



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」

稻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／稻荷町電停 徒歩2分

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。

先日岡山に行った際の続きの話ですが、注連縄を販売する準備をしていました沖田神社（岡山市中区沖元になります）は、おみくじやお守りをはじめ、神社で通常売っている品々のラインナップが圧倒的で驚きました。巫女さんのお話しによると、沖田神社を超える品数を扱うところは山口にある神社くらいだそうです。御朱印を頂くのに神社、お寺にお参りすることが増えましたが、今回はまたこんな新しい発見がありました。沖田神社やその他御朱印を頂いた神社・お寺のご紹介はインスタグラム（アカウント名：keiso_law_hiroshima）でも随時取り上げていますので、もしご興味をお持ちでしたらご覧下さい。



今回は、裁判が早く終了するとされている制度の概要と実際の運用についてと、副業の場合の労災や残業に関する記事が弁護士の作成しましたオリジナルの記事になります。法律以外の記事は今回はマーケティングに関するものになります。

良い会社・事務所運営にお役立て頂ければ幸いです。

なお、当事務所の年末は12月28日まで営業しております。年始は令和2年1月6日より通常の営業をさせて頂くことになります。

当メールマガジンはこれまで名刺交換させていただいた方等、ご縁を頂いた方へ配信しております。

裁判が早く終了へ？今ある制度の概要と実際の運用について解説します

19.12.16 | オリジナルメルマガ



ごく最近の報道で、一部の裁判を原則6か月で提訴から判決まで終わらせる制度を作ろうという検討を国が始めたという話がありました。内容は、訴える側と訴えられる側双方が合意をした地方裁判所で行う裁判について、双方言い分を記載した書類の提出を3回までに制限し、提訴から判決まで6か月以内に終わらせようというものです。提出する証拠や話がかみ合わないことを防ぐため争点をきちんとすることを前提に行われるようですが、詳細はこれから検討との話です。そこで、現状ある制度で早めの解決を目指して作られた制度と実際の運用について取り上げます。



○そもそも、裁判はどのように進行するのでしょうか？現状は？

現在、来年から今ある制度の枠内ということですが、マイクロソフトチームスという会議用のアプリを使って、書類からデータのやりとりへの移行などを内容とする裁判のIT化が進められています。ただし、今ある制度は、双方が可能な限り裁判所に出頭し書類の事前のやり取りを前提に議論を行い、証拠の提出や話し合い解決が可能かを吟味していく形となっています。

一部、一方のみは電話でのやり取りで行うことをOKとする部分はありますが、書類のやり取りと裁判所へ出頭して議論をして①言い分や証拠を出していく②問題となる点や見通しを整理していく③話し合い解決が可能かどうかの吟味や最終的な判断へ向かう、というのが基本的な形です。言い分や証拠も紙ベースで提出しますので、データが膨大な証拠がある場合には証拠の準備だけでも大変ですし、話が複雑なものや口約束で話がそもそも整理されていない事柄での裁判は、問題となる点の整理やそもそも言い分の提出に大きく時間がかかっていました。現在裁判の提訴から判決までの平均期間（ただし第1審のみ）は1年4ヶ月とのことですですが、争いのないものや小さなものが長くて数ヶ月で終わるのに対して、長いものは数年かかる状況でした。

こうした問題を防ぐために予防が重要となるとともに、きちんと打合せなどの準備を行うとともに話し合い解決が可能かの交渉などが重要といえるものでした。

○現在ある制度で早めの解決を目指した制度は？

とはいっても、一部裁判所を使った制度でも早めの解決を目指したものがあります。一つ目は簡易裁判所を使ったものです。内容は少額訴訟というものです。こちらは60万円以下のお金の回収しか使えませんが、書類のみで証拠が足りている場合を原則的な形としています。争いが少ない簡単なお金の回収を図る場合には向いています。相手が異議を述べないことが前提となってきます。そのため、証拠となる書類が少ない場合や相手が強く争っていて通常の裁判での解決を求めてくるだろう場合には使えません。また、1年あたりにこの裁判を使うことができる回数の上限があります。頻繁に回収にこうした裁判を使わなければ問題になることがあります。十分に限界がある制度です。ちなみに、この制度を使った場合には財産開示手続きという差押えの場面で相手に自分の財産を開示するよう求める手続きを使うことができません。

お金の回収を図るのであれば使える手続きですが、見通しをきちんとしておくことが重要になってきます。

二つ目は労働審判という手続きです。こちらは、主に従業員（元従業員）から起こされる手続きになりますが、会社と従業員側のトラブル（給料未払いやパワハラなどの損害賠償請求・解雇などの問題）について早めの解決を目指すものです。この制度は双方が言い分を主張や証拠として出し、話し合い解決を図るための制度です。原則3回の裁判所での手続きを行う中で終了し、終了しない場合（折り合いがつかない場合）には裁判所が一定程度の判断を出します。この判断に異論があれば通常の裁判での解決を目指すことになります。

裁判所の判断は、言い分や証拠・労働審判の場（裁判所での話し合いの場）での双方の意向や裁判所側の話を踏まえた意向を前提に判断を示します。裁判のようにきちんとした判断ではないので、その後実際に裁判で判決までに至った場合とは判断内容が異なる可能性は十分にあります。ここで解決するかは一定の内容であれば早めに解決を図る意向がある場合になります。この手続きでの解決を図るときは、実際には1回目の裁判所での話し合いの日までに可能な限りの準備をしておく必要があります。1回目の話し合いの際に見通しが大まか出てくるためです。これは、早めの問題解決を目指している制度であるためのものです。したがって、十分な準備がすぐにできる（特に申し立てを受ける会社側）かどうかには気を付けておく必要があります。

○早めに解決を目指すが、裁判所の手続きを使う際の注意点は？

こちらは先ほど述べましたが、早めに言い分や証拠の整理や提出ができること・話や問題点が複雑すぎないこと・早めの解決にメリットを見出すのかどうかという話です。話や問題点、争点が複雑な場合にはきちんと整理をしておかないと早めの整理や解決に向かないというかできないものになります。

言い換えると、早めに解決を目指すかどうかはともかくとしても、複雑な話ですときちんとした話の整理などを行う必要があります。複雑ではない場合であっても早めの解決を目指すときは早めの見通しをつける必要が高くなり、裁判所を使って早期の解決を目指す場合であっても、先ほどの少額訴訟を使える場合を除けばきちんとご自身あるいは専門家を通じて話の整理などを事前に行う必要が出てきます。

ことに、訴えられた側にとっては裁判の対応をしないと差し押さえなどの不利益を受ける制度となっていますので、きちんとした準備ができるかどうかは極めて重要となってきます。今後制度の内容がどう決まるにしても、ここは動かない点と思われますし、現状もこうした点をきちんと考えて対応をしていくことが重要になります。

副業の場合の労災や残業について、進む方向とは？

19.12.16 | オリジナルメルマガ



現在ダブルワークなどの名称で副業を認める方向で話が進んでいます。他方で、法令上は勤務時間が本来の勤務先と副業で増えることで多くなりそうな労災の場合の話をどうするのか・残業代の負担をどうするのかは規定が少なく、議論も現在進んでいる状況です。今回はこれまでどういった点が問題になっていたかを中心に取り上げます。



○労災についての問題は？

勤務時間が増える（副業も務めであることが前提です）ということになると、通勤災害を含めた事故のリスクが増えるとともに、勤めている方の心身に負担がかかり健康被害が出てくる可能性があります。残業とも関わりますが、副業を含めてどの程度の稼働状況か・心身の負担がどの程度なのかをどのように・どちらが把握するのかという話とともに、労災の保険における給付額・負担など不明確な問題が存在します。

報道では結論が出たかのような話でしたが、現状あくまでも話が進んでいっている状況で、一定の論点整理などがなされているにすぎません。以下では、そうした点について触れておきます。

複数の仕事を別の職場でする際の問題点は、どちらか一方の職場での仕事では問題がないけれども、二つの仕事をすることで心身への負担が大きくなることです。これまでの労災の枠組みでは、こうした場合に格別の仕事の危険が現実化したかどうかが問題になりますから、因果関係が否定されることが十分あり得ます。このような点の不都合をなくすために、双方の勤務先での状況を総合考慮する形が提言されています。実際には、それぞれの職場での就業状況や環境などを労働基準監督署が調査をする形になりますが、結局はこうした調査をせずに考量することは難しいため、この枠組みは維持されることになると思われます。

また、この場合はそれぞれの職場の仕事からは発生しない危険である以上はこれまで通りの各職場が労災の責任を負うという枠組みからは外れてくる点も言及されています。あくまでも、その職場の仕事に潜む危険から生じたものについて労災の責任が出てくるという話は変わらないという整理になります。

このほかに、労災によって休業になる場合の補償金額について、労災事故が発生していない職場の給与も考慮するのかどうかという問題があります。こちらについては考慮をするという方向のようです。保険料の負担をどうしていくのか・通勤災害の場合をどう考えていくのかも一定の方向が示されています。

○勤務時間管理や残業代の支払いはどうなるのでしょうか？

残業代の支払いについては現在の法律では、勤務場所が異なる場合（事業場が異なる場合）には通算して残業代の支払いが生じるとされています。そして、ここでいう勤務場所（事業場）が異なる場合には勤務先が異なる場合も含むと行政解釈では考えられてきました。この意味は大きく、自社でないところで法律で定められている残業規制に引っかかる場合にはいわゆる残業代に関する協定（36協定）を締結し直す・残業代の支払義務が生じるという話が出ていました。

ちなみに、後で勤務する側（副業で勤務する先の会社）がどのような稼働状況なのかを確認して契約をするかどうか決める義務があるという考え方から、こうした負担を負うのは副業での勤務先の会社となります。そのため、採用時の負担は大きくなります。

勤務時間把握する義務を会社が負いますので、この話からは自社で勤務していない部分までどの程度勤務時間があるかを会社は把握する必要があり、実際副業のガイドラインでも自己申告でいいから把握する必要があるとの記載があります。

現在のガイドラインではこれまでの法律の解釈や考え方（あくまでも解釈は行政解釈や本での話になります）を維持しつつの話ですが、現在進められている議論では、勤務時間の把握は健康管理（会社側が従業員の健康管理を行うという意味）でも重要である一方、極めてプライバシーにかかわる領域であること・自己申告だけでいいのかという点が問題として挙げられています。これまでも、こうした規制や考え方への異論はあったものの、現状は現在の規制を前提に勤務時間や健康管理の把握を会社側がどのようにしていくのかを検討していくという議論がされています。

現在も出る就業規則の改定の中で、副業をどのような場合で許容するのか・違反に対するどのようなペナルティを置くのか等が定められていて、副業をどのようにしていくのかを考えておられる各社の中でも様々工夫をしておられるかと思われます。

こうした議論は今後も進められ、そう遠くないうちに結論が出てくる可能性があります。勤務時間の管理や従業員の働き方などにも影響が大きいところですので、注目が必要なところになります。

効果的に集客アップ！ 今さら聞けない『スマホ広告』のキホン

19.12.10 |



今やスマートフォン（スマホ）は持っていて当然の時代になりました。

そのため、2000年以前のスマホ創成期から比べると、マーケティングの観点からも、スマホ向けの広告は無視することのできないものとなってきています。

そこで今回は、アフィリエイトやモバイルアンカーなど、さまざまな種類があるスマホ広告について、ご紹介します。



ネット広告はパソコンからスマホ仕様へ

2007年にiPhoneが登場してから十数年、スマホは巨大産業に成長しました。

特に若い世代にとって、スマホは常に手元にある状態です。

総務省の『平成30年版 情報通信白書』によれば、**スマホでのインターネットの使用時間が最も長いのは10代で、2013年は平日の平均使用時間が81.7分だったのに対し、2017年には114.9分になりました。**

また、次いで20代の平日の使用時間も2013年は平均91.3分だったのに対し、2017年は114.7分と長くなっています。

このように10代～20代は、日常的にスマホでインターネットを利用しておらず、それに伴い、ネット広告もパソコンからスマホに移行しつつあります。

デジタルマーケティング事業を展開する株式会社D2Cが行った『インターネット広告市場規模調査』によると、2014年までは、スマホ向けよりもパソコン向けの広告が多かったのですが、2015年にはこれが逆転。

全体のネット広告費9,194億円のうち、パソコンの広告費が4,215億円だったのに対し、スマホの広告費は4,979億円と、初めてスマホの広告費がパソコンの広告費を超えるました。

これまでパソコンが主体だったアフィリエイトなどのネット広告も、スマホ向けに進化しています。

アフィリエイトの仕組みと始め方は？

アフィリエイトとは、個人や法人のホームページやブログに、企業の広告を掲載するネットマーケティング手法のことです。

そのホームページを見た消費者が広告をクリックした数や商品を購入した数などに応じた報酬が発生するため、『成功報酬型広告』と呼ばれます。

アフィリエイトは、アフィリエイトサービス・プロバイダー（ASP）と呼ばれる広告を配信するサービス・プロバイダーに広告の出稿を依頼するところからスタートします。

ASPは、企業が出稿した広告の情報をサイト上に掲載します。

その情報をもとに、Webサイトの運営者がどの広告を掲載するかを選びます。

その後、初めてその広告は消費者の目に触れることになります。

そして、企業側がASPに出稿費を支払い、ASPからWebサイトの運営者に広告料（報酬）が支払われる仕組みになっています。

アフィリエイトは長らくネット広告の主流であり、ASPは基本的にはパソコン用サイトの広告を前提としていました。

そのため、画面の小さいスマホでWebサイトを見たとき、広告の画像が画面に収まらずはみ出してしまったり、表示されなかったりといった事態が度々起きていました。

この対策として、スマホサイト用のアフィリエイトに特化したASPも出てきています。

たとえば、多くのスマホ用広告を取り扱っているZucks（ザックス）や、成功報酬の単価が高くWebサイトの運営者に好まれているSmart-C（スマートシー）などは、Webサイトのレイアウトやデザインをスマホ用に最適化することができます。

もちろん、これまでパソコンを主戦場にしてきたASPも、スマホサイト用に対応しています。

A8.net（エーハチネット）など、大手のASPも相変わらず多くの支持を得ている状況です。

ASPには、ゲーム分野の広告が得意だったり、通販系に力を入れていたり、それぞれ特徴があるので、自社に合ったASPに依頼するようにしましょう。

ほかにもたくさんある！ スマホ向けの広告

パソコンでは、アフィリエイト広告のほか、閲覧中のWebページ上を覆うように新しいブラウザウィンドウを開き、そこに広告を表示する手法である『ポップアップ広告』なども主流でした。

ポップアップ広告に代わるものとして、スマホではモバイルアンカー広告も増えてきています。

モバイルアンカー広告とは、**記事の下などにひょっこりと出てくるタイプの広告**です。ユーザーが思わずクリックしてしまう確率が高いため、比較的収益効果が見込める広告といえるでしょう。

しかし、この広告を消すアプリが登場するなど、ユーザーには非常に嫌われている一面もあります。

スマホはパソコンと比べると画面が小さいため、より邪魔に感じてしまうようです。

企業のPR活動や販売促進にとって、逆効果になる可能性があるという点は覚えておきましょう。

ほかにも、検索エンジンを利用して情報を調べた際、キーワードに関連した広告が表示されるリストティング広告や、SNSを使ったソーシャルメディア広告など、スマホに向いている広告はまだまだたくさんあります。

それぞれ方法も効果も異なるため、何が自社に合っているのかを考えながら、広告展開を行ってみてはいかがでしょうか。

※本記事の記載内容は、2019年12月現在の法令・情報等に基づいています。