



## 消費者保護法制の最新動向(取引デジタルプラットフォーム新法制定、預託法・特商法改正案)

執筆者: 森田 多恵子、角田 龍哉

### 1 はじめに

[当事務所 DX Law ニューズレター2021年2月3日号「デジタル・プラットフォーム事業者が介在する消費者取引に関する新法制定に向けた準備動向」](#)にて紹介したとおり、消費者保護政策の一環として検討されてきたデジタルプラットフォーム事業者が関与する取引を巡る制度整備に関して、2021年4月28日、取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律(以下「取引デジタルプラットフォーム法」といいます。)が可決・成立し、同年5月10日に公布されました<sup>1</sup>。今後、取引デジタルプラットフォーム法は、公布から1年以内の政令で指定される日より施行されます(附則1条)。

さらに、今国会では、特定商取引に関する法律(以下「特商法」といいます。)、特定商品等の預託等取引契約に関する法律(以下「預託法」といいます。)等を改正するため、「消費者被害の防止及びその回復の促進を図るための特定商取引に関する法律等の一部を改正する法律案」(以下「特商法等改正法案」といいます。)も提出され<sup>2</sup>、審議が継続しています。

本稿では、これらの概要を紹介します。

### 2 取引デジタルプラットフォーム法の制定に至る経緯

2019年12月に消費者庁に設置された「デジタルプラットフォーム企業が介在する消費者取引における環境整備等に関する検

<sup>1</sup> <https://www.sangiin.go.jp/japanese/joho1/kousei/gian/204/pdf/s0802040532040.pdf>

<sup>2</sup> [https://www.caa.go.jp/law/bills/assets/consumer\\_transaction\\_cms202\\_210303\\_03.pdf](https://www.caa.go.jp/law/bills/assets/consumer_transaction_cms202_210303_03.pdf)

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いただく必要があります。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 (E-mail: [newsletter@nishimura.com](mailto:newsletter@nishimura.com))

討会」は、2020年8月に公表された論点整理<sup>3</sup>や、同月に設立された「オンラインマーケットプレイス協議会(JOMC)」における取組<sup>4</sup>、12月に公表された報告書骨子案<sup>5</sup>(以下「本報告書骨子案」といいます。)等を踏まえ、2021年1月25日付「デジタルプラットフォーム企業が介在する消費者取引における環境整備等に関する検討会 報告書」(以下「本報告書」といいます。)を公表していました<sup>6</sup>。本報告書では、違法な製品や事故のおそれのある商品等に関わる取引による重大な消費者被害の防止や、一定の事案における取引の相手方の連絡先の開示を通じた紛争解決・被害回復のための基盤の確保、デジタルプラットフォーム企業の自主的な取組の促進と取組状況の開示を促すようなインセンティブ設計等といった課題に対処する施策を新法に盛り込むことが示されていました。

そして、これらの事項は、取引デジタルプラットフォームを利用して行われる通信販売(特商法2条2項<sup>7</sup>)に係る取引の適正化及び紛争の解決の促進に関して、取引デジタルプラットフォーム提供者の協力を確保することによって、取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益を保護することを目的とする(1条)取引デジタルプラットフォーム法にも取り入れられ、対応する規定が設けられています。

### 3 取引デジタルプラットフォーム法の適用対象

取引デジタルプラットフォーム法は、以下の要件を満たす「取引デジタルプラットフォーム」を、事業として、単独で又は共同して提供する者(以下「取引デジタルプラットフォーム提供者」といいます。)に対して適用されます(2条1号・2号、2項)。

- ① 特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律(以下「取引透明化法」といいます。)2条1項で定義される「デジタルプラットフォーム」に該当すること。

取引透明化法は、「デジタルプラットフォーム」を、情報を表示することによって異なる利用者グループをつなぐ「場」であること(多面市場)、②コンピュータを用いた情報処理によって構築され、インターネット等を通じて提供されること(オンライン性)、③利用者の増加に伴い他の利用者にとっての効用が高まるという関係を利用していること(ネットワーク効果)という要素によって定義しています。③は、具体的には、(i)オンラインモールやアプリストアのように、出品者と購入者等の異なる利用者グループの間で相互にネットワーク効果が働く場合(いわゆる間接ネットワーク効果)、及び(ii)デジタル広告の配信を伴う SNS のように、一方の利用者グループ(参加者)内部でネットワーク効果が働くとともに(いわゆる直接ネットワーク効果)、それによって他方の利用者グループ(広告主)の効果も高まる場合が規定されています。

- ② 以下のいずれかの機能を有すること。

ア 当該デジタルプラットフォームを利用する消費者が、その使用に係る<sup>8</sup>電子計算機の映像面に表示される手続に従って当該電子計算機を用いて送信することによって、販売業者等(デジタルプラットフォームの提供者自身を除く。下記イにおいて同じ。)<sup>9</sup>に対し、通信販売に係る売買契約又は役務を有償で提供する契約(以下「役務提供契約」といいます。)の申込みの意思表示を行うことができる機能(いわゆるオンラインモール型)

<sup>3</sup> [https://www.caa.go.jp/about\\_us/about/plans\\_and\\_status/digital\\_platform/pdf/consumer\\_system\\_cms101\\_200831\\_01.pdf](https://www.caa.go.jp/about_us/about/plans_and_status/digital_platform/pdf/consumer_system_cms101_200831_01.pdf)

<sup>4</sup> <https://www.onlinemarketplace.jp/initiatives/>

<sup>5</sup> [https://www.caa.go.jp/about\\_us/about/plans\\_and\\_status/digital\\_platform/assets/consumer\\_system\\_cms101\\_201224\\_02.pdf](https://www.caa.go.jp/about_us/about/plans_and_status/digital_platform/assets/consumer_system_cms101_201224_02.pdf)

<sup>6</sup> [https://www.caa.go.jp/about\\_us/about/plans\\_and\\_status/digital\\_platform/assets/consumer\\_system\\_cms101\\_210201\\_01.pdf](https://www.caa.go.jp/about_us/about/plans_and_status/digital_platform/assets/consumer_system_cms101_210201_01.pdf)

<sup>7</sup> 販売業者又は役務提供事業者が郵便その他の主務省令で定める方法により売買契約又は役務提供契約の申込みを受けて行う商品若しくは特定権利の販売又は役務の提供であって電話勧誘販売に該当しないもの。

<sup>8</sup> 例えば、クラウドサービスにおいてアクセス権限が付与され、これを使用される場面も含まれると考えられます。

<sup>9</sup> 販売業者又は役務の提供の事業を営む者(自らが提供する取引デジタルプラットフォームを利用して商品若しくは特定権利(特商法2条4項)の販売又は役務の提供を行う場合におけるものを除く。)(2条4号)を指すため、個人であっても事業としてこれらの活動をしていれば含まれることとなります。

- イ 当該デジタルプラットフォームを利用する消費者が、その使用に係る電子計算機の映像面に表示される手続に従って当該電子計算機を用いて送信することによって、競りその他の政令で定める方法により販売業者等の通信販売に係る売買契約又は役務提供契約の相手方となるべき消費者を決定する手続に参加することができる機能(前号に該当するものを除く。)(いわゆるオークションサイト型)

以上の要件から、事業分野や売上規模にかかわらず、取引デジタルプラットフォーム法の適用対象となるか否かは判断されず。他方で、デジタルプラットフォーム事業者自身が当事者となる取引のほか、ネットワーク効果を利用していないオンラインサービスの提供事業者、CtoC の取引や BtoB の取引を仲介するデジタルプラットフォーム事業者は、取引デジタルプラットフォーム法の適用対象には含まれません。なお、本報告書骨子案では、旅行や民泊事業に関しては、適用除外の規定を設ける方向性が示されていましたが、取引デジタルプラットフォーム法には盛り込まれていません。

なお、本報告書では、まとめサイト、比較サイト等は、取引デジタルプラットフォーム法の適用対象外となることが示されていました<sup>10</sup>。ただし、本報告書では、CtoC 取引に対する規律<sup>11</sup>や、SNS を利用して行われる取引やデジタル広告、不正又は悪質なレビューに関する課題、パーソナルデータのプロファイリングに基づく表示について、どのような規律を設けるべきかという点について、継続して検討が行われる旨も示唆されていました。

## 4 取引デジタルプラットフォーム法の具体的内容

取引デジタルプラットフォーム法は、その具体的内容として、以下の要素が規定されています。

### (1) 取引デジタルプラットフォーム提供者の努力義務

取引デジタルプラットフォーム提供者は、その提供する「場」において行われる通信販売に係る取引の適正の確保及び円滑な紛争解決の促進のため、以下の措置を講じる努力義務<sup>12</sup>、及びそれらの措置に関する情報開示の努力義務を負い(3条1項・2項)、内閣総理大臣は、これらの義務の遵守に関する指針<sup>13</sup>を策定・公表するものとされています(3条3項・4項)。

- ① 当該取引デジタルプラットフォームを利用して行われる通信販売に係る取引について、消費者が販売業者等と円滑に連絡することができるようにするための措置を講ずること。
- ② 当該取引デジタルプラットフォームにより提供される場における販売業者等による商品若しくは特定権利の販売条件又は役務の提供条件の表示に関し当該取引デジタルプラットフォームを利用する消費者から苦情の申出を受けた場合において、当該苦情に係る事情の調査その他の当該表示の適正を確保するために必要と認める措置を講ずること。

<sup>10</sup> これらと同様に、情報提供のみを行うことを目的としたメタサイトも、通信販売に該当せず、取引デジタルプラットフォームに該当しないと思われます。この他に、購入型ではなく、貸付型や寄附型のクラウドファンディングは、取引デジタルプラットフォームに該当しないとされています(内閣府第340回消費者委員会本会議議事録(2021年3月12日)<<https://www.cao.go.jp/consumer/iinkai/2021/340/gijiroku/index.html>>8頁[黒木消費者制度課長])。

<sup>11</sup> 個人が「販売業者」に該当し、特商法の対象となる場合を明確化するものとして、「インターネット・オークションにおける『販売業者』に係るガイドライン」<<https://www.no-trouble.caa.go.jp/pdf/20200331ra01.pdf>>があります。

<sup>12</sup> 国会審議の過程では、3条1項・2項に定める義務を端的に法的義務とする旨の修正案が提出されましたが、否決されました<[https://www.shugiin.go.jp/internet/itdb\\_gian.nsf/html/gian/honbun/g20409053.htm](https://www.shugiin.go.jp/internet/itdb_gian.nsf/html/gian/honbun/g20409053.htm)>。

<sup>13</sup> 例えば、苦情の受付窓口、苦情の事情の調査等に関する定めが含まれ得るとされています(地方創生及び消費者問題に関する特別委員会第6号(2021年4月23日)<<https://mizuhoto.org/2593>>[坂田進政府参考人])。

<sup>14</sup> 取引デジタルプラットフォーム法は事業者の努力義務を定めるものではありませんが、既に業界ごとの特性に応じた義務を設定している業法が存在する領域への適用等、今後の指針制定等の中で、これらの適用関係の整理が行われることが望まれます。

- ③ 当該取引デジタルプラットフォームを利用する販売業者等に対し、必要に応じて、その所在に関する情報その他の販売業者等の特定に資する情報の提供を求めること。

例えば、上記①については、現状でも、取引デジタルプラットフォーム提供者が提供する連絡システム<sup>15</sup>や、特商法に基づく販売業者等の連絡先の表示(特商法 11 条 5 号、特商法施行規則 8 条 1 号)等を利用して、消費者が販売業者等に連絡することが制度上は可能であるが、上記①により、その継続的な運用や周知等が期待されることになると見込まれる。

## (2) 商品等の販売停止等

従来から不実表示等を行った事業者に対しては、その事業者が特定できる限り、消費者庁において当該事業者に対する行政上の措置を行うことは可能でした(景品表示法 7 条、特商法 14 条 1 項等)。もっとも、そうした事業者が特定できない事態も念頭に<sup>16</sup>、取引デジタルプラットフォーム法の下では、消費者庁は、取引デジタルプラットフォームにおける商品等の販売条件等の表示が以下の①及び②のいずれにも該当し、かつ、当該取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益が害されるおそれがあると認められる場合は、当該取引デジタルプラットフォーム提供者に対して、そのような販売業者等による販売の停止その他の必要な措置をとることを要請することができ(4 条 1 項)<sup>17</sup>、当該要請に関して公表できるものとされています(4 条 2 項)。

- ① 商品の安全性の判断に資する事項その他の商品の性能又は特定権利若しくは役務の内容に関する重要事項として内閣府令で定めるもの<sup>18</sup>について、著しく事実と相違する表示であると認められること、又は実際のものよりも著しく優良であり、若しくは有利であると人を誤認させる表示であると認められること(重要事項に関する不当表示)。
- ② ①の表示をした販売業者等が特定できないこと、その所在が明らかでないことその他の事由により、①の表示をした販売業者等によって当該表示が是正されることを期待することができないこと(補充性)。

取引デジタルプラットフォーム提供者が消費者庁の要請に応じて販売停止等の措置を講じた場合、当該措置により販売業者等に生じた損害について、当該取引デジタルプラットフォームは免責されます(4 条 3 項)<sup>19</sup>。

なお、この免責の対象としては、主には民事上の責任が想定できますが、具体的にカバーされる責任原因の内容・範囲は示されていません。また、販売業者等に生じた損害ではなく、当該取引デジタルプラットフォームが負い得る行政上の責任(独占禁止法等<sup>20</sup>)までカバーされるのかについては、条文上は明らかにされていません。

<sup>15</sup> もし、このような連絡手段が、電気通信設備を用いて提供され、クローズドチャットのような機能を有するものである場合は、電気通信事業法上の事前届出の対象(提供者が国内事業者か外国事業者か否かを問わない)とならないかの検討を要することには留意が必要となり得ます(電気通信事業法 16 条 1 項、164 条 1 項参照)。

<sup>16</sup> 消費者庁「デジタルプラットフォーム事業者が提供するショッピングモールサイトにおける偽ブランド品の販売に関する注意喚起」(令和 2 年 4 月 7 日)<[https://www.caa.go.jp/notice/assets/consumer\\_policy\\_cms103\\_200407\\_01.pdf](https://www.caa.go.jp/notice/assets/consumer_policy_cms103_200407_01.pdf)>参照。

<sup>17</sup> 国会審議の過程では、4 条 1 項に基づく要請を勧告とする旨の修正案が提出されましたが、否決されました<[https://www.shugiin.go.jp/internet/itdb\\_gian.nsf/html/gian/honbun/g20409053.htm](https://www.shugiin.go.jp/internet/itdb_gian.nsf/html/gian/honbun/g20409053.htm)>。

<sup>18</sup> 例えば、商標権を侵害している偽ブランド品といった商品の真正性に関する事項も含まれ得るとされています(地方創生及び消費者問題に関する特別委員会第 6 号(2021 年 4 月 23 日)<<https://mizuhoto.org/2593>>[坂田進政府参考人])。

<sup>19</sup> これと類似の規定は、薬機法 72 条の 5 第 2 項、72 条の 6 条にも見られます。

<sup>20</sup> 例えば、出品者のアカウント停止に関する取引拒絶の疑いが払拭できないといった懸念があり得ます(公正取引委員会「デジタル・プラットフォームの取引慣行等に関する実態調査報告書(オンラインモール・アプリストアにおける事業者間取引)」(令和元年 10 月)<<https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2019/oct/191031b.pdf>>64 頁参照)。



### (3) 売主の身元に関する情報の開示請求

取引デジタルプラットフォームを利用する消費者は、不正の目的で請求する場合を除き、内閣府令で定める一定の金額以上の金銭債権を行使するために確認の必要があるときは、取引デジタルプラットフォーム提供者に対し、通信販売の相手方販売業者等に対する債権の行使のために必要な情報として内閣府令で定めるもの(名称、住所等。「販売業者等情報」)の開示を請求することができます(5条1項)<sup>21</sup>。

この請求を行う消費者は、取引デジタルプラットフォーム提供者に対して、以下の情報を提示又は提供する必要があります(5条2項)。

- ① 当該請求に係る販売業者等情報の確認を必要とする理由
- ② 当該請求の対象となる販売業者等情報の項目
- ③ 開示を受けた販売業者等情報を不正の目的のために利用しないことを誓約する旨

そのうえで、上記要件が満たされ、かつ、当該請求が不正な目的に基づくものではないことが合理的に確認できたことを理由に、取引デジタルプラットフォーム提供者が請求された所定の情報を開示しようとする場合、取引デジタルプラットフォーム提供者は、販売業者等と連絡することができないときを除き、当該販売業者等の意見を聴かなければならないともされています(5条3項)。ただし、取引デジタルプラットフォーム提供者が、この意見をどのように考慮すべきかや、意見を考慮する等した結果として開示をしないという判断が可能か否か等については、条文上は明らかにされていませんが、5条の要件を満たした開示請求に対して開示を行うことは取引デジタルプラットフォーム提供者の民事上の義務だと説明されています<sup>22</sup>。

なお、本報告書では、個人情報保護法との関係性についても整理する必要がある旨に言及がされています。また、本報告書では、この開示請求は、消費者が販売業者等の特定商取引法に基づく表記によって、当該販売業者等と連絡することが可能である場合や、許認可事業者名簿等のオープンデータが利用可能である場合には利用できないといった補充性の要件が課される可能性についても、言及がありました。上記①の判断において考慮されることになると考えられます。

### (4) 取引デジタルプラットフォーム官民協議会

内閣総理大臣は、内閣総理大臣、国の関係行政機関(消費者庁、総務省、経産省等が想定されます。)、独立行政法人国民生活センター、取引デジタルプラットフォーム提供者を構成員とする団体、地方公共団体及び消費者団体により構成される取引デジタルプラットフォーム官民協議会を組織するものとされています(6条1項)。これは、取引デジタルプラットフォームを巡る課題について、まさに当事者である取引デジタルプラットフォーム提供者や消費者と、行政等が連携して課題解決を目指す共同規制の一例です。

この官民協議会は、内閣総理大臣に対して、取引デジタルプラットフォームを利用して行われる通信販売に係る取引の適正化及び紛争の解決の促進に関する施策に関して、意見を述べるものとされており(7条1項)、この意見を述べるために必要がある場合その他の内閣府令で定める場合において必要があると認めるときは、構成員に対し、必要な協力を求めることができます(7条3項)。

<sup>21</sup> 国会審議の過程では、「何十万円」といった金額の閾値設定をすると「ほとんど行使できない」ので「十分に低廉な額」で定めることや、開示対象の情報は「例示列举」とすることを求める意見がありました(第204回国会消費者問題に関する特別委員会第4号(2021年4月9日)<[https://www.shugiin.go.jp/Internet/itdb\\_kaigiroku.nsf/html/kaigiroku/019720420210409004.htm](https://www.shugiin.go.jp/Internet/itdb_kaigiroku.nsf/html/kaigiroku/019720420210409004.htm)>[板倉陽一郎参考人])。なお、5条は、取引デジタルプラットフォーム法の施行日以後に取引デジタルプラットフォームを利用して行う通信販売について適用されます(附則2条)。

<sup>22</sup> (地方創生及び消費者問題に関する特別委員会第6号(2021年4月23日)<<https://mizuhoto.org/2593>>[坂田進政府参考人])。なお、消費者庁が作成した法案概要資料には「取引DPF提供者は、適切な手順に従って開示請求に応じた場合、販売業者に対し責任を負わない」と記載されているものの<[https://www.caa.go.jp/law/bills/assets/consumer\\_system\\_cms101\\_210305\\_01.pdf](https://www.caa.go.jp/law/bills/assets/consumer_system_cms101_210305_01.pdf)>、4条3項のような明文規定は設けられていません。

なお、この官民協議会には、国家公務員法上の守秘義務(国家公務員法 100 条)を当然には負わない者も参画する可能性があるところ、官民協議会の事務に従事する者又は官民協議会の事務に従事していた者は、官民協議会の事務に関して知り得た秘密を漏らしてはならない旨も定められています(8 条、13 条)<sup>23</sup>。これは、例えば販売業者等において、センシティブな情報等についてクローズドでやり取りした方が効果的な取組ができるような場面に資する規定とされています<sup>24</sup>。

## (5) 申出制度

何人も、取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益が害されるおそれがあると認めるときは、消費者庁に対して、適当な措置をとるべきことを申し出ることができ(10 条 1 項)、消費者庁は、これを受けて、必要な調査を行い、申出の内容が事実であると認めるときは、適当な措置を講じるものとされています(10 条 2 項)。

ただし、独占禁止法上の申告制度と異なり、特商法上の申出制度と同様、調査結果を通知する義務は課されていません(独占禁止法 45 条 3 項、特商法 60 条参照)。また、全ての申出に対して消費者庁が調査義務を負うのか、調査義務を負う場合に実務的にどの程度の調査がなされるのかは、条文上は明らかではありません。

## 5 特商法及び預託法の改正案について

消費者庁は、2021 年 3 月 5 日、特商法等改正法案を国会に提出しました。この特商法等改正法案では、通信販売における詐欺的な定期購入商法対策、送り付け商法対策、販売預託の原則禁止、外国当局に対する情報提供制度の創設、行政処分の強化、及び特定適格消費者団体に対する行政処分関連文書の提供制度の創設といった事項が定められています。

例えば、詐欺的な定期購入商法対策として、申込み期間の定めが通信販売の広告の表示事項とされ、通信販売の際に用いる、いわゆる最終購入申込画面においても、通信販売の申込み期間等の広告表示事項や、商品等の分量を表示する義務が追加される旨が定められています。最終申込画面に所定の表示がなく、消費者が誤認して申し込んだ場合の取消権の新設も提案されています。

さらに、特商法及び預託法上、事業者が交付しなければならない契約書面等について、消費者の承諾の下、電子メールの送付等の電磁的方法で行うことを可能にする規定を中心に、議論が続いている状況です。

## 6 今後の動向について

今後は、取引デジタルプラットフォーム法に関しては、2 条 1 項 2 号に基づく取引デジタルプラットフォームの範囲や施行日を定める政令の制定に加え、3 条 2 項に基づく情報開示の範囲・方法や、4 条 1 項 1 号に基づく要請の対象事項、5 条に基づく開示請求の範囲や方法を定める内閣府令、及び 3 条 3 項に基づく自主的取組に関する指針の制定が行われていきます。さらに、同法の施行から 3 年後には見直しが見込まれています(附則 3 条)。

デジタル経済の進展・変化とともに、こうした法整備の動向についても継続的にフォローし、ビジネスモデルやサービスへの影響を適時に分析していくことが重要になるでしょう。

<sup>23</sup> このような規定は、特定デジタル・プラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律には見当たりません。

<sup>24</sup> 第 340 回内閣府消費者委員会本会議事録(2021 年 3 月 12 日)<<https://www.cao.go.jp/consumer/iinkai/2021/340/gjiroku/index.html>>9 頁参照 [黒木消費者制度課長]。なお、このような法律に基づく取組の場において、競争事業者間で必要かつ相当な範囲内で競争上「センシティブな情報」のやり取りをするのであれば、不当な取引制限(独占禁止法 2 条 6 項)の問題は生じ難いと考えられます。



もりた た え こ  
**森田 多恵子**

西村あさひ法律事務所 パートナー弁護士

[t.morita@nishimura.com](mailto:t.morita@nishimura.com)

2004 年弁護士登録、2011 年ニューヨーク州弁護士。会社法・金商法を中心とする一般企業法務、コーポレートガバナンス、消費者契約法、景品表示法等の消費者法制等を取り扱う。



つのだ たつ や  
**角田 龍哉**

西村あさひ法律事務所 弁護士

[t.tsunoda@nishimura.com](mailto:t.tsunoda@nishimura.com)

2014 年弁護士登録。日本内外の独占禁止法/競争法全般のほか、IT/デジタル、プラットフォーム規制や、通商法、テレコム規制、データ保護法、会社法等を幅広く担当。近時の著作として、「プラットフォーム事業者側の視点（特集：プラットフォーム規制の現在地）」(ジュリスト 1545 号)、「ビッグデータと単独行為（特集：プラットフォームと競争法）」(ジュリスト 1508 号)等がある。情報法制学会会員、Certified Information Privacy Professional/Europe(CIPP/E)。

西村あさひ法律事務所では、M&A・金融・事業再生・危機管理・ビジネススタックスロー・アジア・中国・中南米・資源/エネルギー等のテーマで弁護士等が宜にかなったトピックを解説したニュースレターを執筆し、随時発行しております。

バックナンバーは<<https://www.nishimura.com/ja/newsletters>>に掲載しておりますので、併せてご覧ください。

(当事務所の連絡先) 東京都千代田区大手町 1-1-2 大手門タワー 〒100-8124

Tel: 03-6250-6200 (代) Fax: 03-6250-7200

E-mail: [info@nishimura.com](mailto:info@nishimura.com) URL: <https://www.nishimura.com>

© Nishimura & Asahi 2021