

日本マクドナルド ソーシャルメディアの利用に関するルール

(ソーシャルメディアとは、Twitter、Facebook、mixi、LINE、2ちゃんねるなどのインターネット上のオンラインサービスのことを指します。詳細は別紙。)

ソーシャルメディアでの発言は、誰が発言しても、どんな内容の発言でも、社会に影響を与えます。それは良い影響を与える場合もありますが、ルールを守らないと、悪い影響を与えることとなります。

そこで、会社の事業や関係者への情報上のリスクを最小限に抑え、皆さんや関係者がトラブルに巻き込まれないようにするために、ソーシャルメディアを使う際には以下のルールを守りましょう。

1. 社会、倫理に反する投稿や発言は行ってはいけません。

NG：車いすって邪魔じゃない？

NG：今日来たお客さん、超キモかった！

2. 不用意な発言は、あなたやあなたの家族、友人、職場の同僚に多大なる迷惑をかけます。ソーシャルメディア上での発言には、関係者ではない方のプライバシーに関することも含めて、十分に注意してください。

NG：今日バイトしてたら、芸能人の が彼氏と来た！！

3. ソーシャルメディアはプライベートな場ではありません。匿名性が破られる場合があります。誰でも見ることができると考えましょう。

4. マクドナルドの商品やサービスについて、会社を代表して語るができるのはマクドナルド本社の広報担当者に限ります。

あなた個人の発言のつもりでも、「マクドナルドの関係者」と見られる場合があります。マクドナルドに関する発言は、あなたの個人的な意見だと明確にしましょう

NG：店舗での対応や手順の変更について、フォロワーの皆様からお問合せをいただいておりますが、企業秘の情報もあるのでお答え致しかねます。

OK：チキンタツタ美味しい！一番好きなバーガーです！

5. 業務を通じて知り得た情報は、マクドナルドが会社として発表しない限り、ソーシャルメディアに発信してはいけません。

ただし、メディアに発表後の情報に関しては、積極的に発言して、マクドナルドを盛り上げてください。

NG：マックポークは 月末に終了しちゃらしい。

OK：明日からグラコロだよ！

クルーインフォメーションが出た時点で発信が可能という訳ではありません。新聞やチラシ、TVCM、マクドナルドWebサイトなどで公開された後ならば可能です。

6. 業務に関する情報を外部に漏えいした場合は、処分の対象になりえることを認識しましょう。

7. マクドナルド製品に関する食品、食材については、間違っていた場合、お客様の健康に影響を及ぼす可能性がありますので、発言することは避けましょう。

NG：フィレオフィッシュにはえびは入っていませんよ！

正しくは、フィレオフィッシュポーションは、えびポーションと工場揚げ油を共有していますので、アレルギーがある方は反応してしまう場合があります。

8. マクドナルド関係者の不適切な発言を発見した場合は、放置せず、上司、またはオペレーションリソースセンターまでご連絡ください。

Email：Q.オペレーションリソースセンター

別紙

マクドナルドが定義するソーシャルメディアには、以下のサービスのほか、これらに類似したオンラインサービスが含まれます。

- ・ Twitter、Facebook、mixi、LINE、My Space 等のサービス。
- ・ YouTube、ニコニコ動画、Flicker、Twitpic 等の動画 / 画像投稿サイト。
- ・ Weblog や、企業や個人、あるいは出版メディア等が提供、主催するブログ
- ・ Yahoo!や Google、2ちゃんねるなどが提供する電子会議フォーラムや掲示板サービス。
- ・ Wikipedia のようなオンライン百科事典。