げられることにより、より大きな批判が集まるようになりましたが、このような行為をするという事実に薄ら寒い思いを感じますし、事の善し悪しを判断できないのは寂しい限りです。

現在の教育に欠けている部分が何かあるのでは？などと考えてしまうようなニュースでした。

