

현장 프로세스를 이해해야 고객만족 품질관리가 보인다!

14차시

영업비밀 인정요건(1)

<1> 영업비밀의 종류

- 영업비밀은 기업비밀, 트레이드시크릿, 노하우, 재산적 정보 등 여러 용어로 불리며 그 종류와 내용이 매우 다양함
- 영업비밀보호법에서의 영업비밀은 영업주체가 비밀로 보유하고 있는 기술상, 경영상 정보로서 재산적 가치를 갖는 것을 총칭함
- 영업비밀은 시각적으로 관찰하거나 물품 등으로 구체화한 유형적 정보와 기능이나 작용과 같은 무형적 정보로 나누기도 하며 기업비밀의 측면에서는 인적 기업비밀, 물적 기업비밀, 재무적 기업비밀로 구분하기도 함

[1] 기술, 경영 정보

- 기술 정보는 제품을 제조함에 있어 특유한 산업기술상의 정보로 합성수지의 배합비율, 기계 설계 방법, 강도계산의 운용방법, 컴퓨터의 소프트웨어, 콜라의 제조법 등을 예로 들 수 있음
- 영업비밀 보호대상
 - 1) 일반에게 널리 알려지지 않으면서 비밀로 유지되고 있는 것
 - 2) 재작기간 중 종업원이 개발한 기술
 1. 특별한 특약이 없다면 경업회사에 누설해도 영업비밀 침해행위가 되지 않음
 2. 회사에 공개, 퇴직 후 경업자에 대한 누설 금지라는 특약이 있다면 영업비밀로 보호됨
 - 3) 생산/판매전략
 - 4) 비밀로 유지되고 있고 경제적 가치가 있는 기술 및 경영에 관한 비밀정보가 처리되는 과정

[2] 제품

- 일반적으로 기업에서 생산되어 널리 시판되고 있는 제품으로 누구나 이를 구입하여 그 제품을 통해 쉽게 영업비밀을 알아낼 수 있는 경우라면 영업비밀에 해당하지 않는데 이는 영업비밀이 특허권, 저작권 등과 같은 배타적인 권리가 아니므로 제품을 구입한 후 연구 및 분석하여 유사제품을 만들어 내는 것은 영업비밀의 침해가 아님을 뜻함
- 일반에 판매되는 제품이어도 일반적인 복제방법으로는 기술상의 비밀을 터득하기 어려워 제조상의 비법 등을 알아야만 하는 경우는 영업비밀로 보호됨
- 제조비법 등을 부정한 방법으로 입수하는 것은 영업비밀 침해에 해당함

[3] 제조법

- 제조법은 특허의 대상이 되기 때문에 특허를 받을 만한 제조법이라면 제조법의 개발/보유자는 특허를 받아 독점적, 배타적인 권리를 취할 수 있으나 특허권을 설정할 경우 내용 전부가 일반에 공개되고 권리의 보호기간도 20년으로 한정되므로 타인이 쉽게 알 수 없는 제조법이라면 영업비밀로 남겨 특허권보다 장기간 보호 받을 수 있고, 특허를 받기 어려울 정도의 신규성만을 가진 경우도 영업비밀로 보호하는 것이 적합함
- 단 제조법이라고 해서 모두 영업비밀이 되는 것은 아니며 영업비밀로 보호받기 위한 성립 요건을 충족해야 영업비밀로 보호받을 수 있음
- 미국법원에서는 마스크 제조법, 정밀다이얼 제조법, 사진 감광체 제조법, 독특한 치즈 제조법 등을 영업비밀로 인정한 적이 있는데 이는 제조법이 영업비밀보유자라고 주장하는 자가 독자적으로 개발한 것으로 독특한 기술이어야 함

[4] 혼합물·화합물

- 의약품, 화장품, 음료수, 양념, 식품 등의 성분, 조성물의 구성 비율이나 내용 등은 반드시 영업비밀이 되는 것은 아니며 성분 등을 합리적이고 손쉬운 방법으로 알아내기 어려운 경우 영업비밀로 보호받을 수 있음
- 식품의 경우 원료의 배합비율, 열의 강도, 수분의 조절 등에 관한 비법에 따라 식품의 내용이 달라지기 때문에 비법을 정확히 알아낼 수 없을 정도의 것을 요구함

[5] 제조시설의 배치

- 외부에 비밀로 유지되고 있고, 경업회사와의 관계에 있어 비공개로 하는 것이 경제적 가치가 있을 경우에는 공장 내부의 기계설비 방법, 플랜트의 배치, 사용된 기계장치 전부 영업비밀로서 보호대상이 될 수 있음
- 영업비밀로서 보호대상이 되기 위해서는 비밀로 유지되고 있다는 것과 상업적 가치를 보유했다는 영업비밀로서의 통상적인 요건을 갖추어야 함

[6] 고객 명부

- 고객 명부를 비롯한 고객관리 자료는 오래 전부터 중요한 영업정보로 활용되어 왔고 최근 들어서는 컴퓨터의 데이터베이스 파일로 보관되어 비밀자료로 관리되고 있는데 이처럼 고객명부 등은 경영상의 유용한 정보이나 모든 고객명부가 영업비밀에 해당하는 것은 아님
- 고객명부 등 고객관리 자료가 영업비밀로 보호받기 위해서는 특정 고객명부가 일반적으로 알려진 것인지, 특정 고객명부가 특정 산업에만 알려진 것인지, 비밀성 유지를 위해 어떤 방법을 동원하였는지 등을 통해 판단함
- 고객정보를 획득하는 것이 어렵지 않고 비용이나 시간이 들어가는 것이 아니라면 영업비밀성을 유지할 수 없는 경우가 있고 매우 경쟁적인 시장에서 획득하기 어려운 것이 아닐 때는 영업비밀성을 취득하기가 어려움
- 보호되는 정보로는 고객의 위치와 접촉할 사람, 과거 구입목록, 수량/사이즈/가격/횟수, 고객의 구입활동, 고객의 신용정보, 구입성향 및 다른 관련정보(전화 판매 시) 등이 있음

[7] 연구개발·실험자료

- 완성된 것은 물론 미완성의 상태에 있는 연구개발 관계 자료, 실패로 끝난 연구개발 자료도 영업비밀이 됨
- 새로운 농약 및 의약품 등을 개발하는 경우 개발의 성패와 관계없이 임상실험에 상당한 비용이 소요될 뿐만 아니라 실험결과 실패로 결론이 나더라도 실험 자료는 추후 새로운 개발에 상당히 중요한 참고자료가 되기 때문에 개발관련 실험 데이터는 중요한 영업비밀이라고 할 수 있음

[8] 디자인

- 일반적으로 디자인 등으로 보호되는 디자인이지만 패션디자인의 경우 유행기간이 짧고, 제품의 수명도 짧아 등록하지 않는 경우가 많음
- 패션디자인이 상품에 화체되어 일반에 판매되기 시작한 이후에는 일반에 공개되어 비밀성을 가지기 어렵기 때문에 영업비밀로 보호받기가 어려움
- 일반에 판매하기 전 새로운 디자인의 개발과정 또는 개발 후 판매전으로 개발자에 의해 비밀로 유지되는 것이라면 영업비밀로 보호 가능함

<2> 영업비밀의 요건

[1] 영업비밀 요건에 관한 외국 입법례

(1) 미국

- 19세기부터 절도, 매수, 비밀유지의무 위반 등의 부정한 수단에 의해 영업비밀을 취득하거나 취득한 영업비밀을 사용, 공개하는 행위에 대하여 금지청구권 또는 손해배상청구권을 인정하는 판례가 축적됨
- 판례의 통일된 해석을 위해 1939년 리스테이트먼트가 발행되었고 1979년에는 통일주법위원회 전국위원회에서 통일 트레이드시크릿법을 작성하여 각 주에 채용할 것을 권고했고 현재 41개주가 통일 트레이드시크릿법을 채용하고 있음

(2) 영국

- 19세기 초 퇴직한 종업원에 의한 영업비밀의 부정한 사용 및 공개를 금지하는 판결이 나온 이후로 판례법에 의해 영업비밀이 보호되고 있음
- 계약법, 불법행위, 신뢰위반 등의 법원칙을 기초로 영업비밀을 부정하게 취득, 사용, 공개하는 자에 대해 손해배상청구 및 금지 청구 등을 인정함
- 영업비밀에 대한 성문법은 제정되어 있지 않지만, 판례의 축적으로 영업비밀을 비공지의 비밀의 정보로서 공개함으로써 인해 그 보유자가 손해를 보던가, 경쟁자가 이익을 얻는 것으로 정의하며 임원과 회사, 피고용자와 고용자, 대리인과 본인 등 서로에게 신의 의무가 있는 당사자가 그 의무에 위반하여 사용/공개하는 행위를 불법행위로 규정함
- 약의 제3자에 대한 금지청구를 인정하며 문서화된 영업비밀을 취득한 경우 절도죄를 적용함

(3) 일본

- 1934년 부정경쟁방지법을 제정하고 1990년 부정경쟁방지법을 개정하며 영업비밀에 관한 내용을 추가함
- 영업비밀을 '비밀로서 관리되는 생산방법, 판매방법 기타 사업 활동에 유용한 기술상 또는 영업상의 정보로서 공연히 알려지지 아니한 것을 말한다'라고 정의하고 있으며 영업비밀에 관한 부정경쟁행위를 부정취득행위와 부정공개행위로 구분하여 규정함

(4) 중국

- '반부정당경쟁법'에 의해 영업비밀을 보호하고 있음
- '반부정당경쟁법'에서는 영업비밀을 '일반 공중에게 알려져 있지 않고, 영업비밀 권리자에게 경제적 이익을 줄 수 있고, 실용성을 가지며, 비밀조치를 취한 기술정보와 경영정보'로 정의하고 영업비밀의 요건으로서 비밀성, 경제적 가치, 실용성, 비밀조치를 요구하고 있음
- 비밀성은 우리나라의 비공지성에 해당하는 것으로 공개된 수단으로는 해당 정보를 직접 얻을 수 없다는 것을 말하며 신규성을 포함하는 의미임
- 경제적 가치는 권리자에게 잠재적, 현실적, 경제적 이익 또는 경쟁상의 우위를 가져다주는 것으로 경제적 가치 여부는 정보의 객관성을 가지고 판단함
- 실용성은 정보의 객관적 유용성을 말하며 정보를 사용하면 경제적 이익을 가져올 수 있음을 의미함
- 비밀조치는 비밀성과 밀접한 관계가 있으며 비밀조치의 수준에 대하여 영업비밀의 소유자가 주관적으로 그 정보에 대한 비밀보호 의식이 있어야 함

(5) 독일

- 부정경쟁방지법(UWG), 민법 823조 및 826조(불법행위)로 영업비밀을 보호함
- 부정경쟁방지법에는 영업비밀의 개념이 규정되어 있지 않으며 판례에 의해 영업비밀이 정의됨
- 영업비밀을 기업경영과 관련이 있고, 제한된 사람들만이 알고 있으며 소유자에 의하여 비밀로 유지하려는 의사가 표시되고, 비밀로 유지함에 소유자의 이익이 있는 사실이라고 규정함
- 판례에서 볼 수 있는 영업비밀의 예시로는 고객명단, 연말보고서, 시험작, 비용견적서, 계약서,

보험사의 모집인 명단, 컴퓨터 프로그램, 성인용 도박 기계의 조종 프로그램 등이 있음

- 영업비밀 침해행위는 금지청구권과 손해배상청구권이 인정되며 이 중 특정의 행위들은 형사 처벌을 받음

(6) 프랑스

- 영업비밀을 보호하기 위한 특별한 규정을 두고 있지 않으나 영업비밀은 민법과 상법에 의해 보호되어 왔으며 제3자의 부정경쟁행위에 관해서는 민법 1482조의 불법행위법에 의해 보호됨
- 기업의 비밀보호를 위해 노력한 경제적 가치가 있는 기업정보에 관한 침해 행위는 악의의 제3자에 대한 금지청구 및 손해배상청구를 인정하고 종업원 등에 의한 업무상 비닐 누설은 형법 418조에 의해 처벌함

[2] 영업비밀 요건에 관한 비교검토

- 1994년 체결된 WTO/TRIPs 협정 제39조에서는 각국으로 하여금 영업비밀을 의무적으로 보호하도록 규정하고 있음
- WTO/TRIPs 협정 제39조 제2항에서는 '자연인 및 법인은 합법적으로 자신의 통제 하에 있는 정보가 동의 없이 건전한 상업적 관행에 반하는 방법으로 타인에게 공개되거나, 타인에 의해 획득 또는 사용되는 것을 금지할 수 있는 가능성을 가진다.'고 명시하고 있는데 이는 영업비밀에 대해 일정한 유형의 정보를 정상적으로 다루는 자 간에 일반적으로 알려지지 않거나 이러한 자가 용이하게 취득할 수 없는 의미에서 비밀이 되는 것, 비밀이기 때문에 상업적 가치가 존재, 정보를 적법하게 통제하는 자에 의해 비밀로 유지하는 것이라는 요건을 부여하는 의미로 해석됨
- 일본의 부정경쟁방지법에서는 영업비밀을 '비밀로 관리되고 있는 생산방법, 판매방법 기타의 사업활동에 유용한 기술상 또는 영업상의 정보로서 공연히 알려져 있지 아니한 것'이라고 정의하고 있음
- 미국 연방헌법에서는 영업비밀을 특허 등과는 달리 직접 규율대상으로 삼아 정의를 내리지 않는데 이는 영업비밀에 관한 규율을 미국 각 주가 담당하기 때문이며 저작자나 발명가의 권리를 보호하는 것은 연방의 권한으로 정함
- 각 주의 상이한 규율을 통일하기 위한 노력으로 통일주법 전국위원회가 통일영업비밀법을 발표하였고 구속력은 없으나 47개 주 및 워싱턴 특별구가 이를 채택함
- 통일영업비밀법에서는 영업비밀을 '일반적으로 알려져 있지 아니하며, 그 공개나 이용으로부터 경제적 가치를 얻을 수 있는 제3자에 의하여 정당한 수단으로는 쉽게 획득될 수 없어, 현실적 혹은 잠재적으로, 독립한 경제적 가치를 가지며, 비밀성을 유지하기 위하여 상황에 맞는 합리적인 노력이 기울여지는 정보로 일체의 방식, 패턴, 장치 또는 정보의 조합을 포함한다.'고 정의함