

企業と個人 SNS アカウント  
—プライバシーの観点から—

学 年：3年

学部学科：経営学部経営学科

氏 名：藤岡 拓夢

## 要 約

近年、SNS (Social Network Service) によるコミュニケーションが非常に活発になった。その用途は、趣味の仲間を見つけるものから、現実で元々関係がある人との連絡まで多岐にわたる。このコミュニケーションツールの変化は、職場でも起こっている。以前は、学生アルバイトなどのシフトはメールなどで送っていたが、それらを LINE で行うようになったケースは非常に多い。メールより慣れている LINE の方がレスポンスが早くなるからであろう。

しかし、それは本当によいことなのだろうか。メールアドレスと違い、LINE のアカウントにはタイムライン機能などからその人の私生活を垣間見ることができる。少し方法を誤れば、プライバシーの侵害に繋がりがねない。

そこで、企業と個人の SNS アカウントの適切な距離について考察を行った。主に、LINE での業務連絡と就活生のアカウントの監視の二つの事例について、何が問題になるかを考察した。LINE の業務連絡は、実際行われているものの本音では交換したくないという人が多数であった。就活生のアカウント監視に関しては、就活生に向けた情報サイトなどで監視に対する注意喚起などが盛んにおこなわれていることから、実際に行われているかの事実に関係なく意識せざるを得ない学生が必ずいるであろうことが推測できた。これらのケースはプライバシーの侵害に値するのだろうか。

この問いに答えるために、まずプライバシーの定義について考察した。Solve のプライバシーの概念の分類を元に、(1) 放っておいてもらう権利、(2) 自己への限定アクセスに主に着目して、SNS におけるプライバシーの分析を試みている。また、プライバシーは個人的な権利ではなく、人との円滑な関係を作り上げていくうえで必要な社会的権利であり、プライバシーを守ることの意義は社会的な利益を守ることに繋がることを示した。

本研究では、LINE での業務連絡と就活生のアカウントの監視はプライバシーの侵害であると結論付けた。前者では「自己への限定アクセス」が、後者では「放っておいてもらう権利」が侵害されているからである。しかし、LINE を交換した後に発生しうるプライバシーの問題には触れることが触れることができなかつた。この問題は、今後の課題である。

## 目 次

はじめに

第二章 二つのケースの問題

2-1. LINE による業務連絡

2-2. 就活生のアカウント監視

第三章 プライバシーの考察

3-1. プライバシーの定義

3-2. プライバシーの意義

第四章 企業と個人アカウントの適切な距離

4-1. アカウントの使い分け

4-2. LINE での業務連絡

4-3. 就活生のアカウントの監視

第五章 想定されうる反論

5-1. 気にしない人もいる

5-2. 「バカッター」をはじめたいので監視は必須である

5-3. LINE にはすでにビジネス版がある

第六章 おわりに

<参考文献>

## 第一章 はじめに

近年、SNS（Social Network Service）を使ったコミュニケーションは非常に活発に行われている。趣味の仲間を見つけるものから、元から関係を持っている人同士のコミュニケーションツールとしてなど、その用途は非常に多岐にわたる。

その需要に応えようと、様々なサービスが今までに登場した。mixi の大幅なブームとしては始まり、Facebook、twitter、LINE、Instagram、TikTok などがそれにあたる。それぞれのサービスが異なる情報共有ツールとして展開され、利用者はそれを利用目的などによって使い分ける。

特に、若年層においてその利用率は著しく高い。総務省の『情報通信白書』によれば、20代における代表的 SNS<sup>1)</sup> のいずれかを利用している割合は 97.7% である。その中でも LINE の利用率は 96.6% にもなる。いまや若い世代においては、メールや手紙などのツールよりも幅広くかつ一般的にこれらは用いられている。

こういったコミュニケーションツールの変化、平たく言えば連絡手段の変化は家庭や職場でも起きている。家族で共有の LINE グループを作ってそこで連絡を取り合ったり、SNS がきっかけで知り合った人たちと交流を持つことなどはここ十年で生まれた新しいコミュニケーションの形だろう。職場においても、この変化が起きている。たとえば、今まで大学生のアルバイトなどのシフトはメールで送っていたり電話で確認を取ったりしていたが、それらをすべて LINE で行うようになったケースは非常に多い。なぜなら、電話やメールよりも LINE の方が学生はよっぽど使い慣れているからだ。メールアドレスをほとんど使わない学生も多い。そんなツールを連絡手段として用いるよりは、普及率 97.7% の LINE を用いた方が、連絡へのレスポンスも早くなるだろう。

しかし、それは本当によいことなのだろうか。LINE は、今までのメールや電話などと違い、アカウントそのものに個人情報的大量に集まっている。業務連絡などに用いるという名目でアカウントの開示を要求することは、プライバシーの侵害になり得るのではないだろうか。

本論文は、この問いに答えようと試みる。企業における従業員のメールプライバシーの問題については、すでに多く論じられている（たとえば、伊勢田 2002）。だが、SNS プライバシーの問題について、企業と従業員の距離を測ろうとした研究は少ない<sup>2)</sup>。そこで本論文では、企業が従業員や就活生が持つ個人アカウントに対して、どのような対応を取るべきかを明らかにすることを目的とする。

本論文の構成は以下の通りである。第二章では、LINE による業務連絡と就活性のアカウント監視の二つの例をあげ、職場における SNS 利用の問題を示す。第三章ではプライ

---

1) 「代表的 SNS」とは LINE、Facebook、Twitter、mixi、Mobage、GREE の 6 つを指す。

2) SNS の匿名性については折田（2015）などが詳しい。

バシーを定義し、それがなぜ守られるべきなのかを考察する。第四章では、第二章であげた二つのケースがプライバシーの侵害になりうるかどうかについて述べる。第五章では、予想されうる反論に対し、再反論を試みる。第六章は、企業が個人の SNS アカウントに関して干渉するべきではないと結論づける。

## 第二章 二つのケースの問題

### 2-1. LINE による業務連絡

LINE は、今や職場においてもっとも使われている SNS だと言える。2016 年に株式会社ウェブクルー<sup>3)</sup>が行ったインターネットアンケート<sup>4)</sup>(図表 1)によれば、20代から40代すべての世代において、職場で知り合った人間と最初に交換する SNS のアカウントの一位が LINE である。20代では 74.2%、30代では 74.4%、比較的年齢が高い 40代でも 66.4%が LINE だと回答している。その理由については、「多くの人が LINE を使っているから」「もはや業務に欠かせないから」「LINE が一番交換しやすいから」などのコメントが集まっている。質問内容が「会社の同僚に最初に教える SNS アカウントは？」という聞き方をしているため、今回検討するケースとは少しだけ逸れているが(理由は後述する)、それでもビジネスの場でも深く LINE が浸透していることに変わりはないだろう。

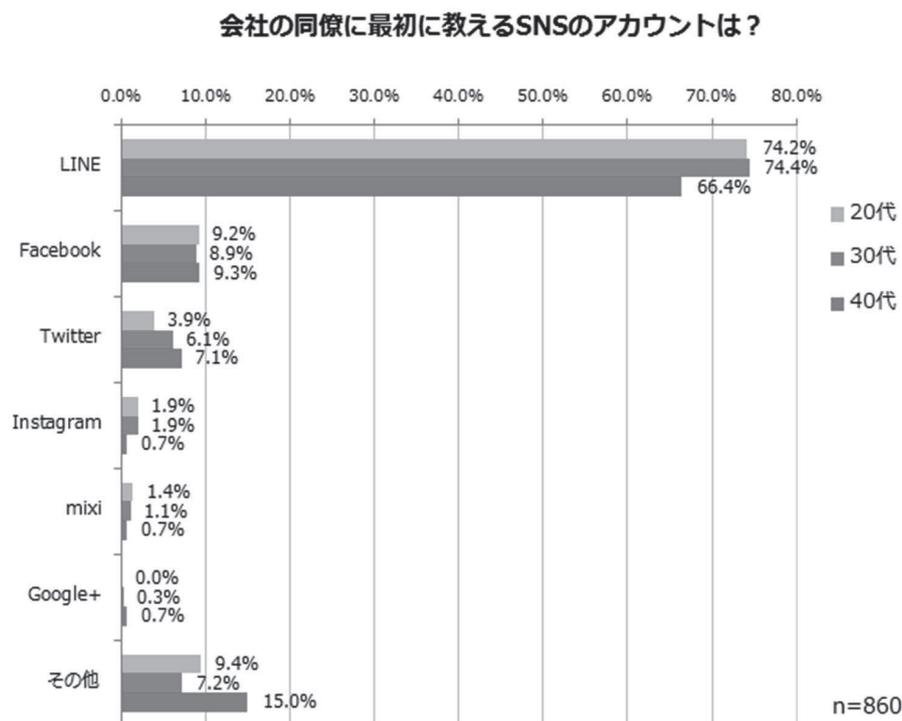
職場の SNS 利用に何も問題はないのだろうか。Sansan 株式会社が行った「ビジネスにおける SNS の利用に関する意識調査」<sup>5)</sup>によれば、仕事とプライベートにおいて SNS を分けたいとする人は 81.9%である。ところが、分けて使うことが出来ない人がほとんどである。つまり、職場において LINE を交換するのは日常的な光景だが、本音の部分ではあまり交換したくないという層が数多く存在するのだ。第四章では、こうした事態をプライバシーの観点から問題にする。

3) 株式会社ウェブクルーは、1300万人のユーザーデータベースを基に法人向けのインターネットリサーチをするほか、保険代理店事業や、広告代理店事業を展開している企業である。

4) 全国の20代から40代の男女860人を対象にしたインターネットアンケートによる調査である。

5) 全国の20代から60代までのビジネスパーソン547名を対象にしたアンケートである。

図 1



注) 株式会社ウェブクルー 2016年 SNS 利用調査より参照

## 2-2. 就活生のアカウント監視

人事採用担当者は、就活生のアカウントを監視して採用に反映している。そんな噂はどこかで聞いたことがある人も多いのではないだろうか。実際、デジタルメディアを提供する BuzzFeed は、「例えば BuzzFeed の採用担当者は全ての候補者の SNS を確認しているそうです」と自身が提供するサイト「BuzzFeed Japan」の記事<sup>6)</sup>に明記している。この記事では、就活をするにあたっての SNS の活用の注意点が掲載されている。モラルの低い発言には気を付ける。プロフィールはウソ偽りなく書く。その中で、明確な対策として twitter などは鍵をかけてしまうこと<sup>7)</sup>が挙げられていた。

ほかにも、就活生のための情報を集めたサイト「キャリアゲイト」<sup>8)</sup>には、「人事は就活生の SNS を監視し、Google で名前を検索している。その実態と対処方法」という名前

6) 「就活生の落とし穴!? SNS はここまで見られていた」 <https://www.buzzfeed.com/jp/shunsukemori/snsosouji> (最終閲覧: 2018年10月5日確認)

7) アカウントの運営主が承認したユーザー以外非公開にすること。アカウントに鍵のマークがつくことからこういう風に表現されることが多々ある。

8) 「キャリアゲイト」 <https://careergate.news/> (最終閲覧: 2018年10月10日)

のインターネット記事が存在する。ほかにも、いくつかのサイトで就活生のアカウント監視に注意喚起する記事が見つかる。これらの記事は実際に企業が就活生のアカウントを監視しているかどうかを調べているわけではないが、こういった記事が存在する以上、先ほど挙げた対応等を検討する学生は必ずいるだろう。

アカウントを非公開にするといった対策は確かに監視に対して有効ではあるが、はたして健全な状況だといえるのだろうか。この点についても第四章でプライバシーの観点から問題にする。

### 第三章 プライバシーの考察

#### 3-1. プライバシーの定義

プライバシーと一言でいっても、その言葉が包括する範囲は非常に広い。「この概念を一つに定義することは難しく、プライバシーの概念化は多くの立場や考えによってなされてきた」(折田,2015)。

そもそも、プライバシーが守られるとはどういった状況のことを指すのだろうか。言い換えれば、プライバシーの保護を権利として主張するということは、どういった権利を主張することなのだろうか。

solove は、プライバシーの概念を大きく6つに分類している<sup>9)</sup>。(1) 放っておいてもらう権利、(2) 自己への限定アクセス、(3) 秘密、(4) 自己情報のコントロール、(5) 人格性、(6) 親密性である。SNSにおいて特に重要なのは「放っておいてもらう権利」と「自己への限定アクセス」だ。「放っておいてもらう権利」とは、人がその私生活や私事をみだりに他人の目にさらされない権利のことをいう。「自己への限定アクセス」とは、個人情報などを保有しているデータベースなどは、その個人が認めたものしかアクセスすることができないことを指す。本論文では、プライバシーが守られている状況とは、これら二つが達成されていることを指すことにする。ほかの4つに関しては、消費者を守るための権利であったりと SNS について密接に関係があるものが少ない。なので本論文で注目する事柄は「放っておかれる権利」と「自己への限定アクセス」に絞る。第二章であげた LINE による業務連絡と就活生のアカウント監視がプライバシーの侵害に値するかは、第四章にて記す。

---

9) 「プライバシーの新理論」(Daniel, 2013) の二章を参照。

### 3-2. プライバシーの意義

では、プライバシーにはどのような意義があるのだろうか。個人情報を守られることによって、どんなメリットがあるのだろうか。

まず、それを検討するにあたって、プライバシーが個人的な権利でなく社会的な権利であることを確認する必要がある。もし仮にプライバシーが個人的な権利なのであれば、公的な福祉に対してプライバシーをあきらめざるをえないことになりかねない。

プライバシーを社会的権利だと考えるとはどういうことか。プライバシーを守る目的は、社会から個人を守ることではない。「プライバシーを守ることは個人を社会から断絶するのではなく、適正な均衡のもとで他者との交流、接触を図るためのものであるからである。」(道幸、1995、p25) プライバシーを守ることは、人と人との円滑な関係性を守ることに繋がるということである。

プライバシーが守られているという状態は、互いの円滑な関係を築きあげるにあたっては重要なファクターである。言い換えれば、「礼節を促進する社会の企てを構成している」(Solove,2017,p54) ものである。

だからこそプライバシーは厳重に守られるべきである。それが守られなくなるということは、ひいては大きな社会的な損失になりかねない。ここでいう社会的損失とは人と人の円滑な関係性が守れなくなることであり、これは互いのコミュニケーションに疑念を医大さあうことになってしまう。では、前章でみた職場における SNS の問題はプライバシーを侵害し、今後社会的な損失の恐れをもつだろうか。

## 第四章 企業と個人アカウントの適切な距離

### 4-1. アカウントの使い分け

ここまで、プライバシーとは何かを定義し、それが守られる意義について考えた。本章では、二つのケースをプライバシー保護の観点から考えていく。

そのために考えないといけないのが、SNS アカウントの使い分けである。今の若い世代は複数の SNS を持ち合わせ、それらを併用していることが一般的である。(図 2)

この表は複数アカウントを持つことができる Twitter にて、それぞれの世代が持っている Twitter アカウントの平均個数である。これから分かるように、今の若い世代は複数アカウントを併用するのが当たり前になっている。では、どのような利用をするのか。それは発信する情報に合わせてアカウントを使い分けるといったものだ。例えば、趣味のことを発信しているアカウントがあり、それとは別に日頃の愚痴やうつぶんを晴らすようなア

図 2

年代	Twitter の平均アカウント数
高校生	3.1 個
大学生	2.5 個
20 代社会人	2.7 個

(出典 電通総研「若者まるわかり調査 2015」 2015 年)

アカウント<sup>10)</sup>があるといった形だ。少し面倒なようにも見えるかもしれないが、日常の営みに照らし合わせてみればなんら不思議はない。我々は誰かとコミュニケーションを取るとき、相手に応じてこちらから話す情報を取捨選択しているはずだ。例えば、昨日会ったばかりの相手にすすんで日頃の愚痴を話す人は殆どいないだろう。人間がコミュニケーションするにあたって多面性を持つことは現実では当たり前であり、Twitter での運用はその感覚に近い。

このように、SNS アカウントは名前や住所といった単純な個人情報とは違い、そのアカウントの持ち主の思想や信条、日ごろの生活の様子などが浮き彫りになりやすい。

逆に、複数アカウントを所持できない SNS も当然存在する。LINE や Facebook はそれに近い。特に LINE は複数のアカウントの所有を最初から想定していない。そもそもアプリにログアウトボタンがなく、互いにアカウントを知り合うには現実世界で知り合いである必要がある<sup>11)</sup>。つまり、ほかの人と積極的に繋がる、というよりは、現実世界の関係をインターネットでも交流できるようにするという側面が強い。LINE では、誰にアカウントを教えるか、および見られるかを完全に選ぶことができる。よって、「自己への限定アクセス」によって、プライバシーが守られている SNS だといえるだろう。一方 Facebook は複数のアカウント所有は可能だが、そもそも実名利用で一つのアカウントだけ所有する人がほとんどである。実名で利用するのがほとんどである以上、その投稿内容は私生活などが色濃く浮かび上がる。それ故に Facebook の投稿の公開設定は非常に細かい。それを、ユーザーごとに選択していくような形をとっている<sup>12)</sup>。ひとくくりに SNS アカウントといっても、それぞれのサービスによって特色があり、それぞれによってプライバシー保護の観点も変わってくることは念頭におかねばならない。

10) 裏垢と呼ばれることも多い。非公開にして、現実での愚痴や鬱憤を投稿し、運営主が本当に信頼している相手にのみ見せるというアカウントのことを指す。

11) LINE でアカウントを交換するには、当人の電話番号で検索をかけるか、直接 ID を聞くか、近くでスマホを振るなどをする必要がある。

12) 機能としてはそのようになっているが、その機能が現状うまく機能していないことを示している論文に、「ソーシャルメディア利用における実効性のあるプライバシーのコントロール」(折田, 2015) がある

## 4-2. LINE での業務連絡

では、LINE での業務連絡はプライバシー保護の観点から見るとどのように映るのだろうか。4-1 で述べたとおり、LINE は複数アカウントでの使い分けなどを想定していない。よってその持ち主がそのアカウントを教えるか否かがプライバシー保護には重要である。アカウントを教えるか教えないかという選択を取れるという状態が、「自己への限定アクセス」が守られている状態だと言えよう。例えば、気のない相手から言い寄られていて、その相手にアカウントを教えてくれとせがまれても、ほとんどの人は教えることを躊躇するだろう。何かしらの理由をつけてやんわりと断るはずである。

しかし、業務連絡という形を持つ場合、こうした対応は非常に困難になるだろう。従業員側が、上司などから業務の連絡などに使うから LINE を教えてほしいと言われた場合、従業員側に断るという選択肢は存在しない。これから働くにあたって必要だと言われてしまっただけで断るに断れないからである。業務連絡を LINE で行おうとした場合、業務連絡という名目のもと、LINE のアカウントを教える、教えないという選択を取る「自己への限定アクセス」が犠牲になっている。しかも深刻なのは、LINE は複数アカウント運用に基本的に対応していない点である。仕事用のアカウントを作ろうにも作れず、私用のアカウントの差出を要求されることになる。

断れない以上、アカウントをそれに対応せざるを得なくなる場合もあるだろう。例えばアイコンだ。趣味をする自分の写真をアイコンにしていたといふ。上司からの連絡に答えるにあたって、仕事というフォーマルな場に自分のプライベートな写真がポップアップされるのは耐えられない、という人は必ず現れるだろう。そういった人たちはアイコンを無難なものに変更せざるを得ない。こうなってしまうのは自分のアカウントであるはずなのにその顔であるはずのアイコンですらままならないことになる。これも、「自己への限定アクセス」が守られていないが故に、こういった対応が本人の意思に関係なく迫られることが起こりうる。

## 4-3. 就活生のアカウントの監視

就活生のアカウントの監視の場合はどうだろうか。アカウントを検索して監視する、という場合にヒットする SNS は先ほどのケースとは違い Twitter や Facebook などが主になるだろう。これらは、LINE のようにクローズドなものではなく、広く発信するタイプの SNS だからである。これらの SNS の監視から逃れるには、アカウントを非公開にしようか削除してしまうほかない。やましい部分は何もないにしろ、ネガティブチェック、あら探しといった理由で自分のアカウントを覗かれるのは不快感を示す人が大半だろう。対応として、就活用のアカウントを作ってしまうという手もあるだろうが、結局は暗黙の場で行われるので、監視する相手が就活用のアカウントに無事たどり着いてくれるか

すら本人には分からない。結局は、いつ、どのように行われているのかが分からない以上、全てのアカウントを停止する、または非公開にする必要が出てくる。この状態は、「放っておかれる権利」が著しく侵害されている。SNS アカウントの使い方という私事や私生活を、必要以上に疎外されているからである。

このように、この二つのケースでは深刻なプライバシー侵害であることは明白である。3-2で述べたように、プライバシーを守ることは社会的利益のために必要なことであり、それが出来ていないことは大きな社会的損失につながりかねない。業務連絡では、私用のアカウントを使うのではなくビジネス向けのいくつかのサービスを用意したほうがよい。就活のケースではそもそも監視しない、および監視していないことを説明会などで明言するなどの対策が早急に迫られている。

## 第五章 想定されうる反論

本章では、以上のケースはプライバシーの侵害であり対応する必要がある大きな問題だ、とする結論にされるであろう反論に再反論を試みる。

### 5-1. 気にしない人もいる

LINE を実際交換するとなった際、自分の現場ではほとんどの人たちが快諾してくれたので、特に問題はない、という意見は必ず出てくるだろう。

しかしこの意見は説得的ではない。そもそも業務連絡という名目がある以上、従業員たちがその場所で働いていくには LINE のアカウントを交換する以外の選択肢が存在しえない。その、存在しないという状態そのものがプライバシーの侵害にあたるのである。今の現場の人たちが仮に全員本当に快諾していたとしても、今後入社してくる新入社員も快諾するわけではない。むしろ、そういう空気が出来上がってしまっているがゆえになおさら断りづらくなるだろう。

## 5-2. 「バカッター」をはじきたいので監視は必須である

膨大な数のアカウントがあれば、当然その中にはリテラシーに欠けた運用をしているアカウントがある。採用をするにあたって、そういったリテラシーに欠けた、いわゆる「バカッター」<sup>13)</sup>の運用者を不採用にしたいので、就活生のアカウントの監視は今の時代必要だとする意見もあるだろう。

確かにそういった必要性があるだろうが、だからといって就活生すべてのプライバシーを侵害することを正当化することはできない。プライバシーを守ることは、互いの関係を円滑に進めるために必要なことである。それが守られなくなってしまうのは、就活生と採用する企業側の関係に信頼はなくなり、互いが互いを疑いながら就職活動をすすめるという非効率なことになりかねない。さらに言えば、そういったリテラシーに欠けた運用をする人物の問題点を、アカウントの監視というプライバシーの侵害行為でしか発見できないとするならば、実際に採用する採用過程に問題や欠陥があると疑うべきだろう。インターネットリテラシーを問う試験を配置する方法や、面接においてインターネットリテラシーを問う方法もある。そういった別の手段を取らず、アカウントの監視を行うというのは企業側のプライバシー意識が低い証拠になりかねない。

## 5-3. LINE にはすでにビジネス版がある

LINE の交換がまずいとはいうが、LINE のビジネス版がすでに存在しているので、問題は何もないとする意見もあるだろう。実際、株式会社 LINE は、「LINE WORKS」という LINE の法人向けサービスを展開している。プライベートとのアカウントの併用もでき、プライバシーの問題を解決しているように見える。

しかし、このサービスは月額料金制であり、浸透率は低い。特に人材の流動性の激しい学生アルバイトへの業務連絡に、このサービスが使われる可能性は低いだろう。LINE は複数運用できず、現実の関係の延長線にあるという特異な性質からプライバシーの侵害につながりかねないので、学生アルバイトへの業務連絡はメールを利用するなどの対応とるのがシフトを送るなどの対応をとるのが一番よいだろう。もちろん、LINE よりレスポンスが遅くなるかもしれないが、プライバシーの侵害になるよりはよい。

---

13) 未成年ながら飲酒の報告を投稿する、お店の販売物に傷をつけた様子を投稿するなど、あまりにリテラシーに欠けた運用をしている Twitter アカウントをそう呼ぶ。バカとツイッターを組み合わせた造語である。

## 第六章 おわりに

本研究では、近年広がりつつある SNS と企業がどういう距離感でいるべきかという問題に関して、プライバシーという観点から検討を行った。本研究では、LINE での業務連絡、および就活生のアカウントの監視といったよく見かける行為が深刻なプライバシーの侵害であると結論付ける。

ここまでの議論を振り返っておきたい。まず、第二章では、インターネットアンケートを参照し、LINE での業務連絡と就活性にアカウントの監視の現状と問題を説明した。

第三章では、その問題点の判断基準となるプライバシーについて述べた。プライバシーとは、従来「ほおっておかれる権利」という消極的な解釈がされていた。しかし、2017 年の法改正などをみると、「ほおっておかれる権利」よりも能動的な権利、「自己情報コントロール権」としてプライバシーを解釈するべきであるとした。そして、プライバシーが守られる意義は個人的権利を守るという視点ではなく、社会的利益を守るという視点にあるとした。

第四章では、二章であげた二つのケースがプライバシーの侵害にあたるかを実際に検討した。二つとも、「自己情報コントロール権」を深刻に侵害しており、早急に対応すべきケースであることを明らかにした。

第五章では、予想されうる反論について再反論を試みた。その反論とは、気にしない人もいる、「バカッター」運用者を不採用にするために監視が必要、LINE にはすでにビジネス版があるの三つだ。それぞれの反論に応答し、二つのケースがプライバシーの侵害であることを結論付けた。

残された課題としては、LINE を実際に交換した後に発生しうるプライバシーの侵害の問題に触れられなかった点が挙げられる。労働時間外に SNS でメッセージは送受信してもよいのか、ビジネスコミュニケーション上での「既読無視」によるトラブルについても本稿では触れることが出来なかった。そのため、今後はよりそれぞれの SNS の特徴をよりいっそう検討し、どういった SNS がビジネスの現場に適しているのかを探っていきたい。

<参考文献>

Daniel J. Solove (2013) 『プライバシーの新理論』、みすず書房

Daniel J. Solove (2017) 『プライバシーなんていない!?!』、勁草書房

道幸哲也 (1995) 『職場における自立とプライバシー』、株式会社日本評論社

藤代裕之他 (2015) 『ソーシャルメディア論 つながり再設計する』、株式会社青弓社

折田明子 (2015) 「ソーシャルメディア利用における実効性のあるプライバシーのコントロール」『情報社会学会誌』Vol.10 No.1, pp.5-14

折田明子 (2016) 「ソーシャルメディアにおける信用形成とプライバシー」『計測と制御』Vol.55 No.1, pp.47-52

「ICT 総研 2017 年度 SNS 利用動向に関する調査」

<http://ictr.co.jp/report/20171011.html> 最終閲覧：2018 年 10 月 10 日

「e-Gov 個人情報の保護に関する法律」

[http://elaws.e-gov.go.jp/search/elawsSearch/elaws\\_search/lsg0500/detail?lawId=415AC0000000057&openerCode=1](http://elaws.e-gov.go.jp/search/elawsSearch/elaws_search/lsg0500/detail?lawId=415AC0000000057&openerCode=1) 最終閲覧：2018 年 10 月 10 日

総務省 (2017) 「情報通信白書」

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h29/pdf/index.html>

最終閲覧：2018 年 10 月 10 日

「【2016 年 SNS 利用調査】 SNS は仕事でも利用する!？」

職場の同僚と交換する SNS のアカウントは LINE が最多!」

[http://www.webcrew.co.jp/news/detail/20160512\\_01.html](http://www.webcrew.co.jp/news/detail/20160512_01.html)

最終閲覧：2018 年 10 月 10 日