

第36回 ビジネス実務法務検定試験 1級 解答速報【共通問題】

解答速報は共通問題のみとなります。

【重要】解答速報ご利用にあたっての注意事項

- 解答速報のご利用につきましては、以下内容をご確認・ご了承のうえご利用ください。
- ・解答速報はTAC(株)が独自の見解に基づき、サービスとして情報を提供するもので、試験機関による本試験の結果等(合格基準点・可否)について保証するものではありません。試験の詳細につきましては、各試験機関等にお問合せください。
 - ・解答速報の内容につきましては将来予告なく変更する場合がございます。予めご了承ください。
 - ・解答速報は、TAC(株)の予想解答です。解答に関するご質問はお受けしておりませんので、予めご了承ください。
 - ・解答速報の著作権はTAC(株)に帰属します。許可無く転用・転載することは一切禁じます。

第36回共通問題第1問**設問(1)****1. 小問(1)について**

Yは部品Pの売買契約の申込みをインターネットにより行っている。インターネットによる申込の相手方が電子承諾通知を発する場合には、電子消費者契約法4条により隔地者間の承諾通知に関する民法526条1項及び527条が適用されず、申込に対する販売者側からの承諾通知の電文が申込者に到達したときに契約が成立する(民法97条1項)。電子消費者契約法4条は消費者契約のみならず、企業間取引の場合にも適用される。

そして、ここに到達とは、相手方が意思表示を了知し得べき客観的状态を生じたことを意味し、電子承諾通知の場合には、相手方が通知に係る情報を記録した電磁的記録にアクセス可能となった時点をもって到達したものと解される。例えば、電子メールにより通知が送信された場合は、通知に係る情報が受信者(申込者)の使用に係る又は使用したメールサーバー中のメールボックスに読み取り可能な状態で記録された時点である。

X社としては、同社のシステム上受注メールが自動で送信されることになっているので、受注メールはYのメールサーバー中のメールボックスに読み取り可能な状態で記録され、契約は成立したと主張することが、考えられる。

しかし、何らかのトラブルによりX社の受注メールがYのメールサーバー中のメールボックスに読み取り可能な状態で記録されていない場合には、契約は原則として成立していない。しかし、Yが継続的に取引のある特約店の場合には、承諾の意思表示と認められる商品発送の時期が契約成立の時期となる可能性が高い(民法526条2項)。これが継続的に取引のある特約店との取引の場合との違いである。

2. 小問(2)について

Yはメールサーバー中のメールボックスに読み取り可能な状態で記録されていないという事実を指摘した上で、YとX社は継続的な取引関係にはない以上、民法526条2項の適用はない。従って、本件契約は成立していないとの反論をすることが予想される。

設問(2)

1. 小問(1)について

Yの主張は、民法95条に基づく錯誤無効に基づくものである。

これに対するX社の反論としては、以下の二つが考えられる。

Yは1個注文するつもりで、111個注文しているが、これは要素の錯誤ではない。

仮に、Yの錯誤が要素の錯誤に当たるとしても、Yはキー操作を誤っており、このYの過失は重過失と言えるので、民法95条但書の適用があり、Yは無効主張できない。

2. 小問(2)について

上記Xの反論に対して、Yは以下の再反論をなすことが考えられる。

Yとしては、本件の発注個数に関する錯誤は要素の錯誤である旨の再反論をすることが考えられる。

この点に関するYの再反論は妥当であると解する。そもそも民法95条の「要素の錯誤」とは、意思表示の重要部分を意味し、その点に錯誤がなければ、表意者のみならず一般人も意思表示しなかったであろうと認められる場合をいう。本件の場合、Yは普段は全く電子関係部品を取り扱わない販売店であり、本件のような錯誤がなければ、Yのみならず一般人も111個の契約の申込みはしなかったであろうと認められるので、Yの錯誤は要素の錯誤であると言える。

電子消費者契約法3条は、消費者がインターネット上で契約の申込あるいは承諾の誤操作による送信をした場合は、民法95条但書にもかかわらず、原則として錯誤無効を認め、例外的に事業者が操作画面上で申込または承諾の意思表示について確認を求める措置を講じた場合等に、民法95条但書の重過失規定を適用するとしている。従って、Yとしては、X社が確認措置を取っていない場合には、電子消費者契約法3条により、錯誤無効を主張することが考えられる。

この点に関するYの再反論は妥当ではないと解する。電子消費者契約法3条は「消費者が行う」と規定しており、いわゆる消費者契約の場合のみ適用がある。しかるにYは販売店であり、消費者とは言えない以上(同

法2条)、同法3条の適用は認められないからである。

設問(3)

1. Yは、本件のX社が部品メーカーに発注した場合の契約の成立等についての条項は、どこに記載されているかわからなかったので、拘束力がないと主張している。これに対して、X社としては、X社が他社に発注した以上、当該契約条項について同意したものとみなされ、Y社がその条項を認識していたか否かにかかわらず契約は成立していると反論することが考えられる。

これはいわゆるシュリンク・ラップ契約の問題であり、日本においては、単にウェブページの中で契約条件を記載しているだけでは、その契約条件の拘束力は認められず、顧客の同意があつて初めて当該契約条件の拘束力が認められるものと解する。

本件では、Yは、X社が部品メーカーに発注した場合の契約の成立等についての条項に気付いていないと言っているのであるから、X社は確認画面を設けていない可能性が高い。従って、Yの主張は妥当であると解する。

2. Yが一般の消費者の場合、企業間取引とは異なり、消費者契約法の適用がある。本件のX社が部品メーカーに発注した場合の契約の成立等についての条項は、消費者に一方的に不利な特約となり、当該契約条項は無効である旨を主張することが考えられる(消費者契約法10条)。これに対して、X社としては、本件条項は消費者に一方的に不利な特約とは言えないとの反論をする可能性がある。

消費者契約法10条は、民法や商法といった法律で定められている内容とくらべて消費者に不利な契約条項で、契約関係は信頼と誠実を基本とすべきだという「信義誠実の原則」に反するような、消費者の利益を一方的に害する契約条項は、無効になると定めているが、本件条項が消費者に一方的に不利な特約と言えるか否かが問題となる。

本件契約条項は、X社が外部発注の場合を規定しており、外部発注した後に、顧客の解除を認めるとX社は不要な商品在庫を抱えることになるのを避けるために設けられたものである。このような場合の経済的負担は、むしろ発注した顧客が負うべきものであり、公序良俗にも、本件条項は信義則(1条2項)にも反しないといえ、消費者契約法10条の適用はないと解する。

3. 先述のように電子消費者契約法3条、民法95条に基づいて、Yは錯誤無効を主張することが考えられる。これに対して、X社としては、確認画面を設けているので、Yの無効主張は認められない旨反論することが考えら

れる。

X社が確認画面を設けているのであれば、X社の反論は認められると解する。

以上。

共通問題第2問

設問(1)

1.小問 について

本件投稿の内容がX社の営業秘密に該当する場合、Bが不正の利益を得る目的で、又はその保有者に損害を加える目的で、投稿を行った場合、Bの行為は、営業秘密を侵害している(不正競争防止法2条1項7号)。従って、X社はBに対して不正競争防止法3条2項に基づいて削除を要求することができる。

2.小問 について

そもそもいわゆる懲戒処分には減給、停職等の様々な種類があるが、その中で最も重いのが懲戒解雇である。懲戒解雇は普通解雇と異なり、制裁として行われるものであり、その適用に当たっては、罪刑法定主義の精神に則って行われるべきである。また、労働契約法15条は、会社が労働者を懲戒する場合について、当該懲戒が、懲戒にかか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、客観的に合理的理由を欠き、社会通念上相当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。

そこで、Bの行為を理由に懲戒解雇を行うことは、解雇権の濫用に当たるか否かが問題となる。

まず、罪刑法定主義の精神から、就業規則に懲戒解雇事由の記載されていない場合には、懲戒解雇はできず、普通解雇しかできない。そして、懲戒解雇事由の安易な拡大解釈・類推解釈は認められない。

本件では、Bは就業時間中に投稿しており、これは服務規定に違反する可能性が高い。しかし、当該投稿が行われた時点において、X社では、従業員のソーシャルメディアの利用に関して特段のルールを設けていなかったのであるから、本件に該当するような懲戒解雇事由は規定されていない可能性が高い。従って、X社はBが当該投稿をしたことを理由にBを懲戒解雇することはできない。

3.小問 について

(1)まず、X社・Y社間では業務委託契約がある。業務委託契約が締結された場合、通常は秘密保持条項が設けられているので、Y社は、X社に対して、秘密保持条項違反を理由に民法415条に基づいて損害賠償請求できるであろうか。この点、従業員BはX社の履行補助者と解され、Bの故意・過失をX社の故意・過失と同視することができるか問題となるが、民法415条の「債務者の責めに帰すべき事由」には、債務者本人の故意・過失または信義則上(1条2項)同視しうべ

き事由も含まれ、履行補助者の故意・過失もこれに含まれる。従って、Y社は、X社に対して、民法 415 条に基づいて損害賠償請求できる。

(2)また、Y社は、X社に対して、民法 715 条に基づいて損害賠償請求できると解する。使用者責任が認められるためには、被用者に不法行為責任が認められること、指揮監督関係が以前に存在していること、被用者の侵害行為が使用者の事業執行についてなされたことが必要である(民法 715 条)。

本件では、Bには少なくとも過失は認められ、Bには不法行為が成立するのでの要件は満たすし、の要件も問題はない。また、投稿は業務時間に行われているのでの要件も満たす。

設問(2)

1.小問 について

X社は、従業員に対し、業務時間内であるか否かにかかわらず、ソーシャルメディアの利用を禁止することはできない。

確かに、本件のような従業員の行為によりX社は有形無形の損害を受けるので、企業側の保護も無視できない。しかし、ソーシャルメディア利用に関して従業員個人の行動を制限し、不利益処分を課すということは、従業員個人としての表現の自由(憲法 21 条)やプライバシーの保護(同 13 条)という、非常に重要な権利の制限になる。従って、その規制は制限的でなければならず、勤務時間外にもソーシャルメディアの利用を禁止することは違法であると解する。

従って、X社が規制できるのは、勤務時間内のソーシャルメディアの利用のみであると解する。

2.小問 について

(1)誓約書の作成

ソーシャルメディアの利用に伴う注意事項という形で誓約書を交わす(もしくは通常の誓約書に追加的に盛り込む)ことが考えられる。

例えば、ネット上で勤務先等の情報を開示する場合、個人としての書込みであること(勤務先企業との意思は関係ないこと)を明示すること、判断に迷ったら企業の担当部署や担当者に事前相談することが好ましいこと等を誓約させる。

(2)就業規則の整備

先述のように、ソーシャルメディア利用に関して従業員個人の行動を制限し、不利益処分を課すということは、従業員の人権侵害になりかねない。例えば、ソーシャルメディア利用に関する規制に違反したからと言って懲戒解雇できる旨の条項は設けるべきではない。実務的には、就業規則に規定されているいわゆる体面汚損条項を根拠に、従業員の故意または重過失によって、企業の名誉を

汚損したという結果(損害)が発生した場合には、就業規則違反として解雇を除く懲戒処分の対象とするということが行われている。従って、体面汚損条項がない場合には、それを設けるべきである。

(3)社員教育

従業員が業務時間中に投稿を行った場合には、上記のような対応が可能であるが、就業時間外については、就業規則による規制は及ばない。また、実際には、職務外で行われた投稿等により企業の情報がソーシャルメディアに流失している場合が多い。

そこで、社員に企業としての理念・ソーシャルメディアとの向き合い方を教育すべきである。具体的には、定期的な研修やテストの実施・義務化等を行うことが考えられる。

以上。