

知財でつかむ次の成長 (3)

デジタル時代の新たな価値を生み出す知的財産（知財）の一つが、コンピューターに蓄積した情報＝データである。今回はその取り扱いについて知財戦略的な視点から説明してみたい。

一時期ほど企業の情報漏えいや技術流出というショッキングな報道を見かける頻度は減ったようにも思える。しかし、毎年それなりの裁判例が見られ、水面下では相当数の紛争がある。特に中小・中堅企業の場合、秘密に管理すべき情報を客観的に把握しきれていないところも少なくないのが現実である。このため、企業の技術力やブランド力の源泉となっているノウハウや技能が日々、国内や海外の競合他社などに漏えいしていると言っても過言ではない。

そう言った意味で、秘密情報の管理はノウハウや技術の流出を防ぐ意味で引き続き重要と言える。しかし、デジタル時代の秘密情報管理はそうした守りのためだけではなく、データ利活用で新たな価値を提供する攻めの戦略にも欠かせないものになっている。データを使った事業を営むには、外部に提供・共有すべきデータと秘匿化

すべきデータの区別と「見える化」、秘匿するデータの漏えい防止、外部に提供・共有するデータの範囲のコントロールなどが必要になってくるからだ。ただし、誰でも自由に利用できるようにオープン化する場合を除く。

データを秘匿するにしても、全ての情報を均質に管理することは難しい。このため、それが失われることで自社が致命的なダメージを負うものや事業戦略の遂行をとん挫させてしまうものなど、真に秘匿が必要なデータとそうでないものを区別した上で、データの重要度・影響度に応じて管理することが必要となる。

また、データを外部に提供・共有する際には、提供・共有する相手先から漏えいする可能性についても視野に入れつつ、提供・共有することで得られるメリットとデメリットを考慮することになる。

秘密情報として管理すべき情報は、そうでない情報と区別して、従業員はもちろん、情報を共有するパートナー企業などにも分かるように管理する必要がある。そのため、管理規程などを整備した上で、運用のルールを社内でも共有することが重要である。社外との関係では、契約などにおいて管理対象となる秘密情報を明確にした上で、お互いに管理のレベル感について合意をしておくことが求められる。

具体的にどのような技術や手法を用いて管理するかについても重要ではあるが、そうした具体論を検討する前にやるべき大切なことがある。管理の対象とすべき情報が特定できているか、どの範囲で共有されるのかについて明確に答えられるかどうかまず点検してみたい。

「秘密管理」を攻めに活用

秘密情報を管理する前に、

これだけは点検したいポイント

- 自社にとって大事な情報は何か？
- その情報は事業の中でどのように活用されているか？ また今後どのように活用される可能性があるか？
- その情報はどの範囲で共有されるかが許容されるか？