



本件照会先

池田 直紀、石井 ヤニサ、新井 雄太
帝国データバンク
東京支社情報統括部
03-5919-9343(直通)
情報統括部: keiki@mail.tdb.co.jp

発表日

2026/05/15

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。
当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。

従業員の SNS 利用、 企業の 7 割が 社内ルール「なし」

企業規模間などで格差大きく、
対策の遅れは大きな経営リスクに直結

SNS 投稿に関する社内ルールの整備状況アンケート(2026年5月)

SUMMARY

従業員の SNS の私的利用による情報漏洩や炎上リスクに対し、ルールを整備している企業は 23.2%にとどまった。「個人の倫理観と常識的判断」や「形骸化への懸念」を理由に未整備の企業も多く、企業規模や業界によって、対応に格差が表れた。SNS を介した情報漏洩などは経営に重大な影響を及ぼす可能性がある。今後は、プライバシーに配慮しつつ具体的な指針の提示や教育を行い、早急に組織を守る防衛策を講じる必要がある。

株式会社帝国データバンクは、従業員個人の SNS 投稿に関して、企業の社会的信用を毀損する恐れのある発信を制限する社内ルールの整備状況について、企業へアンケート調査を行った。

※調査期間:2026年5月8日~5月12日(インターネット調査)

※有効回答企業:1,355社

SNS に関する社内ルールが「ある」企業は 2 割にとどまる

近年、従業員による SNS の私的利用を介した企業の情報漏洩が大きな問題となっている。自社の従業員が個人として利用する SNS において、社内情報の投稿など、企業の社会的信用を毀損する恐れのある発信を制限する社内ルールがあるか尋ねたところ、「ルールがある」と回答した企業は 23.2%と、2 割程度にとどまった。企業からは、「SNS での情報漏洩防止について就業規則に定めている」(リース・賃貸)や、「社内行動規範を基に、SNS の私的利用のリスクなどを教育している」(人材派遣・紹介)といった声が聞かれた。

他方、「ルールはないが、検討中」が 36.8%、「ルールを設ける予定はない」が 32.0%と両者を合わせると 7 割近くに達し、現時点では多くの企業でルールが未整備であることが分かった。企業からは「年々、指導だけでは不十分な面もあり、ルール作りを検討している」(出版・印刷)や「どこまで制限し、どこまで自主性にゆだねるかの判断が難しい。基本的には自主性を尊重しようと考えている」(機械製造)、「ルールを設けても抑止力は軽微であり、ほとんど意味をなさないのではないか」(不動産)といった声が寄せられた。

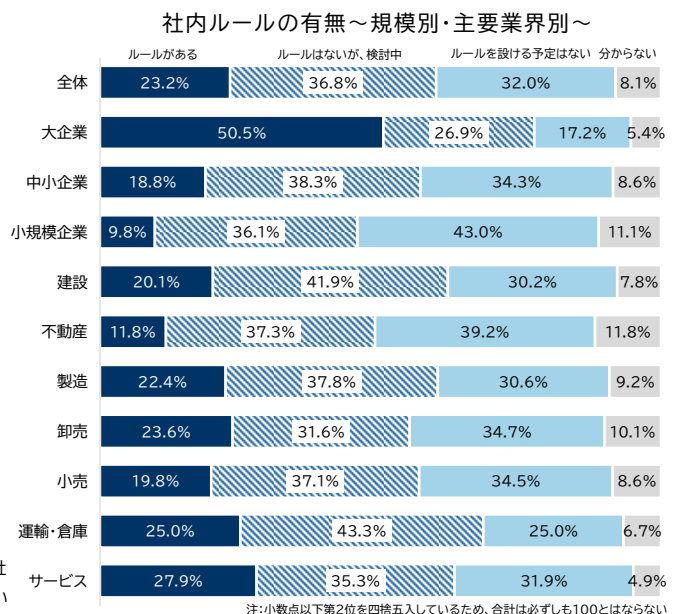
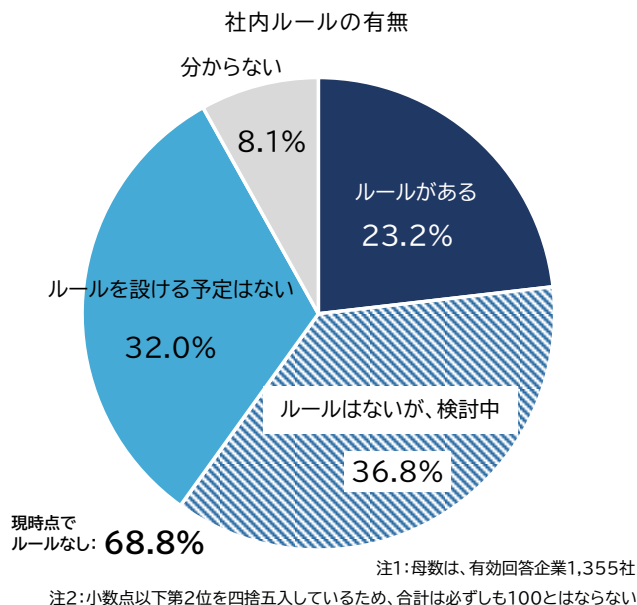
規模別にみると、個人の SNS 投稿に対する対応の差が顕著に表れた。「大企業」では半数(50.5%)の企業で「ルールがある」と回答した一方で、「小規模企業」では 9.8%と 1 割を下回った。また、「ルールを設ける予定はない」では、「小規模企業」(43.0%)で 4 割を超えているが、「大企業」(17.2%)は 1 割台にとどまった。

業界別では、一般消費者との接点が多い『サービス』(27.9%)において、ルールを策定している企業の割合が高い傾向がみられた。企業規模や業界によって、従業員の SNS 投稿に対するリスク管理の姿勢に大きな開きがあるのが実情といえる。

本アンケート結果から、SNS を介した機密情報の漏洩や誹謗中傷、不適切な動画投稿(バイトテロなど)のリスクに対し、企業の対応に大きな格差があることが鮮明となった。ルール整備済みの企業は 2 割程度にとどまり、7 割近くで未整備だった。とりわけ対策が十分に整っていない小規模企業や、個人の倫理観と常識的判断に委ねる企業などでは、法的責任や、社会的信用の低下といった経営リスクへの備えが課題と考えられる。

今後は、単なる注意喚起ではなく、具体的な指針の提示やネットリテラシー教育による実効性の確保が不可欠であろう。炎上売り上げや採用などに致命的な打撃を与える現代において、従業員のプライバシーを尊重しつつも、組織を守るために早急な「防衛策」としてのルール整備が、企業規模を問わず喫緊の課題となっている。

SNS 投稿に対し、企業の社会的信用を毀損する恐れのある発信を制限する社内ルールの有無



＜参考＞企業からの声

主なコメント	業種 51 分類
ルールがある企業	
・就業規則に SNS 発信に関する服務規律の規定はある	飲食料品卸売
・接客業であるため、就業中、特段の事情がない限り、原則スマートフォンはロッカーに保管または事務所に預けるルールとなっている	娯楽サービス
・SNS での情報漏洩防止について就業規則に定めている	リース・賃貸
・社内行動規範を基に、SNS の私的利用のリスクなどを教育している	人材派遣・紹介
ルールはない(検討中含む)企業	
・社内ルールを制定しても管理ができるか不安	建設
・ルールを設けても抑止力は軽微であり、ほとんど意味をなさないのではないかと	不動産
・どこまで制限し、どこまで自主性にゆだねるかの判断が難しい。基本的には自主性を尊重しようと考えている	機械製造
・年々、指導だけでは不十分な面もあり、ルール作りを検討している	出版・印刷
・当社は現時点でルールはないが、中途社員採用時の教育で SNS のことは説明している	機械・器具卸売
・細かなルールを作ったとしても、なかなか素直に従ってくれるとは到底思えないのが現状	運輸・倉庫

調査先企業の属性

1.有効回答企業:1,355 社

規模	大企業	186	業界	農・林・水産	13	地域	北海道	51
	中小企業	1,169		金融	11		東北	99
	うち小規模企業	460		建設	179		北関東	95
	全体	1,355		不動産	51		南関東	398
				製造	304		北陸	88
				卸売	288		東海	144
				小売	116		近畿	222
				運輸・倉庫	60		中国	85
				サービス	326		四国	37
				その他	7		九州	136
			全体	1,355	全体	1,355		

2.企業規模区分

中小企業基本法に準拠するとともに、全国売上高ランキングデータを加え、下記のとおり区分。

業界	大企業	中小企業(小規模企業含む)	小規模企業
製造業その他の業界	「資本金 3 億円を超える」かつ 「従業員数 300 人を超える」	「資本金 3 億円以下」または 「従業員数 300 人以下」	「従業員数 20 人以下」
卸売業	「資本金 1 億円を超える」かつ 「従業員数 100 人を超える」	「資本金 1 億円以下」または 「従業員数 100 人以下」	「従業員数 5 人以下」
小売業	「資本金 5 千万円を超える」かつ 「従業員数 50 人を超える」	「資本金 5 千万円以下」または 「従業員数 50 人以下」	「従業員数 5 人以下」
サービス業	「資本金 5 千万円を超える」かつ 「従業員数 100 人を超える」	「資本金 5 千万円以下」または 「従業員数 100 人以下」	「従業員数 5 人以下」

注 1: 中小企業基本法で小規模企業を除く中小企業に分類される企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが上位 3% の企業を大企業として区分

注 2: 中小企業基本法で中小企業に分類されない企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが下位 50% の企業を中小企業として区分

注 3: 上記の業種別の全国売上高ランキングは、TDB 産業分類(1,359 業種)によるランキング