

「営業秘密管理指針（全部改訂案）」に対する意見募集を踏まえた主な修正点

平成27年1月15日
事務局

1. 意見募集について

平成26年11月10日から平成26年12月10日の期間で「営業秘密管理指針（全部改訂案）」に対する意見募集を実施。提出された意見は21件（14団体、1企業、6個人）。

2. 意見の概要と主な修正点

（1）小委員会での審議経過等について

小委員会での審議経過や米国・ドイツなど他国の裁判例の紹介については、事業者が情報管理を実施する上で必ずしも必要でなく、事業者を混乱させる可能性もあるので、指針とは別の資料とすることを検討されたい。

→小委員会での審議経過及び米国等の裁判例の紹介については、本小委員会の中間とりまとめにて記載することとし、指針からは削除。

（2）合理的区分について

「合理的区分」の定義・位置づけが不明確。「合理的区分」との用語を用いることによって「どこまでやれば合理的なのか」という無用な誤解を招くことがないように記載上の配慮が必要。

→合理的区分の定義・位置づけを明確にし、無用な誤解を招かないように追記。

※注 「合理的区分とは、情報が化体した媒体について、例えば、紙の1枚1枚、電子ファイルの1ファイル毎に営業秘密であるか一般情報であるかの表示等を求めるものではなく、企業における、その規模、業態等に即した媒体の通常の方法（※）に即して、営業秘密である情報を含む（一般情報と混在することもありうる。）のか、一般情報のみで構成されるものであるか否かを従業員が判別できればよい。」（指針7ページ）。

(3) 複数箇所で営業秘密を保有しているケースについて

営業秘密を管理している単位について、定義が明らかでなくイメージがしにくいので、具体例を示すことを検討されたい。

→営業秘密を管理している単位の定義をより明確にし、具体例を追記。

※注 営業秘密を管理している単位とは、規模、物理的環境、業務内容も勘案しつつ、秘密管理措置の要否や内容の決定及びその遵守状況の監督に関する自立的決定権限の有無その他の事情の有無から判断して、営業秘密の管理について一定の独立性を有すると考えられる単位をいい、「支店」、「事業本部」などが典型（指針14ページ）。

(4) 企業の自主的取り組みについて

改訂案においては、企業の秘密管理意思の認識可能性が担保されることが前提ではあるものの、基本的には、各社が自主的に社内のルールを定め、これが遵守されているのであれば、当該ルールが著しく不十分ないし不適當であるといった特段の事情がない限り、原則として秘密管理性が認められると、わかりやすく記述することを検討されたい。

→企業の自主的な取り組みに関する考え方を追記。

※注 「企業においては、本指針の趣旨を基礎としつつ、企業実態に即した、実効的な営業秘密管理に向けた創意工夫の発揮が期待される。また、そのような創意工夫が、本指針を踏まえたものである限り、全ての関係者において最大限尊重され」る必要がある旨明記（指針18ページ）。