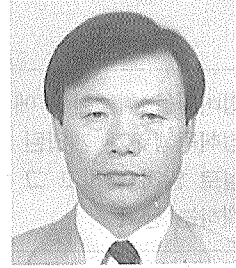


영업비밀 보호와 기업의 관리전략(IV)



황 의 창
특허청 조사과장

목 차

- I. 머 리 말
- II. 영업비밀이란 무엇인가?
 - 1. 영업비밀이란?
 - 2. 영업비밀의 특성
 - 3. 영업비밀의 요건
 - 4. 주요국의 영업비밀의 정의
- III. 어떤 경우 영업비밀 침해행위가 되는가?
 - 1. 직접 침해행위
 - 가. 부정한 수단에 의한 영업비밀 침해행위
 - 나. 영업비밀 유지의무 위반행위
 - 2. 간접 침해행위
 - 가. 부정취득행위의 사전인지
 - 나. 부정취득행위의 사후인지
 - 다. 비밀유지의무 위반행위의 사전인지
 - 라. 비밀유지의무 위반행위의 사후인지
- IV. 거래에 의한 선의취득자의 특례
- V. 영업비밀 침해행위에 대한 구제수단
 - 1. 민사적 구제수단
 - 가. 청구권자
 - 나. 청구시기
 - 다. 청구수단
 - (1) 금지 또는 예방청구권
 - (2) 물건 등 폐기·제거 청구권
 - (3) 손해배상 청구권
 - (4) 신용회복 청구권
 - 2. 형사 처벌
- VI. 영업비밀 보호와 기업의 관리전략
 - 1. 기업의 영업비밀 관리실태
 - 2. 영업비밀 관리의 문제점과 과제
 - 가. 의식개혁의 필요성
 - 나. 영업비밀의 관리
 - 다. 기술계약의 관리
 - 라. 국제적 교류의 장에서의 대응
 - 3. 기업의 영업비밀 관리전략
 - 가. 영업비밀 관리전략의 선택
 - (1) 영업비밀 보호제도를 통한 관리
 - (2) 특허제도를 통한 관리
 - (3) 저작권 제도를 통한 관리
 - 나. 영업비밀 보호제도에 의한 관리전략
 - 다. 영업비밀 관리방법
 - (1) 적극적 관리방법
 - (2) 소극적 관리방법
- VII. 맺 는 말

2. 간접침해행위

가. 부정취득행위의 사전인지(법제2조, 제3호 나목)

영업비밀에 대하여 부정취득행위가 개입된 사실을 알거나 중대한 과실로 알지 못하고 그 영업비밀을 취득하는 행위 또는 그 취득한 영업비밀을 사용하거나 공개하는 행위

(1) 부정취득행위의 개입

영업비밀이 여러 단계를 거쳤을 때 어느 단계에서라도 제3자의 부정취득행위가 개입되었음을 알거나 또는 알아야 할 경우를 포함한다.

(2) 중대한 과실로 알지 못하고란?

영업비밀을 취득함에 있어서 사회적 지위, 종사하는 직업 등에 따라 평균적으로 요구되는 주의를 현저하게 게을리 하였기 때문에 알지 못한 것을 말한다.

나. 부정취득행위의 사후인지
(법제2조 제3호 다목)

영업비밀을 취득한 후에 그 영업비밀에 대하여 부정취득행위가 개입된 사실을 알거나 중대한 과실로 알지 못하고 그 영업비밀을 사용하거나 공개하는 행위

영업비밀취득 당시에는 그것이 부정한 수단에 의하여 취득된 것인 줄 몰랐던 자가 그 후에 영업비밀 보유자로부터 경고를 받는 등으로 해서 그 사정을 알았는 데도 불구하고 그 영업비밀을 사용 또는 공개하는 행위를 말한다.

그러나 선의로 취득한 자가 그 미래에 의하여 허용된 범위안에서 그 영업비밀을 사용하거나 공개하는 행위는 영업비밀침해행위가 되지 않는다.

예를 들면 A가 보유하고 있는 수박 축성재 배용 약품제조방법인 영업비밀이 부정취득에 의한 것인 줄 전혀 모르는 B는 A와 다음과 같은 사용 계약을 체결하고 이 계약의 범위 내에서만 사용하면 비밀침해행위가 구성되지 않는다.

- (1) 사용자는 계약 당사자인 B에 한 한다.
- (2) 사용범위는 수박 축성재배용 약품제조 방법에만 사용한다.
- (3) 생산규모는 연산 천톤만 재배한다.
- (4) 사용기간은 3년으로 한다.
- (5) 재배지역은 제주도에 한한다.
- (6) 사용료는 매출액의 15%로 한다.
- (7) 위의 계약사항은 상호존중하며 만약 이를 위반 할 때에는 관계 법률에 의한 조치를 취할 수 있다.

그러나 그후 사용자인 B가 피해자로부터 경고문이나 통지 등에 의해서 비로서 자기가 보유하고 있는 영업비밀에 부정취득행위가 개입된 사실을 알았음에도 불구하고 A와의 취득시의 계약사항을 위반하여 수박 이외 참외, 오이, 호박 등 작물의 축성 재배용 약품제조

방법으로 까지 확대 사용할 뿐만 아니라 사용기간 3년이 만료되었음에도 불구하고 계속 사용하거나 C에게 사용권을 설정하거나 D에게 양도를 하는 등 권원의 범위를 넘어 행한 행위는 영업비밀 침해가 된다.

다. 비밀유지의무 위반행위의 사전 인지
(법제2조 제3호 마목)

영업비밀이 라목의 규정에 의하여 공개된 사실 또는 그러한 공개행위가 개입된 사실을 알거나 중대한 과실로 알지 못하고 그 영업비밀을 취득하는 행위 또는 그 취득한 영업비밀을 사용하거나 공개하는 행위

라목의 비밀유지의무 위반자로 부터 직접 또는 간접으로 비밀정보를 알거나 중대한 과실로 모르고 영업비밀을 취득하고 이것을 사용, 공개하는 행위이다.

경쟁회사의 종업원 등을 스카우트하여 그 경쟁회사의 영업비밀을 사용하는 것 등은 전형적인 예가 될 것이다. 다음은 이와 관련된 부정취득의 판결례를 살펴보기로 한다.

Telex사는 IBM사 제품과 호환성이 있는 주변기기를 제조, 판매하는 회사이다. 따라서 Telex사는 IBM사의 테이프 장치, 디스크 장치 등에 관한 영업비밀에 접근할 수 있으며, 제품계획, 신제품개발의 열쇠가 되는 기술자들을 수년간에 걸쳐 차례 차례로 2배에 달하는 급료 등 파격적인 대우로 스카우트하였다.

기술자들은 Telex사의 제품계획을 입안, 호환성이 있는 제품의 개발에 착수하여 IBM사가 6년 걸친 테이프 장치를 단 1년 6개월만에 개발에 성공 하였다.

IBM사는 Telex사를 상대로 영업비밀 침해행위의 금지 및 손해배상을 청구하였다. 법원은 제1심, 제2심 모두 Telex사가 IBM사의 영업비밀을 침해하였다고 인정하고 Telex사에 대해 금지 및 손해배상을 명하였다.

법원의 판결 이유는 다음과 같다.

(1) Telex는 IBM사의 제품개발의 열쇠가 되는 종업원을 증점적으로 스카웃하였다.

(2) IBM사가 개발 6년 걸리는 것을 Telex사는 경우 18개월 밖에 걸리지 않았다.

그리고 법원은 Telex사에 대해 다음과 같은 조치를 취하였다.

(1) IBM사 문서 및 IBM사 영업비밀이 담긴 Telex사 문서의 IBM사제로의 환송, 복사물의 폐기

(2) 2년간 법원의 허가없이 IBM사의 종업원의 고용 또는 권유의 금지

(3) IBM사 영업비밀의 금지

(4) IBM사 퇴직 후 2년간 IBM사 직종과 동일 또는 유사부문의 배치 금지

(5) 손해배상 지불

라. 비밀유지의무 위반행위의 사후인지

(법제2조 제3호 바목)

영업비밀을 취득한 후에 그 영업비밀이 라목의 규정에 의하여 공개된 사실 또는 그러한 공개행위가 개입된 사실을 알거나 중대한 과실로 알지 못하고 그 영업비밀을 사용하거나 공개하는 행위

계약 등에 의한 비밀유지의무자로 부터 영업비밀을 취득할 때에는 그 영업비밀이 부정한 이익을 얻거나 그 영업비밀 보유자에게 손해를 가할 목적 등 부정한 목적으로 공개한 것인 줄 모르고 취득했던 자가 그 후 피해자(영업비밀 보유자)로 부터 경고, 통지 등을 받고 비로서 알게 됨으로서 사후적으로 악의자가 되어 법 제2조 제3호 바목과 같은 침해행위가 된다.

다만, 계약 등 정당한 거래에 의하여 영업비밀을 선의로 취득한 경우나 계약 등 거래에 의하여 허용된 범위내에서 그 영업비밀을 사용하거나 공개하는 행위에 대하여는 법 제13조의 선의자에 대한 특별규정에 의하여 침해행위를 구성하지 않는다.

그러나 계약 등 그 거래의 허용범위를 넘어 제3자에게 양도하거나 실시권 허여, 위탁생산, 위탁판매 등 확대, 변경 사용할 경우에는 침해행위가 성립된다 할 것이다.

예를 들면 오디오 전문생산업체인 A사는 전자공학박사인 B씨로 부터 음향조절기에 관한 노하우를 A사만, 3년동안, 연산 50만대 생산규모로 수출용에 한해서 사용할 것을 내용으로 하는 조건으로 영업비밀 사용 계약을 체결하여 사용하고 있었다.

그러던 중 전자부품회사인 C사로 부터 A사가 현재 사용중에 있는 음향조절기에 관한 노하우는 우리회사 연구소의 책임연구원으로 있던 B씨가 퇴직 후 3년동안 지키기로한 영업비밀 유지의무를 위반 내지는 우리 회사에 손해를 가할 목적으로 귀사에 공개한 것이라는 취지의 경고문을 받았다.

A사는 그 경고문을 받음으로서 B씨로 부터 취득한 영업비밀이 C사의 영업비밀을 B씨가 부정한 목적을 위해 공개한 것임을 알게 되어 사후적으로 악의자가 된다.

그러나 A사는 B씨와의 계약의 범위내에서 즉 A사만, 3년간 연산 50만대 규모의 시설에 수출용에 한해서 생산 하도록 하는 계약내용에 따라 계속 사용하더라도 영업비밀 침해행위는 되지 않는다. 다만 A사가 계약에 위반하여 음향조절기에 관한 노하우를 확대, 변경 사용하거나 제3자에게 공개하는 등 계약내용을 벗어나는 거래행위를 할 경우에는 A사는 C사의 영업비밀에 대한 침해행위가 구성된다.

IV. 거래에 의한 선의취득자의 특례(법제13조)

- ① 거래에 의하여 영업비밀을 정당하게 취득한 자가 그 거래에 의하여 허용된 범위안에서 그 영업비밀을 사용하거나 공개하는 행위에 대하여는 제10조 내지 제12조의 규정을 적용하지 아니한다.
- ② 제1항의 규정에서 「영업비밀을 정당하게 취득한 자」라 함은 제2조 제3호 다목 또는 바

목의 규정에서 영업비밀을 취득할 당시에 그 영업비밀이 부정하게 공개된 사실 또는 영업비밀의 부정취득행위나 부정공개행위가 개입된 사실을 중대한 과실없이 알지 못하고 그 영업비밀을 취득한 자를 말한다.

이 선의자에 관한 특례규정을 둔 것은 영업비밀 보유자와 선의의 제3자의 관계의 조화를 도모하기 위해 통상의 거래로 대가를 지불하고 취득한 것은 보호되어야 한다는 취지이다.

따라서 영업비밀이 부정행위에 의한 것인지 모르고(모르는 것에 대하여 중대한 과실이 없는 경우에 한함) 매매계약이나 라이선스계약등의 거래에 의해 취득할 때에는 그 계약 등에서 허용(예: 매매계약이라면 소유권, 라이선스계약이라면 사용권, 매매계약이라면 판매권)된 범위내에서의 사용, 공개는 자유로히 할 수 있다.

이 결과 거래의 안전도 충분히 확보되어 안심하고 노하우 거래를 할 수 있을 것이다.

예를 들면 영업비밀 취득후에 피해자로 부터 내용증명, 우편 등으로 「그 영업비밀은 나로 부터 훔쳐간 것이므로 금후 사용, 공개해서는 안된다」라고 한 내용의 경고장을 받아 부정취득과 부정공개에 대해 사정을 알게되어 악의자가 되어도 영업비밀을 취득한 계약때에 선의, 무중과실이면 그 계약범위 내에서의 사용, 공개는 침해행위가 되지 않는다. 여기에서 중대한 과실이란 거래에 있어서 평균적으로 요구되는 통상의 주의의무를 다하면 쉽게 부정행위의 개입이 판명되는 데도 불구하고 그 의무를 다하지 않았을 경우 등을 말한다.

예를 들면 신원미상의 브로커로 부터 상식적으로 생각하여 유난히 싼 가격으로 정보가 입수된 때에는 의심하여 보는 것이 당연하며 이를 아무런 조사를 하지 않고 취득하는 것은 중대한 과실로 인정될 것이다.

V. 영업비밀 침해행위에 대한 구제수단

1. 민사적 구제수단

가. 청구권자

(1) 스스로 영업비밀을 창출한 자
예를 들면 A사가 필요한 영업상의 정보를 A사의 연구 팀에 의해서 자체 개발하여 보유하고 있는 경우

(2) 계약에 의해서 영업비밀을 취득한 자
예를 들면 A사가 필요한 영업상의 정보를 미국의 을사로 부터 라이선스 계약에 의하여 취득하여 보유하고 있는 경우

(3) 고용 등 신뢰관계에 의해서 영업비밀을 공개받은 자

예를 들면 종업원 B씨가 A사의 이익 즉 B씨의 직무단행을 위해서 회사 소유의 영업비밀을 공개 받아 보유하고 있는 경우를 들 수 있을 것이다.

나. 청구 시기

(1) 영업비밀 침해자로 부터 영업상의 이익이 침해되고 있을 때.

예를 들면 영업비밀 보유자인 S사는 경쟁사인 K사의 영업비밀 침해행위에 의하여 영업상의 이익이 침해되고 있는 때에는 S사는 법원에 K사의 침해행위에 대한 금지나 예방을 청구할 수 있다.

(2) 영업비밀을 침해하려고 하는 자로부터 영업상의 이익이 침해될 우려가 있을 때

예를 들면 영업비밀 보유자 H사는 영업비밀 침해행위를 하고자 하는 경쟁사인 S사로 부터 영업상의 이익이 침해될 우려가 있는 때에는 H사는 법원에 S사의 침해 행위의 금지 또는 예방을 청구할 수 있다.

다. 청구 수단

(1) 금지 또는 예방청구권(법제10조 제1항)

영업비밀의 보유자는 영업비밀 침해행위를 하거나 하고자 하는 자에 대하여 그 행위에 의하여 영업상의 이익이 침해되거나 침해될 우려가 있는 때에는 법원에 그 행위의 금지 또는 예방을 청구할 수 있다.

법원에 청구할 수 있는 영업비밀 침해행위

에 대한 금지 및 예방은 구체적으로 그 침해행위의 양태에 따라 다르지만 예를 들어 사용행위라면 생산활동의 정지, 송전의 단전, 공업용수의 단수, 자금 등 각종 지원의 중단 등 처분을 들 수 있을 것이다. 그러나 금지청구권등은 필요 최소한에 그쳐야 할 것이다.

(2) 물건 등 폐기·제거 청구권(법제10조 제2항)

영업비밀 보유자가 제1항의 규정에 의한 청구할 때에는 침해행위를 조성한 물건의 폐기, 침해행위에 제공된 설비의 제거 기타 침해행위의 금지 또는 예방을 위하여 필요한 조치를 함께 청구할 수 있다.

영업비밀 보유자가 영업비밀에 대한 금지 또는 예방을 청구할 때에는 침해행위의 재발방지를 위해 침해행위자가 보유하고 있는 영업비밀이 화체된 물건(자기 테이프, 명부 등)이나 영업비밀 침해행위에 의해 생산된 제품, 영업비밀 침해행위 용으로 제공된 생산설비 등의 폐기·제거를 법원에 청구할 수 있다. 그러나 미국 같은 나라에서는 우리나라와 같이 물건 등의 폐기나 제거 등을 통한 침해행위의 재발방지를 꾀하는 것이 아니라 징벌적 손해배상 청구권을 인정하여 국가 차원의 자원손실을 막는 한편 침해행위의 재발도 아울러 방지하는 효과를 거두고 있다.

(3) 손해배상 청구권(법제11조)

고의 또는 과실에 의한 영업비밀 침해행위로 영업비밀 보유자의 영업상 이익을 침해하여 손해를 가한 자는 그 손해를 배상할 책임을 진다.

(4) 신용회복 청구권(법제12조)

법원은 고의 또는 과실에 의한 영업비밀 침해행

위로 영업비밀 보유자의 영업상의 신용을 실추하게 한 자에 대하여는 영업비밀 보유자의 청구에 의하여 제11조의 규정에 의한 손해배상에 갈음하거나 손해배상과 함께 영업상의 신용회복을 위하여 필요한 조치를 명할 수 있다.

2. 형사 처벌

기업의 임원 또는 직원으로서 부정한 이익을 얻거나 그 기업에 손해를 가 할 목적으로 그 기업에 특유한 생산기술에 관한 영업비밀을 제3자에게 누설한 자는 3년 이하의 징역 또는 3천만원 이하의 벌금에 처하도록 하되 영업비밀 보유자의 고소가 있어야 공소를 제기할 수 있는 친고죄로 규정하고 있다.

VI. 영업비밀 보호와 기업의 관리전략

영업비밀보호제도의 도입은 기업에서 인적 재산을 관리하고 활용하는 업무에 종사하는 자에게는 매우 중요한 의미를 갖는다.

그 중에서도 특히 부정경쟁방지법 개정은 지금까지의 사물을 바라보는 사고방식에 커다란 변화를 요구하고 있다.

기업의 규모, 업종, 현재까지의 기업의 행동역사에 의해 그 대응하는 자세가 다양하리라고 생각된다.

따라서 이 법 개정에 따른 법적환경변화에 대하여 어떻게 사고하고 행동해야 할지에 대하여 필자가 그동안 이 법을 입법하는 과정에서 착안하고, 그리고 느끼고 챙겨본 몇가지를 정리하여 소개해 보고자 한다.

우리나라가 60년대 이후 줄곧 산업화를 추진하는 과정에서 외국의 기술도입에 의존하여 왔던 것이 사실이다. 지적재산권으로서의 산업재산권의 의의는 일부 기업을 제외하고서는 거의 돌보지 않은 실정이었고 최근에 들어와서야 소위 발명이나 노하우를 중심으로 기업간에 치열한 경쟁이 벌어지면서 그 중요성이 널리 인식되어 가고 있다.

노하우 중심의 시대에 있어서는 그 기업내

또는 기업권내에서 어떻게 하든지 타 기업에 자사가 갖고 있는 노하우가 흘러 들어가지 않도록 하는데 부심하고 있다.

그러나 문제는 노하우라는 단어가 지닌 애매모호함에 있다. 기술공여자(licenser)에게서 취득한 것인만큼 가치있는 재산으로 인식되고 관리되며 또한 혼동됨이 없는 노하우라고 하는 의식 만큼은 명확하였다.

기술을 도입하여 기업화한 기술의 내용은 단순한 정보의 도입이 아니라 개량기술, 스케일업(scale-up)한 기술, 조작조건, 부대공정기술, 시장개발정보 등을 기초로 성립되고 있음에도 불구하고 그러한 정보의 가치나 관리방법에 대해서는, 현대적인 시각에서 보면, 놀라울만큼 유치한 인식과 관리만하고 있었다고 해도 과언이 아닐 정도였다. 노하우는 전형적인 영업비밀의 하나인데, 장기간에 걸쳐 그 취급방법, 특히 법률적으로 의미가 있는 취급방법을 몸에 익히는 연습이 부족하기에 오늘날 영업비밀을 법률적으로 생각하지 않으면 안되는 시대를 맞아 약간의 혼란을 겪는 원인이 되고 있다고 생각한다.

더욱 기업은 최근 독자기술개발의 중요성을 몸소 인식하게 되어 동종업체와의 공동연구개발 및 인적교류, 구주합병과 매수 등으로 기술교류가 활발히 이루어지고 있는 가운데에 산업재산권제도의 국제적 통일화(PCT, 구주 특허조약), GATT 우루과이 라운드에서의 영업비밀보호에 관한 협상진행 등을 배경으로 일부 대기업에서는 벌써부터 특허전담부서를 지적재산전담부서로 그 기구를 확대 개편하여 영업비밀관리기능을 관장토록 하는 방안을 예의 검토하고 있는 실정이다.

이와 같은 환경 속에서 부정경쟁방지법의 개정을 보았고 이에 대한 대응은 기업에 있어 가장 현실적인 문제로 대두되었으므로 이 대응이 적중하면 현대적인 기업으로서 살아 남을 수 있는 기틀을 마련할 수 있을 것이라고 생각한다.

1. 기업의 영업비밀 관리실태

실제로, 금번 법개정으로 「이것이 영업비밀이다」라고 하는 것에 대하여 각 기업에서 어떻게 관리되고 있는지를 생각해 보는 게 좋다. 제조기술 현장공장의 작업표준, 사용기기의 사양, 메이커, 원재료의 구입처, 설계도, 실험데이터(실패한 데이터도 포함), 연구레포트, 출원준비중인 명세서, 원고, 고객명부, 판매매뉴얼, 사업처리리스트, 가격리스트, 가격인하의 결정기준, 사업계획, 매수·합병계획의 전체내용, 연구조직의 전체내용, 연구개발테마의 전체내용, 공장레이아웃(layout), 가격(원가)구성, 라이선스계약 및 공동연구개발계약 등 기술계약의 골자 내지는 전체내용 등 매우 광범위한 사항이 영업비밀에 포함될 것이다.

이 법 개정에서 즈음하여 영업비밀에 관한 관리규정의 유무, 규정의 내용, 비밀준수의무의 범위 등을 알아보기 위해 기업의 영업비밀관리실태에 대해 앙케이트를 실시(1991. 7. 大韓商工會議所)하였는 바 그 내용을 살펴보면 다음과 같다.

영업비밀에 관한 관리규정이 있는 회사가 61%였으며, 그 규정이 취업규칙 속에 포함되어 있는 경우가 38%로서 가장 많았다. 일본의 경우는 취업규칙에 포함되어 있는 경우가 90% 정도이어서 대조를 이룬다. 규정의 내용으로는 정보취급자를 제한하는 경우가 가장 많고(45%), 영업비밀에 대하여 수시 교육하고(43%), 정보파기에 대한 규정이 있는 곳도 있다(37%).

영업비밀관리의 핵심은 비밀준수의 의무규정인데 재직중 임원 및 간부에게 그 의무를 지우기도 하고(59%), 전 종업원에게 지우기도 한다(65%). 이러한 의무의 부여는 일본에 비하면 약한 편인데, 일본에서는 전 종업원과 임직원에게 비밀준수의무를 규정하고 있는 경우가 90%에 달하고 있다. 회사를 떠난 후에 경쟁영업활동에 제한을 하는 것도 비밀관리의 한 방편인데 9%정도의 회사에서 이를 제한하고 있으며(일본은 20%) 경쟁영업활동 업종을 제한하는 경우가 제일 많다(42%). 외부인사에 대한 비밀관리대책을 알아 보았는데 응답

자의 48% 정도가 외부인에 대한 대책이 있다고 했는데 비밀에 접근할 수 있는 기회를 제한하는 경우가 가장 많다(57%).

영업비밀관리에 대하여 마지막으로 라이선스계약시 비밀관리에 관한 규정이 있는가를 알아 보았더니 라이선스계약체결 경험이 있는 회사중에서 48%가 규정을 가지고 있다고 하였다. 계약만료후 비밀을 유지해야 하는 의무가 있고(64%), 목적외사용을 금지하는 경우도 두번째로 많아 60%에 이른다. 라이선스계약이 끝난 경우에 개량하여 사용하는 경우가 가장 많고(60%), 계약과 관계없이 그대로 사용하는 경우도 8%에 이르고 있다.

2. 영업비밀 관리의 문제점과 과제

가. 의식개혁의 필요성

법 개정에 즈음하여 기업에서는 영업비밀관리기능을 관장할 기구를 마련하기 위하여 현행 특허전담부서의 개편을 서두르고 있는 형편이다. 그러나 중요한 것은 명칭변경이 아니라 영업비밀을 포함한 산업재산에 대한 의식의 개혁이다.

취업규칙에 영업비밀취급요령을 명문화한 다든지, 기술계약취급에 관한 사내룰을 정한다든지, 영업비밀의 사내신고제도를 정한다든지 하는 다양한 시도가 산업계에서 서서히 일어나고 있는 듯하나 가장 핵심은 기업을 구성하는 한사람, 한사람이 영업비밀의 가치를 서로 인정하면서 의식향상을 도모하는 것이다. 그 의식향상이 이루어지고 나서야 비로소 취업규칙과 제반 룰이 생겨날 것이다.

나. 영업비밀의 관리

영업비밀의 요건중에서 가장 중요한 것이 관리문제라고 생각한다. 본인이 관리하고 있다면 무엇이든지 비밀이라고 뭐든지 사용해서는 안 된다는 식의 잘못된 사고를 하고 있는 사람도 있다. 그러므로 어느 정도 특정되어야 할 것으로 생각되는 바, 관리문제는 본인이 비밀이다 하더라도 그것에 어울리는 관리를

하고 있지 않은 것은 영업비밀이 아니라고 하는 제정적으로 운용하는 요건인 것이다. 다만, 어느 정도로 관리를 하고 있어야 하는가 하는 점에 있어서는 지금까지의 문제로서 확실하게 놓지 않았던 부분도 있지만, 적어도 공장의 출입을 제한한다든가, 관리규정을 마련해 놓는다든가, 비밀표시를 분명히 해 놓는다든가 하는 등의 조치를 취해 놓아야 할 것이라고 생각한다.

그러나 비밀의 관리란 매우 상대적인 개념이다.

예를 들어, 업종에 따라서도 다르고(첨단산업을 경영하는 기업과 그렇지 않은 기업), 기업의 규모에 따라서도 다르고 그리고 도둑이 들어 왔을때에 방비하는 법과 자기 기업의 직원이 가지고 나갈 때의 방비법도 전혀 다를 것이다.

그러므로 “비밀관리”란 단순히 사업자가 비밀로 관리할 의사가 있는 것만으로는 족하지 않다. 보유자가 부정한 취득, 사용, 공개를 하는 자에게 나의 영업비밀이라고 주장할 수 있을 정도의 객관적 상황이 없다면 예측 가능성이 손상되어 경제활동의 안정성이 저해되기 때문이다. 따라서 객관적으로 인식할 수 있게끔 되어 있을 것이 필요하다. 구체적으로는 당해 정보에 접근한 자에게 그것이 영업비밀임이 인식될 수 있게끔 되어 있을 것(예를 들어, 서류에 “비”라 기재되었거나, 특정장소에 보관하는 등)이나, 당해 정보에 접근할 수 있는 자가 제한되는 것(예를 들어, 특정종업원만이 접근할 수 있다거나, 접근한 자에게 권한 없는 사용, 공개하여서는 안 된다는 의무를 부과하는 것 등)이 고려된다.

단지 비밀관리의 정도는 그 상황하에서 객관적으로 비밀임이 인식될 수 있을 정도로 합리적이라면 족하며, 필요 이상으로 관리할 필요는 없다고 본다. 예를 들어, 대기업과 같이 다수의 종업원이 접근할 가능성이 있다면 누가 접근하여도 영업비밀인 것이 인식될 수 있도록 엄격한 관리가 필요로 되는 경우도 고려될 수 있고, 반대로 중소기업과 같은 경우에는

소수의 종업원에 대하여 구두로 주의하는 정도의 수단으로 충분하다고 판단되는 경우도 있을 수 있다.

우선 어떤 것이 비밀이고 어떻게 관리할 것인가를 살펴 보면, 영업비밀이 기업활동에 유용한 비밀성의 정도에 따라 I급, II급 그리고 III급의 영업비밀로 분류하여 그에 따라 관리 형태도 달리 해 나아가야 할 것이다.

미국의 예를 들어보면, 대단히 중요한 것이라면 표시를 분명히 하고, 그 목록을 만들어 정기적으로 관리현황을 점검, 확인하고, 그 결과를 남겨 놓으며 관리자를 정하는 등의 여러 가지의 안전관리조치를 취하고 있다. 종업원에 대해서도, 이런 것은 이렇게 하여야 한다는 매뉴얼을 만들고, 그것을 실행하는 데에는 상당한 노력과 시간과 예산이 소요되므로 현실적으로 그렇게 까지 하여야 할 가치가 있는 것인가. 현실적으로는 누출되지도 않는데, 엄청난 수고만 들이는 것은 아닌가 하는 걱정에서, 도대체 어떤 것을 영업비밀로 할 것인가, 어떻게 하여 보관할 것인가 하는 점도 큰 문제라고 생각된다.

특히 인사부 등에서는 관리를 너무 엄하게 하면, 채용 등의 경우에, “저 회사는 너무 딱딱해” 하는 어두운 기업 이미지로 되거나 않을까 하는 점을 염려하는 사람도 있을 것이다. 그러므로 지금부터라도 연구를 하여 비교적 적은 노력으로 유효하게 관리할 수 있는 체제를 만들어 나가야 한다고 생각한다. 그렇게 하려면 우선 무엇이 일어날지 모르는 상태에서의 관리란 도대체 어떻게 하면 되는 것인가 하는 문제에 봉착하게 된다. 영업비밀을 유지 관리하려면 그 나름대로의 코스트가 필요하다 그렇다면 코스트와 가치와의 균형을 여러가지로 생각해 가면서 각각에 맞는 것을 적용해 간다는 관점으로 이 문제를 풀어 나아가야 할 것이다.

예를 들어, 연구성과의 관리방법을 보자.

연구성과는 각 기업, 특히 제조업의 경우, 영업비밀의 핵심이라 할 수 있는 가장 중요한 지적재산중의 하나이다. 최근, 각 기업들도 연

구성과를 시스템화하여 그 이용을 도모하고 있다. 중요한 것은 연구성과를 시스템에 입력하여 이용에 이바지하는 일이 아니다. 영업비밀로서 재산적 가치를 지닌 성과인지의 여부를 명확하게 하여 그에 대응하는 처리를 하는 것이다. 액세스(access)의 룰을 명확하게 하고 올바르게 관리하는 것이 중요하다.

즉, 연구레포트의 취급에도 반성이 필요할 것이다. 무방비로 배포, 회람되고 있지는 않은지, 복사를 제한하고 있는지 등을 지적해 볼 수가 있다. 사외발표의 체크도 중요하다. 형식 심사(특허출원이 완료되고 있는지에 따라 ○, ×를 친다 등)가 아니라 영업비밀이 포함되어 있지 않은지 실태를 체크하는 것이 중요하다.

다. 기술계약의 관리

계약관리도 최근에는 컴퓨터화되어 취급률이 명확하게 정해져 있는 것 같다. 그러나, 여기에도 중요한 점이 있는데 그것은 계약에 관한 정보가 시스템화되어 있을 뿐만 아니라 여기에 기초하여 계약상의 권리의무이행이 올바르게 되는 것이다. 예를 들면 개량기술에 관한 정보를 상대방에게 제공할 의무가 있는 경우에 자기 자신에게 귀속하는 기술정보인지, 개량기술에 해당하는 기술인지를 올바르게 판단하여 제공하는 일이 매우 중요하다.

라. 국제적 교류의 장에서의 대응

최근 특히 성행하기 시작한 국제공동연구개발, 비교적 장기간에 걸치는 연구기관과의 유학, 현지연구와 현지생산형의 사업활동에 있어서는 종래보다 더 영업비밀 취급을 연구해야 함을 강조해 두고 싶다. 미국에서는 「발명노트」의 습관이 있어 연구성과의 취급방법이 매우 뛰어나다. 선발명주의이기 때문만이 아니라 기술의 컨테미네이션(Contamination) 방지 및 귀속의 명확화를 위해서도 우리 기업도 적극적으로 검토해야 할 사항이라고 생각한다.