

養殖業における営業秘密の保護ガイドライン（案）

【令和5年2月13日暫定版】

令和5年〇月

水 産 庁

本ガイドラインは、以下のⅠ～Ⅳにより構成されています。各生産現場において、まず営業秘密の管理に取り組まれる場合、Ⅲをご覧くださいだけでも何をしたらよいかを理解いただけるようになっています。

なお、本ガイドラインは、農業分野における営業秘密の保護ガイドライン（令和4年3月）の記載を参考として作成しています。

Ⅰ ガイドライン策定の趣旨

Ⅱ 営業秘密管理指針の養殖業への当てはめ ＜理論編＞

Ⅲ 営業秘密の基礎的管理マニュアル ＜実践編＞

Ⅳ 今後の養殖業における技術・ノウハウ等の保護・活用に向けて

目次

I	ガイドライン策定の趣旨	4
1	背景	4
(1)	養殖業における知的財産	4
(2)	営業秘密としての保護	4
2	現状と課題	5
(1)	営業秘密として保護され得る技術・ノウハウ等	5
(2)	管理の実態	8
3	営業秘密の法的な保護について	9
(1)	不正競争防止法の営業秘密	9
(2)	技術・ノウハウ等の整理（暗黙知からの脱却）	10
(3)	情報の帰属等の確認	10
II	営業秘密管理指針の養殖業への当てはめ <理論編>	12
1	総説	12
2	秘密管理性について	13
(1)	秘密管理要件の趣旨	13
(2)	必要な秘密管理措置の程度	14
ア	養殖業における特殊性	14
イ	秘密管理措置の対象者	16
ウ	合理的区分	20
エ	共有範囲と秘密管理性	24
(3)	留意事項	26
3	有用性について	27
(1)	ネガティブ情報	27
(2)	有用な効果の再現性	28
(3)	公知の情報等を工夫した情報	28
4	非公知性について	28
(1)	屋外に存在する情報	29
(2)	第三者が偶然思いつくことができるような技術・ノウハウ等	29
(3)	公知情報と非公知情報とが混在している場合	30
III	営業秘密の基礎的管理マニュアル <実践編>	31
ステップ1	技術・ノウハウ等の棚卸しと共有範囲の確認	32
(1) ①	技術・ノウハウ等の棚卸し（水産動物（貝類含む））	33
(1) ②	技術・ノウハウ等の棚卸し（陸上養殖）	36
(1) ③	技術・ノウハウ等の棚卸し（藻類）	37
(2) ①	共有範囲の確認（個々の生産者（法人を含む）の技術・ノウハウ等）	39
(2) ②	共有範囲の確認（漁協の養殖部会等のグループの技術・ノウハウ等）	40
ステップ2	営業秘密の管理方法チェック	41
(1)	従業員が少数の生産者（家族のみの場合を含む）における営業秘密の管理	42
【参考】ひな型①	：普及指導員向け秘密保持契約書面	44
(2)	一定数以上の従業員を雇用している生産者における営業秘密の管理	45
【参考】ひな型②	：従業員向け誓約書面	47
(3)	漁協の養殖部会等の地域のグループにおける営業秘密の管理	48
【参考】ひな型③	：養殖部会のメンバー向け秘密保持契約書面	50

(4) 都道府県が管理する場合等の広範囲における営業秘密の管理	51
【参考】ひな型④：都道府県内の養殖業者向け秘密保持契約書面.....	52
付録：普及指導員が所属する組織（都道府県や漁協）における取組	53
① 普及指導員に対する啓発	53
② 生産者から開示された技術・ノウハウ等の取扱いに関するルールの設定.....	53
IV 今後の養殖業における技術・ノウハウ等の保護・活用に向けて.....	54
1 オープン・クローズ戦略.....	54
(1) 戦略の選択	54
(2) オープン戦略とノウハウの保護	54
2 保護の方法の選択	55
3 技術・ノウハウ等の適切な保護と我が国の養殖業技術の発展.....	56

I ガイドライン策定の趣旨

1 背景

(1) 養殖業における知的財産

我が国の養殖現場における熟練生産者の優れた給餌等の飼育技術といったノウハウ等は、高品質・高付加価値な水産物の生産を可能にし、我が国の養殖業の強みである。

これまで、我が国の養殖業では、ノウハウや新しい生産方法を秘匿する場合もあるが、特定の生産者等がこれを独占すべきものではないとの考え方から、生産者間で共有されることもあった。このように、生産者の技術やその他のノウハウ等の持つ知的財産としての価値に対する認識が十分とは言えない現状がある。

しかしながら、現在の養殖業を巡る情勢は大きく変わっており、例えば、我が国の優れた技術・ノウハウ等の知的財産が海外に流出すれば、我が国の養殖業の競争力の低下など、養殖業全体に損害が生じることが懸念される。また、これまで熟練生産者の「暗黙知」にとどまっていたノウハウを「形式知」化していく必要もある。

このようなことを背景として、近年、知的財産の保護の重要性に対する認識が高まっており、農業分野では、種苗法の改正により登録品種の海外持出制限が可能となったほか、和牛遺伝資源の知的財産としての価値を保護する仕組みが創設されるなど、知的財産を保護するための制度の整備が進んできている。また、農業分野においては、令和4年3月に「農業分野における営業秘密の保護ガイドライン」が策定されている。

同様に養殖業においても、知的財産の価値を保護することは重要であるが、技術やノウハウ等の中で「絶対に他者に共有しない情報」について、生産者において情報を保護する仕組みについての知見や、情報を管理しようとする意識も強くはないことから、情報を保護する仕組みが十分に活用されている状況にはない。

(2) 営業秘密としての保護

従来から、他分野等においては、自社のノウハウ等を、特許権や意匠権などの権利化を図ることにより保護することと併せて、不正競争防止法（平成5年法律第47号。以下「不競法」という。）における営業秘密として管理・保護を図るということが行われてきた。ある製品について、これを製造するための技術（例えば、温度条件や製造工程等）については、営業秘密として保護を図るといった例が、その典型と言える。

養殖業においても、どのような飼餌料を、どのタイミングで、どの程度の量与えるのか、投薬のタイミングはどうか、養殖施設をどのように管理するのかなど、他者に知られることにより経営に大きな侵害が生じるために秘匿している情報も多く存在する（その例は、2（1）に示す。）。それらの情報を整理し、必要に応じた適切な保護を図ることは、個々の生産者はもちろん、地域全体の生産力や競争力の強化に資するものである。

しかしながら、養殖業においては、不競法の営業秘密の枠組みがほぼ活用されていない。これは、養殖業では、水産動植物の飼育やその他のノウハウの実践が人目にさらされやすい屋外や海上で行われていること、自然を相手にしていること、我が国に存在する養殖経営体の大半が中小の経営体であること、漁業協同組合（以下「漁協」という。）の生産部会のような法人格を持た

ないグループが存在していることなど、他産業分野とは異なる特殊性を有していることも関係していると考えられる。

他方、養殖業においても、営業秘密の保護は重要であり、その活用を進めていく必要がある。そこで、養殖業における飼育技術やその他のノウハウ等の知的財産（以下「技術・ノウハウ等」という。）を営業秘密として保護するに当たり、養殖業の特殊性を踏まえた技術・ノウハウ等の管理・取扱方法や留意点等について、養殖業の現場で参照されやすいようわかりやすく示すことを目的として、本ガイドラインを策定するものである。

なお、本ガイドラインは、不競法の営業秘密として保護されるためにどのような措置が必要か、すなわち、万が一漏えいしてしまった場合でも、不競法上の営業秘密として保護を受けられるようにするために、最低限どのような措置を講じるべきかという観点から整理を行ったものである。したがって、技術・ノウハウ等の重要性や、一度漏えいしてしまった場合の事後的な被害回復の難易（ひとたび公知になれば営業秘密としての保護を受けられなくなることも含む。）等を勘案して、漏えいを防止するためにより高次の対策を講じるべきかどうかについては、それぞれの技術・ノウハウ等に応じ本ガイドラインとは別に検討いただく必要があることに留意していただきたい。

2 現状と課題

（１）営業秘密として保護され得る技術・ノウハウ等

養殖業における様々な工程（例えば、種苗生産、種苗の導入、飼料調製・給餌、衛生管理疾病対策等）が存在し、それぞれの工程に無形の技術・ノウハウ等が存在する。

養殖業において、営業秘密として保護され得る技術・ノウハウ等としては、例えば、以下ののようなものが挙げられる。

【水産動物（貝類を含む）】

工程	保護され得る技術・ノウハウ等
種苗生産	・ 親魚養成（日長や水温コントロールを含む。） ・ 催熟ホルモン投与方法 ・ 採卵方法 ・ 孵化槽内の飼育水循環方法 ・ 育成槽内の飼育水循環方法 ・ 酸素ブロー設置方法・強度 ・ 孵化仔魚の飼育密度 ・ 生物餌料の培養や栄養強化方法 ・ 在庫尾数の推定方法 ・ サイズの選別方法 ・ 沖出し方法
種苗の導入	・ 健苗性の推察方法 ・ 過去に蓄積した導入種苗の系統と飼育成績の相関データ

工程	保護され得る技術・ノウハウ等
飼料調製・給餌	・ 餌飼料の調製技術 ・ 配合設計 ・ 給餌量と種類の切替え時期の判断要素 ・ 給餌方法 ・ 餌飼料の調達先
衛生管理・疾病対策	・ 飼育網の掃除方法 ・ 斃死（へいし）魚の回収方法 ・ ワクチン・プログラム
赤潮発生時の対応	・ 赤潮発生予測、餌止めのタイミング
在庫管理	・ 尾数カウント方法 ・ 飼養密度 ・ 体重測定方法
その他飼育管理全般	・ 養殖場の選定 ・ 作業員の配置計画 ・ 労務管理 ・ 人材育成 ・ 飼育魚等の見回り ・ 資機材の設計や活用方法 ・ 真珠の挿核技術
出荷	・ 出荷時期の判断要素 ・ 出荷前の管理方法 ・ 活〆方法 ・ 抜血方法 ・ 水揚げ時の温度管理 ・ 氷の種類 ・ 冷却水中の塩分濃度 ・ 活魚輸送方法（密度、水温等）
選抜育種	・ 交配の組み合わせ ・ 家系情報
経営管理	・ 財務情報 ・ 顧客情報 ・ 販売実績 ・ 新商品情報 ・ 人的ネットワーク

【陸上養殖】

工程	保護され得る技術・ノウハウ等
飼育水の管理	・ ろ過方法

	・ 人工海水の組成 ・ 飼育水の組成 ・ 飼育水の調達方法
排水の管理	・ 排水方法（希釈等）

【藻類】

工程	保護され得る技術・ノウハウ等
種苗の生産・増殖	・ フリー糸状体の培養方法 ・ 糸状体の貝殻への移植方法・株の組合せ ・ 貝殻糸状体の管理方法 ・ 採苗（殻胞子の種付け）の方法 ・ 網養生の方法 ・ 育苗（ノリ網の沖出し）のタイミングと方法冷凍網の加工方法 ・ 採苗（種苗糸への胞子の付着、仮植）の方法 ・ フリー配偶体の生産方法や株の組合せ、株の家系情報
施肥	・ 施肥の方法や組合せ
防除	・ 干出の方法 ・ 酸処理の方法
収穫	・ 収穫の方法 ・ タイミング ・ 回数 ・ 選別方法 ・ 異物除去の方法 ・ ノリの製造方法
その他栽培管理全般	・ 小間の張り方（養殖場の選定） ・ 干出の方法 ・ 漁具の撒収のタイミング ・ 冷凍網の海面導入のタイミング ・ 本養殖の方法（巻き込み法、挟み込み法） ・ 養殖場の選定 ・ 作業員の配置計画 ・ 労務管理 ・ 人材育成 ・ 漁具等の見回り ・ 過去に蓄積した栽培管理と栽培成績の相関データ ・ 資機材の設計や活用方法
経営管理	・ 財務情報 ・ 顧客情報

工程	保護され得る技術・ノウハウ等
	・ 販売実績、 ・ 新商品情報 ・ 人的ネットワーク

上記の技術・ノウハウ等については、これを用いて作られた有体物等を見ることで、その内容や重要性がわかってしまう場合がある。例えば、

- ① 生簀外観を観察することで、生産者の有する工夫・技術が読み取れる
- ② 給餌のタイミングや、生簀等の資材の管理方法に関する工夫がわかってしまう

等である。その際、見られ得る相手が専門的知識を有する同業者か、通行者等一般の消費者なのかなどによっても、見てわかるかどうかが変わり得る。

また、暗黙知（言語やデータなどによって説明できる状態になっていない知識）であっても不競法上の営業秘密として保護の対象とはなり得るが、技術・ノウハウ等を適切に管理・伝承していくためには、その内容を整理して形式知（言語やデータなどによって説明できる状態になっている知識。ただし、紙等の媒体に記録されていることまで要するものではない。）にしておくことが重要である。特に、経験による暗黙知の場合には、内容が具体的かつ客観的に特定できないこともあるので、客観的に再現性がある形の内容とするよう留意することが求められる。

（２）管理の実態

技術・ノウハウ等を取り扱う者の間で、そもそも何が秘密であるか、それをどのように管理すべきかが必ずしも明確ではないために、技術・ノウハウ等を守るとの意識が醸成されていない場合も多いと考えられる。

現状では、保護すべき技術・ノウハウ等を地域内外の関係者間で共有する場合であっても秘密保持契約を締結しているケースは稀である。また、技術・ノウハウ等がマニュアル化されていないことも多く、仮にマニュアル化されている場合であっても、それが厳格に管理されているとは限らないのが実態である。

【コラム 養殖業における知的財産保護上の課題】

養殖現場におけるノウハウ等は、本来、我が国の養殖業における強みになりうるものであり、我が国の養殖水産物に国際的な優位性をもたらす可能性がある重要なものである。

水産分野では、知的財産に対する関心が必ずしも高い状況になかったことなどから、ノウハウ等の管理・流出防止策についての情報共有や検討は十分に行われてこなかった。

知的財産に関する関心が低い

- ・ 技術やノウハウは特段の制限なく教える場合がある
- ・ 国内外を問わず無償で伝えることも
- ・ 共同研究も盛ん



知的財産として保護する方法が不明

- ・ 何が知的財産に該当するのかわからない、どのように守るものなのかわからないなど
- ・ 知的財産は難しくよく分からない、契約書を作成しない慣習など



- ・ 技術やノウハウの喪失
- ・ 海外への流出

我が国水産物の競争力が失われるおそれが生じる



3 営業秘密の法的な保護について

(1) 不正競争防止法の営業秘密

不競法2条6項は、営業秘密を「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をいう。」と定義し、このような営業秘密を、窃取、詐欺、強迫その他の不正の手段により取得する行為や、不正取得された営業秘密を使用、開示する行為など、一定の類型の行為を不正競争行為と定めている（不競法2条1項4号から10号まで）。こうした不正競争行為を行った場合、民事上の責任として、不正競争行為の差止めや不正競争によって営業秘密の保有者が被った損害の賠償を請求される可能性がある（不競法3条、4条）。また、刑事上の責任として、10年以下の懲役や2,000万円以下の罰金などの刑事罰も規定されている（不競法21条）

どのような情報であれば、営業秘密として保護されるのかについて、最低限の水準の対策を示すものとして、経済産業省が「営業秘密管理指針」（以下「管理指針」という。）を定め、公開している。管理指針が述べるところは、一般論としては養殖業にも当てはまるもので

あるが、一方で、養殖業特有の事情や慣行も存在する。そこで本ガイドラインは、養殖業において営業秘密の実効的な保護を図るため、管理指針において営業秘密の保有者が講じるべきとされている措置を念頭に置きつつ、養殖業に特有の事情や慣行を踏まえた不競法による営業秘密としての保護を受けるために必要な措置のあり方について記載する。

（２）技術・ノウハウ等の整理（暗黙知からの脱却）

有用な技術・ノウハウ等は、その内容が整然と整理された状態で存在しているとは限らず、暗黙知として存在していることも多い。このことは養殖業に限られるわけではないが、養殖業におけるは、技術・ノウハウ等の投入から得られる結果が天候等の環境要因にも左右されるため、技術・ノウハウ等を言語やデータで表すことが困難な場合も多い。また、小規模な生産者が、それぞれ独自の工夫を凝らしており、その技術・ノウハウ等を人に伝える機会がないため、あえて形式知化するインセンティブがない場合もある。これらの理由から、養殖業においては、特に技術・ノウハウ等が暗黙知として未整理な状態で存在しやすいといえる。

前述のとおり、暗黙知であるからといって営業秘密としての保護が受けられないわけではないが、暗黙知のままでは、その技術・ノウハウ等を第三者に盗用されて紛争になったとしても、営業秘密の内容や盗用がされたことを立証することも困難となる。また、有用な技術・ノウハウ等を適切に管理し、正しく伝承していくためにも、その内容を整理して形式知にすることが重要である。

技術・ノウハウ等を整理することにより、自身の技術と他人の技術とを比較して、どこに特徴があるのか、どういった有用性があるのかといった点を、改めて見直すことになり、その過程で、保有者本人も自覚していなかった特徴が判明したり、データ化によって技術・ノウハウ等がより精緻に特定されたり、そのブラッシュアップが期待されるとともに、整理した価値ある技術・ノウハウ等について本ガイドラインに基づき適切な管理を行うことにより、第三者による営業秘密の盗用に備えることが可能となる。

（３）情報の帰属等の確認

技術・ノウハウ等の創出の過程で、複数の者が関与する場合等には、創出された技術・ノウハウ等が関与した者のうちの誰に帰属するのかが不明確になってしまうケースがある。

このような例として、生産者がメーカーから依頼されてサンプルの飼料や薬品等を使用した際の生育状況に関するデータは、生産者がメーカーからロボットやセンサー、ドローン等の機器を提供され、その設置・使用によってデータが取得されることが想定される。

現状では、これらのデータを利用する権限の帰属等（取得するデータ範囲や利用目的、第三者への提供の可否を含む）について、事前に契約等で明確に取り決めておらず不明確なケースも多く、将来紛争になってしまうおそれもある。

例えば、上記飼料、薬品等のサンプル提供の例で言えば、生産者からメーカーに対して、サンプルの使用感等をフィードバックすることは、両者の間で合意されていると言えるであろうが、サンプルを使用するに当たって生産者側で工夫した使用方法といった技術・ノウハウ等や、生育データ（収量データや他の飼料・薬品と比較したデータ等）を利用する権限の帰属等については、必ずしも明確ではない。その結果、メーカー側としては、自分で自由にデータ

を利用しても良いと考えて、生産者に同意を得ることなく営業資料等に掲載してトラブルになるといったことも想定される。

そこで、データのやりとりに当たっては、提供する情報やデータの範囲、その利用権限の帰属や利用目的、第三者への提供の可否等を、生産者とメーカーとの間で契約等により明確にしておくことが望ましい。

Ⅱ 営業秘密管理指針の養殖業への当てはめ ＜理論編＞

1 総説

○（不正競争防止法の位置付け）

不正競争防止法は、他人の技術開発、商品開発等の成果を冒用する行為等を不正競争として禁止している。具体的には、ブランド表示の盗用、形態模倣等とともに、営業秘密の不正取得・使用・開示行為等を差止め等の対象としており、不法行為法の特則として位置づけられるものである。

○（不正競争防止法における営業秘密の定義）

・ 不正競争防止法第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]であって、

③公然と知られていないもの[非公知性]

と定義しており、この三要件全てを満たすことが法に基づく保護を受けるために必要となる。

（管理指針3ページ）

農業分野営業秘密ガイドラインでは、「Ⅱ 営業秘密管理指針の農業分野への当てはめ＜理論編＞」を整理している。ここで示される内容は、基本的には養殖業においても該当する内容であると考えられる。

そこで、本ガイドラインでは、基本的には農業分野営業秘密ガイドラインを参照する形とし、農業分野と養殖業における相違点がある部分について、特にコメントする形で、養殖業における営業秘密管理指針の当てはめについて、整理する。

知的財産法のなかでも、特許法や著作権法、種苗法等は、特許権や著作権、育成者権といった権利を付与するものであって、権利付与法などと呼ばれているのに対し、不競法は一定の行為類型を不正競争として禁止することから、行為規制法などと呼ばれている。

不競法上の営業秘密として保護を受けるためには、一般に、

- ① 秘密として管理されていること（秘密管理性）
- ② 事業活動に有用な情報であること（有用性）
- ③ 公然と知られていないこと（非公知性）

の3つの要件を満たしていることが必要と解されている。

この3要件については、不競法上の営業秘密として法的保護を受けるために必要となる最低

限の水準の対策を示すものとして、経済産業省が管理指針を定め、公開している。これまで、養殖業においても、特許権、商標権、意匠権、育成者権等の権利取得は行われてきたところであるが、これらに加えて、不競法の営業秘密の枠組みを利用して、技術・ノウハウ等を保護することも重要である。

2 秘密管理性について

(1) 秘密管理要件の趣旨

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（情報の範囲）が従業員等に対して明確化されることによって、従業員等の予見可能性、ひいては、経済活動の安定性を確保することにある。

○（営業秘密の情報としての特性）

営業秘密は、そもそも情報自体が無形で、その保有・管理形態も様々であること、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、使用又は開示を行おうとする従業員や取引相手先（以下、「従業員等」という。）にとって、当該情報が法により保護される営業秘密であることを容易に知り得ない状況が想定される。

○（秘密管理性要件の趣旨）

秘密管理性要件の趣旨は、このような営業秘密の性質を踏まえ、企業が秘密として管理しようとする対象が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、ひいては経済活動の安定性を確保することにある。

○（留意事項）

秘密管理性要件については、企業が、ある情報について、相当高度な秘密管理を網羅的に行った場合にはじめて法的保護が与えられるべきものであると考えることは、次の理由により、適切ではない。

- 現実の経済活動において、営業秘密は、多くの場合、それを保有する企業の内外で組織的に共有され活用されることによってその効用を発揮する。企業によっては国内外の各地で子会社、関連会社、委託先、又は、産学連携によって大学などの研究機関等と営業秘密を共有する必要があるため、リスクの高低、対策費用の大小も踏まえた効果的かつ効率的な秘密管理の必要があること。
- 営業秘密が競争力の源泉となる企業、特に中小企業が増加しているが、これらの企業に

対して、「鉄壁の」秘密管理を求めることは現実的ではない。仮にそれを求めることになれば、結局のところ、法による保護対象から外れてしまうことが想定され、イノベーションを阻害しかねないこと。

- 下請企業についての情報や個人情報などの営業秘密が漏えいした場合、その被害者は営業秘密保有企業だけであるとは限らないこと。

(管理指針4～5ページ)

不競法2条6項が、営業秘密として保護を受けるための要件として、単に当該情報が公然と知られていないこと（非公知であること）のみならず、当該情報が秘密として管理されていること（秘密管理性）を要求している趣旨は、上記引用した管理指針で説明されているとおり、「秘密として管理しようとする対象（情報の範囲）が従業員等に対して明確化されることによって、従業員等の予見可能性、ひいては、経済活動の安定性を確保すること」にある。

管理指針も指摘するとおり、秘密管理性の程度として鉄壁の秘密管理が求められるものではない。特に養殖業においては、小規模な生産者が、各自様々な工夫をして技術・ノウハウ等を保有していることや、技術・ノウハウ等やこれが化体した物件が屋外や海上に存在せざるを得ないことも想定される。屋外や海上において、常時監視できるように監視カメラを設置したりといったことは、多大な労力と費用を要するのであって、営業秘密として保護されるために、秘密管理措置として、個別具体の状況・事情を考慮せず、これらの措置を例外なく必須のものとして要求することは現実的ではない。

秘密管理性の趣旨に立ち返り、従業員等の認識可能性を確保するために、養殖業の特殊性を踏まえてどのような措置が有効であるかを検討すべきである。

（２）必要な秘密管理措置の程度

ア 養殖業における特殊性

秘密管理性要件が満たされるためには、営業秘密保有企業の秘密管理意思が秘密管理措置によって従業員等に対して明確に示され、当該秘密管理意思に対する従業員等の認識可能性が確保される必要がある。

具体的に必要な秘密管理措置の内容・程度は、企業の規模、業態、従業員の職務、情報の性質その他の事情の如何によって異なるものであり、企業における営業秘密の管理単位における従業員がそれを一般的に、かつ容易に認識できる程度のものである必要がある。

○（総説）

秘密管理性要件が満たされるためには、営業秘密保有企業が当該情報を秘密であると単に主観的に認識しているだけでは不十分である。

すなわち、営業秘密保有企業の秘密管理意思（特定の情報を秘密として管理しようとする意思）が、具体的状況に応じた経済合理的な秘密管理措置によって、従業員に明確に示され、結果として、従業員が当該秘密管理意思を容易に認識できる（換言すれば、認識可能性が確保される）必要がある。

取引相手先に対する秘密管理意思の明示についても、基本的には、対従業員と同様に考えることができる。

（管理指針6ページ）

○（その他の秘密管理措置）

- ・ 秘密管理措置の具体的な内容・程度は、当該営業秘密に接する従業員の多寡、業態、従業員の職務、情報の性質、執務室の状況その他の事情によって当然に異なるものであり、例えば、営業秘密に合法的かつ現実的に接しうる従業員が少数である場合において、状況によっては当該従業員間で口頭により「秘密情報であること」の確認をしている等の措置で足りる場合もあり得る。

（管理指針8ページ）

上述（１）のとおり、秘密管理性要件の趣旨は、従業員等の予見可能性、ひいては、経済活動の安定性を確保することにあるが、具体的に必要な秘密管理措置の内容・程度が、企業の規模、業態、従業員の職務、情報の性質その他の事情の如何によって異なるというのは、管理指針も指摘するとおりである。農業分野営業秘密ガイドラインでは、農業分野においては、個人経営が95%超を占め、法人化されている場合でも従業員は数人程度と少ないことを踏まえて、秘密管理性を考慮する際に、実態に照らし過度な負担を強いるものである必要はないとしており、このことは、養殖業でも基本的には同様である。

生産者の多くを占める従業員が数人以下の場合（家族のみの場合を含む）には、従業員間の意思疎通が図りやすい一方、技術・ノウハウ等に触れることができる者を限定してしまうと、ただでさえ少ない人数をやりくりしながら日々作業を行っている現場において、業務の効率を著しく害してしまうおそれがある。そこで、こういった小規模の生産者においては、技術・ノウハウ等を従業員・家族間で共有することを前提として、その内容を従業員・家族以外には秘密にすべきという認識を、しっかりと従業員・家族間で共有することこそが、秘密管理措置として重要である。

これに対し、一定数（例えば、数十人規模）の従業員を雇用する生産者になると、全ての従業員の間で綿密な意思疎通を図ることが困難な場合も生じてくる。このような場合には、技術・ノウハウ等に触れることができる従業員を制限し、その限られた従業員の間で当該技術・ノウハウ等が秘密であるという認識を高めたり、書面で秘密情報の管理のルールを定め、従業員間の秘密情報の管理意識を醸成するなど、経営の規模に応じた秘密管理措置を施

すべきである。

また、養殖業分野における技術指導の特殊性（漁協における養殖部会、各生産者による生産技術の持ち寄り、道府県の水産業普及指導員（以下「普及指導員」という。）や漁協の養殖指導員による巡回等）がある。このような場面では、一定の人的範囲で生産技術を共有することを目的としているため、共有する技術・ノウハウ等と、各生産者自身に留める技術・ノウハウ等とをしっかりと区別しておく必要がある。また、技術・ノウハウ等を共有する場合であっても、共有する人的範囲を定め、その範囲に応じた適切な管理措置をとることが重要となる。

イ 秘密管理措置の対象者

○（秘密管理措置の対象者）

- ・ 秘密管理措置の対象者は、当該情報に合法的に、かつ、現実接することができる従業員等である。
- ・ 従業員に対する秘密管理措置があれば、侵入者等（住居侵入罪にあたる行為により情報に接触する者など法第2条第1項第4号及び第21条第1項第1号にいう詐欺等行為又は管理侵害行為等によって営業秘密を取得しようとする者）に対しても秘密管理性は確保されるのであって、営業秘密保有企業の秘密管理意思が従業員に対するものとは別に侵入者等に示される（別の秘密管理措置が行われる）必要はない。

（管理指針6～7ページ）

（ア）侵入者等との関係

上述の管理指針が述べるとおり、認識可能性を確保すべき「従業員等」とは、「営業秘密たる情報の取得、使用又は開示を行おうとする従業員や取引相手先」と定義されている。秘密管理措置は、このような従業員等との関係で要求されているのであって、秘密情報を窃取しようとするような侵入者等との関係で、特段の秘密管理措置がとられていることまでの必要はない。

この点は、養殖業、特に屋外や海上に存在する技術・ノウハウ等との関係において、非常に重要である。屋内と異なり、屋外では外部からの侵入者等を物理的に排除することは困難である。施設の導線に施錠することは通常は行われておらず、特に海面においては、「立入禁止」とすること自体が困難である。このため、例えば、外部からの侵入を防ぐ目的で「立入禁止」等と記載した立看板を設置してしまうと、却って当該区画で重要なことを行っていることが侵入者等に察知され、侵入を招く結果となるおそれがある。

（イ）従業員等との関係

管理指針も指摘するとおり、秘密管理措置は従業員等との関係において、秘密である旨の認識可能性を確保すること（ある技術・ノウハウ等に接した者が、それが会社にとって秘密

にしたいものであると認識できるようにされていること）が重要である。

ここでいう従業員等とは、「当該情報に合法的に、かつ、現実には接することができる」者である（家族を含む）。雇用している従業員が少数の場合等には、技術・ノウハウ等に触れることができる者を限定してしまうことは、現実的ではない。そこで、普段から、部外者に知られては困る重要な情報については注意を促しておくことが重要であり、それにより従業員間等での認識可能性が確保できる。

一方で、雇用している従業員の数に関わらず、場所を限定して実践することが難しい技術・ノウハウ等については、実践現場への立入を特定の従業員に限定することは現実には難しく、不可避免的に多くの従業員の目に触れてしまうことが想定される。このような性質の技術・ノウハウ等について従業員等の認識可能性を確保するという観点では、経営規模の大小に関わらず、平素から従業員等への注意喚起、教育により、安易に外部に伝達してはいけない情報であることを伝えておくことが重要となる。

また、経営の規模によって、一定数以上の従業員を雇用している場合には、秘密情報の取扱いに関する意識を社内で醸成するために、社内の規則や誓約書等の書面によって、秘密情報の取扱いのルールを定めることも考えられる。ただし、上述した秘密管理性要件の趣旨に照らせば、従業員等にある技術・ノウハウ等がその会社にとって秘密として管理したいものであるという認識を持ってもらえるように措置を講じていることが重要であって、必ずしも契約（合意）という形式による必要はない。

さらに、一定数以上の従業員を雇用する場合には、技術・ノウハウ等に接する従業員等を限定し、従業員等が不必要に技術・ノウハウ等に接することがないように管理することも重要である。

例えば、秘密とすべき場所に立ち入ることができる従業員を制限したりするといった対応も考えられる。また、重要な秘密情報ではあっても、一見しただけではそこに秘密情報が化体していることや、その内容が把握できないような場合は、特別な取扱いをしてしまうと、却ってそこに何か秘密情報があることに気付かれやすくなり、情報流出のリスクを高めることにもなりかねない。このため、そういった情報については、むしろ従業員等の注意が向かないような取扱いをするという工夫が重要である。

（ウ）技能実習生との関係

日常的に業務に携わる者として、海外から技能実習生を招いているケースも想定される。技能実習生との関係においても、一般の従業員に関して上記（イ）で述べたところが当てはまるが、技能実習生は元々養殖技術を習得し、習得した養殖技術を自国に持ち帰り、自国の養殖技術の発展に貢献することを目的としている点において、特殊性を持つ。

営業秘密が海外で流布・使用された場合には、国際裁判管轄（どこの国で裁判を行うことができるのか）や準拠法（どこの国の法律を適用して判断が行われるのか）等の問題もあり、法的手続をとることに困難を伴うケースも多いと想定される。

したがって、一般的な養殖技術を伝達することは構わないとしても、生産者独自の技術・ノウハウ等については、技能実習生がこれに接する機会をできるだけ制限するなど、不用意に開示をしないことが推奨される。特に養殖業では、漁場環境の情報等と併せて、適切に管

理することが求められる。

(エ) 臨時に立ち入る者（見学者等）との関係

養殖業では、恒常的な従業員以外の者も生簀等が見える場所に入出入りすることが想定される。例として、水揚げ時の繁忙期に合わせて臨時で雇用する作業員や、見学の参加者等が挙げられる（以下、これらを総称して「見学者等」という。）。

これらの見学者等との関係における秘密管理措置としては、見学者等が立ち入る場所を限定することが可能であれば、秘密として保持すべき場所への立入りを防止することが最も確実かつ簡便な方法である。特に、外観からの判別が可能な場合には、安易に見学者等を立ち入らせないなどの対策が重要である。

一方、事情により見学者等が立ち入らざるを得ない場合には、見学者等に秘密情報に着目させないような工夫が重要である。立看板などを安易に設置してしまうと、却って注目を集める結果となってしまうことは、侵入者や従業員の場合と同様である。

(オ) 普及指導員等

養殖業に特有の事情として、道府県の普及指導員等が、管轄内の生産者を巡回し、個々の生産者に対して技術や経営等の指導を行うということが、広く行われている。

普及指導員等は、指導に当たって実際に施設や漁場に立ち入ることになるが、様々な生産者の技術・ノウハウ等に接する機会があり、普及指導員等は、管轄内の生産者の技術力や経営力の向上を目的としているため、記憶している技術・ノウハウ等を、分け隔てすることなく、管轄内の生産者に広く伝達するということが行われている。しかし、個々の生産者に帰属する技術・ノウハウ等について、これをオープンにするのか、クローズにするのかは、本来その保有者である個々の生産者が選択すべきものであって、生産者としてはクローズにしたかった情報が、その意思に反して他の生産者に伝達されてしまうのは望ましくない。

普及指導員等については、地方公務員法34条に基づいて守秘義務を負っているところではあるが、どの技術・ノウハウ等が守秘すべき対象であるのかを認識できなければ、秘密だと思わずに開示されてしまうおそれがある。

そこで、普及指導員等が立ち入ることになる生産者の側では、普及指導員等が見聞する可能性がある技術・ノウハウ等の中に、他の生産者に対して伝達して欲しくない情報が含まれる場合には、そのことを普及指導員等が認識できるように、適切な秘密管理措置をとる必要がある。

ただし、普及指導員等は、元々技術・ノウハウ等を管轄内の生産者に伝達する役割を有していることから、見聞した技術・ノウハウ等が秘密として保持すべきものであるにも関わらず、そのように認識されずに開示されてしまうような場合に問題となり得る。このため、特に普及指導員等との関係においては、「他の生産者に伝達してよい情報」と「伝達してはならない情報」とを明確に区別できるよう、文書等で特定しておくことも有益である（なお、技術・ノウハウ等の特定は、必ずしも内容まで詳細に記載する必要はなく、「飼料の配合割合」等といった技術・ノウハウ等が特定できれば足りる。）。

加えて、都道府県においては、普及指導員等が見聞する技術・ノウハウ等の中には、生産

者において秘密としたいものも含まれることや、他の生産者に伝達して良い情報と伝達してはいけない情報の区別を意識すること、他の生産者に伝達して良い情報かどうかを生産者に確認するよう心がけること、その際に秘密としたい旨の申し出があった技術・ノウハウ等については他の生産者に伝達してはならないことなどを、日頃から普及指導員等に対して指導しておくことが、生産者との信頼構築のためにも有益であろう。

また、万が一、普及指導員等において生産者の営業秘密を漏えいするなどの事態が生じてしまえば、普及指導員等が所属する都道府県等においても、法的責任を負うことがあり得るという認識を持つ必要がある。

【コラム 屋外にある親系統の保護】

農業分野営業秘密ガイドラインの事例解説3では、農業分野でF1品種が屋外に存在する場合の親系統を保護する際、その管理方法として具体的な品種名の表示を避け、区画名（例：区画Aなど）で管理して特定する方法が有効であることを示す。

養殖業の場合でも、特定の系統での交配を行い、屋外で飼育するなどの場合が想定される。このような場合には、生簀などの位置について、内部で区分けした内容で識別できるよう管理したり、F1品種と同様、区画名のみを表示するなどして、秘密にしたい対象を特定して管理できるようにすることが有用である。

ウ 合理的区分

○（合理的区分）

- ・ 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る。
- ・ 合理的区分とは、企業の秘密管理意思の対象（従業員にとっての認識の対象）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、情報の性質、選択された媒体、機密性の高低、情報量等に応じて、一般情報と合理的に区分されることをいう。
- ・ この合理的区分とは、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。

（管理指針7ページ）

（ア）媒体の要否

対象情報と一般情報とを合理的に区分する上で、必ずしも情報が媒体に記録されていることが必要なのではない（管理指針12ページも参照）。特に、養殖業では、媒体に記録されていない技術・ノウハウ等も多く存在しており、媒体に記録されていない技術・ノウハウ等であっても、その内容が形式知化（言語化、データ化等）されていれば、口頭で管理、伝達は可能であり、秘密として管理できる。

ただし、秘密情報の範囲を明確にするため、伝達、承継をより正確かつ容易にするため、紛争となった場合の立証のため、といった様々な目的から、形式知化した技術・ノウハウ等を媒体に記録しておくことは有益である。なお、記録する媒体は紙に限らず、PDFや音声ファイル、動画ファイルなど、技術・ノウハウ等の内容、性質に応じた形式の電磁的媒体に記録することも可能である。

なお、媒体に記録せずに管理することを選択する場合には、技術・ノウハウ等の内容や外縁が不明確となって、一般情報との区別が曖昧になってしまわないように注意をすべきである。秘密情報の内容をできるだけ特定した上で、その取扱い方や、共有範囲等について、平素から従業員等に対して指導を行うなどの措置によって、従業員等の認識可能性を確保するよう心がけるべきである。

(イ)紙媒体、電子媒体の場合

② 電子媒体の場合

○ 典型的な管理方法

- ・ データなどの電子媒体で保管している場合も基本的には紙媒体と同様であるが、電子情報の場合は、通常、次のような方法のいずれかによって、秘密管理性の観点から十分な秘密管理措置となり得るものと考えられる。
 - 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を開いた場合に端末画面上にマル秘である旨が表示されるように、当該電子ファイルの電子データ上にマル秘を付記（ドキュメントファイルのヘッダーにマル秘を付記等）
 - 営業秘密たる電子ファイルそのもの又は当該電子ファイルを含むフォルダの閲覧に要するパスワードの設定
 - 記録媒体そのものに表示を付することができない場合には、記録媒体を保管するケース（CD ケース等）や箱（部品等の収納ダンボール箱）に、マル秘表示の貼付
- ・ また、外部のクラウドを利用して営業秘密を保管・管理する場合も、秘密として管理されていれば、秘密管理性が失われるわけではない。例えば、階層制限に基づくアクセス制御などの措置が考えられる。

（管理指針 1 1 ～ 1 2 ページ）

⑤ 複数の媒体で同一の営業秘密を管理する場合

- ・ 同一の情報を紙及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、複数の媒体で同一の営業秘密を管理する場合には、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。
- ・ ただし、従業員が同一の情報につき複数の媒体に接する可能性がある場合 において、いずれかの媒体への秘密管理措置（マル秘表示等）によって当該情報についての秘密管理意思の認識可能性が認められる場合には、仮にそれ以外の媒体のみでは秘密管理意思を認識しがたいと考えられる場合であっても、秘密管理性は維持されることが通常であると考えられる。

（管理指針 1 2 ～ 1 3 ページ）

紙媒体や電子媒体に秘密情報が記録されている場合の、管理方法については、養殖業分野と他の分野とで、大きく異なるところはない。

比較的小規模な生産者を想定した場合、管理指針が挙げる秘密管理措置のうち、秘密情報を「マル秘」と表示したファイルに保管する、電子ファイルやフォルダ名に「マル秘」と付記するなどといった対応が、過度の負担なく採用し得るものとして参考になる。

(ウ) 物件に化体した営業秘密

不競法上の営業秘密としての保護を受けるためには、秘密情報が文字や映像などによって表現されている必要はなく、物件に化体し、その形状等から把握できる情報であってもよい。

養殖業においても、秘密情報が化体した物件として、生産者のノウハウに基づき特定の親系統で交配させた結果について、親魚として化体したものなどが想定されるが、これらについても当該物件を適切に秘密管理措置することによって、営業秘密として保護され得るものである。

管理指針12ページでは、物件に営業秘密が化体している場合について、以下のとおり説明されている。

- ・ 製造機械や金型、高機能微生物、新製品の試作品など、物件に営業秘密情報が化体しており、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は、例えば、次のような方法のいずれかを講じることによって、秘密管理性の観点から秘密管理措置となりうるものと考えられる。
 - 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、工場内への部外者の立ち入りを制限する
 - 写真撮影禁止の貼り紙をする
 - 営業秘密に該当する物件を営業秘密リストとして列挙し、当該リストを営業秘密物件に接触しうる従業員内で閲覧・共有化する

(管理指針12ページ)

この説明は、主として屋内で物件が管理される場合を想定しているものと思われる。養殖業においても、営業秘密が化体した物件が屋内で管理されている場合には、上記例が参考になる。

これに対して、養殖業の特殊性として、営業秘密が化体した物件が、屋外で管理される場合も想定される。この場合には、上述のとおり、「関係者以外立入禁止」等の表示を施すことは、却って外部の者に対して秘密にしたい技術・ノウハウ等が化体した物件の存在・所在を示すことになってしまうことになりかねないので、注意が必要である。

一定数以上の従業員を雇用する生産者であれば、秘密情報の所在する場所に立ち入ることができる従業員を限定したり、立ち入る従業員に対しても情報を開示しないといった対応や、一見しただけではそこに秘密情報が化体していること等が把握できないような場合は、

従業員等の注意が向かないように工夫するといった方法をとることも考えられる。

(エ) 従業員等の体得した技能について

技能・設計に関するものなど従業員が体得した無形の技術・ノウハウ等について、管理指針では、以下のとおり説明されている。

- ・ 技能・設計に関するものなど従業員が体得した無形の技術・ノウハウ等について、管理指針では、以下のとおり説明されている。例えば、技能・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し、職業選択の自由にも配慮する観点（※１）から、原則として、下記のような形で、その内容を紙その他の媒体に可視化することが必要となる。

- 営業秘密のカテゴリーをリストにすること（※２）

- 営業秘密を具体的に文書等に記載すること

※注１ これらの情報は、多くの場合、一般情報との区別が困難であるため、当該体得情報を可視化することなくその情報の使用を禁じようと、従業員にとってはいかなる情報の開示・持ち出しが禁じられているのかが明確でなく、転職自体が困難となりかねない。

※注２ 最先端の技術開発現場が典型的であるが、日々高度の営業秘密が創出・更新され、内容の整理分類が常時なされていない状況においては、カテゴリーのリスト化や秘密保持契約（あるいは誓約書）等による範囲の特定が有効であると考えられる。

- ・ 一方で、例えば、未出願の発明や特定の反応温度、反応時間、微量成分、複数の物質の混合比率が営業秘密になっている場合（化学産業などで多く見られる）などで、その情報量、情報の性質、当該営業秘密を知りうる従業員の多寡等を勘案して、その営業秘密の範囲が従業員にとって明らかな場合には、必ずしも内容そのものが可視化されていなくとも、当該情報の範囲・カテゴリーを口頭ないし書面で伝達することによって、従業員の認識可能性を確保することができるものと考えられる。

- ・ なお、従業員が体得した情報が営業秘密に該当する場合には、転職後の使用・開示によって、直ちに、民事上及び刑事上の措置の対象となるわけではない。従業員が営業秘密保有企業との関係で信義則上の義務に著しく反するような形で当該営業秘密の取得・使用・開示をした場合に限り、民事上又は刑事上の措置の対象となるのであり、その判断に当たっ

ては、当該企業と従業員との間の信頼関係の程度、当該企業の利益、従業員の利益、営業秘密の内容等を踏まえた総合的な考慮によるものであることに留意が必要である。

(管理指針12～13ページ)

養殖業においても、雇用している従業員の転職等による人材の流動や、普及指導員の異動等が想定される。

こういったケースにおける技術・ノウハウ等の意図しない流出を防ぐためには、転職や異動といった事象が生じる前の平素の段階から、従業員に対して、営業秘密の範囲やその取扱いを示しておくことで、従業員等が一般情報と秘密情報とが区別できるようにしておくことが重要である。秘密情報の範囲を示す際には、個々の秘密情報の内容を特定することで秘密情報の範囲を画定することも可能であるし、秘密情報のカテゴリー（例えば、飼料の配合に関する情報等）を特定することで秘密情報の範囲を画定することも可能である。また、これらを組み合わせて、秘密情報をカテゴリーで特定しつつ、特に重要な秘密情報についてはその内容を特定するといった方法も考えられる。

また、秘密情報に接することができる従業員等を限定することも重要である。従業員等が転職等した場合でも、そもそも当該従業員等が秘密情報に接していなければ、秘密情報が流出する可能性が生じないし、従業員等が不必要に秘密情報に接することができたという事情は、秘密管理性を否定する事情にもなり得る。当該従業員等にとっても、秘密情報を流出させたという無用な疑いを抱かれずに済むし、自己が習得した技能の中に転職前の会社の営業秘密が混入しているのではないかと萎縮する必要もなくなる。

なお、退職後に秘密保持義務を負わせるに止まらず、競合する業務に従事すること自体を禁止する（競業避止義務を負わせる）場合には、より厳格に解されており、使用者と退職者との間で、退職後の競業避止義務に関する合意をしたとしても、無条件にその効力が認められるものではなく、使用者の利益、退職者の従前の地位、制限の範囲（期間・地域・職種等）、代償措置有無や内容から、合意の有効性が判断されることになる。

エ 共有範囲と秘密管理性

② 複数の法人間で同一の情報を保有しているケース

秘密管理性の有無は、法人（具体的には管理単位）ごとに判断され、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原則である。

(管理指針14～15ページ)

(ア) 共有の際の秘密管理性の考え方

各生産者が他の生産者や漁協、企業等と秘密情報を共有する場合には、営業秘密たる情報を管理している独立単位（管理単位）ごとに秘密管理性の有無が判断される（管理指針14ページ等）。したがって、例えば、複数の生産者間で技術・ノウハウ等を共有する場合、各生産者がそれぞれにおいて、これまで説明してきたような適切な秘密管理措置をとる必要があ

る。しかし、仮に技術・ノウハウ等を共有している複数の生産者のうち、ある特定の生産者が秘密管理措置を怠っていた結果、当該生産者から情報が流出してしまったことについては、不競法に基づく権利行使はできないが、そのことによって、適切に秘密管理措置をとっていた他の生産者における秘密管理性が失われるわけではなく、適切な秘密管理措置がとられていた生産者から秘密情報を不正取得する行為は、不正競争行為となり、当該行為に対する損害賠償の請求等は可能である。ただし、この結果、当該秘密情報が公知のものとなってしまうと、それ以降は営業秘密としての保護を受けることができなくなることに留意が必要である。

(イ) 地域のグループ内での共有

養殖業における特殊性として、地域の生産者グループや漁協の養殖部会内で協力して生産を行うという点が挙げられる。これらの団体には法人格がない場合が多いと思われるが、そういった生産者グループや部会内で、秘密情報の管理のルールを定めておくことは重要である。生産者グループや部会の中で秘密情報が適切に管理されていることが、個々の生産者や漁協において秘密管理性が認められ不競法上の権利行使を行う上で重要な基礎となる。すなわち、漁協が当該秘密情報を営業秘密として保護するためには、生産部会における適切な管理が必要である。

なお、当該生産者グループや部会が、いわゆる権利能力なき社団と評価し得るような場合であれば、当該生産者グループや部会自身が主体となり、不競法上の権利行使を行うことも可能である。

養殖業では、個々の生産者が養殖部会等に対して、自己の技術・ノウハウ等を開示するケースや、養殖部会等での検討の結果、技術・ノウハウ等が創出されるケースなどが想定される。こういった養殖部会等においては、参加する生産者間でその場でやりとりされる技術・ノウハウ等については、外部に開示してはならないという認識を共有することが重要である。また、自身の技術・ノウハウ等と他のメンバーから聞いた技術・ノウハウ等を区別するよう心がけるべきである。技術・ノウハウ等については、この区別があいまいになりやすいことから、養殖部会に共有する意図がない場合には不必要に自身の技術・ノウハウ等を開示しないようにすべきであるし、養殖部会内に限って技術・ノウハウ等を開示する（又は開示を受ける）場合には、その内容を書面等において特定し、後日、自身の技術・ノウハウ等と他のメンバーから聞いた技術・ノウハウ等の混同が生じないような措置をとることも肝要である。

加えて、漁協の養殖部会であれば、漁協自身も漏えいの責任を負う可能性があることを踏まえ、養殖部会の規約を定めたり、養殖部会に参加する者との間で秘密保持契約を締結するなど、情報の取扱いに関するルールを積極的に整備し、参加メンバーに周知すべきである。特に、この場合には、そのメンバーの加入や脱退が想定されることから、生産部会等を脱退後は、そこで開示された技術・ノウハウ等を使用してはならない旨を、上記ルールにおいて定めておくことも重要である。

(ウ) 県単位など広範囲での共有

養殖業の特殊性として、技術・ノウハウ等の共有範囲が広くなることが想定される。例え

ば、県が開発した養殖管理方法について、県内の生産者には広く共有する一方、県外にはこれを流出させないようにしたいというケースがあり得る。

このような場合に、秘密管理性及び非公知性の要件との関係において、県内の広い地域において共有されている技術・ノウハウ等が秘密として管理されているのか、非公知と言えるのかという問題が生じ得る。共有範囲が広くなればなるほど、技術・ノウハウ等を秘密として保護すべきであるという認識が薄まりやすくなるという事情はあるとしても、ある技術・ノウハウ等に接した県内の生産者がそれを秘密であると認識でき、県外の実業家に対してはその内容が明らかになっていないのであれば、これを営業秘密から除外する理由はない。

したがって、共有範囲が広がる場合には、共有範囲が狭い場合と比べて、秘密である旨の認識可能性を担保するために、秘密情報の範囲をより一層明確に特定した上で、秘密保持契約等を締結するなどの方法によって、秘密として管理すべき旨を、個々の生産者に対してより一層明確に示す必要はあるが、そのような方策がとられている限り、なお秘密管理性及び非公知性は認められる。

(3) 留意事項

- ・ 情報に対する秘密管理措置がその実効性を失い「形骸化」したともいえる状況で、従業員が企業の秘密管理意思を認識できない場合は、適切な秘密管理措置とはいえない。
※注 一時的ないし偶発的な管理不徹底に過ぎず、当該企業の秘密管理意思に対する従業員の認識可能性に重大な影響を与えない場合まで「形骸化」と評価することは適切ではない。
- ・ 個人情報保護法で保護される個人情報については、同法で漏えい対策を含む安全管理義務が保有企業に対して義務づけられており、それが従業員にとっても明らかであり、かつ、一般情報との区別も外見上明確であることから、その他の情報に比べて、秘密管理性が認められる可能性が高いものと考えられる。
- ・ なお、秘密管理性とは別に、企業が社会的責任として講じることが期待される情報漏えい防止対策には、その内容は企業の自主的な判断によるものの、漏えいリスクの大小等に応じて、従業員の行動に対する各種の意識啓発、牽制や漏えいの検知等を行って漏えいリスクを減少する方策、又は、被害拡大を防止するための方策が含まれることが通例であり、秘密管理措置とは必ずしも一致しないため留意が必要である。

(管理指針8～9ページ)

これまで説明してきたとおり、秘密管理性要件の趣旨は、従業員等に対して秘密情報であることの認識可能性を担保することにある。したがって、形式的には秘密である旨表示されていても、実態において一般情報と変わらない扱いがされている場合等は、そのような表示によっては、もはや従業員の認識可能性は担保できず、秘密管理措置として形骸化していると評価されるおそれがある。

営業秘密としての保護を図る上で重要なのは、その実質であり、その観点からも、日頃か

ら従業員等への注意喚起、教育を行い、秘密情報の管理意識を醸成することは重要である。

また、管理指針及び本ガイドラインの説明は、あくまでも不競法の営業秘密として保護されるためにどのような措置が必要かという観点からのものであり、実際の漏えい防止という観点からのものではない。秘密情報の重要性や、一度漏えいした場合の被害回復の難易等を勘案して、より強固な対策を講じることを検討すべき場合もある。例えば、漏えいした場合に特に大きな損害の発生が見込まれるような重要性が高い秘密情報は、「厳秘」等として取扱い、より厳格な管理を行うことも考えられる。

3 有用性について

(1)「有用性」の要件は、公序良俗に反する内容の情報（脱税や有害物質の垂れ流し等の反社会的な情報）など、秘密として法律上保護されることに正当な利益が乏しい情報を営業秘密の範囲から除外した上で、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。

(2)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。

同様に、直接ビジネスに活用されている情報に限らず、間接的な（潜在的な）価値がある場合も含む。例えば、過去に失敗した研究データ（当該情報を利用して研究開発費用を節約できる）や、製品の欠陥情報（欠陥製品を検知するための精度の高い AI 技術を利用したソフトウェアの開発には重要な情報）等のいわゆるネガティブ・インフォメーションにも有用性は認められる。

(3)なお、当業者であれば、公知の情報を組み合わせることによって容易に当該営業秘密を作出することができる場合であっても、有用性が失われることはない（特許制度における「進歩性」概念とは無関係）。

（管理指針16～17ページ）

(1) ネガティブ情報

管理指針も指摘するとおり、有用性要件の主眼は、公序良俗に反する内容の情報等を営業秘密の範囲から除外することであり、失敗したデータなどのネガティブ情報であっても有用性は否定されない。

養殖業においても、生育不良となった年の生育データや、寄生虫や病気等に対して効き目がなかった対処策等のネガティブ情報であっても、有用性要件は満たす。

（２）有用な効果の再現性

養殖業の技術・ノウハウ等の中には、自然環境等の影響を受けて、必ずしも再現性が高くないものも含まれる。しかし、上述の有用性要件の趣旨に照らせば、高い再現性を有する技術・ノウハウ等のみが保護の対象となると解するのは妥当ではない。再現性が全くないようなものは別として、低い確率であっても再現性が認められるのであれば、有用性要件は否定されないと解すべきであろう。

（３）公知の情報等を工夫した情報

管理指針も指摘するとおり、有用性要件は、特許制度における進歩性概念とは無関係であって、当業者であれば、公知の情報を組み合わせることによって容易に当該営業秘密を作出することができる場合であっても、有用性が失われるものではない。

飼料の配合等も、配合されるそれぞれの飼料は市販されているものであるとしても、どの原料をどれだけ配合するかは、非公知かつ有用な情報であって、営業秘密としての保護の対象となり得る。

同様に、メーカーからサンプルを提供されて試用する場合であっても、その用法などについて生産者の側で工夫を凝らした場合には、その用法については生産者の技術・ノウハウ等になり得る。

４ 非公知性について

「非公知性」が認められるためには、一般的には知られておらず、又は容易に知ることができないことが必要である。

（１）「公然と知られていない」状態とは、当該営業秘密が一般的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である。具体的には、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、公開情報や一般に入手可能な商品等から容易に推測・分析されない等、保有者の管理下以外では一般的に入手できない状態である。

（２）営業秘密における非公知性要件は、発明の新規性の判断における「公然知られた発明」（特許法第２９条）の解釈と一致するわけではない。特許法の解釈では、特定の者しか当該情報を知らない場合であっても当該者に守秘義務がない場合は特許法上の公知となりうるが、営業秘密における非公知性では、特定の者が事実上秘密を維持していれば、なお非公知と考えることができる場合がある。また、保有者以外の第三者が同種の営業秘密を独立に開発した場合、当該第三者が秘密に管理していれば、なお非公知である。

（３）また、当該情報が実は外国の刊行物に過去に記載されていたような状況であっても、当該情報の管理地においてその事実が知られておらず、その取得に時間的・資金的に相当のコストを要する場合には、非公知性はなお認められうる。もちろん、そのようなコストを投じて第三者が現に当該営業秘密を取得又は開発した上で当該情報の管理地において公

開等を行い、「公然と知られている」状態となれば、非公知性は喪失することになる。

(4) なお、「営業秘密」とは、様々な知見を組み合わせ一つの情報を構成していることが通常であるが、ある情報の断片が様々な刊行物に掲載されており、その断片を集めてきた場合、当該営業秘密たる情報に近い情報が再構成され得るからといって、そのことをもって直ちに非公知性が否定されるわけではない。なぜなら、その断片に反する情報等も複数あり得る中、どの情報をどう組み合わせるかといったこと自体に価値がある場合は、営業秘密たり得るからである。複数の情報の総体としての情報については、組み合わせの容易性、取得に要する時間や資金等のコスト等を考慮し、保有者の管理下以外で一般的に入手できるかどうかによって判断することになる。

(管理指針17～18ページ)

(1) 屋外に存在する情報

管理指針で説明されているとおり、非公知とは、当該営業秘密が一般的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を意味する。

養殖業においては、海面で養殖されており、陸上から見ただけでは漁場における技術・ノウハウ等を必ずしも特定することができない。したがって、このような技術・ノウハウ等については、屋外に存在するとしても、その内容を容易に知ることができない状態が保持されており、それによって非公知性が失われるものではない。

また、屋外の漁場で実施されている水質の管理方法等も、その内容を把握するためには、不相当な長時間にわたって漁場モニタリングを実施する必要があることから、やはりその内容を容易に知ることができない状態が保持されており、未だ非公知であると解される。

(2) 第三者が偶然思いつくことができるような技術・ノウハウ等

非公知とは、当該営業秘密が一般的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を意味することから、たとえ同じ材料等を保有する当業者であれば、偶然同じ技術・ノウハウ等に思い至ることがあり得る場合であっても、直ちに非公知性が否定されるものではない。

当該技術・ノウハウ等の分析の難易や、当該技術・ノウハウ等以外の選択肢の有無や幅等に照らし、当該技術・ノウハウ等の取得に要する時間や資金等のコストを考慮し、保有者の管理下以外で一般的に入手できない場合には、そのような技術・ノウハウ等は、なお非公

知であると言い得る。

（３）公知情報と非公知情報とが混在している場合

養殖業においては、普及指導員の普及活動等や代々の伝承等によって、既に公知となっている技術・ノウハウ等と、そこにさらに独自の工夫を加えた各生産者固有の技術・ノウハウ等が混在して存在することがある。例えば、給餌を行う際に、給餌量と種類の切替え時期について、地域の飼育環境の特殊性を踏まえて判断を調整することは既に公知になっているが、品質の安定や高品質化のための詳細な管理方法について、さらに工夫を施しているといったことなどが想定される。

公知の情報と非公知の情報とが混在する場合であっても、それだけで直ちに営業秘密として保護されなくなるわけではないものの、両者の区別が曖昧になることで、秘密とすべき旨の認識が薄れてしまうことはあり得る。そのため、こういった場合には特に、公知情報と秘密とすべき技術・ノウハウ等との区別を明確にし、秘密とすべき情報の外縁が明確となるよう注意する必要がある。例えば、従業員や普及指導員に対して、折に触れて、自分たちが行っている養殖管理は生産者として重要な技術であるなどと告げるなどすることによって、認識可能性を確保するよう心がけるべきである。

Ⅲ 営業秘密の基礎的管理マニュアル <実践編>

養殖業の技術・ノウハウ等は、高品質・高付加価値な水産物の生産を可能にし、養殖業の成長産業化に重要なものである。ここでは、それぞれの生産者や漁協の養殖部会等が各自の持つ技術・ノウハウ等を実際に営業秘密として管理するに当たって、必要な措置を適切に講じられるよう、次の２段階の取組（２ステップ）を示している。

ステップ１では、各自が持つ技術・ノウハウ等のうち、何が営業秘密なのかを把握・整理するため、「技術・ノウハウ等の棚卸し」と「共有範囲の確認」を行っていただきたい。

続くステップ２では、営業秘密を管理する主体別（①個々の生産者（法人を含む）、②漁協の養殖部会等のグループ、③都道府県）に「営業秘密の管理方法チェック」により、営業秘密の適切な管理に必要な措置を確認し、講じていただきたい。

ステップ1 技術・ノウハウ等の棚卸しと共有範囲の確認

「技術・ノウハウ等の棚卸し」では、質問に対する回答を記入していくことにより、養殖業の各工程において各自が持つ技術・ノウハウ等の内容を網羅的に把握・整理しましょう。（（1）参照）。

次に、棚卸しにより把握・整理した技術・ノウハウ等について、営業秘密に該当するかを判断するため、「共有範囲の確認」を行いましょう（（2）参照）。

その上で、営業秘密として管理するために必要な措置について、**ステップ2 営業秘密の管理方法チェック**に進んで確認し、対策を講じましょう。

(1) ① 技術・ノウハウ等の棚卸し（水産動物（貝類含む））

※ 以下は例示であり、保護され得る技術・ノウハウ等は、これらに限られるものではありません。

工程	保護され得る技術・ノウハウ等の例	左記のような技術・ノウハウ等について、これまで独自に工夫してきたことはありますか？ その内容は、どのようなものですか？
種苗生産	・ 親魚養成（日長や水温コントロールを含む。） ・ 催熟ホルモン投与方法 ・ 採卵方法 ・ 孵化槽内の飼育水循環方法 ・ 育成槽内の飼育水循環方法 ・ 酸素ブロー設置方法・強度 ・ 孵化仔魚の飼育密度 ・ 生物餌料の培養や栄養強化方法 ・ 在庫尾数の推定方法 ・ サイズの選別方法 ・ 沖出し方法	
種苗の導入	・ 健苗性の推察方法 ・ 過去に蓄積した導入種苗の系統と飼育成績の相関データ	
飼料調製・ 給餌	・ 餌飼料の調製技術 ・ 配合設計 ・ 給餌量と種類の切替え時期の判断要素 ・ 給餌方法 ・ 餌飼料の調達先	

工程	保護され得る技術・ノウハウ等の例	左記のような技術・ノウハウ等について、これまで独自に工夫してきたことはありますか？ その内容は、どのようなものですか？
衛生管理・ 疾病対策	・ 飼育網の掃除方法 ・ 斃死（へいし）魚の回収方法 ・ ワクチン・プログラム	
赤潮発生時の 対応	・ 赤潮発生予測、餌止めのタイミング	
在庫管理	・ 尾数カウント方法 ・ 飼養密度 ・ 体重測定方法	
その他飼育 管理全般	・ 養殖場の選定 ・ 作業員の配置計画 ・ 労務管理 ・ 人材育成 ・ 飼育魚等の見回り ・ 資機材の設計や活用方法 ・ 真珠の挿核技術	
出荷	・ 出荷時期の判断要素 ・ 出荷前の管理方法 ・ 活〆方法 ・ 抜血方法 ・ 水揚げ時の温度管理 ・ 氷の種類 ・ 冷却水中の塩分濃度 ・ 活魚輸送方法（密度、水温等）	

工程	保護され得る技術・ノウハウ等の例	左記のような技術・ノウハウ等について、これまで独自に工夫してきたことはありますか？ その内容は、どのようなものですか？
選抜育種	・ 交配の組み合わせ ・ 家系情報	
経営管理	・ 財務情報 ・ 顧客情報 ・ 販売実績 ・ 新商品情報 ・ 人的ネットワーク	

(1) ② 技術・ノウハウ等の棚卸し（陸上養殖）

※ 以下は例示であり、保護され得る技術・ノウハウ等は、これらに限られるものではありません。

工程	保護され得る技術・ノウハウ等の例	左記のような技術・ノウハウ等について、これまで独自に工夫してきたことはありますか？ その内容は、どのようなものですか？
飼育水の管理	- ろ過方法 - 人工海水の組成 - 飼育水の組成 - 飼育水の調達方法	
排水の管理	排水方法（希釈等）	

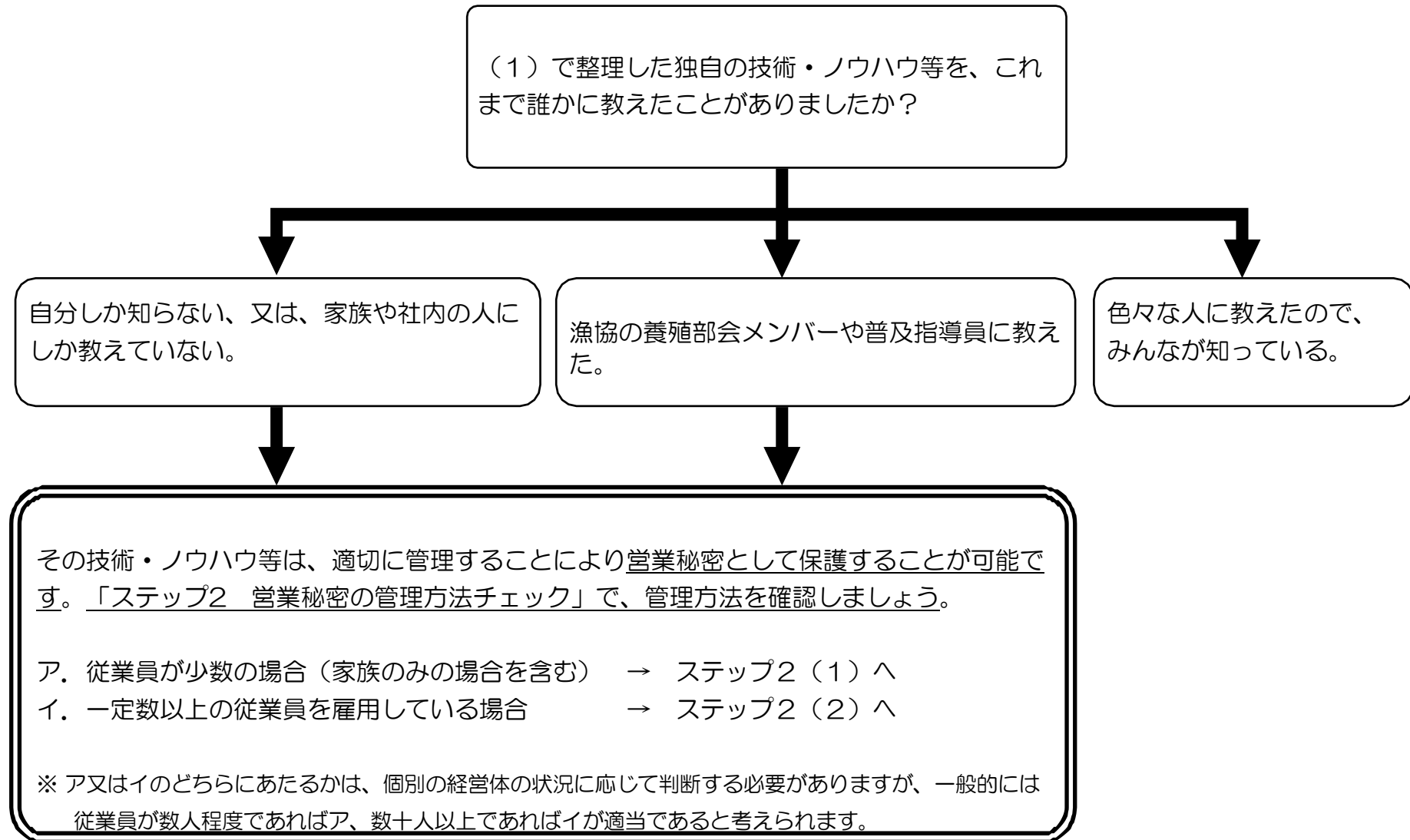
(1) ② 技術・ノウハウ等の棚卸し（藻類）

※ 以下は例示であり、保護され得る技術・ノウハウ等は、これらに限られるものではありません。

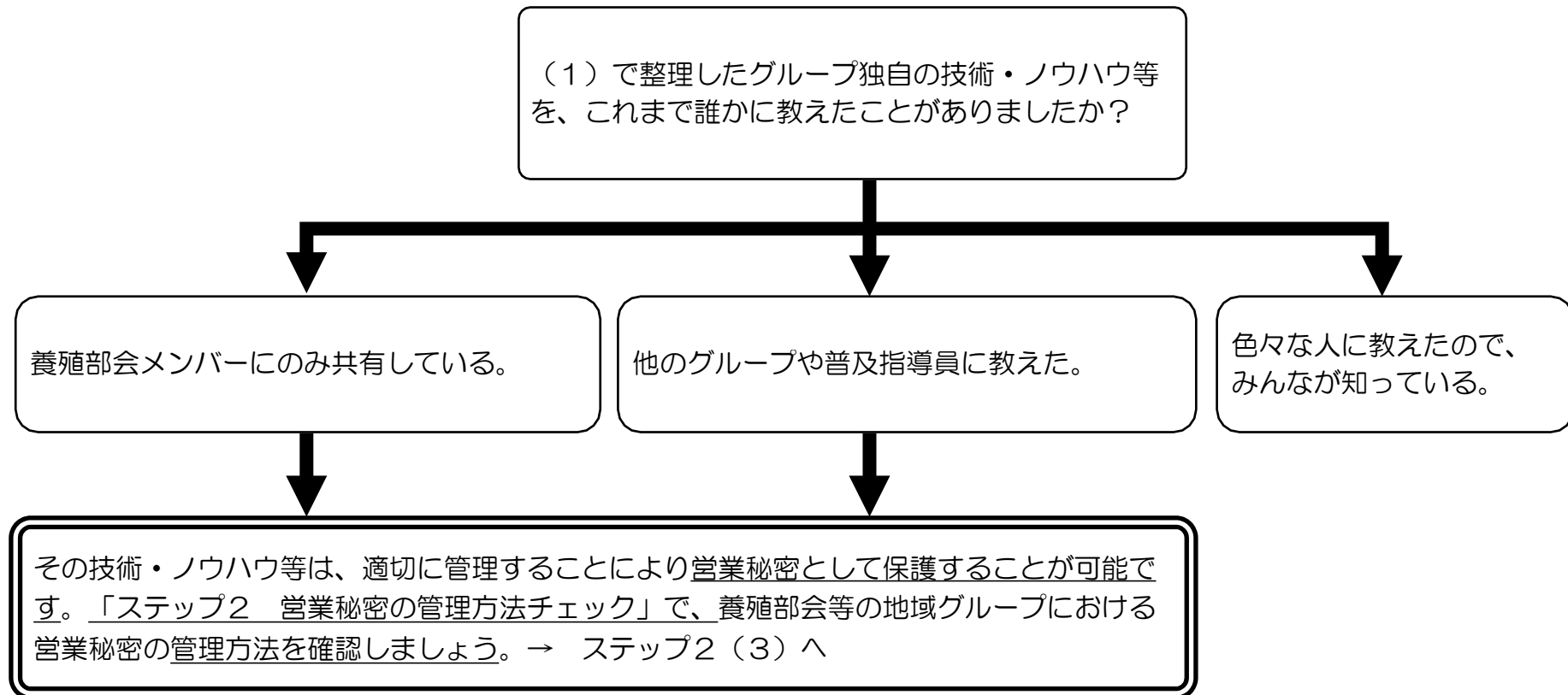
工程	保護され得る技術・ノウハウ等の例	左記のような技術・ノウハウ等について、これまで独自に工夫してきたことはありますか？ その内容は、どのようなものですか？
種苗の生産・増殖	・ フリー糸状体の培養方法 ・ 糸状体の貝殻への移植方法・株の組合せ ・ 貝殻糸状体の管理方法 ・ 採苗（殻胞子の種付け）の方法 ・ 網養生の方法 ・ 育苗（ノリ網の沖出し）のタイミングと方法 ・ 冷凍網の加工方法 ・ 採苗（種苗糸への胞子の付着、仮植）の方法 ・ フリー配偶体の生産方法や株の組合せ、株の家系情報	
施肥	・ 施肥の方法や組合せ	
防除	・ 干出の方法 ・ 酸処理の方法	
収穫	・ 収穫の方法 ・ タイミング ・ 回数 ・ 選別方法 ・ 異物除去の方法 ・ ノリの製造方法	

工程	保護され得る技術・ノウハウ等の例	左記のような技術・ノウハウ等について、これまで独自に工夫してきたことはありますか？ その内容は、どのようなものですが？
その他栽培 管理全般	・ 小間の張り方（養殖場の選定） ・ 干出の方法 ・ 漁具の撤収のタイミング ・ 冷凍網の海面導入のタイミング ・ 本養殖の方法（巻き込み法、挟み込み法） ・ 養殖場の選定 ・ 作業員の配置計画 ・ 労務管理 ・ 人材育成 ・ 漁具等の見回り ・ 過去に蓄積した栽培管理と栽培成績の相関データ ・ 資機材の設計や活用方法	
経営管理	・ 財務情報 ・ 顧客情報 ・ 販売実績、 ・ 新商品情報 ・ 人的ネットワーク	

(2) ① 共有範囲の確認（個々の生産者（法人を含む）の技術・ノウハウ等）



(2) ② 共有範囲の確認（漁協の養殖部会等のグループの技術・ノウハウ等）



(2) ③ 都道府県が開発した技術・ノウハウ等の取扱い

上記の「個々の生産者（法人を含む）の技術・ノウハウ等」や「漁協の養殖部会等のグループの技術・ノウハウ等」以外に、例えば県が開発し、県内の生産者にのみ共有する技術・ノウハウ等も営業秘密にあたり得ます。このように都道府県など広範囲における営業秘密の管理方法については、ステップ2（4）により確認して下さい。

ステップ2 営業秘密の管理方法チェック

ここでは、独自の技術・ノウハウ等を営業秘密として管理するために必要な措置がとられているかについて確認しましょう。

具体的には、営業秘密を管理する主体として、

「（１）従業員が少数の生産者（家族のみの場合を含む）」

「（２）一定数以上の従業員を雇用している生産者」

「（３）漁協の養殖部会などの地域のグループ」

「（４）都道府県などの広範囲」

を想定し、それぞれの場合のチェック項目をまとめていますので、営業秘密の管理主体に応じて活用して下さい。チェックの結果、必要な措置がとられていないことが判明した場合には、ガイドラインを参照しながら対策を講じましょう。

なお、グループで営業秘密を共有する場合、各生産者においてもその営業秘密を適切に管理する必要がありますので、グループが管理主体となる際のチェック項目（（３））だけではなく、個々の生産者が営業秘密の管理主体となる場合のチェック項目（（１）及び（２）を準用）も確認するようにしましょう。

また、組織内における秘密情報の管理に関するルールについて従業員等との間で秘密保持契約を取り交わす必要がある場合もあることから、各管理主体に応じた秘密保持契約書（秘密保持誓約書）のひな形も示しています。ガイドライン16～17ページで指摘したとおり、このような秘密保持契約等は、営業秘密として保護されるために必須のものではありませんが、従業員等の認識可能性を高める上では有用である上、後で争いとなった場合の立証等にも資するものです。

養殖業（特に生産現場）においては、従来は契約書を取り交わすことが多くなかった場合も想定されることを踏まえ、できるだけ平易に、簡潔なひな型としました。事案に応じて、例えばグループ内で新たに生まれた技術・ノウハウ等の帰属や取扱いについて定めるなど、より詳細な秘密保持契約を締結することも考えられます。その場合、より詳細な秘密保持契約書の書式例については、経済産業省が公開しているひな型¹などを参考にすると良いでしょう。

なお、これらに加え、営業秘密が漏れた場合に特に大きな損害の発生が見込まれるような重要性の高い秘密情報は、「厳秘」等として取扱い、より厳格な管理を行うことも考えられます。また、営業秘密が漏れた場合に備え、営業秘密を持っていたという事実を証明できるようにするためには、公証役場で証明を受けることが可能です。

¹ 経済産業省ホームページ「秘密情報の保護ハンドブック」（平成 28 年 2 月）の【参考資料 2】各種契約書等の参考例

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

(1) 従業員が少数の生産者（家族のみの場合を含む）における営業秘密の管理

ア 営業秘密の特定と意識の醸成

- ステップ1を参考に、あなたの営業秘密の有無とその内容を整理し、従業員・家族と共有しましょう。

→ 詳細は、ガイドライン5～11ページを参照

- 営業秘密は、経営にとって重要なものであり、外部の人に教えてはいけないという認識を、従業員・家族との間で共有しましょう。

→ 詳細は、ガイドライン15～16ページを参照

- 営業秘密の範囲を明確にする観点等からは、営業秘密の内容を紙や写真・動画などに記録しておくことも有益です。この場合、記録したものが従業員や家族以外の者に見られたりしないよう管理しましょう。

→ 詳細は、ガイドライン10、20～22ページを参照

イ 技能実習生、見学者等との関係

- 営業秘密について、技能実習生、見学者等の外部の人に見せたり説明したりすることは、不用意に行わないようにしましょう。

※ ただし、ただ目にしただけでは、その内容を理解できないような営業秘密であれば、営業秘密に着目させない工夫も重要です。

→ 詳細は、ガイドライン17～18ページを参照

- 営業秘密について、やむを得ず技能実習生、見学者などの外部の人に見せたり説明したりしなければならない場合、その営業秘密を他者に漏らさないでほしいということを相手に伝えましょう。

→ 詳細は、ガイドライン17～18ページを参照

ウ 普及指導員との関係

- 普及指導員が立ち入る場合、他者に伝達してよい情報と伝達してほしくない情報（営業秘密）を明確に区別し、その営業秘密を他者に伝達しないでほしいということを指導員に伝えましょう。

→ 詳細は、ガイドライン18～19ページを参照

養殖業の技術・ノウハウ等に詳しく、各生産者を定期的に訪問する普及指導員は、生産者の営業秘密に接する機会が多いと考えられるため、普及指導員と生産

者の間で営業秘密の取扱いについて秘密保持契約を取り交わしておくことも有益です。具体的な契約書面については、「ひな型①：普及指導員向け秘密保持契約書面」を参考にしましょう。

→ 詳細は、ガイドライン18～19ページを参照

【参考】ひな型①：普及指導員向け秘密保持契約書面

普及指導員が生産者の漁場等に立ち入ることで、生産者独自の技術・ノウハウ等の内容を知ることができてしまうような場合に、普及指導員との間で以下のような秘密保持契約書を取り交わすことが考えられます。

●●様

- 1 養殖漁場等に立ち入ることで見聞きし、又は生産者から説明を受けた、技術・ノウハウ等については、生産者独自の技術・ノウハウ等であることを尊重し、生産者の事前の同意がない限り、第三者に開示しません。
- 2 前項の同意を得て開示を行う際には、第三者に開示する技術・ノウハウ等の内容及び開示する相手先（人的範囲）を具体的に明らかにするようにいたします。
- 3 上記各事項は、私が退職したり、他の地域に異動になった場合であっても、遵守いたします。

※ 必要に応じて、以下のように、対象となる技術・ノウハウ等を特定しても良い。

- 4 上記の対象となる技術・ノウハウ等は、以下のとおりです。
「・飼料の配合に関する技術・ノウハウ等」など

（日付）_____

●●県 水産業普及指導員
（署名）_____

(2) 一定数以上の従業員を雇用している生産者における営業秘密の管理

ア 営業秘密の特定と意識の醸成

- **ステップ1**を参考に、あなたの会社の営業秘密の有無とその内容を整理し、それぞれの営業秘密を知ることができる従業員をできるだけ限定しましょう。

※ ただし、営業秘密を知ることができる従業員を制限することが難しい場合（例：給餌等）は、従業員に安易に外部に伝達してはいけないものであることを伝えておくことが重要です。

→ 詳細は、ガイドライン5～11、16～17ページを参照

- 営業秘密は、あなたの会社にとって重要なものであり、社外に教えてはいけないという認識を、営業秘密を知っている従業員との間で共有しましょう。

→ 詳細は、ガイドライン16～17ページを参照

- 営業秘密の範囲を明確にする観点等からは、営業秘密の内容を紙や写真・動画などに記録しておくことも有益です。この場合、記録したものが従業員以外の者に見られたりしないよう管理しましょう。

→ 詳細は、ガイドライン10、20～22ページ

イ 社内での管理

- 従業員との間で、営業秘密の取扱いのルールを定めましょう。

→ 詳細は、ガイドライン16～17ページを参照

- ① □ ルールは、書面や電子データで定めるようにし、従業員がいつでも見られる状態で保管しましょう。

→ 詳細は、ガイドライン16～17ページを参照

- ② □ 従業員が退職した後のことについても定めましょう。

→ 詳細は、ガイドライン16～17、23～24ページを参照

- ③ □ 上記のルールについて、従業員がどの程度理解し、実践しているか、定期的を確認しましょう。

→ 詳細は、ガイドライン16～17ページを参照

- ④ □ 上記ルールに記載した内容について、社内の規則や誓約書などの書面により定めることが望まれます。具体的な誓約書面については、「ひな型②：従業

員向け誓約書面」を参考にしましょう。

→ 詳細は、ガイドライン16～17ページを参照

ウ 技能実習生、見学者等との関係

- 営業秘密について、技能実習生、見学者等の外部の人に見せたり説明したりすることは、不用意に行わないようにしましょう。

※ ただし、ただ目にしただけでは、その内容を理解できないような営業秘密であれば、営業秘密に着目させない工夫も重要です。

→ 詳細は、ガイドライン17～18ページを参照

- 営業秘密について、やむを得ず技能実習生、見学者などの外部の人に見せたり説明したりしなければならない場合、その営業秘密を他者に漏らさないでほしいということを相手に伝えましょう。

→ 詳細は、ガイドライン17～18ページを参照

エ 普及指導員との関係

- 普及指導員が立ち入る場合、他者に伝達してよい情報と伝達してほしくない情報（営業秘密）を明確に区別し、その営業秘密を他者に伝達しないでほしいということを普及指導員に伝えましょう。

→ 詳細は、ガイドライン18～19ページを参照

- 養殖業の技術・ノウハウ等に詳しく、各生産者を定期的に訪問する普及指導員は、生産者の営業秘密に接する機会が多いと考えられるため、普及指導員と生産者の間で営業秘密の取扱いについて秘密保持契約を取り交わしておくことも有益です。具体的な契約書面については、（1）の「ひな型①：普及指導員向け秘密保持契約書面」を参考にしましょう。

→ 詳細は、ガイドライン18～19ページを参照

【参考】ひな型②：従業員向け誓約書面

一定数以上の従業員を雇用している生産者の営業秘密の管理に関しては、ルールを就業規則等や誓約書により定めることが望まれます。就業規則等において定めがない場合には、入社時等に、以下のような誓約書を従業員から提出してもらうことが考えられます。

●●水産株式会社 御中

- 1 会社の業務を通じて見聞きした会社の営業秘密（社内のみで共有される技術・ノウハウ等）については、無断で社外の者に開示しません。
- 2 外部から営業秘密にあたる技術・ノウハウ等について提供を求められた場合には、速やかに上長に報告するとともに、開示の可否について、会社の決定に従います。
- 3 会社の営業秘密の取扱いについては、会社の定めるルールや会社の指示に従うものとします。
- 4 上記各事項は、在職中はもちろん、退職後も、遵守いたします。
- 5 上記事項に違反した場合、懲戒等の事由となることがあること、会社に対して損害賠償義務等を負うことがあることを理解しました。

(日付)

(署名)

(3) 漁協の養殖部会等の地域のグループにおける営業秘密の管理

ア 営業秘密の特定と意識の醸成

- グループのメンバー間で、**ステップ1**を参考に、グループにおける営業秘密の有無とその内容を整理しましょう。その際、メンバー間で共有される営業秘密について、特定のメンバーが提供・開示したものなのか、グループでの検討の結果生まれたものなのか、それぞれ区別して整理しましょう。

→ 詳細は、ガイドライン5～11、25ページを参照

- 営業秘密は、グループにとって重要なものであり、グループ外に教えてはいけないという認識を、メンバー間で共有しましょう。特に、グループのメンバー数が多く地理的範囲が広い場合、それぞれの営業秘密ごとに、これを共有するメンバーの範囲を明確にしておくことが重要です。

→ 詳細は、ガイドライン25ページを参照

- 営業秘密の範囲を明確にする観点等からは、営業秘密の内容を紙や写真・動画などに記録しておくことも有益です。この場合、記録したものがメンバー以外の者に見られたりしないよう管理しましょう。

→ 詳細は、ガイドライン10、20～22ページを参照

イ グループの内部での管理

- グループのメンバーとの間で、営業秘密の取扱いのルールを定めましょう。

→ 詳細は、ガイドライン25ページを参照

- ① □ ルールは、書面や電子データで定めるようにし、各メンバーがいつでも見られる状態で保管しましょう。

→ 詳細は、ガイドライン25ページを参照

- ② □ ルールを定める際には、メンバー以外に営業秘密を開示してはいけないことなど、営業秘密の管理の方法について定めましょう。

→ 詳細は、ガイドライン25ページを参照

- ③ □ メンバーがグループから脱退した後のことについても定めましょう。

→ 詳細は、ガイドライン25ページを参照

- ④ □ 上記のルールについて、各メンバーがどの程度理解し、実践しているか、定期

的に確認しましょう。

→ 詳細は、ガイドライン25ページを参照

- ⑤ □ 上記ルールに記載した内容について、メンバー間で秘密保持契約を結ぶことが望まれます。具体的な契約書面については、「ひな型③：生産部会のメンバー向け秘密保持契約書面」を参考にしましょう。

→ 詳細は、ガイドライン25ページを参照

ウ グループ外部との営業秘密の共有

- グループの外部の者（例えば、他地域の生産者グループや普及指導員、技術実習生、見学者など）に営業秘密を共有する場合には、共有する営業秘密の内容と共有できる相手方の範囲について、書面で定めましょう。

→ 詳細は、ガイドライン25～26ページを参照

- 営業秘密を共有する相手方にも、共有できる範囲と営業秘密の取扱いのルールを示し、これに沿って営業秘密を管理するよう伝えましょう。

→ 詳細は、ガイドライン25～26ページを参照

- 普及指導員が立ち入る場合、他者に伝達してよい情報と伝達してほしくない情報（営業秘密）を明確に区別し、その営業秘密を他者に伝達しないしてほしいということを普及指導員に伝えましょう。

→ 詳細は、ガイドライン18～19ページを参照

- 養殖業の技術・ノウハウ等に詳しく、各生産者を定期的に訪問する普及指導員は、生産者の営業秘密に接する機会が多いと考えられるため、普及指導員との間で営業秘密の取扱いについて秘密保持契約を取り交わしておくことも有益です。具体的な契約書面については、（1）の「ひな型①：普及指導員向け秘密保持契約書面」を参考にしましょう。

→ 詳細は、ガイドライン18～19ページを参照

【参考】ひな型③：養殖部会のメンバー向け秘密保持契約書面

養殖部会では、各メンバーの生産技術の向上等を目的として、様々な技術・ノウハウ等が共有され、各種マニュアル等を作成することがあります。これらの技術・ノウハウ等の中には営業秘密にあたり得るものもあることから、メンバーが、養殖部会に参加する際に、そこでやりとりされる営業秘密の取扱いについて、メンバー間で秘密保持契約を取り交わすことが有益です。養殖部会等に参加する際に、以下のような秘密保持契約書（誓約書）をメンバーから提出してもらうことが考えられます。

また、秘密保持義務に違反した場合の損害賠償については、損害の額を金銭的に見積もることが困難であることが多いため、特に重要な下記ひな型の1に違反した場合には、あらかじめ、違約金として一定の金額を支払う旨を定めることを検討してもよいでしょう。

養殖部会 御中

- 1 養殖部会の営業秘密（養殖部会メンバーから養殖部会内に限って開示された技術・ノウハウ等や、養殖部会での検討の結果生まれた技術・ノウハウ等）については、養殖部会メンバー内でのみ共有し、無断で養殖部会メンバー以外の者に開示しません。
- 2 養殖部会の営業秘密は、養殖部会に所属するメンバーの生産技術の向上等、養殖部会の設置目的に従って活用されるために共有されるものであることを理解し、開示された営業秘密を当該目的外に使用しません。
- 3 養殖部会メンバー以外の者から、営業秘密にあたる技術・ノウハウ等について提供を求められた場合には、速やかに養殖部会に報告するとともに、開示の可否について、養殖部会の決定に従います。
- 4 養殖部会の営業秘密については、意図せず漏洩しないように、自身の独自の技術・ノウハウ等と同様に、適切に取り扱うものとします。
- 5 自身の独自の技術・ノウハウ等と養殖部会の営業秘密とが混同してしまわないよう、区別して取り扱うよう心がけます。また、養殖部会の営業秘密のやりとりに当たっては、できるだけその内容や共有範囲を書面で特定するよう心がけます。
- 6 上記事項に違反した場合、養殖部会に対して損害賠償義務等を負うことがあることを理解しました。
- 7 上記各事項は、養殖部会のメンバーである間はもちろん、養殖部会を脱退した後も、遵守いたします。

（日付）_____

（署名）_____

(4) 都道府県が管理する場合等の広範囲における営業秘密の管理

ア 営業秘密の特定

- **ステップ1**を参考に、営業秘密として取り扱う独自の技術・ノウハウ等の内容を整理し、その共有範囲を定めて下さい。特に、共有する生産者・団体の数が多く地理的範囲が広い場合、それぞれの営業秘密ごとに、これを共有する生産者の範囲を明確にしておくことが重要です。

→ 詳細は、ガイドライン25～26ページを参照

- 営業秘密の範囲を明確にする観点等からは、営業秘密の内容を紙や写真・動画などに記録しておくことも有益です。この場合、記録したものが共有範囲外の者に見られたりしないよう管理して下さい。

→ 詳細は、ガイドライン10、20～22ページ

イ 生産者等との認識の共有

- 営業秘密を共有する個々の生産者・団体に対して、営業秘密の内容と共有できる範囲を示し、その範囲を超える他の生産者などに営業秘密を開示してはいけないことを伝えて下さい。営業秘密の管理方法について、個々の生産者等がどの程度理解し、実践しているか、定期的に確認することも重要です。

→ 詳細は、ガイドライン25～26ページを参照

- 上記の営業秘密の取扱い方法について、個々の生産者等との間で秘密保持契約を結ぶことが望まれます。具体的な契約書面については、「**ひな型④：都道府県内の養殖業者向け秘密保持契約書面**」を参考にして下さい。

→ 詳細は、ガイドライン26ページを参照

【参考】ひな型④：都道府県内の養殖業者向け秘密保持契約書面

県が開発した養殖管理方法等、県内の生産者には広く共有する一方、県外にはこれを流出させないようにしたいというケースは存在します。県内の広い地域において知られている技術・ノウハウ等であっても、適切な秘密管理が行われている限り、営業秘密として保護されますが、共有範囲が広くなればなるほど、技術・ノウハウ等を秘密として保護すべきであるという認識が薄まりやすくなりますので、秘密である旨の認識可能性を担保するために、秘密保持契約や誓約書等において、秘密情報の範囲をより一層明確に特定しておくことが望ましい対応です。

以下のひな型では、技術・ノウハウ等の内容をマニュアル化し、それによって秘密とすべき技術・ノウハウ等の範囲が特定されているケースを想定しています。

●●県 御中

- 1 ●●県が策定する■■養殖管理マニュアル（以下「本マニュアル」といいます。）は、●●県の生産力・品質の向上のために開発された技術・ノウハウであることを認識し、第三者（県内・県外を問いません。）に開示しません。
- 2 本マニュアルを活用したい県内の生産者がいる場合、速やかに●●県に報告します。本マニュアルを開示する場合には、●●県から行うこととし、私からは開示しません。
- 3 第1項記載の本マニュアルの目的に照らし、本マニュアルは、県内で■■を養殖する目的にのみ使用し、当該目的外に使用しません。
- 4 本マニュアルは、意図せず漏洩しないように、自身の独自の技術・ノウハウ等と同様に、適切に取り扱うものとします。
- 5 上記事項に違反した場合、●●県に対して損害賠償義務等を負うことがあることを理解しました。
- 6 上記各事項は、県外に移転した場合であっても、遵守いたします。

(日付)

(署名)

付録：普及指導員が所属する組織（都道府県や漁協）における取組

養殖業では、普及指導員が生産者の漁場に立ち入り生産技術を指導するということが行われており、普及指導員に対しては、所属する道府県や漁協等において、普及指導員が見聞きする技術・ノウハウ等の取扱いについて啓発を行うことが重要であることは、ガイドライン18～19ページにおいて述べたとおりです。ここでは、普及指導員が所属する組織において取り組んでいただきたい事項を付録として示しています。

① 普及指導員に対する啓発

□ 所属する普及指導員に対して、以下の事項に関する理解を促して下さい。

- ① 各生産者から開示された技術・ノウハウ等の中には、営業秘密として保護されるものがあること。
- ② 各生産者から開示された技術・ノウハウ等について、他の生産者に伝達して良いかどうか、生産者に確認するよう心がけること。
- ③ その際に、秘密としたい旨の申し出があった技術・ノウハウ等を他の生産者に伝達しないこと。

→ 詳細は、ガイドライン18～19ページを参照

② 生産者から開示された技術・ノウハウ等の取扱いに関するルールの策定

□ 各生産者から開示された技術・ノウハウ等の取扱いに関して、以下の事項に留意してルールを定めて下さい。

- ① ルールは書面や電子データで定めることとし、また、所属する指導員がいつでも見られる状態で保管すること。
- ② ルールの中に、普及指導員が退職したり、他の地域へ異動した後のことについても含めること。
- ③ ルールについて、所属する普及指導員がどの程度理解し、実践しているか、定期的に確認すること。

→ 詳細は、ガイドライン18～19ページを参照

Ⅳ 今後の養殖業における技術・ノウハウ等の保護・活用に向けて

1 オープン・クローズ戦略

(1) 戦略の選択

技術・ノウハウ等を形式知化して整理するということは、必ずしも当該技術・ノウハウ等を独占することのみを目的とするものではなく、有用な技術・ノウハウ等を正確に伝達することにも資する。

有用な技術・ノウハウ等が存在するときに、それを自身で独占するのか、第三者と共有するのか、また、共有するとしても、どの範囲で共有するのかは、その技術・ノウハウ等を保有する者の戦略による（「オープン・クローズ戦略」等と呼ばれる。）。

工業分野等で特許権を取得した場合、特許権を第三者に実施許諾せずに、自身のみで独占的に特許発明を実施していくこともできるし、特許権を第三者にライセンスすることもできる。ライセンスの態様としても、特定の者に対してのみライセンスする場合もあれば、希望する者に広くライセンスをする場合もあり、またライセンスは無償でも有償でも良い。このように、ある技術の特許権で保護するということは、必ずしも自社で独占をすることを意味するのではなく、様々な戦略をとるための前提として機能するものである。

養殖業においても、有用な技術・ノウハウ等を整理し、特許や営業秘密等として保護するということは、必ずしもそれを独占するということを意味するのではない。有用な技術・ノウハウ等を整理した上で、それをどのように活用するのかは、その保有者がどのような戦略を選択するかによる。

例えば、魚病対策のためのノウハウ等は、地域全体にオープンにすることで、自らの漁場の安全を確保するという考え方もあるだろう。一方、高品質化といった収穫物に付加価値をつけるための技術・ノウハウ等については、生産者の差別化ポイントとして、クローズにすることで、各生産者の更なる改良を促すということも考えられる。

オープン・クローズの組合せは多様であり、ある情報の一部はオープンとし、他の部分をクローズにすることも可能である。例えば、飼料の混合に関する技術・ノウハウ等について、飼料Aと飼料Bを混合すると良いという範囲ではオープンにして、地域全体の生産物の品質を向上させつつ、その具体的な混合割合や、給餌のタイミングなどは、それぞれの生産者の工夫に委ね、各自がクローズにして、差別化を図るということも考えられる。

(2) オープン戦略とノウハウの保護

オープン戦略を選択する場合であっても、技術・ノウハウ等を整理して保護することが不要になるわけではない。前述のとおり、技術・ノウハウ等を整理するということは、オープン戦略採用する場合であっても、その正確かつ容易な伝達、継承を行うために必要な過程である。

また、オープン戦略を選択する場合であっても、特許や営業秘密としての保護を図っておくことで、ライセンスをしていない者や、ライセンス条件に違反した者に対し、その技術・ノウハウ等の使用を禁止することが可能となる。これによって、技術・ノウハウ等を、正しい内容のまま伝達・継承することができる。

例えば、一定の地域やグループなど、特定の人的範囲でのみ技術を共有したい場合に、特許や営業秘密としての保護がされていないと、想定した人的範囲外に技術が意図せず流出した場合に、その使用を禁止する法的根拠がなくなってしまう、特定の人的範囲の中で享受するはずだった技術的な優位性が失われ、さらに経済的利益を得る機会を逸してしまう結果となる。

そのような事態を避けるため、技術・ノウハウ等を例えば営業秘密として保護できるような適切な管理の体制や措置をとりつつ、特定の人的範囲に対してのみライセンスを行うなどの方策をとることなどが考えられる。

また、特許権等や営業秘密の使用を許諾する際の契約では、対価の支払や許諾期間等だけでなく、技術・ノウハウ等を使用するに当たって遵守すべき条件を付すことができる。その条件に違反した場合に、債務不履行を理由に許諾契約を解除することができるようにしておくことで、技術・ノウハウ等が条件どおりに使用されることを確保することができる。

このように、オープン戦略とは、技術・ノウハウ等を法的な保護策を講じず無防備な状態に放置することとは異なる。技術・ノウハウ等を適切な状態、条件で広めるためにも、技術・ノウハウ等を整理し、適切な保護を図ることは重要である。

2 保護の方法の選択

有用な技術・ノウハウ等を保護する場合、その内容によって、特許権、意匠権、育成者権等による保護や営業秘密としての保護といった様々な方法が選択可能である。

例えば、ある特殊な養殖方法であれば、その技術的な特徴を特許権によって保護することもできる場合があるし、営業秘密として管理して保護することもできる。それぞれの方法は、保護のために必要な手続や要件が異なるため、技術・ノウハウ等の内容、性質や保護の目的等に照らし、適切な方法を選択するべきである。

また、例えば、特許権を取得するためには、発明の内容を特定し、特許庁に対して特許出願を行い、特許庁における審査を経て、特許登録をする必要がある。その過程で、出願内容は公開される（特許法65条：出願公開制度）。例えば、外部から一見して内容が明らかになってしまうような技術・ノウハウ等については、営業秘密として管理することには多大な費用や労力がかかる反面、仮に第三者が模倣している場合の侵害立証が容易であるため、特許権による保護を図るというのも選択肢である。これに対し、給餌量の調整方法等といった外観からは容易に把握できないような技術・ノウハウ等については、営業秘密としての管理がしやすい反面、その内容が出願公開によって第三者に明らかとなってしまうと、模倣がされた場合の侵害立証が困難になってしまうため、営業秘密として保護する方が適していると言える。

【コラム】 技術・ノウハウ等の棚卸しとオープン・クローズ戦略

オープン・クローズ戦略により技術・ノウハウ等を保護・活用していくためには、自身が持つ技術・ノウハウ等を把握・整理することが肝要である。

研究活動から日常的に知的財産が創出される研究機関等では、研究所内における技術・ノウハウ等の棚卸しにより技術・ノウハウ等の把握・整理を行い、それらを広く周知するも

の、特許等により権利化することが適切なもの、営業秘密として秘匿するものに分類して、それぞれに適した管理を行っているケースもある。

このように技術・ノウハウ等の知的財産を整理し、保護・活用していくことは、その保有者に対して、それを生み出すための創意工夫に要した費用や労力等の投資に見合った利益を確保し、新たな知的財産を創出するインセンティブを与えるためにも不可欠なものである。

3 技術・ノウハウ等の適切な保護と我が国の養殖業技術の発展

養殖業における技術・ノウハウ等の中には、他者から共有されたものや世代を超えて脈々と伝承されてきたものに、個々の生産者が更に改良を加えたり、従来の手法等を更に分析、精緻化したりすることにより生み出されたものなども含まれる。

技術・ノウハウ等の保護は、必ずしもその独り占めを意味するものではなく、所望の地域や生産者の間で共有することも可能である。また、適切な保護に関しては、生産規模の大小を問うものでもない。

養殖業においても、技術・ノウハウ等を適切に保護することは、生産者に対して、創意工夫に見合った利益を付与することで、新たな技術・ノウハウ等を生み出すインセンティブを与えるとともに、そのように生み出された技術・ノウハウ等を適切に維持、管理することに資するのであって、これを通じて我が国の養殖業における成長産業化に資するだけでなく、地域の活性化にもつながるものであると考える。

