

月刊 セキュリティ研究

3万件の離婚相談に凝縮されていた社会の問題

参議院議員 円 より子

安心安全の取組み

滋賀県防犯設備協会設立

企業戦略

株式会社タムロン

特集 Event Watching

第9回 自動認識総合展(9.12→9.14)

2007 11

Security Specialist Association

■ 注目の企業紹介
株式会社ユーエヌティー

■ しあわせ通信
1/100 秒でも速く 1 mm でも先に

Info 特定非営利活動法人 NBCR対策推進機構
特定非営利活動法人 日本情報安全管理協会
特定非営利活動法人 日本防犯学校
学術社団 日本安全保障・危機管理学会
ASIS International 日本支部

連載 ニーモニックNEWS
ザ・ボディーガード

巻末特集 セキュリティ業界有力企業一覧

企業機密情報≡「秘伝のたれ」

特定非営利活動法人 日本情報安全管理協会

業務企画課長 剣木 博文

企業の保有する情報

企業が所有する情報は様々な分野に分けられて考えることができます。個人情報保護法の施行によって、個人情報は、その管理手法などは広く認識されるようになってきましたが、企業の保有する情報はもちろん個人情報ではありません。企業の保有する一般情報としては、「個人情報として保護する情報」「営業秘密として管理する情報」「有用技術として流出防止を図る情報」「著作権として管理する情報」「産業財産権（特許・商標等）として管理する情報」と区分することができます。

現在、日本国内においては特許法、実用新案法、意匠法、不正競争防止法、商標法、景品等表示法、著作権法、個人情報保護法などによって法的には保護されています。

しかしながら、現実には法的な側面からは、保護しきれない企業保有情報も存在します。例えば役職員の情報などがそれです。情報窃取者が狙っているのは、企業内の開発担当、製造担当の役職員の住所、電話番号、趣味、嗜好、性格、経歴、家族形態、家族のプライバシー、住宅ローン、人事評価などの情報です。これらの情報は企業情報とは考えにくく、たとえこれらの情報の重要性を認識できたとしても、個人的なセンシティブな情報であるので企業が管理していくことは大変難しいとされています。

しかしながら、製造業の所有する技術情報（生産ノウハウ、先端製造設備等）の企業機密情報を窃取する為には、そのキーパーソンのことを個人的に調べ上げ、接触していくという手口がとられることも考えられます。また、同様に企業内のキーパーソンを経歴や業績評価はあまり、重要視されてはいませんが、ターゲットとする企業の動向を見るためには、極めて重要な情報であると言えます。若手の役員が新設の部署に移ったのは新製品開発の為なのか、新任の事業開発部長はどのようなプロジェクトを始めようとしているのか、新執行役員の強気な性格は今後の経営手法にどのような影響をもたらすのかなど、個人のほんの些細なセンシティブ情報も狙われていると考えたほうが良いと思われれます。

一方で法の効力の及ばない海外での企業情報の流出

は、さらに深刻な問題であると考えざるを得ません。現実、90年代の後半から現代にかけて、経済のグローバル化の進展、特に急成長するアジア地域におけるビジネスチャンスの拡大による我が国の製造業の海外展開に伴って、現地提携先企業へのライセンスや、現地工場における従業員の教育・訓練など必然的に技術情報等の移転が余儀なくされています。それとともに、進出先地域では知的財産権の保護が弱い地域を中心として、海外展開に際して、想定した技術情報の移転の範囲を超えて企業の保有する競争優位の厳選である情報が漏洩し、結果模倣品等の被害の拡大技術の適正な対価の受け入れ機会の喪失による収益の低下、また海外企業の急速な技術革新の加速化を通じ、日本企業の国際競争力の低下が懸念されています。

現代のような競争の激しい時代では、情報の保全対策が講じられていないような企業は、ますます競争力を失い、経営が立ち行かなくなるものと考えられます。

現代では、グローバルスタンダードからみると、日本は情報セキュリティが甘いと言われていますが、果たして本当にその通りなのだろうか、と考えてしまうことがあります。日本は歴史的観点から見ると、情報保全の文化がない国だったとは考えにくい一面点があります。

企業の機密情報は「秘伝のたれ」

一般的に企業の機密情報は歴史の分だけ、その情報の価値や重要度は増していくと考えられます。ちょっと視点を企業から料亭に変えて考えてみましょう。

例えば、「創業〇〇年」「天正〇〇年創業」と言われる料亭や、老舗とうたわれる歴史の古い和食の名店などでは、昔から料理職人が培ってきた「秘伝のたれ」があります。その「たれ」は一朝一夕で作れるものではなく、長い時間かけて数十年、数百年かけて、少しずつ改良を加え、お客様に気に入ってもらえるように、職人が努力して作られてきているのがほとんどです。

彼らにとっては、その「たれ」そのものが商売道具ですから、どのようにして「たれ」を作るのかについては、そのたれの歴史を守ることと同時に、決して店の外に「たれ」情報を出さぬよう細心の注意を払ってきたのだと考えられます。

「たれ」の他にも、日本酒の蔵元や歴史の古い和菓子屋、漬物屋などでは、他店が真似できない独自の製法や、味付けなどが秘伝のまま現在まで伝承されてきています。そのような伝承はどのように行われてきたのかと考えると、一昔前までは飲食店と言えば、自分の気に入った味の店に弟子入りし、師匠について修行し、秘伝の味を学び、のれんわけをいただくのが一般的でした。飲食以外の業界も例外ではなく、職人と言われる業界についてはほとんどが門外不出の技が伝授され後世まで、伝え続けられてきたという歴史があります。

現代よりも競争が緩やかであった時代だからこそ、日本独自の文化として、長い間受け継がれてきた情報の保全手法だったと言えるかもしれません。

日本には世界的に見ても珍しく、1,000年以上の歴史を持つ会社がいくつも存在しています。もちろん情報の保全を行っただけで、これほどの歴史が築けるとは考えづらいのですが、「秘伝のたれ」「門外不出の工法」など、長年継承されてきた情報を、その情報で終わらせるのではなく、その情報をさらに改良し、より良くした無駄のない情報を受け継ぎ続けてきた経緯があればこそその歴史であると考えられます。

これらの「秘伝のたれ」を、現代の企業に置き換えて考えると、当然企業が守るべき企業機密情報という事になります。

情報の媒体

現代では、電子データの情報ばかりを保全しようとする傾向があります。確かにITネットワークが発展している時代においては、電子データが漏洩した場合

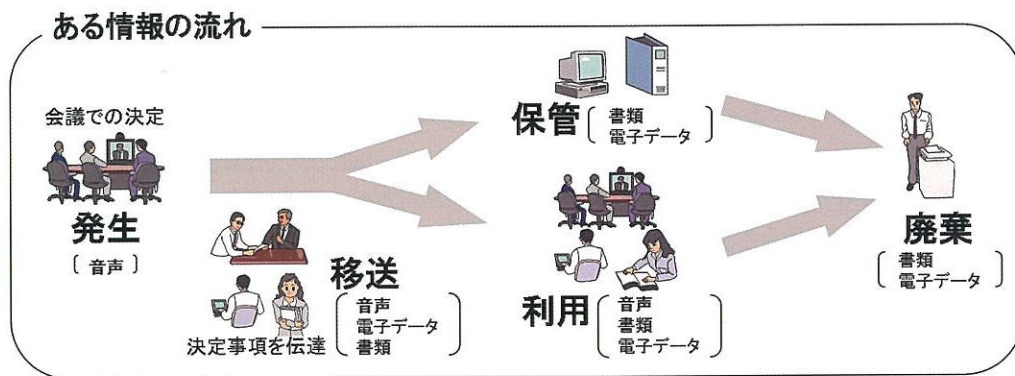
は、その被害は計り知れない為、それは仕方のないことではありますが、その他の媒体である紙や音声の情報に関しては、あまり対策が取られていないのではないのでしょうか。文書管理については、「極秘」や「秘」などと区分し、管理されているのが一般的なのですが、それは、正式な文書であることが多く、業務上のメモ書きや日常的なワーキングペーパーなどは管理されていないことがほとんどです。実はそのメモ書きやワーキングペーパーなどには正式な文書の内容につながるような断片的な情報が残っている場合が多く、情報窃取者に狙われる可能性があります。

音声の情報については、さらにセキュリティ対策が講じられていないと言えるでしょう。図にあるように、企業情報は音声から発生することがほとんどで、紙や電子データなどの媒体になってからセキュリティ対策を行ったとしても、万全であるとは言えません。

最後に

「秘伝のたれ」は、長い年月をかけて人から人へ言葉や文で受け継がれてきました。数千年も前には、紙媒体の情報も少なかったかもしれませんが、それでも、人は「秘伝のたれ」を守り、伝え続けてきました。

現在の激しくスピードのある経済競争の中においてはなかなか難しいことかもしれませんが、このような情報保全文化を受け継いでいく為にも、企業にある情報はその全てが重要であると認識し、一時的な損益の視点で考えるのではなく、長期的な経営という視点から考えて、情報の保全の本質を考え、情報セキュリティ対策を講じていく必要があるのではないのでしょうか。



お問い合わせ先

特定非営利活動法人 日本情報安全管理協会 事務局

〒108-0073 東京都港区三田 2-14-5 7F

TEL : 03-5765-7677 FAX : 03-5765-3181

URL : <http://www.jilcom.or.jp> E-MAIL : jilcom@aioros.ocn.ne.jp