

# 社内で保護すべき情報が外部に漏れていませんか

独自の技術や販売戦略など、外部に漏れてはいけない情報が企業には多く存在します。それらが漏れいすると、市場での競争力の低下や信用損失などにつながります。今号では、情報の漏えい経路などを明らかにしながら、その対処法を紹介します。

企業情報は事業活動などにより形成・蓄積されていきますが、その中には、独自に開発した技術やノウハウ、計画段階にある販売戦略や顧客リストなど、数多くの企業秘密や個人情報が存在します。これらは紙の書類や、パソコン・サーバなどにデータとして保管されているだけでなく、従業員が身に付けたノウハウといった目に見えない形のものもあります。そのため、全てを把握して完璧に管理することは難しい、というのが現状ではないでしょうか。

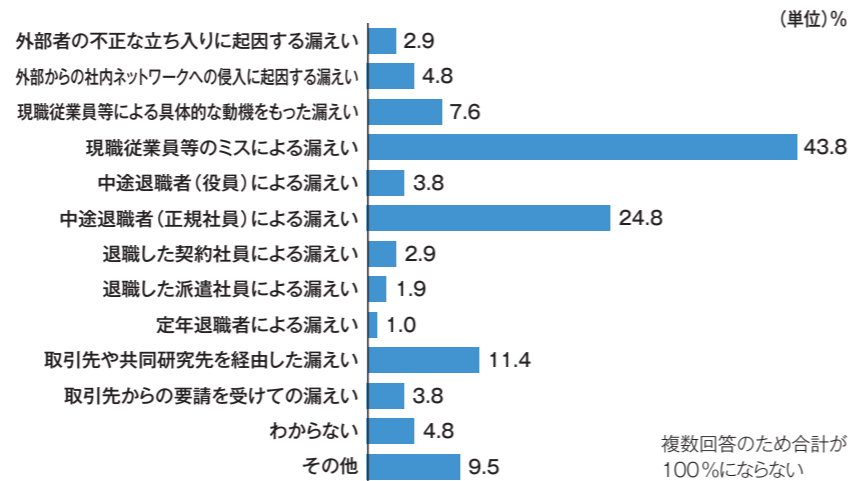
しかし、企業秘密が外部に漏れ、競合他社の手にわたってしまうよう

## 改正個人情報保護法の主なポイント

- 個人情報保護委員会の新設
- 個人情報の定義の明確化
- 個人情報の有用性を確保(利活用)するための整備
- いわゆる名簿屋対策
- 取り扱う個人情報の数が5,000以下である事業者を規制の対象外とする制度を廃止

出所:「個人情報保護法の基本」(個人情報保護委員会事務局)

## 営業秘密の漏えいルート



出所:「企業における営業秘密管理に関する実態調査—調査報告書—」(2017年3月17日、(独)情報処理推進機構)

なケースが発生すれば、独自の技術や販売手法などが模倣され、市場での競争力が低下するという大きなリスクになります。また、個人情報が漏れいすれば、社会からの信用損失だけでなく、訴訟問題へと発展する可能性もあるのです。特に個人情報に関しては、改正個人情報保護法が2017年5月30日から全面的に施行されていますので、きちんと理解しておいてください。

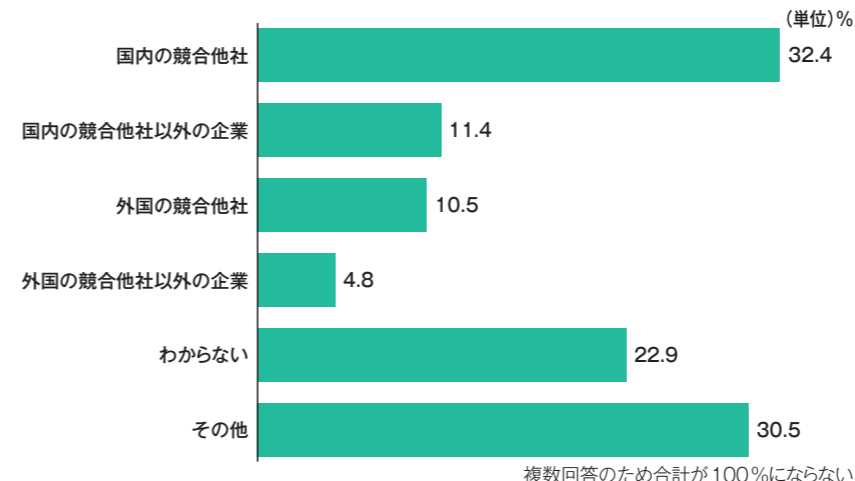
## 漏えい先の多くは競合他社

情報が漏れいしていく経路は複数ありますが、(独)情報処理推進機

構が17年3月に公表した「企業における営業秘密管理に関する実態調査—調査報告書—」によれば、営業秘密\*の漏えいルートで一番多いのが「現職従業員等のミス」で43.8%。次は「中途退職者(正規社員)」の24.8%で、正規社員以外の契約社員や派遣社員、役員などを含めた退職者全員を合わせると34.4%になります。

漏えい先に関しては、同報告書によると「国内の競合他社」が32.4%と一番多く、外国を含めると競合他社への漏えいが42.9%となり、自社の事業へ大きな影響を及ぼす可

## 営業秘密の漏えい先



出所:「企業における営業秘密管理に関する実態調査—調査報告書—」(2017年3月17日、(独)情報処理推進機構)

能性が高いことがうかがえます。

一般的に、情報漏えいの主な原因として、電子メールの誤送信、情報が保存されたパソコンやUSBメモリ、スマートフォンの持出しや紛失・盗難などが挙げられます。近年では、ソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)などに、従業員が企業秘密を掲載して問題となるケースも発生しているため、広範囲での注意が必要になってきています。

## 防止策の構築を優先する

情報漏えいを防ぐ方法としては、大きく①物理的な措置、②人的な措

置、③取引先などへの措置の三分けて考えるとわかりやすいと思います。

一つ目の物理的な措置の主なものとしては、企業秘密へアクセスできる人間を限定する、パソコンにパスワードをかける、紙の書類は鍵のかかるキャビネットに保管する、私物のUSBメモリなどの持込み・利用を制限するなどが挙げられます。またリスクの大きさによって「極秘」「丸秘」「社外秘」などに階層化し管理するのも有効な方法です。

二つ目の人的な措置には、企業秘密や個人情報に対する従業員などの

認識を向上させる、企業情報取扱いなどに関する社内規程を策定する、従業員と秘密保持契約を結ぶ(誓約書を交わす)などがあります。

最後の取引先などへの措置に関しては、取引先と機密保持契約などを締結する、漏えいなどに対する法的措置の規定を契約書に記載する、企業秘密の情報をわたす際にその旨を表示するなどが挙げられます。また、来訪者の立ち入り区域を制限する、事務所の引っ越しの際は鍵がかかる部屋に保管し、移動時には従業員が立ち会うなどの対応も必要です。

情報の漏れいはなかなか気づきにくいものですので、まずは防止策を行っていくことが重要です。もし漏れいした場合は、その対処とともに、状況の正確な把握と原因の究明を必ず行い、防止策にフィードバックするようにしてください。

他社との差別化をはかり、市場における競争力をより高めていくためにも、企業情報の漏れいに対する取組みは欠かすことができないものだと思います。

\*営業秘密とは、不正競争防止法によって保護される「秘密として管理されていること(秘密管理性)」「有用な営業上又は技術上の情報であること(有用性)」「公然と知られていないこと(非公知性)」の3つの要件を全て満たす情報のことをいう

AMAROK JAPAN 事務局長  
関西大学社会安全学部教授  
亀井克之 かめい かつゆき



1962年生まれ。90年大阪外国語大学大学院修士課程フランス語学専攻修了。97年フランス政府給費留学生としてエクス・マルセイユ第三大学IAE(企業経営研究院)に入学し、DEA(経営学)取得。2002年大阪市立大学より博士(商学)の学位取得。関西大学総合情報学部教授を経て、10年同大学社会安全学部教授に。日本リスクマネジメント学会副理事長、日仏経営学会常任理事など兼務。著書に「新版 フランス企業の経営戦略とリスクマネジメント」「現代リスクマネジメントの基礎理論と事例」(ともに法律文化社)など。