

〔その他〕

〔判例研究〕複製された顧客情報について
営業秘密該当性が否定された事例
(津地判令和4年3月23日 LEX/DB 25592281)

四 條 北 斗

【事実の概要】

株式会社B（以下「本件会社」）は、未熟な状態で本邦に輸入される青果類を他社から買い入れ、これを熟成加工した上で販売することを主たる業とする会社である。当時の従業員数は約140名、うち営業部門の従業員は被告人（A）を含め10名未満であった。取扱商品のうちバナナが約70％、アボカドが約25％を占めており、年商（平成28年～29年頃は98億円）のうち約70％がDグループとの取引によって占められていた。

被告人は、平成4年8月に本件会社に入社後、営業活動に従事し、主に、バナナとアボカドを扱い、Dグループとの取引を担当していた。被告人は、平成28年9月1日から本件会社の上席営業部長（営業部門のトップ。代表取締役社長に次ぐナンバー2）の地位にあったが、平成28年末の賞与を前年度の5分の1まで減らされたことに不満を抱き、同年12月17日頃、平成29年1月31日付で退職する旨を記した退職届を社長に提出し、同日をもって本件会社を退職した。

被告人は、本件会社を退職するに当たり、平成29年1月22日午後5時41分頃、奈良県桜井市所在の携帯電話ショップ（C店）において、同ショップ従業員を介して、本件会社から貸与されてプライベートでも使用していたスマートフォンから自己が使用する自己所有のスマートフォンに、本件会社の顧客である取引先会社等の担当者の役職・氏名及び電話番号等の「取引先・顧客情報」を含む電話帳データを全て複製して移行させた。これについて、本件顧客情報が本件会社の保有する営業秘密であり、これを本件会社から示されていた被告人が、不正の利益を得る目的及び本件会社に損害を加える目的で、営業秘密の管理に係る任務に背き、営業秘密に係るデータの複製を作成する方法で営業秘密を領得したとして、平成30年法律第33号による改正前の不正競争防止法（以下「法」）21条1項3号口違反の罪（営業秘密を開示された者の複製の作成による領得）に問われた。

なお、被告人は、平成6年頃、私用のフィーチャーフォン（以下、「ガラケー」）を購入して利用を開始し、本件会社の業務にも利用していた。その後、本件会社からガラケーを貸与された後、平成7～8年頃、本件会社の許可を得て、会社貸与ガラケーに私用ガラケーの情報を一本化した。以後、会社貸与ガラケーに、日常で知り得た電話番号を全て入

力していった。そのため、会社貸与ガラケーの電話帳データには、被告人がプライベートで用いる情報と業務上知り得た取引先の連絡先情報とが混然一体となった形で蓄積されていった。そして、平成28年9月頃、会社貸与携帯がガラケーからスマートフォン（iPhone）に切り替えられたことに伴い、会社貸与ガラケーの電話帳データに登録されていたデータが上記スマートフォンの電話帳データに移行された。

本件電話帳データには、〔1〕私用の電話番号、〔2〕取引先の代表電話番号、〔3〕取引先担当者が業務用に用いる携帯電話番号、及び〔4〕親しくなった取引先担当者の私的携帯電話番号等が含まれていたが、検察官はこのうち〔2〕～〔4〕の情報を「本件顧客情報」とした。

また、本件会社では、営業担当者が取得した取引先の連絡先情報を集約して顧客リストのようなものを社内で作成し、それを営業担当者に提供して携帯電話に登録させる扱いはしておらず、営業担当者らが自己の担当する取引先の連絡先情報を各人で管理していた。本件顧客情報も、被告人が専ら自力で形成・蓄積したものであった。さらに、本件会社を含む青果業界では従前、営業担当者が自力で形成・蓄積した情報は、営業担当者個人に帰属するものと認識されてきており、会社が営業担当者の退職（転職）後にその利用を禁止するという扱いはされてこなかった。

【判 旨】

無罪（確定）。

（1）本件顧客情報の性質について

電話帳データに含まれていた情報のうち、〔2〕と〔3〕の情報については、「同業者であれば特別な困難を伴うことなく容易に入手することができる情報といえ、本件会社が独自に形成・蓄積することによって市場における競争上の優位性を確保していると評価し得るような特別な情報という性質は希薄であったから、有用性や非公知性の要件を充足していると見るには相当な疑問がある。……しかも、〔2〕や〔3〕の情報は、本件会社が営業担当者の人件費等の経費をかけて業務の一環として収集していた情報であるから、その形成・蓄積に本件会社の寄与があったことを否定できないとはいえ、本件会社として営業担当者から提供を受けて一元的に管理しているものを個々の営業担当者に提供して利用させていたわけではなく、被告人が専ら自力で形成・蓄積していた情報であるから、本件会社が独自に形成・蓄積してきた特別な情報（有用性及び非公知性の認められる特別な情報）を被告人に開示して利用させたという意味合いは乏しいと見るほかない。したがって、〔2〕や〔3〕の情報は、本件会社が被告人に対して退職（転職）後にその利用を一切許さないとすることには相当の問題があるといわなければならないものであった」。

また、〔4〕の情報については、「同業者が容易に入手することのできる情報ではないものの、被告人が当該取引先担当者との間での個人的な信頼関係又は交友関係を構築する中で獲得した情報であって、本件会社から提供された情報ではないばかりか、当該取引先担当者と被告人との個人的な関係から切り離された形で本件会社が利用することのできる性

質の情報でもないから、本件会社に帰属すべき情報とはいいい難い上、被告人個人から切り離すことが難しい被告人自身の人脈と不可分の情報であったから、これも本件会社が被告人に対して退職（転職）後にその利用を一切許さないとするには相当の問題があるといわなければならないものであった」。

「以上のとおり、本件顧客情報（〔2〕～〔4〕の情報）について本件会社が（会社の保有する営業秘密であるとして）被告人に対して退職（転職）後の利用を一切許さないすることは、本件会社の市場における競争力の維持・確保という要請と被告人の職業選択の自由との均衡という観点から見て相当に問題のある扱いであった。」

（2）営業秘密管理措置について

被告人が平成28年10月31日に開催された部長会議の席上で署名した「秘密保持に関する誓約書」は、「その記載内容に照らし、……これに署名したからといって、本件顧客情報のような従前営業担当者個人に帰属すると考えられてきた情報について退職（転職）後の利用が一切許されなくなることを理解しなかったはずはないと認めることはできない」。また、本件会社の「秘密情報管理規程」では、『業務を遂行するにあたり会社から提供された全ての情報』を『秘密情報』とする旨の極めて包括的な定めが置かれているから（3条1項1号）、……『秘密情報管理規程』で『秘密情報』として明示されているというだけでは『秘密として管理されている』と認めるわけにはいかない」。

「以上のとおりであるから、本件においては秘密管理性の要件を肯定するためには、当該情報を使用する者に対して、本件会社が死守すべき情報と見ていることを理解させるにふさわしい厳格な管理を現実に行っていたことが不可欠であると解される。このことは本件情報についても同様であって、従前営業担当者個人に帰属して退職（転職）後も自由に利用できると考えられてきた情報であるだけに、現実には厳格な管理が行われていなければ、退職（転職）後の利用が一切許されなくなる『営業秘密』であることを理解させることはできないことは明らかである。」

『秘密情報管理規程』の上では、『取引先連絡先に関する情報』は『秘密情報』であり（3条1項3号）、『写しをとる場合は、社長の許可を必要とする』（4条）とされていたが、……社内でも『取引先連絡先に関する情報』の『写しをとる』ことが問題であるという意識が徹底されていたとは認められない。……また、同規程の上では、『社外への持ち出しは、原則禁止する。業務上、やむを得ない場合には、社長に申請し、その指示に従うものとする』（5条）とされていたところ、……持出禁止のルールは機能していなかったのが実態であったように見受けられる。……そうすると、本件会社における『取引先連絡先に関する情報』の現実の管理体制は、（被告人を含む）営業担当者に対し、当該情報が本件会社の死守すべき情報であって、退職（転職）後の利用が一切許されなくなる『営業秘密』に当たることを明確に自覚させるために十分なものであったとは到底いえないから、本件顧客情報が秘密管理性の要件を充足しているとは評価できない。」

【 研 究 】

1. 主たる争点

本件では、本件顧客情報が法2条6項の営業秘密に該当するかが争われた。津地裁は、「取り分け、秘密管理性の要件との関係で、本件顧客情報を複製・領得しようとする者に対して不正なことをしているという自覚を持たせられるだけの障壁が設けられていたといえるか否かが問題になっている」とする。もっとも、後述するように、本件は、むしろ従業員等の収集した情報の企業への帰属（情報の帰属主体性）が問われるべき事例でもあり、この点の理論的な整理についても課題を示す裁判例である。

2. 営業上の情報である顧客情報の性質：有用性と非公知性について

(1) 有用性と非公知性の一般的理解

まず、有用性とは、財やサービスの生産、販売、研究開発に役立つなど事業活動にとって有用であることを意味し、「当該情報が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が、当該情報自身が事業活動に使用・利用されていたり、又は、使用・利用されることによって費用の節約、経営効率の改善等に役立つことが必要」であるとされる¹⁾。この意味での有用性の有無は、「営業秘密保有者の主観によって決められるものではなく、客観的に判断される」²⁾。

なお、学説では、有用性の判断にあたってどの程度具体的な財産的価値の評価を求めるかについて、見解が分かれている。一方で、「『有用性』の要件には、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うえで、広い意味で商業的価値が認められる情報を保護するという趣旨を確認することに主眼がある」とする見解³⁾がある。他方で、「違法行為を行っているとの情報やスキャンダル情報以外においても、情報の性質として『成果開発のインセンティブのための法的保護という観点とは全く関係のない』情報」が存在するとして、「有用性の検討において、『財・サービスの提供活動に関し、生産・販売・開発研究・経営効率の改善等の事業活動に役立つという価値』があるかどうかについて、対象情報は司法審査されなければならない」とする見解⁴⁾も示されている。後者の見解の方が、より具体的ないし積極的な有用性の立証および認定を要求するものといえる。

1) 経済産業省知的財産政策室『逐条解説・不正競争防止法〔第2版〕』（商事法務・2019年）43頁。同旨、佐久間修『体系経済刑法』（中央経済社・2022年）98頁、茶園成樹編〔陳思勤〕『不正競争防止法（第2版）』（有斐閣・2019年）69頁、山口厚編著〔山口厚〕『経済刑法』（商事法務・2012年）60頁、参照。

2) 経産省・前掲註1）43頁。同旨、佐久間・前掲註1）99頁、参照。

3) 鎮目柁樹ほか編〔西貝吉晃・津田麻紀子〕『情報刑法Ⅰ』（弘文堂・2022年）286頁。

4) 帖佐隆「判批」久留米84号（2021年）184頁以下、参照。

つぎに、非公知性とは、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をいう。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など、営業秘密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」⁵⁾にあることを意味する。本件で問題になる顧客リストもその一つである、複数の情報の総体としての情報の非公知性は、「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、営業秘密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」とされる⁶⁾。なお、学説では、「広く世間一般に知られていなくても、当事者にとって常識となっている情報は、秘密として保護する必要がないので、非公知性を欠く」⁷⁾とする見解がある。

(2) 有用性と非公知性に関する刑事裁判例

有用性または非公知性に言及した刑事裁判例としては、以下の7件がある。①東京高裁平成27年9月4日判決⁸⁾の事案では、電気情報処理機器の製造等を目的とする会社bの従業員であった被告人が、当時世界最小のNAND型のフラッシュメモリの共同開発事業に関する故障解析等の業務のため知り得た情報を、不正の競争の目的で、他社cの従業員らに開示した。東京高裁は、「被告人がbのデータベースから持ち出してcに開示した本件開示情報は、この信頼性検査の方法、条件や試験データ、非公開の使用に関する情報を含み、これを競業他社が入手すれば、多大な時間やコストをかけることなく、自社製品の品質改善に利用したり、bの製品と同等以上の製品を開発したりするなど、競争上優位に立つことができるようなものであった」と認定した上で、「これらの事情によれば、NAND型フラッシュメモリは、高度情報通信社会を支える重要な電子部品・機器となっており、今後も市場の拡大が見込まれるものであって、同メモリ事業は、我が国の半導体産業にとってもbにとっても、重要な産業分野となっているところ、本件開示情報は、信頼性の高い同メモリを低コストで製造するために必要不可欠な技術情報であって高い秘匿性、有用性を持つものであるといえる」と有用性を肯定した。

②大阪地裁平成27年11月13日判決⁹⁾の事案では、被告人は、不正の利益を得る目的で、株式会社Z2に在職中に、(a)Z2が秘密として管理している、リフォーム関連商品の仕入原価、粗利金額等の情報が含まれるデータ（標準構成明細等データ）を複製して領得し、また、(b)競合他社Z3に転職した後に、不正の利益を得る目的で、Z2の設置していたコンピュータを不正に操作する等して、同社が秘密として管理している販売促進方法に係る情報が含まれるデータを転送し、もって管理侵害行為によりZ2の営業秘密を取得した。

5) 経産省・前掲註1) 44頁。同旨、佐久間・前掲註1) 99頁、鎮目〔西貝・津田〕・前掲註3) 286頁、茶園〔陳〕・前掲註1) 71頁、山口・前掲註1) 60頁、参照。

6) 経産省・前掲註1) 45頁、鎮目〔西貝・津田〕・前掲註3) 286頁、参照。

7) 結城哲彦『営業秘密の管理と保護』（成文堂・2015年）24頁。

8) 東京高判平成27年9月4日 LEX/DB 25541281。

9) 大阪地判平成27年11月13日 9 LEX/DB 25541839。

有用性および非公知性は直接の争点ではなかったものの、大阪地裁は、「不正の利益を得る目的」を推認する事情として、次のように有用性を認定している。すなわち、(a)の事実については、「本件のように、多数のパッケージリフォーム商品の標準構成明細が競合他社に漏れるとZ2のパッケージリフォーム商品の構成傾向、粗利率の共通性等までもが明らかになるのであって、競合他社にとっては、これを参考にZ2よりも競争力・顧客獲得力の高い商品群を開発することが容易になることは明らかであるから、本件標準構成明細等データは、全体としてみると、競合他社に利益をもたらす効果が更に大きい、有用な情報といえるとともに、Z2にとっては競合他社に知られると競争力を失う情報にあたる」とし、また、(b)の事実については、「被告人が取得したスケジュール案等及び販売実績の情報は、Z2の競合他社において、今後の販売促進活動の計画や経営戦略を立てる際の参考となる有用な情報」であるとした。

③最高裁平成28年10月31日決定¹⁰⁾の事案では、金属工作機械の製造、販売等を業とする会社bの従業員であり、同社から営業秘密を開示されていた被告人が、同社の営業秘密である技術情報のファイルを、不正の利益を得る目的で、被告人所有の外付けハードディスクにダウンロードして複製し、領得した。最高裁では特段の判断が示されることなく上告棄却されているが、控訴審の名古屋高裁平成27年7月29日判決¹¹⁾は、次のように第一審の名古屋地裁平成26年8月20日判決¹²⁾の有用性に関する判断を是認している。すなわち、「原判決は、……本件ファイルは、本件工作機械の製造に利用される図面情報であり、本件工作機械を製造、販売する同社の事業活動に有用な技術上の情報であって、有用性が認められる旨説示するところ、以上の判断に誤りはない」と。その上で名古屋高裁は、「所論は、……結局、第三者が本件ファイルを入手しても本件工作機械の製造や販売等の事業活動に役立てることはできず、したがってbに応分の被害を及ぼすような情報でもないから、有用性は認められないと主張する。しかし、……情報を取得する第三者において当該情報を実際に役立てられるかどうか判断の要素であるかのようにいう所論は、独自の解釈によるものであり、取り得ない」とした。

④東京高裁平成29年3月21日判決¹³⁾の事案では、株式会社Bにおいて通信教育等を業とする株式会社Aの顧客情報を取り扱う業務を担当していた被告人が、不正の利益を得る目的で、株式会社Aが秘密として管理している顧客情報を自己のスマートフォンに複製し、そのうち一部を名簿業者に売却して流出させた。本件でも有用性と非公知性は直接の争点ではないが、第一審の東京地裁立川支部平成28年3月29日判決¹⁴⁾が前提事実として当該顧客情報の有用性を認定したものを、東京高裁も是認している。すなわち、Aは、「通信教育市場において圧倒的なシェアを有する企業であ」り、「Aの商品、サービス、マー

10) 最決平成28年10月31日 LEX/DB 25544875。

11) 名古屋高判平成27年7月29日 LEX/DB 25541038。

12) 名古屋地判平成26年8月20日 LEX/DB 25504719。

13) 東京高判平成29年3月21日高刑集70巻1号10頁。

14) 東京地裁立川支判平成28年3月29日判タ1433号231頁。

ケティングの強みは、誕生年別の顧客情報に基づいた、それぞれの年齢に適した商品構成や販促活動にあり、Aにとって、顧客情報は、そのような強みを生み出す源泉として重要であり、毎年多額の費用をかけて取得、管理していた」と。

⑤最高裁平成30年12月3日決定¹⁵⁾の事案では、被告人は、不正の利益を得る目的で、自動車の開発、製造、売買等を業とする会社A2が秘密として管理している、自動車の商品企画に関する情報等の含まれたフォルダを複製して領得した。最高裁では有用性や非公知性に関する判断はなされていないが、第一審の横浜地裁平成28年10月31日判決¹⁶⁾が各々の要件について以下のように判示した。まず、当該情報の有用性について、それが「競合他社等に漏洩した場合には、A2の競争力に影響が及ぶ性質のもの」であるとし、「秘匿性の認められる情報であると認定することができる」として肯定した¹⁷⁾。また、公刊された書籍に当該データファイルの基本的考え方やノウハウが記載されていることから、同データファイルの情報については非公知性がないとして争われたが、これに対し、横浜地裁は、当該データファイルは、「A2社内における商品企画部門と車両の開発部門間で必要な認識の共通化、明確化等を目的としており、検討項目も上記書籍におけるものとは異なっている上に、内容的にも、視覚的にも、独自の工夫を凝らしたシステムツールであって、上記書籍の内容とは、目的や内容が異なるものである」として、非公知性を認めた。

⑥名古屋高裁令和3年4月13日判決¹⁸⁾の事案では、塗料の製造、販売等を目的とするb社の子会社のc社に勤務していた被告人が、不正の利益を得る目的で、NEAで管理されていたb社の営業秘密である塗料に関する電磁的記録を被告人所有のUSB内に保存した上、それらをb社と競合関係にあるd社従業員に書面の交付や電子メールの送信することで、b社の塗料の製造に関する営業秘密の複製を作成して領得した上、開示した。名古屋高裁は、有用性と非公知性について、それぞれ以下のように判示した第一審の名古屋地裁令和2年3月27日判決¹⁹⁾を是認した。すなわち、有用性については、「本件情報が、bが相当期間にわたって研究開発を行って得られた製品設計情報であり、同社の商品としての本件各塗料を製造・販売するために必要な情報であって、本件各塗料の品質と性能を再現させたり、他の塗料を開発したりする上で必要な情報であるから、同社の商品の生産、販売に役立つものといえるし、同社における今後の製品開発の基盤となる情報でもあり、同種の商品の研究開発に役立つものともいえる」とし²⁰⁾、また、非公知性については、

15) 最決平成30年12月3日刑集72巻6号569頁。

16) 横浜地判平成28年10月31日刑集72巻6号618頁。

17) なお、被告人が領得したとされるデータの一部は、検討段階のものであり、領得時点では陳腐化した情報であったこと等から有用性が争われたが、検討段階のものであって、その後に変更可能性があるとしても、そのような検討の過程も含めて有用性が認められるとされた。

18) 名古屋高判令和3年4月13日 LEX/DB 25569572。

19) 名古屋地判令和2年3月27日 LEX/DB 25565740。

20) なお、本件情報は被告人が領得した時点における本件各塗料の最新の配合情報ではなかったものの、「同一品質の本件各塗料を製造することができるものであって、改訂によって配合情報の同一性が失われるのではなく、改訂前の情報もその後の改訂において有益な情報であるから、bの商品で

「本件情報が、NEAで管理され、一般に公開されてない情報であるので、一般には知られておらず、又は一般に容易に知ることができない情報であると認められ、塗料について各種の科学的な分析を行っても塗料の原料及び配合量を具体的に特定することは容易ではなく、特許公報を併せ分析するなどしても、本件情報と同内容の情報を特定することは容易ではないと認められるとし、本件情報には非公知性が認められる」とした。

⑦名古屋地裁令和4年3月18日判決²¹⁾の事案では、磁気センサの開発、製造等を目的とするP3株式会社の役員である被告人P1と同社の従業員であるP2が、同社が秘密として管理するワイヤ整列装置の機能、構造及び同装置を用いる工程に関する技術上の情報を、不正の利益を得る目的で、他社の従業員に対し、口頭及びホワイトボードに図示する方法で説明し、もって開示したとして起訴された。本件は、非公知性が欠けるとして営業秘密該当性を否定した初めての刑事裁判例であるが²²⁾、名古屋地裁は、「本件実開示情報は、アモルファスワイヤの特性を踏まえて基板上にワイヤを精密に並べるための工夫がそぎ落とされ、余りにも抽象化、一般化されすぎていて、一連一体の工程として見ても、ありふれた方法を選択して組み合わせたものにとどまるので、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とはいえない。そうすると、本件実開示情報は、非公知性があるとは認められない」と判示した。

営業秘密侵害罪に係る刑事事件について公刊物等で知りうるものは多くないが、ここで確認できたものを前提にすると、以下のような傾向を指摘できる。まず、有用性については、営業秘密保有者となる企業にとって、当該情報がどのように有用であるかを具体的事情に基づいて客観的に認定している。なお、一部の裁判例(①と②)では、競合他社にとっての有用性という観点からの判示もなされているが、それは営業秘密保有者にとって有用であるがゆえに競合他社にとっても有用になるという意味で、表裏の関係にあるものとして理解されているといえよう。したがって、基本的に、営業秘密保有者にとって有用であることが、有用性の認定にとって重要であることになろう。また、非公知性については、具体的な事情に基づいて、容易に知り得る情報といえるかどうかを基準にして認定している。これは、前述の一般的な説明と軌を一にするものといえる。

(3) 本判決の検討

まず、本判決における有用性と非公知性に関する判示のうち、〔2〕取引先代表電話番号と〔3〕取引先担当者が業務上用いる携帯電話番号については、津地裁は、「同業者であれば特別な困難を伴うことなく容易に入手することができる情報といえ、本件会社が独自に形成・蓄積することによって市場における競争上の優位性を確保していると評価し得るよ

ある本件各塗料の製造・販売に役立つ情報といえ、bの事業活動に有用であると認められる」とした原判決を是認している。

21) 名古屋地判令和4年3月18日 LEX/DB 25592076 (無罪確定)。

22) もっとも、本件の営業秘密の判断構造が一般化しえないものである点について、四條北斗「判批」大阪経大論集73巻4号(2022年)119頁以下、参照。

うな特別な情報という性質は希薄であったから、有用性や非公知性の要件を充足しているとするには相当な疑問がある」とした。ここでは、情報入手の容易性が非公知性を否定する事情に、また、市場競争上の優位性を確保していると評価しうるような特別な情報ではないことが有用性を否定する事情になっており、両要件に関する従来の裁判例や一般的な説明に沿う認定といえる。

なお、判決文では「有用性や非公知性」あるいは「有用性及び非公知性」と一括りに論じられているが、両要件の判断を明確に区別すべきであろう。有用性と非公知性の判断の区別が不明確であることから、当該判示部分のうち、「本件会社が独自に形成・蓄積することによって」という部分がいかなる要件との関係で意味をもつのかも判然としない。仮に有用性か非公知性のどちらかと関係するものと理解されているとするならば、従来の裁判例の動向からすると、顧客リストのような「複数の情報の総体」としての情報の非公知性を基礎づける事情と理解することになるのか²³⁾。しかし、この事情は有用性とも非公知性とも別の要件との関係で考慮されるべき事情である。つまり、当該情報が企業に帰属するかという問題（情報の帰属主体性ないし「営業秘密保有者」該当性）における判断事情と位置付けるべきである。企業が独自に形成・蓄積したわけではない情報は企業に帰属せず、それゆえ不競法による保護の対象である営業秘密にならないのである。この企業の情報の帰属主体性の判断は、当該情報の営業秘密該当性の判断とは別個の判断である²⁴⁾。しかし、本判決では、上記〔2〕と〔3〕の情報についての帰属主体が明確にされておらず、この点の評価が有用性ないし非公知性の評価と混然一体となっている。

つぎに、〔4〕親しくなった取引先担当者の私的携帯電話番号については、津地裁は、「同業者が容易に入手することのできる情報ではないものの、被告人が当該取引先担当者との間での個人的な信頼関係又は交友関係を構築する中で獲得した情報であって、本件会社から提供された情報ではないばかりか、当該取引先担当者と被告人との個人的な関係から切り離された形で本件会社が利用することのできる性質の情報でもないから、本件会社に帰属すべき情報とはいえない」とした。ここでは、情報が被告人自身の人脈と不可分であることから、その利用可能性が否定され、それを理由に当該情報の企業への帰属を否定していると解される。

しかし、当該情報の利用可能性（有用性）の有無と当該情報の企業への帰属の有無は、津地裁が判断したような関係にあるのだろうか。当該情報が被告人の人脈と不可分であることは、情報の企業への帰属の判断にとって必ずしも決定的な事情ではないように思われ

23) なお、津地裁は、本件顧客情報の「集合知としての価値」について、「競争上の優位性の確保に関わる『集合知としての価値』について検察官から明確な主張立証がなされていない」ことを指摘し、この点での有用性は限定的にしか認められないとした。

24) 企業の営業秘密保有者該当性（情報の帰属主体性）の要件は、秘密管理性の要件とは異なる。後者は企業に帰属する情報を適切に管理しているかどうかを問題とするものであり、前者はその前提となるものである。つまり、ある情報を「保有」することと、それを営業秘密として「管理」することは区別されるべきである。

る。企業の従業員として業務中に収集した顧客情報は、当該営業担当者の人脈と不可分であるといえる場合であっても、同時に企業にも帰属する場合もありうるのではなかろうか。むしろ、当該情報の帰属については、〔2〕と〔3〕の情報と同様、本件会社が被告人から情報を収集して一元化する等しておらず、むしろ被告人が専ら自力で形成・蓄積していた情報であることから、本件会社が当該情報を独自に形成・蓄積したものとはいえないことを理由に、本件会社の帰属主体性を否定することで足りるように思われる。

以上のように、本判決では、情報の企業への帰属という事情（情報の帰属主体性）が営業秘密侵害罪のいかなる成立要件との関係で捉えられているのかが、不明確である。本件は法21条1項3号口の成否が問われた事案であるので、この情報の企業への帰属という事情は、同号の「営業秘密を営業秘密保有者から示された者」という行為主体の要件に含まれる「営業秘密保有者」に本件会社が該当するかの判断要素である。したがって、本罪の客体である営業秘密に該当するかの判断とは別の判断である。本判決は、本件顧客情報の性質について判断・評価するにあたり、「営業秘密」該当性と情報の帰属主体性（「営業秘密保有者」該当性）の問題を明確に区別することなく論じているが、これらの判断・評価は区別して論じられるべきであったといえよう。

3. 秘密管理性の判断について

（1）秘密管理性の一般的理解

営業秘密の三要件のうち秘密管理性の要件の趣旨は、「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」²⁵⁾とされる。また、「秘密として管理されていない情報は、遅かれ早かれ他に知られることになり、保護したところで企業の優位性は失われるのだから、保護のコストをかけるのは無駄であって裁判所がわざわざ応援する必要はない」と、「保護が必要な場合を見極める機能」があるとされることもある²⁶⁾。

秘密管理性が認められるためには、「保有者の秘密管理意思が、保有者が実施する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」²⁷⁾とされる。ここでは、秘密管理性要件の判断要素として、情報にアクセスできる者が制限されていること（秘密管理措置）と、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が認識できるようにされていること（客観的認識可能性）の二つの要素が含まれている。経産省「営業秘密管理指針」の平成27年全部改訂前までは、秘密管理性が認められるためにはこの両

25) 経産省・前掲註1) 41頁。同旨、茶園〔陳〕・前掲註1) 67頁。

26) 田村善之「営業秘密の秘密管理性要件に関する裁判例の変遷とその当否（その2）」知財管理64巻6号（2014年）789頁，同、『不正競争法概説〔第2版〕』（有斐閣・2003年）328頁。

27) 経産省・前掲註1) 41頁。同旨、佐久間・前掲註1) 97頁，鎮目〔西貝・津田〕・前掲註3) 284頁，茶園〔陳〕・前掲註1) 67頁，山口・前掲註1) 59頁，参照。

者が必要であると解されていたが²⁸⁾、同改訂後は客観的認識可能性の要素が重視され、秘密管理措置の要素は客観的認識可能性を判断するための要素と位置付けられた²⁹⁾。

(2) 秘密管理性に関する刑事裁判例

秘密管理性の要件に言及した刑事裁判例としては以下のものがある。まず、①名古屋地裁平成26年8月20日判決（前出2.(2)③の第一審判決）³⁰⁾は、「秘密として管理されているといえるためには、保有者が秘匿しようとする意思を有し、かつ、客観的にもその意思が明らかにされていることが必要であり、そのため、当該情報にアクセスできる者を限定するなど、合理的な管理方法が執られており、アクセスする者に当該情報が管理されている秘密情報であることの認識が可能であることを要する」とした上で、本件当時、被害企業においては、「本件各ファイル等の技術情報を秘密として管理する方法が、アクセスできる者を限定するなど合理的なものであり、アクセス権限を有する者が、それらの技術情報を秘匿する意思が客観的に明らかにされていたというべきである」と、秘密管理性を肯定した。

また、②横浜地裁平成28年10月31日判決（前出2.(2)⑤の第一審判決）³¹⁾は、各データファイルへのアクセス制限状況等について、「各データファイルは、いずれも従業員に割り当てられたコンピュータ名やユーザアカウント等の識別によってアクセス権限を付与された者にしかアクセスすることができないサーバに格納され、A2の従業員等の中でも、業務に必要な者のみが、各データファイルにアクセス可能であったことが認められる。また、従業員に対しては、必要な情報セキュリティ上の指導等も十分に行われていたのであるから、上記各データファイルについては、いずれも営業秘密としてアクセス制限のかけられた合理的な方法で管理がなされていたものと認めることができる」とした。そして、この各ファイルが営業秘密であることの客観的認識可能性については、「このようにアクセス制限のかけられたサーバー等に格納され、あるいは、そのようなサーバー等に格納すべきことが周知され、かつ、情報の内容による機密性の分類基準やその基準に応じた情報の取り扱い方法等について、従業員に指導がなされて周知されていたことからすると、上記各データファイルにかかる情報が営業秘密であることについては、客観的にも認識可能な状態で管理されていたと認定することができる」とした。

上記の2件では、裁判所は、秘密管理措置と客観的認識可能性の双方を認定して、秘密管理性の要件の充足を肯定している。また、③東京地裁立川支部平成28年3月29日判決（前出2.(2)④の第一審判決）³²⁾でも、「秘密管理性の要件は、事業者の営業上の利益保護

28) 経済産業省知的財産政策室編『逐条解説不正競争防止法〔平成23・24年改正版〕』（有斐閣・2012年）41頁。

29) 経産省・前掲註1）42頁。

30) 名古屋地判平成26年8月20日 LEX/DB 25504719。

31) 横浜地判平成28年10月31日刑集72巻6号618頁。

32) 東京地裁立川支判平成28年3月29日判タ1433号231頁。

の観点から保護に値する情報を限定するとともに、当該情報を取り扱う従業者に刑事罰等の予測可能性を与えることを趣旨とすることから、〔1〕当該情報にアクセスできる者を制限するなど、当該情報の秘密保持のために必要な合理的管理方法がとられており、〔2〕当該情報にアクセスした者につき、それが管理されている秘密情報であると客観的に認識することが可能であることを要する」と、秘密管理措置と客観的認識可能性の双方の要件の充足が必要とされていた。

これに対して、同事件の控訴審である④東京高裁平成29年3月21日判決（前出2. (2)④判決）³³⁾は、秘密管理性の要件の趣旨を、「営業秘密として保護の対象となる情報とそうでない情報とが明確に区別されていなければ、事業者が保有する情報に接した者にとって、当該情報を使用等することが許されるか否かを予測することが困難となり、その結果、情報の自由な利用を阻害することになるからである」とした上で、「当該情報が秘密として管理されているというためには、当該情報にアクセスした従業者や外部者に、当該情報が秘密であることが十分に認識できるようにされていることが重要であり、そのためには、当該情報にアクセスできる者を制限するなど、保有者が当該情報を合理的な方法で管理していることが必要とされる」とした。その上で、「上記の不正競争防止法の趣旨からすれば、〔2〕の客観的認識可能性こそが重要であって、〔1〕の点は秘密管理性の有無を判断する上で重要な要素となるものではあるが、〔2〕と独立の要件と見るのは相当でない」とした。

また、⑤名古屋高裁令和3年4月13日判決（前出2. (2)⑥判決）³⁴⁾も、秘密管理性の判断対象について「秘密管理性が営業秘密の要件とされている趣旨は、保有者において秘密として管理しようとする情報の範囲を従業員等に対して明確化することにより、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」とし、客観的認識可能性の要素を重視して、秘密管理性の判断をした。

なお、この名古屋高裁判決は、傍論ではあるが、秘密管理性（客観的認識可能性）の判断にあたり、顧客情報のような営業上の情報と開発データのような技術上の情報とを区別して、次のように論じている。すなわち、「顧客名簿のように集合体となった情報が秘密として管理されている場合、個々の顧客情報の収集に当たった従業員にとって、名簿を構成する顧客情報の相当部分は自ら収集し、日常的にアクセスしている情報であることからすれば、そうした従業員による営業秘密の侵害が問題となる事案において、情報収集結果である顧客名簿等のみならず個々又は一部の顧客情報についても営業秘密であると認めるためには、どのような顧客情報を秘密情報とするかという事業者の秘密管理意思が秘密管理措置によって明確に示され、その認識可能性が確保される必要があるといえる。これに対して、本件のような技術情報に係る営業秘密は、直接開発に従事した従業員はもとより、そのような情報へのアクセスを許可された従業員も、事業者が当該情報を秘密として管理

33) 東京高判平成29年3月21日高刑集70巻1号10頁。

34) 名古屋高判令和3年4月13日 LEX/DB 25569572。

し外部への漏洩を禁じる意思や利益を有していることやその範囲を容易に認識し得るといえることからすれば、顧客情報等のようにどのような情報を秘密情報とするかを明確にする管理措置を問題にする必要はないものというべきである」と。この判示からは、顧客情報のような営業上の秘密情報については技術上の情報と比べて、客観的認識可能性を確保するために、より明確な管理措置が要求されることになる。また、従業員が収集した顧客情報であっても、企業への帰属が直ちに否定されるわけではなく、場合によっては企業に帰属しうるものであることになる。そして、そのような情報は従業員が日常的にアクセスしている情報であることから、営業秘密として管理しようとする情報を秘密管理措置によって明確にすることが、秘密管理性を充足するために求められていると解される。

(3) 本判決の検討

本判決は、秘密管理性の判断方法について、「本件においては秘密管理性の要件を肯定するためには、当該情報を使用する者に対して、本件会社が死守すべき情報と見ていることを理解させるにふさわしい厳格な管理を現実に行っていたことが不可欠であると解される。このことは本件情報についても同様であって、従前営業担当者個人に帰属して退職（転職）後も自由に利用することができると考えられてきた情報であるだけに、現実には厳格な管理が行われていなければ、退職（転職）後の利用が一切許されなくなる『営業秘密』であることを理解させることはできないことは明らかである」とした。「本件会社が死守すべき情報と見ていることを理解させるにふさわしい厳格な管理」の履践が、従業員に対して当該情報が営業秘密であることの客観的認識可能性を確保するための手段として位置づけられており、秘密管理性の要件に関する「営業秘密管理指針」の平成27年全部改訂後の実務の傾向に沿うものである。

なお、「本件会社が死守すべき情報と見ていることを理解させるにふさわしい厳格な管理」という表現は他の事例における表現よりも強いものであるが、それは本件情報が従業員が収集した顧客情報であることや、さらに本件会社を含む青果業界の慣例に反してそのような情報を営業秘密として管理しようとしたことという、本件事案の個別事情によるものといえよう。もっとも、企業は従業員の個人的な人脈と不可分な情報を秘密として管理しうるのかは、本判決も括弧書きではあるが、「（なお付言すると、本件において強力な秘密管理措置がとられていても、その法的な効力自体が問題になり得る……）」としているように、問題になりうる。従業員と顧客との個人的な人脈が前提になるような場合、従業員が退職後に改めて顧客から電話番号やメールアドレスを取得することも比較的容易であると思われるが、個人的な人脈に基づく交流に対する競業禁止等の措置の許否及びその程度については、慎重な考慮が求められよう。

4. 顧客情報の不正競争防止法による保護について

(1) 顧客情報が客体となった刑事裁判例

これまで顧客情報が客体となった刑事裁判例では、前述のように、東京地裁立川支部平

成28年3月29日判決（前出2.(2)④の第一審判決）³⁵⁾が前提事実としてその有用性について、Aは「通信教育市場において圧倒的なシェアを有する企業であり」、「Aの商品、サービス、マーケティングの強みは、誕生年別の顧客情報に基づいた、それぞれの年齢に適した商品構成や販促活動にあり、Aにとって、顧客情報は、そのような強みを生み出す源泉として重要であり、毎年多額の費用をかけて取得、管理していた」ことを認定した他には、営業秘密該当性について言及したものは、公刊物等で確認できるものはない³⁶⁾。

(2) 学説

顧客情報が営業秘密として保護の対象になるかという問題に関する学説としては、まず、1980年代後半頃の財産的情報をどのように刑法上保護するのかをめぐる議論の中で、以下のような見解が示された。一方で、山口厚は、「情報の財産的価値は、それが財産を生み出す源・ポテンシャルであることに基づいている」との立場から、「情報と財産との関連性・接着性が強調されるべきであり、保護の対象となる情報には、財産創出との具体的な関連性が要求されるべきである」とした上で、そのような財産的価値ある情報の具体例として顧客リストを挙げていた³⁷⁾。他方で、吉岡一男は、「主体関連事実についての情報を集めた各種の名簿などは、特定の営業体についての取引先や顧客情報という側面とともに、名簿業者の横行など、特定の営業体を離れて、より客観化される情報としても売買がなされる。……以上のような主体関連情報は、しかし、経済的価値を持つにしても、独立した財産的価値が客観的に認められるものとは言えず、その実質は、むしろ、当該主体についてのプライバシーといった人格権的なものであり、この点から、その商品化はいうに及

35) 東京地裁立川支判平成28年3月29日判タ1433号231頁。

36) 顧客情報が客体となった刑事裁判例として、①名古屋地判平成24年10月11日 LEX/DB 25483225（携帯電話の販売代理店の従業員であった被告人が契約者情報を領得及び開示した事例）、②名古屋地判平成27年1月20日 LEX/DB 25505781（情報の収集・販売業を営んでいた被告人がガス会社の契約者情報を不正取得及び開示した事例。なお、本件はストーカー事案でもあるが、ストーカー行為の被疑者が死亡したことから、その依頼を受けて被害者情報を収集した被告人が訴追されたものである。）、③名古屋高判平成28年12月12日 LEX/DB 25544966（金融機関の従業員であった被告人が顧客情報を領得及び開示した事例）、④福岡地判平成29年10月16日 LEX/DB 25449004（金融機関の従業員であった被告人が顧客情報を領得及び開示した事例）、⑤名古屋地判平成30年6月15日 LEX/DB 25560888（金融機関の従業員であった被告人が顧客情報を領得及び開示した事例）、⑥高松地判令和2年7月21日 D1-Law 28282768（金融機関の従業員であった被告人が顧客情報を領得及び開示した事例）、⑦東京高判令和4年10月24日 LEX/DB 25572449（政党党首であった被告人が、C協会から営業秘密である受信契約締結者等の情報を示されていた共犯者と共謀の上、不正の利益を得るとともに、C協会に損害を加える目的で、営業秘密の管理に係る任務に背き、共犯者がC協会から貸与されていた業務用携帯端末に記録された受信契約者等の情報を画面に表示させ、被告人がビデオカメラで撮影して複製を作成し、C協会の営業秘密を領得する等した事例）等がある。

37) 山口厚「財産的情報の刑法的保護」刑法雑誌30巻1号（1989年）35頁以下、参照。また、加藤佐千夫「企業秘密の刑法的保護(2)完」名古屋大学法政論集117号（1987年）307頁は、保護の対象たる企業秘密の範囲について、技術的の秘密と経営上の秘密を区別する合理的理由はないとし、顧客情報も保護客体に含まれるとしている。

ばず、財産的価値の対象とされること自体にも疑問がある」と消極的な見解を示した³⁸⁾。

その後、2000年代初頭に、アメリカ法との比較の中で、全理其が、「顧客名簿がトレード・シークレットに該当するか否かの判断については、その事件に関する特有の事情によるものが多い」ことを指摘している。すなわち、「販売に関する顧客名簿が小売段階（retail level）で使用されるものと卸売段階（wholesale level）で使用されるものとで、その保護の程度は異なっている」とし、アメリカの裁判所の基本的な判断基準を参考に、「小売段階の顧客名簿または個別配達販売の顧客名簿に関しては、一般的に効率的な情報が入手できるか否かが重点となる。たとえば、牛乳の定期顧客の名前は、すべて公開の電話帳にも載せられているが、その電話帳から牛乳の定期顧客の名前のリストを作成することは困難である。一方、卸売段階の顧客名簿については、職業別電話帳などから潜在的顧客の名前を選び出すことは比較的容易であるので、小売段階の顧客名簿よりトレード・シークレットとして保護される必要性は低いとされる」としている³⁹⁾。

また、近時、帖佐隆は、保護法益との関係で営業秘密保護と個人情報保護が錯綜していることを指摘し、「たしかに個人情報と顧客リスト等の営業秘密は重なるところがあるが、営業秘密を保護する意義は、情報を秘密管理して囲い込むことにより有用な財産としての価値を保てるからである。そして個人情報の集合体を秘密管理して保有することにより業務の効率化という財産的価値があるからこそ保護価値があるのである。したがって情報単体では業務の効率化にはつながらず有用性に欠く場合もありうるし、秘密管理をしていないということはもともと財産として扱っていないわけであるから保護の前提を欠くのである。ゆえに単なる個人情報の漏洩の場合は個人情報保護法83条のほうで処理するのがまずは本筋ではないだろうか」⁴⁰⁾との見解を示している。また、帖佐は、「顧客名簿（顧客リスト）とは、顧客情報（個人情報）の集合体である。よって、顧客情報（個人情報）が、相当件数ないし多数件数が蓄積されて、束になることによって、はじめて有用性がある」とした上で、「顧客名簿（顧客リスト）と顧客情報（個人情報）はイコールではなく、顧客名簿（顧客リスト）でなければ有用性がない」としている⁴¹⁾。

38) 吉岡一男『刑事学各論の研究』（成文堂・2000年）80頁（初出：刑法雑誌32巻1号（1991年）139頁以下）、参照。

39) 全理其『営業秘密の刑事法的保護』（嵯峨野書院・2004年）157頁以下。なお、全は、「トレード・シークレットの保護は、それを保有する企業の一方的な都合により秘匿される秘密情報に法的保護を与えるという性格が強い。つまり、そのような性質のものを過剰に保護すれば、逆に自由競争を阻害するおそれがある」ことから、「トレード・シークレットのような保有者の意思によってはじめて秘密とされる情報に全面的な刑法的保護を与えることは、自由競争の精神にも反すると思われる」とした上で（同・156頁以下）、顧客情報の保護との関係では、「競業制限の条項が存在する場合は、一般的にその条項を根拠にして、顧客名簿がトレード・シークレットとして保護されるが、競業制限の期間、地域、禁止される行為などの合理性が要求される」ことを指摘する（同・157頁）。

40) 帖佐隆「不正競争防止法における営業秘密と刑事罰」パテント73巻3号（2020年）39頁。

41) 帖佐・前掲註4）187頁以下、参照。

(3) 若干の検討

顧客情報が営業秘密として保護の対象になりうるかは、一般論としては、個別事案の具体的事情に拠ることにならざるをえないと思われる。少なくとも、競争原理が働かない領域における個人情報や実質的に企業自身の市場競争力に影響がない個人情報は、不正競争防止法における保護対象である営業秘密とはいえないことになろう⁴²⁾⁴³⁾。「事業者間の公正な競争の確保」や「国民経済の健全な発展への寄与」といった不正競争防止法の目的（法1条）や、「事業者の営業上の利益という私益と公正な競争秩序の維持という公益」⁴⁴⁾という営業秘密侵害罪の保護法益に鑑みると、そのような個人情報には市場競争力の確保・維持のための秘匿の利益が欠けるからである。

本判決との関係では、本件顧客情報は青果の卸売業の市場競争において用いられるものである。このうち〔2〕取引先の代表電話番号と〔3〕取引先担当者が業務用に用いる携帯電話番号については、卸売段階での顧客情報である。それゆえ、前述の全の指摘にしたがえば、類型的に小売段階の顧客情報よりも営業秘密としての保護の必要性は低いことになろう。津地裁も「同業者であれば特別な困難を伴うことなく容易に入手可能なもの」と認めているように、これらの顧客情報は非公知性が認められず、営業秘密に該当しない。公知の情報に秘密情報としての保護を与えることは、情報の自由な利用を妨げることになり妥当でなく⁴⁵⁾、それらの情報は自由な利用を保障されるべきものである。

また、〔4〕親しくなった取引先担当者の私的携帯電話番号については、それ自体としては入手が容易なものではない卸売段階の顧客情報であり、非公知の情報ということが出来る。しかし、それが被告人自身の人脈と不可分な情報であることが特徴である。津地裁は、それが被告人の人脈と不可分な情報であることから、その利用可能性（有用性）を否定し、

42) 一原亜貴子「営業秘密侵害罪に係る不正競争防止法の平成21年改正について」岡法60巻3号（2011年）486頁以下は、「競争者が保有者の営業秘密を利用することで、保有者の競争上の優位性が損なわれる。営業秘密侵害罪が保護しようとする営業秘密の価値は、単なる財産的価値ではなく、このような意味における競争上の価値である」とする。

43) この点で、前掲註36)の⑦東京高判令和4年10月24日 LEX/DB 25572449 では公共放送機関の保有する契約締結者の個人情報の問題になっているが、それが競争原理が働かない領域における個人情報であるとするならば、不正競争防止法の営業秘密侵害罪による保護対象と捉えることは適切ではないように思われる。（なお、校正段階で本件の上告が棄却された旨の報道に接した。）

44) 経産省・前掲註1) 252頁、小野昌延編著〔佐久間修〕『新・注解不正競争防止法〔第3版〕』（青林書院・2012年）1329頁以下、只木誠「営業秘密侵害の罪」法学教室397号（2013年）95頁、参照。本稿では立ち入らないが、営業秘密侵害罪の保護法益の捉え方の詳細については、内田幸隆「営業秘密侵害罪の基本的性格とその課題について」伊東研祐ほか編『市民的自由のための市民的熟議と刑事法増田豊先生古稀祝賀論文集』（勁草書房・2018年）367頁以下、同・「営業秘密侵害罪の保護法益と目的要件について」山口厚ほか編『実務と理論の架橋——刑事法学の実践的課題に向けて——』（成文堂・2023年）318頁以下、星周一郎「営業秘密の刑法的保護の意義」都法59巻1号（2018年）169頁以下、参照。なお、一原・前掲註42) 486頁は、保護法益を「営業秘密侵害罪は専ら個人的法益に対する罪と解するべきである。営業秘密は競争者との競争の場面において価値を有するものであり、これを保持することから得られる競争上の利益が本罪の保護法益である」とする。

45) 田村・前掲註25)『概説』332頁、参照。

それを理由に本件会社への帰属を否定している。しかし、被告人の人脈と不可分であることは必ずしも企業への情報の帰属を否定する事情にはならないように思われる。むしろ、従業員の人脈と不可分な情報は、当該従業員の人脈と切り離した場合には利用可能性ないし利用価値が消滅ないし著しく減退することから、そのような情報は当該従業員の退職により企業にとって有用性をもたない情報になるといえよう。そして、これが従業員の人脈と不可分な情報の重要な性質である。したがって、本件顧客情報のうち〔4〕の情報も、それが被告人の人脈と不可分な情報であったので、被告人の退職によって有用性を失うことになり、営業秘密に該当しないことになる。

なお、津地裁は、本件顧客情報の〔2〕取引先の代表電話番号と〔3〕取引先担当者が業務用に用いる携帯電話番号について、「本件会社が独自に形成・蓄積」したものか、あるいは「本件会社として営業担当者から提供を受けて一元的に管理している」かに言及し、営業秘密該当性（有用性及び非公知性）の判断をしている。しかし、これらは、既に述べたように（2.（3）、参照）営業秘密該当性の判断ではなく、当該情報の本件会社への帰属の判断において考慮すべき事情である。企業は、自らが把握していない情報について、対象範囲を明確にして秘密管理意思を示すことはできないはずである。それゆえ、そのような情報について適切な秘密管理措置によって、客観的認識可能性を確保することは不可能であると思われる。つまり、個々の従業員により収集される情報については、それを一元的に管理することが秘密管理措置の前提になる。これが情報の帰属主体性（企業の「営業秘密保有者」該当性）の要件である。そして、このような一元的に管理されていないという事情は、〔4〕親しくなった取引先担当者の私的携帯電話番号についても共通する。それゆえ、これについても本件会社に帰属しないことになるのであり、それは被告人の人脈と不可分であることによるのではないのである。

5. おわりに：本判決の意義と今後の課題

本判決は、当該業界では営業担当者が自力で形成・蓄積した情報は営業担当者に帰属すると認識されている、という個別事情が前提になる事例判断である。本判決では、まず、個々の営業担当者の収集した顧客情報については、企業による一元的な管理が保護の要件になることと、当該業界の慣例と異なる情報管理をする場合は、一層の厳格な管理（客観的認識可能性）が必要になることが示された。また、本件では被告人自身の人脈と不可分な顧客情報が問題になったが、本判決は、そのような顧客情報の利用可能性（有用性）を否定し、ひいては情報の企業への帰属を否定した。

しかし、上述の通り、本判決には、「企業が独自に形成・蓄積した情報であること」がいかなる成立要件との関係で考慮されるのか不明確であること、また、被告人の人脈と不可分であることは必ずしも情報の帰属主体性の決定的な要因にはならないことについて、なお理論上の問題が残る。これらの問題点は、本判決では「営業秘密」該当性の問題と「営業秘密保有者」該当性（情報の帰属主体性）の問題が混然一体として論じられていたことに起因する。今後は、両者の判断を明確に区別して、それぞれの要件の充足について

論じられることが望ましいように思われる。

なお、本判決は、「市場における競争力の維持・確保という要請と被告人の職業選択（転職）の自由との均衡」に言及している。営業秘密の保護により労働者の職業選択（転職）の自由を不当に制限するおそれは、従前から指摘されていた⁴⁶⁾。しかし、本判決においては両者の均衡の判断方法およびその具体的な判断内容は明らかでなく、この点については、今後の学理と実務の課題になろう。

46) 通商産業省知的財産政策室監修『営業秘密逐条解説改正不正競争防止法』（有斐閣・1990年）137頁以下、佐久間修『最先端法領域の刑事規制』（現代法律出版・2003年）214頁以下、加藤・前掲註37）310頁、全・前掲註39）24頁以下、さらに民事法の観点からのものとして、小野昌延『営業秘密の保護〔増補〕』（信山社・2013年）38頁以下、小泉直樹ほか〔田村善之発言〕「座談会営業秘密をめぐる現状と課題」ジュリスト1469号（2014年）30頁、参照。なお、山口厚「営業秘密の刑事罰による保護」NBL 820号（2005年）15頁、参照。