

2018年
4月号

- I. 欧州競争法と商社を通じた取引慣行
- II. GDPR 対応の現状
- III. 日本企業による欧州 M&A と固有の考慮事項について

I. 欧州競争法と商社を通じた取引慣行

執筆者: 川合 弘造

日本では、古くから、製造業者が需要家に製品を直接販売をするよりも、商社を通じた取引が活発であり、こうした商社の需要家への販売権は商権として認識されている。日本の伝統的な商社の事業活動では、メーカーと需要家間の取引を仲介し、メーカーに対しては比較的早期に代金を支払い、ユーザーに対しては比較的長期の支払サイトを認めることで、その期間の金利や、需要家の信用リスクを負担することの対価としてマージンを得ることが一般的に行われてきた。このような点を捉えて、商社の金融機能と言われることがある。このような取引の場合には、対価を含む取引条件はメーカーと需要家との間で決められる一方で、売買契約はメーカーと商社、商社と需要家との間で締結されるのが一般的であった。日本の公正取引委員会のいわゆる流通取引ガイドラインでも、こうした商社活動について、「事業者の直接の取引先事業者が単なる取次ぎとして機能しており、実質的にみて当該事業者が販売していると認められる場合には、当該事業者が当該取引先事業者に対して価格を指示しても、通常、違法とはならない。」とし、①「委託販売の場合であって、受託者は、受託商品の保管、代金回収等についての善良な管理者としての注意義務の範囲を超えて商品が滅失・毀損した場合や商品が売れ残った場合の危険負担を負うことはないなど、当該取引が委託者の危険負担と計算において行われている場合」や、②「メーカーと小売業者（又はユーザー）との間で直接価格について交渉し、納入価格が決定される取引において、卸売業者に対し、その価格で当該小売業者（又はユーザー）に納入するよう指示する場合であって、当該卸売業者が物流及び代金回収の責任を負い、その履行に対する手数料分を受け取ることとなっている場合など、実質的にみて当該メーカーが販売していると認められる場合」をその例に挙げている。また、公取委の、取引相談事例(平成21年度相談事例集「2 代理店の再販売価格の拘束」及び平成13年度相談事例集「2 単なる取次として機能する卸売業者の再販売価格の指示」)でも同様の判断が示されている。

日本企業は輸出取引にあっても、日本国内同様に日系商社を起用して、同様の取引を行うことが多く、欧州の需要家向けの取引でも同様の取引例が多数見られている。しかし、こうした取引慣行を欧州に持ち込んだ場合に、欧州の競争法が禁止する再販売価格の規制に抵触しないのか問題になることも多い。実際にも、幾つかの商社では折に触れこの問題を意識して欧州向けの日系企業の取引慣行を変更しようと努めているが、この問題は、結局のところ、対需要家の価格決定権をメーカーが持つのか、商社が持つのかという問題にも絡むため、解決は簡単ではない。

本ニュースレターは法的助言を目的とするものではなく、個別の案件については当該案件の個別の状況に応じ、日本法または現地法弁護士の適切な助言を求めて頂く必要があります。また、本稿に記載の見解は執筆担当者の個人的見解であり、当事務所または当事務所のクライアントの見解ではありません。

本ニュースレターに関する一般的なお問い合わせは、下記までご連絡ください。

西村あさひ法律事務所 広報室 (Tel: 03-6250-6201 E-mail: newsletter@jurists.co.jp)

一般に、欧州の需要家向けの日系商社経由の販売では、日本のメーカー(日本の本社の場合と現地子会社の場合とがある。)は、需要家との間で価格交渉を行い、併せて、欧州の需要家へのデリバリーについても、自ら手配をする例が多い。他方で、需要家はメーカーとの間で合意をした価格を商社に支払い、商社は、コミッション(商社口銭)の受領と引き替えに、需要家の代金の支払いについて責任(信用リスク)と物流面でのリスクを負担するのが一般的である。また、商社は、迅速なデリバリーを実現するために、欧州域内に在庫を抱えていることも多いが、売れ残った在庫リスクについては負担せず、メーカーに対して買い戻しを求める権利を有するのが一般的であろう。こうした取引については、一旦メーカーから商社が商品を買取る形態をとっているにもかかわらず、商社が需要家に販売する製品の価格をメーカーが決定しているとして、TFEU(欧州機能条約)101条が禁止する再販売価格の維持に一見すると該当するようにも見えかねない。

こうした商社を通じた欧州での販売の競争法整合性については、法的な形態はともかくとして、経済実態として、商社がメーカーの販売代理店(distributor)ではなく、代理店(agent)であるといえるか否かによるところが大きい。日系商社の場合、歴史的に、①商社の規模やステータスが売上高によって判断されてきたこと(現在は国際的な企業会計のもとでは、単純に右から左に流すだけの金融取引では「売上」として認められず、差額のマージン部分のみが「手数料収入」として計上されることとなっている。)、②商社が契約当事者として介在していないと、直接メーカーと需要家が取引を行い商社外しが行われかねないという懸念から、商社が形式的には契約当事者になっている事例が多い。商社が、実態として代理店(agent)であるといえるためには、商社が経済的・商業的リスク(financial or commercial risk)を実質的に負担するか否か、加えて、究極的に個々の需要家への販売を行うか否かの判断を商社の責任で行っているか否かの検討が必要になる。この点に関しては、欧州委がガイドライン(垂直的制限指針(Guidelines on Vertical Restraints))を策定しており、同指針パラ16には、代理店であると認定するための考慮要素(例えば、所有権の帰属、輸送コスト、在庫リスク、ユーザーの信用リスク、広告宣伝費などをどちらが負担するかなど)がリストアップされている(ただし、網羅的なものではない。)。例えば、仮に、メーカーのみが需要家を開拓し、価格を含む契約条件全般について交渉する権限を有しているのだとすれば、商社はメーカーに対して金融機能を果たしているだけであり、契約形態はともかくとして、経済的・商業的リスクはメーカーが全面的に負担していることは明らかであるから、その場合には、商社はメーカーの代理店であり、販売価格を制約していたとしても、再販売価格の維持とみなされる可能性は低いであろう。ただし、このような明確な事例は必ずしも多くは無いように思われる。

他方で、商社が、需要家を開拓しメーカーの製品の販売のために自ら又はメーカーのために契約条件(価格部分以外の契約条件)について交渉を行い、これを締結する一定の権限を有している場合には、商社は、もはや単なる金融サービスの提供者とはみなされず、具体的な状況に応じて、商社はメーカーの販売代理店或いは代理店という扱いになろう。この場合、商社がメーカーの販売代理店又は代理店に該当するか否かは、前述の考慮要素に照らして具体的に検討される必要がある。商社がメーカーの代理店であれば、メーカーがユーザーとの価格を含めて契約条件を設定することは欧州競争法上認められることは前述のとおりである。仮に、商社がメーカーの販売代理店である場合でも、理屈上は、TFEU101条第3項による正当化が考えられるが、立証責任をメーカー側が負担することになるなど実務上のハードルは高い。

上記のとおり、日本企業に深く根付いた商社を起用した商取引慣行については、欧州の競争法との抵触の可能性が、その取引実態や、責任やリスクの分担のあり方如何で生じうる。幸いなことに、現在まで、こうした問題について欧州委員会が注意を払って、競争法違反行為として摘発してはこなかったが、今後ともそうした状況が継続するとは限らない。こうしたリスク回避のためには、メーカーサイドでも商社サイドでも現行の欧州での営業実態を商品毎に改めて確認するべきであろう。その上で、

- ① メーカーと商社のいずれが個々の需要家を見だし、当該需要家への販売の是非や取引条件を決定できるのかを明確化する(これを決定する当事者がその決定に伴うリスクを負担することが通例である。)
- ② 契約当事者が形式的に誰かはともかくとして、商社の果たしている機能を明確にし、場合によっては金融機能又は物流機能のみに限定し、商社が在庫リスク等のリスクを負担しないことを明確にする(そのことにより、メーカーが実質的に販売者であることを明確にする。)
- ③ 逆に、需要家を開拓し、需要家との契約条件交渉を実質的に商社が行っている場合には、メーカーは商社とユーザーとの

間の交渉には関与せず、商社の需要家との契約内容には介入しない(勿論、メーカーと商社との間の売買条件は交渉可能である。)

- ④ 商社側では、取引の実態を再検証し、自らが需要家への販売条件について契約交渉権限を有していない場合には、メーカーとの間の契約を、実態に即して distribution 契約から agency 契約に切り替えるなどして、欧州競争法との抵触リスクを低減する。

等の対策を講じることを検討するべきではないだろうか。もっとも、こうした対応は従前からの取引慣行を少なくとも外観上、大幅に変更することとなる可能性があり、早急に改変することは容易ではないだろう。しかし、商社経由の取引がもたらす欧州の競争法抵触リスクについて、正確に関係者が認識することが不可欠であり、メーカー及び商社間での責任の所在を明確化することから始めることを考えることが重要であろう。



かわい こうぞう
川合 弘造

西村あさひ法律事務所 パートナー弁護士
k.kawai@jurists.co.jp

1988年弁護士登録。1994年KUルーベン大学大学院法学部修士(EC法専攻, LL.M.)(magna cum laude)。ブラッセルのクリアリー・ゴットリーブ・スティーン アンド ハミルトン法律事務所にて勤務。日本内外の独占禁止法/競争法全般と通商法を専門とする他、大型の国際訴訟や内外の各種規制当局対応業務を行っている。2006年から2015年まで東京大学法科大学院非常勤講師を務めたほか、政府の各種審議会・研究会等でも委員を務めてきている。

II. GDPR 対応の現状

執筆者: 石川 智也

1. GDPR 対応の現状

GDPR 対応の実務について、企業法務ニュースレター2月号¹にその概要を紹介しましたが、本ニュースレターでは、その後日本企業の対応をサポートさせていただく中で接することの多かった共通の課題を紹介することにします。

なお、EU から日本への個人データの越境移転については、2018年4月25日にEU域内から十分性認定により移転を受けた個人データの取扱いに係るガイドラインが5月25日までの予定でパブリックコメントに付されています²。この点を踏まえて日本企業が如何に対応するべきかについては、改めて別の機会に紹介する予定です。

(1) ウェブサイトの対応

GDPRは広範な域外適用のスコープを持ち、日本企業が開設しているウェブサイトを通じた個人データの処理についてもGDPRが域外適用される場合があります。まずはこのことを認識して、域外適用の有無を本格的に検討すべき個人データの処理が自社が開設しているウェブサイトの中にあるかを検討することが重要です。

この点、EU域外の管理者または処理者であっても、①EU域内に所在するデータ主体に対する商品もしくは役務の提供(有償か否かを問いません。)、または、②EU域内で行われるデータ主体の行動の監視について、GDPRが適用されるおそれがあります。

①については、ウェブサイトでいうと、問い合わせフォーム、EU域内に所在する個人に商品・サービスを販売するサイト、EU域内に所在する個人が日本に来る際の宿泊・旅客の予約サイト、オンラインゲームのサイト等において、EU域内に所在する個人の

¹ https://www.jurists.co.jp/sites/default/files/newsletter_pdf/ja/newsletter_201802_corporate.pdf

² <http://search.e-gov.go.jp/servlet/Public?CLASSNAME=PCMMSTDETAIL&id=240000050&Mode=0>

個人データを取得する場面があると思われます。域外適用の有無の判断にあたっては、EU 域内に所在する個人に対して商品またはサービスを提供する意図が明白といえるかがポイントであるとされています。EU 域内に所在する個人がウェブサイトへアクセスできたり、結果としてサービスの提供を受ける機会があったりするというだけで域外適用を受けるわけではありませんが、ケースバイケースの判断が必要です。英語表記のサイトについてどのように対応すべきかが話題になることが少なくありません。

②については、IP アドレスや Cookie を通じたウェブサイトの閲覧状況の確認機能について、対応が必要となるケースが生じています。自社において IP アドレスや識別子を取得・保存しているか、どのようにそれらの分析を外部に委託しているかを踏まえて、EU 域内に所在する個人の行動を監視しているといえるかを検討する必要があります。日本では、IP アドレス等だけでは個人を識別できず、個人情報ではないとの整理がなされることも多いですが、GDPR では IP アドレス等も個人情報として考えられているため、注意が必要です。

いずれの点も、GDPR が適用される 2018 年 5 月 25 日までにクリアしておくことが求められます。そして、GDPR が域外適用される場合には、例えば、GDPR の要件を充足するようにプライバシーポリシーを改訂したり、関連する個人データの処理の委託先との間の契約を GDPR の要件を満たす形で見直したり、EU に代表者を選任する必要があるかを検討したりする必要があります。

(2) データの処理側の対応

最近、事業者から個人データを受領する(預かる)日本企業において、事業者から GDPR 対応のため個人データの処理に関する契約を締結してほしいとの要望を受ける例が生じています(なお、個人向けのサービスを提供している場合には、前記(1)の域外適用の問題を検討することになります。)

この問題は、GDPR 上、個人データの処理を委託するときには、委託先との間で GDPR が要求する所定の内容を規定した契約を締結しなければならないという規制が存在することに基づいて発生するものです。また、EU 域内の企業から日本企業が個人データの移転を受ける際には、日本が十分性認定を受けるまでは、それに加えて越境移転規制に対応するための契約も締結しなければなりません。さらに、日本の事業者が越境移転を受けた個人データについて、さらに個人データの処理を外部に委託する場合にも、一定の水準の内容の契約を締結することが必要となることがあります。

いずれの場合も、個人データを受領する委託先に GDPR が直接適用されるという話ではないものの、個人データを受領する(預かる)ためには所定の対応をしないと、顧客である事業者が個人データを移転する(預ける)ことができない場合があります。そのため、どのような理由に基づいて締結することを求められている契約であるかを吟味した上で、契約の内容を検討していく必要があります。

(3) グローバル内部通報制度の導入と GDPR 対応

消費者庁から 2016 年 12 月に公益通報者保護法を踏まえた内部通報制度の整備・運用に関する民間事業者向けガイドラインが公表されて以降、コンプライアンス態勢の強化を目的として、グローバル内部通報制度の導入検討を開始する企業が増えています。グローバル内部通報制度の導入にあたっては、内部通報制度の実効性の確保という観点からの検討に加えて、内部通報制度が GDPR を遵守した内容であるかの整理・検討を行う必要があります。

そのための主要な論点としては、①その内部通報制度が「適法性の根拠」を有しているかの検証(大要、会社にとって正当な利益があるといえるか、従業員の権利・自由を侵害することはないか、両者を比較したときに会社の利益が上回るかといえるかの検証が必要です。)、②欧州の拠点から日本の本社への個人データの越境移転規制への対応、③通報に際して外部に個人データの処理を委託する場合の契約の対応、(残りは GDPR 対応というわけではありませんが、いずれも欧州各国において特徴的といえる。)④内部通報制度導入に際しての監督当局への通知・登録、⑤Works Counsel との間の協議等の各国での手続があります。

EU 域内に複数の拠点を有する日本企業においては、これらの論点について日本サイドで初期的な検討を行って一応の整理をした上で、効率よく現地の専門家への確認・手続の依頼を進めていくことがプロジェクトを短工期で終えるための鍵となっています。

(4) 個人情報保護法と GDPR の決定的な違い

日本の個人情報保護法は、個人情報取扱事業者としての義務を果たせるように社内規定・プライバシーポリシーを策定し、第三者提供のための本人の同意を取得し、個人データの処理の委託先・国外移転先との間で必要な契約を締結し、社内態勢を構築するという点で概ね対応が可能です。GDPR も、管理者または処理者としての義務を果たせるように社内規定・Information Notice を策定し、同意に基づいて個人データを処理する場合には本人の同意を取得し、個人データの処理の委託先・国外移転先との間で必要な契約を締結し、社内態勢を構築する作業もあり、これらの点では大きな違いはありません。

GDPR 対応を支援していて一番感じる違いは、GDPR においては、①個人データのあらゆる処理に適法性の根拠が求められるということ、②GDPR を遵守していることのアカウンタビリティ(説明責任)が求められるということです。すなわち、個人データの処理の1つ1つについて、GDPR 及び EU 加盟国法が認めている適法性の根拠があるかを確認し、例えば、それがもし正当な利益に基づいて処理するものであると整理する場合には、それがデータ主体の権利・自由を侵害するものではないか、侵害する場合には会社の利益とどちらが優先されるべきかということを検討し、その整理について説明ができるように検討の経過を残しておくことが望まれます。また、データ保護責任者の選任が不要である、または選任が必要であるとして、この人であれば法律上要求された能力があり、マネジメントと利益相反する立場にないという要件を満たすということについても、それらの要件の該当性について説明ができるように検討の経過を残しておくことが望まれます。

2. 日本企業の対応

日本企業も、自社に GDPR が域外適用される可能性があるかをクリアにするとともに、EU 域内の各拠点について、リスク・アプローチの観点で、リスクの高い項目から順に GDPR への対応を行っていくことで制裁金のリスクを可及的に低減していくことが重要です。データマッピングには時間がかかる作業もあるため、GDPR 施行直前または施行後から着手する場合には、並行して、GDPR が要求している事項に対応するためのドキュメンテーションのうち、データマッピングの影響を受けないものを端的に進めて、制裁金のリスクを可及的に低減していくことが望ましいといえます。

また、EU 域内に拠点がある場合には、個人を顧客としないビジネスであっても、従業員や顧客の担当者の情報を取り扱う以上、当該拠点において GDPR への対応が必須であることに注意が必要です。そのため、対応を開始しているかを早急に確認し、開始していない場合には本社主導で早急に対応を進めていくことが望まれます。EU 域内に複数の拠点がある場合には、本社が主導して対応することで、効率的かつ確実にプロジェクトを進めることができます。



いしかわ のりや
石川 智也

西村あさひ法律事務所 パートナー弁護士
n.ishikawa@jurists.co.jp

2006 年弁護士登録。2016 年 Max Planck Institute for Innovation and Competition 併設の Munich Intellectual Property Law Center 卒業(LL.M.)、Noerr 法律事務所ミュンヘンオフィスに外向。データの保護と利活用に関する法制度を専門としており、日本の個人情報保護法、EU 一般データ保護規則(GDPR)を含む、グローバルでのデータ規制への対応について日本企業にアドバイスを多数提供。欧州の知的財産法、データ規制、E コマース、消費者保護法、データポータビリティ、欧州のデジタルマーケットの統一に向けた動向に詳しく、欧州での M&A も手掛ける。

Ⅲ. 日本企業による欧州 M&A と固有の考慮事項について

執筆者:木津 嘉之

1. 概要

日本企業による、欧州各国における M&A の件数は増加傾向にあります。また、ソフトバンクによる ARM の買収に代表されるよ

うに、大規模の案件も近時相当数見受けられます。他方で、欧州 M&A に際して、日本企業はいくつもの欧州特有のチャレンジを抱えております。

欧州 M&A において、米国や日本と類似の法令およびグローバルプラクティスに従うべき点もありますが、異なる視野が必要になる場合もあります。例えば、欧州各国における非上場企業の M&A についてみると、確かに、日本やその他諸外国と同様、デューディリジェンスを実施した上で、表明保証、補償、前提条件等の条項を含む M&A 契約を締結し、実行することが一般的です。もっとも、以下に例示するとおり、案件の初期段階の検討時点から、ポスト・マージャー・インテグレーションにおける統合手法まで、日本と異なる法制および商慣習について、特殊な考慮が必要となります。

2. 特殊な法制について

欧州においては、EU 加盟国の国内法規としての効力を有する規則(Regulation)、EU 加盟国に国内法規の制定を義務付ける指令(Directive)、個別の解釈指針を示すことになる決定(Decision)が存在し、かかる法令により、一定程度 EU 加盟国における適用法令内容の調和(Harmonization)を実現しております。もっとも、EU 加盟国レベルの個別の法令も別途存在するため、M&A に関する各国の適用法規制内容が異なることとなります。また、欧州の中といえどもその中では言語・文化も相違することから、M&A 実務および商慣習も別途の検討が、国ごとに必要となります。

例えば、日本企業が留意すべき特異な点としては、特殊な労働法制があり、これらが M&A のストラクチャーやそのスケジュールに大きな影響を与えることも多くあります。具体的には、欧州の一部の国において、M&A 契約の締結前に、従業員の代表機関に通知協議を実施する必要がある場合があり、かかる場合、そのようなストラクチャーを採用すべきか、採用するとしてもスケジュールにどのような影響があるのかにつき、事前の検討が必要となります。また、このように本契約締結前に事前協議が必要となる場合、特に上場会社による買収の場合は、情報漏洩の観点から問題がないのか等事前に検討すべきポイントがあります。さらに、M&A を事業譲受けのスキームで実施する場合においては、当該事業の承継に関する従業員の保護についての規制も各国で異なることとなり、当該承継に異議を唱えることができるか等につき、詳細な分析が必要となります。

また、EU レベルにおいても、加盟国レベルにおいても、近時増加する中国等によるセンシティブな産業領域への投資に対応すべく、外国投資につき制約的な態度を示す傾向が存在し、法規制の変更も議論されているため、日本企業による EU 投資に際しては、当該法令のみならず、近時の外国投資に関するプラクティスについて、留意が必要となります。例えば、EU レベルにおいては、2017 年 9 月 13 日に、欧州委員会(European Commission)は、各国における現行および新規の外国投資規制に配慮しつつ、新しい EU レベルでの投資スクリーニングのフレームワークに関する提案を実施しておりますので、当該議論の状況に留意が必要となります。また、英国、ドイツやフランス等の一部の欧州諸国においては、より広範な規制について、スクリーニングができるよう、法令の変更が実施または検討されています。

さらに、欧州諸国においては、比較的競争法制およびその運用が厳格な傾向にあり、日本とは異なる法概念が存在する上、重大な制裁を負う可能性もあるため留意が必要となります。例えば、ガンジャンピングについては、大きな制裁金が課されている事例も存在するため、各国の競争当局の承認前に実施することが必要となる、日本企業にとって重要な PMI の準備に際しては、十分方策を検討する必要があります。具体的に、近時の事例として、フランス競争当局は、2016 年 11 月に、電気通信事業者である Altice による、競業者である SFR および OTL グループの買収に際して、同当局のクリアランスを得る前に統合を実施したとして、8000 万ユーロ(1 ユーロ 130 円換算で、約 100 億円)に及ぶ制裁金を課しました。

3. 特殊な商慣習について

英国およびドイツのように、欧州の一部の国においては、売主有利に契約条項が規定されることが多くあります。例えば、海外案件という意味では米国と比較して、欧州においては、株式譲渡代金について、固定価格方式のロックドボックスシステムが利用される傾向にあり、一般的に、価格下落のリスクを減少させることができる点において買主に有利とされる、価格調整条項は認められにくい傾向があります。また、売主から認められる前提条件や補償条項の内容も限定的にしか認められない例も少なくありません。現地のプラクティス・契約における交渉ポジションを踏まえた上で、このように売主に有利な条項について、どのようなリスクヘッジの手段があるのか、仮にリスクがとりにくい場合、交渉戦略上どこまで主張すべきであるのか、戦略的な検討が極めて重要となります。例えば、ロックドボックスシステムについては、価格が決定する時点以降における買収対象となる会社からの金銭流

出を防ぐリーケージ防止条項の規定を詳細にすることにより、一定程度のリスクを減少させることが可能です。また、補償については、表明保証保険の適用が、日本よりも進んでおります。表明保証保険については、求められる DD スコープの範囲および DD レポートの詳細さ、保険会社の保険対象の範囲、ならびに、保険会社との契約交渉およびそのスケジュール等、様々な考慮が必要となります。

売主により頻繁に利用されるオークションにおいては、上記の検討がより一層重要となります。当該手続においては、短期間の対応が求められる上、DD 対象が絞られるため、内部的な意思決定に時間を要する日本企業に不利に働くことが多いためです。

4. 各国の留意点と本ニュースレターについて

上記のとおり、日本企業の欧州企業買収に際しては、各国ごとに特殊の法令およびプラクティスにつき固有の検討ポイントがございます。本ニュースレターにおいては、随時、「5 things to note in EU M&A」シリーズにて、各国における留意点を紹介して参ります。



きず よしゆき
木津 嘉之

西村あさひ法律事務所 弁護士

y.kizu@jurists.co.jp

2007年弁護士登録。2015年ユニバーシティ・カレッジ・ロンドン(ロンドン大学)卒業(LL.M.)。欧州地域を含む、国内外のM&A案件を中心に、独占禁止法案件を含む企業法務全般に従事。ロンドン留学の後、欧州各主要国(ドイツ、フランスおよびイタリア)の法律事務所および日本企業のM&Aチームにて約3年に亘り出向する中、日本企業およびプライベートエクイティファンドをクライアントとする欧州M&A案件につき、エクセキューションのみならず、事業戦略策定からPMIに至るまで、数多く関与。欧州全域のM&Aに関する法制および実務プラクティスに詳しく、複数のリーディングファームとのコネクションを通じ、案件の規模に応じ、効率的かつ機動的に案件を手掛ける。

当事務所では、ヨーロッパでの実務に強みを持つ弁護士が、各国のリーディングファームとの友好的なネットワークも活用して、ヨーロッパ全域における、M&A、ファイナンス、紛争解決、労働、GDPR を含むデータプロテクション、IP、消費者保護法制、外国投資その他広範な分野の問題点につき、ワンストップのリーガルサービスを提供しています。