

ソーシャルメディアの利用に関するアンケート調査の結果

平成23年11月18日

日本証券業協会

1. 実施目的

我が国において、ツイッターやフェイスブックといった、いわゆる「ソーシャルメディア」の利用が活発化しており、協会員においても公式サイトを設置や広告媒体としての利用等が見受けられるところである。

については、協会員におけるソーシャルメディアを利用した広告等に関する検討の参考にするなど、自主規制に係る対応において活用することを目的として、ソーシャルメディアの利用状況等のアンケートを実施した。

2. 実施期間

平成23年9月29日～10月20日

3. 調査方法

協会WANを通じアンケート用紙を送付・回収

4. 対象社数

511社（会員292社、特別会員219社）

5. 回答社数

421社（会員255社、特別会員166社）

※回答率 82.4%（会員87.3%、特別会員75.8%）

6. 調査項目及び結果

次頁以降を参照

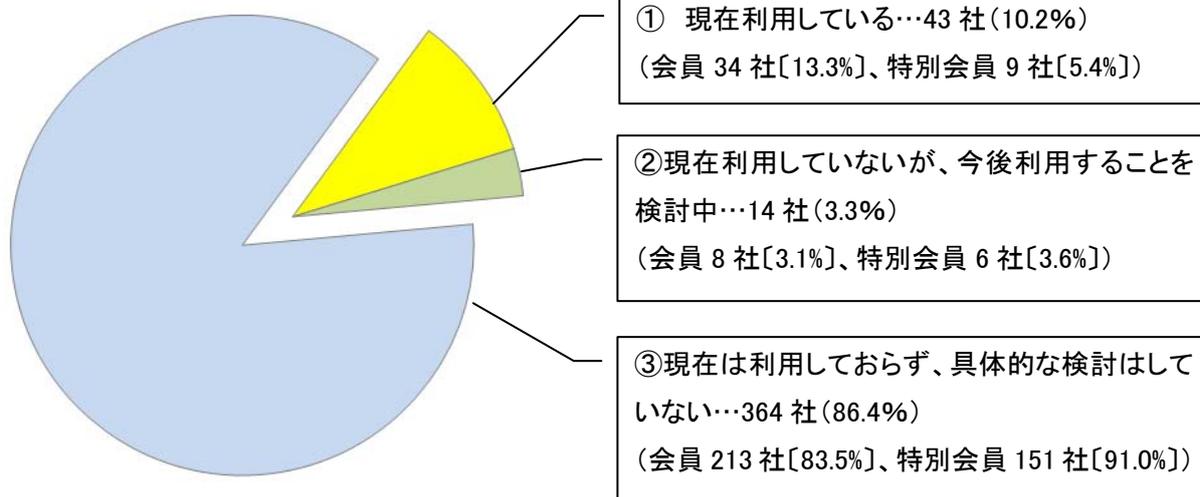
7. 本アンケート結果のお問い合わせ先

日本証券業協会 自主規制企画部

TEL : 03-3667-8470

【問1】

御社では、顧客又は公衆向けの情報発信手段として、ソーシャルメディア¹を利用していますか。
 (社内でのみの利用は除きます)

【回答】回答 421 社の内訳

※会員、特別会員の比率はそれぞれの回答社数(会員:255社、特別会員:166社)に対する比率である。

	①現在利用している	②現在利用していないが、今後利用することを検討中	③現在は利用しておらず、具体的な検討はしていない
会員	34	8	213
特別会員	9	6	151
全体	43	14	364

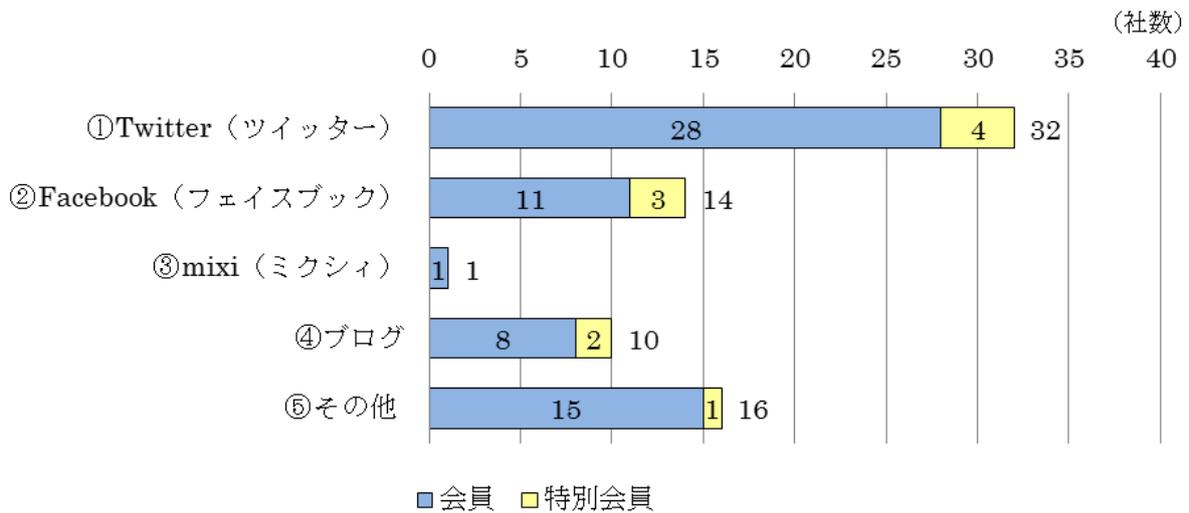
¹ 本アンケートにおいて「ソーシャルメディア」とは、Web 上で提供されるサービスのうち、ユーザーの積極的な参加によって成り立ち、ユーザー間のコミュニケーションをサービスの主要価値として提供するサービスの総称である。ソーシャルメディアの主な例としては、Facebook や mixi などのソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)、ブログ、YouTube やニコニコ動画などの動画共有サイト、Twitter などのマイクロブログ、などが挙げられる。

【問2】 問1で①又は②と回答された方にお聞きします。

御社では、具体的にどのようなソーシャルメディアを利用(あるいは利用を予定)していますか。
(複数回答可)

(1)現在利用しているソーシャルメディア

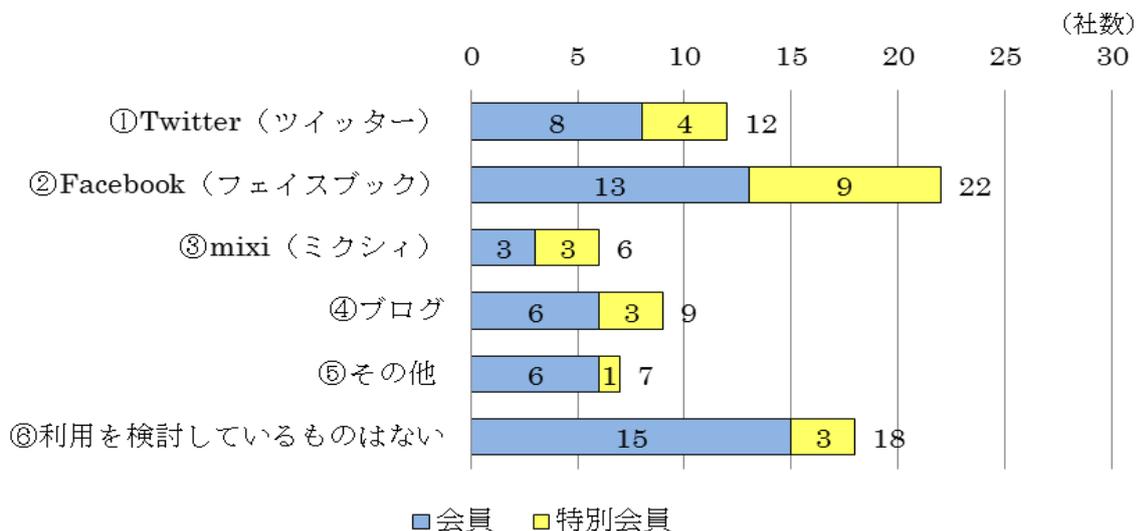
【回答】



	①Twitter (ツイッター)	②Facebook (フェイスブック)	③mixi (ミクシィ)	④ブログ	⑤その他
会員	28	11	1	8	15
特別会員	4	3	0	2	1
全体	32	14	1	10	16

(2) 今後の利用を検討しているソーシャルメディア

【回答】



	①Twitter (ツイッター)	②Facebook (フェイスブック)	③mixi (ミクシィ)	④ブログ	⑤その他	⑥利用を検討 しているもの はない
会員	8	13	3	6	6	15
特別会員	4	9	3	3	1	3
全体	12	22	6	9	7	18

【問3】 問1で①又は②と回答された方にお聞きします。

御社では、ソーシャル・プラグイン²を利用(あるいは利用を予定)していますか。

【回答】

	①現在利用している	②現在利用していないが、今後 利用することを検討中	③現在利用していないし、今後 利用する予定もない
会員	17	14	10
特別会員	3	9	3
全体	20	23	13

² 本アンケートにおいて「ソーシャル・プラグイン」とは、ウェブサイト用の Like ボタン(いいねボタン)その他一連のウィジェット(ページや画面に埋め込み可能なアプリケーション)をいう。

【問4】問1で①又は②と回答された方にお聞きします。

御社では、具体的にどのような目的でソーシャルメディアを利用(あるいは利用を予定)していますか。(複数回答可)

【回答】

	①市況などの マーケット情報 の提供	②個別商品の 紹介	③セミナーの 案内	④制度・手続 等の案内	⑤その他の情 報発信	⑥顧客等から の意見や質問 等の受付・回 答
会員	33	19	24	6	29	11
特別会員	4	7	8	3	12	4
全体	37	26	32	9	41	15

【問5】問1で①又は②と回答された方にお聞きします。

御社では、ソーシャルメディアを利用した情報発信により、どのような効果を期待していますか。(複数回答可)

【回答】

	①商品・サービス のプロモーション	②インターネット 取引等における営 業推進	③顧客サポートの 充実	④閲覧者(顧客 等)とのエンゲ ージメント(絆)強化	⑤その他(具体的 にご記入ください)
会員	27	21	28	27	4
特別会員	10	7	6	14	1
全体	37	28	34	41	5

「⑤その他」の主な回答

- ・HP閲覧数を増やすため
- ・企業イメージ、知名度、ブランドの向上のため

【問6】 問1で①と回答された方にお聞きします。

御社では、ソーシャルメディアを利用した情報発信を行うに関し、以下①～⑤について特に留意している事項等はございますか。

①勧誘・広告等に係る法令の遵守（会社情報・リスクに関する表示等）

【主な回答】

- ・商品を直接的に勧誘することを目的とせず、市況情報を提供することにフォーカスし、その範疇で行うことに留意している。
- ・商号、手数料、リスクがある取引であること等の重要事項の掲載を行うとともに、お客様ご自身の判断と責任で行う取引であることを明示するように指導している。
- ・ツイッターアカウントのプロフィール欄に会社情報(称号・加入協会)を記載し、会社概要、リスクを記載したホームページへのリンクを設置している。
- ・ツイッターでは自社サイト、商品リスク、手数料等重要事項へのリンクを設置している。フェイスブックでは注意事項、利用規約、免責事項を明記している。
- ・ソーシャルメディアでの表現は簡単な案内にとどめ、詳細なリスク等も併記されているページに誘導している。
- ・ソーシャルメディアを通じた情報発信のうち、勧誘・広告に該当するものは、通常のインターネット広告と同様の基準で会社情報及びリスクに関する表示を行っている。勧誘・広告以外のマーケットニュースの配信についても、通常ウェブサイトで行っているサービスと同じ基準で運用を行っている。
- ・動画配信なので断定的な判断の提供を行わないよう言い回しに注意する。

②広告等に関する協会規則の遵守（広告審査等）

【主な回答】

- ・広告に関する社内規定、広告審査マニュアル等に基づいて審査を行っている。
- ・商品の案内、説明等がある場合は広告審査担当者が広告審査を行い、商品の案内、説明等がない場合には内部管理責任者資格保有者が事前にチェックを行ったうえで掲載している。
- ・通常の広告等と同様に広告審査を実施しているが、情報の即時性をいかすため、ソーシャルメディア掲載用の審査フローを定義している。審査の基準等は通常の広告等と同等である。
- ・公式ツイッターの運営においては、ツイートの内容や審査フローを規定するガイドラインを制定し、ガイドラインに則ってツイートを行っている。また、広告等に該当するツイートについては、広告審査担当者の審査を実施しない限りツイートができない管理システムを導入している。
- ・ブログの更新は必ずコンプライアンス統括部のチェックを受けた上でを行っている。ツイッターに関してはフォーマットを設定し、マーケット情報は出典を明記してコンプライアンスチェックを受けた上でを行っている。
- ・広告等に該当するかもしれないも含めて広告審査を行って確認している。

③第三者の書き込み等に関する対応

【主な回答】

- ・第三者の書き込みを認めていない。
- ・原則として情報を一方向に配信するのみで、第三者の書き込みに対してリツイートや返信は行っていない。メッセージを直接受け取れないようにフォローも行わない方針である。個別のお問い合わせなどは、コールセンターをご連絡いただくよう、ご案内している。
- ・お客様からの投稿については、利用規約において下記内容を含む投稿については削除する場合があることを明示している。
「当ページに関係しない内容」、「当社ならびに当ページに関係しない商業的な広告」、「公序良俗に反する内容・誹謗中傷や第三者の権利の侵害を含む内容」、「詐欺行為・なりすまし行為」、「建設的な議論の侵害」、「コンピュータウィルスを含むファイルのアップロード」、「その他、当社が不適切と判断した内容」
- ・公式ツイッターの運営主管部署が、当社に関連するツイート、当社のツイートに対する返信やリツイートを把握し、必要に応じて返信や顧客苦情窓口等への連携を実施している。
- ・自社提供 SNS について書込内容を随時確認しており、不適切な書込については当該書込の削除やアカウントの停止を行なっている。
- ・対外向けに利用規約を、対内向けに運用要領を策定し、不適切と思われるコメントについては、これらのルールに則り削除している。また、顧客対応時のルールについても運用要領にて規定している。
- ・動画を閲覧するためには固有の ID、パスワードを入力する必要があるため特に対応は行っていない。

④役職員による書き込みやソーシャル・プラグインの利用制限

【主な回答】

- ・パスワードを適切に管理することで担当者以外が投稿できないようにしている。
- ・役職員による書き込みに関しては、その受け答えを行う担当者を決めさせ、法令に則った適切なやり取りが行われるように指導している。それ以外の者による書き込みは行わせないようにしている。
- ・投稿者は①稟議書により許可を受けた者、②執行役以上の役職者、に限定している。
- ・役職員個人が自身の個人アカウントを利用して返信やリツイートを行うことを禁止している。
- ・役職員の書き込みについてはコンプライアンス部門(またはコンプライアンス担当者)のチェックの後にアップするようになっている。
- ・書き込みについてはガイドラインを設け、書き込みの内容の抑制を図っている。
- ・HP上のソーシャル・プラグインについては社内の特定の人間のみアクセス出来るようにしている。
- ・ソーシャル・プラグインの利用制限は特にないが、設置の場合は事前にコンプライアンス部門(またはコンプライアンス担当者)のチェックを行っている。

⑤その他（具体的にご記入ください）

【主な回答】

- ・商品の販売行為や勧誘行為は行わない。
- ・ソーシャルメディア運用に関する社内ガイドラインを策定し、これに基づき運用している。
- ・ページをアップするのはコンテンツ作成部門とは別のWEB担当部門が行っている。
- ・書き込みは社内ネットワークからに限定し、社内の監視システムからの書き込み行為が管理できるなどの対応を実施している。また、書き込み監視ツールを導入して、第三者からの書き込みを常時監視している。
- ・誹謗中傷が行われないように、また情報提供に関しても個人の意見や考え方を押し付けることがないように指導している。

以上