

従業員の副業を全面的に禁止することはできない 副業を認めるうえでの注意点とは？

最近、従業員の副業を認める会社が増えてきています。その中には、ロート製薬やサイボウズといった大手企業も含まれており、新しい働き方のひとつになるのではないかと期待されています。ただ、内心では副業に抵抗を感じる方もいらっしゃるでしょう。安易な流行への追随がのちに痛手を負うはめになるかもしれません。そこで今回は、従業員に副業を認める場合の注意点についてポイントを絞って紹介していきます。

本業に支障をきたす場合は 副業を禁止できる

まずは「副業を禁止できるのか」を見ていきましょう。過去の判例によると、「職場の秩序に影響せず、格別な支障を生じないのであれば違法にならない」とされています。「副業を禁止することは当たり前だ」と思っている経営者は多いかもしれませんが、社員の副業を就業規則で全面的に禁止することは認められないのです。

一方で、いかなる副業でも認められるわけではありません。以下の4つに該当する副業は禁止できるとされています。

(1) 本職と勤務時間が重なる兼職

仕事中に副業先のメールを確認することは専念義務に違反するといえます。

(2) 過度の長時間労働を予期できるなど本業に支障をきたす可能性の高い兼職

副業による遅刻や欠勤が多くなったと判断される場合は副業を禁止できます。6時間を超える深夜アルバイトをしていた従業員の解雇ができた判例もあります。

(3) 競業他社への労務提供

競合となる企業への労務提供は、会社の損失につながる可能性があるため認められるので禁止できません。

(4) 違法な仕事をして会社の品位を落とすおそれがある業務

反社会的勢力とのかかわりが必要など、会社の品位を落とすおそれがある副業については禁止することが可能です。

本業＋副業の労働時間を 規制範囲に抑えなければならない

副業の解禁が「従業員のスキルが向上する」といったプラスの効果を生み出す一方で、マイナスに働く部分ももちろんあります。一番懸念しなければならないのは「労働時間」です。

副業をしている従業員の労働時間は、本業と副業の合計が規制の範囲内におさまっていなければいけません。また、副業をしている従業員が自社と別の組織で働いている場合には、合計時間が8時間以上を超えてしまうと割り増し賃金を払う必要があります。

労働時間のコントロールの仕方を考えてから、副業の解禁をするべきでしょう。





平謝りだけがクレーム対応ではない 過度な「悪質クレーム」の違法性を知っておこう

悪質なクレーマーへの対応に悩む企業は数多くあります。「自分の会社には関係ない」と思っている方もいらっしゃるかもしれませんが、この対応を一步誤ってしまえば、インターネット上での風評被害や不買運動につながりかねません。大問題になる前に、クレーム対応に関連する法律を学んでおきましょう。

悪質なクレーマーは 従業員を傷つける

クレームが発生しないように事前に対策を講じておく必要はあります。小さなことでも明文化しておくことでクレームを最小限に抑えられるでしょう。「大変お熱いですので、気をつけてお召し上がりください」「清掃中、転倒注意」といった些細な一文でも、明文化しておくことに意義があるのです。

細心の注意を払ったとしても、クレームが発生することはあります。そのときはできる限りの誠意をお客様に伝えなければいけません。従業員を傷つける言葉をしつこく吐くお客様には法律に則って対応する必要があります。お客様だけでなく、従業員も会社にとっての資産です。必要以上に傷つけられることは避けなければいけません。

悪質なクレーマーには 違法行為であることを伝える

では、クレームを法律的な側面から見ていきましょう。

クレーマーが大きな声で騒ぎ続けたり、金銭を要求したり、居座り続けたりすることは違法です。違法行為に対してはサービスを行う必要はないといえるでしょう。具体的には、従業員の制止に従わず、大声を出し続けると「威力業務妨害」という罪になります。

また、「許してもらいたければ金を支払え」とクレーマーが金銭を要求し、金銭を受け取った場合には「恐喝罪」にあたります。金銭の受け取りがなかった

としても「恐喝未遂罪」となり、こちらも違法です。

さらに、無理やり謝罪させたり、反省文を書かせたりすれば「強要罪」に問われる可能性がでてきます。ほかにも、「お引き取り下さい」と要求したにもかかわらず、しつこく留まり続けた場合には「不退去罪」に該当します。

これらに該当する場合は、違法行為である旨を丁寧に伝え、毅然とした態度で対処することも必要となってきます。

どんなクレーマーでも 誠意は見せなければならない

正しい法手続きを取れば、悪質クレーマーによる業務妨害は“ほぼ排除”できます。悪質なクレームで困っている方にとって、法律はきっと心強い味方となってくれるはずですよ。

一方、誠意こそ人間関係や信頼関係の原点でもあります。クレームをつけるお客様の大半が真摯な対応を求めているのも確かです。このクレーム対応能力が、「売れない時代」といわれる現在の「売れる秘訣」だと心構えておくことも大切でしょう。





新しい集客ツールになるか？ メッセージアプリ「LINE@」のメリット

DMやメルマガなど、お客様や見込み客との接点を強化するための手法は数多くあります。その中で最近注目を集めているのがLINEの法人向けアカウント「LINE@」です。総務省の「通信利用動向調査」によると、スマホの普及率は72.0%となっており、年々その数は増えてきています。スマホの普及増加が「LINE@」の効果を押し上げているのです。

美容サロンでは すでに成果につながっている

すでに「LINE@」を上手く活用して成果に結びつけている事例ができています。

ある美容サロンでは「LINE@」によって数百名のお客様とつながっており、一度に多くの人と意思疎通するのに役立っているといいます。新メニューやキャンペーンの告知をする際に活用しており、予約数は毎回増えてきているとのこと。「LINE@」のメリットとしては、「スタンプや絵文字が豊富で、メルマガより親近感がわきやすい」「配信した割引クーポンを気軽に使ってもらえる」といったところが挙げられるようです。

メルマガだとサイトにアクセスしてもらってからクーポンを配布したり、キャンペーンを紹介したりすることがありましたが、「LINE@」だとLINEだけで情報を完結させられるので、購読者は最後まで情報に目を通しやすく、購買行動に移りやすいようです。

「LINE@」のプランを 把握しておこう

「LINE@」には“フリー”“ベーシック”“プロ”の3つのプランがあります。フリープランだと、「有効友だち数×吹き出し数=1,000通まで」と制限があります。つまり、「LINE@」の会員が500人いる場合には、1人あたり2通しかメッセージを送信できません。お客様とのコミュニケーションが大

幅に制限されてしまいます。

1,000通を超えてメッセージを送りたい場合には、ベーシックプランもしくはプロプランで契約しなければいけません。ベーシックプランは有効友だち数が5,000人以内、プロプランは有効友だち数が100,000人以内であれば無制限にメッセージの配信が可能です。金額はベーシックプランが月額5,400円、プロプランが月額21,600円となります。ベーシックプランは1人当たり1.08円(5,400円÷5,000人)で情報配信を無制限にできるということになります。それほど高い金額ではないでしょう。ただし、有効友だち数を増やすには企業側の努力が必要です。「LINE@」の登録を促すための施策を考える必要があります。

有料プランに抵抗がある方は、まず無料プランから試してみてもいいかもしれません。



Q&A

“ツテ”がない中で 優良な提携先を見つけるには？



新商品の共同開発や、販売チャネルの拡大を一緒にできる提携先を見つけたいのですが、これといった“ツテ”がありません。なかなか思うように提携先を見つけられないのですが、何かいい方法はありませんか？



提携先を見つけるポイントは3つ。「提携先の期待を明確化」「情報収集の徹底」「第三者機関に設置された提携先探索の相談窓口への訪問」です。

ビジネスマッチングを支援している サイトや機関がある

最初のポイント「提携先への期待を明確化」について見ていきましょう。やみくもに探しても提携先は見つかりません。まずは必須条件を洗い出しておく必要があります。採用でいう求人票のようなものです。具体的には以下のようなものが挙げられます。

- 提携により得たい成果は？
 - どのような条件(金額・作業時間・人員)でお願いするか？
 - 提携先にとってのメリットは？
- これらをリストアップしておけば提携先探しの指針となりますし、契約を相談する際の材料にもなります。

必須条件をまとめたら、次のポイント「情報収集の徹底」に移りましょう。自身の人脈だけで提携先が見つければいいのですが、現実にはなかなか難しいでしょう。最適な候補を見つけるためには、情報を多く持っている必要があります。

最近では、ビジネスマッチングを支援するウェブサイトもあり、情報を得るためのツールが充実しています。たとえば商工会議所・商工会が運営する「ビジネスモール」や日本政策金融公庫の「インターネットビジネスマッチング」に登録することで、さまざまな企業との関係を構築することが可能です。

ウェブサイト以外にも提携先を見つける効果

的な方法があります。それ最後のポイント「第三者機関に設置された提携先探索の相談窓口への訪問」です。

具体的には、中小企業庁の「中小企業支援センター」や独立行政法人の「中小企業基盤整備機構」などが相談窓口を設けています。

また技術的な協力を得たいときには、大学や研究機関を提携先とすることも視野に入れてみるのもいいでしょう。その場合は、研究室に直接コンタクトをとるだけでなく、外部提携を専門としている部署に問い合わせしてみてください。

以上の3つのポイントを押さえつつ、事業の成長を加速させてくれる提携先を探してみてください。

