

坂本 力也 教授

法学部

国際取引における「仲裁」システムを研究

2大法体系の融合こそ真のグローバル化  
日本の「和解」が代替になる可能性も



坂本 力也(さかもと・りきや)  
平成3年本学法学部法律学科卒。米ルイジアナ州チ  
ュレーンロースクール法学修士、同比較法学修士。  
ニューヨーク州米国弁護士として国際訴訟の実務を  
経験したのち帰国し、主に英米法や国際商事仲裁  
の研究に携わる。その他の研究分野は、国際民事訴  
訟、集団代表訴訟、米国法全般、米国法学教育な  
ど。東京都出身。48歳。

世界の法体系は、大きく二つに分けられる。一つが日本で採用している成文主義の「大陸法系」で、もう一つが判例を重視する「英米法系」だ。坂本教授は本学法学部在学中に二つの法体系の違いに深く興味を持ち、「二つの融合こそ真のグローバル化」と考え、英米法のゼミに所属した。

卒業後に進んだアメリカのロースクールで出会ったのが、現在も研究している「国際仲裁」というシステムで、ビジネスなどにおける裁判外紛争解決手段の一つ。裁判の場合には、国をまたぐと準拠法や管轄権、執行権などにおいて問題が生じやすいため、判決が下っても最終的な解決に至らないことが多い。しかし、国際仲裁では両者があらかじめ選定した専門性の高い有識者などが仲裁人として最終判断を下すが、その判断は最高裁判所の判決と同等の効力を持つ。さらにニューヨーク条約に加盟している世界156カ国において執行することができるのだという。

「日本では国際仲裁が活性化されたいのは、グローバル基準で見るとものすごくマイナスイです。国際取引とよるよりはる英米法の解釈をされることが多いため、その知識は非常に大事。実際に使うことがなくても、その概念を知っておくことに意義があります」と、坂本教授は日本における英米法のさらなる理解が必要だと訴える。

裁判が公開制なのに対して、仲裁は非公開。現状は経験者たちが意見交換してノウハウを高めていくことが多い。踏み込んだ研究は難しい分野内。しかし、最近では国内の大学でも国際大会を目指した仲裁のコンペティションが催されており、坂本教授は「学生が英米法や国際仲裁を学ぶ上で非常にいい機会」と捉えているという。

「日本の法律家に英米法の理解を促し、国際仲裁を日本で浸透させる一方で、日本の情報をもっと海外に出さないとけないという使命感もある。日本における国際仲裁、海外における調停・和解と、どちらもまだまだ伸びしろがある分野。学生も興味を持って勉強してくれて、私も非常に楽しく研究させていきたいです」



ニューヨークロースクールでの日本における契約実務について講演する坂本教授

調停人になり、何を基準にして裁くか、まだ難しさが残ります。システムとして曖昧なものは国際社会では受け入れられない。適正な手続き、適正なルールのもと、すべての人にとってフェアのものを作らなくてはなりません。また、現状は調停の結果が仲裁と同じように国際的に執行できる条約がないので、調停をグローバル化するのにはまだそういった整備も必要となります」

日本の事業者同士が和解で紛争を解決できることは、文化的、経済的にも素晴らしいことだと坂本教授は語る。

「日本の法律家に英米法の理解を促し、国際仲裁を日本で浸透させる一方で、日本の情報をもっと海外に出さないとけないという使命感もある。日本における国際仲裁、海外における調停・和解と、どちらもまだまだ伸びしろがある分野。学生も興味を持って勉強してくれて、私も非常に楽しく研究させていきたいです」

「日本のお茶ビジネスにも応用が利くだろうし、美しいお茶畑が観光地になれば、いわゆる「おもてなし」の人材を育成する教育施設の設置にまで可能性が広がっていくわけです」

井上 葉子 准教授

商学部

グローバル・ビジネス・エコシステムの構築

高いトータル価値提供を目指す  
ビジネス・エコシステムの役割に注目



井上 葉子(いのうえ・ようこ)  
早稲田大学大学院商学研究科単位取得満期退学。同大学助手を経て本学商学部助手に。平成20年に同専任講師、25年准教授に。主な担当科目は国際物流論。専門は国際ビジネス。「国際ビジネス理論」(中央経済社)、「現代マーケティングの基礎知識」(創成社)などの著書がある。ハーバード大学、カリフォルニア大学パークレー校で客員研究員を歴任。

井上准教授は、これまで日本の製造業、サービス業における海外進出の実績を長年にわたってフィールドワークにより、グローバル・ビジネスの標準化および適応性の視点から研究を続けてきた。

製造業の海外進出は主にコストダウン(経費削減)を第一義に考えたもので、中国や東南アジアで生産した製品を、欧米の市場で販売するというのが従来のスタイル。一方、サービス業は海外進出自体が少なく、銀行も日系企業のファイナンスをメインに現地でサポートするという形のビジネス投資に留まっていたという。

「今はモノだけでは売れない時代です。価値提供という意味でモノに付随するサービスや消費者体験の質と量によって、トータル価値を高めていくことが競争優位の源になります。そのトータル価値を創り出すのがビジネス・エコシステムです。モノにのみ集中して安価でいいモノを作ってもすぐにまねされてしまいますから」

「今後は製造業に限らず、グローバルな事業展開を目指すすべての企業にとって、ビジネス・エコシステムは必要不可欠なものとなるだろう。現在、アメリカ・ナバレー(カリフォルニア州)のワインビジネスが現地の農業、さらに大学の研究と結びついて成功したエコシステムの検証プロジェクトが進行中だ。」



4月27日の講義終了後、国際ビジネス理論研究のゼミ生と一緒に

「日本企業にはもともと視野を広げ、顧客価値を高めるためのエコシステムを構築するテクノロジー、あらゆるグローバルプレイヤーとパートナー関係を組むという企業文化の広さと柔軟さを育ててほしい」

「お客様にとっての価値を最大限高めていく」エコシステムモデルの構築をモットー(目標)に、井上准教授の研究は続く。

「農業観光の余地」  
海外市場には、文化の違いや取引における慣行の違いといった力も存在する。  
「日本企業にはもともと視野を広げ、顧客価値を高めるためのエコシステムを構築するテクノロジー、あらゆるグローバルプレイヤーとパートナー関係を組むという企業文化の広さと柔軟さを育ててほしい」