

1

営業秘密とは何か？

本日は、「不正競争防止法と営業秘密の管理強化マニュアル」というテーマでお話をさせていただきます。

まずよく言われる「営業秘密」とは何かというところから考えましょう。この営業秘密については、不正競争防止法という法律で要件が規定されております。

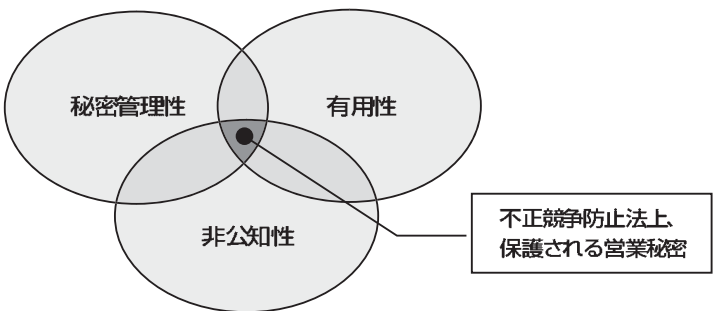
次ページの図にあるように、営業秘密として保護されるには、

- 1 秘密管理性
- 2 有用性
- 3 非公知性

のすべての要件が必要であると不正競争防止法に定められております。つまり営業に関する情報であれば、何でも不正競争防止法上保護されるということにはならないわけです。この図の秘密管理性と有用性と非公知性が重なる真ん中の部分、その部分だけが不正競争防止法上保護される営業秘密ということになります。

営業秘密とは…

秘密管理性、有用性、非公知性の全ての要件が必要（不正競争防止法2条6項）。営業に関する情報であれば全て不正競争防止法上保護されるというわけではない。



1 秘密管理性

ではこれから営業秘密の対象となる秘密管理性、有用性、非公知性とは具体的にどのようなものであるかを見ていきます。

まず秘密管理性ですが、一体どういう場合に秘密管理性があると認定されるのでしょうか。秘密管理性が認められるためには、

①当該情報にアクセスした者に当該情報が営業秘密であることを認識できるようにしていること↓
営業秘密の認識可能性

②当該情報にアクセスできる者が限定されていること↓
営業秘密へのアクセス制限

の2点が必要であると考えられております。

具体的に見ていきましょう。まず、①の営業秘密の認識可能性ということですが、例えば書類の左上なりに「部外秘」だとか「持ち出し厳禁」「マル秘」などの押印がされたり、表示がされている場合にこれが認められることになりま

秘密管理性が認められるための要件

当該情報にアクセスした者に当該情報が営業秘密であることを認識できるようにしていること（営業秘密の認識可能性）

当該情報にアクセスできる者が限定されていること（営業秘密へのアクセス制限）

す。またロッカーなどに施錠して保管されていて、当該ロッカーに保管されているものは営業秘密であると新入社員の研修で徹底的に指導されているような場合も同様です。あるいは営業秘密保持契約、秘密保持契約などが締結されていて、その契約書に当該情報が営業秘密であると明確に定められている場合、つまりその契約書の中に営業秘密とは以下のものであるとして、1、2、3、4などと列記・特定されて、「営業秘密とはこういうものです」と明確にされているというような場合なども同様です。

このような場合であれば、それらの情報は営業秘密であるということが分かる、認識できるということになります。

次に②のアクセス制限についてです。①のところでロッカーなどに施錠して保管されているという例を挙げましたが、これもアクセス制限に含まれます。また、例えば一定の地位にある従業員ないしは役員以外は保管されている営業秘密にアクセスすることは許されおらず、当該情報にアクセスするには、一定の地位にある従業員ないしは役員の承諾が必要である、そして、アクセスした人はこれを権限外で使用・開示してはならないという義務が、就業規則や誓約書等で課さ

れているような場合などについては、アクセス制限があるということになります。

2 有用性

次に営業秘密の2番目の要件である「有用性」についてお話を進めていきたいと思います。有用性というのは、文字通り当該情報が事業活動に利用されることによって費用の節約とか、経営効率の改善等に役立つという、事業活動にとって有用なものであるということです。

従って、実際に不正競争防止法に関する訴訟や紛争になった場合において、当該情報が営業秘密かどうかに関して、この有用性が特に問題となるケースというのは極めてまれです。というのは、企業にとって有用なものであるからこそ誰かに勝手に使われるということは困るというので、わざわざ訴訟を起こして差止めや損害賠償請求までするわけです。逆に有用性のない情報については、もし誰かが使っても、企業としてもあまり役に立たない（利用価値のない）情報だから、それはいいでしょうと放置しているというケースも多くあると思われれます。それで有用性自体が問題になるということはあまりないことになります。

もっとも、そもそもなぜ営業秘密の要件の中に有用性を入れているかという点、事業者の有する秘密であればどんなものでも保護されるというのはいささか範囲が広過ぎ、具合が悪いといえますので、一定の歯止めをかけよう、有用性のあるものに限ろうという趣旨からです。

では、具体的にどういったものに有用性が認められるのでしょうか。

例えば過去に失敗した実験データや契約締結の勧誘をしたが拒否された消費者のデータなどがこれに該当します。過去に失敗した実験データというのは、例えば、新しい特許等を取ろう

有用性が認められる情報の例

ネガティブインフォメーション

- 過去に失敗した実験データ
- 契約締結の勧誘をしたが拒否された消費者のデータ

ということになって、いろいろ、ああでもない、こうでもないという研究者が実験を積み重ねていったところ、結局、実験が失敗してしまった、この失敗した実験データです。また後者は、新規のお客さんを開拓しようとして、個々の家庭に訪問したりしてセールスをかけて、それで断られてしまった消費者のデータです。

そういうネガティブインフォメーションと呼ばれる情報も、例えば失敗したデータを元にして新たな研究開発が進んでいくこともありますし、契約締結を勧誘したが断られてしまった消費者のデータを元に、これらの人には勧誘しても無駄だから、これらの人を除く別の人に勧誘したら効率よく契約締結に至れるということの意味があるというようなことがあるかも知れません。当該情報を利用して不要な研究開発投資を回避したり、費用を節約できるといふ点がありますから、こうしたネガティブインフォメーションも有用性があると考えられます。

ただ、情報を取得した人が自らの好奇心、これは趣味・嗜好のレベルなのですが、そういうものを充足、満足させることができる程度の価値しかないものについては、それは個人の趣味・嗜好のレベルにとどまるということになるので、有用性が認められないと考えられます。