

海外事業展開における秘密漏えい防止のための対策

会員・日本貿易振興機構 イノベーション・知的財産部 渡辺 浩司

要 約

日本企業は、長年、労働集約型の製造拠点を人件費の安い新興国に移転させることにより、自社製品の価格競争力を高める取り組みを行うとともに、人口増加の著しい新興国市場に、当該国で製造した製品等を継続的に供給している。一方、製造拠点を海外に移転することにより、現地にて採用する労働者や、OEM企業をはじめとする現地取引先企業を介した秘密漏えいのリスクが顕在化することが指摘されている。

とりわけ、中国企業を始めとする新興国企業も、近年、自社の技術力を高め、競争力を増大させている。こうした企業に対し日本企業の技術上の秘密が漏えいすることにより、外国企業が日本企業と品質上同等の製品を製造できるようになり、場合によっては、日本企業製品の機能模倣品として、他の新興国市場に流通することも懸念される。

本稿では、海外事業展開に伴い顕在化する秘密漏えいの防止のための各種対策について、その長所・短所を一般論として概観するとともに、新興国の中でも特に中国の営業秘密保護について、日本との違いとして留意すべき事項を補足的に説明する。

なお、執筆者が所属する独立行政法人日本貿易振興機構（JETRO）では、海外に展開する日本企業の営業秘密漏えい対策への支援を行っている。本稿においては、JETROにおける営業秘密漏えい対策支援事業についても併せて紹介する。

目次

1. 序
2. 秘密漏えい防止のための対策
 - (1) 特別法による保護
 - (2) 契約による保護
 - (3) 知的財産権による保護
 - (4) オープン・クローズ戦略による保護
3. 日本法及び中国法の営業秘密における要件の違い
4. JETROの実施する秘密漏えい対策支援について
5. 考察
6. 謝辞
7. 参考文献

して国内の労働集約型製造拠点を、人件費の安い海外に移転することにより、自社製品の海外企業製品に対する価格競争力を維持すべく努めてきた。さらに、2000年代に入って経済のグローバル化が進行し、新興国経済が著しい成長を見せるようになると、輸送コストを削減し、新興国市場における売上シェアを拡大させることを目的として、当該市場の域内への生産拠点の移転が加速することとなった⁽²⁾。

このように、日本企業は、自国経済の発展に伴い、必然的に生産拠点を海外に移転せざるを得ない状況に置かれてきたが、近年、中国を始めとした新興国各国の技術水準の向上に伴い、日本企業独自の技術が、低コストで外国企業に転用され、結果として、外国企業が、日本企業の市場における売上シェアを奪ってしまう、という事例も多々発生している。

とりわけ、日本企業の製品は高品質であることが強みであったが、このような高品質な製品を製造するために有用な金型、製造機械等の製造設備や、品質管理基準に関する秘密情報が外国企業に漏えいしてしまう場合、当該外国企業に一定程度の技術力さえあれば、

1. 序

国際通貨基金（IMF）の試算によれば、1980年に約9,470USD程度であった日本の1人あたりGDPは、2018年には約39,310USD程度となっており、日本人の米ドル換算の名目での所得水準はこの40年弱の間に約4倍以上に増大している（図1.1）⁽¹⁾。このような傾向を反映して、日本企業は、1980年代以降、経済成長や円高に伴う人件費の上昇をきっかけに、主と

日本企業製品と同等程度の高品質製品を、低コストで製造できてしまう結果となる。

こういった事例で問題となる秘密漏えいは、例えば、現地労働者を含めた労働者による技術上の秘密の窃取・不正開示や、OEM企業等の取引先企業に開示した技術上の秘密の不正利用に端を発していることが多いが、とりわけ、外国人及び外国企業は、日本人及び日本企業と比較して異なる商習慣を有していることから、製造拠点を海外に移転することにより、秘密漏えいのリスクがより顕在化しやすくなる、と指摘されている⁽³⁾。

製造拠点の海外移転に伴う秘密漏えいの防止のためには、主として、(1) 特別法（不正競争防止法等）による保護、(2) 契約による保護、(3) 知的財産権による保護、(4) オープン・クローズ戦略による保護等の対策が考えられる。本稿では、秘密漏えいに対するこれら四つの対策の長所・短所を概観するとともに、特に、日本法と中国法での営業秘密の要件の差異について補足的に説明することにより、秘密漏えい防止への取り組みのあるべき姿を模索することとする。

2. 秘密漏えい防止のための対策

図2-1は、秘密漏えい防止のための対策をどのよう

に実施すべきか、を概念的に示したものである。広く知られているように、秘密漏えい防止のための対策は、特別法による保護のみではなく、契約による保護、知的財産権による保護、オープン・クローズ戦略による保護を組み合わせるべきであり、どれか一つの対策のみでは十分な効果が発揮されない、と考えられるものである。

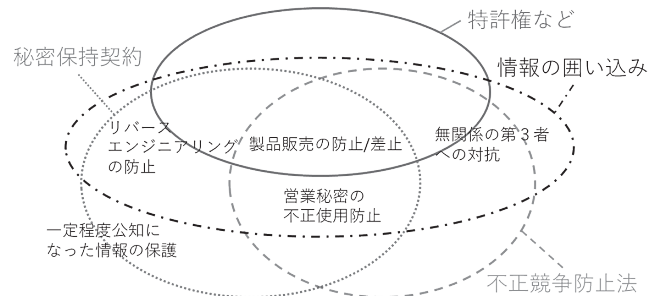


図2-1 秘密情報保護のための対策の概念図

(1) 特別法による保護

一般論として、技術上の情報を含む各種情報は、元来、人類共通の資産ともいえるべきものであり、一部の者による独占になじまない特性を有するものである。しかしながら、相応の費用を投じることにより得られた一定の秘密情報については、所定の要件の下、営業秘密として一部の者による独占が認められることとなっている。

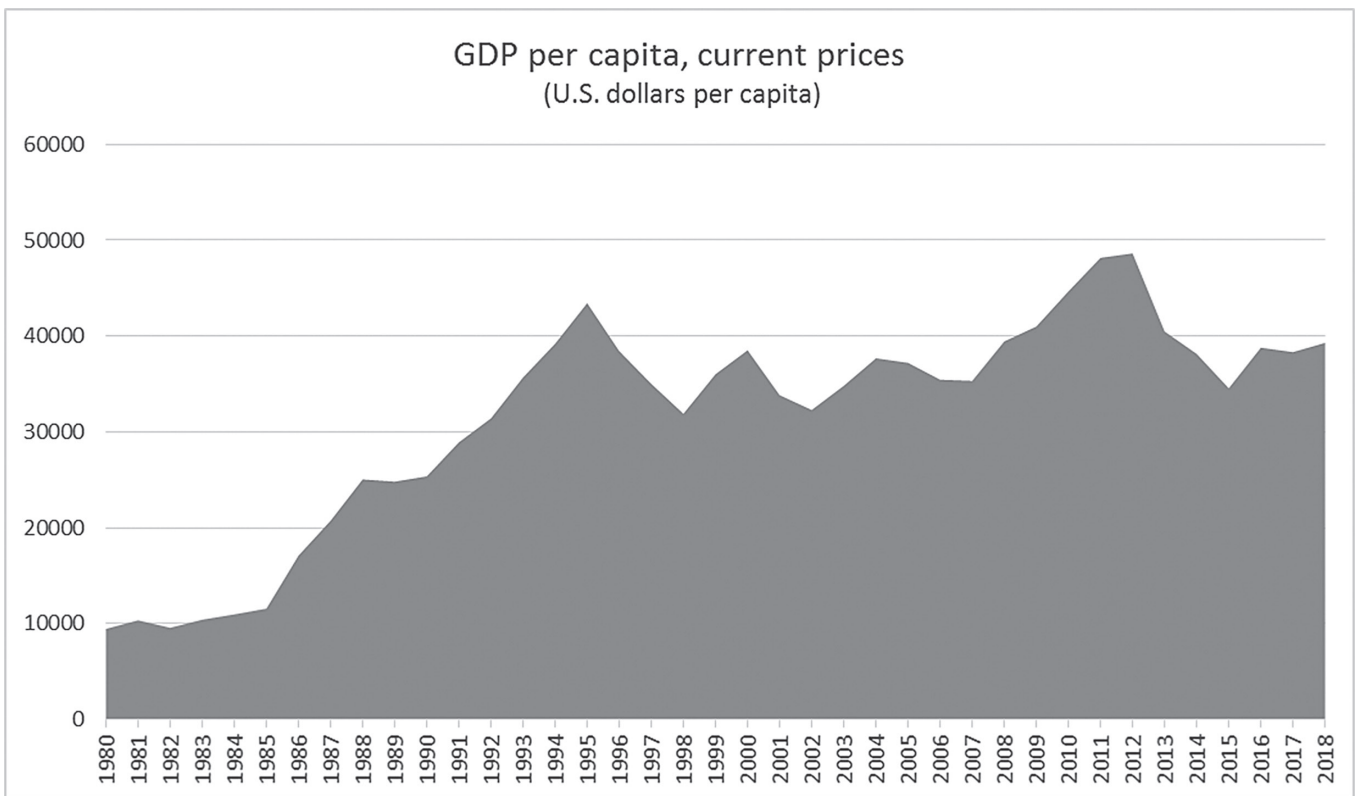


図1.1 1980年以降の日本の一人当たりGDPの推移（名目，USD，現在価格換算）
（国際通貨基金（IMF）ホームページからデータを抜粋して編集）

日本国不正競争防止法の場合、営業秘密は、「秘密として管理されている、生産方法、販売方法その他の営業活動に有用な技術上又は営業上の情報であって、公然と知られていないもの」と定義され（不正競争防止法第2条第6項）、いわゆる、「秘密管理性」、「有用性」、「非公知性」の3要件を満たすことを条件に、一定の法的保護が認められることとなっている（表2.1-1）⁴⁾。

営業秘密の要件	具体的な要件
有用性	企業の営業活動にとって有用・有益な情報。不正についての情報は除かれるが、実験の失敗データは含まれる。
非公知性	一般に知られていないこと、少なくとも国内で秘密状態にあること。 特許法上の新規性とは異なる。
秘密管理性	外観上秘密管理がなされていること。 アクセス制限、書類棚の施錠、秘密情報管理区画の設定、マル秘表示など。

表 2.1-1 日本国不正競争防止法における営業秘密の3要件

日本国不正競争防止法が規定する上記3要件の詳細な説明については、本項目では割愛するが、表2.1-2に示すように、例えば、不正に関する情報（有用性なし）、リバースエンジニアリングにより得られた情報（非公知性なし）、ある程度公知になった情報（例えば、守秘義務を負わない複数の者が既に知得しているような情報；非公知性／秘密管理性なし）等については、日本国不正競争防止法による保護は受けられないものとされており、後述するように、秘密管理性の要件を満たす水準の厳格さからしても、日本国不正競争防止法により保護される営業秘密の範囲は、比較的狭いものと解釈されている（図2-1も参照）。

情報の種類	秘密保持契約	不正競争防止法
不競法上の営業秘密	○	○
リバースエンジニアリングにより得られた情報	○	×
ある程度公知になった営業秘密	△	×
検査偽装に関する情報（不正に関する情報）	×	×
	（公序良俗違反）	（有用性なし）

表 2.1-2 秘密保持契約（契約による保護）と不正競争防止法（特別法による保護）における保護対象の違い

なお、中国においては、日本国不正競争防止法に対応する中国反不正当竞争法が施行されており、中国反不正当竞争法では、営業秘密を、「公衆に知られていない、商業的価値を有しかつ権利者が関連の秘密保守措置を取った技術情報及び経営情報等の商業情報」と定義して（反不正当竞争法、第9条）、「価値性」、「非公知性」、「秘密保持性」の3要件を満たすことを条件としている。しかしながら、後述するように、日本国不正競争防止法における「秘密管理性」は、判例実務において、「営業秘密が外観上、秘密として管理されていることが認識できる」ことが要件となっているこ

とに対して、中国反不正当竞争法における「秘密保持性」は、「合理的な内容の秘密管理がなされている」ことが要件となっている。後述するように、特に、秘密管理性／秘密保持性におけるこのような要件の違いにより、中国では、特別法による秘密情報の保護を受けることが、日本と比較して難しい傾向にあると指摘されている。

日本国不正競争防止法の場合、第2条第1項第4号から第10号に定められる所定の不正競争に対して、差止（第3条）、及び損害賠償（第4条）を請求できるほか、国外犯処罰も含め、刑事的措置を求めることも可能となっている。

このうち、妨害排除・予防請求たる差止請求については、一般に過失の存在を要件とせず、営業秘密を不正に取得した者、そのような不正取得者から開示された者等、幅広い対象に対して請求することが可能であり、営業秘密の取得時に不正行為の介在について善意・無重過失であった者に対しても、事後的に通知等を行うことにより差止請求権を行使できる、比較的強力な請求権となっている。一方、対象となる営業秘密については、事実審の口頭弁論最終時に第2条第6項に定める不正競争の3要件を現に充足していることが、差止請求権を行使する上で必要であると解されるため、例えば、提訴された後に被告が営業秘密を公開してしまったような場合には、差止請求自体は請求が棄却されることとなる。

ただし、このような場合においても、行為時に営業秘密の要件が充足される限り、不正競争に対する損害賠償請求を行い、刑事処分を求めることは、当然に妨げられないと解されている。

損害賠償請求について定める日本国不正競争防止法第4条は、民法709条（不法行為による損害賠償）の特則とされ、日本国不正競争防止法自体には、損害賠償請求権の消滅時効に関する規定はないものの、民法第724条に規定される（損害及び加害者を知ったときから）3年間の短期消滅時効が適用されるものと考えられている（昭和63年（ワ）第3438号）。一方、後述する契約上の損害賠償債権の場合、民法の一般原則にしたがい、債権を行使できるようになったときから10年（平成29年民法改正により債権を行使できるこ

とを知ってから5年の要件も追加)となる(民法第167条第1項)。日本国不正競争防止法上の損害賠償請求権の行使については、被害を把握したときから比較的短期間のうちに対処する必要があるため、営業秘密侵害行為については、比較的迅速な対処が求められるものと考えられる。

なお、中国反不正競争法における損害賠償請求権については、日本と同様、(損害及び加害者を知ったときから)3年間であると考えられる(中国民法総則)。

(2) 契約による保護

日本企業においても、秘密情報の保護については、上述の特別法による保護に加えて、契約による保護の対策を行っている企業が多い。上述のとおり、特別法による秘密情報の保護の場合、保護される秘密情報の範囲については、法律による所定の要件の充足が必要とされるため、企業が、主観的に秘密情報であると認識したとしても、営業秘密としては保護されない事態となることも多い。契約による秘密情報の保護については、秘密保持契約や、労働契約、業務委託契約、共同研究・開発契約等の秘密保持条項(以下、まとめて「秘密保持契約等」とする)によりカバーされることが多いが、契約による秘密情報の保護の場合、契約自由の原則により、基本的に契約当事者が保護の対象となる秘密情報の定義や、秘密取得を禁止するための手段を比較的自由に規定することができる、という利点を持つ(表2.1-2も参照)。具体的には、秘密保持契約等の中にリバースエンジニアリングを禁止する条項を設けること等が典型的な例として挙げられるが、そのような場合であっても、一般公衆に広く利用可能な情報や、大した努力を要せず入手できる情報、秘密情報の開示を受ける側が契約当初から保持していた情報等は、衡平の観点等から、秘密保持契約等により保護される情報の対象外とすることを規定する条項を設けることも多い。少なくとも一部の分野では、リバースエンジニアリングの禁止条項も含め、力関係を利用してライセンスに過度の負担を強いることは、独占禁止法に違反することになると指摘されてもいるため、秘密情報の定義にあたっては、細心の注意を払う必要があるものとも考えられる。

契約による秘密情報の保護における、第1の問題点

は、まず、秘密保持契約等が契約当事者を拘束し、契約外の第三者を拘束できないことにある。これは、契約法の枠組みの中では当然のことであるが、特別法による保護の場合や、後述する知的財産権による保護の場合と異なり、一旦、契約の反対当事者が秘密情報を第三者に開示してしまった場合、反対当事者に対する損害賠償請求が理論上可能であるとはいえ、当該第三者が秘密情報を利用し、他者に開示することを直接的に差止めること等はできない。

さらに、契約の反対当事者が外国に所在する外国企業である場合、準拠法や国際裁判管轄の観点から問題が生じることも多い。具体的には、例えば、秘密保持契約等の違反に対して、契約中の管轄合意にしたがって契約の反対当事者である中国企業を訴える場合、中国は、日本の裁判所の判決を承認・執行していないため、日本の裁判所の勝訴判決に対して、相手方中国企業が任意に債務を履行しないことも考えられるし、中国の裁判所に提訴したとしても、日本と中国の法制度の違い等から、敗訴してしまうことも考えられる。

実際上は、このような事例で外国企業と秘密保持契約等を締結する場合、契約書中で、第三国法を準拠法として、第三国における国際商事仲裁を受けるとする仲裁合意を行うことが多いが、仲裁手続きは費用がかさむ傾向にもあるため、「契約をした以上、契約を順守させるための相応の努力をする」ことが日本企業に求められるものと考えられる。

実際のところ、外国企業と日本企業とでは、商習慣が異なっており、契約に対する姿勢も異なっているものと考えられる。このため、海外に進出する日本企業としては、単に法的に有効な秘密保持契約等を締結することのみに満足せず、当該秘密保持契約等の中に監査に関する条項を規定し、相手方当事者が秘密保持義務を十分に履行しているかを、現地に赴いて定期的に監査をしていく必要があるものと考えられる。

(3) 知的財産権による保護

上述したとおり、秘密情報の保護において、特別法による保護は、保護されるべき営業秘密の範囲が狭いという問題がある一方で、契約による保護の場合は、第三者に対する権利行使の問題や、係争時における問題があるが、そのような不利益を一定程度補完することができるものとして、(登録)知的財産権による保

護が挙げられる。

確かに、法律上の営業秘密が秘密状態で維持されていることを要件としている一方で、知的財産権を取得した場合、その内容は一定期間後に公開されてしまうため、両者は両立しないようにも思われるが、例えば、金型図面や設計図、原材料の品番・型番、配合量・配合比、処理条件、品質管理基準に関する情報は、あくまで営業秘密として保持し、これらの営業秘密を利用した方法、製品、製法等を知的財産権（特許権等）として保護すれば、両社は当然両立可能なものとなる。このようにして知的財産権を取得することにより、法律上の営業秘密を不正取得した者から営業秘密を開示された第三者が、営業秘密を利用すること自体を差止めることはできなくても、当該営業秘密を使用して得られる製品の製造・販売を差止めることは可能となる。また、知的財産権を取得さえしていれば、現地における訴訟手続きを有利に進めることも可能であると考えられるし、相手方当事者が知的財産権の存在を意識して、任意に製造・販売を中止し、債務を履行することを期待することも、一定程度可能であると考えられる。

（４） オープン・クローズ戦略による保護

以上のとおり、秘密漏えい防止のためには、特別法による保護、契約による保護、及び知的財産権による保護の３つの対策をとることができるが、実際に秘密漏えいの被害にあった場合には、裁判所への提訴等の法的措置を講じる必要があり、損害の回復に相応の時間とコストを要するものと考えられる。このため、日本企業が海外に事業展開するにあたって、秘密情報の対象外国市場への持ち込みを極力回避し、秘密漏えいの被害の発生を（物理的に）回避する方策（事業戦略上の「オープン・クローズ戦略」）が第一に重要となる。

このような事業戦略上のオープン・クローズ戦略における対策としては、典型的なものとしては、例えば、製品を製造するにあたっての技術的な要所となっている「コア部品」の製造を、国内の自社工場で実施して海外製造拠点に供給したり、海外で製造する場合でも厳重に秘密管理された自社工場で製造したりすることにより、製造工程の重要工程をブラックボックス化する対策や、そのようなコア部品の製造を、秘密漏えいが発生した場合に対処のしやすい傾向にある、

（不正競争防止法による保護も含む）知的財産権の保護の厚い国で実施する、という対策が挙げられる。また、海外の製造拠点で製品を製造する場合には、資本関係がない外国企業に製造を委託するのではなく、少なくとも議決権のある発行済株式の過半数を保有していたり、役員の過半数が本社から派遣されていたりする等、実質的に支配関係にある外国企業や、完全子会社である現地法人に委託することにより、より秘密管理が容易になるとも考えられる。

３．日本法及び中国法の営業秘密における要件の違い

上述のとおり、日本国不正競争防止法において、営業秘密は、「秘密として管理されている生産方法、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であって、公然と知られていないもの」と定義されており（第２条第６項）、秘密管理性、有用性、非公知性が要件となっている一方で、中国反不正競争法において、営業秘密は「公衆に知られていない、商業的価値を有しかつ権利者が関連の秘密保守措置を取った技術情報及び経営情報等の商業情報」と定義され（第９条）、非公知性、価値性、秘密保持性が要件となっている。

中国における営業秘密の各要件のうち、少なくとも非公知性及び秘密保持性については、2017年の反不正競争法改正以前から設けられている要件であるが、これら営業秘密の各要件については、「最高人民法院による不正競争の民事案件の審理における法律適用の若干問題についての解釈」（2007年1月12日発布）⁽⁵⁾に具体的な判断基準が記載されている。

これによれば、「非公知性」については、「関連する情報とその属する分野の関係者に周知の情報ではなく、容易に得られる情報でない場合」に認められるとされ、具体的に非公知性が認められない事例として、(1) その情報がその属する技術分野／経済分野の一般常識であったり、業界の慣習であったりする場合、(2) その情報が商品の寸法、構造、材料、部品の単なる組み合わせ等の内容に関係するのみで、上市されたのちに接する大衆が商品の観察を通じて直接得ることができる場合、(3) その情報が既に刊行物、又はその他のメディアで公然と公開されている場合、(4) その情報が報告会において、又は展覧等の方法で公開されている場合、(5) その情報がその他の公開されたルー

トを通じて得ることができる場合、(6) その情報が代価を支払わずに容易に得ることができる場合等が挙げられている。

一方、日本国不正競争防止法における、非公知性の要件について、経済産業省の解説によれば「当該情報が合理的な努力の範囲内で入手可能な刊行物に記載されていない等、保有者の管理下以外では一般的に入手することができない状態」とされており⁽⁴⁾、多くの裁判例でも、非公知性の要件として上記要件を用いている。そして、日本においても、インターネットや刊行物に記載されている等の場合には、非公知性が否定される点や、秘密保持義務がない者に知られていたとしても、実質的に秘密状態が維持されていれば非公知性が是認される点、さらには、外国語の刊行物に記載されていたとしても、当該外国語の刊行物から、対象地の関係者が情報を入手するのが困難である場合等には非公知性が是認される点等も考慮すれば⁽⁴⁾、上述の中国における非公知性の要件は、日本における非公知性の要件と実質的な差異はないものと考えられる。

中国反不正競争法における営業秘密の秘密保持性については、上記「最高人民法院による不正競争の民事案件の審理における法律適用の若干問題についての解釈」によれば、「権利者が情報の漏洩を防止するためにとる、その商業価値等の具体的な状況と適応する合理的な保護措置」をとっている場合を挙げており、より詳細には、「情報メディアの特徴、権利者の秘密保護への要望、秘密保護措置が認識される度合い、第三者が正当な方法を通じて秘密情報を入手する際の難易度等の要素」に基づいて、権利者が機密保護措置をとっているかどうか認定しなければならないとされている。実際のところ、「秘密保持性」が認められるための要件は、営業秘密の商業的価値に応じて異なるものと思われるが、例えば、(1) 秘密情報の範囲を限定し、これを知得する必要がある人員のみに対してその内容を告知する場合、(2) 秘密情報を含むメディアを施設下で保管する等の防犯措置をとる場合、(3) 秘密情報を含むメディアにマル秘表示や Confidential 表示を付す場合、(4) 秘密情報をパスワード保護する／暗号化する場合、(5) 秘密保持契約を締結する場合、(6) 秘密を含む工場／生産現場／管理区域への立ち入りを制限する、又は立ち入る場合に秘密保持を要求す

る場合等において、通常の状況で秘密情報の漏えいが防止されるのであれば、上記の合理的な保護措置がとられている、と認定しなければならないものとされている。

一方、日本における秘密管理性の判断基準については、下級審の判例ではあるが、車両運行管理業務関連情報事件（東京地判平成12年12月7日判決、平11年（ワ）第19224号）において判示されたとおり、「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や、②当該情報にアクセスできる者が限定されていることが必要である」、とされており、より具体的に本事例では、原告により営業秘密であるとされた情報に、マル秘表示、電子ファイルへの実質的なアクセス制限、書類の施錠管理等がなされておらず、他の社内文書と大差ない形で扱われていたため、原告の請求を棄却するものとされている。

このように、中国と日本との間では、営業秘密の要件、とりわけ秘密保持性と秘密管理性の条文上の要件の違いに起因して、中国において保護される営業秘密の範囲は、日本において保護されるべき営業秘密の範囲よりも狭いものとなっている。営業秘密における中国反不正競争法の秘密保持性の要件については、営業秘密として特別法による保護を求めていくのであれば、その営業秘密の価値に応じ、保護を求めるにふさわしい、秘密保持のための相応の努力をすることを権利者に求めるものであると考えられる一方で、日本国不正競争防止法の秘密管理性の要件は、情報を利用する側による権利侵害の予見性を保証する、という観点から、特別法による保護を受けられる情報と、特別法による保護を受けられない情報とを峻別しているものと考えられる。前述のとおり、日本国不正競争防止法には国外犯処罰の規定もあるものの、捜査管轄の観点から、外国における営業秘密侵害行為について、十分に捜査を行って証拠を確保することに対して困難も伴うため、特に外国企業・外国人労働者の関係する秘密情報の管理にあたっては、当該外国の法律の規定も考慮した秘密管理を行うことも重要となるものと考えられる。

なお、中国反不正競争法における営業秘密の要件

のうち、「価値性」については、2017年改正前の法文に規定された、「実用性」と併せた解釈として、上記「最高人民法院による不正競争の民事案件の審理における法律適用の若干問題についての解釈」において、「関連情報が現実的、潜在的な商業価値を有し、権利者の競争に優位をもたらす可能性がある場合が挙げられるもの」とされているが、本稿においては、価値性についての詳細な検討は割愛したい。

4. JETROの実施する秘密漏えい対策支援について

JETROでは、(1) (日本国内の法人の場合) 中国(香港を除く)に現地法人・工場を有する日本企業であるか、(1') (中国の法人の場合) 日本企業の出資を受けている中国の現地法人であり、(2) 営業秘密管理体制の整備に積極的に取り組む意思があり、(3) 事業終了後、JETROホームページ等での本事業の広報に協力することに同意可能であり、(4) JETROウェブサイトにて担当者のお客様情報を登録済みである企業に対して、年間30社に限り「営業秘密漏えい対策支援事業」を実施している。

これは、実際に営業秘密の保護・管理体制の導入を図る日本企業の中国現地法人を対象に、専門家を派遣しコンサルティングや社内研修を行う事業であって、利用企業1社あたり20時間を上限として、「専門家による管理職向けコンサルティング」と「専門家による管理職・社員向け研修」2種類のサービスを提供するものである。より具体的には、当該企業に弁護士等の専門家を派遣し、現在の管理体制に関する全般的なアセスメント；雇用契約、就業規則、秘密保持契約等の社内文書案の作成；既存の社内マニュアル、研修資料、契約書類等のレビュー；管理職向けコンサルティング・研修；従業員向け社内研修；工場やオフィスにおける管理体制のチェックおよび改善案の作成等を行っている。

特に中小企業者等においては、秘密漏えいへの十分な対策を行う余力のない企業も多いため、会員各位においては、JETROの「営業秘密漏えい対策支援事業」の周知を通じて、中国における顧客企業の営業秘密漏えい対策の強化のための一助としていただければ、と思うところである。

5. 考察

経済のグローバル化が進行し、日本企業の海外事業展開は今後更に加速すると考えられる一方で、中国企業を始めとしたアジア各国企業は、各国経済の発展とともに技術力を向上させている傾向にある。同時に、科学技術の進歩による各種生産工程の自動化・機械化も進められていることから、第三者による高品質商品の模倣は、当該第三者の経済規模にかかわらず、今後、ますます容易となる傾向にあるものと考えられる。

長年、アジア地域で問題となっている模倣品被害については、中国に模倣品の生産拠点が集中していると指摘されており、とりわけ中国において営業秘密漏えい対策を実施することは、アジア市場全体における模倣品被害を抑止する上でも重要であると考えられる。

海外事業展開や、外国人材の雇用等は、現在、日本企業にとっては大きな課題となっているものではあるが、会員各位におかれては、そのような活動により、中長期的に顧客企業の優位性が脅かされる可能性があることを念頭に、秘密管理についての法的助言も含め、顧客企業の支援にあたっていただければ、と思うところである。

なお、本稿は、あくまで、著者の個人としての立場から、個人的見解を述べたものであり、本稿における意見・見解は、著者の所属する、JETROの公式な意見・見解と必ずしも一致するものではないことを申し添えるとともに、記載内容については十分に注意を払っているものの、完全な正確性を保証するものではないことをご了承いただきたい。

6. 謝辞

本稿の執筆にあたり、貴重なご意見をいただいたJETROイノベーション・知的財産部知的財産課の各位にこの場を借りて御礼申し上げます。

なお、本稿については、一般財団法人エレクトロニクス実装学会において、2017年6月に実施された最先端実装技術シンポジウム、及び2018年2月に実施された教育セミナーにおける発表内容の一部を含むものである。

(参考文献)

(1) International Monetary Fund, “GDP per capita, current

prices, US dollars per capita”, (<https://www.imf.org/external/datamapper/NGDPDPC@WEO/OEMDC/ADVEC/WEOWORLD>).

(2) 内閣府政策統括官（経済財政分析担当）, 「日本経済 2012-2013 - 厳しい調整の中で活路を求める日本企業 -」, 平成 24 年 12 月

(3) 経済産業省, 「技術流出防止指針～意図せざる技術流出の防

止のために～」(2003 年)

(4) 経済産業省, 「逐条解説不正競争防止法」(2018 年)

(5) 日本貿易振興機構ホームページ, 中国, 法令・法規 - 司法解釈 (<https://www.jetro.go.jp/world/asia/cn/ip/law/interpret>)

(原稿受領 2019.10.2)

ヒット商品は こうして 生まれた!

平成 30 年
改訂版


ヒット商品を支えた知的財産権

「パテント・アトニー誌」で毎号連載しております。「ヒット商品を支えた知的財産権」。

こちらの記事を一冊にまとめた「ヒット商品はこうして生まれた!」は発明のストーリーをコンパクトにまとめたもので、非常に好評を博しております。

是非ご覧いただき、知的財産、更には弁理士への理解を深めていただければ幸いです。

JPAA
Information



◆本誌をご希望の方は、panf@jpaa.or.jp までご一報ください。