



第56回 リスクマネジメント（営業秘密の保護）

Question

先日、あるセミナーに出席したところ、営業秘密の保護が重要だという話を聞きました。これまで、当社は、技術情報、営業情報、顧客情報、市場分析情報、人事・財務情報などを何気なく扱ってきましたが、これらは営業秘密にあたるような気がします。これまであまり意識してきませんでしたが大事なことだと思いますので、営業秘密の保護のため何をすればよいのか、教えてください。

Answer

各企業には、多くの情報資産があります。取引価格に関する情報、事業計画、技術情報、製造方法、製造・販売ノウハウ、設計図面、顧客リスト、販売マニュアルなどは秘密として保護されることで、他社との差別化ができます。そして、これらの情報は一度漏えいしてしまうと、資産としての価値が失われるだけでなく、企業経営にも致命的な影響を及ぼしかねません。適切な営業秘密の保護に向けて本稿の内容をご確認ください。

1. 営業秘密とは？

不正競争防止法2条6項は「この法律において『営業秘密』とは、秘密として管理されている生産方法、販売方法その他の事業活動に有用な技術上又は営業上の情報であつて、公然と知られていないものをいう」と定めています。そのため、技術やノウハウ等の情報が「営業秘密」として不正競争防止法で保護されるためには、以下の3つの要件を全て満たすことが必要です。

(1) 秘密管理性

情報は、秘密として管理されている必要があります。具体的には、営業秘密を保有する企業で、営業秘密が管理されていなければなりません。営業秘密が管理されているというのは、企業が営業秘密であることを明示し、それが営業秘密に接する人たちにとって明確に伝わっていなければなりません。営業秘密が紙媒体で保管されている場合にはファイルに「マル秘」などの表示がされ、施錠されたキャビネットで保管してあるとか、営業秘密がデータ形式で存在する場合にはそのデータにアクセスできる人間が限られているとか、パスワードが設定されているなどの措置が採られている必要があります。

(2) 有用性

情報は、有用な技術上又は営業上の情報である必要があります。具体的には、当該情報を利用することで、経費が節約され、又は経営効率が改善されるものである必要があります。成功した実験のデータだけではなく、失敗した実験のデータも有用な情報と考えられます。他方で、脱税のノウハウや不法投棄に関する情報は有用性の要件を満たしません。

(3) 公然と知られていないこと（非公知性）

情報は、公然と知られていない必要があります。公然と知られている情報の組み合わせであっても、その組み合わせ自体が公然と知られていなければ非公知性の要件を満たすと考えられています。他方

で、刊行物に掲載された情報や特許として公開された情報は非公知性の要件を満たしません。

2. 営業秘密の漏えいを防ぐ方法

営業秘密に該当する場合には、万が一、漏えいが生じたときに、民事上の差止請求や損害賠償請求、刑事責任の追及といった対応が可能になりますが、その前段階として、営業秘密の漏えい自体を防ぐ仕組みづくりが必要です。具体的には、以下のような方法が考えられます。

(1) 物理的・技術的な方法

物理的・技術的に営業秘密に接近できなくする方法があります。アクセス権限を有する者を限定する、退職者のアクセス権限を速やかに削除する、営業秘密が含まれたPCをインターネットに接続できないようにする、営業秘密が紙やファイルで保管されている場合には施錠管理を徹底する、アプリケーションソフトを常に最新のものにアップデートする、ファイアウォールを設定する、アンチウイルスソフトを導入するといった方法が考えられます。

また、物理的・技術的に営業秘密を持ち出せなくする方法があります。私用のUSBメモリの使用を禁止する、一定のエリアにスマートフォン等の撮影機能のあるデバイスを持ち込ませないようにする、会議資料は情報端末で閲覧することにして印刷を禁止する、会議資料は都度回収する、電子データを暗号化する、外部にアップロードできなくする等の方法があります。

(2) 心理的な抑止

漏えいが見つかりやすい職場環境にする方法があります。例えば、座席配置・レイアウトを工夫する、防犯カメラや監視カメラを設置して録画し録画データを一定期間保管する、職場を常に整理整頓する、掲示や看板で「関係者以外立入禁止」「撮影禁止」を明示する、外部に送信する電子メールをモニタリングする、ログ（誰が、どの端末から、いつ、どの情報にアクセスしたか）を記録して確認する等の方法があります。電子メールのモニタリングやログの確認については、確認を行っていることを周知するだけでも、従業員等への大きな抑止効果が期待できます。

また、従業員等に「営業秘密だとは思わなかった」と言われないようにするため、記録媒体に「マル秘」「㊫」「社内限り」等の表示を行う、持ち出しや情報の利活用についての社内ルールを策定し周知する、無断持ち出し禁止の掲示をする、研修を実施する、秘密保持に関する誓約書を提出させる等の方法があります。社内ルールとしては、就業規則、営業秘密管理規程や情報取扱規程、セキュリティ規程等を整備することになります。秘密保持に関する誓約書は、入社時はもちろん、プロジェクト開始時、退職時にも提出させるようにしておく必要があります。また、誓約書には「顧客情報（氏名、住所、電話、メールアドレス）」等と営業秘密の内容を具体的に記載することが有益です。

(3) 信頼関係の維持・向上等

従業員等に「営業秘密を持ち出そう」という考えを起こさせないように、働きやすい職場環境を整えることも有効な方法になります。例えば、ワーク・ライフ・バランスの推進、社内のコミュニケーションの拡充、社内表彰や報償制度の実施等があります。

3. まとめ

企業は、自社が持つ様々な技術情報や営業情報を用いることで、他社との差別化を図り、自社の競争力を向上させることができます。普段何気なく接している情報も、他社からみれば非常に有用な経営資源です。本稿の内容を参考にして、今一度、自社の営業秘密保護に向けた取り組みをご確認ください。

《 著者略歴 》

札幌市出身。札幌南高校、慶應義塾大学卒業。同大学大学院在学中に司法試験に合格し、2002年から国内大手渉外事務所のTMI総合法律事務所にて勤務。同事務所で企業法務、事業再生、M&A、知的財産関連業務等に従事した後、2007年にアンビシャス総合法律事務所を設立し、現在に至る。著書に「創業者・経営者のための30分で分かる出口戦略-事業承継・MBO・IPO・M&Aの備え方」（プレジデント社）「成功する！M&Aのゴールデンルール」（民事法研究会）「弁護士に学ぶ！契約書作成のゴールデンルール」（民事法研究会）ほか多数。