

第5回 営業秘密管理「最初の一步」 小原アドバイザー

難しく考えずに

私たちアドバイザーの、最も本来的な活動に、企業訪問支援があります。

大抵の場合、初回の訪問で経営幹部に「事業活動において、営業秘密管理がとても大事ですよ」という説明（説得）をします。そして、「じゃあ、やってみようか」ということになり、営業秘密管理体制構築の実務がスタートします。書類・図面や電子データの「マル秘表示」を既に実施しているような企業は素地があるので、その体制をメンテナンスし、拡充して行けば良いのですが、何もやっていない会社の「最初の一步」は、「自社の強みの源泉となっている企業情報の抽出（棚卸し）」です。

この「出だしの作業」が、スイスイ進む企業、考え込んで難航してしまう企業、まさに両極端です。

後者の多くは、「部門間で秘密ランクに齟齬（不整合）が生じないようにするには？」「社外秘と部外秘の線引きはどこに設定すべきか？」など、分類について「難しく考え過ぎてしまっている」場合が多いように思います。

ランク分けで悩んでおられる場合には、「まず、『営業秘密』『一般情報』『他社からもらった情報』の大きな3分類でスタートしてみましよう」、何が営業秘密にあたるのか、見当がつかない場合には、「100円ショップでマル秘スタンプを何個か買ってきて、まずは、とにかく秘密にしたい社内文書・図面に、ポンポン押してみてください」と、お話ししています。

そうお伝えすると、随分と気持ちが楽になるのか、膠着状態が解消され、各社それぞれにユニークな工夫を盛り込みながら作業が前進する場合がほとんどです。高度な技術ノウハウや、超重要な営業データについては「守らねば」という強い意識が自然に働きます。

ですから、秘密情報の抽出作業においては、「自社内では、全員が当たり前・普通だと思っているけれど、実は他社から見ると喉から手が出るほど欲しい情報」を見出すコトがとても大事です。その様な情報は、あらゆる局面で、あらゆる立場の社員が、無意識のうちに簡単に社外に流出させてしまうリスクが大きいからです。「最初の一步」の実務を通じて、会社の強みを再認識できたり、権利で守るべき大事な技術が見つかったりする副次効果が得られることも少なくありません。

メーカーであっても、サービス業であっても、営業秘密となるべき情報を持たない会社はありません。難しく考えずに、まず「大事な情報の棚卸し」から始め、どうすれば良いか？迷われたら“営業秘密110番”に、ご相談ください。

記事公開：2017年 5月

会社内の秘密情報の取り扱いについてお困りごとがあれば、[営業秘密支援窓口](#)までご相談ください。

独立行政法人 工業所有権情報・研修館
知財戦略部 エキスパート支援担当
Tel：03-3581-1101（内線3823）
Mail：jp-sr01@inpit.go.jp

