

米国ビジネスマニュアル (法律編)

(2022年3月)

日本貿易振興機構(ジェトロ)

シカゴ事務所

ビジネス展開支援課

本報告書の利用についての注意・免責事項

本報告書は、日本貿易振興機構（ジェトロ）シカゴ事務所が現地法律事務所増田・舟井・アイファート&ミッチェル法律事務所に作成委託し、2022年3月に入手した情報に基づくものであり、その後の法律改正などによって変わる場合があります。掲載した情報・コメントは作成委託先の判断によるものですが、一般的な情報・解釈がこのとおりであることを保証するものではありません。また、本報告書はあくまでも参考情報の提供を目的としており、法的助言を構成するものではなく、法的助言として依拠すべきものではありません。本報告書にてご提供する情報に基づいて行為をされる場合には、必ず個別の事案に沿った具体的な法的助言を別途お求めください。

ジェトロおよび増田・舟井・アイファート&ミッチェル法律事務所は、本報告書の記載内容に関して生じた直接的、間接的、派生的、特別の、付随的、あるいは懲罰的損害および利益の喪失については、それが契約、不法行為、無過失責任、あるいはその他の原因に基づき生じたか否かにかかわらず、一切の責任を負いません。これは、たとえジェトロおよび増田・舟井・アイファート&ミッチェル法律事務所が係る損害の可能性を知らされていても同様とします。

本報告書に係る問い合わせ先：

日本貿易振興機構（ジェトロ）
ビジネス展開・人材支援部 ビジネス展開支援課
E-mail：BDA@jetro.go.jp

ジェトロ・シカゴ事務所
E-mail：CGO@jetro.go.jp

JETRO

本報告書作成委託先：

増田・舟井・アイファート&ミッチェル法律事務所

CHICAGO

203 North LaSalle Street
Suite 2500
Chicago, Illinois 60601-1262
TEL 312.245.7500
FAX 312.245.7467

LOS ANGELES

19191 South Vermont Avenue
Suite 420
Torrance, California 90502-1051
TEL 310.630.5900
FAX 310.630.5909

SCHAUMBURG

200 North Martingale Road
Suite 800
Schaumburg, Illinois 60173-2033
TEL 847.734.8811
FAX 847.734.1089

目次

はじめに.....	4
1. 弁護士への相談.....	5
2. 米国での会社設立と法人格の維持	11
3. 合併および買収 (M&A)	22
4. ジョイント・ベンチャー	27
5. 米国ビジネスからの撤退.....	30
6. 不動産に関する検討事項	32
7. 従業員の採用と人事管理	34
8. 外国人労働者の雇用(ビザ申請手続)	57
9. 知的財産権の保護	61
10. サイバーセキュリティおよびデータ保護法	70
11. 契約書の作成および文書管理	76
12. リスク・マネジメント.....	83
13. 特別法等による規制	88
増田・舟井・アイファート&ミッチェル法律事務所について	99

はじめに

本ビジネスマニュアルは、米国イリノイ州シカゴ市を本拠地とする米国法律事務所の増田・舟井・アイフアート&ミッチェル法律事務所が、米国で会社設立を計画する日本企業やビジネスパーソンのために作成した入門書です。

本書には、同事務所が 1929 年の創立以来培ってきた経験と専門知識をもとに、日系企業が米国で事業を行う際に直面する典型的な法律問題に関して役立つ情報とアドバイスを記載し、留意点を確認するためのチェックリストとしても利用できるようにしました。

さらに、日本企業やビジネスパーソンが米国で業務を開始するときに、最も関心を持つ内容を取り上げ、読者が使いやすいように概ね次のような構成でまとめました。

- ケース・スタディ(典型的事例)
- キーポイント(留意すべき法的枠組みと問題)
- 対策(推奨される対策と検討すべき対応)

本書の情報は、あらゆる状況について説明するものではなく、また、リーガル・アドバイスに代わるものでもありません。さらに、法律には常に修正が加えられたり、個々の特定の状況によってもアドバイス内容が変わったりするため、実際の案件については弁護士またはその他の専門家に相談されることをお勧めします。

1. 弁護士への相談

• ケース・スタディ

TM Corporation は、ある高付加価値製品の設計、製造および販売に従事する日本企業である。この度、TM Corporation は、米国で事業を開始するため、子会社の設立を検討している。同社は、東南アジアでいくらか海外取引を行っているが、米国ではほとんど取引を行っていない。そこで、米国の弁護士等、事業設立計画をアシストしてくれるビジネス・アドバイザーに相談することを考えている。

- A. 米国の弁護士を雇うにあたり、どのような点に留意すべきか。
- B. どの段階で米国の弁護士に相談することを検討すべきか。
- C. 弁護士費用はどのくらい必要か。

• キーポイント

A. 米国ビジネスにおける弁護士の役割

- 1) 米国の法制は、高度に分権化している。米国連邦政府機関は、立法機関、連邦裁判機関および行政機関から構成される。また、米国 50 州の各州にも、議会、州裁判機関および行政機関が存在する。さらに、州の管轄内には、郡、市、その他の地方自治体等のより小さな政治的分割部門が存在し、その各々にも立法組織、裁判所、および行政機関が存在する。米国には、法律事務を取り扱うための(連邦レベルの)国家資格は存在しない。各州の最高裁判所が、管轄内で活動する全ての弁護士に対して資格付与、規律、懲戒する権限を持ち、弁護士資格も州ごとに決定される。弁護士は、弁護士資格を維持するために、厳格な弁護士職務倫理規程(Rules of Professional Conduct)に従わなければならない。このような規程のもと、弁護士には、専門家として依頼者の利益を積極的に代表すること、契約条件や手数料・費用の請求について明確に説明すること、依頼者の秘密を守ること、利益相反を避けること、依頼者の資金を適切に取り扱うこと等が求められている。これを怠ると、弁護士に対して懲戒申立てが行われ、資格停止または剥奪となることがある。
- 2) 日本の弁護士は、一度資格を取得するとその専門職に従事し続ける傾向にあるのに対し、米国では、実際の弁護士業に従事しない弁護士も数多く存在する。法律の学位を有していながら、ビジネスを経営したり、また政府やその他専門職に従事したりする者も決して少なくない。そのため、米国一般市民は、法律および裁判制度に対しても、日本に比べてより身近に認識しているといえる。これを反映してか、アメリカで最も人気のあるメディアやテレビ番組には、弁護士を題材にしたものがいくつもある。

- 3) 米国は、日本と異なりコモン・ロー(判例法)を基本とする。米国の弁護士は、ディール(取引)のストラクチャーを検討する際、適用法や適用規制および行政機関の手続を分析するだけでなく、裁判所による法の解釈、そして他州および他の法域の裁判所による判決等についてもある程度の知識を有している必要がある。したがって、米国の弁護士は、クライアントのために訴訟事件を処理したり、法的意見を提供したりするだけでなく、率先してビジネス・リスクを査定した上で、問題が生じる前に選択肢を提示し、民間企業とのビジネス交渉手続や契約書の作成において助言するのである。米国の弁護士はまた、法令遵守監査やその他政府機関からの調査において、企業と連邦、州、その他政府機関との間の仲介人も務める。

米国人口の一般的多様性も含めた上で上記を考慮しても、米国は他の国々と比較してもはるかに訴訟が多い社会であるといえる。訴訟までに発展し得る紛争のリスクを負うことは、米国ビジネス文化の一部である。法的リスクを分析するため適切にリソースを配分して、弁護士と連携し、重大な法的問題を避けるために手段を講じる企業は、熾烈な競争が繰り広げられるビジネス社会において有利となるだろう。

B. 弁護士に依頼するタイミング

弁護士とクライアントの関係は特別なものである。弁護士は、弁護士職務倫理規程に従い、クライアントの利益を追求するため、信頼関係を築き最善を尽くしてクライアントを代理する必要がある。この枠組みの中で、クライアントは弁護士に自身の要望を伝え、弁護士との間に信頼関係を築く必要がある。訴訟または政府機関の調査を受けた場合だけでなく、以下の場合にも弁護士に相談する必要があるだろう。

- 1) ビジネス・リスクの試算および相談。ビジネス計画を作成する前、または深刻な問題が発生する前に弁護士に相談すべきである。
- 2) 法的戦略や法的手段を考慮する必要のあるビジネス取引やビジネス交渉。特に大規模かつ複雑な取引には弁護士を早期から関与させる必要がある。
- 3) 相手方当事者が弁護士を代理人としている場合。
- 4) ビジネス・リスクが高い場合(金銭的な損失を含む)。
- 5) 厳しい規制を伴う製品や業界に関与する場合。
- 6) 弁護士とクライアント間の秘匿特権の確保が重要な場合。弁護士とクライアント間の秘匿特権とは、クライアントと弁護士間で交わされたリーガル・アドバイスに関するコミュニケーション内容が第三者に開示されるのを防ぐためのクライアントの権利をいう。そのため、訴訟に発展する恐れのある問題が存在する場合には、弁護士を早期より関与させ、クライアントと弁護士間の秘匿特権を確保する必要がある。

C. 弁護士費用

弁護士費用の料金体系は、サービス内容によって以下のとおり分類される。一般的に、弁護士は、予め弁護士費用の基本料金またはレートについて説明する必要がある。州によっては、最初に委任契約書の作成(委任契約の締結)を義務づけるところもある(特に、法人ではなく個人の代理の場合)。クライアントと法律事務所の間で費用に関する誤解や問題が生じるのを防ぐため、法律事務所に相談・問い合わせをする際には、予算や見積りについて率直に質問・確認することをお勧めする。

1) 最初の相談

弁護士によっては、初回の相談に関しては料金を要求せず、特定の案件に関して委任契約書を締結した時点から料金を請求する場合がある。また、法的代理の有無にかかわらず、最初に相談を受けた時点から要した作業時間によって料金を請求する場合もある。

2) 予約保証金

通常、個人案件の場合には、リーガル・サービス料(弁護士費用)と実費の見積りの 50%から 100%を予約保証金として予め支払うことが要求されるが、新規クライアント、法人案件または特殊分野の案件に関しても同様の条件が要求されることがある。

3) 1時間当たりのレートに基づく時間制(タイム・チャージ)

時間制の基となる時間レートは、通常、経験年数と専門知識によって決まる。弁護士とパラリーガル(弁護士の実務をアシストする者)の 1 時間当たりのレートは、該当する市場や専門分野により、100 ドルから 1,000 ドル超の範囲となる。このような時間レートは、ニューヨークやロサンゼルス等の大都市において、米国内のほかの地域よりも割高である。経験と専門知識にもよるが、小規模の法律事務所に所属する弁護士のレートは大規模な法律事務所に所属する弁護士に比べて低いのが一般的である。1 時間当たりのレートを基に請求される場合には、通常 1/10 時間(つまり 6 分)を一単位として料金が計算される。

4) 定額料金制

通常、日常的または予測可能な代理業務の場合に定額料金制度が適用される(標準的な商標登録手続等)。

5) 成功報酬制

訴訟事件における成功報酬制については、費用金額を決定する方法を説明した書面を準備しなければならない。債権回収や人身被害の訴訟事件等、成功報酬案件の典型的な報酬は、裁判所等への書類提出費用等の経費に加え、判決により受け取る損害賠償金額の 1/3 である。クライアントは、成功報酬が支払われるか否かにかかわらず、発生した関連実費・費用を支払わなければ

ばならない。

6) 顧問契約に基づく年額または月額ベースの料金

通常の案件に関しては、年間または月極めで顧問契約を結ぶことができる。たとえば、新設会社等は、通常、法律に関する多数の質問が生じると予測され、また毎月の予算を維持するためにも、この方法を利用するほうが便利だと思われる。しかし、通常案件以外の相談については別途請求されるのが一般的である。

7) その他代替的料金制度に関する取り決め

歴史的に、とくに市況悪化時には、企業は弁護士と代替的料金制度に関する取り決めを交わす傾向にあり、それには、成功報酬、ボリューム・ディスカウント、専任契約等、上記の弁護士費用に関する取り決め、およびこれらを組み合わせハイブリッド型の料金制度等を含む。

8) 実費（行政等への申請費用、コンサルタントやローカル・カウンセルの費用等）

通常、弁護士費用とは別途に支払う必要がある。これらの費用には、書類の申請費用、長距離電話、出張費用、コピー費用、コンサルタントやローカル・カウンセルの費用が含まれる。

9) 支払方法

請求書は、毎月1回または案件終了時に発行されることが一般的である。法律事務所によってはクレジットカードによる支払いを受け付けているところもある。

D. 弁護士の選択

1) 紹介

最も信頼できる方法は、弁護士の業務内容や仕事を良く知っていて、かつ信頼できる人物からの紹介である。

2) ネットワーク

特定のネットワークに所属する弁護士から選ぶか、そのネットワークに所属する弁護士から紹介してもらう。

3) インターネットまたはディレクトリーによるサーチ

情報元の信頼度を十分に確認する必要がある。

4) 法律事務所の規模

弁護士個人の能力とクライアントのニーズとの適合性は、たとえ大規模な弁護士事務所であっても様々である。

5) 専門分野

特別なニーズがある場合は、その内容を確認すべきである。たとえば、米国商標特許庁 (USPTO) において業務を行う弁護士は、別途試験に合格して USPTO に登録する必要がある。弁護士の経歴や経験については、弁護士レビューサービスやソーシャル・メディアを利用して、事前に参考情報を得ることができる。

6) 学歴と経験

どのような学歴と経験を持つ弁護士が案件を担当するのか確認する。特に、依頼を検討中の案件に関連する経験の有無を確認することが重要である。

7) 利益相反

弁護士は、新規クライアントと契約を結ぶ前に、自らの既存クライアントと新しく代理しようとするクライアントが、案件または取引において利害関係にあるかどうか確認する必要がある。利益相反の疑いがある場合には、新規クライアントを代理することによって既存クライアントの利害が影響されないこと、またその利益相反について既存クライアントに開示し、同クライアントが承諾したことを合理的に確信できない限り、弁護士は新規クライアントを代理することができない。

● 対策

A. 弁護士費用および実費の見積額を含め、代理業務の内容や料金体系を書面で明確にする。

弁護士との初回の話合いの後、クライアントは、弁護士費用の見積額を含め、代理業務の内容や料金請求体系の説明を書面で受け取るべきである。このようなことは全ての案件で可能であるわけではないが（たとえば、訴訟案件等の場合、弁護士費用を見積もることは極めて難しい）、その場合、弁護士費用および実費の範囲の説明を要求する必要がある。これは、依頼人（クライアント）はもちろん、職業倫理規程を遵守しなければならない弁護士の双方を保護することになる。

B. いかなる情報も隠さない。

弁護士には、クライアントの秘密を保持する倫理的義務がある。弁護士は、クライアントの全情報（および潜在する問題）を確認せずに、案件について包括的な対策を講じたり、十分な法的分析を提供したりすることはできない。したがって、後々の問題を避けるため、クライアントは、自分に不利であると感じる事実も含め、弁護士に全ての事実を伝える必要がある。

C. 弁護士に依頼する時間と費用を有効に利用する。

弁護士に相談する前に、全ての必要事実および書類を収集し、また可能であれば、その内容を要約すべきである。事前に書類や情報を準備または整理することで、弁護士側の作業時間を節約することができる。

D. 委任契約の解消

弁護士の義務は、積極的にクライアントを代理し、秘密を保持することである。クライアントが弁護士との契約を終了するには、通常、案件を終了させ、ファイルを引き渡すことを承認するクライアントからの書面による指示が必要とされる。そのような指示がなければ、弁護士とクライアント間の委任契約は終了されない。

E. 弁護士とクライアント間の秘匿特権を維持する。

弁護士とクライアント間の秘匿特権の維持は、訴訟またはその可能性がある状況下でやりとりする全てのコミュニケーションにおいて考慮されなくてはならない。特に、親会社と子会社であるクライアントとのコミュニケーションは、弁護士の指示の下で制限的になされるべきであり、必要とあれば、第三者または相手方当事者に秘密情報が開示されるのを懸念せずにコミュニケーションが取れるようにジョイント・ディフェンス契約（共同防御契約）を作成することもできる。

米国法ワンポイント : 日本では、たとえば民事訴訟手続において、弁護士の証言拒絶権が認められていますが(民事訴訟法 197 条 1 項 2 号)、依頼者の権利ではなく、米国で認められているような弁護士とクライアント間の秘匿特権は存在しません。広範なディスカバリーが行われ、その手続の中で開示を拒否することのできる秘匿特権は、米国における訴訟戦略上重要な意味を持つこともあります。ただし、秘匿特権は、日本法上はなじみのない概念であり、また秘匿特権の保護が及ぶための要件を満たさないと会社と弁護士との間の重要なコミュニケーションが保護されなくなる恐れがあるため、米国法弁護士のアドバイスを踏まえつつ、自社の行うコミュニケーションが保護されるよう十分に留意する必要があります。

2. 米国での会社設立と法人格の維持

• ケース・スタディ

TM Corporation は、近年、家庭用および建設産業向けの革新的省エネ機器を導入し、米国での販売を検討している。TM Corporation は、北米市場でマーケティングと販売を開始するために米国現地法人(以下、「TM USA」)を設立することにした。すでに、いくつかの顧客候補がいる地域に近いイリノイ州シカゴ市郊外に事業所を置く計画を立てている。同社としてはまず、米国に TM Corporation のセールス・マネージャーを派遣し、展示会に参加させたり、または主要な取引を行う州で販売代理店を指定したりしたい。同時に、米国で販売および事務を担当する従業員の雇用も検討中である。

- A. TM USA は、どのような企業形態を選択すべきか。
- B. 政府機関に対し、どのような登録手続が必要か。
- C. TM USA は、どのような経営管理体制を構築すべきか。

• キーポイント

A. TM USA にとって適切な企業形態の選択

一般的に、日本の企業または出資者は、米国で次のような企業形態により事業運営を開始することができる。¹

1) コーポレーション (Corporation)

米国コーポレーション(株式会社)とは、米国 50 州の各州が定める会社法の下で設立される法人である。一旦コーポレーションが設立されると、会社は納税登録番号を取得し、会社所有者(株主)や経営者とは別個の独立した存在となる。コーポレーションを設立する第一の理由は、その負債、税金またはその他の債務に対するコーポレーション所有者の個人的責任を制限することである。一般的に、株主の責任は、株主個人がコーポレーションに投資した自己資本額に制限されている。

¹ 個人の投資家は、さらに、「個人事業主 (sole proprietorship)」と呼ばれる個人事業を設立することができる。また、2 人以上の個人または事業体は、契約を介して、またはコーポレーション (株式会社) (corporation)、パートナーシップもしくはリミテッド・ライアビリティ・カンパニー (limited liability company) の形態で、「合併企業 (joint venture)」を設立することができる。

注: 場合によっては、株主がコーポレーションの債務について責任を負うとされることがある。これを「法人格の否認 (piercing the corporate veil)」と呼び、株主と会社が社内手続を遵守しなかったり、会社を別個の法人格として区別・管理²しなかったりした場合等に生じる。

2) リミテッド・ライアビリティ・カンパニー (Limited Liability Company (LLC))

LLC とは、コーポレーションとは別個の各州法、たとえば、リミテッド・ライアビリティ・カンパニー法 (Limited Liability Company Act) 等により設立される法人である。LLC は、コーポレーションと同様に、LLC の所有者または経営者とは別個の存在である。LLC の所有者は、「株主」ではなく「構成員 (members)」と呼ばれる。LLC 設立に必要な構成員の人数としては、いずれの州も最低 1 人としている。LLC とは、コーポレーションとパートナーシップの中間形態ともいえ、(1) コーポレーションと同様に有限責任が認められているが (2) パートナーシップと同様に柔軟性ある運営が可能であり、また LLC の損益に関しては企業体としての LLC に課税されず、構成員に課税されるといったパス・スルー (Pass through) 課税が可能という両方の特性を兼ね備えている。

注: 外国人／外国企業(非米国人／非米国企業)が米国 LLC を直接所有する場合には、コーポレーションとして課税されることを選択しない限り、パートナーシップと同様に米国所得税の対象となるため、通常この形態はお勧めしない。

3) パートナーシップ (Partnership)

パートナーシップとは、2 人以上のパートナーにより構成される営利団体である。パートナーシップには、構成員が無限責任を負う「ジェネラル・パートナーシップ」と、構成員が有限責任を負う「リミテッド・パートナーシップ」がある。リミテッド・パートナーシップには、日常的業務に従事するジェネラル(無限責任)パートナーが最低 1 人に加え、1 人または複数のリミテッド(有限責任)パートナーが必要であるが、リミテッド(有限責任)パートナーは、そのパートナーシップの運營業務に直接かつ積極的に従事してなくてもよい。ジェネラル・パートナーは、その全員が、そのパートナーシップに関する負債、税金およびその他請求に対して個人的責任を負う。この点が、パートナーシップとコーポレーションまたは LLC との間の大きな相違点である。ジェネラル・パートナーとは異なり、リミテッド・パートナーの責任は、同パートナーがパートナーシップに投資した資本金額と制限されている。

注: 外国人／外国企業(非米国人／非米国企業)が米国パートナーシップの利益を直接所有する場合には、米国所得税の対象となるため、この形態は好ましいとはいえない。

² 裁判所が考慮する要素としては、資本金額の充分性、支払能力、社内手続の遵守、支配株主による資金の流用または混合ならびに支配株主のための便宜上の「見せかけ」として会社が機能していることが挙げられる。

4) 支店 (Branch)

支店とは、新たな法的企業体を設立することではなく、外国企業が米国でも事業を行えるようにするための拡張にすぎない。事業を行っている州で州外法人として事業資格を得られるか否かは、その事業活動の内容によって決定される。同様に、支店が税の対象になるか否かは、その事業活動の内容および日米租税条約 (U.S.-Japan Income Tax Treaty)³ の適用によって決まる。支店の場合、外国企業の全世界でのビジネスが、米国での訴訟の対象になるとともに、米国所得税の課税対象となる。

企業形態の選択をする際に考慮すべき重要な点は、次のとおりである。

- a) 有限責任 (リミテッド・ライアビリティ) (外国の企業所有者または親会社が米国で訴えられるリスクを最小限に留める)
- b) 経営および管理
- c) 企業の存続性
- d) 所有権の譲渡性
- e) 税務上の取り扱い

次の表は、コーポレーション、LLC、パートナーシップおよび支店の基本的特徴についてまとめたものである。

[表1]

	コーポレーション	LLC	パートナーシップ	支店
有限責任	あり	あり	ジェネラル・パートナー(無限責任パートナー)に限ってはなし	なし
経営および管理	取締役	構成員またはマネージャー (運営契約 (Operating Agreement) に基づく)	パートナーシップ 契約	外国企業と同じ経営
企業の存続性	あり	あり	制限あり	あり
所有権の譲渡性	あり	あり	制限あり	外国企業と同じ所有権
税務処理	コーポレーションとして課税	コーポレーションとして課税されることを選択しない限り、構成員の	パートナーのパス・スルー課税 (米国)	所有者に対する課税 (米国)

³ 所得に対する租税に関する二重課税の回避および脱税の防止のための日本国政府とアメリカ合衆国政府との間の条約 (2004年3月30日発効)

		パス・スルー課税 (米国)		
--	--	------------------	--	--

このようなことから、TM USA をコーポレーションとして設立することが一般的といえる。TM USA は、当初イリノイ州に事業所を設置することを検討していることから、イリノイ州法に基づいて「イリノイ州法人」として設立することができる。一方で、将来的に米国各地または米国外への事業拡大を視野に入れている外国企業の米国子会社の場合には、通常、デラウェア州法に基づいて「デラウェア州法人」として設立し、事業所を置くイリノイ州および事業を拡大するその他の州において事業活動資格を取得することを推奨する。⁴

デラウェア州法の下でコーポレーションを設立することの主な利点は次のとおりである。

[表 2]

デラウェア州法の下でコーポレーションを設立することの主な利点

1	ビジネスフレンドリーなデラウェア州会社法は、米国で最も内容が充実しておりかつ明確な会社法として広く評価されている。
2	デラウェア州の法人課は、申請について迅速かつ効率的なサービスを提供するために、営業時間を延長している。
3	デラウェア州衡平法裁判所 (Delaware Chancery Court) は、会社法案件の審理に特化した裁判所であり、一般的に未処理案件が全く、あるいはほとんどない。
4	案件集約の結果、デラウェア州の裁判所は複雑な会社法案件の審理において豊富な経験を有している。
5	デラウェア州法上、他州の法に比べ、配当の決定にかかる柔軟性が認められている。
6	デラウェア州法の下で設立された会社は、他州の法律の下で設立された会社に比べ、法人格が否認されにくく、株主の責任が問われにくい。
7	これらの要素は、デラウェア州法の下で設立された会社の法務に予測可能性をもたすものである。

⁴ 歴史的事情から、数多くの株式公開および非公開会社がデラウェア州で会社設立を行っている。デラウェア州は、会社法判例が十分に集積されており、会社取引に関する確実性と予見可能性が高い。実際に事業を行う州（イリノイ州など）以外の州（デラウェア州など）で会社設立をする会社は、州外法人として、その州（イリノイ州）で事業運営資格を取得しなければならない（基本的には支店登録をする）。

米国法ワンポイント👉: 米国は日本と違い、地方分権型の行政システムであり、そのような行政システムは州によって異なります。そのため、事業を行うにあたり、連邦政府のみならず、州政府、郡政府、市町村政府、およびその他特定の管轄区域の下位組織が課す事業運営・税務上の要件を検討することが必要になる場合があります。

B. 政府機関に対する登録

イリノイ州において省エネ装置を市場に売り出す場合、TM USA は、事業開始に際し、たとえば、コーポレーションとして下記の登録をしなければならない。

[表 3]

	連邦 (Federal)	州 (State)	郡 (County)	地方自治体
会社設立		○		
法人税登録	○	○		
商号または商標登録	○			
通称登録		○	○	
製品登録	△ ⁵	△		
事業許可				○
従業員の給与源泉徴収	○	○		
労働災害補償		△ ⁶		
失業保険		○		
国際投資調査	○			

C. TM USA の経営管理体制

TM USA におけるコーポレーションとしての基本的な経営管理体制は次のとおりである。

⁵ 安全性や健康上の影響、広告の種類、製品利用者の種類（一般消費者または企業）など、製品の具体的な性質によるが、連邦や州の法律や政府機関の規則、および産業組織に共通した基準などが適用される。本書第 13 章（特別法等による規制）を参照。

⁶ イリノイ州には、州法による労働災害補償の規定はないが、雇用主は民間保険会社による労働災害保険に加入しなければならない。オハイオ州など他の州では、雇用主は、州政府の管轄機関を通じて労災保険を購入しなければならない。雇用主は、従業員を雇用する各州・郡・地方自治体での必要条件について調査すべきである。

取締役会は、会社経営全般について責任を負う。株主は会社の所有者であり、取締役を選任する。付随定款 (by-laws) の定めや取締役会決議により、会社の日常業務を会社の役員 (officer) に委任することができる。株主、取締役会、役員の役割は概ね以下のとおりである。

1) 株主 (Shareholders)

株主は、現金その他の資産あるいは役務を会社に資本として拠出する。株主は、会社の合併、重要な財産の譲渡、解散といった通常の業務に含まれない行為の承認を求められる場合がある。さらに、株主は、一般的に取締役を選任する。株主は、会社の財務状況や他の株主名に関する情報の開示を受ける権利を有する。

2) 取締役会 (Board of Directors)

会社は、1人またはそれ以上の取締役を選任しなければならない。取締役会は重要事項(たとえば、重要な投資、資金の借入、配当等)の決定を行う。取締役会は、取締役会会議を実際に開催して決議を採択することも、あるいは会議を開催せずに書面による全員一致の同意により、その決議を採択することもできる。また、取締役会は役員を選任し、その役員を監督する責任を負う。

取締役の人数は付随定款 (bylaws) で定める。付随定款では、取締役の人数を一定数に定めることができるほか、州法で認められている一定の範囲内の人数(たとえば、3人~7人等)と規定することもできる。

取締役は米国人や米国在住である必要はなく、その会社の株主である必要もない。したがって、たとえば、取締役が海外在住であっても構わない。

取締役は、取締役の1人を取締役会の会長として選任することができるが、必ず選任しなければならないわけではない。取締役会の会長が選任されない限り、取締役間に階級や肩書の格差はない。

3) 役員 (Officers)

取締役会は会社の日常業務を役員に委任する。通常、社長 (President)、1人またはそれ以上の副社長 (Vice President)、秘書役 (Secretary) および財務役 (Treasurer) の各役員が選任される。役員は一般に会社を代表して、日常業務上発生する取引のための小切手、銀行書類や契約書等の書類に署名する権限を有する。

一部の州の会社法では、取締役会が特定の役員を選任することが義務づけられている。たとえば、テキサス州では、社長と秘書役の選任が必要とされている。カリフォルニア州では、会長または社長のいずれかの役職、最高財務責任者、および秘書役の選任が義務づけられている。デラウェア州、イリノ

イ州、ニューヨーク州、フロリダ州、ジョージア州等の州は、より柔軟性があり、取締役会は、どの役員職にかかわらず、少なくとも1名の役員を選任すれば十分とし、会社の付随定款に定められている限り、1人またはそれ以上の副社長や財務担当役員等その他の役員も選任することを認めている。なお、通常は、1人の役員が複数の役職を兼任してもよいとされる。

取締役は役員を兼任してもよい。また、役員は米国人や米国在住である必要はないが、日常的業務において役員の署名を得る必要があるたびに、毎回文書を海外まで転送しなければならない手間を避けるためにも、秘書役または秘書役補佐は米国滞在者が務めるべきである。

• 対策

- A. 米国子会社を分離かつ独立した企業体として維持することで、親会社に対する請求または訴訟を最小限に抑える。
- 1) 米国子会社の名刺、パンフレット、ウェブサイトおよびレターヘッドに、同社が親会社と同じ企業体であることを記載するのは避けるべきである。
 - 2) 定例取締役会および株主総会の議事録作成、重要事項についての取締役会の承認等、付随定款に規定される手続を含め、米国子会社における社内手続を維持すべきである。
 - 3) 企業の法律関係書類は、適切な役員が、個人（潜在する個人的責任を回避するため）としてではなく企業の名の下で、各取引の要求に応じて署名し認証すべきである。役員の職務および責任は、通常、付随定款に規定されている。
 - 4) 親会社と米国子会社が適正な (arms-length) 取引を行っていることを示す合意書を両企業間で作成すべきである。たとえば、製造技術許諾／技術援助契約、ローン契約、役務契約および売買契約等が挙げられる。親会社と米国子会社が、それぞれ独立した事業体であることを書面化することは、潜在的な法的責任を軽減し、税務上の記録を保持する上で有用である。
 - 5) 可能な限り、同一人物による親会社と子会社での取締役の兼任 (interlocking directors) は避けるべきである。
- B. 税務上の取り扱いおよび費用
- 1) 一般的に、外国企業が所有者としてビジネスを開始する際に選択する企業形態は、コーポレーションで

ある。しかし、会社の事業計画によっては、他のオプションも存在する(たとえば、持ち株会社のもとで、1つ以上の LLC を形成する等)。いずれの場合にも、最善の企業形態を選択するには、法人の連邦税、州税による影響は、(個人)責任に関する論点と併せて注意深く検討する必要がある。

- 2) 法人所得税のほかに、毎年、州の法人登録費用および／またはフランチャイズ税が発生する。各州によって費用および金額の計算方法は異なる。次の表は、主な州においてコーポレーションおよび LLC が遵守すべき報告書の提出期限とフランチャイズ税の支払期限についてまとめたものである。

[表 4]

【州別】コーポレーションおよび LLC が遵守すべき報告書の提出期限とフランチャイズ税の支払期限

州	報告書の提出頻度	提出期限／支払期限	
		コーポレーション	LLC
カリフォルニア州	毎年	カリフォルニア州法人であれば「設立記念月」、カリフォルニア州に事業登録している州外法人であれば「登録記念月」の最終日までに、Statement of Information と呼ばれる報告書を提出。	カリフォルニア州法人であれば「設立記念月」、カリフォルニア州に事業登録している州外法人であれば「登録記念月」の最終日までに、Statement of Information と呼ばれる報告書を提出。
デラウェア州	毎年	デラウェア州法人であれば毎年3月1日、デラウェア州に事業登録している州外法人であれば毎年6月30日までに、Annual Report と呼ばれる報告書を提出し、フランチャイズ税の支払いを完了。	デラウェア州法人および同州に事業登録している州外法人全て、毎年6月1日までに Annual Report と呼ばれる報告書を提出し、フランチャイズ税の支払いを完了。
ジョージア州	毎年	ジョージア州法人および同州に事業登録している州外法人全て、毎年1月1日～4月1日の期間中に Annual Report と呼ばれる報告書を提出。	ジョージア州法人および同州に事業登録している州外法人全て、毎年1月1日～4月1日の期間中に Annual Report と呼ばれる報告書を提出。
イリノイ州	毎年	イリノイ州法人であれば「設立記念月」、イリノイ州に事業登録している州外法人であれば「登録記念月」の最終日までに、Annual Report と呼ばれる報告書を提出し、フランチャイズ税の支払いを完了。	イリノイ州法人であれば「設立記念月」、イリノイ州に事業登録している州外法人であれば「登録記念月」の最初の日までに、Annual Report と呼ばれる報告書を提出し、フランチャイズ税の支払いを完了。

ニューヨーク州	隔年	ニューヨーク州法人であれば「設立記念月」、ニューヨーク州に事業登録している州外法人であれば「登録記念月」の最終日までに、Biennial Reportと呼ばれる隔年報告書を提出。	ニューヨーク州法人であれば「設立記念月」、ニューヨーク州に事業登録している州外法人であれば「登録記念月」の最終日までに、Biennial Reportと呼ばれる隔年報告書を提出。
テキサス州	毎年	テキサス州法人および同州に事業登録している州外法人全て、毎年5月15日までに Franchise Tax Report と呼ばれる報告書を提出。	テキサス州法人および同州に事業登録している州外法人全て、毎年5月15日までに Franchise Tax Report と呼ばれる報告書を提出。

3) 米国子会社のインフォメーション・シートを準備し、そこには次のような現在の、または計画される将来のビジネス活動についても記載すべきである。

- a) オフィス、従業員、動産(在庫、機器、家具等)、不動産およびその他資産の所在地
- b) 商品またはサービスの性質および種類
- c) 商品／サービスの製造、組み立て、保管、配達または提供場所
- d) 顧客の所在地、出荷方法／サービス提供手段および支払方法
(顧客がエンド・ユーザーかまたは卸売業者かの情報を含む)
- e) 代理人、代表者および請負業者の所在地

上記の情報に基づき、該当する連邦、州、郡および地方自治体への登録、ライセンス取得および税金の支払について決定することができる。

C. 実務上の考慮事項

- 1) 米国コーポレーションの取締役 (director) および役員 (officer) の役割は、日本の会社における同様のポジション(職位)に直接相当するものではない。米国では、日本でいう監査役に相当するポジションは存在しない。さらに、会社役員(社長、副社長、会計役、秘書役等のコーポレート・オフィサー)には、付随定款で定められた会社に対する独自の義務および責任がある。誰を取締役に選任するか、また米国居住者が取締役となるべきかどうかについては、十分に検討する必要がある。取締役の選任後は、取締役が、米国家業の日常業務を運営する役員を任命し、またその役員がどのような権限を持つべきかを決定する。

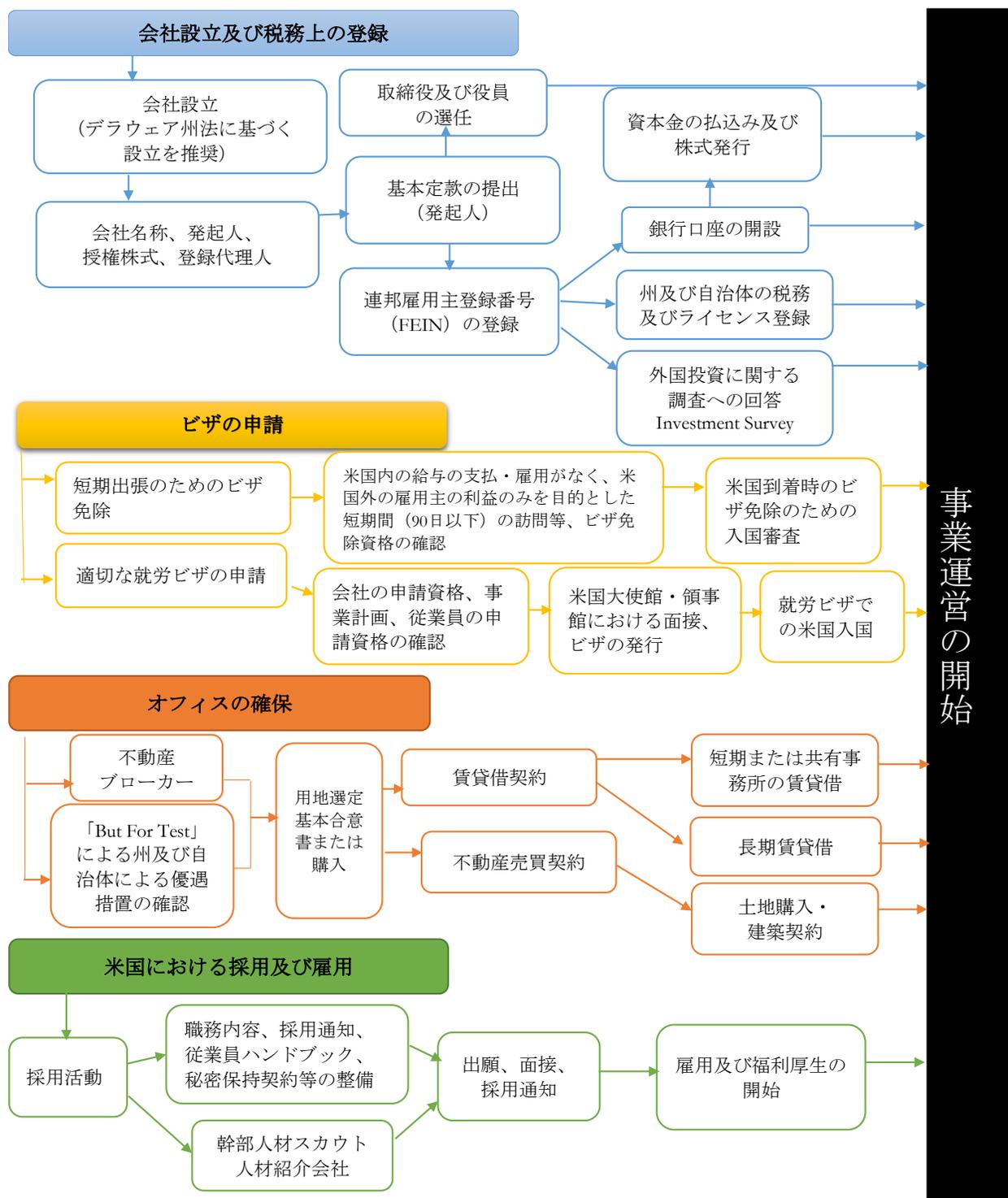
- 2) 米国コーポレーションは、ほとんどの場合、1 週間以内に各州法に基づき比較的迅速に設立することができる。また、ほとんどの州では、一般的に追加料金が課されるものの、わずか 1 日で会社設立の登録を承認する特急処理サービスを提供している。通常、業務開始までのプロセスは以下のとおりである。
 - a) 会社の設立(新企業体の形成): 登録代理人、取締役および役員の任命、付随定款の採択
 - b) 連邦雇用主番号 (Federal Employer Identification Number (FEIN)) と州法人税番号を取得するための申請
 - c) 銀行口座の開設(取締役会の承認を要する)
 - d) 設立当初の払込資本金を会社の銀行口座に振込
 - e) 株券の発行

- 3) 米国業務を開始する前に、その事業計画を作成することが望ましい。事業計画を立てることによって、米国会社事業目標と将来の事業活動範囲が明確にされ、対処すべき法律問題も特定されやすくなる。さらに、事業計画は、会社が L ビザや H ビザ等だけではなく、特に E ビザの就労ビザを取得する際に重要となる。以下に、事業計画に記載すべき内容を挙げる。
 - a) 米国市場に進出するに当たっての全体的目標と計画の成功を予測する理由
 - b) 製品／サービスと目標とする顧客の性質
 - c) ディストリビューター、ライセンサー等米国のビジネス・パートナーとの主な関係
 - d) 目標年間売上高(3年から5年間分)
 - e) 米国従業員の雇用予定人数(3年から5年間分)
 - f) 施設・設備への投資、販売促進経費およびその他資本投資・経費についての詳細(3年から5年間分)

米国法ワンポイント : 上記本文に記載した会社役員のほか、会社設立手続きに関しても、日本の会社法と似ていながらも異なる部分が存在します。このような点を理解しておくことで米国の事務所とのやり取りがよりスムーズになる場合があります。たとえば、日本会社法上、「発起人」は、会社に対する出資を行うため、株主となるものが発起人になるのが通常です。しかし、米国(デラウェア)会社法上、発起人(incorporator)は会社設立に必要な行為を行いますが、出資が伴うものではないため、弁護士が incorporator として必要な行為を行うのが一般的です。

[表 5]

日本企業が米国で事業を始める際の典型的フロー



事業運営の開始

3. 合併および買収 (M&A)

• ケース・スタディ

TM Corporation は、営業所の設立よりも大きなスケールで米国市場に参入したいと考えている。しかし、既に密接な関係が確立されていて、かつ買収先または合併パートナーとして検討可能な米国企業を知っている訳ではない。TM Corporation は、このような状況で検討可能な選択肢について尋ねるために、弁護士に相談することにした。1つの選択肢は、TM Corporation にて買い手側の投資銀行を雇用し、買収先候補を探索してもらうことである。もう1つの選択肢は、売り出し中の企業、つまりは売却希望企業の情報を入手することである。TM Corporation では、売却希望企業を買収するほうが望ましいと判断し、TM Corporation を代理する弁護士より、投資銀行に連絡し、同社に適した売却希望企業をリサーチするよう依頼してもらった。早速、投資銀行から、TM Corporation の希望買収先条件に合致する売却希望企業の基本情報が送られてきた。その後、TM Corporation は、投資銀行と秘密保持契約を締結し、自社が製造する省エネ機器のターゲット層に近い顧客を持つ住宅・建築業界の企業で、類似する省エネ機器を販売していない売り手企業(ターゲット企業)に関する情報が含まれた機密情報メモランダム(confidential information memorandum)を受領した。機密情報メモランダムを検討した結果、TM Corporation は、ターゲット企業の現在の顧客基盤および営業力により、TM Corporation による大規模な市場参入、すなわち様々な企業シナジーを介した時間の節約、販売の加速およびコスト削減が可能になると考えた。TM Corporation は、ターゲット企業の買収(以下、「本取引」という)のためのレター・オブ・インテント(Letter of Intent)(以下、「基本合意書」という)を自社の弁護士と作成することができるよう、特定のデータベース(投資銀行が収集したターゲット企業関連情報を集めたデータベース)へのアクセスを得た。

• キーポイント

A. 全体的な M&A プロセスの概要

TM Corporation は、本取引のストラクチャーにかかわらず、ターゲット企業の買収を完了する上で、弁護士、会計・税務専門家を含む様々なアドバイザーを必要とする。また、TM Corporation においては、資金調達が必要となるかもしれない、全体的な買収プロセスの中で資金調達のための時間を確保する必要性が生じる可能性もある。買収プロセスには、典型的に次の事項が含まれる。

- 1) **デューデリジェンス:** まず、ターゲット企業に関してデューデリジェンスを行う必要がある。(TM Corporation 自らが適切なターゲット企業を見つけることにした場合、デューデリジェンスは、通常、基本合意書の提出後に実施される。)デューデリジェンスは、法務、会計または税務上、買収価格

を低下させ、または本取引を断念させるような重要な指摘事項(レッドフラッグ)が存在しないかを判断するために実施される。

- 2) **基本合意書**：次に、TM Corporation でターゲット企業の買収価格を設定し、意向表明書(indication of interest) または基本合意書を提出する。基本合意書には、本取引のストラクチャー(下記セクション B を参照)を含む、ターゲット企業の買収における主要な条件が含まれる。
- 3) **買収目的の米国現地法人の設立**：TM Corporation は、米国現地法人を設立した上で、ターゲット企業を買収する必要がある。(法人の設立については、第 2 章「米国での会社設立と法人格の維持」を参照)米国現地法人の目的は、ターゲット企業を買収することにある。
- 4) **交渉**：その後、両当事者間で、本取引に関する主要な文書の交渉を開始する。
- 5) **表明保証**：TM Corporation においては、ターゲット企業が売買契約において行った表明保証が虚偽であることが判明し、その結果 TM Corporation が被る可能性のある損害を補償するための買い手側の表明保証保険に加入する必要がある。
- 6) **政府その他関連当事者からの同意の取得**：本取引に関する主要な文書の締結後、両当事者は、本取引の実行にあたって必要とされる政府からの同意、または顧客／サプライヤーからの同意を取得する必要がある。
- 7) **クロージング**：上記同意を得られ次第、両当事者は、本取引のクロージングへと移行することができる。

B. M&A 取引のストラクチャー

TM Corporation は、ターゲット企業の買収を目的とする「TM USA」を設立する。(その際、デラウェア州法人として設立することが一般的に推奨される。)TM USA は、下記の取引ストラクチャーの 1 つ、またはそれらのいくつかを介して、ターゲット企業を買収する。

- 1) **資産取得**：資産取得の場合、TM USA はターゲット企業の特定の資産を買収し、特定の負債のみを引き受ける。資産取得のメリットとしては、ターゲット企業の有用かつ必要な資産を全て取得できること、また承継人が負うべき負債(雇用、従業員福利厚生、環境、輸出債権に関する負債等)を除き、TM USA は大半の負債を引き受けないことが挙げられる。買収時に全ての負債を引き受けないことは、資産取得型買収のストラクチャー上の利点といえる。米国では資産取得型の買収が頻繁に行われているため、資産取得の一環として資産の法的所有権を移転することは、全ての負債を引き受けないという利点と相まって、非常に標準的であり、過度の時間を要するものではない。しかしながら、売り手企業のほとんどは、税務の観点から、株式取得または合併の方式を希望する可能性が高い。というのも、株式取得または合併においては、売り手企業が売却代金から納める税金が抑えられるからである。少なくとも明らかな売り手市場においては、売り手企業が財務上の問題を抱えていない限り、当該企業に資産取得型の買収を納得させることは難しいかもしれない。

- 2) **株式取得:** 株式取得においては、TM USA が、ターゲット企業の株主から直接ターゲット企業の株式を取得する。この場合、全資産の所有権および負債は、ターゲット企業に帰属し続ける。
- 3) **合併:** TM USA が合併によりターゲット企業を買収する場合、ターゲット企業は法律上 TM USA (またはその子会社)と結合した企業となり、全ての資産および負債が TM USA(またはその子会社)のものとして扱われる。⁷

C. M&A 取引における実務上の検討事項

- 1) **早期の段階で弁護士を関与させること:** ターゲット企業に TM Corporation との取引実行を促進する条項を含む、効果的な内容の基本合意書を作成する観点から、プロセスの初期段階で弁護士を関与させる必要がある。
- 2) **権限委譲された買収チームの形成:** 米国における取引の進行スピードは極めて速いものであるため、取引の様々な側面に迅速に対応可能な権限を持ったチームを形成することが有効である。TM Corporation において効果的な買収チームを編成するには、(TM Corporation およびターゲット企業間の統合とコミュニケーションを評価するための)IT 分野、会計分野、人事分野等、重要部門から主要従業員を参加させ、分野横断的なメンバーで構成することが肝要となる。さらに、会計士、弁護士、ファイナンシャル・アドバイザー等の社外専門家にも、TM Corporation の買収チームに参画してもらうべきである。多くの場合、TM Corporation にて投資銀行を雇用することも有意義と考えられる。
- 3) **取引スピードの検討:** 米国の売り手企業は、取引が非常に速いスピードで進むことを期待するため、買い手である外国企業にとっては、時に過度に要求が多いと感じたり、あるいは攻撃的に映ったりすることがある。TM Corporation は、交渉の場に出てくる売り手企業側の代表者のほとんどが、広範な権限を持っており、その場で即決することが可能であることを理解すべきである。TM Corporation は、本取引に関わる重要な決定を下すための一連の権限を事前に自社の買収チームに付与する必要がある。そのように手配しない場合、売り手側企業が、TM Corporation は本取引に対して真剣な関心を持たないと判断したり、本取引の進行スピードに不満を抱いたりする可能性がある。過去に買収を行ったことがない TM Corporation にとって、入札(オークションとも呼ばれる)は理想的な戦略ではないかもしれない。なぜなら、売り手側企業の投資銀行が入札書や基本合意書、売買契約のマークアップの受け渡し等入札プロセスの重要手続に関してスケジュールを設定しているからである。入札に際しては、相当な時間とアドバイザー料の先行投資が必要となる。入札の代替策としては、市場に出していない潜在的なターゲット企業を見つけ、売却に関心があるかどうかを問い合わせることである。潜在的ターゲット企業は、買い手側の投資銀行や米国企業との個人的関係を通じて見つけることができる。

⁷ 合併においては複数のスキームがあり、スキーム選択において 1 つまたは 2 つ以上のエンティティを使用することができる。

- 4) **表明保証保険の取得:** 表明保証保険は、デューデリジェンスで発見されなかった、またはターゲット企業自身でさえ知り得なかった未知のリスクに対して、TM USA を保護するための保険契約である。TM USA が買い手側表明保証保険を取得することを基本合意書に盛り込む場合、ターゲット企業が通常入金を要求されるエスクロー(デポジット)が、購入価格の 1%から 3%程度まで減少し、ターゲット企業は表明保証保険の下で詐欺行為に対してのみ責任を負うことになるため、ターゲット企業にとって TM USA による入札が魅力的となる。表明保証保険の取得可能性は、取引の規模と市場の状況に左右される。
- 5) **政府への必要書類の提出および許可の取得:** ハート・スコット・ロディノ法 (Hart-Scott Rodino Act (HSR 法)) または対米外国投資委員会 (Committee of Foreign Investment in the United States (CFIUS)) の要請に基づき、政府への届出や政府からの承認の取得が必要となる場合がある。米国競争法の枠組みの 1 つである HSR 法は、取引当事者が連邦取引委員会および司法省反トラスト局に検討中の取引について通知を行い、強制的な待機期間を遵守する義務があるかどうかを判断するための閾値を規定している。CFIUS 申請は、対米投資を行う全ての外国企業を対象とする規制プロセスの一部であり、機密性の高い技術、インフラ、または個人情報扱う米国企業を買収する外国企業に対しては必須とされる。また、CFIUS 申請は、弁護士が推奨する場合、外国企業が自主的に行うことも可能である。

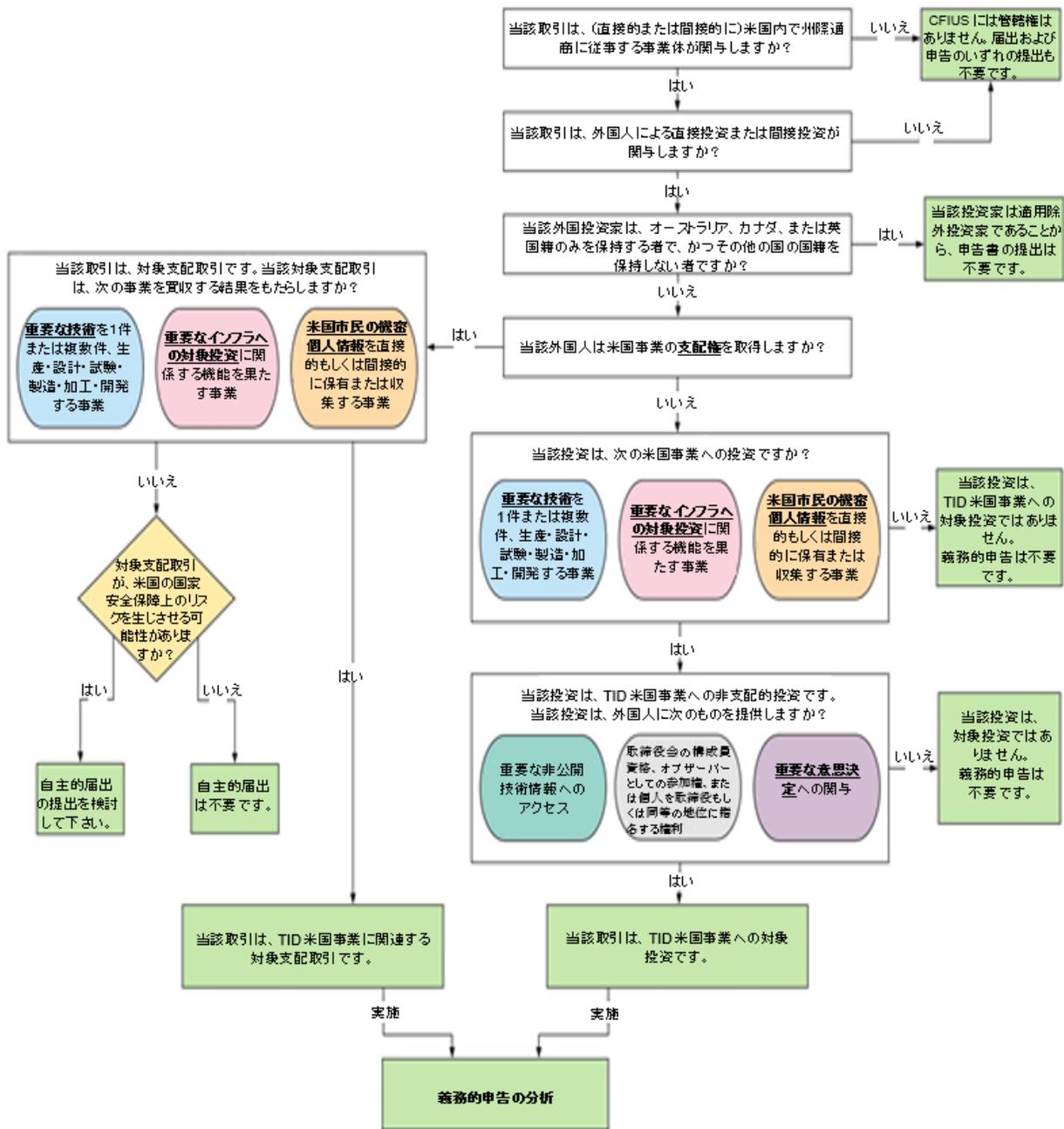
• 対策

M&A 取引は、米国における事業拡大への近道となる一方で、いくつかの検討事項がある。

- TM Corporation は、入札において効果的な意思決定を迅速に行うことができるか？それとも、既存の関係があり、買収が理に適うと思われる企業を探すべきか？
- 表明保証保険を利用すべき取引の規模は？
- 何らかの許認可や HSR 法または CFIUS 上の届出等、政府の承認が必要となるかどうか？

[表 6]

対象取引の分析



4. ジョイント・ベンチャー

• ケース・スタディ

TM Corporation は、営業所の設立よりも大きな規模で米国市場に参入したいと考えているが、継続企業を買収するほどの資本を投資したいとは考えていない。このような場合、TM Corporation は、米国の現地パートナーとともにジョイント・ベンチャー（以下、「JV」という）を設立し、米国市場に参入することを検討することが可能である。JV は、通常、関係者が各企業の既存の資産または市場を活用でき、また、両社の異なる強みを組み合わせ、各社が独自に努力する場合よりも迅速に特定の市場に進出することができるという理由で設立される。この場合、TM Corporation は米国市場にとって魅力的と思われる製品を有しているが、米国で効果的に市場開拓するための営業力、顧客基盤がない。TM Corporation は、JV パートナー（以下、「JV 相手方」という）とする米国企業との既存の関係がある場合もあれば、市場調査を行い、JV 相手方候補を特定し、アプローチする必要がある場合もある。TM Corporation は、既存の関係を有する場合、または他の取引先を通じて間接的に接触した場合、JV 相手方と JV の実現可能性について協議を開始する。

TM Corporation は JV 相手方候補と直接的または間接的な接点を持たないため、弁護士に連絡し、適切な JV 相手方の探索について依頼することにした。弁護士は独自のネットワークを有しているものの、TM Corporation にとっては投資銀行を利用することが最も効果的であると判断した。その結果、投資銀行が JV 相手方候補を探し出し、TM Corporation に紹介した。事前の話し合いは順調で、両当事者はより詳細なデューデリジェンスを互いに実施し、戦略目標が JV の組成によって達成されることを確信した。TM Corporation および JV 相手方は、相互秘密保持契約を締結し、それぞれが JV に提供することができる補完的なビジネス上の強みについて、より具体的な協議を開始した。協議およびデューデリジェンスを通じて、両当事者は、JV 相手方の住宅・建築業におけるビジネスは、TM Corporation の省エネ機器のターゲット層に近い顧客を有しているが、JV 相手方は TM Corporation が製造する同様の省エネ機器を提供していないため、製品提供を拡大することを望んでいると判断した。TM Corporation は、当該 JV により、JV 相手方の現在の顧客基盤および営業力を利用することができ、JV 相手方を買収する場合よりも少ない資本投資で、時間を節約し、販売を加速させながら、大規模な市場参入を実現できると考えている。TM Corporation および JV 相手方は、TM Corporation および法律専門家が JV 相手方との JV 組成に係る基本合意書 (letter of intent) を作成するために、JV 関連情報のみに焦点を当てた重要事項に関するデューデリジェンス情報をデータルームにアップロードした。

• キーポイント

A. JV 組成までの全体的なプロセスの概要

買収と同様に、TM Corporation は、JV を組成するために、法律専門家、会計および税理士を含む様々なアドバイザーを起用する必要がある。JV 組成のプロセスには多くの場合、下記の 7 つのステップが含まれる。

- 1) **相互デューデリジェンス**: 第一段階として、TM Corporation および JV 相手方は、JV の運営目的といった観点から、JV 相手方としての適性における第一印象を確認するために、互いにデューデリジェンスを実施する。各当事者によるデューデリジェンスは、主に、他方当事者が、(i) JV の促進に向けて期待される資産およびサービスを提供する能力を有し、(ii) JV に貢献する資産を提供し、またはサービスを提供する(特に知的財産に関して)十分な権利を有し、さらに (iii) 望ましくないレベルの評判リスクまたは運営リスクを生じさせないこと等を確認することを目的とする。
- 2) **基本合意書**: 第二ステップとして、主に、(i) TM Corporation および JV 相手方は、現金または財産のいずれかの形態で、JV に初回および継続的出資を行うこと、(ii) JV の経営およびガバナンス、(iii) JV の企業形態について合意することが挙げられる。これら事項の詳細は、JV の運営および企業形態に関する主要条件を盛り込む基本合意書または意向表明書に記載されることになる。
- 3) **プロジェクトチームの編成**: 各当事者による JV への貢献についての合意に基づき、TM Corporation および JV 相手方は、JV の運営に専念するためのプロジェクトチームをそれぞれ編成する。
- 4) **JV 事業体の設立**: プロジェクトチーム編成後、両当事者は、事業体を設立したり、または契約上の枠組みを構築したりして、JV を組成する。JV は、(i) JV 相手方が管理する既存の事業体への出資、(ii) JV のみを運営するための全く新しい事業体の設立、または(iii) 契約上の取り決めにより、構成することができる。
- 5) **文書の交渉**: JV に関する主要文書についての交渉を行う。
- 6) **主要書類の締結**: JV に関する主要文書についての交渉を経て、合意に達した時点で、両当事者間で文書を締結する。
- 7) **JV の設立**: 最後に、資産、財産およびサービスの提供を通じて、JV を組成する。

B. JV 参加のための TM Corporation による米国人の設立

JV のストラクチャーにもよるが、ほとんどの場合、TM Corporation は JV に参加するため、あるいは JV の新たな運営事業体として、TM USA のような米国人を設立する必要がある。この事業体は、第 2 章で解説したいずれの企業形態でも構わないが、TM Corporation の米国政府への税務申告レベルに関する税務上の配慮から、多くの場合、少なくともコーポレーションを 1 つは関与させることになる。

C. JV 組成の一般的な留意点およびポイント

- 1) 本ケース・スタディでは特に取り上げていないが、JV を組成する主な理由の 1 つは、相互補完的な知的財産を有する 2 つの企業が、それぞれの知的財産を組み合わせることで新しい製品またはサービスを生み出すことにある。
- 2) 米国で JV を組成することは、外国企業にとって、JV 事業体に対する支配力が完全子会社として保有する場合よりも弱くなるものの、北米市場に迅速に参入するために有利な方法となる。一方で、他社と支配権を共有することに慣れていない外国企業においては(特に外国企業が JV の運営当事者でない場合)、困難を伴う可能性がある。
- 3) JV の多くは、組成から 10 年以内に終了するため、JV を検討する外国企業は、JV の運営および終了が、自社の他の事業上の利益にどのような影響を与えるかについて計画を立てる必要がある。
- 4) 外国企業が関与する JV が米国で成功するためには、JV 相手方がお互いを信頼し、戦略的ビジョンを共有し、互換性のあるビジネス風土を発展させることが必要である。
- 5) JV 契約には通常、期間中、JV 相手方が自社製品を製造・販売する権利を制限する「非競争」条項が含まれ、「非競争」制限は契約が終了した後も一定期間適用されることが多い。状況によっては、米国独占禁止法の遵守を確かなものにするため、締結前に法律専門家による契約書のレビューが必要となる。
- 6) JV における目的の多くは、新製品または新技術の開発にあるため、JV 契約は、外国企業が JV で共有する知的財産権を保護し、JV 事業体を通じて共同開発される知的財産に関する各 JV 相手方の権利を明記するよう、慎重に作成する必要がある。
- 7) さらに、TM Corporation の従業員が JV に関連して米国に派遣される場合、ビザの要件は JV を構築する上で重要となる。

5. 米国ビジネスからの撤退

TM Corporation は、TM USA の事業が米国で成功しなかった場合の出口戦略についても検討しておく必要がある。米国法の下、TM Corporation が検討可能な選択肢は複数あり、各選択肢にそれぞれの利点と欠点がある。TM Corporation は、TM USA の現在の財務状況、事業価値、市況、TM USA の独立事業としての能力、およびその他の関連要因を基に、各選択肢を検討した上で、最善の選択肢を見極める必要がある。TM Corporation にて検討可能な選択肢は次のとおりである。

A. オプション 1「事業の売却」

TM USA が TM Corporation から独立した継続企業として運営可能な場合、TM USA またはその事業を第三者に売却することが考えられる。TM USA またはその事業の市場性に影響を与える要因は数多くあるものの、買収に興味を持つ買い手が見つければ、TM USA 事業の売却で獲得できる利益は、下記の他の選択肢と比較しても、最大となり得る。売却は、TM Corporation の事業目標や買い手候補の目標に応じ、一度に完了することも、または一定期間かけて段階的に進めることも可能である。

B. オプション 2「解散および清算」

TM Corporation が TM USA を売却できない(または TM Corporation が望む条件での売却が叶わない)と判断した場合、TM Corporation は TM USA を解散させ、その資産の清算を選択することができる。解散は、収益性が低い会社や財政難にある会社の出口戦略として最も一般的な形態の 1 つである。一般的に、解散とは、TM USA が法人としての存在を正式に終了し、資産を清算することを意味する。

解散の実行に際しては、TM USA の取締役会および株主総会において、会社の解散が必要または望ましいと決定した上で、正式な解散を想定して会社の事業資産の整理・清算に着手することになる。TM USA の法的存続は、設立州において事業体の解散に必要とされる書類を提出することにより終了する。なお、TM USA が適切に解散しない場合、州への報告義務および納税義務は引き続き残存することになる。さらに、TM USA が適切に解散されなかった場合、株主である TM Corporation が、TM USA の法的責任にさらされる可能性がある。

解散を決定した場合、株主(多くの場合、株主および取締役会)は、会社の解散と清算を承認する決議を行わなければならない。ほとんどの場合、このような決議は、TM USA が資産を売却して現金または現金同等物に換えるという正式な清算計画を承認するものとなる。資産売却で得た現金は、債権者や株主への支払いに充当される。清算計画はケースバイケースで異なるものの、売却益に関していえば、通常は次の順序で分配・充当される。すなわち、(1) 第三者に対する債務、(2) 従業員および取引上の債権者、(3) 優先株主およびその他の優先証券保有者、そして最後に(4) 普通株主という順序である。

C. オプション 3 「倒産またはその他の支払不能手続」

TM USA が資産を上回る多額の負債を抱えた場合、取締役会は、株主である TM Corporation を TM USA の債権者による請求から守るため、TM USA において正式な倒産手続やその他の支払不能手続を利用することが賢明であると判断する可能性がある。TM USA に大きな価値がある場合には、TM USA の事業を再編または清算する上で、連邦法または州法の下での倒産申請が適切である場合がある。しかし、連邦または州の倒産手続には相当な費用が発生するため、TM USA のビジネスに十分な価値がない場合は実行不可能な可能性もある。その場合、TM USA においては、倒産手続よりは低コストで、かつ単なる解散よりは株主に手厚い保護を提供してくれるその他の支払不能手続の利用を検討することが考えられる。そのような代替的選択肢は、TM USA が所在する州やその他多くの要因によるものの、次のようなものが考えられる。

- 1) 私的整理: TM USA が既存の債務を再編し、収益性を高めるための時間を確保するための交渉
- 2) 法定競売: TM USA が債権者と協力の下、債権者または第三者への資産売却により資産を清算する方法
- 3) 管財人の指名: 債権者と合意の下、TM USA の事業清算を監督する管財人 (receiver) を指名
- 4) 債権者の利益のための譲渡: TM USA の資産をその清算を監督する受託者 (fiduciary) に譲渡

6. 不動産に関する検討事項

• キーポイント

用地選定: 米国でビジネスを展開する際には、事業を運営する物理的な施設の規模または性質だけでなく、その所在地も重要な検討事項となる。事業所自体はもちろん、事業拡大に伴って追加で整備される倉庫、ショールーム、研修センター等は、企業イメージを形成するとともに、「顧客および従業員」といった会社にとっての2つの重要資産が、相当な時間を過ごす場所ともなる。

施設の所在地は、顧客もしくは利用可能な労働人員への相対的近接性、またはサプライヤーもしくは輸送施設(空港、鉄道、州際高速道路等)への相対的近接性により、ある程度決めることができる。また、施設の規模は、米国での事業段階を反映することが多い。通常、拠点を置く場所が決まると、次に検討が必要となるのは、「オフィススペースを購入するのか、それともリースするのか」という点になる。

初期段階のニーズ: 初期の段階であれば、レンタルオフィスをリースすることがオプションとなるかもしれない。レンタルオフィスのリース契約は、1年をリース期間とするのが一般的であり、受付サービス、コピー機やファクシミリ等の特定の事務機器の使用、会議室の共有利用がレンタルパッケージに含まれることがある。この種のリース契約は、ある程度の柔軟性を企業に提供するものであるため、米国事業が初期段階にある場合には、余剰スペースに対して長期的なコミットメントをする心配がなくなる。なお、米国事業が初期段階にある中でリース契約または購入契約を交渉する場合には、家主または売主から、外国の親会社がリース契約の保証人または購入契約の共同署名人になるよう求められることがある。

企業においては、米国事業が拡大し、人員が増えてくると、大型ビルのオフィススペースに移転する必要性が生じることが一般的である。また、製品の保管、流通または展示のために隣接した追加スペースが必要になることも多い。このような可能性を見据えた対応としては、リースする面積と期間に関してある程度の柔軟性を確保することが一般的である。こうした柔軟性は、リース契約更新オプションおよびリース・スペース拡張オプション付きの2-3年の短期リース期間となるよう交渉することで実現できる。

リース vs. 購入: 通常、成長過程にある企業のほとんどは、事業が確立するまでの数年間、オフィスや倉庫のスペースをリースすることになる。その後、人員の増加や、より広範な製品の保管・流通、製品の展示、トレーニング、または実質的な部分的生産等の活動の拡大により、拡張スペースが必要と判断されることがあれば、長期リース契約の締結や自社施設の購入を検討することになる。施設の購入は、「既存施設の購入」または「空き地の購入」のいずれかを伴うことになる。自社施設を所有している場合、周辺の地域社会において、会社には地域貢献へのコミットメントがあると感じてもらえるかもしれない。加えて、自社施設を所有

することで、政府提供の経済援助または財務上・税務上の優遇措置を得ることができる可能性もある。この点は、施設をリースする場合との違いといえるだろう。

既存の施設を購入するか、または空き地を購入して新規施設を建設するかの判断については、施設を建設しようとする地域で適切な空き地が購入可能か否かのほか、既存施設が会社のニーズに合致するか否かによって決まる。

さらに、新規施設を建設するか、または既存の改良済み物件を購入するかの判断は、経済的優遇措置の利用可否によっても影響され得る。優遇措置は、一般的に、新規施設の建設、または空き屋もしくは廃墟となった施設の再入居もしくは再利用の場合に利用可能となる。多くの場合、施設は工業生産目的で使用され、最低数の新規雇用を創出することが優遇措置利用の要件となる。また、空き地を購入する際には、その土地が、計画する施設の建設に十分であるだけでなく、将来における施設の拡張にも対応可能であり、かつ良質で環境問題がないことを確認する必要がある。

一方、施設を購入せず、リースの継続を検討する場合には、より長いリース期間(よく見られるケースとしては5年以上等)を選択するとともに、リース期間の延長オプション、施設拡張オプション、および施設購入オプション等を盛り込むことを検討することも考えられる。

優遇措置または補助金: 上記のような優遇措置以外にも、施設の所在地および投資規模に応じて、対米投資と現地従業員の雇用を奨励する観点から、州提供の優遇措置や補助金が利用可能な場合もある。このような優遇措置は、通常、当該優遇措置が「なかったならば(but for)」その州に施設を置かなかったであろう旨を証明する義務を会社に課すものであるため、計画策定の早い段階で検討する必要がある。

7. 従業員の採用と人事管理

• ケース・スタディ

TM USA は、TM Corporation の米国子会社として設立された。TM Corporation のセールス・マネージャーが、同子会社の副社長(executive vice president)に任命された。TM USA は、事務担当従業員、同社の業界に精通したセールス・マネージャー、およびサービス担当技術者を採用することを計画している。

- A. 従業員の採用
- B. 雇用関係の文書化
- C. 米国における従業員福利厚生
- D. 労働組合についての検討
- E. 新型コロナウイルス(COVID-19)関連
- F. リモートワーク／在宅勤務
- G. 生産性の高い従業員を確保するには
- H. 設立されたばかりの企業にありがちな5つのミス
- I. 総務／新規雇用チェックリスト

• キーポイント

A. 従業員の採用

日本の会社が、米国事業の立ち上げ時に、有能な従業員を募集・採用するにはどうしたらよいのか当惑することは決して珍しいことではなく、その実行には時間を要することが多い。そのため、適切なチームを編成し、的確な手段を講じ、コミュニケーションを取り合い、必要文書を作成することが肝要となる。会社は、従業員の募集に際して講じる手段について注意深く策定すべきであり、どのような募集方法を採用するかは、一般的には職務の性質、緊急性および会社の予算によるものとなる。専門技術をさほど必要としないポジション(職位)の従業員(オフィス・スタッフまたは管理・総務部門担当者等)を募集する際には、業界関係のコネ、新聞広告、およびインターネット広告のほか、既にある程度米国事業が確立されている会社であれば、社内での昇格という手段も可能であろう。しかし、さらなる特殊技術が必要とされるポジション(エンジニア、会計等)や上級管理職のポジションについては、人材紹介会社(ヘッドハンター)のサービスを利用して、会社が求める学歴、トレーニング経験および経歴を持ち合わせた採用候補者を探索し、選抜することが必要になることもある。人材紹介会社を利用する場合にはサービス料が発生するものの、人材紹介会社は、会社が求める技術を有しているかどうかを確認しながら採用候補者を選抜し、数人を会社に紹介してくれる。

それにより、会社は、十分な適性を持たない採用候補者の面接を回避することができ、相当な時間の節約できるはずである。

1) 採用審査段階で生じる雇用問題

採用過程で留意すべき雇用上のリスクには、次の事項が含まれる。

a) 採用過程における差別

採用過程における雇用主の主要目的は、応募書類、雇用前の面接や照会を通じて、最も適性のある候補者を見つけ、適性に欠ける者を除外することである。しかし、1964 年人権法タイトル・セブン (Title VII)、米国障がい者法 (Americans with Disabilities Act (ADA)) および連邦法、州法、その他の自治体が定める様々な差別禁止法は、雇用主が採用過程において、発言できることと発言できないことを厳格に制限ないし禁止している。こうした差別禁止法は、雇用主が雇用前の質問やその他の要因を基にマイノリティー・グループや女性、高齢者または障がい者等の保護されるべきグループに属する人々を職場から不当に締め出すことを禁止することにより、違法な差別行為を禁止することを目的としている。

たとえば、面接官が、面接で 40 歳以上の応募者に「高校を卒業したのは何年ですか」等と応募者の年齢を探るような質問をしてから、同応募者を採用しなかった場合には、その応募者は、会社に対して年齢差別に基づく損害賠償請求を行うことができる。

したがって、雇用主は、採用過程において、応募者の能力や職務の適性を判断する上で本当に必要な情報について質問しているかどうかを自問すべきであり、もしその答えが NO である場合、そのような質問は控えた方がよい。その答えが YES の場合、雇用主は、引き出したい情報が連邦法、州法および自治体の差別禁止法上認められているかどうか、また、いつ、どのような方法でそうした情報を引き出すことが許可されているのかに注意を払う必要がある。

b) 給与履歴照会・利用の禁止

現在、約 20 の州で、雇用主が応募者に給与履歴の情報を尋ねたり、雇用主が応募者を採用するかどうかを決定する際に給与履歴情報を基にしたりすることを禁止している。たとえば、カリフォルニア州労働法では、雇用主が口頭か書面かを問わず、また個人的にか代理人を通じてかを問わず、応募者に関する給与履歴情報を求めること、または応募者を雇うかどうか、あるいは応募者にどの程度の給与を提示するかを決定する際の「要素」として、応募者の給与履歴情報に依拠することを禁じている。これらの給与履歴照会・利用の禁止は、応募者の資格、職務と責任、市場要因等、職務に関連した基準に基づいて報酬が決定されることを保証することが目的である。応募者は自

発的に過去の給与履歴を開示することができるが、雇用主は給与情報を尋ねることを避け、単に報酬調査やその他のリソースを通じて得られたデータに依拠して給与帯を設定すべきである。

c) バックグラウンドチェック

多くの雇用主は、応募者の職歴、信用履歴(credit history)、犯罪歴、運転歴、および応募者の個人的な性格に関する情報を確認するために、民間のバックグラウンド調査会社のサービスを利用している。第三者のバックグラウンド調査会社を利用する場合、雇用主は、応募者や従業員のバックグラウンド調査を依頼する前に課される事前通知、開示、および権限付与要件を規定する連邦公正信用報告法(FCRA)に遵守しなければならない。

米国法ワンポイント : 全ての企業は、完全なバックグラウンド調査がなされ、事前通知やその他の制限に関する特定の州法に準拠していることを確認するために、第三者のバックグラウンド調査会社を利用することをお勧めします。さらに、調査によって好ましくない情報が明らかになった場合は、採用の判断についてアドバイスしてくれる弁護士を雇うことを推奨します。

d) 採用上の過失

特定の状況において、雇用主が従業員を採用する際に適切な審査を行わず、後に同従業員が他の従業員または第三者に危害を与えた場合には、同雇用主が責任を問われる可能性がある。たとえば、雇用主が暴力行為による犯罪歴を持つ従業員を雇い、その従業員が顧客や別の従業員に暴力を振るった場合、同従業員の行為に関して責任を負わされることがある。理由としては、「雇用主が犯罪歴調査を行っていれば、同従業員の犯罪歴を発見できたはず」ということが挙げられる。したがって、各雇用主は、応募者を雇用する前に、過去の雇用、学歴、運転歴、および犯罪歴の確認等、ある程度のバックグラウンド調査を行うことを検討すべきである。

e) 黙示の雇用契約

雇用主は、採用候補者に対し、契約上会社を拘束すると解釈されるような口頭または書面による表明・約束をしないよう注意すべきである。たとえば、「きちんと仕事をしている限り、あなたは将来もずっとここで勤務することができるでしょう」、「会社は、正当な理由がない限り、従業員を一時解雇することはありません」といった発言は、従業員の雇用を保証したり、または従業員との雇用関係を解消する権利を制限したりする契約上の義務を会社側に生じさせるものであると解釈される恐れがあるため、避けるべきである。

2) 雇用前に注意すべき質問事項

次の表は、連邦法、州法およびその他の自治体による差別禁止法で保護される主要な雇用上の分類に基づき、雇用主が尋ねることのできる質問事項と尋ねることのできない質問事項の例を挙げるものである。

[表 7]

a) 年齢に関するもの

根拠法令	質問可	質問不可	コメント
雇用者年齢差別禁止法 (ADEA/Age Discrimination in Employment Act) 州・地方自治体の差別禁止法	「あなたは 18 歳以上ですか。もし 18 歳未満で、採用が決定した場合には、就労許可を得ていることを呈示していただけますか。」	「あなたは何歳ですか。」 「あなたの生年月日を教えてください。」 「お子さんはいらっしゃるでしょうか。いらっしゃる場合は、お子さんの年齢をおしえてください。」 小学校、高等学校の入学、卒業の時期を問うもの。 出生証明書、帰化証明書、洗礼証明書の呈示を要求するもの。	「当社では、長時間の労働も苦にしないエネルギッシュな人材を探しています。」または、「若い人を求めています。」といった表現は、違法な差別を構成する可能性がある。

b) 性別に関するもの

根拠法令	質問可	質問不可	コメント
1964 年「公民権法」タイトル・セブン(Title VII of the Civil Rights Act of 1964) 州・地方自治体の差別禁止法	一定の善意の職業要件の抗弁(Bona Fide Occupational Qualification Defense)は、許されている。	応募者の性別に関する質問。 妊娠、出産、および産児制限に関する質問。	女性の応募者に限って、保育手配に関する情報提供を雇用前に要求するのは違法となる。また、学齢に達する前の子供を持つ男性・女性に対して、

<p>注) Title VII of the Civil Rights Act of 1964 は、市民的権利(公民権)に関する法律第7編である。本法は、日本では一般的に「公民権法」と呼ばれることも多い。</p>	<p>(例)更衣室の管理人を利用者と同性の者とする等。更衣室係等、性別等が特定の事業の通常の運営に合理的に必要とされる場合等には、善意の職業上の資格(Bona Fide Occupational Qualification)として、性別に基づく区別が許容される場合があり、そのような場合には、必要な質問が限定的に許容される可能性がある。</p>		<p>異なった採用ルールを定めることは許されない。</p>
--	--	--	-------------------------------

c) 出身国に関するもの

根拠法令	質問可	質問不可	コメント
<p>1964年「公民権法」タイトル・セブン(Title VII of the Civil Rights Act of 1964)</p> <p>1986年移民改革管理法(IRCA/ Immigration Reform and Control Act of 1986)</p> <p>州・地方自治体の差別禁止法</p>	<p>「お住まいはどちらですか。」</p> <p>「この州(市)にどれくらいの期間住んでいますか。」</p> <p>(注)募集している業務で英語以外の言語の使用が要求される場合には、応募者が、読み・書き・話せる言語についての質問は許される。</p>	<p>応募者本人、親、配偶者の祖先、家柄、出身国に関する質問。</p> <p>応募者本人、親、配偶者、その他の親類の出生地に関する質問。</p> <p>「あなたの母国語は何ですか。(ある外国語の)読み、書き、会話をどのように学んだのですか。」</p>	

d) (身体的または精神的)障がいに関するもの

根拠法令	質問可	質問不可	コメント
<p>米国障がい者法(ADA/Americans with Disabilities Act)</p>	<p>「合理的便宜を提供する設備があれば、この仕事の基本的な職務ができますか。あるいは」</p>	<p>「この仕事をする能力に制限をきたすような障がいをお持ちですか。」</p>	<p>ADAは、応募者に条件付オファーを出すまでは、採用に先</p>

州・地方自治体の差別禁止法	<p>は、そのような設備なしでもできますか。」(候補者全員に質問された場合)</p> <p>「この仕事の基本的なところを、合理的な便宜を使って(使わずに)どうやってするのか説明して(あるいはやってみて)ください。」</p> <p>(応募者が片腕を失っている場合等、障がいがあることが明らかな場合だけに限り許される質問)</p>	<p>「次のような病気の治療を受けたことがありますか。」</p> <p>「現在、ドラッグまた飲酒の問題がありますか。過去にそのような問題がありましたか。」</p> <p>「仕事を行うにあたり、合理的便宜を備えた設備が必要ですか。」</p> <p>労働災害補償記録に関する質問。</p>	<p>立つ身体検査を禁止している。</p> <p>採用前の違法薬物検査は許可される。</p>
---------------	---	--	--

e) 国籍に関するもの

根拠法令	質問可	質問不可	コメント
<p>1986年移民改革管理法 (IRCA/ Immigration Reform and Control Act of 1986)</p> <p>1964年「公民権法」タイトル・セブン (Title VII of the Civil Rights Act of 1964) (出身国)</p>	<p>「米国で、無期限にフルタイムの正規従業員として働くための法的許可を得ていますか。」</p>	<p>「あなた(の両親、配偶者)は、どこで生まれましたか。」</p> <p>「あなた(の両親、配偶者)は、米国に帰化したのですか(あるいは、生まれながらの米国人ですか)。」</p> <p>雇用決定前に帰化を証明する書類または就労許可を証明する書類の提出を求めること。</p>	<p>IRCAの雇用関連証明手続や書類提出についての要件は、厳しく規制されており、「外国人らしい風貌の」応募者、「外国人のような話し方をする」応募者が、国籍や出生地によって差別されるのを防止している。</p>

f) 人種・肌の色

根拠法令	質問可	質問不可	コメント
1964年「公民権法」タイトル・セブン (Title VII of the Civil Rights Act of 1964) 連邦・州・地方自治体の差別禁止法	なし	応募者の人種・肌の色に関する質問。 肌、目または髪の色等の外観についての質問。 雇用が決定する前に雇用関連書類に、写真の貼付を要求したり、または任意の貼付を許したりすること。	

g) 宗教・信条

根拠法令	質問可	質問不可	コメント
1964年「公民権法」タイトル・セブン (Title VII of the Civil Rights Act of 1964) 州・地方自治体の差別禁止法	「仕事に関連のある団体、クラブ、職業的組織等の団体で、あなたが所属しているものをおしえてください。ただし、人種、宗教、肌の色、出生地、性別、年齢、その他の保護グループに関連することをうかがわせるものについては、省いて構いません。」 応募者に対して希望する勤務日、勤務時間またはシフト。	応募者の宗派、宗教、教区・教会、守らなければならない安息日等を問うもの。 応募者の所属する全ての団体、組織、クラブ等の記載を要求するもの。 「あなたの宗教は、週末または休日の労働を禁じていますか。」	

h) 婚姻の状況または子供の数に関するもの

根拠法令	質問可	質問不可	コメント
1964年「公民権法」タイトル・セブン(Title VII of the Civil Rights Act of 1964) 州・地方自治体の差別禁止法	なし	「Miss、Mrs.あるいはMs.のどの敬称で呼んでほしいですか。」 「既婚者ですか、独身ですか、離婚していますか、別居中ですか。」 「誰と一緒に暮らしていますか。親との同居ですか。」 配偶者や子供に関する(名前やその他)情報。 子供の数または年齢、将来の子育ての計画、保育の手段に関する質問。	婚姻状況に基づいた雇用の決定は、女性応募者への不当な差別となり得る。 婚姻の状況や子供に関する質問が男女両方になされた場合であっても、このような質問は子供を持つ女性への差別的意図を示す証拠とみられる可能性がある。

i) 兵役経験

根拠法令	質問可	質問不可	コメント
軍従事者の雇用・再雇用法 (USERRA/ Uniformed Services Employment and Reemployment Rights of Services Act) 州・地方自治体の差別禁止法	応募者の合衆国の軍隊または州の軍隊での経験を問うもの。 合衆国陸軍、空軍等の特定の部署での経験を問うもの。 米軍で得た特定の技能についての質問。	応募者の合衆国の軍隊または州の軍隊以外での軍隊経験を問うもの。 「名誉除隊以外の除隊処分を受けたことはありますか。」 「あなたには軍務に就く義務がありますか。」	軍隊による懲戒除隊処分に基づいて行った雇用決定は、マイノリティー応募者への不当な差別となり得る。

j) 犯罪歴または逮捕歴に関するもの

根拠法令	質問可	質問不可	コメント
1964年「公民権法」タイトル・セブン (Title VII of the Civil Rights Act of 1964) 州・地方自治体の差別禁止法	特定の州では、申込者の犯罪歴や逮捕歴を考慮したり、調査したりすることを禁止する法律がある。犯罪歴の考慮や調査が許可されるかどうかを判断するために州および自治体の法律を確認いただきたい。	「これまでに逮捕されたことがありますか。」	犯罪歴または逮捕歴に基づいて雇用決定することにより、マイノリティー応募者への不当な差別となり得る。犯罪歴を一定の方法で使用することは公民権法タイトル・セブンまたは州法に違反する可能性がある。 雇用主は、(1) 犯罪の性質および重大性、(2) 有罪判決からの時間、および、(3) 犯罪と仕事上のポジション(職位)との関係を考慮すべきである。

k) 喫煙に関するもの

根拠法令	質問可	質問不可	コメント
州・地方自治体の差別禁止法	多くの州・地方は、就業場所での喫煙を制限しているため、応募者に禁煙に関する法律を知っているかを問い、その遵守を求めることは許されている。	「あなたは喫煙しますか。」 就業時間外の喫煙(または合法的薬物)に関する質問。	州法によるが、就業時間外の喫煙の有無を理由に応募者や従業員に対する不利な採否を決定することはできない。特定の州では、就業時間外の合法的薬物を理由に差別することを禁じている。

l) 性的指向または性同一性に関する質問

根拠法令	質問可	質問不可	コメント
1964年「公民権法」タイトル・セブン(Title VII of the Civil Rights Act of 1964) 州・地方自治体の差別禁止法	なし	性的な指向に関する質問、誰と一緒に住んでいるか等の質問。	公民権法タイトル・セブンの性差別条項は、裁判所によって、性的指向または性同一性を根拠とした差別を禁止するものと解釈されている。

m) 身長・体重に関する質問

根拠法令	質問可	質問不可	コメント
米国障がい者法(ADA/Americans with Disabilities Act) 州・地方自治体の差別禁止法	職務に関わる場合にのみ許可されるが、非常に制限される。	身長や体重に関する質問。	極度の肥満は、ADAや差別禁止に関する州法の保護する障がいとみなされることがある。 更に、州の差別禁止法は、身長や体重を根拠とする差別を明示的に禁止している場合もある。

米国法ワンポイント : 面接に関わる全ての従業員は、面接の前に、応募者の応募書類および／または履歴書を確認し、面接の準備および職務に関連する質問を作成することをお勧めします。会社側の準備不足により、不適切な質問をしてしまうことが少なくありません。不適切な質問は、会社側が次の質問を考えている間の「時間つぶし」として使われることが多くあります。つまり、不適切な質問をする可能性を低くするために、面接の準備をすることが重要となります。

B. 雇用関係の文書化

応募者が学歴、トレーニングおよび経験の面で会社の採用条件を満たし、会社が採用する準備が整うと、会社は雇用関係の形成および文書化において、いくつかの事項を検討する必要があります。

a) 任意雇用(at-will)

雇用主は、従業員を本人の意思に基づき雇用するかどうかを決定しなければならない。米国では、ほとんどの従業員は任意による「at-will」ベースで雇用されている。これは、従業員または会社のいずれかが、違法な理由でない限り、通知の有無にかかわらず、いつでも雇用関係を終了させることができることを意味する。雇用主が任意雇用の例外を設けることを意図的に決定していない限り、雇用主は、全てのオファーレター、従業員ハンドブックおよび会社方針が、任意雇用関係を付与するものであることを明確にする必要がある。

b) オファーレター

米国では、ほとんどの従業員が、雇用契約書ではなく、1 ページから 5 ページのオファーレターによって雇用されている。多くの州では、雇用主は新入社員の給与および給料日の情報を（雇用時に）通知することを義務づけている。この要件を満たし、従業員に雇用条件を理解してもらうため、オファーレターには従業員に関する次の情報を記載することが一般的である。

- 氏名、住所、市、州、および郵便番号
- 肩書または職位
- 適用対象外(exempt)または非適用対象外(non-exempt)従業員の区別
- 監督者氏名
- 雇用開始日
- 給与または時給および支払い頻度
- 勤務時間(例: 午前 8 時～午後 5 時)
- 福利厚生の有無(保険、病気休暇、有給休暇等)
- 任意雇用(at-will)に関する記述を含む、雇用条件
 - フォーム I-9 コンプライアンス
 - バックグラウンドチェックの完了
 - 秘密保持契約および／または競業避止義務契約への別途署名
- 現在または過去の雇用主の機密情報を持ち込むことに関する警告
- オファーレターが過去の全てのオファー、約束等に優先する旨の記述
- 従業員によるオファーレターへの署名および署名済みコピーの返送の必要性

c) 雇用契約

米国では、雇用契約によって雇用される従業員も存在する。一般的に、雇用契約を締結している従業員は、上級幹部および上級管理職のみである。雇用契約書は、通常 5 ページから 15 ページの契約書で、オファーレター(前述の通り)の全ての条件と、下記のいくつかの条項を含んでいる。

- 雇用期間(例:3年~5年)
- 自動車、カントリークラブまたは旅行等の特別給付
- ボーナスまたはインセンティブ報酬
- 盗難、適法な指示への不服従等の理由による解雇
- 守秘義務および発明の譲渡に関する条項
- 従業員が会社から解雇された場合に支払われる退職金
- 退職金を受け取るために請求放棄を行う必要性
- 特定の裁判所または州を選択する紛争解決条項

米国法ワンポイント👉: 会社が雇用契約書を使用する際には、一部の従業員に限定することをお勧めします。これらの契約は、応募者、会社および双方の弁護士の間で重要な交渉の対象となる可能性があります。また、雇用契約書を締結する前に、法律専門家に相談されることをお勧めします。

d) 秘密保持および発明に関する契約

ほぼ全ての従業員は、雇用の条件として、秘密保持および発明に関する契約書に署名することを要求される。この種の契約は、従業員のオファーレターとともに提示されるべきであり、会社にとって重要な機密情報を保護し、従業員が雇用中に開発した発明または改良が会社に譲渡され、帰属することを保証するものである。機密情報には、(a) 現在および将来の事業および販売計画、(b) マーケティング情報、(c) 価格およびコスト情報、(d) 入札手順、方式、方針、および過去の慣習、(e) 顧客の名前、連絡先、および意思決定者の名前、(f) 利益率、間接費等の独自の財務情報、(g) ビジネス慣習、技術およびノウハウ、(h) プロセス、メソッド、新製品の設計、システム、方式、パターン、モデル、(i) コンピュータプログラムおよびソフトウェア装置、機械、計画および編集物、(j) 会社、そのビジネスおよび/またはその製品に関する一般情報等があるが、これだけに限るものではない。また、このような契約により、従業員は、特許性の有無にかかわらず、会社が全ての改良、開発、アイデア、デザイン、製品、プロセス、改造、ノウハウ、企業秘密、研究、発見、または発明の独占的所有者となることに同意する。

e) 秘密保持および競業禁止義務に関する契約

雇用主によっては、エグゼクティブ、マネージャー、エンジニア、営業担当者、およびその他の主要な従業員に対して、競業禁止条項や勧誘禁止条項を含む秘密保持契約(上記の通り)の締結を求めることがある。この種の契約は、従業員のオファーレターとともに提示される。競業禁止条項は、従業員が雇用終了後一定期間、雇用主の競合他社で働くことを制限するものである。一方の勧誘

禁止条項は、元従業員が会社の現在の従業員および顧客を勧誘することを制限するものである。一般的に、雇用後のこれらの制限が法的強制力を持つには、制限の期間、範囲および地理的な範囲において合理的であるとみなされなければならない。これらの制限の適法性は州法によるため、州裁判所または連邦裁判所における契約条項の執行可能性を高める観点から、州法の検討が必要となる。たとえば、カリフォルニア州では、競業禁止条項の使用を禁止しており、競業禁止条項が含まれる契約は執行されない。

米国法ワンポイント : 企業においては、競業禁止義務や勧誘禁止条項を含む契約書を交付する前に、法律専門家に相談することをお勧めします。これらの条項は、各州の法律によって規定されており、裁判所が当該条項を執行する可能性を高めるためには、該当する州の法令等を確認することが重要です。たとえば、イリノイ州では、従業員の給与が法律で定められた最低給与額を下回る場合、このような条項の利用を禁じています。従業員が競業禁止義務契約を締結済みであっても、その給与が必要最低額を下回るのであれば、当該契約は無効であり、競業禁止条項を含め、強制力を持たないものとみなされます。

f) 従業員ハンドブック

雇用主のほとんどは、会社の方針およびガイドラインを概説した従業員ハンドブックを全従業員に発行している。他国と異なり、米国における従業員ハンドブックは、通常、雇用主および従業員間の契約とはみなされない。そのため、従業員ハンドブックの方針およびガイドラインは、雇用主の裁量で修正または変更することができる。以下は、従業員ハンドブックによく記載されている主要なトピックのリストである。

イントロダクション

- 均等な雇用機会
- 障がいへの対応
- ハラスメント防止
- 移民改革統制法(Immigration Reform and Control Act)
- 新入社員の試用期間

従業員の給与およびタイムキーピング

- 時間記録

- 給料日
- 時間外労働
- 人事考課

休暇およびその他福利厚生

- 健康保険
- 祝日
- 有給休暇
- 病気休暇
- 陪審員義務休暇
- 投票休暇
- 兵役休暇
- 慶弔休暇

職場における方針

- 出勤および時間厳守
- 行動基準
- 是正措置
- 出張／経費精算
- 電子メールおよびその監督
- 会社情報の保護
- 利益相反／倫理規定

職場における安全

- 定期的な清掃
- 職場における暴力
- 職場における武器持ち込み禁止
- 薬物およびアルコール乱用

米国法ワンポイント : 職場で表面化した問題を考慮し、また州や地域の法律の変更に対応するため、2～3年ごと(またはそれより頻繁)に従業員ハンドブックを見直し、更新・改訂することを推奨します。ここ数年、さまざまな病気休暇および休職の提供を企業に義務づける州および市が増加傾向にあることから、このような見直しが重要となります。

C. 米国における従業員福利厚生

米国企業の多くは、従業員を惹きつけるために、団体保険および退職金制度等の福利厚生パッケージを提供している。最も一般的な福利厚生は、団体生命保険、団体医療保険および団体歯科保険等である。また、妊娠や交通事故等、仕事に起因しない病気や怪我をした場合に、賃金の一部を補填するための短期・長期障がい保険を提供する企業もある。さらに、企業の成長に伴い、任意加入の保険(生命保険、がん保険、ペット保険、法的サービス等)を充実させ、給与天引きで従業員が加入できるようにしている企業も多い。

これらの保険に加え、従業員のために 401(k)退職金制度等の退職金制度を提供している企業も多い。401(k) プランとは、従業員が退職後の生活資金を貯蓄できるように支援するプランである。通常、従業員は賃金の一定割合を繰り延べ、あらかじめ選択した投資手段(株式、債券、マネーマーケット等)に投資することを選択する。多くの場合、企業は従業員の繰り延べ額に対し、報酬の一定割合を上限として上乘せを行う。401(k) プランが最も一般的な退職金制度である一方で、その他の退職金制度も検討可能である。

団体保険に加入するためには、2 名以上の従業員が必要なため、新規に設立した会社では、団体保険制度および／または退職金制度が導入されるまでの間、当初の従業員に保険金および退職金を支給し、各自で保険に加入してもらう必要がある場合がある。会社の成長計画にもよるが、このような支給は、(1) 従業員の加入が可能な制度を会社が導入する日、または (2) 従業員の解雇日のいずれか早い方に自動的に終了する旨を初期の従業員のオファーレターに明記する必要がある。

米国法ワンポイント👉：団体保険および退職金制度は複雑で、連邦法や州法の適用を受けるため、各企業においては、保険ブローカーまたは退職金制度の専門家に依頼し、企業の意思決定を指導してもらうことをお勧めします。保険ブローカーおよび退職金制度の専門家は、市場はもちろん、あらゆる保険および退職金制度提供者(provider)における制限・要件について熟知しています。たとえば、保険会社によっては、新規に設立され、米国でのビジネス歴のない会社には保険加入を認めないところもあります。

D. 労働組合についての検討

1935 年に制定された全国労働関係法(National Labor Relations Act (NLRA)) は、従業員および民間企業間の労使関係を規制する米国連邦法である。米国では他国と異なり、労働組合は監督者および管理者を代表せず、連邦法も監督者および管理者の保護または権利の付与は行っていない。また、日本と異なり、米国ではほとんどの組合が経営者側と係争関係または対立関係に立つ傾向がある。

NLRA は、ほとんどの民間企業の従業員が、自らの利益を代表する組合を組織し、団体交渉を行う権利を保障している。全米労働関係委員会(National Labor Relations Board)(以下、「委員会」という)は、従業員が組合に代表されるか、またどの組合が従業員を代表するかを決定するために、従業員の選挙を実施する。NLRA はまた、組合に属さない従業員が、賃金、労働時間、労働条件について話し合い、報告し、不満を述べ、改善するために協調して保護活動を行う権利、またはこれらの活動を行わない権利を保護している。さらに、NLRA は、雇用主および組合の両者が、これらの活動に従事する従業員の権利および雇用条件を定める契約のために誠実に交渉する権利を妨害、抑圧、制限することを禁止している。最後に、NLRA は雇用主および労働組合が従業員の権利行使に対して差別や報復を行うことを禁止している。委員会は、不当労働行為に従事する企業および組合の両者を提訴することによって、これらの法律を執行する。

組合員数は年々大幅に減少しているものの、委員会が実施する選挙の大部分では組合が勝利し、従業員を代表するに至っている。したがって、新規に設立された企業はもちろん、既存の企業にとっても、組合は引き続き検討事項の 1 つとしてある。組合は、そのアプローチを洗練させ、しばしば特定の地域または産業に組織活動を集中し、監督者および管理者の行動および決定によって生じた安全やその他の問題を利用する。また、組合は、(生産、メンテナンス、出荷および入荷の全従業員といった)従業員全体(ユニット)を代表しようとする場合もあれば、出荷および入荷の従業員のみといったより小さなグループ(マイクロユニット)を代表しようとする場合もある。組織化をより小さな従業員グループに限定することで、組合は団体交渉のために従業員の代表として選出される可能性を高めることができる。選挙日に、従業員は無記名で組合代表についての賛否を投票する。「賛成」投票は組合代表への投票であり、「不賛成」投票は組合代表への反対票である。勝利するために、組合は投票資格のある従業員の全てから「賛成」票を獲得する必要がある。

米国に拠点を置こうと考える雇用主の多くは、第一ステップとして、拠点設置の各候補地における組合活動の程度を判断し、それらの比較を試みる。これは立地選定プロセスの重要なステップである。地域およびすでに組合が結成されている雇用主の割合を理解することにより、新規に設立された企業は組合結成の可能性を把握することができる。同じ地域の雇用主らは同じ労働力を求めて競争しているため、労働組合がある会社での勤務経験を有する従業員を雇用する可能性は避けられないかもしれない。元組合員は、必ずしも組合結成運動および組合加入に賛成しないかもしれないが、そのリスクは否定できないため、考慮する必要がある。いずれにしても、不満を抱えた従業員が、インターネットやソーシャルメディアを通じて組合を見つけることは、米国内のどこでも可能といえる。

従業員の雇用を完了した企業においては、定期的に組合活動の可能性または潜在性を判断するとともに、管理者およびマネージャーに対して組合回避のトレーニングを実施する必要がある。下記は、従業員が組合による代表を求めている可能性を示唆する一般的な警告サインである。

□ 組合承認(会員)カードの提示

- 従業員が自らを「代弁者(spokesperson)」と名乗る
- 従業員が集まって、賃金、福利厚生または労働条件について不満を口にしている
- 上司が現れると話をやめる従業員グループがいる
- 従業員が様々な連合体を形成しているように見受けられる
- 組合がある会社の福利厚生について従業員から質問される
- 会社の敷地内で見知らぬ人が従業員と話している
- 会社に通じる路上で見知らぬ人が資料を配る

最も重要なことは、「Issue-Free Workplace is a Union-Free Workplace（問題のない職場は、組合のない職場）」であることである。したがって、会社が組合回避策を理解し、計画し、実行するのが早ければ早いほど、組合のない職場の維持に繋がる。

労働組合が従業員の組織化を推し進める際の方法の 1 つとして、会社に「労働平和協定」(Labor Peace Agreement (LPA))。中立協定とも呼ばれる)を締結してもらうことが挙げられる。組合は、組合の組織化を容易にする一定の条件に会社が同意することと引き換えに、ピケ、抗議行動およびストライキを行わないことに同意する。多くの場合、LPA は、経済開発やその他の政府プログラムのためのプロジェクトに関与している政府機関によって求められる。たとえば、企業が地域社会に新しい雇用を創出するために推進している施設の建設やプロジェクトの完成を目指し、政府の補助金、インセンティブ、税額控除等の援助を申請する場合がある。LPA は、組合、政府機関および企業に対して、深刻な労働争議を回避する可能性の高いプロジェクトの実施を保証することができる。

NLRAによると、企業が労働組合を従業員の代表として認め、労働組合と契約を交わすには、まず従業員の過半数が労働組合を代表として選ぶ必要がある。そのため、LPA には、組合を代表として選ぶよう組合が従業員を説得しやすいように、下記のような条件が盛り込まれている。

- 企業は、組合または組合を支持する従業員について否定的なコメントをしないことに同意する。
- 企業は、労働時間または非労働時間中に企業の敷地内で組合が従業員と面会することを許可することに同意する。
- 企業は、無記名投票による選挙を行わずに、組合を従業員の代表として自主的に承認することに同意する。

LPA に記載できる条件は、州法および自治体の条例でも規定されていることに注意が必要である。少なくとも 11 の州の政府機関にはそのような法律がある。たとえば、カリフォルニア州では、大麻販売のライセンスを希望し、従業員を 20 人以上雇用する企業は、労働平和協定に署名する旨の公証済みのステートメントを提出しなければならない。ニューヨーク市では、建設会社および下請業者は、市政府と契約を結ぶ条件として、労働平和協定に署名しなければならない。

このようにすることで、組合および企業は連邦政府との関わりを避け、速やかに契約条件の交渉に入ることができる。会社側におけるこうした約束と引き換えに、組合はストライキやピケまたは混乱を起こさないことを約束する。政府および会社にとって、LPA はプロジェクトをより迅速に進めることを可能にする。しかし、この場合、従業員は組合に関する十分かつ正確な情報を得られず、組合による代表について事実に基づく意思決定ができない可能性がある。

建設プロジェクトに関して、労働組合および政府は、建設会社に「労働プロジェクト」協定の締結を求めたり、要求したりすることがある。この種の協定は、建設プロジェクトが短期間のプロジェクトであることをかんがみて、建設業界の企業にとってのみ適法とされている。したがって、連邦法では、建設会社は、(a)プロジェクトの期間中、または(b)従業員が組合による代表を終了する旨の投票をするまで、組合を承認することができる。連邦法上の 2 つの異なる条項により、建設会社および組合間には 2 種類の契約および法的関係が生まれる。前者においては、組合は従業員の代表として組合を選択するよう従業員を説得する必要はない。組合は、従業員が知らないうちに、また会社が最初の従業員を雇用する前であっても、従業員を代表する。会社は、労働プロジェクト協定の文言を精査し、協定の対象期間の長さを判断する必要がある。したがって、これら全ての組合問題に対処するにあたり、会社においては、該当分野の法律には独自のルールがあることを理解する必要がある。また、法律を理解し、最適な戦略を実行する上で、法律専門家からのアドバイスは特に重要となる。

米国法ワンポイント : ほとんどの雇用主は(組合が結成されているか否かを問わず)全国労働関係法の適用を受けます。したがって、組合が結成されていない雇用主であっても、同法の目的および保護を理解し、組合のない職場を維持するための管理監督者向けのトレーニングを定期的実施することを推奨します。

E. 新型コロナウイルス(COVID-19)関連

2020 年 3 月以降、米国の全ての雇用主は、連邦、州および地域のさまざまな政府当局が発行する多くの新型コロナウイルス規則および規制を遵守することが求められている。そのような規則には、マスク着用、ソーシャルディスタンスの取り方、隔離の必要性および様々な傷病手当金の規則等が含まれている。ワクチンの導入に伴い、連邦政府においては、連邦政府の請負業者、医療関係者および従業員 100 人以上の雇用主に対してワクチン接種の義務づけを試みたものの、ほとんどのワクチン義務化は、いくつかの州裁判所および連邦最高裁によって不適切と判断されるに至っている。しかしながら、雇用主は、新型コロナウイルス対策に関わる最新ガイダンスにつき、連邦政府および州政府機関の動向を引き続き注視する必要がある。

F. リモートワーク／在宅勤務

新型コロナウイルスによるパンデミック前におけるリモートワーク／在宅勤務の取り決めは、限られた一部の従業員にのみ許可されていた。従来のリモートワーク／在宅勤務の取り決めの根拠としては、間接費および運営費の削減、新入社員獲得のための採用手段、通勤費の削減、従業員のストレス軽減、従業員の生産性向上／ワークライフバランスの改善等があった。パンデミック下のリモートワークへの取り組みが2年目を迎えた今、リモートワーク／在宅勤務を長期的な選択肢として評価する雇用主も出てきている。ある雇用主は、従業員がオフィスに戻ることはないだろうと考えている。一方、週に2～3日だけオフィス勤務を調整する企業もある。長期的または恒常的なリモートワークを許可するかどうかは、各雇用主が個別の事情を踏まえて判断するものといえる。

従業員に長期的または恒常的なリモートワークを認める場合、雇用主側の期待を明確化するために、雇用主は書面による方針（ポリシー）を導入するか、または対象となる各従業員と合意書を締結する必要がある。リモートワークに関するポリシーには、次の事項を盛り込むべきである。

- どの従業員がリモートワーク可能かの定義
- 具体的な申請・承認プロセスの提示
- 従業員の責任および従業員への期待に関する詳細
 - 勤務時間およびその記録方法
 - 勤務時間中に連絡可能な体制であること
 - 上司との連絡頻度の確認
 - 会社の設備および機密情報の保護
 - ワークスペース、家具、コンピュータ、プリンター、電話機の設定
 - 全ての会社所有物の使用および返却に関わる条件
 - 従業員負担の費用の定義
- 従業員に提供されるテクニカルサポートの確認
- 会社はリモートワーク／在宅勤務の許可を取り消す権利を保持していることについて全従業員に喚起

米国法ワンポイント  コロナ禍では、多くの従業員が長期間リモートワークを行い、リモートワークの恩恵を受けた（不動産コストの削減、全国規模の採用など）企業も多々あったことから、各企業においては、リモートワークに関する見解を作成し、従業員および応募者に提示することを推奨します。企業風土に合った明確なポリシー（リモートワークの可否）を持つことで、採用担当者は応募者からの質問に対して、熟考されたリモートワークの可否の理由を答えることができるようになるでしょう。

G. 生産性の高い従業員を確保するには

米国には、年齢、性別、出身国、身体障がいおよび他の保護されるべき分類等の要因に基づき、雇用主が従業員の採用、昇格、報酬支払および／またはその他雇用条件について差別をすることを禁じる連邦・州・地方自治体レベルの数々の法律が存在する。これらの法律は、当該法律に基づいて法的請求を行ったり、または保護を求めたりする従業員や応募者に対する雇用主の報復も禁じている。

従業員は、役職または業種に関係なく、会社のコアバリューおよび自らへの期待を理解することで、最大限に力を発揮することができる。そのため、マネージャーは、会社のコアバリューおよび信念を言語化する能力が必要である。従業員は、会社が何を目標しているのか、そして自分が会社の計画にどのように適合しているのかを理解しなければならない。さらに、従業員の直属の上司は、従業員が達成すべき個人目標および期待値を毎年提示する必要がある。このような目標および期待は、従業員の人事考課を行う際のツールとなる。従業員は、明確な個人目標および期待を提示されることで、会社が自身にどのようなパフォーマンス(仕事ぶり)を期待しているのかを理解することができる。多くの場合、会社はパフォーマンスの低さを理由に従業員を解雇する意向を示すが、こうした会社の中には、会社が何を期待しているのかについて従業員に一度も伝えたことがない会社も珍しくない。

従業員のパフォーマンスを向上させ、会社が目標を達成できるようにするため、マネージャーは少なくとも年に一度、各従業員と面談し、前年度における従業員のパフォーマンスを正式に評価する必要がある。さらにマネージャーは、年間を通じて定期的に従業員と面談をし、従業員が各自の目標達成に集中しているかどうかを確認するとともに、質問および懸念事項を提起する必要がある。定期的に面談を行うことで、マネージャーおよび従業員においては、人事考課の対象期間が終了する前に、パフォーマンスおよび期待値の調整が可能となる。

H. 新規に設立された企業にありがちな5つのミス

業種を問わず、米国での事業展開を目指し新規に設立された企業は、従業員を募集・採用する際に、雇用に関する同じミスを繰り返す傾向にある。下記は、ありがちな5つのミスをまとめたものである。

1) 初社員症候群(First Employee Syndrome)―手厚すぎる福利厚生

米国市場への参入を何ヵ月または何年もかけて計画した後、多くの企業は最初の従業員を雇用し、事業を開始しようと躍起になっている。時には、最初の従業員の雇用に躍起になるあまり、従業員に期待する職務および責任に対して過度に手厚い手当や特典を含むオファーレターや雇用契約書が交付することがある。また、給与またはボーナスの体系が役職に見合っていなかったり、従業員に有利な退職金の文言や住居費、および／または家族の旅行費用等が提供されていたりすることもある。

新規に設立された企業においては、オファーレターまたは雇用契約書を提示する前に、同じ地域内の類似した職種の給与および福利厚生に関する調査情報を入手することをお勧めする。さらに、主な給与、ボーナスおよび福利厚生の概要を記したタムシートを提示し、合意した雇用条件について法律専門家からドラフト(草案)を作成してもらうことを推奨する。そのようにすることで、オファーレターまたは雇用契約書を交付する前に、それらの文書の内容が現地の遵守事項に対応し、会社の意図が明確にされていることを法律専門家から確認してもらうことができる。ちなみに、意外にも、会社設立後に最初に雇用する従業員が長期雇用されていないケースも珍しくない。

2) 不明確な職務内容－職務記述書

従業員の採用時、会社は従業員に期待する職務内容を明確に提示することが重要である。職務内容は、通常、主要な責任分野をまとめた職務記述書 (job descriptions) を介して従業員に伝えられる。職務内容には、国内外への出張、残業または週末のオンコール等、業務に関連する要件も含まれる。企業の多くは、従業員が職務上の肩書きだけで自分の職務を理解していると誤解している。たとえば、ナショナル・セールス・マネージャーのポジションに関し、企業側は、米国内全ての販売に対して責任を持つポジションであると認識し、新たに雇用したナショナル・セールス・マネージャーもそう理解していると考えている。これとは対照的に、ナショナル・セールス・マネージャー自身は、自社製品のマーケティングのみに責任があるものと考えている。明確な職務および責任を提示しなかったばかりに、経営陣が従業員に不満を抱くことはよくあることである。このような問題を回避するには、各企業において、採用時はもちろん、雇用期間中に職務内容が変更する度に、従業員に対して主な職務および責任を明記した書面を提供することが肝要である。

3) 従業員分類－各雇用主の責任

連邦公正労働基準法 (Federal Fair Labor Standards Act (FLSA)) は、米国の従業員に対する給与支払について規定している。米国では、会社は、FLSA の目的において、全ての従業員を、時間外勤務手当支払い対象からの「適用除外(exempt)」または「適用対象(non-exempt)」のいずれかに分類しなければならない。さらに、時間外勤務手当支給法を州レベルで定めている州もある。多国籍の会社にとっては、米国と日本の基準が異なることから、どの従業員を「適用除外」とみなすかを理解するのが非常に難しいことが多い。一般的に、米国では、1 週間の勤務期間の合計勤務時間が 40 時間を超過して勤務する全ての従業員に対し、その超過分について、最低賃金および時間外勤務手当(通常の時給の 1.5 倍の支給率)を支給しなければならない。しかし、特定の従業員は、その(時給ではなく)月給および職務内容に基づき、時間外勤務手当の条件の適用から「除外」される。

従業員が、幹部職、管理職または専門職の適用除外により「適用除外」従業員とみなされるには、次の 2 つの条件を満たさなければならない。第一に、従業員が月給ベースで給与支払を受けていること。

月給ベースでの給与支払とは、実際の勤務時間数または仕事の質等により金額の調整(控除)をすることなく、各支給期間にあらかじめ決められた金額の給与を支払わなければならないという意味である。

第二に、従業員が、会社を代表し自らの裁量と判断の下、手作業(肉体労働)以外の特定職務に主に従事していること。たとえば、製造作業を担当する従業員は「適用対象」従業員とみなされるため、1週間に40時間を超える全ての勤務時間は、時間外勤務となる。一方、会社のマネジメント・チームのメンバーは、ほとんどの場合、時間外勤務手当の適用から「除外」されるとみなされるため、同チームのメンバーである幹部職・管理職の従業員において1週間の合計勤務時間が40時間を超えたとしても、会社には時間外勤務手当を支払う義務は生じない。

外部の販売スタッフおよびコンピュータ専門家については、幹部職・管理職とは別に「ホワイト・カラー」としての適用除外があり、こちらも適切に分類することが非常に重要である。会社が適切な分類と給与支払を怠れば、会社に相当額の賃金や罰金や課徴金が課されることがある。

4) 月払い一月2回払いが安全

従業員への支払いは一見簡単そうに見えて、しばしば問題が生じる。多くの国では、従業員の給与は月に一度であるが、米国における給与支払いは、各州の賃金支払い頻度に関する法律に基づいており、ほとんどの州は、従業員に少なくとも月2回の支払いを義務づけている。賃金・労働時間の計算上、「適用除外」従業員とみなされる場合、月給制を認めている州もあるものの、より安全な方法は、全ての従業員に月2回に分けて支払うことといえる。

5) 試用期間—素早い決断を

採用後、試用期間(通常3ヵ月)は、企業にとって決断力が必要な期間である。米国では、特定の雇用期間について明示的契約を締結していない限り、雇用主との雇用関係は任意雇用(at-will)とみなされ、雇用主は、理由の有無にかかわらず、いかなる理由により、または一切理由がなくとも、従業員を解雇することができる。このような試用期間は、雇用主が従業員について評価し、必要とされる職務能力が従業員にあるかどうかを判断する上で最も重要な期間といえる。多くの企業は、試用期間中に従業員の欠点について措置を講じたり、適切な評価を行ったり、記録したりすることを躊躇する傾向にあるが、対応が遅れ、時間が経てば経つほど従業員を解雇することが困難になる。したがって、新規採用従業員がその任務を果たすために必要とされる学歴、トレーニング経験または能力がないと会社が判断した場合は、最初の試用期間の終了時までには従業員を解雇することが最善とみなされることが多い。試用期間中に職務を遂行できない従業員は、たとえ長期間雇用したとしても、パフォーマンス(仕事ぶり)における目標を達成できない可能性が高いといえる。

I. 総務／新規雇用チェックリスト

米国での事業展開を計画する企業の中には、米国で事業を行う際の要件およびリスクについて明確に理解していない企業も多い。下記は、雇用関係の確立および文書化に役立つ新規雇用のチェックリストである。

- 各従業員の人事ファイルの作成
- 従業員による署名済みオファーレター、雇用契約書およびその他文書の収集
- 従業員の税務フォーム（連邦および州のフォーム W-4）の収集
- 各従業員が米国で就労資格を得ていることの確認（フォーム I-9）
- 従業員への福利厚生制度加入情報の提供
- 連邦法または州法で求められる通知の提供
- 賃金支払のための従業員の口座情報用紙の入手
- 従業員ハンドブックの配布、受領証の受け取り
- 従業員に必要な、従業員が希望する、または従業員の職務に応じたトレーニングの提供
- 必要機器およびその使用方法の提供

オリエンテーションは、雇用主および新入社員の双方が完了しなければならない様々なイベントまたはタスクで構成されている。税務フォーム、フォーム I-9 の記入および福利厚生の加入手続には全て期限があるため、従業員の入社後 3 日間はこれらの作業を優先すべきである。総務／人事の担当者は、必要な、または時間的制約のある作業を見落とさないよう、包括的な新規雇用チェックリストを作成するか、または入手する必要がある。新入社員の入社手続は、会社がどのように運営されているかを知る最初の機会であるため、新入社員の入社手続を組織的、効率的、かつ慎重に行うことで、会社について良い第一印象を与えることが重要となる。

8. 外国人労働者の雇用(ビザ申請手続)

• ケース・スタディ

TM USA では、米国の現地従業員の採用が完了し、日本の TM Corporation 本社からの経験豊富な従業員の派遣を必要としている。TM USA に派遣される従業員は、米国市場での営業・技術面でのサポートを行うことになる。TM Corporation は、現在 TM Corporation に勤務している日本人 1 名およびドイツ人 1 名を、それぞれ米国での事業開発マネージャーおよび電気技術者として任命した。日本人事業開発マネージャーは 9 カ月前から、ドイツ人電気技術者は 5 年前から、それぞれ TM Corporation に勤務している。TM USA は、これらの人材がすぐにも仕事を開始できることを望んでいる。

- A. 外国人労働者を米国に派遣するにあたり、最も適切なビザは何か。
- B. 適切なビザ取得のために TM USA が取るべきステップは何か。

• キーポイント

日本の親会社が米国で事業を設立・運営するにあたっては、経験豊富な従業員を米国子会社に派遣することが重要になることがある。外国人労働者の雇用を希望する米国子会社にて検討可能なビザカテゴリとしては、いくつかのオプションがある。どのカテゴリが適切であるかは、雇用主のニーズおよびビザ申請者個人の適性によって決まり、各ビザにはそれぞれ利点および制限がある。次の表は、米国に進出する日本起業によって最も頻繁に申請される非移民就労ビザの概略を示したものである。

[表 8]

最も多く利用される非移民就労ビザ

ビザの種類	目的	必要条件
ビザ免除プログラム	ビザ取得なしで米国に 90 日までの短期間の出張が可能。米国入国前に全ての要件を満たし、有効な電子渡航認証システム (ESTA) を取得する必要あり。	有効なパスポート、往復航空券、許容される事業活動の証明が必要。米国での雇用および給与支払いは認められない。
B-1 商用ビザ	外国人が合法的なビジネス活動に従事するために、最長 6 ヶ月間の米国滞在を許可するビザ。ここで定義されるビジネスとは、米国内のオフィスで同僚と会う、トレーニングを受けるまたは行う、ビジネス会議やカンファレンスに出席する、財産を清算する、契約を交渉する、またはその他の正当な理由のある出張等、商業的または専門的な活動を指す。	一般的に、現在の (米国外の) 雇用主によって雇用され、給与を支給されなくてはならない。米国内での雇用は認められていない。ビザ申請者は出張費、食費、宿泊費等の経費を除き、米国内源泉の給与を受け取ってはならない。海外の住居を放棄していないことを証明する必要あり。

<p>E-1 条約貿易駐在員ビザ</p> <p>E-2 投資駐在員ビザ</p>	<p>米国と条約を結んでいる国(日本等)の国民または従業員が、相当額の貿易(E-1)または米国でビジネスへの相当額の投資(E-2)を行うことを目的とする際のビザ。</p> <p>E-1-「貿易」とは、一般的に米国企業および条約国間で交わされる物品、サービス、技術等を指す。相当額の貿易で、主に米国および条約国間で行われるものでなければならない。</p> <p>E-2-「相当額の投資」とは、金額で定義されるものではない。一般的には、事業全体のコストに占める割合が高く、かつ金額的にも大きな投資であることが必要。</p>	<p>企業およびビザ申請者が同じ国籍(かつ条約国の国籍)であり、幹部もしくは管理職として雇用されている、または米国外の効率的な運営に不可欠な専門技能を有していることが条件。通常の熟練または非熟練労働者は対象外。</p> <p>Eビザの利点</p> <ul style="list-style-type: none"> • (Lビザと異なり)海外の適格のある事業体における1年間の雇用を必要としない。 • ビザ申請者は直接海外における米国大使館・領事館にて申請書の提出が可能。 • 米国への転勤を希望する外国人労働者のビザ申請手続が迅速。 • 米国での無期限就労資格を得る余地がある。 <p>Eビザは通常5年間有効。相当額の貿易または投資が継続する限り、更新可能。Eビザ保有者は、米国に入学する度に、2年間の滞在期間が与えられる。配偶者の就労が可能。</p>
<p>L-1 企業転勤者ビザ</p>	<p>親会社、子会社、関連会社、または支店として海外の企業と法的関連性を有する米国企業に対し、専門知識を持つ幹部、マネージャー、または従業員を米国に転勤させることを認めるビザ。</p> <p>米国の雇用主は、米国でビジネスを行っている必要がある。ビジネスの定義は、米国内または海外に単に事務所があるというだけでなく、商品やサービスを定期的、組織的、かつ継続的に提供することを指す。</p> <p>「新オフィス」(米国で1年未満のみ営業しているオフィスと定義される)に転勤する場合、L-1ビザ申請に追加書類が必要。</p>	<p>ビザ申請者は、過去3年間のうち1年間、米国外で米国企業の適格のある事業体(米国外の親会社、子会社、支店、関連会社等)に雇用されていることの証明が必要。</p> <p>L-1ビザの利点</p> <ul style="list-style-type: none"> • 転勤者が企業と同一の(かつ条約国としての)国籍を有していることを必要としない。 <p>マネージャーおよび幹部は合計7年間、専門知識を持つ従業員は5年間更新可能。配偶者の就労が可能。</p>
<p>H-1B 特殊技能職ビザ</p>	<p>一時的に米国で働く専門家が専門職に就くために発給されるビザ。特殊な職業とは、最低でも学士号または同等の学位が必要な職業を指す。該当する職業は、エンジニア、ビジネスおよびコンピュータの専門家等。</p> <p>年間6万5千人の割り当てがあり、さらに2万人のH-1Bビザが米国における大学院卒業生に発給される。毎年30万人以上の応募があり、春</p>	<p>職に直接関連する学位を有していることが条件。</p> <p>雇用主は、その職種の当該地域における平均賃金(労働省が決定)または実際の賃金(雇用主がそのポジション(職位)の給与として決定)のいずれか高い方の金額を支払う必要あり。</p>

	に抽選が行われ、合計 8 万 5 千人の申請者が選ばれる。当選者は、その後 H-1B ビザの申請が可能。	当初 3 年間承認され、延長 3 年間の合計 6 年間更新可能。配偶者の就労は認められない。
H-3 研修生ビザ	米国企業が外国人従業員を、確立した企業研修プログラムに参加させる目的として、一時的に米国に渡航させるために使用される。研修プログラムは、研修生の母国で受けることのできない、座学研修または実地研修の組み合わせの形で提供することが可能。	<p>H-3 ビザの条件</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 提案される研修が、ビザ申請者の母国では受けられない。 2. 事業の通常の運営に属し、米国民および居住者が常時雇用されている職種には、ビザ申請者が配置されない。 3. 研修に付随して必要となる場合を除き、就業しない。 4. 研修は、ビザ申請者が米国外でのキャリアを追求する上で有益であること。 <p>最長 2 年間滞在可能。</p>

TM USA を代理する移民法弁護士においては、どのビザが最も適切かを判断し、ビザ取得を成功に導くために、企業および外国人労働者の資格に関する情報を収集・検討する必要がある。たとえば、上記のケース・スタディでは、TM USA は、E ビザ(日本企業が所有しており、日本国籍であるため)および L ビザ(TM USA が TM Corporation の 100%子会社であるため)の両方で外国人労働者を米国へ転勤させる資格がある。しかし、当該ドイツ人電気技術者は、日本国籍を持っていないため、企業と従業員が同じ国籍であることを必要とする E ビザを取得することはできない。その結果、当該ドイツ人従業員がすぐに取得できる就労ビザは、L-1 ビザのみとなる。ドイツ人従業員は、過去 5 年間 TM Corporation で専門的知識を必要とする職務に就いていたため、L-1 ビザを取得する資格がある。一方、日本人の事業開発マネージャーは、TM Corporation に入社して 9 ヶ月しか経っていないため、1 年以上の継続雇用を前提とする L-1 ビザを取得する資格がない。ただし、日本人事業開発マネージャーは、TM Corporation と同じ条約国としての国籍(日本)を持っているため、E ビザの資格がある。

• 対策

設立されたばかりの企業体である TM USA が、外国人のための非移民就労ビザを取得するには時間を要する。米国事業がどの程度確立されているか、企業のビザ取得資格を裏付ける十分な証拠があるかどうか、外国人労働者の米国外での現在のポジション(職位)・職務内容、および検討する米国でのポジション・職務内容について、入念に法的分析を行わなければならない。外国人労働者を赴任させる必要性が明らかになった時点で、会社は次の措置を講じる必要がある。

- 1) ビザ申請書類準備に取り掛かるために、できる限り早急に弁護士に連絡する。TM USA では、ビザ申請をする前から準備しておくべき事業取引実績および政府機関での登録手続きが多々ある。たと

えば、L-1 ビザを初めて申請する場合には、すでに米国で事業スペースに関して賃貸借契約（リース契約）が締結済みであることを証明しなければならない。また、米国の各政府機関における申請書類の処理時間が大幅に増大していることから、できるだけ早く手続を開始する必要がある。

- 2) 外国企業を親会社に持つ米国子会社は、通常、ビザ申請をする前に、米国での事業運営に十分なコミットメントがあること（オフィス物件の購入またはリース、その他資産の購入またはリース、事業に関する契約の締結、米国従業員の採用等）を示す必要がある。ビザ申請前にこれらの手配・手続がなされていない場合には、ビザ申請が却下される可能性がある。
- 3) 予想される事業成長を示す事業計画を作成する際には、このような（事業の成長に関する）「ストーリー」が、米国政府で当該新事業の成否を判断する際の材料となるため、特に慎重な配慮が必要となる。

米国法ワンポイント : 日本では、ビザ申請は弁護士以外にも行政書士に申請手続を依頼することが一般的ですが、米国では移民法を専門に取り扱う弁護士が申請手続をサポートすることが一般的です。また、日本における L-1 ビザに相当する企業内転勤ビザにおいて、事業所の賃貸借契約書の提示等は要求されていないなど、類似するビザカテゴリーであっても、必要とされる書類は相当に異なる可能性があるため、早めに米国移民法弁護士との相談を開始することが重要です。

9. 知的財産権の保護

• ケース・スタディ

TM Corporation は、「TM」の商標名とデザイン・ロゴを用いて省エネ機器のマーケティング、販売および頒布を開始した。TM Corporation は、当初、同社の省エネ機器の特殊工程について特許権を取得できるかどうか、弁理士に相談していたが、同弁理士から十分な特許性を見出せないという意見を受けたため、日本・米国のいずれにおいても、特許申請を行わなかった。しかし、その特殊製造工程は同社にとって秘密情報かつ財産的価値のあるものであるため、仮に米国の競合他社や他国の低コスト製造業者がこの独自のノウハウを手に入れるようなことがあれば、TM Corporation は市場での競争力を失うことになる懸念している。

- A. 営業秘密および機密情報を保護するためにどのような対策を講じるべきか。
- B. ブランド、ロゴ、パッケージおよびデザインをどのように保護するか。
- C. アイデア、発明あるいは発見に関する特許を登録できるか。他社が既に特許を有している可能性のある新製品を開発したり、新しい方法を使用したりすることを計画していないか。
- D. インターネット・ドメイン名を登録しているか。
- E. 文書、グラフィック、ソフトウェア、オーディオあるいはフィルム資料をどのようにして保護するか。
- F. 知的財産を保護する適切な契約を締結しているか。

• キーポイント

価値のある知的財産権を完全に保護するために、TM Corporation としては、米国でビジネスを行う際に以下のような点について検討することが考えられる。米国では、第三者による企業の知的財産権への異議申立てはかなり一般的であるため、TM Corporation は、知的財産の価値を失うリスクを低減するためにあらゆる手段を講じる必要がある。

A. 営業秘密および機密情報を保護するためにどのような対策を講じるべきか。

営業秘密は、多くの場合、その企業の最も価値ある資産である。州によって定義は異なるが、「営業秘密」とは一般的に、市場、製品、経営、顧客またはその他に関する情報（データや技術も含む）であり、秘密に保つことにより経済的価値を生み出し、秘密維持のために合理的な努力が必要とされる情報のことである。ほとんどの企業が、従業員、サプライヤー、顧客、契約相手方等に定期的に開示または使用させなくてはならない、一定の営業秘密を保持している。多くの日本企業が保有する一般的な営業秘密の例としては、(1)研究開発情報、(2)発明、(3)製造方法・工程、(4)デザインがある。たとえば、TM Corporation は、非常に機密性の高い独自の製造工程を持っている。この製造工程は、米国特許法では保護されないかもしれない

が、第三者や競合他社には製造工程の具体的な方法が不明または「秘密」であるため、保護され得るものであることに変わりはない。したがって、TM Corporation においては、製造工程の機密性を維持することにより、他の第三者がこのような独自の製造工程を複製することは不可能となり、競争上の優位性を維持することができる。しかし、米国法の下では、この価値のある製造工程を「営業秘密」として保護するために、TM Corporation は、下記「対策－営業秘密の保護」の「A. 標準的対策」に記載される特定の手順を実行する必要がある。

米国法ワンポイント : 米国では、営業秘密が一般公開されると、営業秘密の保護は終了します。したがって、貴社の機密情報が営業秘密とみなされ、米国法の下で保護されることを確実にするためには、下記 A. 標準的対策の項目で説明されている特定のステップに厳格に従うことが重要です。

B. ブランド、ロゴ、パッケージおよびデザインをどのように保護するか。

日本企業は、ブランドまたは商標によって一目でそれと分かるようになっていることが多い。消費者が特定のデザインやロゴを見れば、その商品またはサービスに関連する企業を特定することができる。たとえば、日本の消費者は、黒と黄色の「クロネコヤマト」の猫のデザインを見れば、すぐにそのデザインまたはサービスマークがヤマト運輸の宅配便であることを認識する。「商標(Trade Mark)」とは、ある製造者または販売者の商品を他者の商品と識別し、商品の出所を表示するために、米国での商取引において使用される言葉、名前、シンボルその他の手段である。同様に、「サービスマーク(Service Mark)」とは、あるサプライヤーのサービスをその他サプライヤーのそれと識別するために使われる。マークには、言葉や文字(企業名またはキャッチコピー等)に加えて、デザイン、色、音およびにおい等が含まれる。印象の強い商標は、示唆に富む、空想的、または恣意的なものであり、印象の弱い商標は、記述的または一般的なものである。これらのマークの所有者は、一定の制約はあるものの、他者が混同するような同様または類似のマークを使用するのを妨げる権利を持つ。しかし、所有者がこの権利を維持・行使しなければ、その権利が弱まるか、または消失することになる。商標の所有者・使用者はコモン・ローにしたがって一定の限定された権利を持つが(以下に詳述する)、米国特許商標庁 (U.S. Patent and Trademark Office (PTO)) に登録することでより強い保護を得られ、その結果更なる利益を受けることができる。

米国法ワンポイント👉: コモン・ロー商標とは何でしょうか？米国は、正式な商標登録に加えて、コモン・ロー商標制度を採用している点が特徴的です。日本をはじめとする他国では、商標権は商標登録を行うことによって権利を取得します。米国では、商標権者は、商標登録されていなくても、米国内での商標の使用の事実のみに基づいて、商標またはサービスマークについて一定の限定された保護を得ることができます。これは、最初に商標を使用した者が、その商標に対する優先的な権利を有するとみなされるからです。しかし、このような商標の保護は、PTO へ正式に登録された商標と比べるとはるかに限定的なものです。したがって、米国で重要な企業マークの使用または導入を検討している場合は、PTO への正式登録も常に検討する必要があります。

TM Corporation が商標またはサービスマークを有している場合、そのマークを不正に使用したり、混同するほど類似したマークまたはそのバリエーションを使用したりして、同様または類似の商品・サービスを提供する第三者に対し、積極的に権利を行使すべきである。場合によっては、TM Corporation が認識している侵害者に対して権利を行使しない場合、TM Corporation はその商標およびサービスマークに関する権利を失う可能性がある。上述のように、TM Corporation は、PTO に対してマークの連邦法上の登録を申請することで得られる利点も考慮すべきだろう。たとえば、それらのマークを PTO に登録することによって、それらのマークが、(1) 他のマークと混同するほど類似していない、(2) 関連した商品およびサービスについては、派生的あるいは独自の意味を持つ、(3) 登録者によって所有されている、(4) その商品またはサービスに関してはその登録者のみが使用できる等の強力な証拠となり得る。さらに、登録しておけば、当該登録商標が、連邦裁判所における商標侵害訴訟において、利益および経費や弁護士費用を回復し、懲罰的損害賠償請求を行うための基礎となる。

TM Corporation は、会社の新しいマークの推進および使用に多大な投資をする前に、そのマークを使用できるのか否かを網羅的に調査確認すべきである。調査の結果、連邦登録が可能であると確認できれば、PTO に商標登録の申請をすることができる。その後、PTO がそのマークの登録が可能か否かを決定し、最終的に登録証明書を発行する。登録証明書が発行されるまで、商標所有者は、その商品に関連してマークを使用するときは「™」シンボルを、サービスに関連して使用するときは「SM」シンボルを表示すべきである。なお、商標所有者が連邦登録申請をしないと決定した場合でも、その商標やサービスを示すために「™」または「SM」シンボルを表示することに留意されたい。「®」シンボルは、PTO が最終的に申請されたマークを正式に承認した場合、つまり Registered(「登録」)された場合においてのみ使用することができる。連邦登録を受けた商標の使用に際して、「®」シンボルを適切に表示することを怠れば、第三者による侵害の

疑いがあった場合に TM Corporation は商標権者としての権利を行使できなくなる可能性があることに留意すべきである。

米国法ワンポイント👉: 現在の PTO における商標の処理期間は、およそ 6 ヶ月から 1 年です。新しい商標、サービスマークまたはブランドで米国市場に参入することを検討している場合、商標登録およびビジネスの米国参入のタイミングを合わせられるように、迅速に商標の登録申請を行う必要があります。また米国内の州際商業で商標を使用していない場合には、使用意思の申請を行うことができません。しかし、登録は必要な使用が行われた後でないと発行されません。

C. アイデア、発明あるいは発見に関する特許を登録できるか。他社が既に特許を有している可能性のある新製品を開発したり、新しい方法を使用したりすることを計画していないか。

「特許」とは、発明品を製造、販売あるいは使用する独占権を、その発明者または製造者へ付与することである。PTO は、特許出願を審査し、とりわけ発明に新規性、実用性および非自明性（関連技術分野における通常の技術を持った人の視点から判断される）があれば、特許を認める。実用特許 (Utility Patent) が最も一般的なタイプで、その中には 4 つのカテゴリーとして、「プロセス」、「機械」、「生産物」および「組成物」がある。実用特許の有効期間は出願から 20 年であるが、特許の種類および出願日によっては異なることもある。さらに、新規かつ非明白で装飾的な製作品には意匠特許があたえられ、その特許の有効期間は発効から 14 年である。

TM Corporation において米国で新製品を導入もしくは開発したり、または新しいプロセスを使用したりする計画がある場合には、多大な投資をする前に、その特許性とそのような活動が他の特許権を侵害することがないかどうか調査すべきである。

米国法ワンポイント👉: 米国には、知っておくといふ制定法上の重要なルールとして、「1 年ルール」があります。「1 年ルール」とは、発明の公の使用、発明の販売または販売の申し出、あるいは発明を記載した刊行物から 1 年以内に特許出願をしなければならない、というものです。出願人がそれらから 1 年以内に発明の特許出願をしなければ、出願人は将来特許出願をすることができなくなる可能性があります。

D. インターネット・ドメイン名を登録しているか。

企業のウェブサイトは、顧客と繋がるための最も効果的な方法となり得る。近年では、商品またはサービスを探す際に通常、インターネットを使う。TM Corporation がウェブサイトを持つには、まず Network Solutions、GoDaddy または Google 等のドメイン名登録事業者にドメイン名を登録する必要がある。インターネットの「ドメイン名」とは、コンピューターのホストサイト、ホームページあるいはウェブページを識別するための電子アドレスである。簡単で、論理的かつ覚えやすい電話番号が企業ツールとして役に立つのと同様、ドメイン名は、顧客やその他の人達が製品あるいはサービスをインターネット上で簡単に見つけ出し、それらを容易に覚えてもらうためにますます重要になっている。状況によっては、競合企業等による使用を妨げるための防御的な手段として、関連するドメイン名を登録・維持することが有益である。また、魅力的なドメイン名を巡る競争は増えてきており、ドメイン名が他社により取得済みであったり、第三者により購入されたりする事例も増えてきている。そのため、各企業は重要または適切なドメイン名を、そのドメイン名のバリエーションも含めてできるだけ早く、かつ幅広く登録すべきである。また、もし他の企業が TM Corporation の企業名、トレードマークまたはサービスマークを含むドメイン名を使用している場合は、その企業に対して、商標権侵害を主張することができる可能性がある。

米国法ワンポイント : インターネットを通じて、商品およびサービスを販売する企業が増えてきています。たとえば、amazon.com は、同社が主にオンラインで消費者に商品を販売するために使用するウェブベースの、電子商取引のウェブサイトです。消費者によく知られるようになったウェブベースの電子商取引ビジネス(たとえば、Rakuten.com)を持つ場合、他の第三者による使用からドメイン名を確実に保護するために、PTO に当該ドメイン名を商標として登録することを検討されることをお勧めします。

E. 文書、グラフィック、ソフトウェア、オーディオあるいはフィルム資料をどのようにして保護するか。

TM Corporation は、米国の著作権法の下で保護されている資料を保有している可能性が高い。たとえば、製品またはサービスの販売促進に関連して TM Corporation が使用するマーケティング資料、パンフレットおよび写真等は、著作権によって保護されている。「著作権(コピーライト)」とは、具体的な形で表現された、固定された、あるいは複製できる原著作物に対する保護形態である。文芸、グラフィック、オーディオ・ビジュアル、建築、音楽、舞踊術等の作品が著作権の対象となり、コンピューター・プログラムやソフトウェアも含まれる。一般的に、著作権による保護により著作権者は、その作品を複製したり、その作品に基づく派生的作品を作成したり、その作品のコピーを流通させたり、その作品を公に実演したり、公に展示したりする独占的な権利を有する。著作権によって表現形式は保護されるが、アイデア、発見、概念あるいは法則が保護されることはない。

著作権による保護は、法律적으로는、表現作品が創作された時点で創出される。著作権の保護期間は作品の創作状況によって、最初の出版後 95 年間、作成から 120 年間、さらに著者の没後 70 年間に分けられる。義務づけられてはいないが、著作権者は保護されている創作物に著作権保有の事実と日付を記入すれば、米国著作権局に著作権を登録することができる。こうした表示により、侵害者が侵害の意図がないと主張することを防ぎ、また著作権の登録によりその帰属が明白になるため、著作権者が侵害訴訟を起こした場合に、一定の法定損害の賠償や侵害による弁護士費用を勝ち取ることが可能になる。TM Corporation は、著作権上価値のある作品を特定し、その作品に著作権表示を施し、米国著作権局に登録するかどうかを検討する必要がある。

米国法ワンポイント : ソフトウェアを販売したり、ソフトウェアを製品および/またはサービスに組み込んだりする企業が増えています。ソフトウェア産業は競争が激しいため、企業は自社のソフトウェアを米国著作権局に登録することを検討する必要があります。

E. 知的財産を保護する適切な契約を締結しているか。

TM Corporation は、自社の知的財産を適切に保護するために、どのような基本的な契約書を締結する必要があるかについても検討する必要がある。出発点として、TM Corporation が米国でビジネスを行う上で考慮すべき契約は下記のとおりである。

1. **秘密保持契約書**: 秘密保持契約書は、TM Corporation が様々な用途および状況で使用することができる。秘密保持契約書または「NDA」は、当事者の機密情報を、当該情報の不正な開示から保護するためのものであり、TM Corporation の戦略的パートナー、仕入先、販売業者、さらには顧客との取引で TM Corporation の機密情報の開示が必要となる場合に使用されるべきものである。秘密保持契約書は、米国ビジネスにおける慣習であり、ビジネス関係の開始前に締結されるべきである。
2. **従業員発明譲渡契約書**: 雇用主の多くは、従業員が作成した全ての生産物を雇用主に譲渡する契約書に署名することを従業員に求める。一部の州では、発明譲渡契約書について、(a) 雇用主のビジネス、実際にまたは明らかに予想される研究開発に関連する発明、あるいは (b) 従業員が雇用主の下で行うあらゆる作業に起因する発明を除き、従業員が雇用主の設備、備品、施設または営業秘密情報を使用せず、完全に自身の時間だけで開発した発明には適用されないことを従業員に通知することを含め、一定の要件を満たすよう求める法律を定めている。
3. **ウェブサイトの利用規約**: TM Corporation は、米国で使用するウェブサイトの設定または変更の際に、ウェブサイト利用者のアクセスおよびサイトの使用を規定するさまざまな利用規約を含める必

要がある。ウェブサイトの利用規約は、サイトに含まれる資料の無許可コピーを禁止する等、知的財産の保護のためにも使用することができる。

4. **ウェブサイト・プライバシーポリシー**: ウェブサイトのプライバシーポリシーは、個人情報を含む情報の収集、保存、使用、および開示に関する TM Corporation の慣行についてユーザーに通知するものである。米国では、ウェブサイトのプライバシーポリシーは、下記のようなプライバシーおよびデータセキュリティに関する適用法に準拠する必要がある。(a) 連邦取引委員会法(The Federal Trade Commission Act)(15 U.S.C. §)、(b) 13 歳未満の児童のオンラインプライバシーを規制する児童オンラインプライバシー保護法(Children's Online Privacy Protection Act (COPPA))、(c) 金融機関が保有する個人情報を規制するグラム・リーチ・ブライリー法(Gramm-Leach-Bliley Act(GLBA))、(d) 医療機関等が保有する健康・医療情報を規制する医療保険の相互運用性と説明責任に関する法律(Health Insurance Portability and Accountability Act (HIPAA))、(e) 州レベルの各種プライバシー法等。

● 対策一 営業秘密の保護

A. 標準的対策

営業秘密および機密情報は、会社がその秘密性を確保および維持するため、事前に適切な対策を立てている範囲においてのみ保護されるにすぎない。一般的に、機密情報が一度公知のものになってしまうと、法律上、営業秘密としては認識されなくなる。したがって、次のような標準的対策を採ることが望ましい。

- 1) サプライヤー、戦略的パートナー、下請業者、販売代理店、営業担当者等を含めた第三者(また、適切と考えられる場合は、その従業員、代理人および代表者)との間に、秘密保持契約、開示禁止契約、競業禁止契約(およびその他制限的合意)を締結する。
- 2) 設計図、特注(設計)によるソフトウェアやウェブサイト等、職務著作物やその他制作物の所有権を留保するために、サプライヤーおよび下請業者と契約を締結する。
- 3) 物理的に施設を保護し、必要な状況においてのみ、当該施設への立ち入りを許可する。これには、電子文書をパスワードで保護し、ハードコピーを鍵のかかるファイルキャビネットに保管することを含む。
- 4) 訪問者管理システムを設ける。
- 5) 全ての秘密文書に「秘密文書 (CONFIDENTIAL)」、「機密文書(PROPRIETARY)」または他の秘密情報であることが認識可能な説明文を明記する。

- 6) 使用済み文書および電子メールの処分、破棄をするための規則と手順を定め、遵守する。
- 7) 従業員との間で、秘密保持契約、開示禁止契約、発明譲渡契約、および勧誘禁止契約のほか、必要な場合には競業禁止契約を締結する。
- 8) 会社の営業秘密、その他秘密情報に関するポリシーおよび手続について、従業員に定期的に指導するシステムを設ける。
- 9) 退職する従業員から会社に返却すべき全文書を受け取り、各従業員の秘密保持義務について確認するため、退職者との面接を行う。
- 10) マルチ認証、パスワードによる保護、ノートパソコンの持ち出しおよびコンピュータの使用の制限、暗号化、ワイヤレス・アクセスの禁止およびその他類似のセキュリティ対策等を含む電子手段により、営業秘密の漏洩を防止するための手段を講じる。

B. 商標調査

商号および商標に関して、「TM Corporation」の法人名は適切に登録されたものであったとしても、法人名だけでも第三者の商標を侵害することがある。したがって、法人名を選ぶ前に、商標の点検および侵害がないことの適切な調査を行うことが望ましい。

C. 特許に関する法的分析・調査

TM Corporation が米国で新製品を開発・導入したり、新しい方法を使用したりする場合には、(その他外国での法的分析とは別に) そのような製品や方法の特許性や特許侵害の可能性について、一定の法的分析を行わなければならない。米国では、世界中のどの場所であるかに関係なく、販売、販売の申出または発明の公開から 1 年以内に特許出願をしなければならない。また、秘密保持義務のない者に対し、そのような発明について話したり、出版記事・パンフレット・インターネットの掲載内容等で発明について記載したりすることも公表と見なされる。一方、日本も含めた他国では、ほとんどの場合、特許出願日前に発明を公表することはない。したがって、日本の会社は、米国における特許申請日の 1 年以上前に、特許対象物の販売申出や公表を行うことがないように注意しなければならない。特許出願前 1 年以内に販売の申し出や公表があった場合、それが米国における特許性に絶対的な障壁となり得る。

D. 著作権の表示

著作権対象物に著作権の表示がなかったり、その登録がされていなかったりする場合でも、連邦法の下では、同対象物の創作と同時に自動的に著作権が生じるが、実務上ほとんどの創作者は、その作品(著

作物)に法律上の著作権表示をしている。法律上の著作権表示は、(1)「©」、「Copyright」または「Copr.」というシンボル、(2) 最初に出版(公表)された年、および (3) 著作権者の氏名の 3 つの事項から構成される。

E. 定期的メンテナンス・チェック

一般的な会社の資産価値の相当部分が、無形資産(ある調査によれば S&P500 の価値の 80%を占めるとされる)であるため、(a) 会社の知的財産の種類および価値を具体的に把握し、(b) 知的財産権を取得・保護するために会社が講じている手段の長所と短所を評価し、(c) 第三者を巻き込んだ知的財産権の問題発生を最小限にし、(d) 会社の知的財産のポートフォリオ内の未実施または十分に活用できていない知的財産権を商用化するために、会社の知的財産についての調査や「メンテナンス・チェック監査」を定期的に行うことが望ましい。

10. サイバーセキュリティおよびデータ保護法

• ケース・スタディ

TM USA は、従業員が会社支給のノートパソコンからインターネットを経由して内部ネットワークに接続し、在宅勤務することを認める柔軟なリモートワークポリシーを導入した。ある日、従業員の一人が、取引先からのものと思われる E メールを受信した。同 E メールには、売掛金に関する添付ファイルがあり、従業員は当該ファイルを開封した。後日、TM USA の IT 部門にて、当該ファイルには実行ファイルが組み込まれており、未知の第三者が従業員のコンピュータと TM USA の内部ネットワークにアクセスできるようになっていたことを発見した。結果として、従業員の社会保障番号を含む人事記録が未知の第三者にアクセスされ、従業員が個人情報漏洩の危険にさらされることとなった。TM USA では、次の事項について検討したいと考えている。

- A. TM USA は、上記の不正アクセスに対し、どのような措置を講じるべきか。
- B. 今後、同様の不正アクセスを回避するために何をすべきか。

• キーポイント

- A. TM USA は、上記の不正アクセスに対し、どのような措置を講じるべきか。

サイバー攻撃または会社の IT ネットワークへのその他侵入が判明した場合、会社はまず、さらなる侵入からネットワークを保護するために迅速に対応しなくてはならない。これは、直ちに全てのパスワードを変更し、会社の IT ネットワークにリモートアクセスできないようにすることを意味する。また、不正アクセスの証拠がなくならないよう、できる限り早急に弁護士に相談するとともに、IT フォレンジック調査会社に調査を依頼する必要がある。その結果、従業員または顧客の社会保障番号や銀行情報等の機密情報の漏洩が判明した場合には、会社は、連邦法または州法の下、影響を受ける個人に対して通知する義務を負うかもしれない。

1) 連邦および州のデータ保護法とデータ侵害通知法

EU 一般データ保護規則(European Union's General Data Protection Regulation(GDPR))のような統一データ保護法のある法域とは異なり、米国には、包括的な連邦データ保護法はない。代わりに、州法と連邦法のパッチワーク(寄せ集め)が現在の米国データ保護法を形成している。現在に至るまで、米国のデータ保護法は、各州のウェブサイト・プライバシーポリシー法(カリフォルニア州オンライン・プライバシー保護法(California Online Privacy Protection Act (CalOPPA)等)、各州の一般プライバシー法(カリフォルニア州消費者プライバシー法(California Consumer Privacy Act(CCPA))、ワシントン州の新プライバシー法、イリノイ州バイオメトリック情報プライバシー法(Illinois Biometric

Information Privacy Act)等)、各州データ侵害通知法および特定の種類の情報の保護を定める連邦法を含むいくつかの異なる形を取ってきた。このようにデータ保護に関して異なるアプローチが取られている中でも、データ侵害通知法の導入割合は特に高いものとなり、2020年現在、全50州、コロンビア特別区、グアム、プエルトリコおよびバージン諸島でデータ侵害通知法案が可決されている。データ侵害通知法の目的は、個人に関する特定のデータを取得するエンティティに、漏洩の対象となった個人に対して適時に漏洩／侵害の通知を行う作為義務(affirmative obligations)を課し、場合によっては、州当局への通知も義務づけることにある。

a. データ侵害通知法の下、どのようなデータが対象となるのか？また、「侵害」とは？

データ侵害通知法は、個人の「個人情報(personal information)」または「個人識別可能情報(personally identifiable information)」について定めている。個人識別可能情報は一般的に、個人のファーストネームもしくはイニシャルおよびラストネームと、暗号化されていないセンシティブデータ(たとえば社会保障番号(social security number)、運転免許証番号、銀行口座番号、クレジット／デビットカード番号、医療健康保険情報またはコンピュータ・ユーザー名とパスワード等)の組み合わせと定義される。適用範囲は狭いものの、いくつかの州においてみられる個人識別可能情報の定義からの除外規定として、一般に連邦、州または地方自治体政府の記録から合法的に入手できる情報が挙げられる。

一般的に、「侵害」とは、コンピュータ化されたデータが権限を有しない者により取得され、それにより個人または事業体が保持する個人識別可能情報の安全性、機密性または完全性が脅かされることと定義づけられる。漏洩は、ハッキングによる事業体のコンピュータ・システムへの無断アクセス等のデジタルな手段、または個人識別可能情報を含んだ会社の所有物の窃盗等のフィジカルな手段によって生じ得る。さらに、多くの州において漏洩が認識された場合の「危害のリスク(risk of harm)」分析について定められており、この場合には、危害リスクの認識度が特定基準に達する場合に漏洩に関する通知義務が課されることになる。

b. 侵害通知は誰に送るべきか？いつ通知しなければならないか？

各州のデータ侵害通知法は、当該州の住民を保護する機能を有する。各州のデータ侵害通知法のもとでは、ある州の住民は、当該州の法に従った侵害通知を受け取る必要がある。したがって、全50州、コロンビア特別区およびアメリカ合衆国の海外領土の住民に影響を及ぼすようなデータ漏洩が生じた場合は、各法域の固有の要件を充足する、50以上の異なるバージョンの通知が必要となる可能性がある。さらに、いくつかの州では、一定人数(一般的には500人以上)の州民に影響を与えるような漏洩が生じた場合には、州の司法長官や他の州当局に対する通知が義務づけられて

いる。もっとも、州当局への通知義務を定める州であって、通知を義務づける最低基準値となる住民の数を定めていない州もある。そのような州では、漏洩の被害に遭った住民がひとりしかいない場合でも、州当局に通知する義務があるということになる。

通知のタイミングについては、州ごとに大幅に異なることがあるため、各州で適用される法律を精査する必要がある。通知は、漏洩が生じたことを発見してから、または漏洩があったことの通知を受けてから「可能な限り速やかに、かつ不当な遅滞なく」しなければならないというのが最も一般的な規定である。しかし、いくつかの州では漏洩が発見されてから特定の期間内に通知することを厳格に義務づけており、その場合の通知期間は最短 30 日(コロラド州、フロリダ州、ワシントン州)から最長 90 日(コネチカット州)、最も一般的には 45 日とされている。また、多くの州では、捜査機関による捜査およびデータシステムの完全性の修復に時間を要することによる通知の遅れを許容している。

[表 9]

【主要州別】侵害通知のタイミング
(2022 年 3 月時点)

州	該当法または該当規則	侵害通知のタイミング
ニューヨーク州	New York General Business Law 899-aa and State Technology Law 208	不合理な遅延なく通知すること。司法長官(Attorney General)、消費者保護委員会(Consumer Protection Board)、ニューヨーク州警察(NYS Division of State Police)、および情報技術サービス局(NYS Division of State Police)にも通知する必要あり。
テキサス州	Texas Business and Commerce Code 521.002 and 521.053	可能な限り迅速に通知すること。
ジョージア州	Georgia Code 10-1-912	不合理な遅延なく、可能な限り迅速に通知すること。
カリフォルニア州	California Civil Code 1798:29 and 1798:80	法執行機関における正当なニーズ、および侵害範囲の把握とデータシステムの合理的な完全性の回復に必要な措置に従い、不合理な遅延なく、可能な限り迅速に通知すること。
イリノイ州	815 ILCS 530: Personal Information Protection Act	不合理な遅延なく、可能な限り迅速に通知すること。

c. 通知にはどのような内容を記載するか？

通知に含めるべき内容も州によって異なる。イリノイ州では、通知には、最低限の情報として、3 つの大手消費者報告機関 (consumer reporting agencies) (Equifax, Experian, TransUnion) および連邦取引委員会 (Federal Trade Commission) の連絡先情報、ならびに個人がこれらの機関から詐欺警報 (fraud alerts) とクレジットレポートの凍結を実現するための情報を得ることができることに関する説明を含めることを義務づけている。カリフォルニア州等の他州では、通知の形式および内容に関してさらに詳細な要件が定められている。さらに、カリフォルニア州では、漏洩の影響を受けた個人に最低 12 カ月間無料でクレジット・モニタリング・サービスを提供することを事業体に義務づけており、コネチカット州も、最近、州法を修正し、漏洩の影響を受けた個人に最低 2 年間無料でクレジット・モニタリング・サービスを提供することを事業体に義務づけるに至った。

d. 侵害通知法を遵守しなかった場合の罰則は何か？

各州は、各州のデータ侵害通知それ自体か、他の関連する消費者保護法のいずれかを通じてエンフォースメントを行う。いくつかの州では、適用されるデータ侵害通知法への違反が不当または詐欺的な取引行為とみなされ、州司法長官やその他の政府機関による法執行の対象となったり、事業体に対する民事罰の基礎となったりする。また、州によっては、漏洩(侵害)の被害者が事業体を直接訴えることができる私的訴権(private right of action)を認めている。

B. 今後、同様の不正アクセスを回避するために何をすべきか。

増大するサイバーセキュリティ上のリスクから会社を守るには、小規模企業から大企業まで、各企業で早急に次の措置について検討することが推奨される。

1) IT 脆弱性評価(IT Vulnerability Assessment)の実施

企業においては、オンライン・コンピュータ・ネットワークがどのように機能し、そこにどのような脆弱性があるのか(特に従業員が自宅からリモートで作業することで生じる脆弱性)を把握することが重要である。そして、脆弱性を特定でき次第、速やかに対処すべきである。また、ベンダーから派生する脆弱性についても検討が必要となる。

2) 従業員向けのサイバーセキュリティ研修の実施

オンライン詐欺事件の多くは、従業員を騙して不正な口座に送金させたり、マルウェア(悪意のあるソフトウェア(malicious software))をインストールさせたり、またはパスワードを提供させたりすることを試みるものである。したがって、従業員の「意識」が、オンライン詐欺に対する最強の抑止力の 1 つになるといえる。注意深い従業員がサイバー攻撃から会社を守る最後の砦となることも少なくないこと

から、従業員向けにサイバーセキュリティ研修を定期的実施することは、強力なサイバーセキュリティ・プログラムを構築する上での「鍵」となる。

- 3) **次世代エンドポイントセキュリティソフト(Next Gen Endpoint Security Software)のライセンス取得**
新種のウイルスが発見された後でのみアップデートされる従来のウイルス対策ソフトウェアとは異なり、AI(機械学習)を活用した次世代エンドポイントセキュリティソフトは、より迅速にサイバーセキュリティ上の問題を検知することが可能と言われている。

4) **多要素認証の導入**

多要素認証(multi-factor authentication (MFA))をサポートする全てのシステム、プラットフォーム、およびアプリケーションにおいて MFA を導入することが推奨される。

5) **サイバーセキュリティ保険への加入**

サイバーセキュリティ保険は、サイバーセキュリティ事件(ランサムウェアを含む)の被害に遭ってしまった場合の費用の相殺に役立つものである。しかし、サイバーセキュリティ保険は、通常、標準的な企業保険に加えて別途加入が必要になるもので、別個の引受要件が適用される。したがって、企業においては、実際に被害に遭う前にサイバーセキュリティ保険を検討し、加入しておく必要がある。

5) **会社データの定期的なバックアップ**

サイバーセキュリティ事件の被害者となってしまった場合、重要データが、(ランサムウェア攻撃のように)サイバー犯罪者によりロックされたり、削除されたり、または安全にアクセスすることができない状態にされたりする可能性がある。そのため、企業では、信頼できるプロバイダーを通じて、安全な場所に重要データを定期的にバックアップすることが重要となる。その場合、可能であれば、サイバーセキュリティ事件に対処した後で重要データを迅速に復元することができるよう、オフサイトまたはクラウドにバックアップすることが理想といえる。また、バックアップにアクセスするための認証情報は、プライマリサーバーにアクセスするための認証情報(primary active directory credentials)とは異なるものにすることも検討すべきである。

6) **物理的なセキュリティ対策の維持**

全てのサイバーセキュリティ事件がオンラインで発生するわけではない。機密データが含まれた会社支給のノート型パソコンやストレージデバイス(記憶装置)が従業員の自宅もしくは車、または公共の場から盗まれた場合にも、会社データにリスクを生じさせる可能性がある。会社のデバイスへのアクセスは、強力なパスワードで保護するだけでなく、データの暗号化も講じることで、会社所有物が盗難に遭った際のリスクを軽減することができる。

7) 会社のプライバシーポリシー(方針)の更新

貴社のプライバシーポリシーを更新し、カリフォルニア州消費者プライバシー法(CCPA)などの該当法に準拠させるようにすることが肝要である。こうすることで、サイバーセキュリティ事件が発生した場合に提起され得る請求や損害賠償のリスクを最小限に留めることができる。

8) (万が一、サイバーセキュリティ事件の被害に遭ってしまった場合の)対応計画の設置

全米 50 州の各州では、個人の機密情報への不正アクセスまたはかかる情報の漏洩が発生した場合には、住民にその旨を通知するよう何らかの要件が規定されている。州の通知要件に迅速に従うには、どのような情報が漏洩または不正アクセスの対象になったのか、誰の情報が影響を受けたのか、そしてそれらの個人がどこに住んでいるのかを速やかに特定することが重要となる。それには、サイバーセキュリティ事件が発生する前に、適切な対応計画を設置しておくことが必須といえる。

米国法ワンポイント : サイバー攻撃は、今日のハイテク社会とリモートワーク環境でビジネスを行う上で常在するリスクとなっています。企業においては、サイバーセキュリティ事故の発生を防ぐためのプランを策定するとともに、有事の際には、サイバーセキュリティ事故から生じるリスクと責任を最小限に抑え、迅速にビジネスを再開できるようにする必要があります。IT 脆弱性評価と従業員へのサイバーセキュリティ教育の実施は、不正アクセスからデータを保護するために最も重要な初期的ステップです。サイバーセキュリティ事件が発生した場合、企業は侵害の程度を素早く評価し、連邦法または州法に基づく通知義務を判断するため、前もって対応計画を整備しておくことが肝要です。

11. 契約書の作成および文書管理

• ケース・スタディ

TM USA は、トレードショーで、同社の製品を販売するに当たり、いくつかの有力な顧客候補、ディストリビューターおよび販売代理店を選定した。この数カ月のうちに、同社が製造する省エネ機器の注文書を受け取ることが予測できる。さらに、TM USA は、その省エネ機器と共に販売する供給品と付属品を米国で購入するつもりである。

- A. TM USA は、同社の商業取引を実際に開始する前にどのような主要文書を作成すべきか。
- B. TM USA は、法律上および経済的リスクを回避するために、他にどのような手段を講じるべきか。

• キーポイント

A. TM USA は、同社の商業取引を実際に開始する前にどのような契約書を作成すべきか。

1) 日系企業が一般的に使用する代表的な商業契約書

- a) 秘密保持／開示禁止契約書 (Confidentiality/Non-Disclosure Agreements)
通常、ライセンス(使用許諾)、販売またはその他業務提携等を開始する前の段階で、取引初期の情報交換を行う際に締結する。
- b) ライセンス(使用許諾)契約書 (License Agreements)
一般的には、商品やサービス(役務)を使用・販売・製造したり、または市場に出したりするために、企業秘密、ノウハウ、その他知的財産権を利用するための制限付独占的権利または非独占的権利について定める。
- c) 販売代理店および/または販売店契約書 (Distributor and/or Dealer Agreements)
小売業者またはエンドユーザーに商品を再販する目的で、商品を購入する販売代理店および/または独立販売店との契約。
- d) 販売代理業者契約書 (Sales Representative Agreements)
一定の管轄区域で会社の製品を販売(促進)し、販売手数料を受け取る独立した販売代理業者または代行者を指名するための契約。

e) 販売契約書 (Sales Agreements)

1 または複数の販売取引について規定する基本販売契約。

f) 購入契約書 (Purchase Agreements)

ベンダーおよび開発者との取引も含め、一件または複数の購入取引について定める基本購入契約。

g) 役務契約書 (Service Agreements)

外部コンサルタント等も含め、提供されるサービス・役務について定める基本役務契約。

2) 適切な契約条項の記載

販売契約書、購入注文書、請求書等、自社で作成した標準書式による契約書や文書を利用している会社は少なくない。これらの文書には標準的な「取引条件 (terms and conditions)」が含まれるが、これは契約当事者間で訴訟が発生した場合の費用・経費を削減する上で役立つ。この中の重要条項としては、次のようなものがある。

a) 保証および救済方法／損害賠償の制限

多くの会社は、顧客に対して制限付きの商品またはサービスの保証を定めている。この保証条項の一般的な目的は、顧客が、欠陥商品や不適切なサービスの場合のように、会社の履行に満足しなかった場合における顧客に対する会社の合意の範囲を定めることにある。限定的保証は、それ以外にも、訴訟、とりわけ商取引に関するものにおいて、費用および支出を減らし得るような多くの重要な役割を果たす。

米国全 50 州の法律である統一商事法典 (Uniform Commercial Code (UCC)) は、全ての売主に一般的な保証を課すものであるということを理解することが重要である。売主が、販売において、このような UCC が課す保証を「制限」または削除する唯一の方法は、こうした UCC 上の保証に代わる「限定的」保証を提供することである。

たとえば、米国のほとんどの州法では、欠陥製品を「修理または交換」という限定的保証を提供することによって、本来ならば UCC に基づいて自動的に顧客に付与される広範囲な保証を否定することができる。

このような UCC に基づく「黙示的保証(implied warranties)」は、売主が多額の損害を支払うことを命じられる基礎となり得る。

さらに会社は、限定的保証によって、顧客がその製品を購入または設置してから 90 日または 120 日間等と、特定期間以内に製品の問題を報告した場合にのみ行使できるというように、会社が顧客に販売した製品を修理する義務の範囲や期間を制限することができる。保証条件の中にこのような制限を入れなければ、会社の修理または交換義務はほとんどの米国州法の下で 4 年以上存続することもある。保証条項の例を以下に示す。

サンプル条項： 黙示的保証の制限

WARRANTY SELLER'S WARRANTY HEREIN IS IN LIEU OF AND EXCLUDES ALL OTHER WARRANTIES OF SELLER AND MANUFACTURER (COLLECTIVELY, "MANUFACTURING AND SELLING PARTIES"), WHETHER EXPRESS, IMPLIED, STATUTORY, OR OTHERWISE CREATED UNDER APPLICABLE LAW, INCLUDING, BUT NOT LIMITED TO, ANY WARRANTY OF MERCHANTABILITY AND ANY WARRANTY OF FITNESS FOR A PARTICULAR PURPOSE OR USE.

上記に加え、売主は、欠陥製品についての顧客の救済方法や損害賠償請求を限定する条項を規定することもできる。つまり、顧客が会社に対し、収益および利益の損失、利息または弁護士費用等、「特別な」、「間接的」、または「付随的」損害を請求することを制限できる。また、顧客側の権利の濫用があった場合には、保証を否定したり、保証を欠陥製品もしくはその部品の修理、交換または購入価格の返還に限定したりすることを定めることもできる。以下は、責任制限条項の例である。

サンプル条項： 責任制限

LIMITATION OF LIABILITY IN NO EVENT SHALL SELLER OR THE MANUFACTURING AND SELLING PARTIES BE LIABLE FOR SPECIAL, INCIDENTAL OR CONSEQUENTIAL DAMAGES, INCLUDING LOSS OF PROFITS, WHETHER OR NOT CAUSED BY OR RESULTING FROM THE NEGLIGENCE OF SELLER AND/OR THE MANUFACTURING AND SELLING COMPANIES, UNLESS SPECIFICALLY PROVIDED HEREIN. IN ADDITION, THIS WARRANTY SHALL NOT APPLY TO ANY PRODUCT OR PORTIONS THEREOF WHICH HAVE BEEN SUBJECTED TO

ABUSE, MISUSE, IMPROPER INSTALLATION, MAINTENANCE OR OPERATION, ELECTRICAL FAILURE OR ABNORMAL CONDITIONS, AND TO PRODUCT WHICH HAS BEEN TAMPERED WITH, ALTERED, MODIFIED, REPAIRED, OR REWORKED BY ANYONE NOT APPROVED BY SELLER. PURCHASER'S SOLE AND EXCLUSIVE REMEDIES UNDER THIS WARRANTY SHALL BE LIMITED, AT SELLER'S EXCLUSIVE DISCRETION, TO: (1) REPLACEMENT OF ANY DEFECTIVE PRODUCT OR PART THEREOF; (2) REPAIR OF ANY DEFECTIVE PRODUCT OR PART THEREOF; OR (3) RETURN OF THE PURCHASE PRICE ACTUALLY PAID IN EXCHANGE FOR A RETURN OF THE PRODUCT.

保証および救済方法／損害賠償の制限条項を準備する際には、制定法および判例法の解釈が必要となるため、企業法務において経験のある弁護士に法的拘束力のある「責任制限」条項の作成について相談すべきである。

b) 管轄条項と陪審裁判の放棄

「管轄条項」とは、契約当事者間で訴訟が発生した場合に、会社にとって合理的に簡便な管轄を契約の中で指定して、その管轄裁判所においてのみ訴訟が行われることを定める条項である。この条項にて、契約の相手方当事者もその選択された管轄に従うことに同意することを明定すべきである。

裁判所が常に管轄条項を有効なものとするとは限らないが、ほとんどの裁判所は、適切に作成された管轄の選択に関する条項を有効なものとすると思われる。このような条項が有効とされれば、会社は、社員および弁護士の出張費用および経費を大幅に節約することができる。同時に、相手方当事者にとっては余分な費用が発生するという不利益な効果を及ぼし得る。すなわち、相手方当事者は、出張経費がかかるだけでなく、自社で通常雇用する弁護士以外にも「ローカル・カウンセラー(実際に訴訟手続が行われる地域で資格を有する弁護士)」を雇うための経費も負担しなければならないのである。

多くの裁判所では、当事者が署名した契約書に目立つように陪審裁判の放棄に関する条項が明示されていれば、その条項の執行力を認めることになる。この条項が、相互保証的、すなわち両当事者を拘束するものである場合は、裁判所がその執行力を認める可能性がさらに高まる。しかし、消費者事件とは異なり、商事訴訟事件では、ほとんどの裁判所で、陪審裁判の放棄に関する条項が両当事者を拘束している必要はないと判示している。一般的に、陪審裁判は、判事が事実内容と法律の両方に関する最終的判断権者となる「非陪審裁判 (bench trial)」と比べて、時間が掛かる上に経費も嵩むため、これを放棄する条項があれば、会社は訴訟費

用を削減することができる。また、この条項が強制されれば、会社は、陪審員の選定、陪審員に対する説示書の作成、その他の準備に必要とされる経費も節約することができる。

管轄条項および陪審裁判の放棄条項の例を以下に示す。

サンプル条項：管轄条項および陪審裁判の放棄条項

FORUM SELECTION. PARTIES HEREBY IRREVOCABLY SUBMIT TO THE EXCLUSIVE JURISDICTION OF THE [NAME OF STATE] FEDERAL OR STATE COURTS WITH RESPECT TO THE ENFORCEMENT OF THIS AGREEMENT AND ANY DISPUTE ARISING IN CONNECTION WITH IT. **PURCHASER HEREBY WAIVES TRIAL BY JURY.**

B. TM USA は、法律上および経済的リスクを回避するために、他にどのような手段を講じるべきか。

文書の保存(処分) 標準文書の作成に加え、会社が小規模で文書の量も管理しやすいうちに、文書保存規則を作成すべきである。米国では、訴訟事件で裁判所が訴訟当事者または第三者に文書提出を命じた際には、海外の親会社と交わした文書や電子メールを含む、電子通信文やその他保存された電子データ等、全ての関連文書を提出させられることがある。文書の処理や保存を適切に管理するためのシステムを設けることには、以下のような利点がある。

- a) 訴訟費用の削減
- b) (訴訟の)ディスカバリー(開示)手続で回答が遅れることで課せられる裁判所による制裁回避
- c) 証拠書類の中から「決定的証拠 (smoking guns)」を除去

会社が、善意で採用した保存規則を基に、通常業務の一環として文書を破棄した場合には、後に訴訟が生じ、それらの文書を提出できなかったとしても正当な理由として通用する。しかしながら、訴訟手続が開始されてから、または差し迫ってから、選択的に文書を破棄するような行為は、Enron 事件の Arthur Anderson の例のように、結果的には訴訟手続に重大な悪影響を与えることになりかねない。

• 対策

A. 標準契約書の確認

TM USA は、ビジネスの流れを確認し、取引のどの時点で販売・購入を行い、また第三者である業者、請負業者、またはコンサルタントを雇うか見極める必要がある。特に、高額取引や法的責任リスクに関わる契約の場合には、契約書の草案を作成したり、その内容を確認したりするため、弁護士とミーティングを行うべきである。

B. 販売および購入に関する条件および条項

「取引条件(terms and conditions)」とは、商取引に関わる両当事者が標準契約用語として用いる一般的用語のことである。顧客や業者との間で紛争が生じた際、TM USA にとってこの取引条件がリスクを軽減するための非常に効果的なツールとなり得る。* 取引条件は、電子メールの添付ファイル、会社の URL へのリンク、または予め印刷された次のような書式の裏面に盛り込まれていることが多い。

*TM USA 社の販売における標準的条件および条項は、購入におけるそれとは異なる。

- 1) 見積書
- 2) 注文書
- 3) 注文請書
- 4) 請求書
- 5) 梱包伝票または出荷書類
- 6) 会社のウェブサイト
- 7) パンフレットまたはその他の販売促進資料

米国の規定では、両当事者が署名した唯一の文書が存在しない場合には、両当事者間で交わされたコミュニケーションや書類(各当事者が自らに有利な書式を持ち合うことで「書式間の戦い(battle of the pre-printed forms)」になることがある)が検討された上で、両当事者間の合意内容が決定される。そのため、TM USA が販売および購入取引の際に印刷された取引条件を準備しておくことが重要である。特に合意書等がない場合には、このような書面を顧客や業者に提示することによって、相手方の取引に不利な条件および条項が適用されるのを回避できるだろう。

さらに、会社の販売スタッフまたは顧客・販売会社との間の契約担当者を教育し、各取引に適切な取引条件が適用されるようにしておくべきである。以下に、典型的な取引条件について記載する。

C. 限定的保証条項の作成

限定的保証条項を起案するに当たり、TM USAは、以下の点を大きなフォントかつ太字で明記した契約書を作成し、必ず買主に署名させるべきである。

- 売主の保証義務を特定し制限する。
 - 売主の責任を制限する。
 - 以前の合意や製品案内に基づく買主の権利を排除する。
但し、契約書に明示的に許可された場合を除く。
 - 特に間接の売主および製造業者が売主の関連企業である場合は、上記の保護制限をその間接の売主および製造業者にまで拡張する。
- 1) TM USA は、自社の製品が、製品案内、カタログ、パンフレット、ウェブサイトでどのように説明されているか特に注意し、そこでの説明に適切な保証免責文言、または保証は書面により締結された契約書に明記されるものに限られる旨の文言を含めるべきである。
 - 2) TM USA は、救済方法／損害賠償の制限規定が引き続き適用される旨を記載した書面が伴わない限り、いかなる保証(保証期間または保証範囲等)も拡張すべきではない。

注:この点を無視して保証を拡張すると、保証義務違反に基づく損害賠償請求から会社を守る目的で綿密に練られたプログラムや契約書式のメリットを損なうことになり得る。

- 3) 製品の流通販売における全過程で、上記のガイドラインに従うべきである。

D. 販売取引

一般的に、UCC は州によって採択され、物品の売買はこれに準拠する。米国と、国連国際物品売買契約条約(UN Convention on Contracts for the International Sales of Goods)を採択している一定の国(たとえば、カナダ、メキシコ、日本およびイタリア)との間の取引においては、契約でこの条約の適用を明示的に排除していない限り、同条約が適用されることに留意すべきである。さらに、各州の流通、販売代理およびフランチャイズ法が契約条項を制限する、または、契約条項に優先する場合があるため、このような法律の適用可能性を検討しておくべきである。

12. リスク・マネジメント

• ケース・スタディ

TM USA は、主要顧客数社と販売業者一社から注文書(または PO)を受け取った。支払い条件は、60 日以内である。当初数ヵ月間は、顧客からの支払いが予定とおりに行われたが、顧客 A が、TM USA 製品の欠陥のために従業員の一人が怪我を負ったとして、注文書 2 通に対する請求書の支払いを保留すると通知してきた。また、顧客 B は、2 通の請求書の支払いを延滞しており、直近の請求書についても一部しか支払っていない。同顧客の経理担当者が莫大な資金を横領し、銀行ローンに不履行が発生しているとの噂が広まっている。

- A. TM USA は、顧客の支払に関するリスクをどのように最小化すべきか。
- B. TM USA は、製造物責任に基づく請求から自社をどのように守ることができるか。

• キーポイント

A. TM USA は、顧客の支払に関するリスクをどのように最小化すべきか。

1) 動産担保権の取得

米国の全て全ての州において、商取引債権者が、不動産上の抵当権保有と同様に、動産上に「担保権」を設定し登記することを認める制度がある。掛け売りの商品に担保権を設定しこれを適切な州の行政機関に登録することは、支払いに関するリスクを最小化する最良の方法の 1 つである。顧客が物品に対する購入代金を納入以前に全額支払っていない場合(たとえば掛け売りの場合や長期分割支払いの場合等)、動産に担保権を設定することは、とくに高価な物品または大量の在庫に関する取引において、顧客が契約上の代金支払義務を履行しない時に訴訟費用を軽減する上で重要である。サプライヤーは、動産担保権を取得し「完成(日本法でいう対抗要件の具備に相当)」(perfection)させることにより、顧客が契約上の代金支払義務を履行しない場合に、物品の取戻しのために要する時間や費用を軽減することができる。さらに重要なことは、サプライヤーが顧客に販売契約の不履行を言明すれば、サプライヤーは、顧客が、予め裁判所の命令を得ることなく、商品を販売したり、移動したりすることさえ禁止できることである。全ての州で採用されている統一商事法典 (Uniform Commercial Code (UCC))は、担保権の設定と執行を規定する法律である。UCC は、顧客が代金支払義務を履行しなかった場合、担保権者に対し、直ちに物品を取戻すことも認めている。また、顧客が破産した場合、担保権を保有するサプライヤーは、無担保債権者よりも優先する。さらに、当事者間の担保設定契約中に、顧客の不履行による物品取戻しがあった場合にはサプライヤーの弁護士報酬または費用を顧客に負担させるといった条項を含めることもできる。

2) 現行契約書または注文書の確認

契約書の条項如何によっては、顧客 A と顧客 B は契約上の義務の債務不履行となり、TM USA は顧客が支払いを行うことを確実にするため、今後の納入の保留、出荷取消、または契約解除等の措置を取り得る。UCC は全ての商取引に適用される。UCC 上、TM USA が将来の出荷につき支払いが得られないと信じる合理的な理由がある場合、顧客が将来の支払意思および能力を書面で確約する適切な保証を提供するよう求めることができる。サプライヤーが要求している保証を顧客が拒否または提供しない場合、サプライヤーは顧客に追加の商品を販売したり、サービスを提供したりする必要はない。

3) その他のオプション

信用リスクを最小限に抑えるため、TM USA は更に以下のステップをとることができる。

- a) 未払いの残高を軽減するため、前払いまたは分割払いを受ける。
- b) 信用状を入手する。
- c) 個人または法人の保証を得る。
- d) 納入に対する顧客の支払金額を引き落とすためのエスクロー・アカウントを開設する。
- e) 顧客が保険料を支払う信用保険を取得する。

B. TM USA は、製造物責任に基づく請求から自社をどのように守ることができるか。

一般的に、商取引上の売主は、顧客との契約によって製造物責任または人身事故に基づく請求から身を守ることはできない。人身事故または製造物責任に基づく責任は、損害が発生した州の法律に完全に準拠し、被害者は製品の設計、製造、または流通に何らかの関与があった全ての関係者を訴える権利を有する。かかる流通プロセスの中にいる当事者は、免責的な契約条項があっても、傷害に対する責任を免れることはできない。しかし、傷害が発生した場合に、裁判所が会社に命じる可能性のある被害者への損害賠償額を減額またはコントロールするために、会社が講ずることのできるいくつかの措置がある。

1) 顧客との契約に、相互免責、賠償責任限定、強制付保条項を規定

TM USA は、販売の標準契約約款、販売契約書または代理店契約書中に、「相互免責」条項、「賠償責任限定」条項、「強制付保」条項に買い手が同意することを要求する等、自らを守るための重要な契約条項を含めるようにする必要がある。これらの契約条項によって、被害者が TM USA に対して訴訟を起こすこと自体を防ぐことはできないが、被害者に支払うべき金額の一部または全額を顧客から回収する際に役立つかもしれない。

2) 適切な損害賠償保険の取得

TM USA は、信頼できる保険業者を選択し、適切な損害賠償保険に加入すべきである。信頼できる保険代理店は、会社に対し、どのような請求が保険の対象に含まれており、どのような請求が対象外であるか

説明してくれるはずである。また、保険会社や保険代理店は、流通製品の種類に応じて、どの程度の保険が適切であるかを提案してくれるだろう。米国で事業を行う外国企業は、製造物責任や一般的な損害賠償の請求に対して十分な補償を得られないことも少なくない。一般的に、損害賠償保険の補償内容には、製造物責任と不動産および動産に関する責任が含まれる。TM USA は、TM Corporation の販売会社として、TM Corporation の製造物責任保険における被保険者となることを選択することもできる。しかし、多くの場合、商取引上の買主は、サプライヤーが独自の製造物責任保険(できれば米国に本拠を置く保険会社)に加入するよう要求する傾向にある。その他、業務上の必要性に応じて、電子情報紛失および破損、または事業中断等、他の種類の保険を掛けることも可能であろう。

保険会社や保険代理店が保険について説明する際は、必ず書面で交付させるようにし、口頭での説明だけに頼ることがないようにする。契約で通常規定されない補償範囲は、保険証券への「追加条項 (rider)」として表示され、販売されることがある。

一般的に、保険契約では、保険会社は被保険者に対して課される損害賠償義務(または和解金)を補償するだけでなく、被保険者が訴訟において自らを防御するために費やした弁護士報酬と訴訟費用も負担すると規定されている。このように、適切な損害賠償保険に加入することにより、会社は、損害賠償義務を負担する危険から免れるだけでなく、保険会社に弁護士報酬と訴訟費用を負担させることもできる。請求または損失が損害賠償保険の補償範囲内に含まれるものであるかどうか疑わしい場合でも、保険金請求または損失通知を提出することが賢明である。つまり、保険の適用が疑わしい場合であっても、保険会社に保険金請求を行い、保険会社がそれを受理するかどうか確認すべきだろう。そして、適用範囲について争いが生じるような場合には、早急に保険代理店および／または弁護士に相談すべきである。

• 対策

A. 担保権の対抗要件の取得／売買代金担保権の取得

担保権を取得するには、まず当事者が「担保設定契約」を締結しなくてはならない。これにより、顧客(債務者)はサプライヤー(債権者)に対して、目的物の換価処分による対価を含む、物品に対する担保権を付与する。次に、サプライヤーは、ほとんどの場合において、顧客の署名のある「貸付証書(financing statement)」を債務者である顧客が所在する州の行政機関に提出しなければならない。債務者の所在地の判定は、債務者である顧客が真に誰であるのかを適切に特定しなければならないため、容易でないことが多い。貸付証書が適切な行政機関に提出されない場合、貸付証書は無効となり、担保権が他の債権者に対抗できなくなるおそれがある。貸付証書の提出手続のことを、担保権の「完成(perfecting)」という。一般的に、サプライヤーは、貸付証書の提出を社内の担当者に頼るのではなく、提出作業を専門に行う弁護士または業者を利用する必要がある。貸付証書の提出を誤ると、担保権の喪失につながる可能性があるほか、訂正が手遅れになるまで発見されないことになりかねない。「我が社の従業員は、顧客の他の担保債権者

に適切な通知を行うことで担保権を「完成」させる方法を熟知しており、該当する様々な州規則に関して最新の知識を有している」と自信を持って言えない限り、会社は、貸付証書の提出および債務者と他の有担保債権者への通知業務を弁護士やその他の専門家に依頼すべきである。

顧客が在庫に対する担保権を他の当事者（以前融資を行ったことのある銀行など）に既に付与している場合、サプライヤーは、顧客への物品の配達に先立ち、顧客の物品に対する売買代金担保権を取得した旨を既存の担保権者に通知する必要がある場合がある。一旦適切な通知がなされれば、サプライヤーは、法律上、特定の商品の販売につき他の担保権者に対して優先する。

B. 顧客の信用調査と社内詐欺または横領を防ぐための社内手続

1) 顧客の信用調査

TM USA は、会社設立後なるべく早めに、顧客の信用調査方法を確立し、顧客の信用を厳密に調査すべきである。適切な時期に支払いがなければ、前払いを要求したり、納品を保留する等、迅速かつ適切な措置を取るべきである。「資金繰りに悩まされている」企業は、通常、オープンアカウントを定期的に監視し、支払条件の執行に慎重に取り組む債権者に対して支払いを行おうとする。したがって、債権回収のベストプラクティスの 1 つは、支払期日を超過した顧客を把握し、それがたとえ良い顧客であっても電話連絡し、取引の支払いが滞納していることを直ちに知らせることである。

2) 社内詐欺

日本企業において最も予期せぬ信用リスクの 1 つは、従業員による社内詐欺と横領である。以下は、従業員詐欺を防ぐための基本的な方法である。

- a) 従業員候補者が係争中の訴訟の当事者であるかどうか等、リファレンスチェック（身元照会）を行い、従業員候補者を注意深く審査する。
- b) マネージャー間において、(i) 現金および小切手の振込み、(ii) サプライヤーへの小切手の発行、(iii) 銀行口座の照合の職務は分離する。たとえば、小切手を発行する人物は、銀行からの書類を照合する人物と同一人物でないようにすること等である。可能であれば、銀行明細書の照合は、少なくとも四半期ごとに、外部の会計士またはマネージャーによって行われるべきである。
- c) 社内で小切手発行の権限を持つ者を限定する。
- d) 白紙の小切手への署名を禁止する。

- e) 従業員の生活水準が異常に向上するなど、社内詐欺の兆候に注意する。
- f) 会計部の従業員に2週間の休暇を取らせ、その従業員が不在の間、他の上級管理職が会社の財務活動をモニターできるようにする。さらに、当該上級管理職において、見知らぬサプライヤーからの請求書や、最近支払われていないと主張する既知のサプライヤーからの問い合わせを追跡調査する。
- g) 送付した請求書および受領した請求書のほか、請求書と支払いを定期的に照合する。
- h) 偽サプライヤーの口座または請求書への支払いを防ぐために、サプライヤー(業者)の实在を確認し、社外への支払いの追跡調査を行う。
- i) 倫理的行動および制限に関して明文化された方針を配布し、各従業員に署名させる。

13. 特別法等による規制

• ケース・スタディ

TM USA の省エネ機器は、今まで顧客による重大なクレームや事件なしに日本で販売されてきた。現在、TM USA は、米国に製品を輸入する事業計画を立てている。しかし、TM USA は、米国の類似した製品とは異なった設計、適切な使用についての説明、米国での製品の使用条件の違い等から、安全性に関わる連邦上の規制に違反するのではないかと懸念している。

- A. TM USA は、製品を米国の法規程に準拠させるために、どのような適切な手続を取るべきか。
- B. 米国に投資する日本企業は、その他どの分野の規制に配慮すべきか。

• キーポイント

A. 製品安全規定の遵守

米国の保安に関する法規により、欠陥のある製品のデザイン、不完全な製品、製造、適切な製品警告または説明を怠ったことによって生じた傷害について、製造者が損害賠償責任を負わねばならないことがある。とりわけ、安全上の問題が予測可能かつ回避可能だった場合には、消費者製品の重大な欠陥や設計や組立ての過失から生じた傷害によって、製造業者やディストリビューターに対する懲罰的損害賠償が命じられ得る。また、批判的な報道、売上高の減少、製造禁止等をもたらされるだけでなく、危険または未試験の製品を米国に投入したことによって刑事上の告発に繋がることさえもある。

B. 政府機関による規制

製品のデザイン、製造、輸入、販売およびマーケティングは、政府機関による極めて多くの安全規制にさらされている。たとえば、あらゆる製品のなかでも、食品、化粧品、薬品、医療用具およびレーザーの販売や使用については米国食品医薬品局(U.S. Food and Drug Administration (FDA)) が、化学物質および殺虫剤の使用については米国環境保護庁 (U.S. Environmental Protection Agency (EPA)) が、そして消費財の販売については米国消費者製品安全委員会 (U.S. Consumer Product Safety Commission (CPSC)) が規制している。産業、建設およびその他就業場については、米国労働安全衛生局 (U.S. Occupational Safety and Health Administration (OSHA)) が規制し、製品製造業者が満たさなければならない多くの処理および設備の基準を発布している。また建設材料および設備についての詳細な安全要件は、地方政府が制定および執行を行っている。

C. 業界基準

業界基準は、しばしば安全法規の中に取り込まれ、それに適合していることは、エンジニアリングの仕事が一定水準で行われていることの強い証拠となる。たとえば、米国規格協会(the American National Standards Institute(ANSI))は広く用いられている「Z535.4(製品安全指標およびラベル)」等製品の使用に関する警告について数多くの重要な基準を公布してきた。米国における他の基準団体としては、米国試験・材料協会(American Society of Testing and Materials)、米国産業衛生専門家会議(American Conference of Governmental Industrial Hygienists)、米国土木学会(American Society of Civil Engineers)、米国機械学会(American Society of Mechanical Engineers)、米国化学工学会(American Institute of Chemical Engineers)、米国暖房冷凍空調学会(American Society of Heating, Refrigerating and Air-Conditioning Engineers)、電気電子学会(Institute of Electrical and Electronics Engineers)、米国防食技術会(National Association of Corrosion Engineers)、米国電機工業会(National Electrical Manufacturers Association)、米国防火協会(National Fire Protection Association)、米国自動車技術会(Society of Automotive Engineers)そして一般的に「UL」として知られている米国保険業者安全試験所(Underwriters Laboratories(UL))等がある。

• 対策

A. TM USA は、製品を米国の法規程に準拠させるために、どのような手続を取るべきか。

米国内で製品を販売している全ての製造業者は、保安上の危険および法律上の請求を減らすために、製品の安全および責任に関するプログラムを設けるべきである。このようなプログラムの作成は、以下に述べる事務手続、品質管理およびリスク分配のタスクを遂行することで完成させることができるだろう。これらのタスクの多くは、既存のマネジメント・システム(たとえば品質保証、品質管理の手続等)において既に対応済みかもしれない。しかし、関連する法律の多くは複雑であるため、弁護士、保険コンサルタント、または損失防止の専門家(loss prevention specialists)に相談する必要がある。

1) 適切な管理システムを設置する

a) 製品安全コーディネーター(Product-Safety Coordinator)

製品の安全および責任について専門知識を持つ者をコーディネーターとして任命し、安全関連事項を監督させる。

b) 製品安全委員会(Product-Safety Committee)

製品安全責任委員会を設置し、保安措置の開発、検討、話し合いを行い、その結果を実施する。当該委員会は、製品の品質またはリスク分配に関与する各部門の代表者から構成されなければならない

ない。会社の組織構造にもよるが、たとえば、エンジニアリング、製造、販売、サービス、出荷、据え付け、カスタマー・サポート、品質保証・品質管理、技術専門出版物、広告、総務、法務およびその他の会社の部門の代表者を含むものであってもよい。弁護士とクライアント間の秘匿特権の対象として、重要な議論事項の機密性を保つために、弁護士に出席を依頼すべきである。

c) 安全指針および手続

会社が必要な事務手続ならびに州および連邦の安全に関する法令および規制を遵守するために必要な製品の品質管理およびリスクの分配に関するタスクをどのように完了させるかを説明する安全に関する指針および手続を書面で作成する。

d) プログラムの定期的な見直し

会社を実施しようとする事務手続、製品の品質管理およびリスク分配の完了後、適当な時期に、製品の安全および責任に関するプログラムの有効性について精査する。

e) 書類の作成

会社を実施する全ての事務手続、製品の品質管理およびリスク分配に関するタスクの完了を証明する記録を管理する。適切なサービスおよびユーザー・サポートを記録しておくことで、製品のユーザーに対し、安全に関する情報の提供およびトレーニングの実施を証明できることがある。

2) 製品の品質規則の遵守度を検討・評価する

a) 定期的な検査とモニター

どのような国内法、地方法、州法等の法的規制が、米国の健康および安全に関する法律にしたがって適用される可能性があるか確認する。また、類似製品に関して報告された製造物責任訴訟がないか、およびこの点について裁判所がどのような判断を下したのか確認する必要がある。更に、適用される可能性のある新しい法律や規則および判例の動向を継続的に調査する必要がある。

b) 基準の検討および調査

どのような自主基準が適用されるかを確認し、継続的に調査する。該当する場合には、新製品がどのような基準に適合していることを確認する。

c) 市場の検討およびモニター

同種製品に関して、どのような安全対策が行われているか継続的に確認する。同種製品における危険防止の最新技術を判定し、適合する安全機能を新製品に組み入れる。さらに、安全警告と製品取扱書を現在の注意義務基準と適合するように修正する。

d) 危険性の評価と最小化

製品の設計段階であったとしても製品に適用される法律の遵守度を評価し、少なくとも全ての州および連邦レベルの遵守基準に当該製品が適合していることを確認する。適用される任意基準および業界の最新技術の製品遵守度を評価し、製品が必要限度でそのような任意的ガイドラインにも従うようにする。

製品に関するデザイン、購入、製造、警告ラベル、指示説明書、ユーザー・トレーニング、メンテナンス、修理、サービス、ユーザー・サポートまたは販売促進資料等から製品の危険性を評価する。「フェイル・セーフ(fail-safe)」制度のようなリスクを最小化するための制度があるかどうかを見極める。品質保証・品質管理手続を通じて、判明している危険性を軽減するために努力する。

e) 事故の調査と対応

会社の製品に関わる事故が報告されたときは、調査を行い、事実を文書化する。消費者から早急に該当製品を回収する。製品の安全・責任委員会および会社関連部門に必要な情報を報告する。すでに判明した危険を軽減するため、必要に応じて、関係する製品のデザイン、製造および警告等を修正する。一定の規制製品については、事故調査および対応が法律により要求されていることもある。

f) 改修およびリコール

すでに販売された製品について安全性に関する問題点が特定されたときは常に、当該状況に直ちに注意を払い、消費者への危険の可能性への警告を行う必要性、またはこれらの製品の改良もしくは回収を行う必要性について早急に検討・判断すべきである。消費者への警告、改修、リコールの必要性に応じて、使用中または流通過程にある製品がどこにあるかを見つけ、製品のユーザーと連絡を取る方法を定める。一定の規制製品については、改修やリコールが法律により義務づけられている場合もある。

3) リスク査定と分配

a) 契約の査定と見直し

適切な契約条項にしたがって商取引が行われることを確認するため、会社の購入、リース、販売、流通、メンテナンス、修理およびサービス契約を定期的に見直し、修正する。これらの契約には、法律上の要件、履行の基準、保証、損害または賠償の制限、免責、保険対象およびユーザー責任等、製品の安全および責任に関する事項が記載されていることがあるためである。

b) 保険についての検討と見直し

製造物責任の適切なレベルの補償、包括的一般責任およびその他の補償および他の保険による補償の適用を確実にする。また、必要かつ期待している保険補償を確実にするために、控除免責額、階級、補償内容、免責事由および追加条項についても検討をすべきである。但し、米国においては、懲罰的損害賠償は通常これらの保険の補償範囲外である。

B. 米国に投資する日本企業は、その他どの分野の規制に配慮すべきか。

1) 環境・安全・衛生規制の検討

米国の環境や安全衛生に関する法規制(以下、これらの法規制を総称して「環境法等」という)は複雑である。EPA および OSHA の管轄下にある連邦法は、ほとんどの事項に関わる規制において、その基本となる枠組みを提供しているが、各州および地方政府は、それぞれ独自の規制要件を採用している。一般に、連邦法が最低限の基準を定め、州または地方法はそれに追加の条件や特殊な条件を加える形となっている。これらの環境法等の条件に従わない場合には、計画の遅延、罰金、損害賠償責任、是正措置のためのコスト負担、批判的な報道や刑事罰がもたらされることになる。

次のチェックリストは、会社が環境法等に基づく措置について判断する場合に考慮すべき特定分野についてまとめたものである。まず、関連する連邦法の名称と法規制の概要を挙げて説明する。

a) 化学物質の製造または輸入

有毒物質規制法 (Toxic Substance Control Act (TSCA))。新しい化学物質を製造・輸入したり、化学物質を新しい方法で使用しようとする場合は、あらかじめ 90 日前に米国環境保護庁 (Environmental Protection Agency (EPA)) に通知しなければならない。この通知書には、当該物質が環境と健康に及ぼす影響についての具体的な試験データを盛り込むことが必要で、これは「製造前通知」として知られている。EPA は新しい活動を承認したり、より詳しい情報を要求したり、もしくは調査を行ったりと、一部または全ての要求されている申請に制限を加える権限を有する。申請者は、規制対象物質の有害な影響について記録を保管し、EPA に報告しなければならない。

労働安全衛生法 (Occupational Safety and Health Act, (OSHA))。化学物質製造業者および輸入業者は、製造または輸入する有害な化学物質について、それぞれ英語で書かれた化学物質の安全およびデータに関する表示シート (Material Safety and Data Sheet (MSDS)) を作成しなければならない。企業は各販売先に対し、最初の出荷時または出荷前に MSDS を提出しなければならない。MSDS には、危険性に関する詳細な情報、許容露出レベルおよび取扱いに関する注意事項を記載しなくてはならない。

- b) 車両、エンジンまたは燃料の製造または輸入
大気浄化法 (Clean Air Act (CAA))。車両、エンジン、および燃料は、モーター稼働時の許容排気量と燃料の貯蔵、運搬および燃焼に関する仕様規制の対象となる。
- c) エネルギーを消費する製品の製造または輸入
エネルギー政策および保護に関する法律 (Energy Policy and Conservation Act (EPCA))。省エネルギー基準とラベルの添付義務は、モーター、ボイラー、溶鉱炉、空気調節機器、冷却器および蛍光灯を含む多数の装置に適用される。これらを監督しているのは、連邦エネルギー省である。
- d) 食品、薬品、化粧品、医療機器またはレーザー製品の製造、販売または輸入
連邦食品、医薬品および化粧品法 (Federal Food and Drug Act (FDCA))。FDA への届出をせずに規制対象品を製造、販売、輸入することはできない。多くの規制対象品について、FDA はラベル、デザイン、製造、工程基準を定めている。FDA は、規制対象品の使用や取扱いを規制する権限を有する。
- e) 揮発性有機物質を含む製品の製造または輸入
大気浄化法 (CAA)。揮発性有機物質を含む製品は、その貯蔵、運搬および使用にあたり(スモッグの発生を助成する)蒸発性排気を制限するために、最大有機物含有量に関する仕様規制の対象とされる。
- f) オゾン破壊物質またはオゾン破壊物質を使用して製造される製品の製造または輸入
大気浄化法 (CAA)。フロン (CFCs)と水素フロン (HCFCs)は、成層圏のオゾン破壊を起こす原因になると考えられているため、その製造・販売が規制されている。また、製品中にフロンや水素フロンが含まれていたり、それらを使用して製品が製造されたりした場合には、それが含有されていること、または製造工程で使用されていることを注意書に明記しなければならない。
- g) 殺虫剤の製造または輸入
連邦殺虫剤・殺菌剤・殺鼠剤取締法 (Federal Insecticide, Fungicide and Rodenticide Act, (FIFRA))。EPA に登録されていない殺虫剤を流通または販売することは禁止されている。殺虫剤を登録するには、申請者はその正しい使用法と、成分・毒性・致死量・運搬方法に関する詳細な情報を示したラベルを提出しなければならない。EPA は、殺虫剤のラベル表示が適切で、環境に対する不合理な悪影響がない場合は、登録を認可しなければならない。EPA には殺虫剤の使用または取扱いを規制する権限がある。

h) 危険物質を含む製品の製造、販売または輸入

危険物質法 (Hazardous Substances Act)。危険物質を含む製品にはラベルを付し、そのラベルには、(i)製造者、梱包者、頒布者または販売者の名称、(ii)危険化学物質の通称、(iii)DANGER、WARNING、CAUTION 等の然るべき注意表示、(iv)主要な危険物質、(v)応急処置、(vi)特別の取扱指示、(vii)幼児を守るための指示が記載されていなければならない。これらを監督しているのは、消費者製品安全委員会 (Consumer Product Safety Commission (CPSC))である。

i) 有害物質の輸送

有害物質輸送法 (Hazardous Material Transportation Act (HMTA))。HMTA は、陸上、海上または航空によるものかを問わず、全ての輸送方法を規制することにより、有害物質の輸送による固有のリスクから人、財産および環境を保護することを目的とする法律である。ここでいう有害物質は、爆発性、放射性、感染性、可燃性、有毒性、酸化性または腐食性のものを指す。EPA は、有害廃棄物および有害物質とみなされる化学物質、製品および二次製品を指定している。有害廃棄物は資源保全再生法 (Resource Conservation and Recovery Act)において指定され、有害物質は水質浄化法 (Clean Water Act (CWA)) および包括的環境対処補償責任法 (Comprehensive Environmental Response Compensation, and Liability Act (CERCLA)) において指定されている。

j) 職場の従業員が危険化学物質にさらされたり、さらされる可能性がある場合

職業安全衛生法 (Occupational Safety and Health Act (OSHA))。従業員が、身体や健康上有害な化学物質にさらされ、またはその可能性がある場合、雇用主は、危険情報通達プログラムを書面で作成し、次の事項を遵守しなくてはならない。(i)職場で取扱う危険物質のリストを作成すること。(ii)危険な化学物質の容器には、危険であることを警告するラベルを添付するか、またはその他の方法で危険であることを明らかにすること。(iii)それぞれの危険化学物質に関する MSDS (資材の安全とデータ・シート表)の写しを、従業員が作業場から容易に近づける場所に配備すること。(iv)雇用主は化学物質の危険性について従業員に周知させ、その対処方法を訓練するための、適切な方法を明確にすること。(v)危険な化学物質に関する従業員教育を実施し、その成果を書面で記録すること。さらに OSHA は、アスベストや鉛を含む多数の指定薬品または指定化学物質を従業員が取り扱う場合について、特別の規則を定めている。場合によっては、雇用主は、危険にさらされる従業員の医療指導にあたらねばならない。

2) 日本企業に対するその他の規制分野

a) 米国独占禁止法

米国独占禁止法は、会社が競合他社、請負業者および顧客と締結する契約に適用される。独占禁止法の違反を理由に、米国の連邦政府や州政府が企業を提訴しなかったとしても、競合他社や他の契約当事者が、会社を訴えてくる可能性がある。また、製品やサービスのエンドユーザーも、何らかの価格協定 (price fixing) または独占禁止法違反により生じた他の証明可能な損害があったとして、企業に対しクラスアクションを提起してくる可能性がある。

同一業界に属する企業同士が慣習的に協力し合うビジネス環境をもつ国もある。しかし、米国では、競合者同士で協力し合うことは違法とみなされることが多い。競合者間で製品の価格協定または市場や顧客の分割について協議したり、または合意したりすることは、独占禁止法の下では極めて違法性の高い行為となり得る。一般的に、サプライヤーは、そのディストリビューターや再販業者による販売を特定の販売地域に限定することができる。しかし、サプライヤー自身が同市場における販売業者である場合、競合する再販業者と違法な合意に至ったとみなされる可能性がある。さらに、サプライヤーによる価格制限が、厳しい規制の対象となっていることがある。連邦・州の独占禁止法により、再販業者間で顧客に対する最低価格を設定する合意を結ぶことは禁止されている。また、サプライヤーが各地域の異なる市場ごとに別々の価格を設定すれば、独占禁止法に違反する可能性がある。このように、サプライヤーによる価格設定に関する法律は非常に複雑なため、上記のような取り決めをする前に、弁護士に相談すべきである。

企業間の取引において、価格や顧客への接触を制限する合意は、通常、当該取引に関与する各社のセールス・スタッフ間で迅速に行われるため、企業においては、自社のセールス・スタッフに独占禁止法に関する基本的な制限事項を周知させることが重要となる。この点に関し、経営幹部とセールス・スタッフを対象に、独占禁止法に関する研修を定期的実施することが望ましいといえる。さらに、前述のような問題となり得る合意に関する条件が提示された場合には、法に触れることがないように、真っ先に弁護士に内容確認を依頼すべきである。

b) 米国貿易関税法

概要: 米国連邦政府は、米国国土安全保障省 (U.S. Department of Homeland Security (DHS)) の一部門である米国税関・国境警備局 (U.S. Customs and Border Protection (CBP))を通じて、米国への物品の輸出入を管理している。CBP の主要業務は、米国に輸入される商品の輸入税額を正確に徴収することである。一方で CBP は、輸入品に適用される規則を定める他の連邦政府機関に代わり、かかる規則の執行も行っている。

輸入手続:輸入者は、米国へ商品を輸入し始める前に、識別番号と税関ボンド(customs bond)を取得する必要がある。輸入者が Federal Employer Identification Number (FEIN) のような米国連邦納税者番号を保持している場合は、この番号が、税関手続で必要となる輸入者の識別番号となる。米国連邦納税者番号を持たない外国企業の場合、CBP は輸入出荷手続で使用するための輸入者番号を発行している。税関ボンドは、米国政府に認定された保証会社 (surety company)から購入しなければならない。輸入者の識別番号と税関ボンドを取得する際には、通常、輸入者の輸入書類を取り扱う通関業者によるサポートを受けることができる。

米国では、実際に税関手続の早い段階で商品が輸入者に引き渡される。これは、税関ボンドが、CBP が後に輸入者が支払った輸入税額を承認しなかった場合に、適切な税額が支払われることを保証しているからである。一般的に、CBP が正確な輸入税額を決定するまでに最長 1 年かかることがある。CBP は、それ以前に、輸入商品を調査して、それが実際に申告された商品であること、および当該商品が米国の様々な規制に準拠していることを確認することができる。輸入者は、CBP が最終決定する輸入税額に同意しない場合、CBP に異議を申し立てることができる。CBP が決定した課徴金に同意しない場合も、輸入者はその軽減または回避を試みて申請を行うことができる。CBP が商品を差し押さえる場合も同様に、輸入者は当該差し押さえに対して異議を立てることができる。さらに、CBP の決定に不服のある輸入者は、連邦裁判所に不服を申し立てることができる。

輸入関税率: 関税率は、輸入商品の品目分類、原産国およびその価額に基づいて計算される。米国は、日本も含む大多数の国と同様に、世界税関機構 (World Customs Organization (WCO)) の統一関税制度(Harmonized Tariff System (HTS)) を適用しており、輸入される全ての商品进行分类している。したがって、米国の関税率分類コードも日本政府のものと類似するようにみえるが、まったく同じものではないため、輸入者は米国の正確な商品分類を確認するか、または通関業者に確認してもらう等、注意を払うべきである。また、輸入にあたり「原産国」という概念が世界的に用いられているが、米国政府は、「原産国」について大部分の主要貿易国とは異なる定義を用いている。商品の原産国を正確に決定するには、米国と商品の製造国との間で結ばれた貿易条約も大きく関わってくる。商品の分類、価額および「原産国」が決定されれば、その関税率を計算することができる。

標準的な輸入関税に加えて、米国政府は非常に積極的なアンチ・ダンピング関税(anti-dumping duty (ADD)) と補助金相殺関税 (countervailing duty (CVD)) プログラムを実施している。他国政府が米国に輸出される商品の生産や販売に補助金を支給していたり、または同商品を通常価額よりも低い価格で米国に輸出したりする場合、米国政府は、それらのプログラムを通じて、関税額に大幅な上乗せをしている。

さらに、米国政府が、商品の原産国が不公正な取引慣行に従事しているか、もしくは貿易条約に違反していると判断した場合、またはかかる商品の国内生産について懸念がある場合にも、当該輸入商品の関税額が引き上げられる。

他の規制当局：米国の法律には、米国に輸入または販売される商品に関する多数の要件が含まれている。米国連邦機関には、米国への商品の輸入に大きく関わっている部門がある。米国環境保護庁 (Environmental Protection Agency (EPA)) が、数々の化学物質の輸入を制限または禁止する一方で、米国食品医薬品局 (U.S. Food and Drug Administration (FDA)) は、食品、医薬品、医療機器、食品サプリメント、大多数のレーザー(医療用か工業用かを問わない)を規制している。また、米国財務省の酒類タバコ税貿易管理局 (Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau (TTB)) は、酒類(アルコール)とタバコの輸入に追加的な要件を課している。EPA、FDA、TTB の規制対象となる多くの貨物については、商品とその梱包に直接適用される規制とはまた別の追加的認証が義務づけられている。CBP は、これらの機関と協力して輸入品を差し押さえ、米国の各種規制にしたがって、さらなる調査を行う。

輸入者へのアドバイス：企業は、米国に商品を輸入する前に、米国政府から認可を受けた通関業者に相談すべきである。通関業者が通常の輸入手続の大半を取り扱う。輸入者は、サプライヤーの原産地証明書 (工場および生産記録を含む)を裏付ける書類等、輸入に関連する全ての書類の写しを保持していることを確認する必要がある。CBP は、輸入者が商品を免税対象物として出荷する場合、より厳密な審査を行う傾向が高い。

輸出手続：CBP は、米国からの商品の輸出の取締りも行っている。他国とは異なり、米国では正式な輸出許可の取得は必要とされない。輸出者は、CBP に輸出申告書(電子フォーム)を提出しなければならない、この申告を怠ると CBP により罰則が科されるものの、米国政府が申告書を実際にレビューするか否かにかかわらず、また申告書に対する米国政府の承認を待たずとも、米国から商品を出荷できることは他国との最も顕著な違いと言えよう。輸出申告書は、輸出される商品を分類し、当該商品に輸出許可が必要か否かを証明するものである。米国の輸出規制の対象となる商品は、「軍事用途が明確な防衛関連品」、「商業用・軍事用の二重用途物品」、および「核物質・原子炉用部品」の3つに主に分類される。高機能の商品またはハイテク商品を輸出する場合、輸出者は、かかる商品の適切な分類と輸出規制が適用されるものか否かの判断を慎重に行うべきである。

みなし輸出：米国の法律の下では、物理的に輸出を行っていない企業でも、米国輸出規制に違反することがある。「みなし輸出」規則においては、ある米国人が米国に所在する外国人に対して、輸出管理規制の対象となる商品に関する設計・生産・使用・メンテナンスまたは修理情報を開示する場合、禁止対象の「みなし輸出」とみなされる。企業は、該当する情報を開示する前に、ライセンス

の取得が必要か否か、あるいは民事罰や刑事罰の対象となる可能性があるか否かを確認しておく必要がある。

増田・舟井・アイファート&ミッチェル法律事務所について

増田・舟井・アイファート& ミッチェル法律事務所は、米国でビジネスを展開する日系企業およびその他国際企業を代理する米国総合法律事務所です。事業ビジネスサイクルの各ステージを熟知し、米国進出から米国での事業運営・拡大まで、全米規模でのリーガル・サービスをワンストップで提供しています。

当事務所が代理するクライアントは、米国に初めて進出する中小企業から、すでに米国に拠点を持つグローバル企業まで多岐にわたります。また、クライアントが所属する主な業界としては、自動車、工作機械、情報テクノロジー、ソフトウェア、食品・飲料、バイオファーマ、ロジスティクス、金融、建設等が挙げられます。

このような多種産業に携わるクライアントのニーズに応えるべく、複数の法律分野が絡む複雑な案件であっても、下記部門間で密に連携をとりながら、クライアントの皆様にご満足頂けるサービスを常に追求しています。

- コーポレート／ファイナンス／M&A
- 商事／競争／取引部門
- 雇用／労働法／福利厚生
- 知的財産テクノロジー
- 移民法
- 訴訟
- 不動産

日英バイリンガルの弁護士・スタッフが常勤しており、日本語で安心してご相談頂けます。

お問い合わせは、クライアント・サービス部門まで

徳吉 史子 (Tel: 312.245.7439 Email: ftokuyoshi@masudafunai.com)
小林 亜里沙 (Tel: 312.245.7482 Email: akobayashi@masudafunai.com)

www.masudafunai.com