

〈3〉不正競争防止法に関連した秘密情報の管理について —大学においても産学官連携を踏まえた営業秘密管理が重要に—

文部科学省 大臣官房総務課 課長補佐
(併) 高等教育局 国立大学法人支援課 専門官 齊藤 眞

事業活動において生じた研究成果や、顧客情報等の営業秘密は、共同研究の相手先と連携した上で、組織的に管理することにより、流出を未然に防ぎ、かつ、流出時に法的保護を受けることが可能となる。

近年、営業秘密の漏えい事件が社会的に大きな問題となっていることから、事業者において適切に営業秘密を保護することの重要性が増している。このことは産学官連携が進展していることを踏まえ、大学においてもその研究成果の保護について十分に留意することが必要となっている。これらの状況に鑑み、不正競争防止法における営業秘密保護の在り方や今後の課題について記すこととする¹。

(1) 営業秘密保護の重要性

グローバル化の進展及び知識集約型経済の急速な発展等に伴い、事業活動において、その競争力の維持又は強化のために、無形の経営資源である技術やノウハウなどの知的資産の創出、管理、活用、結合等を重視した戦略構築の重要性が高まりを見せている。

知的資産の多くは、事業活動を支える現場の労働者や技術者の長年の努力と事業者の多額の投資の結集である。経営者は、刻々と変化する事業環境に適

切に把握し、自社の強みを明確に把握し、持続的な利益を得るための戦略的な経営資源の投資を行うとともに、技術やノウハウなどの意図しない流出等を防ぐことで、自らの投資の成果に他社の追従を許さない状況を実現することが重要である。

さらに、我が国事業者が激化する国際競争を勝ち抜いていくためには、オープン・イノベーションの促進が求められており、その実現のためには、事業者間で相互に営業秘密に相当する競争力の源泉を開示しなければならない状況に直面することも増加していくことが想定される。この際、開示に当たっては、自社の製品やサービスの共有、普及のために他社に使用させる部分と、利益の確保のために他社に使用させない部分を決定する必要がある。ここで、保有する重要な情報を開示するか（特許権等の権利取得）、秘密として管理するか（営業秘密）を組織的・戦略的に選択する必要性が生じてくる（別表1）。その選択と同時に、後者として判断された情報は、万が一流出した場合であっても、法的保護を受けることができるように秘密管理を行う必要性が生じることとなる²。

近年、こうした状況を背景として、我が国において企業の基幹技術の漏えいをめぐる大型の紛争事例が顕在化している³。情報流出は、企業における重要な財産の流出であり、事業戦略、研究戦略、知財戦略の再構築を余儀なくされるなど当該企業の存立

1 営業秘密の定義、民事的保護規定等については、経済産業省ホームページを参照いただきたい。

<http://www.meti.go.jp/policy/economy/chizai/chiteki/trade-secret.html>

2 前述の経済産業省の調査によると、従業員301名以上の企業540社への調査において、特許要件を満たす発明を秘匿化することが増えていると回答した企業は29.1%に上っている。

3 経済産業省が平成24年に実施した調査によると、営業秘密について「明らかに漏洩事例があった」「おそらく情報の流出があった」と回答した企業は約13.5%に上る（回答企業数：約3,000社）³。また、経済産業省が平成26年に実施した調査によると、85%の企業が「技術・ノウハウの漏えいリスクが高まっていると感じる」と回答している。

(別表1)

技術情報の扱いに関して検討すべき論点

	営業秘密として管理	特許権等の知的財産権を取得
メリット	・共同研究の方向性が他者に対して明らかとならない ・失敗した実験のデータ等特許になじまないノウハウも営業秘密として保護対象となり得る ・製品等を分解することによって明らかにならない限り、保護期間の制限もなく他者との差別化を図ることが可能。	・事前の審査を通じ権利の内容が明確となる ・登録を通じ権利の存否が明確となる ・一定期間、譲渡可能な排他的独占権を取得できる
デメリット	・登録制度がないので、権利の内容、存否が不明確 ・他社が独自に開発した場合、技術の独占が不可能となる。 ・適切に管理しない場合、法律による保護を受けられない	・出願内容を公開することを制度の前提としており、自社の開発動向が知られたり、周辺特許を取得されたりする可能性がある ・権利の保護期間が満了した場合、誰でも利用可能となる

を脅かしかねない影響を与えることが想定される。

さらに、近年の企業における情報流出の事案に係る報道等によれば、事業者における情報の流出は、たとえ、その原因が悪意ある人物による窃取や領得によるものであったとしても、流出した企業のレピュテーションを著しく低下させることが確認できる。

このように、事業者が有する情報を取捨選択した上で営業秘密として適切に管理することは、研究開発をはじめとする事業活動の成果を最大化するとともに、事業者における様々なリスクから自身を守るために必要不可欠であり、であるからこそ、その対策や備えについて組織的に取り組む必要があるものといえ、経営戦略構築にあたっての重要事項といえるのである。

(2) 営業秘密とは何か（不正競争防止法における営業秘密の定義）⁴

不正競争防止法（以下、「法」という。）第2条第6項は、営業秘密を

①秘密として管理されている〔秘密管理性〕

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〔有用性〕⁵であって、

③公然と知られていないもの〔非公知性〕⁶

と定義しており、この3つの要件を満たした情報については、不正競争防止法により、法的な保護を受けることができるものとされている。具体的には、他者による使用の差止めや損害賠償、信用回復措置を請求すること等ができる。

例えば、技術上又は営業上有用でない情報を秘密に管理したからといって、有用とはいえない情報が技術上又は営業上有用なものに変わるわけではない。また、すでに世の中の誰もが入手できるような公然と知られている情報を、いくら厳格に秘密管理したところで、すでに公知である状態には変化は無く、不正競争防止法のもとで営業秘密として保護されることはない。

以上から明らかなように、有用かつ非公知の情報を秘密として管理することが、営業秘密として保護を受けるための重要なポイントとなる。

4 不正競争防止法上の営業秘密に係る「秘密管理性」の要件については、経済産業省産業構造審議会知的財産分科会営業秘密の保護・活用に関する小委員会において検討が行われており、平成27年1月に「中間とりまとめ」がなされている。

5 平成27年1月に全面改訂された「営業秘密管理指針」によると、「有用性」については、「広い意味で商業的価値が認められる情報を保護することに主眼がある。したがって、秘密管理性、非公知性要件を満たす情報は、有用性が認められることが通常であり、また、現に事業活動に使用・利用されていることを要するものではない。」と説明している。

6 「営業秘密管理指針」によると、「非公知性」については、「営業秘密が一般に知られた状態になっていない状態、又は容易に知ることができない状態」にあることによって認められるものと説明している。

(3) 営業秘密を適切に管理するための方策について

具体的に事業者において、どのように営業秘密を管理すべきだろうか。

この考え方について、経済産業省が取りまとめた「営業秘密管理指針」においては、これまで、①物理・技術的管理、②人的管理、③組織的管理という3つの論点に分けて、その方法論を提示していた⁷。

平成27年1月に、営業秘密の秘密管理性要件の明確化等のための法解釈に特化したものとすべく、営業秘密管理指針が全面的に改訂され、秘密管理性要件に係るこれまでの裁判例等を踏まえた当該要件についての再整理がなされ、これを踏まえて秘密管理措置の具体例として、営業秘密の形態が①紙媒体の場合、②電子媒体の場合、③物件に営業秘密が化体している場合、④媒体が利用されない場合、⑤複数の媒体で同一の営業秘密を管理する場合の、5つの類型に峻別し、それぞれに係る秘密管理措置の具体例が提示された⁸。

ここでは、改訂された営業秘密管理指針の構成について詳述したい。

ア) 前提としての秘密管理性要件

営業秘密の管理にあたっては、不正競争防止法に言う「秘密管理性」要件を満たす程度の管理を行うことを意識しなければならない。

営業秘密は、情報であるがゆえ無形であって、その保有・管理形態が様々であること、また、特許権等のように公示を前提とできないことから、営業秘密たる情報の取得、使用または開示を行おうとする従業員や取引相手先にとって、営業秘密であることを容易に知り得ない状況が現出することが想定され

る。

こうした営業秘密の性質を踏まえ、営業秘密管理指針においては、秘密管理性要件の趣旨は、企業が秘密として管理しようとする対象が従業員等に対して明確化されることによって、当該営業秘密に接した者が事後に不測の嫌疑を受けることを防止し、従業員等の予見可能性を確保し、ひいては経済活動の安定性を確保することにあるとしている。

その上で、秘密管理性要件が満たされるためには、営業秘密を保有する企業の、特定の情報を秘密として管理しようとする意志が合理的な秘密管理措置によって従業員に明確に示され、従業員が当該秘密管理意志を容易に認識できることが必要であるとしている。

さらに、秘密管理措置は、対象情報（営業秘密）の一般情報（営業秘密ではない情報）からの合理的区分と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、合理的区分とは、企業の秘密管理意志の対象を従業員に対して相当程度明確にする観点から、営業秘密が一般情報と合理的に区分されることをいうものとしている。

こうした、秘密管理性要件に係る整理は、産業構造審議会知的財産分科会営業秘密の管理・活用に関する小委員会において提示されたものであって、既存の営業秘密管理指針に対する産業界からの意見を踏まえた、秘密管理性要件の明確化のためのものと考えられるが、営業秘密を実際に管理する現場の視点から理論的な省察が試みられており、一定の明確化が達成されているものといえよう。

イ) 営業秘密の形態から考える具体的な管理の在り方
営業秘密管理指針では、具体的な秘密管理措置の在り方についても述べられているので紹介したい。

7 改定前の営業秘密管理指針における秘密管理のアプローチについては、以下の①～③にまとめられるが、今もって事業者における具体的な秘密管理体制整備にとって示唆に富むものであると考えられるので参照されたい。

①営業秘密へのアクセスを物理的又は技術的に防ぐ手段を設け、特定の者のみがアクセスできる環境を整えること（物理的・技術的管理）。

②営業秘密の開示対象者に限らず、すべての関係者が営業秘密の取り扱いに関する各人の責務を認識できるよう、秘密保持義務等を規定した就業規則や各種規程の内容を、研修等を通じて周知していくこと（人的管理）

③個別の物理的・技術的管理及び人的管理措置を実効的に実施し、問題が発生した場合に的確に対応をしていくための組織的な管理を行うこと（組織的管理）。

8 今回の営業秘密管理指針の改訂については、いわゆる法解釈に係る記述に限定し、また、具体的な営業秘密の管理方法は「営業秘密管理マニュアル」として独立させるという今回の試みは、特に中小企業にとっての使いやすさを追求したものとして評価できるものと考えられる。ただし、これまでの営業秘密管理指針に沿って組織的な管理体制を整備してきた企業にとって、いたずらに大幅な体制の変革を求めることがないよう、留意が必要であるものと考えている。

・紙媒体の場合

当該文書に「マル秘」などの秘密であることを表示することにより、秘密管理意志に対する従業員の認識可能性は確保される。また、文書やファイルを施錠可能なキャビネットや金庫に保管する方法も認識可能性を確保する手段と考えられるとしている。

・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、(営業秘密たる)電子ファイルのデータ上にマル秘を付記、(営業秘密たる)電子ファイルそのものの閲覧に要するパスワードの設定により、秘密管理措置となりうるものと考えられるとしている。

・物件に営業秘密が化体している場合

物理的にマル秘表示の貼付や金庫等への保管に適さないものについて、扱う場所の扉に「関係者以外立入禁止」の張り紙を貼る。警備員を置いたり、入館IDカードが必要なゲートを設置したりして、営業秘密が存在する場所への部外者の立ち入りを制限することなどが有効であると考えられるとしている。

・媒体が利用されない場合

技能や設計に関するものなど従業員が体得した無形のノウハウや従業員が職務として記憶した顧客情報等については、従業員の予見可能性を確保するなどの観点から、原則としてリスト化したり、具体的に文書に記載したりするなどの他の媒体への可視化が必要となるとしている。

・複数の媒体で同一の営業秘密を管理する場合

同一の情報を紙および電子媒体で管理することが企業実務で多く見られるが、それぞれについて秘密管理措置が講じられることが原則であるとしている。

※ さらに、営業秘密を企業内外で共用する場合の秘密管理性の考え方についても、①社内の複数個所で同じ情報を保有しているケースと②複数の法人間で同一の情報を保有しているケースに分けて論じている。特に②については、オープン・イノベーションの進展による、こうしたクローズ情報の共有という状況も増加していると考えられる中、別法人内部での情報の具体的

な管理状況は、自社における秘密管理性には影響しないことが明示されており、事業者にとっての明確さという観点から有益な整理がされている。

(4) 大学における営業秘密管理の重要性について

①大学における営業秘密を適切に管理することの重要性

大学における産学連携活動においても、同様に研究成果の適切な管理が必要となる。

産学官連携により得られた研究成果や実用化に向けたアイデアやノウハウは、産学双方の知見と努力と協力の賜物であり、こうした成果が、悪意ある第三者による不正に取得・使用され、技術の発明者やノウハウを生み出した者に損害が生じることは、公正な競争秩序を破壊するものであろう。

また、共同研究の成否は、双方の信頼関係に大いに影響を受けるものであるが、技術情報の流出は決定的にこれを傷つけることとなる。この場合、企業からの管理の要請に背いて、教職員等が当該情報を不正に使用した場合等には、教職員等が責任を問われるのみならず、大学の責任が問われたり、社会的な責任という観点から大学の評判に大きな影響を与えたりする可能性もある。

このように、営業秘密管理の不作为がもたらす弊害はきわめて大きく、営業秘密を保護することすることの重要性は、産学官連携においても減じるものではないものと考えられる。

平成16年4月の国立大学法人化以降、大学等における産学官連携活動は総じて着実に業績を上げており、基礎研究の成果を活用する例は今後も増加していくものと見込まれ、こうした状況を鑑みれば、企業側が大学側に対して、共同研究により得られた成果を営業秘密として秘匿するよう依頼し、大学においても適切に管理する旨の契約を交わすなど、産学官連携の場において、営業秘密を取り扱う機会が増加することは想像に難くない。

教育研究の成果を社会へ提供することは、大学等公的研究機関の主要な役割の一つであり、学会等における論文発表という形で公表されることが多いと考えられる。しかしながら、産学官連携による共同研究による成果は、公表の前に、その全部又は一部

について公開／非公開を主体的・戦略的に判断する必要がある。共同で研究した成果は、その公表も共同で検討されなければならない。大学において自主的な成果を公表する場合と比べ、成果の取扱いが異なることに十分留意しなければならない。

②大学における営業秘密管理に係る基本的な考え方

大学における具体的な営業秘密の管理方法としては、まず、大学独自で創出した発明等に係る営業秘密の管理については、大学の公益性や教育研究に与える効果等を踏まえつつ、営業秘密として管理すべき対象を大学又は研究者が主体的に判断し、適切に管理することが求められる。

一方、産学連携等を通じて大学又は教職員等が入手した企業等の営業秘密の管理については、相手企業等との契約（そして信頼）に応えることができるよう適切に管理すべきである。大学の規模、情報の性質、情報の取扱状況等に照らして適切と考えられる秘密管理措置を講じ、その際、総合的に見て、権限に基づきアクセスした者がそれを秘密であると認識して取り扱うために必要な措置を講じるとともに、権限のない者がアクセスすることができないような措置を講じているといえるような合理的な管理を実現するように配慮することが重要である⁹。

③大学における営業秘密管理の特殊性

大学は、企業における従業員や研究者のみならず、雇用契約を締結していない学生が営業秘密に触れることを想定しなければならない。また、企業と比べても敷地内への不特定多数の存在の立ち入りが容易であり、一概に厳しい物理的管理を行うことが適切ではない特殊性を有している。あわせて、企業におけるwebや説明会の開催等による営業秘密の適切な管理を周知することを目的とした研修のように、所属する教員及び学生に対してこうした趣旨の研修を実施することが一般的ではない。

ア) 大学が有する営業秘密の管理に係る学生との関係

大学の場合、大学と雇用関係にある教職員の他に、いわば教育サービスの受益者としての学生が、重要な構成員となっていることに留意する必要がある。

研究上の必要から、学生が、教職員が営業秘密として管理している情報にアクセスや利用をすることが必要な場合もあり得る。

営業秘密の管理を実践する中で、学生をどのように位置づけるかは、教育研究という目的との関係を念頭に置きつつ、大学あるいは学生の所属する部署の教職員が、どの情報を営業秘密として管理するか、そのうちどの情報について学生にアクセスや利用を認めるのかを、あらかじめ、はっきり定めることが重要である。

その上で、学生にアクセスや利用を認めると決めた営業秘密については、学生に対し、その情報を管理することの重要性や、適切に管理するための方法について周知し、指示内容の遵守を約束させる（例えば、誓約書へのサインを求める。）ことなどにより、その徹底を図ることが重要になる。

なお、大学においては研究に携わる研究員の中に、大学と雇用関係にない研究員も多数存在する。こうした研究員についても、学生と同様、アクセスや利用を認める情報の特定、管理方法の周知及びその徹底を図ることが重要である。

イ) 学生のインターンシップ参加について

学生が企業のインターンシップに参加した場合に、インターンシップ先企業の営業秘密を取得する場合もあり得る。

この場合については、当該企業が求める管理方法を守るよう、学生に対し適切に指導することが望ましい。さらに、約束された取扱方法に従わなかった場合の法的措置の内容についてもあらかじめ知らせておかなければならない。

9 経済産業省では、大学において営業秘密を適切に保護するための管理のあり方をまとめたガイドラインである「大学における営業秘密管理指針作成のためのガイドライン」を発行している（平成16年策定、平成23年改訂）。このガイドラインでは、主に大学において営業秘密を適切に保護するための留意点をまとめており、事例も交えて紹介されている。

我が国における産学連携が一層進展を見せるためには、このような大学における固有の事情に鑑み、大学が有する研究成果を活用した共同研究について、企業側が営業秘密の漏えいを恐れるあまり、二の足を踏むといったことがないように、大学としても一定の営業秘密を管理することをしっかりと意識することがまずスタートとなる。

まずは教員・学生への周知から開始し、その後、事業者における営業秘密管理のプラクティスの蓄積等を参照しながら、大学としての営業秘密管理の適切な在り方を探していくことが期待される。

(5) 今後の課題

平成2年の営業秘密の民事保護規定の創設以降、不正競争防止法における営業秘密に係る規定は切れ目なく拡充を続けており、これはそのまま、我が国における技術情報の流出という事態が大きな課題として存在し続けていること、また、その被害が大きくなり続けていることを表しているものと考えられる。

産業構造審議会知的財産分科会営業秘密の保護・活用に関する小委員会は、数度に渡る議論を経て、営業秘密管理指針の改訂及び不正競争防止法における民事・刑事既定の改正をその内容とする「中間とりまとめ」を公表した。

本取りまとめの公表に先立ち、まず営業秘密管理指針が取りまとめられ、さらに営業秘密管理マニュアルを公表することが予定されている。

今回の指針の改訂は、平成15年の策定以降、初めての全面改訂であり、これにより、これまで営業秘密をめぐる裁判において主に論点となってきた秘密管理性要件について、中小企業も含めた事業者にとってわかりやすく解説することを大きな目的としたシンプルな構成に変貌を遂げている。今回の改訂の趣旨を踏まえ、あわせて今後公表される「営業秘密管理マニュアル」に基づき、我が国産業界において事業者の規模の大小を問わず、営業秘密の管理が適切になされる環境が醸成されることがまずもって肝要であるものと考えられる。

さらに、不正競争防止法の改正についても¹⁰、多

くの論点が含まれるものであるため、広く丁寧な周知がなされることが極めて重要である。これにより、我が国の技術情報の流出という事態が少しでも減少することを期待したい。

営業秘密を保護する主な目的は、企業・研究機関・大学等における優れた研究成果を、我が国経済の活性化に繋がるようなイノベーションにつなげることにある。その実現のためには、当事者それぞれが研究成果たる情報の特性を正確に把握し、戦略的に当該情報を管理・活用することが重要であろう。

そのためにも、まずは営業秘密を保有する事業者及び営業秘密に関わることになる個々人の意識が涵養されることが必要であり、行政当局の周知の徹底が望まれるものである。

参考：不正競争防止法の概要

不正競争防止法は、特定の商行為を「不正競争行為」と定義し、他者の不正競争行為によって営業上の利益を侵害され、又は侵害されるおそれのある者に対し不正競争の停止・予防請求権等を付与することにより不正競争の防止を図るとともに、その営業上の利益が侵害された者の損害賠償に係る措置等を整備することにより、事業者間の公正な競争を確保しようとするものである。

特許法や商標法等の他の知的財産権法が、客体に権利を付与するという方法（権利付与）により知的財産の保護を図るものであるのに対し、不正競争防止法は「不正競争」行為を規制するという方法（行為規制）により知的財産の保護を図るという点が特徴的である。

不正競争防止法の概要は別表2のとおりである。

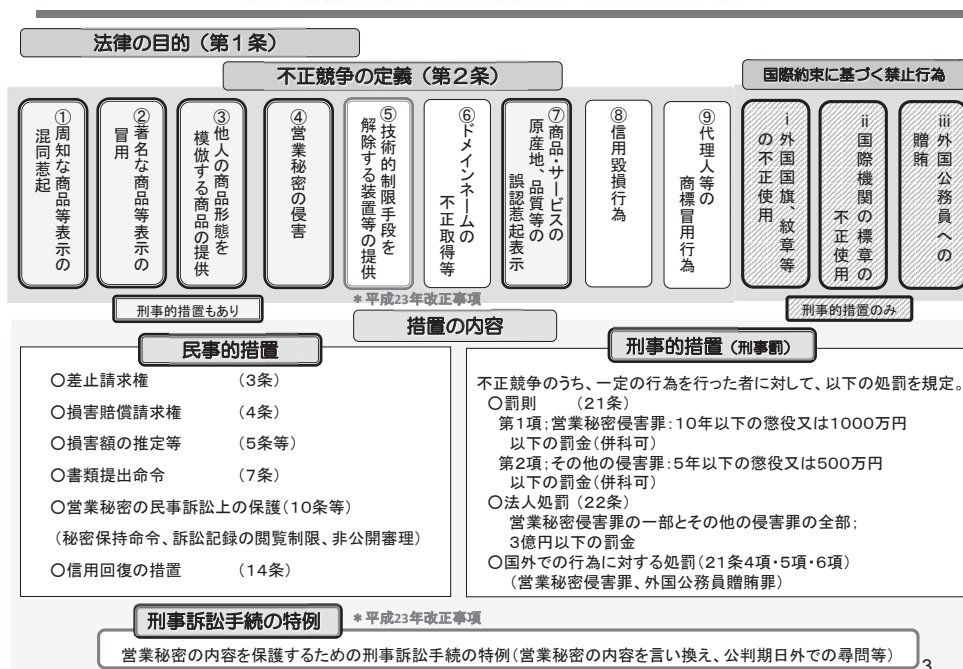
◇ 不正競争防止法の沿革

不正競争防止法は、国際条約への加入等のために昭和9年に制定された法律であり、その後、平成5年に全面改正が行われた。近年は、他の知的財産法と同様に、激変する経済・社会情勢に対応するとともに、新たな条約の批准等を目的として、数次にわたり改正がなされ現在に至っている（直近では平成

10 第189回通常国会に提出された不正競争防止法の一部を改正する法律案の内容は以下を参照されたい。
<http://www.meti.go.jp/press/2014/03/20150313002/20150313002.html>

(別表2)

不正競争防止法の体系（法律の全体構成）



23年6月に改正法が公布され、平成23年12月1日に施行されている。さらに第189回通常国会にも、改正法の提出が予定されている）。

この間、営業秘密の民事的保護制度や、営業秘密侵害行為に対する刑事罰、民事訴訟手続において営業秘密を秘匿するための措置等が導入され、営業秘密の保護強化が進められるとともに、技術的制限手段回避装置提供行為やドメイン名の不正取得行為等、インターネットの急速な普及に伴う経済環境の変化に対応するための所要の措置が講じられるなど、その改正内容は多岐にわたるものとなっている。

※ なお、本稿中の意見にわたる部分は、筆者の個人的な見解に基づくものであって、筆者が現在所属する組織や過去に所属していた組織の見解を示すものではない。