

相談室 Q & A

懲戒関係

Q 個人のSNSで競業他社の商品をおとしめる内容を投稿していた社員を懲戒処分できるか

先日、当社の社員Aが個人のSNSで、競業他社B社の商品につき「品質検査が捏造^{ねつぞう}されている」との内容を匿名で頻繁に投稿していることが分かりました。同投稿を見る限り、Aは相応の根拠をもってB社の商品の品質検査が捏造されていると確信し、その事実を世間に知らしめる目的で行っているようですが、当社が確認したところでは、B社の品質検査に特に問題はないようです。当社としては、Aの私生活上の行為であり、どこまで介入してよいか、判断に迷っていますが、投稿者が当社の社員であると世間に発覚した場合、非難を受ける可能性があると考えられます。こうした私生活上の行為の禁止や不適切な内容を投稿したことを理由とした懲戒処分はできるのでしょうか。なお、当社とB社との間に取引関係はありません。

(東京都 T社)

A 私的なSNSへの投稿であっても、本人の所属会社が特定され得る場合は懲戒事由になり得るものの、公益目的の投稿に対して懲戒処分を行うことは慎重に検討すべきである

回答者 八木麻実 やぎ あさみ 弁護士(弁護士法人高井・岡芹法律事務所)

1. 私的な行為に対する懲戒処分

一般論として、懲戒処分は、客観的合理的理由を欠き、社会通念上相当であると認められない場合は、無効となります(労働契約法15条)。また、懲戒処分は、企業秩序を維持するために行われるものですが、私生活上の行為であっても、企業秩序に直接の関連を有するものや、企業の社会的評価の低下につながるおそれがあると客観的に認められるものは、懲戒処分の対象となり得ます(国鉄中国支社事件 最高裁一小 昭49. 2.28判決 民集28巻1号66ページ)。もっとも、私生活上の行為が直ちに企業秩序に関連するわけではないため、私生活上の行為を理由に懲戒処分を行う場合は、より慎重に判断する必要があります。

2. SNSへの投稿を理由とした懲戒処分

学校法人札幌国際大学事件(札幌地裁 令 5. 2.16判決 労判1293号34ページ)は、ツイッター(現: X)上の投稿が大学の社会的評価を低下させ、また内部情報の漏洩^{ろうえい}に該当すること等を理由になされた同大学に勤務する教授の懲戒解雇の有効性が争われた事案です。当該裁判例では、ツイッター上の投稿について、一般の読者の注意と読み方をもって各投稿が被処分者によるものであることを認識することは困難であること、各投稿が大学に関する事実を摘示するものであるとは認められず、大学の社会的評価を低下させたとはいえないこと、各投稿の内容が大学において公表することを禁じられていたものであるとは認められないこと等から、懲戒事由に該当しないと判断されています。

このように、SNSへの投稿については、私的な行為か否かだけでなく、投稿者を特定できるのか、会社の社会的評価を低下させるのか、会社の秘密の漏洩といえるのか等、懲戒事由該当性の判断が複雑になります。

3. ご質問のケースにおける懲戒処分

ご質問の社員Aが匿名かつ当該会社の社員だと分からない態様で投稿している場合は、会社の企業秩序との関係がなく、懲戒処分を行うことは難しいでしょう。

一方で、Aが匿名であっても、公開している自身の経歴や顔写真等から本人を特定できる場合や貴社の社員であることをほのめかず投稿をしている場合など、貴社の社員だと分かる態様で投稿している場合は、会社の評判を落とし得る行為といえ、企業秩序に関わりますので、懲戒事由に該当する可能性があります。

もっとも、B社の商品の品質検査に係る捏造を世間に知らしめたいという動機は、公益的な目的によるものともいえそうです。例えば、内部通報の事案ですが、神社本庁事件の地裁判決（東京地裁 令 3. 3.18判決 労判1260号50ページ）では、「労働者が、労務提供先である使用者の役員、従業員等による法令違反行為の通報を行った場合、通報内容の真実性を証明して初めて懲戒から免責されるとすることは相当とはいえ、①通報内容が真実であるか、又は真実と信じるに足りる相当な理由があり、②通報目的が、不正な利益を得る目的、他人に損害を加える目的その他の不正の目的でなく、③通報の手段方法が相当である場合には、当該行為が被告の信用を毀損し、組織の秩序を乱すものであったとしても、懲戒事由に該当せず又は該当しても違法性が阻却されることとなり、また、①～③の全てを満たさず懲戒事由に該当する場合であっても、①～③の成否を検討する際に考

慮した事情に照らして、選択された懲戒処分が重すぎるといえるときは、労働契約法15条にいう客観的合理的な理由がなく、社会通念上相当性を欠くため、懲戒処分は無効となる」と判示しています（控訴審〔東京高裁 令 3. 9.16判決 判例集未登載〕も地裁の結論を維持。上告審〔最高裁一小令 4. 4.21決定 判例集未登載〕は上告棄却および不受理）。ご質問のケースは、告発対象が労務提供先である貴社ではなく競合他社である点で、上記裁判例とは当然、状況も異なりますし、個人のSNSで発信することが相当な態様といえるのかという疑問もありますが、公益目的の行動を懲戒処分の対象とすることについては慎重な判断が必要といえるでしょう。また、懲戒処分をした場合に、そのことも投稿されて、会社の評判をさらに落とす可能性があること等も懸念されます。

なお、公益通報者保護法では、通報者に対する不利益取り扱いが禁止されていますが（5条1項）、同法の「公益通報」とは、労働者等が役務提供先の不正行為を、不正の目的でなく、役務提供先等に通報することをいいますので、今回のように他社の不正に関する通報は、形式的には「公益通報」に該当しません。

4. SNSに関する注意喚起の必要性

誰でも簡単に世界中に発信することができるSNSは利用方法に注意が必要です。機密情報や個人情報、漏洩、会社や第三者の名誉・信用等を傷つけるおそれはもちろん、例えば、令和5（2023）年10月1日からは景品表示法によりいわゆるステルスマーケティングが禁止されており、仮に当該社員が営業部の管理職で、“自社製品と比べてB社の商品が劣っている”等の投稿をした場合には、同法違反となる可能性があります。そのため、社員のSNSの利用方法については、改めて注意喚起することが適切でしょう。