

# LEGAL REPORT

## 「営業秘密管理指針の全部改訂について」

2015.05.18



おかやま番町法律事務所  
弁護士 池田 暉生

### □主な経歴等

島根県松江市出身

島根県立松江北高等学校卒業

中央大学法学部卒業

認定支援機関(中小企業経営力強化法に基づく経営革新等支援機関の認定)(H25～)

経営者保証ガイドラインアドバイザー(独立行政法人中小企業基盤整備機構)(H26～)

岡山県庁嘱託勤務(H26～)

### □諸活動

日弁連中小企業法律支援センター委員(H23～)

日弁連法律サービス展開本部・自治体等連携センター委員(H26～)

岡山県薬事審議会委員(H27～)

### □研究会等

岡山金融取引研究会 (H20～)

### □論文

「預金債権の差押えの特定－最高裁平成23年9月20日決定の検討－」銀行法務21 No.745(2012年6月号)

### 1. はじめに

本年1月、経済産業省は、営業秘密管理指針(以下「指針」という)の改訂版を公表しました(経済産業省のHPからダウンロードできます)。平成15年の指針策定以来、初めての全面的な改訂となります。そこで、以下、不正競争防止法(以下「不競法」という)が定める営業秘密の意義を確認した後、改訂後の指針(以下「新指針」という)の概要を紹介します。

### 2. 営業秘密の意義

(1)不競法は、営業秘密について「(①)秘密として管理されている(②)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って、(③)公然と知られていないもの」と定めています。このように、不競法上の営業秘密に該当するためには、①秘密管理性、②有用性、③非公知性の3つの要件を満たす必要があります。

(2)不競法は、営業秘密を保護するため、他人の営業秘密を不正に取得・使用・開示等する行為に対する差止請求、損害賠償請求等を

定め、さらに違法性の高い行為については刑事罰を定めています。

(3)不競法上の営業秘密に該当しない情報は、不競法による保護を受けることができませんが、民法その他による法的保護を一切受けることができないわけではありません。

### 3. 基本的なコンセプトの変更

改定前の指針(以下「旧指針」という)は、不競法上の営業秘密の法解釈だけでなく、営業秘密の流出の可及的な防止を目的とした高度な管理方法を示していました。これに対して、新指針は、前者のみを対象とし、不競法による法的保護を受けるために必要な最低限の水準の対策を示しています。なお、後者については、別途策定する「営業秘密保護マニュアル」(仮称)で対応される予定です。

### 4. 秘密管理性について

不競法上の営業秘密の3つの要件のうち、法解釈上最も問題となるのが秘密管理性です。

#### (1)秘密管理性の趣旨

新指針は、秘密管理性が要求される理由について、

企業が秘密として管理しようとする対象(情報の範囲)が従業員や取引相手先(以下「従業員等」という)に対して明確化されることによって、従業員等の予見可能性、ひいては、経済活動の安定性を確保することにあると考えています。

## (2)必要な秘密管理措置の程度

新指針は、このような秘密管理性の趣旨を踏まえて、企業が対象情報を秘密として管理しようとする意思(秘密管理意思)に対する従業員等の認識可能性が確保される程度の秘密管理措置が必要であると考えています。

具体的には、秘密管理措置は、対象情報に合法的かつ現実的に接することができる従業員を対象として、①対象情報(営業秘密)を一般情報(営業秘密ではない情報)から合理的に区分する措置と②当該対象情報について営業秘密であることを明らかにする措置とで構成されると考えています。①の措置は、対象情報の性質、選択された媒体、機密性の高低、情報量等に応じて、一般情報と合理的に区分されることが必要とされています。また、②の措置は、主として、媒体の選択、媒体への表示、媒体に接触する者の限定、対象情報の種類・類型のリスト

化等が想定されています。

## (3)秘密管理措置の具体例

新指針では、典型的な秘密管理措置の具体例が示されていますので、その一部を紹介します。

### ア 紙媒体の場合

- 文書へのマル秘表示
- 施錠可能なキャビネットや金庫等への保管 等

### イ 電子媒体の場合

- 記録媒体へのマル秘表示の貼付
- 電子ファイル名・フォルダ名へのマル秘の付記
- 営業秘密である電子ファイルそのもの又は当該電子ファイルを含むフォルダの閲覧に要するパスワードの設定 等

### ウ 物件に営業秘密が化体している場合

- 物件のある部屋の扉への「関係者以外立入禁止」の張り紙
- 写真撮影禁止の張り紙
- 営業秘密該当物件をリスト化し、閲覧・共有化

### エ 媒体が利用されない場合

- 原則として、営業秘密のカテゴリーのリスト化・営業秘密の文書化を通じて、営業秘密の内容を可視化することが必要
- 営業秘密の範囲が明確な場合には、その範囲・カテゴリーを口頭・書面で伝達することも可

## (4)その他

新指針は、営業秘密を企

業内外で共有する場合の秘密管理性の考え方についても示しています。

## 5. 有用性・非公知性について

新指針は、有用性については、その情報(公序良俗に反するものを除く)が客観的にみて、事業活動に有用であることを、また、非公知性については、一般的には知られておらず、又は容易に知ることができないことを意味すると考えています。

## 6. 実務上の留意点

(1)指針は、経済産業省が一つの考え方を示したものにすぎず、法的拘束力を持つものではありません。営業秘密に関する紛争は、最終的には裁判所において個別の具体的状況に応じて判断されます。

(2)既述のとおり、新指針は、不競法による法的保護を受けるために必要な最低限の水準の対策を示したものにすぎません。重要な情報については、旧指針が示していた管理方法を実践することも考えられます。今後は、新旧両指針を参照しつつ情報の重要性に応じた適切な営業秘密の管理が必要であると考えられます。

### 《参考文献》

長井謙「営業秘密管理指針の全部改定の解説」NBL1045号57頁等参照

(2015.5.18)