

## 第1章 調査研究の概要

本章では今回の調査研究事業の概要について述べる。以下、取り組みの方法、目的、調査研究方法などについて解説する。そのほか、読者の便宜のため、概要を理解する参考情報として関連法令や調査研究で使用した文献などを紹介する。

### 1. 調査研究事業への取り組みについて

本事業に着手するにあたり、本年度は新潟県支部企業内診断士活性化委員会が担当をすることになった。企業内診断士活性化委員会は支部活動への参加者拡大を目的に、プロコンとして独立していない方々が積極的に取り組める事業を開発、実施し、その成果を分かち合う委員会である。「面白くてためになることを行う」を合い言葉に数年間の活動実績がある。

今回、支部メーリングリストを使用してテーマと参加者の公募を実施した。申請の都合で企業内診断士活性化委員会でも並行して検討を実施した。テーマについては中間段階で公表し、最終投票の結果、今回のものに決定した。参加者についても、メーリングリストによる公募と委員会内での公募により決定し、調査研究委員を委託した。なお調査研究委員長は第1回の会議でそれまで本部との連絡を担当していた企業内診断士活性化委員会委員長をあてることとした。

各委員が多忙な中での取り組みになることから、調査研究委員会の運営にあたり、主要決定事項は出席可能なメンバーが会合で決定し、その他の連絡調整などは同報メールによって行うこととした。新潟県支部には会員が長い海岸線から平野の端まで広く点在しているという特徴があり、かねてより支部運営にインターネットを利用している。

テーマ選定、体制、調査方法、調査実行計画、調査報告、検討会、報告書担当分けなどの重要事項は会合にて決定した。調査に関する守秘義務についてもこれら会合で徹底した。

### 2. 調査研究の目的

テーマ選定の過程で、郵政公社に勤務する会員から「DMなどの相談を通じて、施行後1年余を経ているのにまだ個人情報保護法についてよく知らないケースがある」という情報が寄せられた。また、IT企業に勤務する会員からは「不正競争防止法の改正で営業秘密について明確にされたが、この法律リスクについても同様に理解不足があろう。」という意見があった。どちらも知らなければ企業活動にとって致命的なトラブルを招くおそれがある。そこで、こうした法律リスクについて中小企業者がどのような認識、知識を備えているか、またどのあたりまで対応が進んでいるのかを調査し、合わせて支援のニーズを明確にすることを目的とした。また、中小企業診断士として、行政への情報提供を含め、どのような支援が行えるのかを考察するものとした。

ITの普及により中小企業者のIT活用が進んでいる。このテーマには総合的な情報セキュリティが大いに関係する。実施体制を評価するにはそれらを抜きにして語れない。そこで、知識面の設問については当面重要と考えられる個人情報保護法と不正競争防止法（営業秘密）に限定し、実施体制面の設問については情報セキュリティマネジメントシステムを念頭においた内容とし

た。これにより、知識レベルと体制の乖離、実施面での課題を明確にすることをねらった。

### 3. 調査研究の方法

以下、調査研究の方法について述べる。また、それぞれの分析や検討については結果をどの章に記述したのかも示してある。

#### (1) チェックリストによる自己診断方式

調査方法を検討するに当たっては、まず、回答のしやすさと回収率の確保を重視した。回答のしやすさについては、具体的な自己診断チェックリストを用意して診断結果を無記名で回収する方法とした。これにより、多少法律への対応が悪くても回答が行えるからである。従ってチェックリストは回答しやすい設問数とし、回答された企業の方々が実際に役に立つよう設問内容を厳選した。回答にあたってはこれらの正答数のみを回答するようお願いした。こうして回答への不安を払拭した後で個人情報の数をご回答いただいた。以降、希望する施策や支援活動に関するニーズについてもご回答いただいた。これら調査票については章末に添付する。

#### (2) 訪問の併用

また、予算の関係でアンケート総数が限られるため回収率を確保しなくてはならない。これについては、直接訪問によって回答を依頼することとともに、支部会員に働きかけて支部としてつながりがある企業に回答を依頼することで対応した。訪問が行える委員が限られているからである。調査実施段階で委員を訪問班と郵送班に分けた。訪問班は直接回答を依頼するとともに実施状況についても極力ヒヤリングを行いなるべく実態をつかむようにした。

#### (3) 回答の匿名性の確保

調査方法も匿名性を損なわないように配慮している。回答は郵送又は調査した委員への直接回答で収集した。なお、直接回答はすべて郵送と同じ調査票に転記して集計担当に回すことで匿名性を確保した。郵送班は新潟県支部の研修事業や会員を通じて何らかの形で当支部を認知されている企業の方々を対象に郵送による調査を担当した。郵送による回答はいったん新潟県支部が受け取り調査研究委員長まで回送するものとした。また、業種や業務内容が話題となる検討会には守秘義務誓約者のみを参加させた。

#### (4) 調査対象の選定と回答数について

事前の検討で、情報セキュリティマネジメントシステムは個々の企業の置かれる状況や資源、情報資産の内容などで実際に構築される内容が大きく異なること、セキュリティの監査は机の上ではできず、実地で行う必要があることがわかった。また、これらの法律は業種を問わずに適用されるものである。調査方法を検討するにあたり業種を選別するという案もあったが、私たちは、むしろ業種を限定せずに総体を調査するという考え方に立つことにした。つまり、調査対象の層別を純粹に取り扱う個人情報の数だけで行うということである。関心があればどのような業種からもご回答いただくことにした。訪問班ではプライバシーマークの認定状況からこのテーマに関

連していると考えられるので複数の学校法人も含んで調査した。その結果、直接ご回答の転記分14通、郵送によるご回答32通の合計46の回答を得た。全体としての回収率は約40%であった。

#### (5) アンケート回答の分析について

分析にあたり数次に渡る検討会を開催し、その間、同報メールによる意見交換を重ねた。上記のように私たちは基本的には業種によらない結論が導かれるという仮説を立てた。知識レベルと実施体制の乖離、実施体制や支援ニーズなど個人情報の数による層別比較を行った結果、この仮説が実証されたと考える。詳細は第2章以降にゆずるが、業種を問わず、経営管理面での課題が多く得られたからだ。

なお、個々の回答の信頼性（例えばできていないことを実施と回答など）については次のように考えている。調査対象の方々は自己診断チェックリストを用いて自身の現状を知ることができる。調査票ではその一部（正答数）を回答していただくことで調査を通じて匿名性が確保されている。虚偽の回答をする理由はない。また、このチェックリストが役に立ったかどうかという設問も用意したが、役に立ったという回答が圧倒的であった。このことも回答の信頼性の傍証となる。なぜならば役に立ったという回答が得られた以上はそれなりに真剣に回答した結果と考えられるからである。以上より、ある程度個人情報保護や営業秘密の保護に関心がある方々から信頼できる回答を得られたものと考えている。なお、回答の分析結果は第2章に示す。

#### (6) その他の考察について

検討会を通じて、訪問班からは調査対象の方々を訪問した際にお話を伺ったり現場を拝見したりして得られた考察が提供された。またそれらに触発される形で郵送班からも多くの考察が寄せられた。これらも今回の調査研究において結論を導くために重要な議論であったと考えられる。従って第3章にこれらをまとめて紹介する。

#### (7) 課題の抽出と提案

以上を総合的に検討することにより、私たちは結論として7つの課題を抽出した。また、個人情報、営業秘密の保護活動に対しての提言を行い、課題に対する中小企業診断士の役割を考察した。これについては第4章から第6章で解説する。

## 4. 参考情報

個人情報の流出や営業秘密の漏洩については、事件の報道が相次いでいる。こうした事例は各章で取り上げるほかは報道にゆだねるものとし、ここでは法律リスクとその背景について参考情報を掲載する。以下、OECD 8原則、個人情報保護法、不正競争防止法、その他参考文献の順に収録する。

### (1) OECD 8原則

ITの発達と普及により、ニーズの多様化、個性化に対応したビジネスモデルが展開できるよ

うになった。その一方で、情報システムを利用して個人情報を取り扱うことで個人情報が様々なところに蓄積、利用される可能性が高まり、情報の不適切、不法な利用や改ざんなどが危惧される。個人情報の適切な利用と保護のため、国際的な個人情報保護の強化に向けた取り組みが必要とされた。そこで1980年にプライバシーと情報の自由な流通を調和させるため、経済協力開発機構(=OECD)理事会において、「プライバシー保護と個人データの国際流通についてのガイドラインに関する理事会勧告」(=OECDガイドライン)が採択された。我が国の個人情報保護法の制定はこれを受けて行われたものである。このガイドラインで定める、個人情報の取扱いに関する基本原則は以下の通りである。

1 収集制限の原則 データ収集を行う制限として公正な手段で行い、個人に知らせて同意を得ることなどを求めている。

2 データ内容の原則 収集するデータはその利用目的の範囲で正確、最新、完全なものであることを求めている。

3 目的明確化の原則 収集目的は明確にしなければならないなどを求めている。

4 利用制限の原則 明確にされた目的に限定して公開、利用するが、個人の同意や法律の規定の例外がある。

5 安全保護の原則 不正なアクセス、破壊、使用などの危険に対して合理的な安全処置を求めている。

6 公開の原則 個人データに関する開発や運用には公開原則が適用される。データの性質や利用目的とともに管理者の住所などの公開を求めている。

7 個人参加の原則 個人の権利(管理者が自己に関するデータを保有しているか確認する、そのデータの内容を知る、それらに対して異議を申し立てる、異議により消去、修正、完全化する)を行使できることが求められている。

8 責任の原則 データ管理者がこの責任を負うことを求めている。

## (2) 個人情報保護法

以下に個人情報保護法の構成と本研究に関係する部分の概説を記述する。条文自体は付録Aに掲載したので、参照頂きたい。

### 第一章 総則

ここでは個人情報及び個人情報取扱事業者などの定義をしている。特に第二条の個人情報の定義「生存する個人に関する情報であつて、当該情報に含まれる氏名、生年月日その他の記述等により特定の個人を識別することができるもの(他の情報と容易に照合することができ、それにより特定の個人を識別することができることとなるものを含む。)」の中の括弧書き部分にご注意願いたい。単に氏名などの情報だけを示しているわけではなく、広い範囲の情報をカバーしていることが分かる。

### 第二章 国及び地方公共団体の責務等

国だけではなく、地方公共団体が実施すべき施策も規定されている。

### 第三章 個人情報保護に関する施策等

前章との関係で地方公共団体への支援や協力が定められている。なお、施策について条文では以下の個人情報取扱事業者とは異なり「努めなければならない」という表現になっている。これはすでに別途法制化されているためである。

### 第四章 個人情報取扱事業者の義務等

従業者、委託先などの監督や本人への開示など、単に秘匿する以外に求められていることが多いことに注意すべきである。この法律は特定の「個人情報取扱事業者」に適用するとあるが、普通の人の感覚で言えば基本的人権である個人情報の保護について一般的な方法が確立したということであり、中小企業が顧客の信頼を獲得するために知らずにすまずことはできないと考えるべきであろう。中心となる考え方は先のOECD 8原則である。

### 第二節 民間団体による個人情報の保護の推進

個人情報取扱事業者の苦情の処理や適正な取扱のための情報の提供などを行う民間団体の認定（認定個人情報保護団体）について定められている。業界団体などが名乗りを上げている。中小企業にとって苦情処理の相談や支援が受けられる心強い存在になっている。

### 第五章 雑則

マスコミ、学術研究などに対する適用除外、地方公共団体への委任などが定められている。

### 第六章 罰則

本章では行政罰を規定しているが、他に民事上の責任が発生することがあるということに注意頂きたい。行政罰の罰金より損害賠償の損失や報道による風評被害などの方が企業にとってダメージが大きくなるケースも考えられる。

以上、関連する最低限度の解説であったが、法令については <http://law.e-gov.go.jp/> より簡単に入手できるので必要に応じて補足していただきたい。

#### (3) 不正競争防止法について

不正競争防止法は他人の商標などを無断で利用するなどの不正競争を規制する法律である。ITの進展と普及により情報の窃盗行為に対しても規制の必要が叫ばれていたが、平成17年の改正により営業秘密の侵害行為に対する規制が強化された。罰則も強化され、大きな法律リスクと考えることができる。3章で解説するように例えば従業員の独立創業時の顧客確保や取引先との守秘義務契約など、日常的に中小企業が直面する事項とも関連している。

また、中国などによる知的財産権の侵害行為が相次ぎ、国際的にも知的財産権保護の機運が高まっている。さらに、エンロン事件を機にSOX法が制定されたが、日本版として「金融商品取引法」が成立した。CSR（企業の社会的責任）に対する規格化の動きもある。こうした動きによる中小企業の法律リスクは今後一層高まるものと予想される。今回の調査研究では個人情報に

加えて営業秘密についても取り上げることにしたのはこうした理由である。

以下、本研究と関係する部分について解説する。

#### 不正競争防止法

目的に続く定義が重要である。特に定義の四（いわゆる情報窃盗）から九についてご注意いただきたい。重大な過失で知らずに不正入手した他人の営業秘密を使用することも罪になる。なお営業秘密に関係しない部分は省略した。

（目的）

第一条 この法律は、事業者間の公正な競争及びこれに関する国際約束の的確な実施を確保するため、不正競争の防止及び不正競争に係る損害賠償に関する措置等を講じ、もって国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。

（定義）

第二条 この法律において「不正競争」とは、次に掲げるものをいう。

（以下抜粋）

四 窃取、詐欺、強迫その他の不正の手段により営業秘密を取得する行為（以下「不正取得行為」という。）又は不正取得行為により取得した営業秘密を使用し、若しくは開示する行為（秘密を保持しつつ特定の者に示すことを含む。以下同じ。）

五 その営業秘密について不正取得行為が介在したことを知って、若しくは重大な過失により知らないで営業秘密を取得し、又はその取得した営業秘密を使用し、若しくは開示する行為

六 その取得した後にその営業秘密について不正取得行為が介在したことを知って、又は重大な過失により知らないでその取得した営業秘密を使用し、又は開示する行為

七 営業秘密を保有する事業者（以下「保有者」という。）からその営業秘密を示された場合において、不正の競争その他の不正の利益を得る目的で、又はその保有者に損害を加える目的で、その営業秘密を使用し、又は開示する行為

八 その営業秘密について不正開示行為（前号に規定する場合において同号に規定する目的でその営業秘密を開示する行為又は秘密を守る法律上の義務に違反してその営業秘密を開示する行為をいう。以下同じ。）であること若しくはその営業秘密について不正開示行為が介在したことを知って、若しくは重大な過失により知らないで営業秘密を取得し、又はその取得した営業秘密を使用し、若しくは開示する行為

九 その取得した後にその営業秘密について不正開示行為があったこと若しくはその営業秘密について不正開示行為が介在したことを知って、又は重大な過失により知らないでその取得した営業秘密を使用し、又は開示する行為

（営業秘密の定義）：法律より抜粋と著者追加

6 この法律において「営業秘密」とは、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をいう。

これらの不正競争に対して被害者（＝被侵害者）ができることは、差し止め請求と損害賠償である。第三条で差し止め請求権が、第四条で損害賠償権が規定されている。損害賠償額は逸失利益＝売ることができて侵害のために売れなかった額または侵害者が得た利益、被侵害者の損害となるが、その他の事情も加味される。また、裁判所が鑑定や認定を行うことができる。一般の交通事故では被害者が損害額を示さねばならないから、侵害した者にとって厳しいものであることがわかる。万一侵害行為が生じたときにはまず差し止め請求ということだが、法人に対する刑事罰が重く中小企業では死活問題となりかねないだけに、発覚したら直ちに告訴ということも充分考えられる。重大な法律リスクであるということをよく認識しておかなければならない。

以上、関連する最低限度の解説であったが、法令については <http://law.e-gov.go.jp/>より簡単に入手できるので必要に応じて補足していただきたい。

#### (4) その他参考情報

調査研究に当たり、上記法令のほかに参考にした文献を紹介する。

##### ①日本経済新聞社 「これだけは知っておきたい個人情報保護」

読みやすいガイドだが具体的なことが少ししか書いていない。②の参考文献を併用することをお奨めする。

##### ②日本規格協会 「JIS Q 15001：2006 個人情報保護マネジメントシステム」

プライバシーマークの認証基準である。個人情報保護法に準拠して改訂された。何をしなければならないかの概要が書いてあるので活動を組み立てるのには便利だと思う。プライバシーマークの取得が目的でなければすべて実行する必要はない。

##### ③中小企業庁 「大事な情報を大切に保護する営業秘密管理」

中小企業庁ホームページからも入手できるパンフレット。一般的な営業秘密に関して企業が行うべきことが非常にわかりやすく書かれている。最初に手にするには最適であろう。

### 5. 調査に使用した文書

次ページ以下に調査に使用した文書を取録する。これに新潟県支部からの依頼文を添えて回答を依頼したが、依頼文は割愛する。なお、依頼文には「アンケート調査にあたり、入手した個人情報並びに営業情報など各種情報は社団法人中小企業診断協会の方針に従って管理し、調査研究の目的以外には使用いたしません。」という断りを表示してある。

#### (1) 個人情報保護法・不正競争防止法対応状況チェックシート

第一部（知識編）、第二部（実施施策編）、第一部回答、第二部コメント、第三部

#### (2) ご回答はがき

#### (3) ご回答の方法 ご質問がある場合に備えてファクシミリ回答用紙を兼ねている。



# 個人情報保護法・不正競争防止法対応状況チェックシート

第一部：経営者ご自身が個人情報保護法と不正競争防止法を、どの程度理解されているかを確認できます。

	設問	選択肢	回答
1	個人情報保護法の適用対象企業は、個人情報取扱事業者認定申請を行い、認定を受けた企業だけである。	○(正しい)	
		×(誤っている)	
2	NTT の電話帳に記載されている名前・住所・電話番号は既に一般に公開されている情報なので、個人情報保護法の保護対象にならない。	○(該当しない)	
		×(該当する)	
3	お客様から頂いた名刺は個人情報として管理しなければならない。	○(正しい)	
		×(誤っている)	
4	顧客企業の担当者から名刺を頂いて仕事上の連絡だけに使う予定の場合、「名刺を業務連絡に使う」旨、口頭で説明し、同意を得なくてはならない。	○(正しい)	
		×(誤っている)	
5	仕入先企業や販売先企業の方の、氏名・役職・連絡先電話番号・メールアドレス等の情報は個人情報ではない。	○(正しい)	
		×(誤っている)	
6	従業員の個人情報は業務に必要な範囲内ならば、従業員の同意を得なくても自由に利用できる。	○(正しい)	
		×(誤っている)	
7	お客様に「名刺情報をダイレクトメール送付にも使う」旨、通知し同意を得ても、後日「送付を止めてくれ」と要請された場合、応じなければならない。	○(正しい)	
		×(誤っている)	
8	取引先が、個人情報保護法より厳しい内容の契約締結を求めてきても、個人情報保護法の規定を超える部分については従う必要は無い。	○(正しい)	
		×(誤っている)	
9	不正競争防止法で保護している「営業秘密」とは、営業担当者が保有している見込顧客情報や売上情報のことである。	○(正しい)	
		×(誤っている)	
10	自社の有望顧客リストを不正競争防止法で保護してもらうためには、その文書に「営業秘密」と明記すれば良い。	○(正しい)	
		×(誤っている)	
11	退職した営業部長が競合他社に就職し、当社の有望顧客を訪問しただけでは、不正競争防止法違反で訴えることはできない。	○(正しい)	
		×(誤っている)	
12	お客様が好意で、秘密情報と明記されている当社の競合他社の提案書のコピーを渡して下さった場合、頂いても当社は不正競争防止法違反にならない。	○(該当しない)	
		×(該当する)	

①上記設問と回答説明は2006年8月時点での、以下の情報に基づいて作成しました。

- 個人情報保護に関する法律（個人情報保護法）
- 個人情報保護に関する法律についての経済産業分野を 対象とするガイドライン（経済産業省）
- 不正競争防止法

②個人情報保護に関しては業界・業種別の固有ガイドラインが多数制定されています。貴社が所属する業界に適用されるガイドラインを確認し、順守する必要があります。また受託先自治体の個人情報保護条例や、受託先事業者との個別契約の個人情報保護条項にも配慮する必要があります。

③2006年8月時点で個人情報保護法の運用に関しては、意見や解釈が分かれている部分が残っています。社内手順の構築に際しては、広い範囲から最新情報を収集し、分析することをお勧めします。



第二部：御社の個人情報保護・営業秘密保護活動が、どの程度進んでいるかを確認できます。実施中(部分的実施でも構いません)又は実施済の項目に○を記入願います。

	設問	回答
1	朝礼・会議の場での説明、文書の配布等を通して、個人情報保護・営業秘密保護の重要性を社員に啓発していますか。	
2	個人情報管理責任者・セキュリティ責任者の任命等、個人情報保護・営業秘密保護のための社内体制を構築していますか。	
3	個人情報保護方針を策定し、社内外にホームページや掲示を通して公開していますか。	
4	どのような種類の個人情報をどのような形態で、何人分、どこに保有しているかを、会社として把握していますか。	
5	営業秘密にアクセスできる人を定め、営業秘密を含む資料に秘密表示を行い、施錠管理をしていますか。	
6	保有している個人情報の保管や利用に際して、どのようなセキュリティ上の弱みが有り、どのような事件や事故が起こり得るかを分析していますか。	
7	事件や事故が起こる可能性を減らすために、個人情報保護・営業秘密保護のためのセキュリティ強化施策を実施していますか。	
8	個人情報保護・営業秘密保護のためのセキュリティ強化施策が適切に実施され、効果をあげているかどうかを確認するための、監査制度を整備していますか。	
9	個人情報保護・営業秘密保護活動の実施状況を経営者ご自身が定期的に確認し、活動全体の経営に対する有効性をチェックし、ルールを見直していますか。	
10	故意や重大な過失で個人情報や営業秘密を流出させた従業員に対する罰則規定を整備し、社員に通知していますか。	
11	個人情報流出事故発生時の経営者への報告ルール、公的機関への通報ルールを整備していますか。	
12	社内の重要な営業秘密に触れる立場にあった幹部社員等の退職者に対して、退職後の守秘義務を含む誓約書を提出してもらっていますか。	

第一部回答：

	正解	補足説明
1	×	同法に定める小規模事業者(過去6ヶ月間、5000人分より多い人数分の個人情報を一度も保有したことが無い事業者)を除き、個人情報を取り扱う全ての民間企業が個人情報保護法の適用対象になる。(個人情報保護法2条3項)
2	×	公開情報か未公開情報かによらず、個人を識別できる情報は個人情報に該当し、個人情報保護法の保護対象になる。(同法2条1項)
3	○	名刺には通常、お客様の所属会社名・部署名、氏名、役職、連絡先電話番号等の個人情報が含まれており、個人情報として取り扱う必要が有る。(同法2条1項)
4	×	通常のビジネスにおいて、名刺に記載された個人情報は業務連絡に使用するのが明らかであるため、同意を得る必要が無いという運用になっている。ただし業務連絡以外の目的(ダイレクトメール送付等)にも使用する予定が有る場合は、その旨を伝え、合意を得なければならない。(同法18条)
5	×	お客様だけでなく、協力会社・販売会社・入社試験応募者・退職者等、ビジネスに関係する者全ての情報が個人情報になり得る。(同法2条1項)
6	×	個人情報の利用に際しては原則として本人の同意が必要である。従業員の個人情報を業務目的で利用する場合も例外ではなく、従業員本人の同意が必要である。(同法18条)
7	○	一旦合意を得ていても、後日、個人情報利用中止を求められた場合は、応じなければならない。(同法27条)
8	×	民法や商法に反するような極端な場合を除き、個人情報保護法の規定を超える部分についても守る義務が有る。(契約自由の原則) 守ることができない契約内容の場合は、受注を辞退する必要が有る。

9	×	事業活動に有用な技術上・営業上の情報が対象になる。営業情報だけではなく、設計書、製造ノウハウ、試験・実験結果等も含まれる。裏帳簿・公害隠し等の反社会的情報は含まれない。(不正競争防止法2条6項)
10	×	秘密として管理されているという客観的な事実が必要。判例によれば秘密表示だけでは足りず、施錠管理、アクセス制限、公開時の守秘契約締結等の条件追加が必要である。(同法2条6項、判例)
11	○	顧客リストの盗み出し、在職時からの競合他社との密約などの事実が有れば、不正競争防止法上の不正競争行為になる。就業規則で競合他社への再就職を制限することもできるが、極端な制限は公序良俗に反し無効である。(同法2条1項4号・7号)
12	×	お客様から提示された提案書に〇〇社秘密情報、Confidentialなどと明記されていた場合、「他社の営業秘密だとは知らなかった」という言い訳は通らず、当社も不正競争防止法違反になる。(同法2条1項8号)

第一部診断結果：

正解数	診断結果とお勧めする今後の対応
10問以上	個人情報保護法と不正競争防止法の基礎になっている考え方を、正確に理解されておられます。法令に関する情報収集・分析をかなり進めておられると推測致します。身に付けられた知識に基づいて、個人情報保護・営業秘密保護社内規定の整備、運用の徹底を図ることをお勧め致します。
9問～6問	個人情報保護法と不正競争防止法の基礎になっている考え方を、ある程度理解されておられます。既に法令に関する情報収集・分析に着手されていると推測致します。身に付けられた知識の体系化、個人情報保護・営業秘密保護意識の社員全員への啓発活動等を進めることをお勧め致します。
5問以下	個人情報保護法と不正競争防止法の基礎になっている考え方を、まだ十分には理解されておられないようです。新聞・雑誌等で個人情報保護や営業秘密保護に関するキーワードに接しておられる段階ではないかと推測致します。入門書等による自己啓発から始められることをお勧め致します。

第二部コメント:

	補足説明
1	個人情報保護・営業秘密保護活動の基本です。保護活動開始時にまず着手し、継続的に実施し続けなければならない重要な活動です。
2	個人情報保護・営業秘密保護の必要性や関連知識の啓発と並行して、具体的な保護活動を推進する際に必要となります。社内の責任分担と推進体制を明確化し、経営者が本気であることを全社員に示す効果が有ります。
3	個人情報保護活動に本気で取り組むことを社員だけではなく、社外の利害関係者に宣言する行為です。対外的なアピール効果だけでなく、外部からの期待に応えるために頑張るといふ、内部活動推進効果が有ります。
4	個人情報を保護するためには、御社がどのような個人情報をどのような状態で保有し、利用しているのかを調査し、文書化し、全社員が共有する必要が有ります。担当者が把握しているだけでは不十分です。
5	不正競争防止法の保護対象である営業秘密として認めてもらうために必要な条件です。
6	リスク分析という作業です。現状の問題点と脅威・リスクに基づいて、事故発生時の影響の大きさと発生の可能性を評価し、対策を実施する・しない、どの程度までコストをかけるかを決定します。
7	施策を実施する・しないの二者択一の問題ではなく、どの程度までやるかをリスク分析に基づいて判断し、実施します。環境の変化等に応じて、施策内容を見直す必要が有ります。
8	施策は実施するだけでは不足です。適切に実施されているか、効果をあげているか、より良いやり方が有るのでないか等を第三者である監査人が確認し、改善を進めて行く必要が有ります。
9	監査結果を含む保護活動全体の情報を経営者が確認し、活動の流れがそれで良いのか、改善すべき所はどこかを確認し、改善指示を出す必要が有ります。
10	情報流出事故は社内問題に留まらず、お客様等の社外利害関係者にも影響を及ぼし、会社の存続を危うくさせる危険性ははらんでいます。従って就業規則等に罰則規定を明記し、問題の重要性を全社員に徹底する必要が有ります。
11	個人情報流出事故発生時の経営者への報告、社外公開基準を明確化することで、事故発生情報の組織内での停滞を防止し、組織的隠蔽工作という誤解を招くことの無いようにします。本件への対応を誤れば、会社の存続を危うくさせる危険性もはらんでいます。
12	無期限・無制限の守秘義務や直接競合しない同業界企業への再就職制限などの一方的な条項は、公序良俗に反するものとして、無効とされる可能性が有ります。

第二部診断結果:

○(行っている)の数	診断結果とお勧めする今後の対応
9個以上	個人情報保護法や不正競争防止法が求める、セキュリティ水準をほぼ満たしています。計画立案・実行・確認・改善のサイクルが機能し始めた所と推測致します。その経験とノウハウを活かして、社内の様々な仕組や制度の改善、組織としての変革に挑戦することをお勧めします。
8個～4個	個人情報保護法や不正競争防止法が求める、セキュリティ水準を一部満たしています。社内規定の運用状況、保護活動の成果と有効性の確認や監査を実施し、セキュリティ上の弱点や制度面の問題点の洗い出しと是正を進めて、活動の実効性を高めることをお勧めします。
3個～1個	個人情報保護や営業秘密保護の重要性を認識し、啓発・体制構築・方針策定等の施策に着手したところかと思われます。次に何をすれば良いのか迷っておられるのではないかと推測致します。保有する個人情報や営業秘密の洗い出し・リスク分析・セキュリティ施策検討等をお勧めします。
0個	個人情報保護や営業秘密保護の重要性は認識していても、まず何から手を付けて良いのか分からない状態なのではないかと推測致します。法令に関する情報収集・分析を進め、啓発・体制構築・方針策定等の分かり易い施策から、活動を開始することをお勧めします。

第三部:御社の個人情報保護・営業秘密保護活動の今後の計画等をお聞かせ願います。  
ご回答は同封のアンケート用紙(ご回答の記入方法)又は はがきに記入願います。

設問1 第一部(チェック項目1~8)の正解数をお聞かせ下さい。

設問2 第一部(チェック項目9~12)の正解数をお聞かせ下さい。

設問3 第二部の○の数をお聞かせ下さい。

設問4 第一部・第二部のチェックシートはお役に立ったでしょうか。

- ①役に立った。
- ②どちらかと言えば役に立った。
- ③どちらかと言えば役に立たなかった。
- ④役に立たなかった。

設問5 現在、御社で保有されている個人情報の量(何人分の個人情報か)をお聞かせ下さい。  
概略の人数で結構ですので、組織外(お客様・取引先等)と組織内(役員・社員・パート  
タイマー・アルバイト等)に分けて、該当する欄に○を記入願います。

設問6 御社の個人情報保護活動への取組計画をお聞かせ下さい。

- ①既に取り組んでおり、 今後取組を強化する計画が有る。
- ②既に取り組んでいるが、 今後取組を強化する計画は無い。
- ③まだ取り組んでいないが、 今後取り組む計画が有る。
- ④まだ取り組んでおらず、 今後取り組む計画も無い。

設問7 御社の営業秘密保護活動への取組計画をお聞かせ下さい。

- ①既に取り組んでおり、 今後取組を強化する計画が有る。
- ②既に取り組んでいるが、 今後取組を強化する計画は無い。
- ③まだ取り組んでいないが、 今後取り組む計画が有る。
- ④まだ取り組んでおらず、 今後取り組む計画も無い。

設問8 個人情報保護活動や営業秘密保護活動に関して、御社はどのような支援を  
必要としているでしょうか。

- ①保護活動に関する一般的な話を聞きたい。
- ②保護活動に関して、具体的に相談したい。
- ③自社の取組をチェックして欲しい。
- ④保護活動立ち上げを支援して欲しい。
- ⑤支援を必要としていない。

ご質問や、上記以外の支援の必要が有る場合は、アンケート用紙(ご回答の記入方法)  
又は はがきに記入し、送信又は郵送願います。  
アンケートにご協力頂き、ありがとうございました。

社団法人中小企業診断協会新潟県支部

## ご回答はがき

ご回答をご記入下さい。

設問 1	1～8中	つ正答。			
設問 2	9～12中	つ正答。			
設問 3	第二部で ○が	つ。			
設問 4	番号				
設問 5 区分に ○をつ けて下 さい。		～100 人分	100 1000	1000 10000	10000 超
	外				
	内				
設問 6	番号				
設問 7	番号				
設問 8	番号				

ご協力有り難うございました。(ご質問などがある方は「ご回答の記入方法」でご回答ください。)

郵便はがき



9 5 6 - 8 7 9 0

料金受取人払



差出有効期間  
平成 20 年  
9 月 30 日まで  
(切手不要)

新潟市中野 4 丁目 1 番 3 号

社団法人中小企業診断協会

新潟県支部

調査研究事業委員会 行き



## ご回答の記入方法

社団法人中小企業診断協会新潟県支部

アンケートのご回答は添付のはがきに書き写してご送付ください。無記名でのご提出となります。ご質問など私共より回答を差し上げる必要がある方は、本紙をファクシミリにてご送付ください。いずれについてもご回答は10月15日までをお願いいたします。収集した情報は今回の調査研究の目的以外に使用いたしません。

設問1 (1~8 正答数)	設問2 (9~12 正答数)	設問3 (○の数)	設問4
8問中            つ正答	4問中            つ正答	○が            つ	

設問5 会社(組織)で取り扱う個人情報の量(○をつけて下さい)				
個人情報の種類	100人以下	100~1000	1000~10000	10000人超
1 組織の外の個人情報				
2 組織内の個人情報				

設問6 (個人情報保護の取組)	設問7 (営業秘密保護の取組)	設問8 (必要な施策)

ご回答の際に個人情報や営業機密の保護についてご質問やご相談がございましたら以下の欄にご記入の上、下記の調査研究ホットラインまでファクシミリにてご送信ください。

質問 ・ 相談 (○で囲んでください)	
連絡先(電話)	
ご氏名	
会社名	
ご質問やご相談の内容	

質問・相談のホットライン・ファクシミリ(2006年10月15日まで受付)は、  
☆☆☆—☆☆☆—☆☆☆☆ (調査研究委員○○○○○宛)へお願いします。



## 6. チェックシートの各項目の背景・狙い

個人情報保護法・不正競争防止法対応状況チェックシートの各設問の背景や狙いについて説明する。個人情報保護法・不正競争防止法に関する社内教育や外部コンサルティングの経験に基づいて、十分理解されていないポイントや誤解され易いポイントに焦点を当てている。

### (1) 第一部設問 1～8

経営者自身の個人情報保護法に関する理解度を確認するために8問の設問を用意した。

①設問1：個人情報保護法の適用対象企業に関する設問である。よく有りがちな誤解として「上場企業や大企業だけが対象になる」、「インターネットで販売を行なっている企業だけが対象になる」、「プライバシーマーク認定取得希望企業だけが対象になる」などが有る。個人情報保護法では短期間保有、少量保有、特定業種による除外など、様々な除外規定が定められている。しかし通常のビジネスにおいては、比較的簡単に除外規定の制限を超えてしまう場合が多い。仮に除外規定の条件に当てはまっても、万が一、個人情報流出事故を起こしてしまった場合、顧客や取引先企業に対して、「当社は個人情報保護法の適用対象企業ではないので、責任は有りません」という抗弁が効果を発揮する場面は少ないと考えられる。過去6ヶ月間、5000人分より多い人数分の個人情報を保有したことが無いとしても、個人情報保護法の内容を常日頃から意識した施策を実施すべきである。

②設問2：個人情報保護法の適用対象情報に関する設問である。「既に公開されている個人情報は保護対象ではない」という誤解が多い。これは個人情報保護法施行前からマスコミをしばしばにぎわしていた、芸能人や有名人のプライバシー侵害事件の先入観が有るためである。プライバシー侵害成立にはその個人情報が一般に知られていない、つまり非公知であることが必要である。これからの連想で、公開によって既に公知となっている個人情報は個人情報保護法の保護対象ではない、という誤解が生じているものと思われる。いわゆる一般常識だけで判断した場合に誤りやすいポイントである。特定の個人を識別できる情報は公知・非公知を問わず、個人情報保護法の保護対象になることに注意する必要がある。

③設問3：個人情報保護法の適用対象情報に関する設問である。名刺には特定の個人の氏名、所属企業名・部署名・役職名、連絡先などが記述されており、「特定の個人を識別できる情報」という個人情報保護法上の定義によれば、明らかに個人情報が含まれている。多数の名刺から顧客台帳や顧客データベースを作成・構築した場合は、顧客台帳や顧客データベースを重要な個人情報かつ営業秘密として保護している企業が多い。しかし入力に使用した名刺・アンケート用紙・伝票などを保護している企業は決して多くない。アンケート用紙や伝票は入力後、廃棄するケースが多いので問題になるケースは少ない。しかし名刺はデータベース化した後でもそのまま持ち続けることが多い。アンケート用紙や伝票とは異なり、名刺はその人の人格を象徴するものとして特別の取扱いが行なわれている。個人名が書かれているアンケート用紙や伝票を

折ったり、メモ追記しても抵抗を感じないのに、名刺を折ったり、乱暴に取り扱うことに抵抗や不快感を覚える人は多い。ビジネスシーンに残る数少ない、この美しき伝統が個人情報保護上は逆効果となる。名刺を廃棄せずに保有し続けることで、名刺を渡して下さった方が本来想定していなかった第三者への個人情報流出のリスクが生じるのである。敢えて伝統に殉じて名刺を保管し続けるのなら、机上放置や壁への貼付は行なわない、保管場所を一箇所に限定し分散保管しないなどの、最小限の保護施策を実施すべきである。

④設問4：個人情報収集時の利用目的通知の特例に関する設問である。個人情報保護法では利用目的の公表が、JIS Q15001 規格では利用目的の通知と同意取得が定められている。ただし例外として、収集時の状況から見て利用目的が明らかな場合は、利用目的の通知と同意の省略が可能である。代表例は宅配便依頼時の送付伝票への宛先記入（当然、荷物の配送のために利用する）、名刺交換（通常は業務連絡のために利用する）などである。本問は一般常識だけで判断しても正解できる設問である。ただし業務連絡以外の目的（ダイレクトメール送信など）にも利用する予定の場合は、利用目的の通知と同意取得が必要になるなど、原則と例外、どういう状況ならば原則が適用できるのかななどを正確に理解しないまま、「名刺交換時の通知は不要」という表面的な理解のままで突き進むことはきわめて危険である。

⑤設問5：個人情報保護法の適用対象情報に関する設問であり、設問3と関係している。取引先の方の名刺に記載されている氏名、所属企業名・部署名・役職名、連絡先などは明らかに個人情報である。しかし多くの企業において、個人顧客や会員の個人情報、業務委託に伴って他の企業から預託を受ける大量の個人情報などの保護施策が優先的に実施されており、取引先企業の担当者や窓口の方の連絡先に関する、個人情報の保護に関する意識が必ずしも高くないのも事実である。担当者の方の自宅の電話番号や個人所有の携帯電話番号が流出した場合、その方の私生活に与える悪影響の大きさを考えれば、保護活動の対象にしなければならないという考え方に同意できる方は多いと思われる。同様に勤務先である職場の直通電話番号や内線番号が、業務と無関係な業者に流出することによる、職務時間中の各種売り込み電話攻勢に悩まされている方も多いと思われる。お客様だけではなく、仕入先・販売先企業、協力会社の担当者の方、退職者、自社の入社試験受験希望者など、個人情報を提供して下さる全ての方の個人情報を保護対象とし、そのリスクの大きさに応じた保護施策を実施する必要が有る。

⑥設問6：従業員に関する個人情報の保護に関する設問である。企業は通常、その従業員に関する個人情報を大量に保有し、利用している。従業員の住所・家族状況・学歴・職歴だけでなく、健康状況、人事評価情報、保険・年金情報、給与振込先銀行口座番号まで、広範な個人情報を保有し利用している。これらは従業員の福利厚生・安全管理・労務管理・給与支払などの業務に利用している。これらの業務は、従業員が従業員としての地位を維持するために必要かつ不可欠なものばかりである。従業員の利益になる正当な目的に利用しているのだから、従業

員である以上、個人情報の収集に応じるのは当然であり、利用目的の通知や同意取得は不要である。以上のように誤解している経営者や企業が多い。

しかし本件に関しては、設問4で紹介した例外則「収集時の状況から見て利用目的が明らかな場合は、利用目的の通知と同意の省略が可能」は適用できない。利用目的が多様であり、企業によって異なる場合も多いため、名刺交換時の業務連絡目的のように、「収集時の状況から見て利用目的が明らか」とは言い切れないためである。

また、同意取得を従業員に強制することができないことに注意しなければならない。利用目的を従業員に十分通知しないまま、同意書に半強制的に署名を求める、同意しなければ直ちに懲戒の対象にするなどの行為は、不適當である。もちろん非同意の対象や範囲によっては、雇用契約の継続が困難になる場合がある。つまり一切の個人情報の収集・利用を認めない従業員がいた場合、雇用契約を継続できないのは明らかである。しかし子供の年齢や給与振込先銀行口座番号などの特定の個人情報の収集・利用だけを認めない従業員がいた場合、家族手当支給や扶養控除の対象にならない旨の説明や給与の現金支給制度採用の検討などを行うこと無く、直ちに対象従業員を解雇するのは不適當である。

企業側にできるのは同意しない場合の影響や代替案を十分説明した上で、従業員に同意・非同意の選択の自由があることを説明することである。個人情報の収集・利用によるメリットとリスクを十分理解した上で、なお個人情報の一切の収集・利用を拒否するという従業員がいた場合、雇用契約を継続しないという選択は正当である。

⑦設問7：個人情報収集時の利用目的通知に関する設問であり、設問4と関係している。名刺交換時に業務連絡のためだけでなく、ダイレクトメール送信にも利用させて欲しい旨を説明し、同意を得た場合でも、後日、ダイレクトメール送信への利用を止めて欲しい旨の申し入れがあった場合、応じなければならない。これは業務連絡に用いることを止めて欲しい旨の申し入れがあった場合でも同じである。一旦同意を得れば、半永久的に利用可能なのではなく、本人からの申し入れがあれば、常に応じなければならない。

仕入先・販売先企業、協力会社の担当者の方、退職者、自社の入社試験受験希望者などの場合、同意を得ている利用目的は定型的（業務連絡のため、入社選考検討のためなど）であり、どのような利用目的で同意を得ているかで後日、混乱が生じることは少ない。しかし個人顧客を相手に、複数のビジネスを複数の媒体やチャネルを使って実施している企業の場合、事情は複雑である。あるお客様から個人情報の内容や利用範囲に関する問い合わせやクレームがあった場合、そのお客様からどのような利用目的で同意を得ているのかが分からず、問い合わせに答えられない。クレームの原因が、自社が同意内容を超えて個人情報を利用してしまったためなのか、お客様が「自分が過去に同意した内容を忘れてしまった」ためなのか分からず、適切な対応ができない、などのケースが有り得る。

⑧設問 8：個人情報保護法と契約との関係に関する設問である。契約で定める内容は契約自由の原則により、他の法律の強行法規や公序良俗に反しない限り自由に定められる。従って個人情報保護法の規定を超えるような厳しい条件の契約も有効である。各社の契約書を見ると、個人情報保護に関する条項、特に事故発生時の責任や損害賠償の部分の標準がまだ確立しておらず、発注者によって大きく異なる場合が多い。従って契約締結前に内容を十分確認し、自社にあまりにも不利な内容や到底守れない内容であった場合、修正交渉を実施する必要がある。条文修正にも受注金額見直しにも応じて頂けない場合、現行契約でリスクを受容するのか、受注辞退によりリスクを回避するのか、個人情報流出事故保険に加入してリスクを移転するのか、自社のセキュリティ水準を高めてリスクを軽減するのか、経営者として決断する必要がある。

(2) 第一部設問 9～12

経営者自身の不正競争防止法の営業秘密保護部分に関する理解度を確認するために4問の設問を用意した。

⑨設問 9：営業秘密の定義に関する設問である。「営業秘密とは営業部門が保有・利用する顧客リスト・顧客情報・販売マニュアルなどのことである」という誤解が見られる。実際には設計図、製造上のノウハウ、実験データなどが含まれ、顧客や取引先の個人情報を含むことも多い。従って営業秘密保護活動は営業部門限定の活動ではなく、全社員・経営者が取り組むべき活動である。また営業秘密保護活動には、自社の営業秘密を流出や不正使用から守るという側面と、他社の営業秘密を不正取得・不正使用しないという側面がある。

⑩設問 10：営業秘密として保護を受けるための条件に関する設問である。ある情報が営業秘密として保護されるためには三つの条件を満たしていなければならない。その条件とは秘密管理性、有用性、非公知性の三条件である。本設問では秘密管理性を問題にしている。ある情報を秘密にしたいと主観的に考えているだけでは、秘密管理性の条件を満たすことはできない。秘密として管理されていることが、第三者に客観的に分からなくてはならない。営業秘密を含む資料に社外秘・関係者外秘・営業秘密などの表示を行なうことが、最も簡単な手段である。しかしこれだけでは不足であり、有用性と非公知性の条件も満たしていなければ、営業秘密として認められない。

⑪設問 11：退職者による営業秘密流出の防止に関する設問である。平成17年の不正競争防止法改正により、在職中の申し込みや請託がある場合は、在職中に正当に取得した営業秘密であっても、退職後の使用・開示を不正行為として訴えることができるようになった。逆に言えば、在職中の申し込みや請託が無い場合は、在職中に正当に取得した営業秘密の退職者による使用・開示を不正行為として訴えることができないということである。情報共有の名の下で、業務上の必要が無い従業員にまで営業秘密を開示するのは、必ずしも得策ではない。

⑫設問 12：競合他社の営業秘密をお客様から提示された場合の対応に関する設問である。お客

様から提示された資料に競合他社の営業秘密が含まれていることを、自社の従業員が知らなかった場合、自社に責任は無い。しかし資料に競合他社の社名と共に社外秘・Confidentialなどの表示があった場合、知らなかったという抗弁は通らない。そのような表示が無かったとしても、その業界のプロフェッショナルならば資料の内容から見て、営業秘密として扱われるべき内容であると当然気付くはずであると判断された場合も、知らなかったという抗弁は通らない。

逆に自社の営業秘密をお客様が競合他社に開示した場合の、競合他社による同様の抗弁を許さないためには、自社の提案書や設計書をお客様に提出する際には、社外秘・Confidentialなどの表示を行なうことを徹底する必要がある。

## (2) 第二部（実施施策編）

企業として個人情報保護と営業秘密保護に関する取り組みがどの程度進んでいるかを確認するため、実施難易度順に12施策を列挙し、実施の有無を伺った。今回の調査では12項目の施策の中の「いくつの項目を実施しているか」のみを集計し、「どの施策を実施し、どの施策を実施していないか」をあえて集計しなかった。これは後者の質問が各社のセキュリティ上の具体的な弱点を明確化するものであり、データ収集・集計の過程で情報流出などの不測の事態が生じた場合、調査に協力頂いた経営者の皆様に多大なご迷惑をおかけする結果になることを危惧したためである。この調査上の制限を補うために実施難易度が大きく異なる代表的施策を、実施難易度順に挙げるという工夫を行なった。

## (3) 第三部（アンケート部分）

第一部・第二部のセルフチェック結果をまとめた形式で伺った。

①設問1：第一部「経営者自身の個人情報保護法に関する理解度確認設問8問」の正当数を伺った。個人情報保護活動に特有な部分に設問を集中することで、どの設問に正答したかを伺わなくても、統計的な判断が下せるようにしている。

②設問2：第一部「経営者自身の不正競争防止法に関する理解度確認設問4問」の正当数を伺った。回答者の負担を考慮し、これ以上の問題数を確保できなかったため、営業秘密保護の最も基本的な部分に設問を集中した。設問1と同等の効果を狙ったが、設問数の少なさによる統計的な限界がある。

③設問3：第二部の個人情報保護と営業秘密保護に関する施策実施数を伺った。各社のセキュリティ上の具体的な弱点が社外に漏れないように、実施数のみを伺っている。

④設問4：個人情報保護法・不正競争防止法対応状況チェックシートの有効性を伺っている。

⑤設問5：各企業・組織で保有している個人情報の件数を組織外と組織内に分けて伺っている。

⑥設問6：個人情報保護活動への取り組み実績の有無と、今後の取り組み強化計画の有無を四段階に分けて伺っている。

⑦設問7：営業秘密保護活動への取り組み実績の有無と、今後の取り組み強化計画の有無を、

前問と同じ形式で四段階に分けて伺っている。

⑧設問8：個人情報保護活動法・営業秘密保護活動推進に必要な支援の可否を伺っている。

#### (4) 回答方法

回答方法についても、回収者を新潟県支部として匿名性が保たれるよう配慮してある。なお、当初はチェックシートについての質問などが予想されたため、ファクシミリでもご回答いただけるよう配慮したが、実際には訪問調査以外からはファクシミリでの回答はなかった。また、ファクシミリと郵送との回答のだぶりも発生していない。ファクシミリによるご回答は受領した訪問班員及び集計担当者以外には秘匿しており、ご回答はがきに転記してから集計を実施した。