

厳しいルールに要注意! パートタイム労働者の雇用と注意点を詳しく解説!

マクドナルドやファミリーマートなど、主婦の採用を強化している企業が増えてきています。今回はアルバイトやパートタイマーなど、限られた時間で働く人たちを雇うために覚えておきたい労務管理についてご紹介します。

そもそも パートタイム労働者とは?

そもそもパートタイム労働者というのは、法律的にどのように定義されているのでしょうか?

パートタイム労働者は、短時間労働者とされ、『1週間の所定労働時間が同一の事業所に雇用される通常の労働者の1週間の所定労働時間に比べて短い労働者』と法律で定義されています。

パートタイマー、アルバイト、嘱託、契約社員、準社員、臨時社員など呼び方は変わっていても、前述した条件に当てはまる労働者であれば、パートタイム労働法が適用されます。

パートタイム労働者を雇う時に 注意しなければならない4つのこと

パートタイム労働者の雇用問題は、正社員との待遇のバランスが不均衡であることが問題視されています。そこで、こうした不均衡を是正するためにパートタイム労働法があります。パートタイム労働者を雇う場合には、パートタイム労働法に基づいて次の4つの点に注意しなければなりません。

- (1) 労働条件の文書交付と説明義務
- (2) 均等、均衡待遇確保の促進
- (3) 通常の労働者への転換の推進
- (4) 苦情処理、紛争解決援助

それぞれを説明していきましょう。まず(1)です。パートタイム労働者を雇う時には、契約期間や賃金に関する事項、仕事の内容などを文章で交付することが義務付けられています。特に改正された法律では、昇給や退職手当、賞与、相談窓口についての有無を、文書で交付することが決められています。またパートタイム労働者を雇った時には、事業者は、どのような理由で賃金を決めたのか、教育訓

練や福利厚生施設が使えるか、または使えないか、正社員への登用について何を考慮したかなどの説明の義務があります。

パートタイム労働者を 差別的に扱ってはいけない

次に(2)です。パートタイム労働者と正社員の賃金などの待遇の違いについては、不合理なものであってはならないとされています。たとえば、「あなたは、パートタイマーだからこの賃金です」というだけでは認められないとされています。また、職務内容や職務責任、退職までの人材活用制度、実質的に無期契約であるなど、正社員とほとんど変わらない場合、パートタイム労働者であっても待遇を同じにしなければなりません。

次に(3)です。パートタイム労働者が、いつまでも通常の労働者になれないというのでは問題があります。正社員を募集する場合は、まずパートタイム労働者にその情報を周知する、応募する機会を与える、正社員になるための試験制度などを整備する必要があります。

次に(4)です。事業所内にパートタイム労働者が苦情を訴えられる苦情処理機関をつくる必要があります。人事担当者や短時間雇用管理者が窓口となり、事業所内で自主的に解決することが望まれます。

パートタイム労働者を雇う時には、正社員よりも厳しい法律上のルールがあるので、注意して雇うようにしましょう。





社長が
知っておきたい
法務講座

SNSに写真を投稿して人気者に…
と思ったら著作権侵害で訴訟されてしまった

ビジネスでもSNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)を活用する機会が多くなってきた昨今、写真や動画の投稿は日常となりました。しかし、“軽い気持ちの投稿”が、実は著作権を侵害しており、「訴えてやる!」なんて事態に発展する可能性もあります。そんなピンチに陥らないためにも、今回は著作権について学んでいきましょう。

そもそも著作権って なんだろう?

まず、著作権の根本には「著作物」があり、これを定義付けると「自分の考え方や気持ちを作品として表現したもの」となります。この著作物を創作した人が「著作者」となり、著作者に対して法律的な権利が与えられたものが「著作権者」というわけです。

この「著作権者」は「著作物」の利用に関しての許可のジャッジをする権利をもっており、書籍を例にたとえると、出版社と契約をすることによって、出版する権利を出版社に許可します。

著作物を複製する権利は、出版社にあるので、第三者が勝手に書籍をコピーして販売したり、ブログやツイッターで公表したりすることはできません。これは創作者の権利を守り、文化の発展させることを目的とした著作権法によって定められているのですが、SNSの発展によって知らず知らずのうちに権利を侵してしまうこともあります。

なお、日本の場合は著作権者の死後50年間は、著作権が保護されるとされています。

日常の中には著作物が ウヨウヨしているので注意

上記のことから誰かが撮影した画像や動画、誰かが書いた書籍、イラストなどは著作物とみなされ、著作権が発生します。それを勝手にWebサイトに掲載したり、キャラクターTシャツを作ったりすると、著作権侵害に当たってしまう可能性があるのです。

書籍の中身を見せたいがために、その

紙面を撮影し、SNSに投稿するのは前述した通り、著作権侵害に当たる可能性があります。また、テレビの野球中継なども撮影しているカメラの画角などが著作物に相当するので、それをWeb上に掲載すると、著作権侵害になってしまうかもしれません。

では、放送したものではなく、スポーツ観戦した様子を動画にアップするのは、どうでしょうか? この場合、スポーツ自体は著作物にはならないのですが、そのスポーツを運営している主催者のルールに違反する可能性があります。

一方、ミュージックライブなどは著作物に相当するので、著作権が発生します。画像や動画をSNSに投稿するのは、やはり著作権侵害になる可能性が高いのです。

また、自分のカメラで撮影した写真に見知らぬ人が映っているものをSNSに投稿した場合は肖像権の侵害になる可能性があります。この場合は「ぼかし」を入れたり、工夫して個人が特定できないようにする必要があります。数年前から該当インタビュー映像に「ぼかし」を入れる例が多くなったのはこうした著作権に関する影響を考えてのことなんです。





大切なのは、物語を伝え知ってもらうこと。 共感と共有こそが増客・増収への近道です！

増収・増客を目指すためには、単に“広告費用を増やせばいい”ということだけではありません。生産者の想いや商品の魅力を伝える、ということがとても重要なのです。では、どのように情報を伝えれば良いのでしょうか？ 今回は、実際にあった長野県のスーパーマーケットの例を参考にご紹介します。

ツイッターで紹介された店頭POPから 火が付き売上げが1.5倍に！

長野県との県境にある山梨県北杜市。ここに、全国的に有名なスーパーマーケットがあります。その名は『ひまわり市場』です。2016年8月に、ある旅行者がツイッターで店内のPOPを紹介したところ、一気に注目を浴び、あっという間に2万件以上もリツイートされたのです。その後、ツイートを見た人たちが全国から来店し、前年同月比で1.5倍もの売上を記録しました。同スーパーは、その後も順調に売上を伸ばし、従業員30人と小規模ながら2017年2月の決算は、過去最高の8億円を達成しました。

モノづくりに対するこだわりが 感じられるストーリー

売上を倍以上にしたPOPには、いったい何が書かれていたのでしょうか？

実際に書かれていた内容を、いくつか挙げてみましょう。

ニジマスのPOPには、“**大手メーカーの職と安定を投げ打ち家業を継いだ男の鮮度と執念 朝獲れニジマスxxx円**”、お酒のPOPには“**料理長はあまりの旨さに一日で4合を飲んでしまうので、仕方が無いから一升瓶も仕入れました 料理長一押しの本醸造 太一の一升瓶○○○円**”と書かれていました。

POPといえば、商品名や価格、産地ほどしか書き込まないケースが多いものですが、このPOPには商品が店頭に出されるまでのストーリーが商品名と同じくらいの字の大きさに書かれていたのです。POPを書いた社長は「一つ一つの商品にス

トーリーがあり、誰がどんな想いで作ったのか、なぜ美味しいのか、なぜこの値段なのかを紹介している」と言います。単なる情報ではなく、商品のストーリーを伝えることが、増収や増客につながったのです。

お客様が自分を選んでくれた理由を聞く

では、どんなストーリーを伝えればよいのか？ 迷う人もいるかもしれません。今回の事例のような小売業であれば、生産者に聞くことでストーリーが見つかるかもしれません。しかし、自分が生産者（商品）であるメーカーやコンサルタント業などの場合は、なかなか難しいものです。ストーリーが思いつかない場合は、お客様に次のように聞いて、自分のストーリーの参考にしましょう。

「同業他社もいる中で、何が決め手で私の商品（サービス）を購入していただけたのですか？」

口頭で聞いても、アンケートを取っても構いません。お客様が購入してくれた決め手こそが、他者と異なる自分のビジネスの強みである、ということがわかります。たとえば、コンサルタントであれば、「自分が気づかなかったポイントを、いつも的確に指摘してくれるから」という答えがお客様から返ってきたとします。なぜそのようなサービスを提供できたのか？ということ、ストーリーとして情報発信すれば良いのです。



Q&A

事業承継の準備は、いつ頃から取りかかればよいのでしょうか？



事業承継について、どのくらいの期間が必要なのか、何を準備する必要があるのか、などがわからず困っています。どうすればよいのでしょうか？



事業承継をする準備は、「早ければ早いほどいい」と言われています。理想は、事業継承の10年前から準備を進めることです。

当たり前のことですが、個人事業主であれ中小企業であれ、オーナー企業であれば、経営権（経営者が自ら経営・管理する権利のこと）と企業財産のほとんどを、経営者が所有しているはず。このため、事業自体の承継だけでなく、資産の承継も必要になります。さらに、経営権の事業承継には、従業員や経営者のご家族の理解と後継者の育成が必要になります。これには長期的な準備が必要であることから、事業承継の準備は早ければ早いほど良いと言われています。ところが、多くのケースではギリギリになってから準備をすることが多いようです。

書類提出後には、融資担当者による面談があります。「資金をどのように使うのか」「どうやって返済をするのか」といったことを聞かれます。この面談で好印象を与えるのが、融資を成功させるポイントのひとつです。というのも、融資担当者の仕事量が膨大で、面談での印象が悪ければ稟議にかけてもらえない可能性があるからです。提出書類の不備もないようにしましょう。

準備に時間が足りないのが一番の問題

2017年の小規模企業白書によると、事業承継の一番の問題点は事業の引継ぎまでの準備不足と言われています。その中でも、後継者の選定から了承を得るまでに、全体の6割のケースで1年から3年かかり、約4割のケースで3年以上かかっています。これは、事業承継が長期化していることを表しています。また、経営権を承継するためには、

株式を後継者に継承しなければなりません。しかし、株式の継承方法を間違えると、高額な税金が課税されて、経営にも支障が出る可能性があります。

プレ承継をしっかりと行うことが大切

中小企業庁では、今後おおむね60歳を超えた経営者に対して、円滑な事業承継を進めるために、国や自治体で支援していくとされています。準備の段階で重要なことは、『プレ承継』とも言われる経営状況と事業承継の課題を把握することです。経営状況の把握とは、客観的に自社の強みがどこにあるのかを把握することです。一方、事業承継の把握とは、後継者の有無、相続財産の特定や税額の試算、親族内株主や取引先との後継者の関係などを把握することです。現状を把握するだけでも非常に時間がかかるため、事業承継は10年ほど前から考える必要があるのです。

また、事業承継には専門家のアドバイスが欠かせません。まずは、準備段階として、専門の税理士に依頼をすることから始めてみましょう。

