



*Kojima*  
Law Offices

# 海外進出 プラクティス・ グループ ニューズレター Vol. 20

## EU一般データ保護規則(GDPR)

施行を間近に控え、日本本社は何をしなければならないのか  
弁護士 光内 法雄

### 1. 「GDPR」ってそもそも何？

2018年5月25日、EUで、「一般データ保護規則」(GDPR: General Data Protection Regulation)が施行されます。GDPRは、日本の「個人情報保護法」同様、EUにおけるプライバシー(私的領域)に関わる情報の適正なコントロールの必要性に対応するために制定され、施行日からEU域内で(構成国の国内法を待たず)直接適用されるルールです。

日本の個人情報保護法は、個人情報を取り扱う「事業者」の視点から、事業者の「義務」を定めている法律です。しかし、GDPRは、個人データの保有「主体」(Data Subject)、つまり、「個人」の視点から、個人の「権利」(例えば、「忘れられる権利」「異議を唱える権利」

## Contents

EU一般データ保護規則(GDPR) 施行を間近に控え、日本本社は何をしなければならないのか-----1

セミナー報告: 「EU一般データ保護規則(GDPR)セミナー~GDPRの概要とその実務的な対応方法~」-----2

インド: リーガルアップデート 単一ブランド小売業への外国直接投資規制の緩和-----3

小島国際法律事務所  
〒102-0076 東京都千代田区五番町  
2-7 五番町片岡ビル4階  
TEL: 03-3222-1401  
FAX: 03-3222-1405  
MAIL: [newsletter@kojimalaw.jp](mailto:newsletter@kojimalaw.jp)  
URL: [www.kojimalaw.jp](http://www.kojimalaw.jp)

「データポータビリティの権利」等まで)を定めており、事業者(Data ControllerまたはData Processor)は、そのような個人からのさまざまな権利行使を受けとめて対応しなければならない者と規定されています。つまり、法の目的は類似したところから出発しているとはいえ、出来上がった個人情報保護法とGDPRとでは、法制定の視点が、片や「義務」構成、片や「権利」構成ということで、180度違っているといえます。

このため、日本の個人情報保護法の下で、「個人情報」とされる範囲は、(近時の改正で広がったとはいえ)(事業者視点で)「特定の個人が識別できる(情報)」という形で、限定する方向で定められているのに対し、GDPRの下での「個人データ」は、(データを保有する個人視点で)「識別されたまたは識別される自然人に関するあらゆる情報」とされています。GDPRの下では、氏名、電話番号、クレジットカード番号などの通常の個人情報や、病歴・犯罪歴等のセンシティブ情報にとどまらず、後述するCookieのようなオンライン識別子も、「個人データ」の範囲に入ってくることになります。

このようなGDPRについては、施行日が近づくにつれ、特に、2017年末ころから、日本の新聞や日本語のインターネットの記事でも盛んに取り上げられるようになってきています。

## 2. EUの法律が、なぜ重要になるか?

EUの法律であるGDPRが、日本で話題になるのはなぜか?それは、ひとえに、とてつもなく強力なエンフォースメントが予定されているからです。GDPR上の義務に違反した企業は、最高で、2000万ユーロ(1ユーロ=130円の時、26億円)又は当該企業グループの全世界売上の4%のいずれか高い金額の罰金が科されるとされています。つまり、EU域内でビジネスを行う日本企業にとり、「個人情報保護」の問題は、

EU競争法(日本における独禁法)の遵守と同等の重大事になったということです。また、GDPRコンプライアンスの失敗は、海外展開する日本企業を倒産にも追い込みかねない致命的ダメージを与えるおそれのあるリスク要因となった、ということでもあります。

(「EU域内でビジネスを行う」という場合、域内に支社や営業所を置いている場合のみを指すわけではなく、EU域内に拠点を設けずとも、インターネットを通じてEU域内の顧客・消費者を対象に販売を行う場合も含まれます。)



## 3. 所詮EU子会社の問題で済まされるか?

とはいえ、日本企業の方々には、やはり、「EU域内の法律の問題なのではないか」「EU域内の子会社がGDPR対応をすれば済むことなのではないか」という思いがあるように見えます。GDPRに関する認識がまだ初歩の段階の場合、現状、日本語でのGDPRに関する正確で分かりやすい情報が、それでも十分に流通しているとはいえない状況のため、「GDPR対応が重要と言っても、日本本社はいったい何をすればいいかわからない」「まずは、EU子会社に情報収集させて、EU子会社に対応させればいいのか」と考えがちです。そこから、日本本社のGDPRに関する認識が進んでも、「どうやら、EU子会社からEU域外(つまり日本本社)への個人データの移転が

問題になるようだから、それに対応すれば十分」、これがもう一步具体的になると、「SCC（標準契約条項）というものを本社と EU 子会社との間で締結すれば良いらしい。すぐに取り掛かるように」となるものの、そこで止まってしまふ日本企業が多いように思います。

しかし、私たちが見るに、GDPR 対応の問題は、広く「日本本社による海外子会社の管理」の問題の一端であり、「海外展開する日本企業のグローバル・コンプライアンス」の問題であって、日本本社の十分な関与と指示なしには、その全体を上手くハンドルできない問題だと思えます。以下、その一部を見てみたいと思えます。



#### 4. GDPR 対応、日本本社に何が求められているのか？

##### (1) SCC の問題：人的対応の必要性

EU 域外（つまり、日本）へ個人データを適法に移転させる実効的な（現時点においてほぼ唯一と言っていい）法的仕組みである SCC（Standard Contractual Clause：標準契約条項）の作成・締結に限っても、これを締結したからといって、どんな個人データでも域外移転してよいとはならないことに注意しなければなりません。一回々々の域外移転の理由・目的と移転するデータ量が、定められた理由・目的等に合致しているか（legally legitimate か）が、移転

ごとに問題になります。そのため、SCC を締結した後も、データ移転に関して専任の担当者を EU 側に置く必要がありますし、仮に複数人間が域外移転に関わる可能性がある場合、継続的な講習・トレーニングを適切な範囲の人員に施していく必要があります。つまり、（個人データの域外移転の論点に限っても）SCC 締結という「仕組み」の整備にとどまらず、その実行に関わる「人的対応」の必要性を日本本社が認識理解し、「適切な人をあてがう」、「継続的な研修を行う」ことをしていかなければなりません。

そして、GDPR 対応は、データの域外移転の問題に限られないことから、結局のところ、SCC の締結にとどまらず、より多くの「ステップ」を踏む、つまり、GDPR コンプライアンスについて、技術的にも、組織的にも、対応していく必要があることとなります。

##### (2) データ利用の自動化の問題：技術的対応の必要性

ことは「個人データ」という「情報」の管理・運用の問題です。（キャビネットにしまって鍵をかけるといった）物理的な管理だけでは足りないことは容易に理解できると思えます。また、自社のシステムがネットワークに常時つながっている現在、意図しない情報のやり取り・複製が絶えず起こっている（また、意図しない情報流出・サイバー攻撃のおそれに常にさらされている）ことに気づかなければ、適切な対応はできません。例えば、インターネットのホームページにアクセスしたとき、そのページへの来歴情報が自動的にサーバに保存されます（いわゆる Cookie）。自社の EU 子会社のホームページを訪れてくださった方が増えた！と喜んでばかりはいられません。その際、貴社は来歴情報という個人データを収集していることになり、その適正な管理が GDPR によって求められます（最近、EU 圏内の会社のホームページを訪れると、Cookie 利用に関する煩わしいポップアップやノーティスを多く目にするようになったことに気付かれ

ているでしょうか)<sup>1</sup>。この例にとどまらず、データの移転・複製は、意図しない「自動化された」レベルで行われているため、個人データの適切な管理は、主として「技術的対応」の問題、適切なシステム対応の問題であると言えます。この点、日本本社は、EU 域内の子会社に、GDPR の技術的対応を行うための必要な予算要求をきちんとさせ、そのための予算措置をしているでしょうか。

### (3) 有事を想定した組織づくり：組織的対応の必要性

GDPR 施行後、万一不幸にも、EU 域内の子会社がサイバー攻撃を受け大量の個人データが流出することになった場合、可能であれば流出が確認されてから 72 時間以内に当局に通知しなければならないとされています。

日本においては最近、神鋼、日産、大林組等の有名企業のコンプライアンス違反事案が多く報道されていますが、日本でも（個人情報の流出等を含む）コンプライアンス違反が判明した場合、可及的速やかにその事実を把握し、しかるべき報告・公表を行い、原因を究明して、改善案を示すことをしなければなりません（報告・公表の遅れそのものが、レピュテーション・リスクを高めるという構造にあります）。

このような不祥事対応は、いきなりできるものではなく、有事対応の手順（どこまでのレポートラインを確保し、どの部署を司令塔として消火活動をおこなうか）を平時から組織的（または技術的）に準備しマニュアル化し、マニュアルに沿った対応ができるよう訓練しておくことまでが必要です。また、GDPR について言えば、自社のシステム及び組織的体制の中で、個人データ侵害のリスクの高い部分がどこにあるのかに全く無頓着でいた場合、リスクの発現可能性や発現し

たときの被害の重大性を考慮した安全性確保のため適切な措置を取っていなかったという形で、責任非難の対象になるおそれがあります。

さらには、GDPR に定められている平時の義務（例えば、個人データの処理活動に関する記録を作成すること、プライバシー・ポリシー等の適切な改定、個人データ処理の業務を委託している企業との契約の適切な改定等）もあり、これらを怠っていると、万一検査等が入った場合に罰金を受けるリスクを日々高めていくことになります。

これらの点につき、日本本社は、EU 子会社の GDPR 有事対応を、平時から準備しているでしょうか。対応を実際に行わせるのは、主として EU 域内の子会社であることは確かです。しかし、それが最低限違法にならないレベルに保たれているか、日本本社は、GDPR の本質と内容を踏まえたうえで、監督を怠らないようにする必要があります。

## 5. 最後に

上記により、部分的にはありますが、GDPR 対応は、「日本本社による海外子会社の管理」の問題、「海外展開する日本企業のグローバル・コンプライアンス」の問題だということがご理解頂けたかと思えます。海外進出している日本企業が、GDPR の施行によって直面するリスクに本気で立ち向かうためには、① EU 域内の子会社と②ローカルの弁護士／アドバイザーに任せ切るのではなく、③日本本社の適切かつ積極的な関与が必要であり、④本社の弁護士も含めた「四者」による適切な協働が求められます。

<sup>1</sup> Cookie については、別途、いわゆる E-Privacy Directive 上の規制が及ぶことにも注意が必要です。

# セミナー報告

## 「EU 一般データ保護規則(GDPR)セミナー ～GDPR の概要とその実務的な対応方法～」 弁護士 布川 俊彦

小島国際法律事務所は、2017年11月29日、ドイツの弁護士である Philip Kempermann 氏 (Heuking Kühn Lüer Wojtek PartGmbB 所属) を招き、NRW ジャパンとの共催により、「EU 一般データ保護規則 (GDPR) セミナー～GDPR の概要とその実務的な対応方法～」と題するセミナーを開催しました。約 50 名の企業担当者様にご参加者をいただき、セミナーは盛況のうちに終了しました。セミナーは、当事務所近くのビルの 5 階、市ヶ谷堀を眼下に望む開放感のあるセミナールームで開催されました。



GDPR は、2018年5月25日から適用が開始されます。GDPR 違反に対しては、最大で 2000 万ユーロ又は年間世界売上高の 4%のいずれか高い方という、極めて高額な制裁金が課される可能性があります。GDPR が適用される可能性のある日本企業においても慎重な対応が求められています。

セミナーの講師を務めた Philip Kempermann 氏は、GDPR への対応を含めデータ保護法や IT 関連法の実務経験が豊富なドイツ弁護士です。GDPR の適用開始を間近に控えた昨今、GDPR への対応方法を日本人の弁護士が解説するセミナーは多数開催されておりますが、今回のセミナーは、実務経験豊富なドイツ弁護士による解説であり、EU の弁護士に GDPR 対応の実務について直接聞くことのできる貴重な機会となりました。特に、日本が欧州委員会から十分に認定を受ける可能性に関し、EU の現地弁護士ならではの突っ込んだ見立てを聞くことができました。

セミナーでは、Kempermann 氏が実務経験 (特にドイツにおける対応実務) を踏まえて GDPR のポイントを簡潔に解説しました。参加者の皆様からは、「簡潔かつ分かり易い説明であり GDPR の概要がよく理解できた」とのコメントを多数いただきました。さらに、Q&A のセッションでは、経済産業省での勤務経験があり、EU との通商交渉の経験もある小島国際法律事務所の高橋直樹弁護士がモデレーターを務めました。参加者の皆様からは多数のご質問をいただき、GDPR への関心の高さを感じる取ることができました。

今回のセミナーが、各企業の GDPR 対応の際の一助になったとすれば望外の喜びです。

# インド:リーガルアップデート

## 単一ブランド小売業への外国直接投資規制の緩和

### 弁護士 布川 俊彦

インド政府は、2018年1月10日の閣議決定により、インドへの外国直接投資規制をさらに緩和する修正 FDI ポリシーを承認したと発表しました。外国直接投資規制が緩和された産業分野には、単一ブランド小売業(single brand retail trading)、建設業(construction development)、航空業(civil aviation)、電力取引(power exchange)等があります。インドにおいては、複数ブランド小売業を含む小売業分野への外国直接投資はこれまで厳しく規制されていたため(ただし、近年では規制が徐々に緩和される傾向にあります)、単一ブランド小売業に関する外国直接投資規制の緩和は注目される所です。そこで、以下では単一ブランド小売業に関する今回の外国直接投資規制の緩和について紹介します。

修正前の FDI ポリシーでは、単一ブランド小売業への外国直接投資は、出資比率 49%まではインド政府の事前承認が不要な自動ルート(automatic route)による投資が可能でしたが、出資比率が 49%を超える投資については、インド政府の事前承認が必要な政府ルート(Government Route)によらなければならないとされていました。今回の FDI ポリシーの修正により、自動ルートによることが可能な出資比率の数値が引き上げられ、100%の出資比率の投資についても、インド政府の事前承認が不要となりました。

また、修正前の FDI ポリシーでは、51%を超える出資を海外の会社から受けて単一ブランド小売業を営むインドの会社は、購入する物品総額の 30%以上をインド国内で調達しなければならない義務を課せられていました。しかし、今回の FDI ポリシーの修正により、当該会社は、最初の小売店舗をインドに開設した年度から 5 年間に限り、当該会社の海外オペレーション用にインドから調達した物品の増加分をもって、

30%の現地調達義務の履行に当てることができるようになりました。ただし、当初の 5 年の期間の経過後は、従来通り、インドの会社が購入する物品総額の 30%以上をインド国内で調達する必要があります。

今回の FDI ポリシーの修正は、インドの単一ブランド小売業への外国直接投資規制をより一層緩和するものです。近年、日本の著名ブランド(例えば「無印良品」)がインドの小売市場に進出しています(「ユニクロ」も今後進出予定であるとの報道がなされています。)。今回の FDI ポリシーの修正により日本を含む海外の著名ブランドのインド小売市場への進出がより一層加速することが予測されます。



# お知らせ

## 当事務所の業務の出張説明

通常の来所形式のインタビューのほかに、ご希望があれば当事務所弁護士が貴社を訪問し当事務所の海外進出サポート業務の概要をご説明します。海外進出、現地オペレーション、海外企業との紛争、撤退などにつき当事務所と共にサポートする海外ネットワークについてもご説明します。当事務所からの業務説明、貴社からの業務内容に関するご質問への回答などに通常1時間程度を見込んでいます。

当事務所の業務の出張説明についてのお問合せは、[webmaster@kojimalaw.jp](mailto:webmaster@kojimalaw.jp)にメールにてご連絡ください。メールの件名は「海外進出サポート業務の出張説明希望」としてください。

なお、現時点では、都内に所在する企業・事業所にのみ出張説明を行なっている点、ご了解ください（学生又は法律事務所向けに業務説明を行なうことは想定していない点ご了解ください）。

本ニューズレターは、法的助言を目的とするものではなく、個別の案件については当該案件の個別の状況に応じ、日本法又は現地法弁護士の適切な助言を求めていただく必要があります。また、本稿記載のうち、意見にわたる部分は、執筆担当者の個人的見解であり、当事務所またはその他の事務所の見解ではありません。

本ニューズレターで取り上げてほしいテーマなど、ぜひ、皆様の忌憚ないご意見・ご感想を [newsletter@kojimalaw.jp](mailto:newsletter@kojimalaw.jp) までお寄せください。