

**必携**

# 実務家のための 法律相談ハンドブック

【顧問先等企業編】

編集 第一東京弁護士会 全期会  
第一東京弁護士会 全期旬和会

新日本法規

## 【2】 クレームストーカーへの対応

常連客から外で会いたいと連絡を受けた社員が、これを断ったため執拗にクレームをつけられて困っていると相談してきた場合、会社は、この客に対し、どのような対応をとる必要がありますか。

相談対応の ポイント	<p>◇当該顧客に対しては、会社として申入れや警告を行います。</p> <p>◇警察に対応を求めることが有効な場合もあります。</p>
---------------	---

### 1 クレームストーカー問題

#### (1) クレームストーカーとは

顧客が、社員（販売スタッフなど）に対して好意を寄せて連絡を取るなどしたため、社員がこれを断ったところ、当該社員に対し執拗にクレームを申し入れてくるというケースがあります。このように、クレームを装いつつ、特定の社員に付きまとうなどする顧客を「クレームストーカー」といいます。

#### (2) クレームストーカーの具体例

クレームストーカーの例としては、接客業務などの社員に対して、業務上のクレームや、当該社員のSNSなどを閲覧して得た情報を基にクレームを申し入れ、その説明を求める面会を申し入れて、当該社員に会えるまで窓口から退去しないといった行為、又は連日のように頻繁に電話をかけてきて、当該社員に電話対応を求めるなどの行為が典型例です。

### 2 顧客対応

本件のような行動をとる顧客に対しては、会社からの申入れや警告等を行うという対応と、警察を通じて警告をしてもらうという対応が考えられます。

#### (1) 会社による警告

会社は、クレームをつけてきている顧客に対して、当該クレーム内容を精査した上で、(A)これが言いがかりにすぎないものであれば、今後二度とその社員に対して同様の行動をとらないよう警告を発することが必要となります。これに対し、(B)クレーム内容が、それ自体は正当と認められる場合（例えば社員の対応の際に不適切な言動があった場合など）は、クレームに対する会社としての回答（今後の社員教育の徹底等）とともに、クレームの申入れをこれ以上行わないよ

う警告することが必要となります。クレーム内容が正当であったとしても、執拗に面談を求めたり、多数回の電話をかけてくるということは許されることではないからです。なお、警告の発し方としては、面談や電話で伝えるという方法もありますが、内容証明郵便を送付することが、後に争いとなった場合にも証拠として残る点で有効です。

## (2) 警察による警告

クレームが執拗で、犯罪行為に当たる場合は、警察に相談し、警告等を発してもらうことが有効です。クレームスターカーの行動で成立し得る犯罪は次のようなものです。

### ア スターカー規制法（スターカー行為等の規制等に関する法律）

スターカー規制法は、つきまとい等を禁止しており、この「つきまとい等」とは、特定の者に対する恋愛感情、その他の好意の感情、又はそれが満たされなかったことに対する怨恨の感情を充足する目的で、その特定の者やその特定の者と社会生活上密接な関係を有する者に対して、①面会、交際その他の義務のないことを行うことを要求すること、②著しく粗野又は乱暴な言動をすること、③電話を拒まれたにもかかわらず、連続して、電話をかけたり、文書を送付したり、ファックス・電子メールの送信等することなどをいいます。これらの行為が行われている場合は、警察に相談し、被害届を出すことで、警察から警告してもらったり（スターカー4）、公安委員会に禁止命令（スターカー5）を出してもらうことも可能となります。

### イ 不退去罪（刑130）

会社から退去要求を受けたにもかかわらず退去しなかった場合に成立します。

### ウ 威力業務妨害（刑234）

威力を用いて人の業務を妨害した場合は、威力業務妨害罪が成立します。会社に頻繁に電話をかけたり、受付で大声で騒ぐ等の行為はこれに該当します。

### エ 強要罪（刑223）

生命、身体、自由、名誉、財産に害を加えると告げて脅迫したり、暴行を加え、義務のないこと（土下座や謝罪等）を行わせた場合に成立します。

## 【7】 コンテンツ作成の委託に対する下請法の適用

コンピュータ・ソフトウェア、映像・音楽などのコンテンツの作成を外部に委託する場合、下請法は適用されます。

相談対応のポイント	◇コンテンツの作成を外部に委託する場合も、下請法の適用を受ける場合があります。
-----------	---

### 1 コンテンツ作成と下請法の適用対象

コンテンツ作成を外部に委託する取引が「情報成果物作成委託」（下請代金2③）の対象となるか否かは、作成を委託する親事業者の資本金額と、作成を受託する下請事業者の資本金額の関係で判断されることとなります。なお、①取引当事者の資本金の区分や、②取引内容の観点から、下請法の適用対象とならなかった場合も、取引上優越した地位にある事業者がコンテンツの作成を依頼するに当たり、優越的地位を濫用した行為（例えば、情報成果物を一方的に譲渡させる行為や、情報成果物の二次利用を制限する行為等）を行った場合は、独占禁止法による規制対象となることに注意が必要です。

#### 【情報成果物の内容と具体例】

情報成果物	例
①プログラム（電子計算機に対する指令で、一の結果を得ることができるよう組み合わされたもの）	テレビゲームソフト、会計ソフト、家電製品の制御プログラム、顧客管理システム等
②映画、放送番組、その他映像又は音声その他の音響により構成されるもの	テレビ番組、テレビCM、ラジオ番組、映画、アニメーション等
③文字、図形、記号若しくはこれらの結合又はこれらと色彩との結合により構成されるもの	設計図、ポスターのデザイン、商品・容器のデザイン、コンサルティングレポート、雑誌広告等

\*プログラム作成とその他の作成とで、下請法の対象となる親事業者と下請事業者の資本金額に差異があります（【6】参照）。

### 2 親事業者の禁止行為

コンテンツ作成が下請法の対象となる場合、親事業者は、下請事業者に対して、

以下のような行為を行うことが禁止されます。

(1) 受領拒否（下請代金4①一）

下請事業者に責任がないにもかかわらず、発注した情報成果物（映像作品等）の受領を拒否すること。

(2) 下請代金の支払遅延（下請代金4①二）

情報成果物を受領したにもかかわらず、60日以内の定められた支払期日までに下請代金を支払わないこと。

(3) 下請代金の減額（下請代金4①三）

下請事業者に責任がないにもかかわらず、発注時に合意した下請代金の減額をすること。

(4) 返品（下請代金4①四）

下請事業者に責任がないにもかかわらず、発注した情報成果物を、受領後に返品すること。

(5) 買ったとき（下請代金4①五）

情報成果物の制作の対価として、同種のコンテンツの一般的な対価に比べて、著しく低い額を一方的に定めること。

(6) 購入・利用強制（下請代金4①六）

正当な理由なく、親事業者が指定する物品（チケット）などを下請事業者に割り当てて購入させること。

(7) 不当な経済上の利益提供要請（下請代金4②三）

親事業者が、コンテンツの二次使用権を無償で譲渡させる等すること。

(8) 不当な給付内容の変更及び不当なやり直し（下請代金4②四）

親事業者の方針変更と称して、費用を負担することなく、発注済の情報成果物のデザインや内容を一方的に変更すること。

### 3 違反行為に対する罰則

公正取引委員会及び中小企業庁は、親事業者や下請事業者を調査し、立入検査を行います（下請代金9）。公正取引委員会は、違反親事業者に対して違反行為の是正の措置をとるべきことを勧告することができます（下請代金7）。また中小企業庁長官は、違反親事業者に対して、行政指導等を行うことができます（下請代金6）。違反行為をした親事業者とその代表者等は、50万円以下の罰金に処せられます（下請代金10～12）。

## 【42】 取締役の第三者に対する責任

取締役は、株主を含む第三者に対して、どのような場合に責任を負うのでしょうか。いわゆる名目的な取締役も責任を負うことはありますが。

相談対応のポイント	<p>◇取締役は、職務を行うについて悪意・重過失があった場合、及び、書類等に虚偽記載等があった場合、株主を含む第三者に対して、損害賠償責任を負います。</p> <p>◇名目的な取締役もこの責任を負うことがあります。</p>
-----------	---

### 1 取締役の対第三者責任

#### (1) 概要

取締役が職務を行うにつき悪意又は重過失のあった場合（悪意・重過失による任務懈怠責任：会社429①）及び重要事項の虚偽記載等をした場合（虚偽記載等の責任：会社429②）、取締役は第三者に対し責任を負います。

#### (2) 悪意・重過失による任務懈怠責任

取締役が職務を行うにつき悪意又は重過失があり、それにより第三者に損害が生じたとき、当該取締役は、その損害を賠償する責任を負います（会社429①）。なお、悪意又は重過失とは、取締役がその職務を行うにつき悪意又は重過失があることをいいます（最判昭44・11・26判時578・3）。責任を負うのは、取締役が直接第三者に損害を与えた場合（直接損害）だけでなく、取締役の任務懈怠行為から会社が損害を被り、その結果、第三者に損害を与えた場合（間接損害）も含まれます。

	具体例
直接損害	第三者との間で履行見込みがない取引をした場合（福岡高宮崎支判平11・5・14判タ1026・254）
間接損害	取締役の放漫経営（東京高判昭58・3・29判時1079・92） 利益相反取引（東京地判平6・4・26判時1526・150）

なお、複数の取締役が損害賠償責任を負う場合は連帯債務となります（会社430）。

### 2 虚偽記載等の責任

取締役が、株式等の引受人を募集する際に通知すべき重要な事項、その募集の

際の説明資料、計算書類等に記載すべき重要な事項につき虚偽の通知・記載を行った場合、又は、虚偽の登記・公告をした場合、当該取締役は、第三者に生じた損害を賠償する責任を負います（会社429②）。この責任は、過失責任ですが、第三者の保護の観点から、取締役の側で過失がなかったことを立証しなければなりません（立証責任の転換）。なお、複数の取締役が損害賠償責任を負う場合は連帯債務になります（会社430）。

### 3 名目的な取締役

名目的な取締役について、第三者に対する責任を認めた裁判例としては以下のものがあります。

責任を負う者	内容
名目的取締役	適法な選任手続を経て取締役に就任しているが、当該会社との間で取締役としての職務を果たさなくてもよいとの合意をしている取締役（最判昭55・3・18判時971・101）
登記簿上の取締役	株主総会の選任決議がないが、取締役として登記されることを承知した不実の登記の出現に加功した者（最判昭47・6・15民集26・5・984） 退任後も不実の登記を残存させることについて積極的に承諾を与えていた者（最判昭62・4・16判時1248・127）
事実上の取締役	正式に取締役として選任されていないにもかかわらず、事実上会社の業務執行をしている者（東京地判平2・9・3判時1376・110）

## 【84】 インターネット記事に対する対抗措置

インターネット上に会社を誹謗中傷する書き込みがある場合、どのように対応すればよいですか。

相談対応のポイント	<p>◇対応としては、大きく分けると、①削除請求と②発信者情報の取得を検討することとなります。</p> <p>◇削除請求等をする際は、ログの保存期間や、いわゆる再炎上のリスクに注意が必要です。</p> <p>◇その他の方法として、オフィシャルコメント（プレスリリース）を発表する方法もあります。</p>
-----------	---

### 1 対応について

インターネット上に会社を誹謗中傷する書き込みがある場合、主な対応方法としては、①削除請求を行うことと、②発信者情報を取得すること（発信者情報開示請求・発信者情報開示命令の申立て）を行うことが考えられます。

①削除請求は、誹謗中傷する書き込み自体を削除することを目的とするものです。裁判手続（仮処分を含みます。）で対応する場合がありますが、任意請求も可能です。具体的な方法は、【85】【89】をご参照ください。

②発信者情報の取得は、誹謗中傷する書き込みをした投稿者を特定して、その後に損害賠償請求、刑事告訴、謝罪広告掲載の請求、社内の懲戒処分等を行うことを目的とするものです。発信者情報の取得は、発信者情報開示請求のほか、令和4年10月1日から新設された発信者情報開示命令の申立て（非訟手続）を行う方法もあります。具体的な方法は、【86】【89】をご参照ください。

### 2 注意点

#### (1) ログの保存期間

上記の②発信者情報開示請求又は発信者情報開示命令の申立てを行う場合、經由プロバイダのログ保存期間に注意する必要があります。発信者情報開示請求を行う際は、まず、コンテンツプロバイダ（例：X（旧Twitter））に対して発信者情報（例：IPアドレス等）の開示を求めて、当該情報から特定された經由プロバイダ（例：Yahoo!BB等）に対して更に発信者情報（例：投稿者の氏名や住所）の



開示請求をするという流れになります。発信者情報開示命令事件でも、同様の流れが一つの手続の中で進むこととなります。そして、経由プロバイダは、投稿者の特定に必要な通信記録（ログ）を、3か月程度しか保存していない場合があります（ログ保存期間は法定されていません）。そのため、投稿が行われた日時を確認した上で、上記手続により投稿者を特定できる可能性があるか否かを、受任前に検討する必要があります。

### (2) 再炎上のリスク

①削除請求や②発信者情報開示請求・発信者情報開示命令の申立てを行った場合、当該請求の内容が、投稿者等によってインターネット上に再度投稿されるリスクがあります。このリスクは、任意請求の場合でも、裁判所の手続を利用する場合も同様となります。特に、会社側が主張する事実について、客観的な証拠と矛盾する内容があることが事後的に判明したような場合は、会社側が虚偽の主張をしたという趣旨の投稿が再度行われてしまう危険性が高くあります。インターネット上で更に被害が拡大する（いわゆる再炎上の）リスクを防ぐため、請求をする前に、正確な事実関係の確認や、公表されてはならないプライバシー情報の確認などを慎重に行うことが必要です。

## 3 その他の方法

インターネット上に会社の名誉権を侵害する書き込みがあるものの、コンテンツプロバイダ等が任意の削除に応じない一方で、当該書き込みの内容が虚偽であると立証（疎明）することが困難と見込まれる場合等は、裁判所の手続を利用せず、オフィシャルコメントを自社ホームページに掲載する等の対応も考えられます（裁判手続で一部の相手方との関係では敗訴したものの、別の相手方との裁判では勝訴したような場合に、当該勝訴した結果のみを掲載することも、場合によっては考えられます）。

上記以外でも、コンテンツプロバイダが、任意請求にも日本の裁判手続にも一切応じない海外法人の場合等についても、オフィシャルコメントを掲載して反論することが有用である場合があります。



新日本法規