相談室 Q&A

人事労務の現場の問題に、専門家が回答。
WEB労政時報では過去からの
全4957問のQ&Aが検索・閲覧可能。

懲戒関係

Q 業務中の私的行為で会社に利益が生じていた場合、懲戒処分の量定をどう検討すべきか

当社のある従業員が業務時間中に、個人で運営するコミュニティー内で、当社商品を中心とした宣伝活動を行っていたことが発覚しました。そのため、業務中の私的行為を理由として懲戒を科すことを検討していますが、こうした宣伝の結果、当該コミュニティーに参加している人の商品購入につながっているという事実も判明しました。通常ではこのような行為には出勤停止処分を科しますが、この場合、私的行為とはいえ会社に利益が生じているため、懲戒処分の量定をどうすべきなのでしょうか。

（大阪府　T社）

A

①当該社員が私的な商品宣伝活動にどの程度の時間を費やしていたか、②商品宣伝活動自体が会社の社内秩序、社外への信用にどの程度支障があるかを考慮して、懲戒処分の量定を判断することが望まれる

回答者　**岡芹健夫**　おかぜり たけお　代表社員弁護士（弁護士法人髙井・岡芹法律事務所）

1.業務中の私的行為の問題（総論）

ご質問のような、従業員による業務中の私的行為については、企業として、おおむね２種類の問題（支障）が生じると考えられます。

一つ目は、業務時間中は本来、従業員は当該企業の就業に専念すべき時間帯ですから、問題の私的行為の分、不就業（労働提供義務の債務不履行であり、勤怠不良と同結果）の状態が生じているということになり、企業としては、私的行為の前後時間を含め、就業していない時間分、無為に賃金を詐取されたこととなります。

二つ目は、企業の秩序、信用にとって支障、マイナスが生じるおそれがあることです。これは当該従業員の私的行為（ご質問のケースでは商品宣伝活動）の内容次第ですが、周囲の従業員への悪影響、企業外ひいては社会に対する当該企業の信用毀損（特に、当該私的行為がいかがわしい、あるいは反社会的な要素があるものであった場合）といった危険が考えられます。

2.懲戒権の制約（労働契約法15条）

ご質問の従業員の行為が有する上記1.の問題性に鑑み、企業としては、必要であれば懲戒処分を検討することになるでしょう。懲戒処分を行うこと自体は、上記1.の就業時間中の不就業という見地からだけでも原則として正当と思われます（もっとも、違反がごく軽微と認められる場合は、懲戒処分をすること自体が懲戒権の濫用となる場合もあり得ます）。ただし、懲戒権の行使には、労働契約法15条にあるように、「当該懲戒に係る労働者の行為の性質及び態様その他の事情に照らして、客観的に合理的な理由を欠き、社会通念上相当であると認められない場合は、その権利を濫用したものとして、当該懲戒は、無効とする」との制約が

あります。ご質問のケースの場合、就業時間中の不就業ということで、原則として「客観的に合理的な理由」は存すると解してよいでしょうが（企業の秩序、信用にとって支障、マイナスが生じるおそれがある場合は、なおさらです)、「社会通念上相当であると認められない場合」に該当しないかという検証が必要となります。

3.社会通念上の相当性

以上より、ご質問のケースでは、当該従業員を懲戒処分するとしても、それが「社会通念上相当」と認められる程度の処分であることが必要となります。そこで、ご質問の事案に類似し、参考になる近時の裁判例として、福住不動産事件（東京高裁　令 7. 3.27判決　労判1336号５ページ）があります。この判決は、就業時間中に業務用パソコンを用いて個人的に医療品等の販売を行ったこと等を理由に、当該従業員を懲戒解雇に処した事案です。判決では、問題となった販売行為につき、就業規則に違反するとはいえるものの、就業時間中にどの程度の時間、上記販売行為に費やしたかは不明である上、それによる具体的な支障や企業秩序の著しい乱れも見いだし難いこと等を理由に、就業規則所定の懲戒事由が存するとまでは認められないか、仮に認められるとしても、懲戒解雇は重きに失するとして、懲戒解雇処分を無効と判示しました。

また、不就業はそれ単体でも原則、懲戒処分の対象となり得ることは上記**2.**のとおりですが、それがかなり軽度な場合は、懲戒処分を行うこと自体が懲戒権の濫用となる事例もあります。例えば、Ｆ社Ｚ事業部(電子メール)事件（東京地裁　平13.12. 3判決　労判826号76ページ）は、電子メールの私的利用に関する問題は私用電話の制限とほぼ同様に考えることができ、外部からの連絡に適宜即応するために必要かつ合理的な限度の範囲内の私用電話について、会社における職務の遂行の妨げにならず、会社の経済的負担も極めて軽微なものである場合は、社会通念上許容されていると解すべきとしています。

ご質問への判断については、以上の諸裁判例を念頭に行うことが必要となります。

4.ご質問のケースへの当てはめ

以上を踏まえ、ご質問のケースにおいては、第一に、当該従業員の商品宣伝活動が、どれほどの業務時間中の時間を要しているか（軽度といえないか)、第二に、上記の商品宣伝行為が企業業務の支障となっているか（社内秩序、社外への信用にとってマイナスとなる危険がどの程度あるか等）といった事情を考慮して、懲戒処分の量定を判断することが必要となります。この点、上記福住不動産事件との比較（しかも、ご質問のケースでは、商品宣伝活動がむしろ当該企業の業績にプラスになっているところもあります）からして、取り扱う商品、商品宣伝の仕方等が貴社の社会的評価を著しく損なうような場合は別ですが、懲戒解雇や降格といった重度の処分は、原則として難しいと考えられます。もっとも、当該従業員が、上記商品宣伝活動に費やす時間が膨大（例えば、１日の過半を占める等）である場合は、重度の懲戒処分も射程に入ってくるでしょうが、そうでない場合は、軽度の懲戒（譴責（けんせき）、減給等）とすることが妥当であるケースが多いと思われます。それこそ、上記商品宣伝行為が貴社の社内秩序、社外への信用にほぼマイナスがなく、費やした時間も軽微であれば、会社が従業員に対して注意書や指導書を発するのはともかく、懲戒処分は行き過ぎと判断される可能性もあるでしょう。もっとも、費やした時間が相当の程度になっていれば、出勤停止処分もあり得ると思われます。