採用広報用SNS運用ガイドライン（社内用）

目的

本ガイドラインは、当社が運用するSNS（Instagram、X（旧Twitter）、TikTok、noteなど）を通じて、採用活動における企業ブランディング・認知向上を安全かつ効果的に行うための基本ルールを定めるものです。

1. 対象SNSと運用目的

［運用対象SNS］

・Instagram（メイン）

・X（旧Twitter）

・note

・TikTok（必要に応じて）

［主な目的］

・若年層（高校生・大学生）への企業認知の向上

・採用活動における企業の魅力発信

・応募検討者への安心感の提供（職場の雰囲気・働く人の紹介）

1. 運用体制

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 役割 | 担当者 | 備考 |
| 投稿作成者 | ●●さん（広報／採用担当） | 原稿・写真・動画の作成を行う |
| 内容チェック者 | ●●部長 | 投稿前の最終チェック・承認 |
| コメント対応者 | ●●さん | DM・コメントへの一次対応（必要に応じて上長へ相談） |

1. 投稿ルール
2. 発信して良い内容（例）

・社員インタビュー、仕事風景、１日のスケジュール

・新入社員の紹介、研修の様子

・地域イベントへの参加

・職場環境・福利厚生の紹介

・採用ページ更新のお知らせ　など

1. 投稿してはいけない内容（禁止事項）

・個人情報（氏名、顔写真など）の無断使用

・取引先・顧客の名称・情報

・批判・差別・政治・宗教に関わる内容

・社内トラブルや機密情報に関する内容

・社内ルールを逸脱した服装や言動を映した写真・動画

1. 投稿フォーマット（Instagram例）

・写真１〜３枚（顔出しは本人許可必須）

・テキストは最大300文字程度

・ハッシュタグ：#採用 #宮城で働く #先輩社員の声

1. 投稿頻度とスケジュール

　・目標投稿頻度：月２〜４回（無理のない範囲で継続）

　　　・社内カレンダーやイベントをベースにネタを事前共有

　　　・月末に翌月の投稿案を作成・部内共有

1. コメント・DMへの対応ルール

　・原則、社外からのコメント・DMには２４時間以内に返信

　・採用に関する問い合わせは、公式サイトの「採用ページ」へ誘導

　・誹謗中傷など不適切なコメントはスクリーンショットを保存の上、非表示または削除の判断を上長に仰ぐ

1. 万が一の対応フロー（炎上・トラブルなど）
2. 不適切投稿・炎上を確認したら、即スクリーンショットを取得し、上長に報告
3. 原因・意図を明確化し、社内対応を協議
4. 投稿の修正・削除を判断し、必要に応じてお詫び投稿を掲載
5. 影響範囲を確認し、顧客や関係先への報告対応を行う
6. 本ガイドラインの見直し

・年１回を目安に内容を見直し、運用状況やSNSの変化に応じて改定する。

・改定時は、運用関係者全員に周知徹底を行うこと。