

## 職場ルールをめぐる法的問題

本ケースでは、青木店長が説明する会社の方針に対して、新人の坂本は、前職における取り扱いを持ち出して自己を正当化しようとする態度をとっている。

坂本との間で問題となっている出来事は、①髪の色、②業務時間中の服装、③顧客への市販薬の追加購入への勧奨、④セール期間外における値引きである。これらの出来事が、A社の服務規律として定めた内容に関連する行為であるかを確認する必要があるだろう。

### 髪の色、服装に関する指導の可否

髪の色や服装については、就業規則において定められている限りは、これを遵守する必要があると考えられる。

しかしながら、髪の色や服装については、私的領域とも関連する部分であり、過度な規制には及ばないように配慮することが望ましい。過去に裁判例においても、「労働者の髪の色・型、容姿、服装などといった人の人格や自由に関する事柄について、企業が企業秩序の維持を名目に労働者の自由を制限しようとする場合、その制限行為は無制限に許されるものではなく、企業の円滑な運営上必要かつ合理的な範囲にとどまるものというべく、具体的な制限行為の内容は、制限の必要性、合理性、手段方法としての相当性を欠くことのないよう特段の配慮が要請されるものと解するのが相当である」と判断した事例がある（福岡地裁小倉支部平9.12.25決定）。

服装に関しては、着替えることが可能であるという意味では、髪の色とは異な

り、制服の着用などを義務づけることも可能であるが、着用を義務づけた場合には、これに着替える時間なども労働時間に該当することには留意が必要である。

髪の色については、原則として、私的な生活時と勤務時で色を変えることが容易ではなく、会社による制限が私的領域への制限に等しいともいえる。そのため、髪の色については、その制限には必要性和合理性、手段としての相当性に関して、服装よりも厳密に検討する必要があるだろう。なぜ自社において髪の色が明るくないほうが望ましいのかという点を改めて問い直されることになるともいえるが、お客様に軽率な印象を与えるからといった点のみでは、主観的な事情に左右される部分が大きいため、坂本から言い返されたことにそれ以上の理由が説明できなくなってしまったものと考えられる。

服装については、白衣を着ることから見過ごしており、髪の色についても不承不承同意したということは、会社が要求する身だしなみについて、必要性や合理性が十分に確保できていなかったということを表しているように思われる。顧客からのアンケートや具体的な身だしなみに対する苦情が過去に生じていなかったかなどを確認したうえで、髪の色や服装に対する注意をおこなうだけの根拠を用意しておくことが重要であろう。

### 市販薬の追加購入への勧奨

会社の目的は、より良い商品やサービスを提供することで利益を上げることであり、その意味では、お店の売上につながるから購入を勧めているという返答は正論であり、対応に窮する理由もよく理

解できるところである。

青木は、断れないお年寄りもいらっしやることを例に挙げるものの、線引きができないことを理由に反論されて、坂本の行為を指導しきれていない。

坂本の説明が正当化されるのかというとそうではなく、青木の説明も正しい部分がある。たとえば、特定商取引法では、訪問販売や電話勧誘販売といった販売方法では、高齢者に限らず、過量販売に対する規制がおこなわれている。本人は、購入を勧められて購入の意思を固めているのであるが、通常必要とされる量を著しく超えるような場合には、これを取り消す権利などが与えられている。これは、高齢者などを中心として過量販売による被害が生じ、家族が大量に購入していた事情を把握した際に苦情を申し入れるといったことが増加していたことから規制対象となったというものである。現時点では、そのような規制の対象は販売方法による限定がなされているが、店舗における販売においても過量販売をおこなう事業者が増えてくれば、同様に規制対象になりかねないうえ、社会的には高齢者に対する過量販売は問題視されうる。そのような販売方法をとっている会社に対する批判が生じればレピュテーションリスクが顕在化することにもなる。

### セール期間外の値引き

会社内では、与えられた権限の中で業務を遂行することが前提であり、商品の値引きについても、会社がその権限を与えた範囲でおこなう必要がある。

販売価格を表示している場合には、それを値下げする権限を個別の店員に与え

ているということは通常考え難い。

青木は、景品表示法の不当顧客誘引を理由として、坂本を注意しているが、坂本にはこれがどういう意味であるのか解っていないように思われる。景品表示法は、不当な表示による顧客の誘因を防止することを目的としており、本ケースで問題となり得るのは、「有利誤認」と呼ばれる商品又は役務の価格その他の取引条件についての不当表示に関する規制である。期間限定セールを明記していたにもかかわらず、その期間外においても同様の条件で販売をしていた場合には、当該期間中に購入することが有利であると誤認させることになるため、有利誤認という類型の不当表示に該当し得る。過去の違反事例では、1 カ月限定の値下げを約5年にわたって延期し続けたようなケースは消費者庁から措置命令による是正を命じられたケースがある。

顧客が喜んでいて何をやってもよいわけではなく、法令違反に該当するような行為による会社に生じる損害は、個人がその責任を負うことができるものにとどまらないことになる以上、これに対する反省の色が見えない坂本に対しては強く指導をすべきであろう。

### ◆◇リーガルポイント◇◆

1. 服務規律の内容によって、懲戒等の制裁の可否は変わる。
2. 服装や髪の色などの私的領域に関わる部分の制限は必要性和合理性の吟味が必要。
3. 法令違反を伴うような行為に対しては強く指導して臨むべき。

(弁護士 家永 勲)