



稲荷町電停方面から当事務所所在ビル
JR広島駅から徒歩8分／稲荷町電停 徒歩2分



けいそう
勁草法律事務所

「疾風に勁草を知る」
「会社経営者・個人事業主の皆様にとって
いつでも頼れる存在に」

お問い合わせ、ご予約
082-569-7525

おはようございます。勁草法律事務所です。

ここ最近寒い日が続いていますね。地域によっては初雪も観測されているようです。俳句の冬の季語に「冬ざれ」という言葉があります。草木が枯れ果て、空には重い雲が垂れ込め、見渡す限り荒涼とした景色や季節のことをいいますが、最近の天候を良く表現していると思います。もう少し晴れ渡る日が増えればいいと感じるこの頃です。



今回は、商品やサービスの広告に関する記事と、従業員の独立支援としての「社内フランチャイズ制度」に関する記事の2つが弁護士が作成しましたオリジナルのものです。その他、法律以外に関する記事（今回は人材育成（教育）に関する記事）を配信しております。

良い会社作りのお手伝いをしたいという思いのもと、時期ごとの挨拶としてお受け取り頂ければ幸甚です。

商品やサービスの広告が思わぬ落とし穴に？役所からのペナルティのリスク

18.12.10 | オリジナルメルマガ



ここ数年インターネット上の様々な広告・街中にも新たな形の広告等，自社がサービス提供をしているかどうかを問わず，様々な広告が普段の生活の中にあります。一部の業種（医薬品関係や医師や歯科医師・弁護士等）は特別に広告の規制があり，インターネット広告（例えば，Google等）には各企業ごとの規制があります。また，看板などの屋外広告物は法律のほか地方ごとに規制があり，違反すれば撤去受ける可能性があります。

今回は，あくまでも一般的な話としての広告の規制（広告の作り方の際の話は除きます）とペナルティの話を中心に簡単に触れていきます。



○そもそも，どんなペナルティが？

一番気になるのがどんなペナルティがあるのかという話です。簡単に言えば，①行政からの会社名と問題となった広告について公表をされ，広告の撤去や撤去をしている場合に再発防止策の提示を求められるもの（措置命令）

②いわゆる罰金的なものでお金を徴収される（課徴金）

といったものがあります。

企業名公表だけだとダメージは少ないという考えの方もおられるかもしれませんが、実際、毎年公表されるこうした行政からの処分を受けた企業の中には、有名企業も含まれそこまでダメージがないようにも見えますが、インターネットその他でニュースとなり情報が出回る時代ですから、風評による売り上げや信用へのダメージは意外と大きいと思われる。また、措置命令については、広告を止めるあるいは差し替えをするなど急ぎの対応や費用面などでの負担も十分大きくなっていくでしょう。

課徴金について少し触れておきますが、簡単に言うと、処分の対象となる期間内に広告をしたサービスや商品の売り上げの3%です。ただし、ペナルティの対象になることを知らず、きちんと注意もしていた場合や課徴金が150万円に満たない場合、自主的に消費者に返金をした場合など課徴金という形でペナルティを受けない場合もあります。この場合には売り上げの「吐き出し」をしなければいけなくなりますから、ダメージは大きくなります。ちなみに、自主的に先に行動をしていた場合には、課徴金の減額を受けることができます。

地方の小さな会社は相手にされないだろうという考えもあるかもしれませんが、中央省庁（現在は消費者庁が行います）が発表している公表資料からは地方の小さな会社も処分を受けています。ちなみに、直近は11月頭に公表されています。今年の広島での対象企業はありません。一般になかなか行政が広告の問題についてそこまで認識していないといわれていますが、広告を見た方からの問い合わせや苦情で認識されるケースがあるようです。

こうした処分は中央官庁の他に各都道府県も行うことがあります。処分の内容は同じですし、処分をする前には事実関係の調査を行政側から行われ、処分になる前には確実に弁解の機会を各企業に与える必要が出てきます。面倒なのは、行政側が調査をしきれなければ大丈夫というわけにもいかない点があるということです。これは、例えば、広告内容が事実であることを示すように言われた場合には、示せないと事実と反する＝処分の対象となりうる、という話です。

○どんな場合がペナルティの対象に？

広告の規制がある理由は、簡単に言えば、消費者が広告を見て実態に反しているのにそうではないと信じて購入する可能性を減らそうというものです。そのため、サービスや商品の性質や内容・価格等買うかどうかで重視をする一定の事柄について、事実と反して著しく優れたものであると示されている・他と比べて事実と反して著しく優れたものと広告されている場合が当てはまります。

この規制は抽象的に言うと分かりにくいので、厳密には他の場合もありますが、この話にとどめておきます。

抽象的な話だと難しいので、簡単な例を二つあげてみます。

① A社は、衣料品をネットや店舗で販売をしている会社です。インターネット上で売っている服を着ると「足が細くなる」、「通常価格に比べて安い」と記載していました。しかし、実際には、足が細くなることはなく、通常価格もA社の設定した任意の価格で特に実績がないものでした。

② B社はスーパーなどを営んでいますが、新聞広告で「この地域で一番の安値」と記載していました。しかし、実際には、一番の安値がなんであるかの調査が極めて不十分で、根拠がほぼないものでした。

① をみると、「足が細くなる」というのは服を着てみての効果にあたり、品質などに関わる事項で、購入するかどうかで大きな意味を持つポイントの一つです。「通常価格と比べて安い」というのも安いかどうかは購入するかどうかで大きな意味を持つ事項です。こうした品質や価格といった事項で、事実と異なり、他と比べて著しく有利に見せて広告をした場合にはペナルティと規制の対象となります。

② についても、地域で一番安いかどうかは同様に購入をするかどうかで重要な事柄で、他社との比較は大きな意味を持ちます。ここで事実と反し、他と比べて著しく有利に見える広告をしてしまうと規制とペナルティの対象となります。

重要なのは、広告で規制とペナルティを受けるのはごく一部であること・他社との比較広告をすることは原則は許容され、問題があるものが規制を受けるということです。実際にどのような場合に規制を受けるのかは一部は業種・広告の仕方などにより異なる場合がありますし、実際にどんな場合が規制を受けるのかはケースごとに考えていく必要があります。

うちは口コミと紹介で何とかなるというのは非常に素晴らしいことですが、広告の可能性は常にあることから、こうした事柄にも注意をしていきたいですね。

従業員の独立支援としての「社内フランチャイズ制度」とは。「のれん分け」との違いは？

18.12.10 | オリジナルメルマガ



コンビニや飲食店、学習塾・理美容やエステのサロンで、本部からの経営指導を受けながら独立開業するフランチャイズは有名なところですが、これ以外に、これまで自社に貢献してきた従業員の独立支援をするための制度として、日本では「のれん分け」ということが行われてきました。最近では「社内フランチャイズ制度」というものが、「のれん分け」と同様な意味をもつものとして、小売業や飲食業で使われているようです。ラーメン屋でも見かける気がします。今回はこの「社内フランチャイズ制度」について、これまでの「のれん分け」との違いなどについて取り上げます。



○「のれん分け」とは？

のれん分けとは、昔から日本にある制度で、簡単に言えば長く勤めてくれた従業員の貢献に対して報いるために、自社の屋号（商号）等の利用を許して、独立を許すことを言います。

この制度は、従業員のやる気を引き立てる・優秀な従業員に限定してさせれば、自社のブランド価値が上昇するなどのメリットがあります。言い換えれば、対象となる従業員を限定しておかないとブランド価値が下がる可能性もあります。

フランチャイズとは何が違うかという点がありますが、実際のところはそこまで違いません。屋号の利用まで認めることはフランチャイズでは少なく、商標の利用を認めるのみという場合が多くあります。それ以外は、契約でどう定めるかによりますが、のれん分けの場合は元々自社の従業員であること・それによって能力面等がどうか等を見極めることができるとは言えるでしょう。

法律的に注意をすべき点は

- ① 似た屋号を持つ・サービスも同等の業者が併存して、競業になることのトラブルの可能性がある。
- ② のれん分けの際のロイヤリティ（フランチャイズ契約の場合は加盟料その他本部に支払うお金に該当）や違約金などお金の面をどのようにするのか
- ③ のれん分けの場合で、屋号がほぼ同じときには、のれん分けをした側が取引先からの請求に支払義務を負う場合がありうるという話です。

最後の③のみ触れておきますと、この問題は法律上紛らわしい名称で商売をすることを許した場合に、許した側（のれん分けを許した側）が商売をしているものと誤解した取引相手方を保護しようという話です。これが問題になるのは、のれん分けをされた側の経営がうまくいかず支払いが難しい場合です。また、ここの支払いには事故などの際の損害賠償の支払いが含まれていますから、落とし穴になりかねません。誤解を生じないように屋号を一部変えてもらう等の対応が必要となります。同じことはフランチャイズの場合にも言えます。

○社内独立支援制度（社内フランチャイズ）制度とは？

この制度自体も、先ほど述べた「のれん分け」と意味は大きく異なる点がありますが、形態は違う場合もあります。

違う場合として、「業務委託」の場合があります。この場合は、自社がその店舗等の経営権を持ち、そこで働く他の従業員も自社の従業員です。その店舗の業務運営のみをフリーランスである「店長」に任せるといえるものです。これに対して、先ほども触れました「のれん分け」の場合には、大きくはフランチャイズの場合と変わらず、一定の加盟店料などの支払いは行うものの、その店舗などの経営は自分で行い、本部（自社）からの指導や材料の提供などを受けてその従業員が独立するものといえるでしょう。後者の場合に、独立する従業員自ら営業する店舗などを取得させるという方法もあります。

「のれん分け」形態の場合は、先ほど触れました「のれん分け」のメリットの活用のほかに、独立心の強い従業員に、収入が増える分働きを増やしたいという思いにこたえることはできません。しかし、あくまでも自社の収入はロイヤリティ部分（加盟店料等）のみとなります。独立した側は独立採算ということになりますから、商売がうまくいかなかった場合のリスクを負うことになります。

これに対して、「業務委託」形態の場合には、自社に売り上げが上がりますので、委託への報酬を除けば利益が出れば自社の利益となります。裏返すと、委託を受けた側は、経営の責任をすべて追う形からは逃れることができます。報酬などをどうするかは契約内容によって決まりますが、業務委託形態の場合には内容によっては実質雇用ではないかということになる場合があります。実質雇用となった場合には、労災や未払い給与の話が出てきます。契約内容の他に、実態がどうであったのかによります。単に独立採算だからという形では決まらず、本部からの指示がどこまで細かくなされていたのか・裁量がどこまであったのか等の実態が大きな意味を持ちます。

ちなみに、本部からの指示がどこまで細かかったのか等が問題になるのは、のれん分け形態の場合でも同じです。

一般ののれん分け制度と同じく、競業や屋号の問題・ロイヤリティや報酬等お金の問題は契約できちんとしておくことが必要です。特に、のれん分け型で、店舗などの買取が必要な場合で、自社から融資制度がある場合の内容や後からの競業の話はきちんと説明をしておく必要があります。書類上での確認が必要ですが、こうした説明が十分なされなかったことを理由として、会社側（本部側）にお金の支払いを命じた裁判例もフランチャイズ契約についてありますので、こうした点の説明やできれば事後の情報提供をしてコミュニケーションをきちんととっておくのは非常に重要なことになるでしょう。

結局のところは、契約や説明をきちんとしておく、その後のコミュニケーションをきちんと図ることが大切になります。

障害者を雇い入れる義務と責任と準備

18.11.29 |

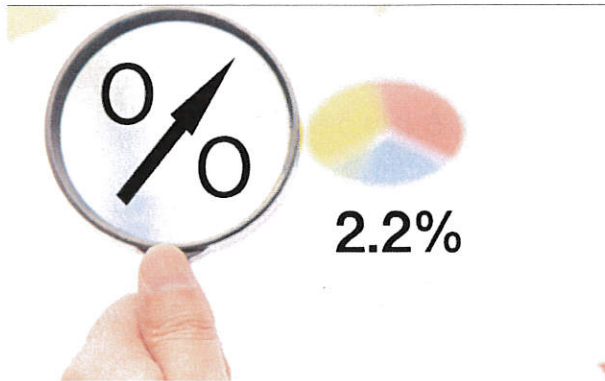


2018年、複数の中央省庁が、障害者の雇用率を

水増ししていたことが発覚し、大きな問題になりました。

そもそも厚生労働省は、『障害者雇用率制度』として、従業員が一定数以上の規模の事業主は、従業員に占める身体障害者・知的障害者・精神障害者の割合を『法定雇用率』以上にすると定めています。

具体的にはどのような義務があるのかを紹介していきます。



障害者雇用の義務と『法定雇用率』

『障害者雇用率制度』とは、民間企業や地方公共団体において、雇用している従業員の一定の割合に相当する人数の身体障害者・知的障害者・精神障害者の雇用を義務付けたものです。

1960年に制定された障害者独自の雇用施策である『身体障害者雇用促進法』が現在の『障害者雇用率制度』の礎となりました。

障害者がごく普通に地域の一員として共に生活できる『共生社会』実現の理念のもと、従業員が45.5人以上の事業所を対象に、『法定雇用率』以上の障害者を雇用する義務を定めています。

この従業員数は、アルバイトやパートタイマー、期間の定めのある雇用者も含まれます。

そして、2018年の4月1日からは、民間企業における『法定雇用率』が2.0%から2.2%に引

き上げられました。

従業員を45.5人以上雇用している企業は、障害者を1人以上雇用する計算になります。

ちなみに、『法定雇用率』を、国・地方公共団体は2.5%、都道府県の教育委員会は2.4%と定めています。

また、2020年度末までにはさらに0.1%引き上げられ、民間企業は2.3%、国・地方公共団体は2.6%、都道府県の教育委員会は2.5%になることが決まっています。

障害者雇用を推進させる『障害者雇用納付金制度』とは？

障害者雇用の対象となる企業は義務であり、これらの制度に則らず、雇用義務を履行しない事業主に対しては、ハローワークによって行政指導が行われます。

さらに、障害者を雇用していない企業は、『障害者雇用納付金制度』によって、納付金を徴収される可能性もあります。

では、『障害者雇用納付金制度』とはいったいどんなものなのでしょうか？

この制度は、障害者を雇用するにあたって、バリアフリー化など、職場環境の整備や作業設備の改善などが必要になるため、雇用する事業主の負担を軽減するために設けられたものです。

この制度によって、事業主間の差をなくし、障害者の雇用を推進させるという目的もあります。

簡単に言ってしまうと、障害者を雇用していない企業からは一定額を徴収し、障害者を多く雇用している企業には調整金や報奨金として一定額を支給するという制度です。

徴収の対象となるのは、労働者が100人を超えているにも関わらず、『法定雇用率』を達成していない企業で、**不足分1人あたり、月額で5万円**を徴収されます。

例えば1,000人の従業員を抱える企業の場合は、『法定雇用率』が2.2%なので、22人の障害者を雇用しなければいけません。

しかし、1人も雇用していなければ、不足分22人×5万円となり、月に110万円を納付金として徴収されることとなります。

現状では、従業員が100人以下で、障害者を雇用していない中小企業からは徴収を行っていませんが、今後はどうなっていくかわかりません。

しかし、社会倫理的にも『法定雇用率』は守るべきものです。

一方で、この納付金を元に、法定雇用率を達成している企業に対しては、調整金や報奨金が支給されます。

『法定雇用率』を達成している企業においては、**超過1人あたり、月額2万7,000円の調整金**が支払われます。

また、労働者100人以下で障害者を4%又は6人のいずれか、多い数を超えて雇用している事業主には、**超過1人あたり月額2万1,000円の報奨金**が支給されます。

ハローワークでは、障害者雇用のための各種助成金の相談や、障害者の職場定着のための人的支援などを行っています。

管轄のハローワークとも相談しつつ、一人ひとりの状況やスキル、そして本人の希望やモチベーションに応じて、適切な仕事を割り振っていくことが重要になります。

各機関のサポートを受けながら雇用を進めていきましょう。