

旧企業協賛規制の問題点について

法科大学院 2 年次 川田広尚

本レジュメは、学外者の介入防止規制を論ずるにあたり、第 65 回 11 月祭まで相当期間実施されていた企業協賛規制の問題点についてについて縷々記載するものである。

なお、同規制が、「議決に基づかないという問題点があった」こと、『『学生らによる自主的・主体的 11 月祭』から当然に導かれるかのような説明のみで規制されていたこと』については、事務局において、介入防止規制を明文で策定し、決議しようとしてされていることから、省略する。

1. 規制の問題点（不当・不要な規制であったこと）

1.1. 規制目的との繋がりについて

過去の 11 月祭事務局は、企業協賛規制の理由として「企業との関わり合いの中で、企業が 11 月祭を利用（悪用）する可能性があり、その際他企画への不利益に対する補償ができないこと」を挙げていた。しかし、他企画への不利益の補償ができないのは、他の悪影響（企画類型ごとに 11 月祭事務局が設定する制限等の違反）の場合も同様である。

1.2. 不必要に広汎な規制であったこと

企業協賛規制を画する概念であった、企業・企業協賛の意味について、事務局の見解によれば、

・「企業」の範囲: 一般的に企業とされる、私的利益を追及する団体に加えて、学生ベンチャーのような準企業的団体や、利潤追求の有無にかかわらず、NPO など、準行政的な団体、または行政組織

・「企業協賛」の定義: 「①企業が自社や自社商品の宣伝行為を行うこと」及び「②学生が企業の宣伝行為に加担していると見受けられる行為」

であった。

まず、企業の範囲として、学生の団体たるサークルも「企業」に含めたり、含めないような恣意的な判断が十分可能な定義となっていた。

「企業協賛」のうち①（宣伝行為）については、「企業」の協力を受けて初めて成り立つ企画や、学生団体・サークルの平常活動において企業や京大周囲の店から広告・応援を受けている場合にまで規制が及びかねないものである。すると、結果的に企業協賛の禁止により、企画可能性を狭め、資金源を断つことにまで至り、むしろ学生の自主性・主体性を削いでいると評価できるものであった。

「企業協賛」のうち②については、「と見受けられる行為」という言い回しに基づいて、参加する学生・サークルに萎縮効果を与えているものであった。例えば、特定のジャンル・作品等の愛好会

の団体においてはその作品を批評のうへ称揚することも当然見込まれる。これが団体構成員の熱意にのみ依存していたとしても、当該作品の制作に関わった「企業」の「宣伝」であると恣意的に判断可能である。このほかにも、特定の競技や、分野などで、それらに主要に関係する者が「企業」ばかりのものもある。それらの研究や考察を加えることも同様に「宣伝」であると恣意的に判断できてしまう。例えば単にコレクションとしてそのような企業のポスターやビラ、市販品等を掲出する場合にも一概に判断できない。

2.旧企業協賛規制の実例

過去に 11 月祭事務局に問い合わせた結果、「企業協賛」の実例は以下の通りである（原文ママ）。

- ・ファッション系サークル A が、出品した写真集に、着物のレンタル会社 B から広告を掲載するように依頼されたが、不当な企業介入であるとして、商品内容の変更を要求した。
- ・同好会 B が新しくオープンする京都鉄道博物館の宣伝ポスターを貼っていた。本部スタッフが発見後、企画責任者と直接話してポスターを剝がしていただいた。
- ・企業 C の名前が記載されているポスターの教室内への掲示について質問を受け、テーブルなどで企業 F の名前を隠して掲示することを認めた。
- ・競馬サークル D によるビラ広告の掲載や、競馬関連グッズの配布、イメージキャラクターの構内徘徊を認めないこととした。
- ・模擬店企画 E の広報用 SNS にて、企画内容と無関係なインターンの募集の投稿がなされたため、当該投稿の削除をお願いした。

これらの行為全てが自主的・主体的な 11 月祭の実施のために必要であったとは考えにくい。

3.効果的で最小限度の規制のために

では、上記の問題点にどのように対処すべきであろうか。

第 66 回 11 月祭においては、企業協賛規制が無効であることを確認したうえ、学外者の介入防止規制を導入した。同規制は学外者の援助について、事務局の事前チェックを通すことにより学外者の介入阻止を図ろうとしたものである。

しかし、前回の全学実行委員会に置いても指摘が出たとおり、学外者介入を防ぐことが目的なのに、学外者の援助のコントロールにのみ執着している規制であって、それ以外の介入形態等への配慮がなかった。

以上からすると、介入規制が効果的かつ最小限のものであるために以下の論点が考えられる。

- ・まず、抽象化して言えば、「①何らかの外部の主体が、②企画出展者等内部の主体に、③一定の行動などを行うか働きかけることによって、④a 主体が一定の（重大な）効果を受け、または④b11

月祭や他の企画出展者に（重大な）影響を及ぼす」ということを「介入」とし④を防ぐために⑤何等かの予防的・事後的措置を取るということになると思われる。

①「介入」の主体をどうするか。京大生以外を全て主体とした「学外者」概念は、大学当局の介入を防ぐには妥当するが、教職員を意図的に排除するものである。また、インカレサークルなどに対して、十分な配慮を求める必要がある。更に、介入の危険性を踏まえて「個人」等を除外するかを検討する必要がある。

②企画出展者と外部主体の関係性について、企画出展者の自発的行為を摘発することは、先に述べたとおり、むしろ自主的主体的 11 月祭を妨げることとなる。

③「介入」となる一定の行為をどうするか。単なる売買や贈与、協力、レンタルなどを超えたものに画しないと、およそ 11 月祭において企画が出来なくなってしまう可能性がある。例えば、外部の主体のために、企画出展者が、通常の取引では考えられない特別な行為をしている場合や、外部の主体が、企画出展者に対し、通常の取引では考えられない行為、資金的立ち位置ゆえに有利な行為をしている場合にげんていすべきである。

④「介入」と評価できる利益・影響を類型化すべきか。そもそも上記一定の行為があれば、学外主体が全く利益を得ておらず、11 月祭に重大な影響がなかったとしても、規制すべきとする立場があり得る一方で、主体への利益と 11 月祭への影響両方を強度に要求することも考えられる。

典型的には a につき不当利益、b につき 11 月祭の主体性をゆがめることであるが、それ以外の場合をどう扱うかが問題となる。類型化したほうが規制は明確となるが、類型から漏れたものについての対処が困難となる恐れがあり、バスケット条項（例えば、「その他、態様に関わらず～な効果を及ぼすこと」と言ったもの）を置いておく必要がある。

⑤「介入」の規制手法、規制主体をどうするか。事後（罰則など）については、保証金の没収までは事務局、それより重い追放は全学実行委員会（緊急的に企画停止を行った場合は事後承認を要する）とすることについてはそこまで異論はなかったように見える。一方、事前規制については、「介入」概念の類型によっては、行うことが迂遠であることも容易に想定される。

⑥手続き面について。事務局には以下の対応が望まれる。すなわち、(a)企画出展者に不利益な行為をする場合（企画における行為を制限するものなど）については、理由を明記した書面又はメールで通知すること、(b)企画出展者の異議申し立て権を確保し、異議申し立て権のあることを前記書面又はメールに明記すること、(c)最終的な異議申し立ての判断は全学実行委員会の場合によること（全学実行委員会の開催要求を企画出展者に認めること。もっとも、事務局での再判断を挟む方式にするかどうかは事務局の制度設計による）、(d)企画の停止、翌年度以降の追放については、全学実行委員会で判断されること（緊急を要する場合にはやむを得ず事後承認となることも一応考えられるが避けられるべきである）、の 4 点である。