



情報モラル教育の重要性と炎上対策

1

弁護士法人港国際法律事務所
弁護士 最所 義一

本日の内容

- 自己紹介
- 情報モラルとは
- 情報モラルがなぜ必要か
- 情報モラル教育の5つの柱
- 企業活動の現場における情報モラルの具体例
- 情報漏洩の実例
- ディープフェイクとAI生成偽情報
- インターネットの特徴と利用状況
- ネット上での「炎上」事例
- 「炎上」への加担リスク
- 「炎上」被害の実態
- 「炎上」が生じた場合の対応

弁護士 最所 義一(さいしょ よしかず)

○ 港国際法律事務所 湘南平塚事務所所長弁護士

- 1996年 東京大学農学部農業工学科卒業
- 1996年 IT関連業務
- 2001年 医療機関勤務
- 2008年 中央大学法科大学院修了
- 2010年 弁護士登録

○ TVメディア

- 2013年2月24日 ニュース7
「海外のブログ運営会社に情報開示命令」
- 2013年5月2日 おはよう日本
「『新しい人権』と憲法～ネット社会とプライバシー権」
- 2014年7月16日 「NEWS WEB」「有名人の無断写真撮影」
- 2015年3月3日 「NEWS23」「容疑者逮捕前からネットに飛び交う
“名前”“顔写真”」
- 2015年3月19日 NHK首都圏ネットワーク
「ネット中傷問題対応に課題」
- 2015年8月5日 「NEWS WEB」「盗撮投稿法的な問題は？」

弁護士 最所 義一(さいしょ よしかず)

○ 掲載新聞

- 2013年2月26日朝日新聞 投稿者情報の開示を命令
- 2013年3月 5日日経新聞 海外企業のブログで名誉毀損
- 2013年6月26日毎日新聞 ネット中傷弁護士闘う
- 2013年12月3日読売新聞 ネット転載名誉毀損
- 2014年2月14日朝日新聞 ネットのデマ許す空気
- 2014年9月30日共同通信 違法動画投稿の温床にも
- 2014年10月1日東京新聞 「FC2」その仕組みとは
- 2015年3月 2日読売新聞 犯人捜し ネット暴走
- 2015年3月 9日時事通信 安易な転載で拡散
- 2015年4月23日共同通信 違法投稿の温床に異例捜査
- 2015年4月23日朝日新聞 「FC2」関連会社社長ら逮捕
- 2015年10月30日読売新聞 ネット中傷弁護士が提訴

弁護士 最所 義一(さいしょ よしかず)

○ 掲載新聞

- 2017年6月6日 日経新聞 年俸1700万円残業代含む？
- 2017年7月8日 日経新聞 高額年俸「残業代含まず」
- 2018年2月23日 毎日新聞 医師残業代支払い命令
- 2019年8月24日 東京新聞 ドラレコ車内撮影に関心
- 2020年4月8日 神奈川新聞 川崎市、差別防止対策等
審査会のメンバーを発表
- 2020年10月2日 読売新聞 AI作成の偽動画配信
- 2020年11月20日 産経新聞 偽動画あなたの顔でも
- 2023年9月4日 読売新聞 出演料全額タレントに
- 2023年9月19日 毎日新聞 ジャニーズタレントの
広告打ち切りは是か非か

弁護士 最所 義一(さいしょ よしかず)

雑誌

- 2013年3月19日 ダイヤモンドオンライン 匿名掲示板への気軽な書き込みが名誉毀損に！
- 2014年10月27日 日経パソコン “場”の提供も罪？
- 2015年3月17日 産経デジタル iRONNA その「気軽な」書き込みが犯罪です
- 2016年4月号 PRESIDENTWOMAN なぜ夫婦別姓は最高裁で認められなかったの？
- 2016年5月号 ビジネス法務 会社をネット炎上から守る！従業員・退職者による悪評発信の防止
- 2017年12月 経営法曹会議12月号
- 2019年9月30日 日刊SPA 動くアイコラ・ディープフェイクの恐ろしさ。
- 2020年1月14日 日刊SPA 「この服、胸が大きく見えちゃう」と職場女性が発言。セクハラにならない返し方は？
- 2021年2月号 ジュリスト 「民事裁判のIT化」

書籍

- (共著)プロバイダ責任制限法判例集 弁護士会ブックセンター出版部LABO
- 民事裁判手続とIT化の重要論点 有斐閣 (「NO.12」 座談会部分)
- (共著)発信者情報開示の可否判断 新日本法規出版株式会社
- (共著)事例大系 インターネット関係事件 株式会社ぎょうせい

論文

- 第46回法とコンピュータ学会 研究報告
 - 自治体によるヘイトスピーチ規制とその限界
一川崎市の事例をもとに考察一

委員

- 川崎市差別防止等対策審査会 委員(第1期・第2期・第3期)
- 川崎市川崎市人権尊重のまちづくり推進協議会 委員(第1期・第2期・第3期)

弁護士 最所 義一(さいしょ よしかず)

ネット配信(弁護士ドットコム)

- 2014年1月7日 アダルトビデオ会社が「米国本社」のFC2を提訴！日本で裁判を起こす「方法」とは？
- 2014年9月30日 なぜFC2は摘発されたのか——「違法ライブ配信」ほう助で家宅搜索された理由とは？
- 2014年12月3日 「リベンジポルノが犯罪として明確になった」被害防止法を弁護士はどう評価する？
- 2015年8月1日 「AV出演」が知人にバレた！「恥ずかしくて死にたい」・・・回収や削除は可能か？
- 2015年11月6日 児童ポルノ放置容疑で「写真袋」社長逮捕、「場」を提供しただけでもアウトなのか？
- 2016年1月19日 「BCC」で送るはずが「CC」で送ってアドレス大量流出、法的責任を問われるの？
- 2016年4月21日 アマゾンレビューのコメント、どこまで許される？...「中傷投稿」の発信者情報開示命令
- 2016年7月6日 女優の「裸画像」合成、「有名税」では済まされない...雑誌出版社の賠償命令確定
- 2017年3月18日 DeNAキュレーションサイト「プロバイダ責任制限法」からみた問題点
- 2017年6月27日 田村淳さんツイッター「無断転載禁止」書いたのにニュースに使われた...法的な見方は？
- 2018年2月10日 名刺交換したら、勝手に企業のメルマガが届くようになってウザい！ 違法では？
- 2018年4月9日 ドラレコで撮影した迷惑運転をYouTubeに...「お怒りごもっとも」だけど、名誉毀損の恐れも
- 2018年6月4日 トラブルについて問い合わせ→当事者を「CC」に入れて返答...情報漏えいで訴えられる？
- 2019年4月27日 新五千円札、津田梅子の「写真反転」疑惑で物議 肖像権・著作権から考える
- 2019年6月26日 街中で酔いつぶれた光景を「顔出し」でTwitterに投稿、法的な問題は？
- 2019年10月3日 メルカリ出品、商品レビュー「コピペ」に注意 他人の文章のパクリ、削除される可能性も
- 2020年1月28日 ネット中傷で「携帯番号」開示、実は「条文の素直な読み方」から導かれた結果だった！
- 2023年9月30日 街中で見かけた芸能人をスマホでこっそり撮影、さらにSNSにもアップ...法的問題は？
- 2024年2月 6日 自宅Wi-Fi、来客に使わせるリスク 客が誹謗中傷コメントを投稿、契約者が責任を問われる可能性も
- 2024年11月17日 麻雀業界の誹謗中傷、役満ボディ・岡田紗佳さんが「厳正な対処」を宣言、中傷した人に待つペナルティとは

情報モラル

○ 情報モラルとは

「情報社会で適正な活動を行うための基になる
考え方と態度」(学習指導要領)

→ 他者への影響を考え、人権、知的財産権など自他の権利を尊重し情報社会での行動に責任をもつことや、危険回避など情報を正しく安全に利用できること、コンピュータなどの情報機器の使用による健康とのかかわりを理解することなど。

(文部科学省HP)

情報モラル

○ 情報リテラシーとは

情報を主体的に利用（探索、評価、利用、発信）する能力

（文部科学省HP）

→ 情報モラルと情報リテラシーとの違いは？

情報リテラシーが情報を探索、評価、利用、発信する「能力」であるのに対し、情報モラルはその能力を行使する際の倫理的な「考え方」や「態度」を指す。情報モラルと情報リテラシーの違いは、「考え方」と「能力」の違い。

情報モラル

○ 情報モラルとは

- インターネットやSNSを利用する際に遵守すべきマナー(Ex. 個人情報を公開しない、偽情報(デマ)を拡散しないなど)

○ 情報リテラシーとは

- 情報を主体的に利用(探索、評価、利用、発信)する能力(Ex. 信頼に値する情報を探す。真偽を判断する。情報を適切に利用し発信する。)

情報モラル

- 情報モラルがなぜ必要か。
 - ネット上に出た情報は拡散し消せない。
 - ネット上でのいじめや誹謗中傷
 - 犯罪に加担
 - 個人情報流出
 - 詐欺被害

情報モラル

○ 情報モラル教育の5つの柱

- 情報社会の倫理
- 法の理解と遵守
- 安全への知恵
- 情報セキュリティ
- 公共的なネットワーク社会の構築

（文部科学省 H P :「教育の情報化に関する手引」第4章）

情報モラル

○ 情報社会の倫理

- 情報には自他の権利があることを理解する。
- 情報に存在する権利
 - 人格権
 - 肖像権
 - プライバシー権
 - 知的財産権

→ 他人の権利を尊重し、自身の行動に責任を持つ！！

この姿勢がないと、他人に対する誹謗中傷、炎上等に繋がる。

情報モラル

○ 法の理解と遵守

- ネット社会も現実社会と同様の法律やルールによって規律されている。
→ 著作権法、個人情報保護法 等。

したがって、

自らが発信する情報には責任を持たなければならない。
情報社会のルールを知り、マナーを守る。

これをしないと、法的責任が問われることになる！！

情報モラル

○安全への知恵

- ネット上に潜む様々な危険(不審なメール、詐欺サイト、不適切な情報)を予測し、被害を未然に防ぐための知識と態度を身につける。

→ 個人情報の適切な管理方法
不適切な情報を回避・対応

Ex. 詐欺サイトの特徴

URLが不自然、電話番号の記載がない、日本語が不自然。

- 誤って情報を入力してしまった場合
- ID、パスワードの変更。カード会社へ利用停止。

情報モラル

○ 情報セキュリティ

- 情報セキュリティの基本的な考え方を理解し、それを確保するための具体的な対策(パスワードの適切な管理、ウイルス対策ソフトの利用など)を講じる知識と能力を育成する。
- サイバーセキュリティ初心者のための三原則
 - ソフトウェアを最新に保つ
 - 強固なパスワードの設定と多要素認証の活用
 - 不用意に開かない・インストールしない

「国民のためのサイバーセキュリティサイト」(総務省)

情報モラル

○ 公共的なネットワーク社会の構築

- 情報社会の一員としての自覚を持ち、自らの行動が社会全体に影響を与えることを認識し、ネットワークをより良いものにするために主体的かつ適切に判断・行動する態度の育成する。
 - 自らの行動が社会に与える影響を理解し、より良い情報社会の実現に向け、主体的に行動する。
 - ネット上での迷惑行為をしない。
デマを拡散させない。
炎上に加担しない。

企業活動の現場における情報モラルの具体例

- 1. 個人情報・機密情報の適切な管理
 - 企業の保有する情報(顧客情報、取引先情報、技術情報、財務情報等)を適切に管理する。
 - アクセス権限の遵守、データの暗号化、安全な保管・廃棄
- 2. 不正アクセスやサイバー攻撃への対策
 - 外部からの脅威に対する防御意識を持つ。
 - ①不審なメールの添付ファイルを開かない、②安全でないWi-Fiに接続しない、③OSやソフトウェアを常に最新の状態に保つ
- 3. 情報の改ざん・捏造・隠蔽の禁止
 - 職業倫理の根幹に関わる規範
 - ①情報の改ざん・ねつ造を行わない、②不都合な情報を意図的に隠蔽しない。
- 4. SNS・ネット上の発言管理
 - 個人の発言であったとしても、企業の従業員としての立場がある以上、その発言は、企業全体の評判に影響を及ぼす。
 - ①業務上の守秘義務、②取引先・顧客、③差別的発言

企業活動の現場における情報モラルの具体例

- 情報モラル教育の5つの柱が、企業活動の現場において、具体化されたもの。

→ 「個人情報・機密情報の適切な管理」は、「情報社会の倫理」(自他の情報の尊重)と「情報セキュリティ」の実践であり、「SNS・ネット上の発言管理」は、「情報社会の倫理」(他者への影響の考慮)と「公共的なネットワーク社会の構築」の現れである。

※ 適切に実践されていないと、企業の信用が著しく毀損することになる！！

情報漏洩の実例

- 過失による漏洩(2015年12月)
 - 個人情報約3万7000件を、外部企業宛のメールに添付して、誤送信した。
 - 送信直後に送付先の企業に連絡、双方の会社立会の下でデータを消去。被害者に対し、経緯と対応について説明の上、謝罪。
- 元従業員が在職中に社内資料を社外へ不正持出(2025年8月)
 - 旅行事業に関わる宿泊施設255施設の担当者計481名分の個人情報、担当社員55名分の氏名やメールアドレス、電話番号を持出。
 - 情報の削除要請、削除完了の確認。漏洩対象者に個別連絡、専用窓口の設置
- SNSを介した情報漏洩
 - 従業員が、有名人の来店情報、宿泊情報をSNSに投稿
 - 「炎上」

ディープフェイクとAI生成偽情報

○ 「ディープフェイク」とは

- 「ディープラーニング(深層学習)」と「フェイク(偽物)」を組み合わせた造語で、本物又は真実であるかのように誤って表示し、人々が発言又は行動していない言動を行っているかのような描写をすることを特徴とする、AI技術を用いて合成された音声、画像あるいは動画コンテンツのことをいう(総務省HP)。

○ 問題点

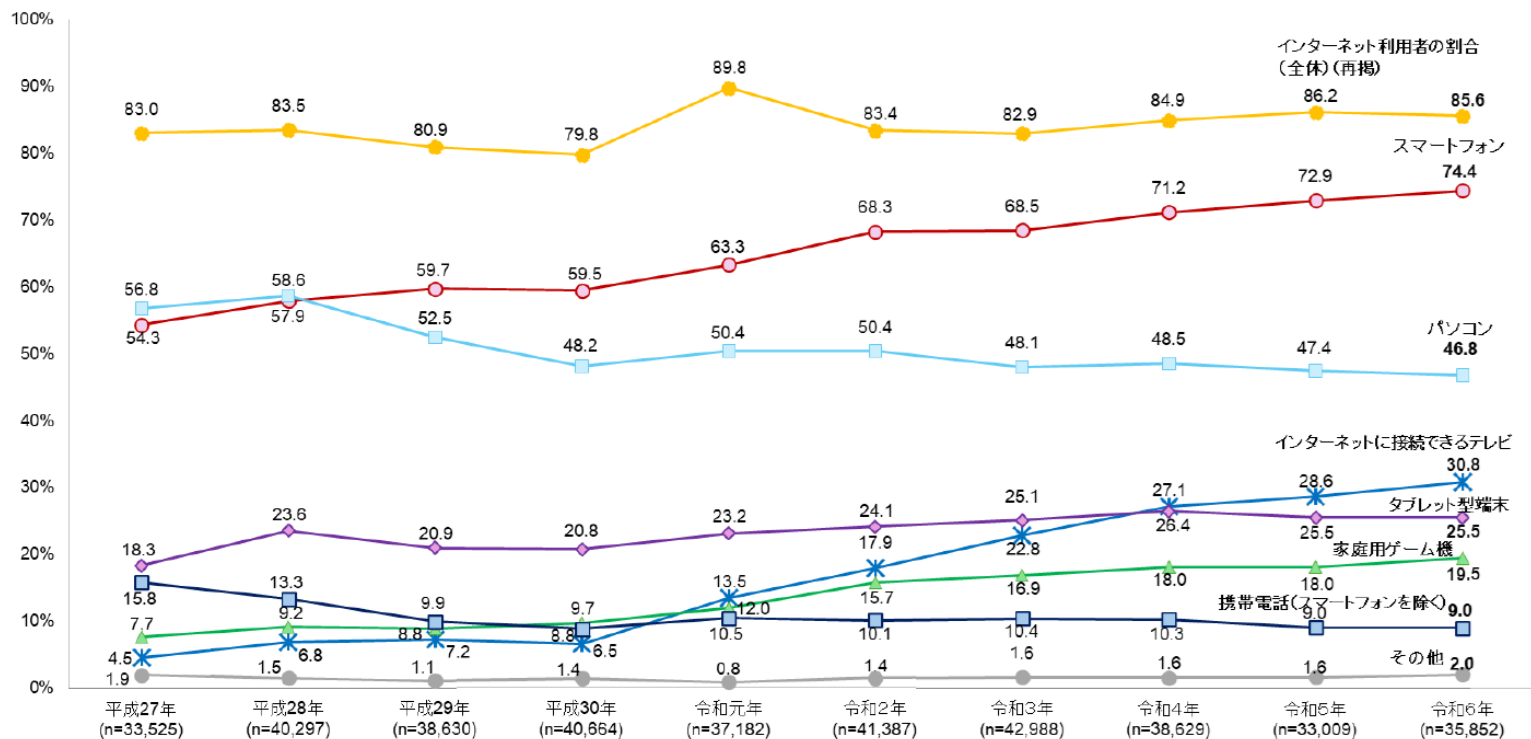
- 実在する人物が実際には言っていないことを本当に話しているかのような動画が簡単に作成される(Ex. 岸田首相の偽動画)
- フィッシング詐欺に用いられたり、世論誘導がなされる危険。

インターネットの特徴

- インターネットは情報収集のための「メディア」。
- 雑誌やテレビよりも、強い影響力がある。
 - 著しく強い情報の伝播性
 - 情報が拡散
 - 軽い気持ちの投稿が重大な事態を引き起こす！

総務省 令和6年通信利用動向調査

図表1-9 端末別インターネットの利用状況



(注1) 令和元年調査については調査票の設計が一部例年と異なっていたため、経年比較に際しては注意が必要。

(注2) 「携帯電話(スマートフォンを除く)」の令和2年以前はPHSを含む。

総務省 令和6年通信利用動向調査 別添2 6頁
(図表1-9 インターネットの端末利用状況)

総務省 令和6年通信利用動向調査

総務省 令和6年通信利用動向調査 別添2 6頁
(図表1-9 インターネットの端末利用状況)

インターネットの利用者の割合(全体) 85.6%

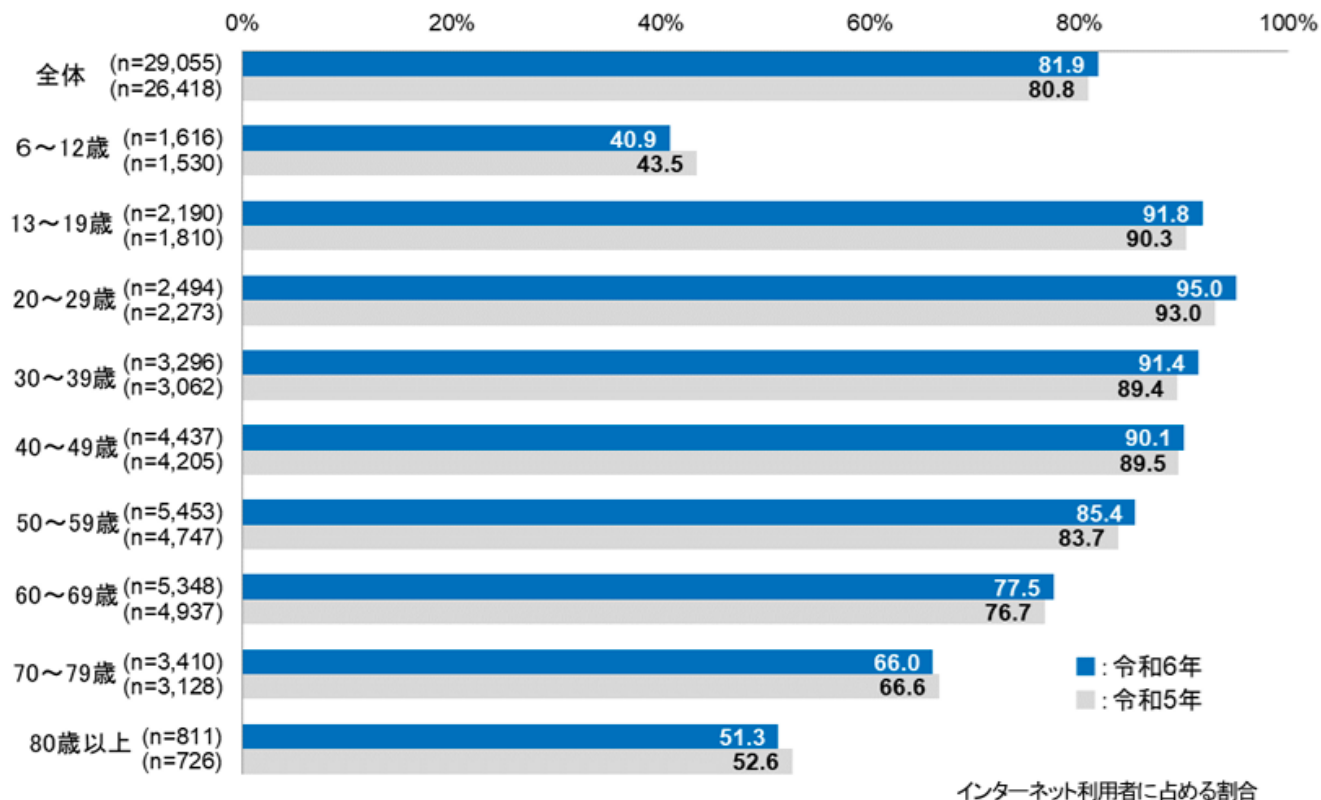
| | |
|--------------------|-------|
| ・ スマートフォン | 74.4% |
| ・ パソコン | 46.8% |
| ・ インターネットに接続できるテレビ | 30.8% |
| ・ タブレット型端末 | 25.5% |
| ・ 家庭用ゲーム機 | 19.5% |
| ・ 携帯電話(スマートフォンを除く) | 9.0% |
| ・ その他 | 2.0% |

※ インターネットの利用状況を端末別にみると、スマートフォンがパソコンを27.6ポイント上回っている。年齢階層別にみると、「スマートフォン」は、20～59歳の各年齢階層で9割、60～69歳の年齢階層で約8割が使用している。また、「タブレット型端末」は6～12歳の利用割合が高く、年齢階層が上がるごとに利用割合が下がっていく傾向にある。

総務省 令和6年通信利用動向調査

図表2-3 SNSの利用状況

(注) Facebook, X(旧 Twitter), LINE, mixi, Instagram, Skype など



インターネット利用者に占める割合

総務省 令和6年通信利用動向調査

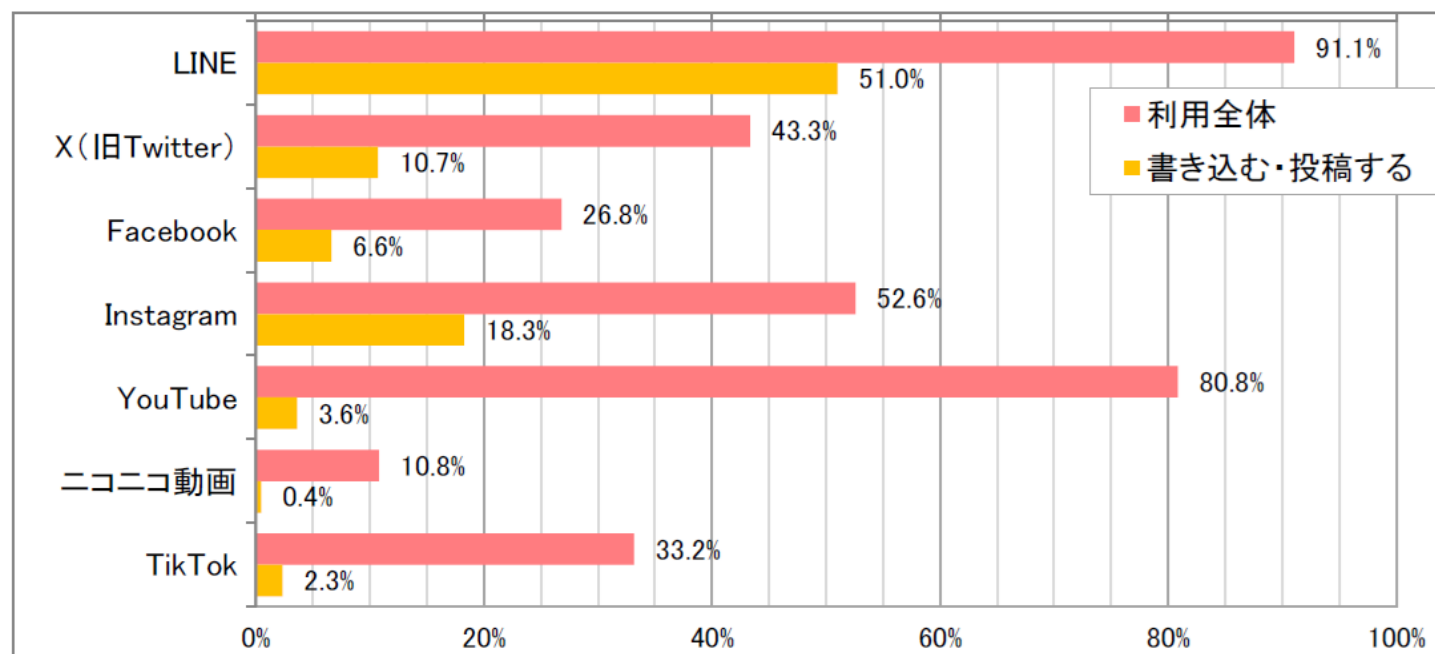
総務省 令和6年通信利用動向調査 別添2 14頁
(図表2-4 SNSの利用目的(複数回答))

| | |
|----------------------|-------|
| ・ 従来からの知人とのコミュニケーション | 87.2% |
| ・ 知らないことについての情報を探す | 64.0% |
| ・ ひまつぶし | 36.1% |
| ・ 災害発生時の情報収集・発信 | 26.5% |
| ・ 自分の情報や作品発表 | 12.0% |
| ・ 新たな交流関係を広げる | 11.8% |
| ・ 昔の友人・知人を探す | 3.8% |
| ・ その他 | 2.0% |

※ インターネット利用者のうち、SNSの利用者の割合は、81.9%となっている。年齢階層別にみると、50～59歳以上は、年齢階層が上がるごとに利用割合が下がっていく傾向にあるが、80歳以上でも5割を超えている。利用目的は、「従来からの知人とのコミュニケーションのため」の割合が87.7%と最も高く、次いで「知りたいことについて情報を探すため」(64.0%)となっている。

令和6年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書 84頁

図 5-1-2 【令和6年度】主なソーシャルメディア系サービス/アプリ等の利用率(書き込む・投稿する)(全年代)



どのような人がネット上での被害を受けるのか。

- 有名人
- 社会的責任や役割が注目されやすい人(公務員、教育・医療・法律関係の職に従事している等)
- 少年犯罪の場合の少年の家族、学校
- いわゆる「炎上」が生じた場合の炎上を生じさせた人
- 一般のひと

問題となりやすい(炎上しやすい)発言類型

- 政治、思想、宗教、人種、歴史
- マイノリティ
- 妊娠、出産、子育て
- 虐待
- 不良自慢、違法行為自慢
- 不謹慎

等

近時の炎上事例(2025年)

- X(旧Twitter)上で、ある地域に男女差別が根付くと揶揄するスラングがトレンドになり、炎上。
- X(旧Twitter)上で、ある食品会社のウェブCMが、内容をめぐり「性的に見える」「気持ち悪い」との批判と、「過剰反応」「普通のCM」との反論で論争となり、「非実在型ネット炎上」として注目された。

近時の炎上事例(2024年)

- ハウスメーカーの不適切対応
 - モデル住宅の施工不良を、SNSに投稿した男性の自宅を、メーカーの責任者が、いきなり訪問して、当該投稿の削除を要求
- 過去に過激な発言をした文化人を広告起用
 - 過去に「高齢者は集団自決すればいい」といった過激な発言を行っていた人物を広告に起用したことに対して反発。
- イタリアンレストランが、「〇〇人・●●人お断り」と掲示
 - 店舗の入り口に「〇〇人・●●人お断り」等と掲示した写真を、公式のXに投稿
- 美容外科医が解剖研修の現場写真を投稿
 - 解剖研修の写真を自身のInstagramに投稿。モザイク処理がなされていたものの、献体の写真が含まれていた。

「炎上」が起こると

- 問題となる写真・動画・発言が次々にコピーされ拡散。
- 批判的な投稿、コメントが殺到する。
- 所属する学校、会社、団体の探索が行われる。
- 様々なプライバシーが暴かれる。
- 現地を訪問する者が現れ、その写真等が投稿される。
- 所属する学校、会社、団体への抗議電話が殺到。

「炎上」に軽い気持ちで加担すると・・・

- 内容が虚偽の情報を拡散させてしまう。

→ 拡散させた人も、名誉毀損罪(刑法230条1項:3年以下の懲役もしくは、禁固または50万円以下の罰金)、業務妨害罪(刑法233条: 3年以下の懲役または50万円以下の罰金)等に問われる。また、民事上の責任も負う。

拡散させた人の責任

- ネット上に書いてあったから、真実であると思った。

→ 認められません。

「掲載記事が一般的には定評があるとされる通信社から配信された記事に基づくものであるという理由によっては、記事を掲載した新聞社において配信された記事に摘示された事実を真実と信ずるについての相当の理由があると認めることはできない」

(最高裁平成14年3月8日)

リツイートやシェアした場合の責任

こいつはむかつく、拡散してやろうと、気軽に、リツイート、シェア・・・

→ これは大丈夫？

(回答)

大丈夫ではありません。

投稿者として責任を問われます。

事例

○ 川崎市中1男子殺害事件

- インターネット上で犯人捜しが行われる。
- 事件と無関係な人物が犯人扱いされる。
- 顔写真、氏名、住所が「晒される」事態が発生

(2015年3月2日読売新聞 「犯人捜し ネット暴走」)

(2015年3月3日「NEWS23」 「容疑者逮捕前からネットに飛び交う“名前”“顔写真”」)

事例

○「容疑者の父」東名事故でデマ拡散

- インターネット上で情報詮索がなされる。
- 事件と無関係な人物が犯人の「父親」だとされる。
- 会社、自宅住所、電話番号が「晒される」。
- 無言電話、嫌がらせ電話が殺到。

(2017年10月19日 JCASTニュース)

(2017年10月20日 朝日新聞デジタル)

インターネット上で投稿する場合の心構え

- インターネット(SNSを含む。)は公開の場である。
 - 自らは、スマホを見ているだけかも知れないが、その向こうに何万人もの人がいる可能性があることを常に認識しておく。
- 匿名であっても、投稿者を特定することは可能である。
 - IPアドレス、タイムスタンプからの特定は可能。
 - 登録した際の電話番号、メールアドレスからの特定
- 自分の個人情報を公開しない。
 - 万が一「炎上」が生じてしまった場合、断片的な情報から、実名、勤務先、顔写真等が特定され、暴かれていく・・・。

勤務先や所属先(学校)への影響

- レピュテーションリスク(企業イメージの崩壊)
- 抗議電話が殺到
- 従業員の投稿によって、会社が謝罪に追い込まれたケース
 - 不動産会社に芸能人の情報を投稿
 - コンビニの店員に言いがかりをつけた動画を投稿
(会社名の入った上着を着ていた。)

被害を発生させた者の責任

○ 刑事上の責任

- 名誉毀損罪(刑法230条1項:3年以下の懲役もしくは、禁固または50万円以下の罰金。)
- 業務妨害罪(刑法233条:3年以下の懲役または50万円以下の罰金。)

○ 民事上の責任

- 損害賠償請求の対象となる。

○ 労働契約上の責任

- 懲戒事由に該当

炎上してしまったら！？

- 事実関係と状況の把握
 - いつ、誰が、どこで、何について、どのような行動（言動）を、なぜ行ったのか（5W1H）について正確に把握する。
- 誤解に基づくものなのか、謝罪すべき事案かについての正確な把握
 - 謝罪すべき事案であれば、迅速かつ誠実に事実関係について公表し、真摯な謝罪を行う。
- 反論すべきか否かについて、検討。
 - 反論がさらなる炎上を招く危険がある。
- 責任転嫁と見られる言動は厳に慎む。

謝罪の際の「NGワード」

- 「結果として」
- 「遺憾」
- 「誤解を招いた」
- 「不快に思われた」

→ これらの文言は、「自分たちは悪くないけれども、受け手側の事情によって、このような事態となってしまった。」と言っているに等しい。

→ この場合、「悪いのは批判をしている側かよ！！」と受け取られ、さらなる炎上を招いてしまう。

近時の失敗事例(K社)

(事例) 元従業員の妻が、夫が育休復帰直後に転勤を言い渡され退職したとTwitterに投稿し、炎上。さらに、会社が、「対応に問題は無い」と公式HPに掲載したことから、さらに炎上し、株価が下落した。

もともと、なぜ、炎上したのか！？

→ 「転勤の内示が育休明け直後になった」

→ 時期として不適切ではないか、育休取得への見せしめではないか、酷くないか、とネットで情報に触れた人(いわゆる「ネット民」)の素朴な感覚が、拡散した発端。

失敗事例(K社)

(把握すべき事案)

「転勤の内示が育休明け直後になった」ことが、時期として不適切ではないか、育休取得への見せしめではないか、酷くないかと、ネット民に思われている事案。

(事実はどうなのか)

「結果的に転勤の内示が育休明けになることもある。」

→ 「転勤の内示が育休明け直後になった」ことは事実！！

失敗事例(K社)

(会社の対応)

- ・ 冒頭で、「当社の対応に問題は無い」
- ・ 「**結果的に**転勤の内示が育休明けになることもあり、このこと自体が問題であるとは認識しておりません。」
- ・ 「元社員は転勤に関しての種々の配慮について**誤解した**ままとなってしまった」

(ネット民の感覚)

- ・ 会社は、「転勤の内示が育休明け直後になった」ことを問題だと思っていないんだあ。
- ・ 対応に問題がないというのは、悪いのは、批判している側！？

失敗事例(K社)

(会社の行うべき対応)

- ・ 少なくとも、時期として不適切であったことは認めて、謝罪すべき。そして、なぜ、このような時期になってしまったのか、その理由について説明。今後は、少なくとも「転勤の内示が育休明け」にならないように、内示の方法等を見直すといった改善点を示す必要がある。
- ・ 会社として、社員の育児休業取得を妨害しようなどという意図がないこと、社員の生活を配慮した上で、今後も適切な対応を行うとの考えを示す。

失敗事例(K社)

- なぜ、失敗したのか

会社の回答は、裁判上、会社に対する法的責任の追及がなされている場面において、裁判所に対して、会社が自己の正当性を主張し、元従業員の側にこそ問題があるのだと主張する場面であれば、正しい。

- 相手方は誰なのか！？

相手方は、元従業員ではなく、「ネット民」(世論、一般人)。

回答について、「ネット民」(世論、一般人)がどのように受け止めるのかという観点で判断すべき。

ご清聴ありがとうございました。