

**平 成 2 5 年 度**

**福岡市政策法務研修**

**報 告 書**

## はじめに

国においては、国と地方の関係や役割分担を見直すため、地方分権改革の推進に向けた取り組みが進められています。四次にわたるいわゆる一括法による「義務付け・枠付けの見直し」や「条例制定権の拡大」などにより、地方自治体の自主性が強化され、自由度が拡大されてきました。

また、地方分権改革有識者会議の中間取りまとめ（平成 25 年 12 月）において、今後地方に期待することの一つとして、「改革提案機能の充実－政策法務の強化」が掲げられています。各自治体の職員には、法令の解釈・運用、例規の立案、そして争訟といった、政策法務を実践する能力を高めることがより一層求められます。

福岡市では、法制課の主催で、毎年度、職員の政策法務能力の向上を図ることを目的とした研修を実施しています。第一次地方分権改革の時期であった平成 11 年度に「自治立法研究会」を開催して条例立案などの研究を行ったのがスタートですが、平成 13 年度からは「政策法務研修」として実施しており、今回で 15 年目となりました。この報告書は、平成 25 年度に実施した研修の活動と報告の内容をまとめたものです。

今年度は、庁内での公募に応じた 9 名の研修生が、問題意識を持ったテーマごとに 2 つのグループに分かれ、約半年にわたって活動を行いました。この研修では、研修生による条例案の作成（提言）だけでなく、職員が業務の中で抱いた政策課題などについて法的な整理を行い、その対応策を提言するという形式をとっています。

研修生は、それぞれのグループのメンバーと議論を積み重ね、関係部署にヒアリングをしたり、様々な資料を基に調査・研究をしたりして、最終報告を取りまとめました。この間、研修の講師をお引き受けいただいた西南学院大学大学院法務研究科教授の石森久広先生から、熱心で丁寧なご指導・ご助言をいただきました。この場をお借りして、改めてお礼申し上げます。

今回の研修が、研修生にとって、各自の政策法務能力の向上につながり、今後の業務に生かされていくことが何よりの成果だと思います。さらに、研修生以外の職員にも、この報告書を通して政策法務の意義を確認していただくとともに、毎年度の研修成果の蓄積が、福岡市全体の政策法務機能の強化につながり、有効な施策の展開と課題解決に何らかの形ででも寄与することとなることを期待いたします。

平成 26 年 3 月

福岡市総務企画局行政部

法制課長 高 着 一 孝

# 目 次

## はじめに

|                              |   |
|------------------------------|---|
| 第1 「政策法務について」 .....          | 1 |
| 西南学院大学大学院法務研究科（法科大学院）教授 石森久広 |   |

|                              |   |
|------------------------------|---|
| 第2 研修総括 .....                | 2 |
| 西南学院大学大学院法務研究科（法科大学院）教授 石森久広 |   |

## 第3 研修報告

|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| ○ 第1班                                             |    |
| ・ ネーミングライツの活用による施策の推進 .....                       | 3  |
| ・ 講評 .....                                        | 20 |
| ○ 第2班                                             |    |
| ・ 福岡市「見守りカメラ」の適正な設置及び運用に関する条例の制定について（提言）<br>..... | 21 |
| ・ 講評 .....                                        | 41 |

## 【参考】

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| ○ 研修報告会の様子 .....                   | 42 |
| ○ 平成25年度福岡市政策法務研修 研修生名簿・研修講師 ..... | 43 |
| ○ 平成25年度福岡市政策法務研修 実施状況 .....       | 44 |

## 第1 「政策法務について」

西南学院大学 石森久広

**「政策」と法務** 政策法務とは何かにつき、わかりやすいと思われる一例を挙げますと…  
…、福岡市の繁華街・天神等で、夜、にぎわいをみせる屋台は、かつて、市の方針により、現在の営業主「一代限り」とされており、いずれ屋台は消えゆくものでありました<sup>(1)</sup>。この点、大学の行政法総論で学ぶように、道路法の占用許可の法的性質からは屋台が道路を特権的に使用する権利を導くことは難しいと思われます。しかし、例えば「屋台文化を後世代に継承する」「屋台をまちづくりの起点にしたい」「屋台は人々（市民と市民、市民と観光客、市民と異文化の人々）の出会いの場、語らいの場として必要」などなどの思いをベースに、「政策」が確立できれば、道路法（33条「やむを得ないもの」）、道路交通法（77条2項3号「公益上又は社会の慣習上やむを得ないもの」）の枠内で占用許可条件を満たせる可能性が出てきます<sup>(2)</sup>。

**政策法務とは** さらにこの政策を、道路法の範囲を超えないように条例化できれば、この政策目的実現のために道路使用のありかたもセットにして仕組みを作ることが可能となり得ます。このとき、政策がどう設定されればどこまでの仕組みが適法でどこからが違法となるかの判断が必要になってきます。このような判断を含め、政策実現のために、憲法、行政法、民法、刑法等の基本的知識を総動員して、立法、解釈、争訟をいかに繰り広げるかを検討する理論および実務における取組みを政策法務（論）といいます。

**自治体における政策法務** 国が法律を作り運用していくのも政策法務ですが、特に政策法務は、地方分権の進展とともに、地域の政策を自ら立案・実施していくことを目指す自治体において多く語られます。この場合、国の政策法務と区別するなら「自治体政策法務（論）」とも呼ばれます。本来、立法機関は議会ですので議員にも「政策条例」の立案は期待されます。しかし、現在、自治体政策法務の主たる担い手は自治体の職員であると目されており、現実に自治体職員の手によって多くの政策法務の取組みがなされています。日々、行政領域の隅々まで当該課題に第一線で対峙し、専門的能力を組織的に備える行政部門の職員集団がこの任にあることは間違いありません。まちの独自の政策を、市民一人ひとりとともに独自の工夫で実現するため、政策法務の考え方は有用です。

本研修は、このような政策法務の考え方を理解し、実践を試みてみようとするものです。

---

<sup>1</sup> 現在は、福岡市屋台基本条例（平成25年7月1日条例第43号）が制定されており、屋台営業候補者の公募に関する規定が置かれています。

<sup>2</sup> 別な例を出すとすれば、プロ野球チームの広島カープが独占使用する「マツダスタジアム」は、地方自治法上の「公の施設」です（平成20年3月28日条例第7号広島市民球場条例）。考えてみれば、公共施設をカープが特権的に使用できるというのも不思議な話です。それを理論的に正当化できるとすれば、原爆による焼け野原から立ち上がる広島の人々にはカープ（昭和24年球団創設）の存在がなくてはならないものだったことを嚆矢とした広島市民の広島カープに寄せる思い、ということに求められるのかもしれませんが。確かに球場は、現在では希薄な人々の語らいを引き立てるに格好の舞台として今に引き継がれているようにもみえます。

## 第2 研修総括

### 1. 研修の実施方針

本研修では、参加者が希望するテーマを参加者自身が選択し、それを福岡市の政策の実現のためにどのように切り込み、この先どのように展開させるかという視点から、自主的に研究を進めました。平成 11 年度に活動が開始されて以来、条例案の提言がなされてきましたが、平成 21 年度から特に条例案の作成にはこだわらない形で研究提言がなされるようになりました。関心あるテーマを、自由に掘り下げ、その研究結果を基に提言を構築するというスタイルが、かえって内容豊富な成果を引き出す場合もあるのではないかと期待されたためです。本年度も、同様に、形式にこだわることなく自由に研究を進めるという方針で臨まれました。

### 2. 課題の設定方法

取り組む課題については、これまで同様、業務を中心とした身近な、参加者の問題関心をもつものの中から選ぶこととし、①参加者自身普段から疑問に思っていた問題、②庁内から検討の希望が寄せられた問題、③法制課が解決を必要と考える問題、の中から、全員の議論によって最終的に2つのテーマに収斂させました。結果、今年度は、「防犯カメラの設置、画像の管理等の適切なあり方について」及び「ネーミングライツ（命名権）の活用について」が選ばれました。

### 3. アプローチの方向

「政策」については、それぞれのテーマの原点に立ち返り、まず福岡市の政策体系にどう位置づけられるかの確認を行い、次いでそれをどう展開するかについて議論がなされました。また、「法務」については、政策を展開するにあたって法的視点からどのような課題があるのか、法的視点から政策の展開にどのような効果をもたらしうるのか、というアプローチの仕方が基本におかれました。「法律」の規律とかかわる部分については、その法律との関係（公の施設に関する法制、個人情報保護に関する法制）を確認しつつ、研究が進められました。

### 4. 調査研究過程

6月17日の公開講義後、テーマの候補と参加者の希望が出され、班編成がなされました。以降8月6日に中間報告、11月11日に最終報告がなされ、1月20日の報告会に臨みました。両班とも進捗状況はかなり順調であったように見えてましたが、やはり最終報告が近づくとつれ、最終的に決断が必要な点について長時間にわたる議論が展開されました。年末年始の調整も経て、最終的には、両班とも議論を尽くし、報告会に臨みました。その到達点として、以下に、詳細が示されます。

（石森久広）

### 第3 研修報告

#### ネーミングライツの活用による施策の推進

平成 25 年度政策法務研修 第 1 班

岐部 光伸

永尾 史佳

日高 智明

松尾 彰仁

はじめに

#### 第一章 ネーミングライツの概要

- 1 ネーミングライツとは
- 2 ネーミングライツの歴史
- 3 ネーミングライツのメリット・デメリット

#### 第二章 地方公共団体のネーミングライツ

- 1 公の施設へのネーミングライツの導入
- 2 他都市の導入事例
- 3 福岡市におけるネーミングライツの現状

#### 第三章 ネーミングライツの新たな活用法

#### 第四章 提言

おわりに

## はじめに

ネーミングライツは、1980年代以降アメリカで定着した、主としてスポーツ施設の建設・運用資金調達のための手法で、施設の名称にスポンサー企業の社名やブランド名を付与する広告概念である。

施設等の名称に一定期間スポンサー企業名等をつける対価として、スポンサー企業が施設所有者に金銭を支払うことで、施設所有者は建設や運用のための収入を確保できるとともに、スポンサー企業にとっては広告効果が得られるというシンプルなビジネスモデルで、1990年代後半から日本でも導入されるようになった。

日本では、野球やサッカーなどの大規模スポーツ施設を中心に導入されており、多くの地方公共団体においても、所有する運動施設や文化施設などの公共施設の管理運営費を埋め合わせる手段としてネーミングライツの手法による収入の確保がなされている。

福岡市においても、「福岡 ヤフオク! ドーム」や「レベルファイブ スタジアム」など、ネーミングライツの手法が導入されたスポーツ施設がみられ、ネーミングライツは一般的にも認識されている。

しかしながら、ネーミングライツの導入にあたっては、名称が変更されることによる利用者の混乱という課題のほか、その施設の名称が持つ広告価値の算定やスポンサー企業の確保、また、導入後においてもスポンサー企業の不祥事や倒産などによるリスク、契約の更新など様々な課題もあり、近年では以前ほどネーミングライツの新たな導入はみられなくなっているように感じる。

そこで我々は、福岡市役所でネーミングライツを導入しやすくするにはどのようにすればよいかという課題認識から検討・検証を行い、収入の確保や施設の維持管理費の低減が主目的と見られがちなネーミングライツの手法を、福岡市の施策目的の達成のための手段として用いる新たなネーミングライツの活用について提言を行うこととする。

## 第一章 ネーミングライツの概要

### 1 ネーミングライツとは

ネーミングライツ (Naming rights) は「命名権」と直訳することができる。一般的に「命名」とは名前をつけることを指しており、その権利を命名権と呼ぶ。本来この権利は、命名する対象の所有者が持っているものである。

しかしながら、ネーミングライツは、直訳の意味で用いられることは少なく、他都市の自治体では使用する際に定義付けを行っているところもある。

たとえば京都市では、「京都市ネーミングライツ事業実施要綱」において、「本市の施設、イベント等について、本市条例、規則等に定める名称に代えて使用する通称を付与する権利のことをいう。」と定義している。また、横浜市は市のホームページの中で、ネーミングライツを「市と民間団体等との契約により、市の施設等に愛称等を付与させる代わりに、当該団体からその対価等を得て、施設の持続可能な運営に資する方法」と位置づけ、愛称の決定から対価の受領までの一連の流れをネーミングライツとして定義し

ている。

## 2 ネーミングライツの歴史

### (1) 発祥

ネーミングライツは、アメリカにおいて発祥した。以前よりタイムズスクエアといった単に企業の名を冠した事例はあったものの、対価が支払われるものではなかった。

ビジネスとしてのネーミングライツが導入された最初の事例は、マサチューセッツ州のフォックスボロ・スタジアムの建設（1970年～1971年）にあたり、施設の命名権をシェーファー・ビール社に付与した事例である。

当該スタジアムは、1971年から1983年まで「シェーファー・スタジアム」、1983年から1989年まで「サリバン・スタジアム」と呼ばれ、1994年のFIFAワールドカップでは会場の1つとなったが、老朽化などの理由で2002年に閉場した。

その後、1980年代以降、メジャーリーグやNBAなどプロスポーツ施設を中心にネーミングライツは財源確保策の一つとして本格的に活用されるようになった。

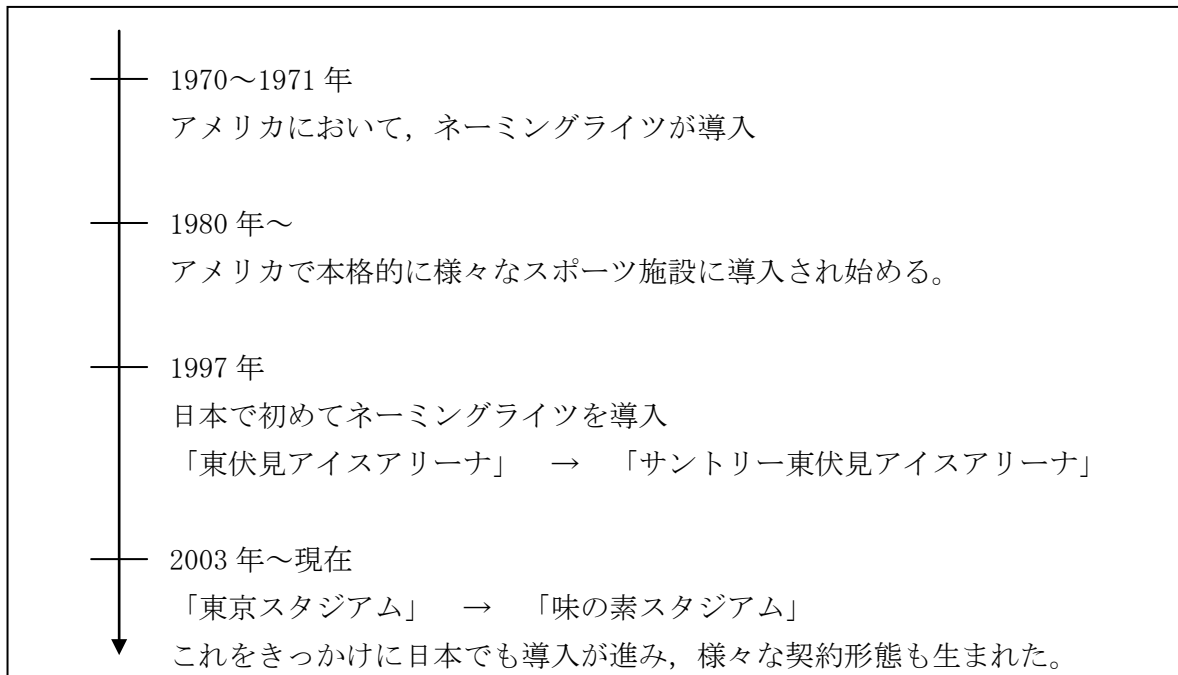
### (2) 日本におけるネーミングライツ

1997年に、西武鉄道株式会社が所有する「東伏見アイスアリーナ」に、サントリー株式会社が「サントリー東伏見アイスアリーナ」という名称を付与したのが日本におけるネーミングライツの最初の事例である。（現在は「ダイードリンコアイスアリーナ」）

その後、2003年に「東京スタジアム」が5年間で12億円のネーミングライツ契約により「味の素スタジアム」に名称変更されたことを発端として、さまざまなスポーツ施設等でネーミングライツが導入されるようになり、現在は集客力が高く、マスメディアへの露出も多い施設においてはほぼ浸透している状況にある。

また、ネーミングライツは著名施設そのものの命名権を付与し、対価として金銭が支払われるものが主であったが、近年では、歩道橋、公園やバス停の名称を付与するもの（富山ライトレール）や、公衆トイレのネーミングライツの対価として金銭ではなく役務を付与するものといった事例もある。

これらのことから、日本においてネーミングライツは様々な契約形態をもって浸透してきていることがわかる。今後はさらに、施設命名権を基本として契約形態は他にも検討する余地があり、可能性を秘めているものであると考えることができる。



### 3 ネーミングライツのメリット・デメリット

前述のとおり、ネーミングライツは名称を他人に付与するものなので、対象やそれを取り巻く環境に対して及ぼす影響も大きい。そのため、導入に際してはメリット・デメリットを整理しておく必要がある。福岡市財政局において作成されている、広告事業実施マニュアル第3版においては、ネーミングライツのメリット・デメリットを以下のとおり整理している。

#### ア 施設所有者のメリット・デメリット

| メリット                                                                                                                                                                                                           | デメリット                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・新たな収入を確保することができる。イベント収入は、社会経済動向や施設で開催される競技の人気動向、悪天候によるイベント中止等などによって、大きく左右され、収入の不安定要素を抱えている。</li> <li>・ネーミングライツの導入は、施設運営に必要な経費の一部を賄うことができ、安定した収入を確保することができる。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・スポンサー企業の経営破綻(倒産)や不祥事によるイメージダウンがありえる。</li> <li>・スポンサー企業が倒産した場合、施設のイメージダウンとなるリスクがあり、イベント等の中止などが考えらる。</li> <li>・そのため、リスク回避措置を念頭にして、損害賠償請求や契約解除を明記した契約締結を行う必要がある。</li> <li>・また、同業種の競合他社の協賛は、得られなくなる。</li> </ul> |

#### イ スポンサーのメリット・デメリット

| メリット                                                                                                                                                                                                                                           | デメリット                                                                                                                                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・あらゆる広報媒体で企業名等が掲示されるため、企業名等が頻繁に露出し、注目を浴びることができる。</li> <li>・企業のCSR戦略(企業の社会的責任)により、地域社会に貢献することができる。</li> <li>・企業名や商品名の知名度アップを図ることができ、地域貢献やスポーツ、イベントを応援しているという企業ブランドの確立など、良好な企業イメージを向上させることが可能。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・競技チーム等の成績不振等による企業イメージの低下が懸念される。</li> <li>・先行き不透明な経済環境下では、広告宣伝費は削減対象になりやすく、長期契約を締結しにくい。</li> </ul> |

記載のとおり、メリットとデメリットは多々ある。デメリットで、特に大きな影響を及ぼすと考えられるのはイメージダウンのリスクで、契約締結にあたってはお互いにリスクや契約内容を十分に精査する必要がある。

また、市民など利用者にとっても、愛着のある施設の名称が変わることによる抵抗感があることを考慮する必要がある。

しかしながら、メリットとして挙げられているとおり、両者にとって期待される財政的な効用は大きい。2004年に「日産スタジアム」及び近隣2施設（「日産フィールド子机」「日産ウォーターパーク」）を5年間で23億5千万円のネーミングライツ契約を締結した横浜市は、書籍「財源は自ら稼ぐ 横浜市広告事業のチャレンジ」の中で、「2005年度の予算においては、契約金額4億7,000万円を特定財源として歳入計上することにより、日産スタジアム等3施設の管理運営費に対して本市（横浜市）の一般財源は計上しなかった。日産スタジアムは、税金等の市費を投入しない独立採算の経営状況になったわけであり、ネーミングライツが本市財政上、多大なる貢献を果たしていることは言うまでもない。」としている。

※横浜市広告事業推進担当(2006)『財源は自ら稼ぐ！横浜市広告事業のチャレンジ』 株式会社ぎょうせい

## 第二章 地方公共団体のネーミングライツ

### 1 公の施設へのネーミングライツの導入

#### (1) 法的整理

地方自治法では、公有財産は、「行政財産」と「普通財産」の2種類に区分されている（同法第238条第3項）。

#### (公有財産の範囲及び分類)

第238条 この法律において「公有財産」とは、普通地方公共団体の所有に属する財産のうち次に掲げるもの（基金に属するものを除く。）をいう。

～中略～

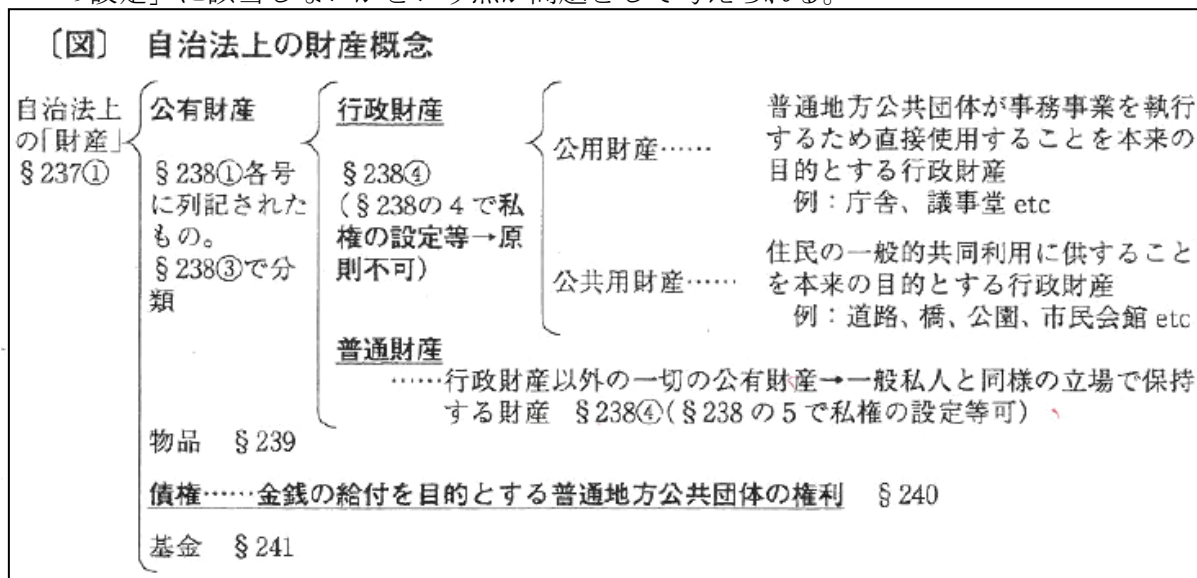
3 公有財産は、これを行政財産と普通財産とに分類する。

4 行政財産とは、普通地方公共団体において公用又は公共用に供し、又は供することと決定した財産をいい、普通財産とは、行政財産以外の一切の公有財産をいう。

ネーミングライツが導入される施設は、ほぼすべてが行政財産に該当するものとなる。地方自治法は行政財産について、一定の場合を除き、これを「貸し付け、交換し、売り払い、譲与し、出資の目的とし、若しくは信託し、またはこれに私権を設定することができない。」と定めている（238条の4第1項）。つまり、行政財産と地方自治上で位置づけられたものは、その性格に鑑みて、私法上の関係における運用が禁止されている。一方で、普通財産と位置づけられたものに関しては、原則として一般私法の適用を受け

て管理・処分されるとなっている。

ここで、行政財産の施設の命名権を契約の対象とするネーミングライツ導入は、「私権の設定」に該当しないかという点が問題として考えられる。



「公共施設へのネーミングライツの設定と地方自治法制 —行政財産使用許可制度との関係を中心として—」自治研究第 87 巻（2011 年）より

横浜市は、この問題に対して、ネーミングライツの法的性質を地方自治法第 238 条第 1 項第 5 号に規定される「商標権に準ずる権利」としてとらえている。この立場によると、スタジアムといった行政財産の上に「商標権に準ずる権利」が付着しており、これを横浜市の保有する普通財産として売却したため、「私権の設定」には該当しないとの法的な解釈を行った。

他方では、ネーミングライツを単なる債権としてとらえ、その発生原因をネーミングライツ契約によるものと解釈する立場がある。この立場によれば、具体的な契約の内容は条項で決定される。条項には様々なもの（例えば変更された愛称の看板を変える費用のことなど）が考えられるが、その中心には施設命名権がある。すなわち、施設命名権を中心として、様々な権利の付与等が行われる一連の無名契約と解することができる。つまり、ネーミングライツは当該契約を基にした債権の集合体と位置付けられるのである。

名古屋市議会（平成 16 年 11 月定例会）における答弁の中で、国の見解が紹介されており、福岡市広告事業実施マニュアル第 3 版においても記載されている。

【国（総務省自治行政局）の見解】

「行政財産へのネーミングライツの導入は地方自治法上の私権の設定にあたらぬ。」そもそもネーミングライツという考え方は、我国では単なる契約行為でしかない。総務省としては、自治法上ネーミングライツに関するシステムもないので、推奨もしなければ、異論をとこなえることもしない。ただし、ネーミングライツの実施にあたっては、公共施設にふさわしい企業を選定してほしい。

上記のとおり国の見解においても、ネーミングライツは単なる契約行為であり、地方自治法上制限を受けるものではないと読むことができる。

施設命名権の法的な位置付けについては、どちらの立場によっても地方自治法上の私権の設定に当たらないことは一致しているので、施設に愛称をつけることそれ自体は地方自治法に抵触するものではないと解釈することができる。

しかしながら、命名される施設に関しては、上述のとおり地方自治法上の行政財産であることがほとんどであるので、当該施設の公益を損ないかねない名称は避けることも要求されており、十分に留意すべき点である。

## （２）指定管理者制度との関係

平成１５年６月に地方自治法第２４４条の２が改正され、公の施設に関する指定管理者制度が導入されている。導入後、全国的に制度を取り入れている自治体も多い。

既に指定管理者制度を導入している施設にネーミングライツを取り入れる場合、指定管理者においては、自社等の名とは別の名称を冠した施設を管理していくことになる。また、そのことが制度導入以前決定されておらず、知らなかった場合には、自治体が当該施設にネーミングライツを導入することに対して、指定管理者の十分な同意を得て行う必要がある。

また、導入するにあたって、最終的には自治体が可否を決定するのが当然ではあるが、指定管理者の発案により、施設の運営費用のひとつとして契約当事者を指定管理者とネーミングライツスポンサーの２社として独自にコスト削減を目指して進めてゆくのも一つの業務改善策として有効である。しかしながら、これも公の施設という重要な性質に注意すべきであり、名称等決定の際には自治体も必要に応じて積極的に意見することが必要になるのではないだろうか。

## ２ 他都市の導入事例

施設ごとに違いはあるものの、大型スポーツ施設などのネーミングライツ契約では、期間は３～５年程度、契約額は年間数千万円から数億円程度という事例が一般的に多くみられるが、近年では期間や契約額についても多様な内容で導入している事例がみられる。

以下に他都市におけるネーミングライツの導入事例の中で、それぞれ特徴的な事例を紹介する。

### ① ベイクォーターウォーク【横浜市】（愛称）

|            |                                  |
|------------|----------------------------------|
| 正式名称       | ポートサイド人道橋（歩道用専用橋）                |
| 所有者        | 横浜市                              |
| 命名権を取得した団体 | 三菱倉庫株式会社                         |
| 期間・費用      | H21. 12～H26. 11（５年間）<br>800 万円/年 |

【特徴】いわゆる道路施設にネーミングライツを導入した事例。比較的小さな行政財産であるため、1年あたりの契約金額も安価である。

また、全国初の提案募集型ネーミングライツの事例であり、応募団体から、従業員によるクリーンアップキャンペーンや当施設に設置する愛称版のデザイン提案などが行われた。

※提案募集型ネーミングライツ…横浜市が策定している、平成20年10月『ネーミングライツ導入に関するガイドライン』に定められる、対象施設も含めて企業等から提案を募集する手法。

## ② ドゥ アメニティ新横浜駅前 トイレ診断士の廁堂【横浜市】（愛称）

|            |                                                       |
|------------|-------------------------------------------------------|
| 正式名称       | 新横浜駅北口駅公衆トイレ                                          |
| 所有者        | 横浜市                                                   |
| 命名権を取得した団体 | アメニティ                                                 |
| 期間・費用      | H23.10～H26.10（3年間）<br>物品・役務の提供（トイレの衛生設備や維持管理などに要する費用） |

【特徴】対価を金銭でなく、設備の設置・役務の提供として設定した事例。

具体的には、

- ・設備の設置…和式から洋式便器への交換工事, LED 照明器具取付け等,
- ・役務の提供…便器・洗面台・壁面洗浄, 定期パトロール, 日常トイレ清掃員へのアドバイス等を対価とする。

全国初・市内中小企業による地域貢献型ネーミングライツの事例で、①と同様に、提案募集型ネーミングライツにより決定した。地元企業が、ネーミングライツを通じて自社事業と関連する公共施設の維持管理を支援する地域貢献型のネーミングライツである。

### 【実施前の写真】



【実施後の写真】



※画像…横浜市 HP より

③（駅名）南公園前（I K E A 前）【神戸市】（愛称）

|            |                                                                                   |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| 正式名称       | 神戸新交通ポートアイランド線・南公園駅                                                               |
| 所有者        | 神戸新交通株式会社                                                                         |
| 命名権を取得した団体 | イケア・ジャパン株式会社                                                                      |
| 期間・費用      | H23.7～H26.7（3年間）<br>150万円/年＋現物提供<br>（構内トイレのバリアフリー化等改装・コンコース及びホームの壁装飾・駅構内使用調度品の提供） |

【特徴】 契約に金銭と現物提供を併せた事例。命名権を取得した団体にとって、契約金額が安価なことに加え、車内アナウンス、車両の内装や装飾等も含めた宣伝効果もある。

神戸新交通株式会社が、市民が親しみやすく利用しやすい駅づくりのため、「副」駅名として企業名や店舗・施設名等を命名するスポンサーを募集したもの。

【車両の内装】



※画像…I K E A オフィシャルブログより

#### ④ ロームシアター京都【京都市】（愛称）

|            |                         |
|------------|-------------------------|
| 正式名称       | 京都会館                    |
| 所有者        | 京都市                     |
| 命名権を取得した団体 | ローム株式会社（本社：京都）          |
| 期間・費用      | <b>50 年間 52 億 5 千万円</b> |

【特徴】 契約期間が長期にわたり，かつ金額が大きい事例。他では類を見ない。名称の定着が見込め，名称の変更に伴う看板の変更等にかかる費用や作業が生じにくいメリットがある。

京都会館は京都の舞台芸術を中心とした多彩な文化活動が繰り広げられる「文化の殿堂」として昭和35年（1960年）に開館した。府内唯一の2,000席を超えるホールを有する会館として，様々な文化活動が行われていた。

ローム株式会社は,京都市との契約に基づき再整備後 50 年間にわたる京都会館のネーミングライツを取得し，『「京都会館」はこれまで 50 年間にわたり京都の文化の殿堂として京都市民に親しまれてきた貴重な文化財産であり，京都市に本社を置き，継続的に社会貢献としての文化支援活動を行うロームとして，「ロームシアター京都」が市民に愛され，文化の殿堂として日本を代表する施設となることを願っている』としている。

#### 【外観図】



※画像…京都岡崎魅力づくり推進協議会 HP より

### 3 福岡市におけるネーミングライツの現状

#### (1) 福岡市での導入事例

##### ① レベルファイブスタジアム

|            |                             |
|------------|-----------------------------|
| 正式名称       | 博多の森球技場                     |
| 所有者        | 福岡市                         |
| 命名権を取得した団体 | 株式会社レベルファイブ                 |
| 期間・費用      | H23.3 更新（3年間）<br>3,675 万円/年 |



※画像…福岡市 HP より

##### ② 福岡 ヤフオク！ドーム

|            |                              |
|------------|------------------------------|
| 旧名称        | 福岡ドーム                        |
| 所有者        | 福岡ソフトバンクホークスマーケティング株式会社      |
| 命名権を取得した団体 | ヤフー株式会社                      |
| 期間・費用      | H17.3（5年間）25 億円※現在はソフトバンクが買収 |



※画像…福岡市 HP より

## （２）福岡市広告事業実施マニュアル

福岡市では、市民サービスの維持・向上を図るための新たな財源確保手法として、「福岡市広告事業実施マニュアル」（平成 19 年 4 月策定，平成 25 年 6 月第 3 版）を定めている。

マニュアルは、第 1 章「福岡市広告事業拡充に関する基本方針」、第 2 章「福岡市広告事業実施要綱，実施要領，審査委員会」、第 3 章「各広告媒体への広告掲載又は提出に関する事務取扱い」の 3 章で構成されている。

第 3 章の 4 「ネーミングライツ（施設命名権）の導入手順，関係様式」において、ネーミングライツ導入にあたっての手順（業務フローや事務手続き等）や、ネーミングライツ応募申込書や選定委員会設置要綱や協定書の例示など，詳細に示されている。

しかしながら，当該マニュアルは「広告事業」により「財源を確保」することを主たる目的としており，本研究では，幅広くネーミングライツを福岡市の施策向上の一助として多角的に活用するため，次章以降において，新たな提言を行っていく。

## 第三章 ネーミングライツの新たな活用法

これまで，ネーミングライツの歴史や，他都市，福岡市における導入事例等を紹介してきた。ネーミングライツは，一般的に施設の名称等を変更する対価として主に金銭を求めるものであり，一部は対価として施設の維持管理などの労務の提供を求める事例があるものの，いずれも収入の確保や運営費用の低減などコスト面での目的が主である。

しかしながら，スポンサーの確保は景気の動向にも左右されやすく，また，施設の看板等の変更，スポンサー企業の倒産等のリスク管理も含めた複雑な契約等からか，福岡市役所においてネーミングライツの導入事例は少ない状態である。

行政の大切な役割の一つとして，住民の福祉を向上させる施策の実現を図るとともに，その実施にあたっては最少の経費で最大の効果を得ることが求められる。

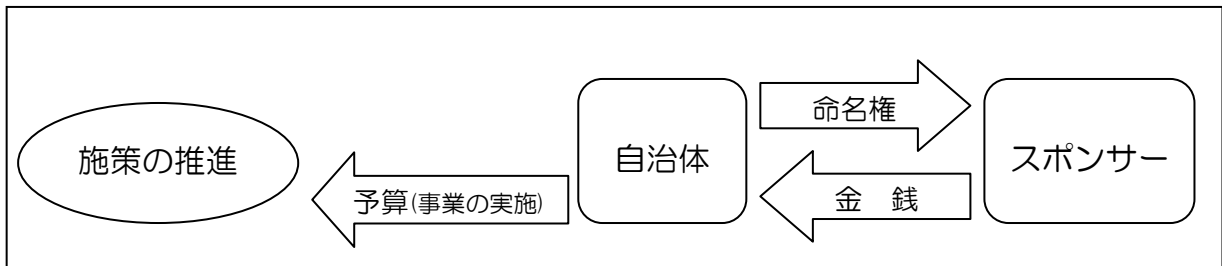
当然，施策の実現には一定の予算措置が必要となるが，現在福岡市を取り巻く財政状況は厳しいのが現実である。

福岡市が保有している施設は全国的に見れば著名の多いとはいえず，今まで紹介してきた金銭面の対価を目的としたネーミングライツによって，事例のような効果を期待することは難しく感じられる。

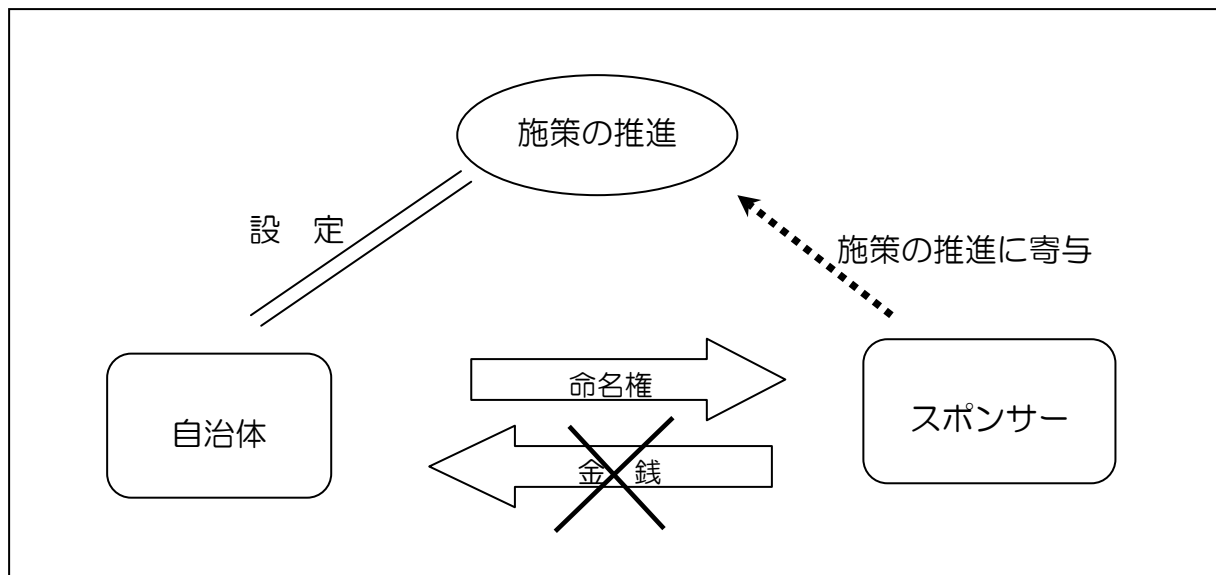
一方で，ネーミングライツを利用することは，財政上，効果的な手法であることには間違いないので，使う予算を削減し福岡市が掲げる施策の実現の一助とすることができれば，通常の金銭等を対価とするネーミングライツと同様の効果を得ることができるのではないかと考えた。

そこで我々は，ネーミングライツの新たな利用法について検討を行った結果，収入の確保や経費の削減をネーミングライツの主な目的とせず，福岡市の施策を推進するための手段としてネーミングライツを活用する方法を提言する。

## 従来型ネーミングライツ



## 新たなネーミングライツ活用案



## 第四章 提言

福岡市の施策を推進するための手段としてネーミングライツを活用するとは、具体的には、福岡市が実施している各種施策の実現に寄与するスポンサー等に対し、福岡市が命名権を持つ施設等の名称を付与する権利を無償（又は実費分負担）で一定期間譲渡することで、施策の推進を促すものである。スポンサー側は市の施策に合致することで広告料等の負担なく広告効果を得ることができ、市側はスポンサーの協力を得て、本来なら施策の推進に必要な事業費を削減することができるというメリットがある。

従来のネーミングライツとの大きな違いは、これまではネーミングライツによる施設名称の広告効果が支払う対価と釣り合うかどうかの判断を企業側に求めていたことに対し、施策推進のためのネーミングライツは、施設名称の広告効果と施策推進の効果が釣り合うかどうかの判断を行政側が行う必要があり、適切な運用と効果を見定める能力が行政に求められることになると思われる。

以下に各種施策とネーミングライツの導入案を①まちの魅力向上型、②集客型、③労働環境向上型の類型別に記載するが、これについては、あくまで例示であり、実際に運用する際には、関係各部署との密な協議の上、決定されることを想定している。

### 【①まちの魅力向上型】

効果：経済活動を主たる目的としない公共の福祉に帰する施策や事業について、市民や地元企業の意識啓発をし、公共の福祉が増進され、住みやすいまちづくりをめざす。

#### ○防災ネーミングライツ

|             |                                       |
|-------------|---------------------------------------|
| 施策目的        | 防災施策の推進                               |
| ターゲット（対象企業） | 自主防災組織                                |
| 名称を付与するもの   | 消防車や救急車等の愛称                           |
| 効果          | 自主防災に対する意識啓発。結果として安全・安心なまちづくりに寄与すること。 |
| 選定基準の種類     | 災害に対する備えに対してポイントで評価                   |

#### ○環境ネーミングライツ

|             |                                  |
|-------------|----------------------------------|
| 施策目的        | 環境施策の推進                          |
| ターゲット（対象企業） | 各団体や企業                           |
| 名称を付与するもの   | ごみ処理施設等の名称                       |
| 効果          | 環境問題に対する意識啓発                     |
| 選定基準の種類     | 排出ごみの量の少なさ、CO <sub>2</sub> 削減の取組 |

○超高齢化社会ネーミングライツ

|             |                               |
|-------------|-------------------------------|
| 施策目的        | 高齢者施策の推進                      |
| ターゲット（対象企業） | 地元企業                          |
| 名称を付与するもの   | 高齢者乗車券等の名称                    |
| 効果          | 超高齢化社会を迎え，高齢者が生き生きと暮らす福岡市を目指す |
| 選定基準の種類     | 定年退職後の従業員の再雇用率等を評価            |

○健康ネーミングライツ

|             |                                     |
|-------------|-------------------------------------|
| 施策目的        | 健康増進施策の推進                           |
| ターゲット（対象企業） | 地元企業                                |
| 名称を付与するもの   | よかろーもん等の名称                          |
| 効果          | 特定健診の受診率を向上させるなど，市民の健康に対する意識を啓発するもの |
| 選定基準の種類     | 企業社員の特定健診受診率                        |

○地域密着ネーミングライツ

|             |                              |
|-------------|------------------------------|
| 施策目的        | 市民との共働によるまちづくり               |
| ターゲット（対象企業） | 学校，企業等の団体                    |
| 名称を付与するもの   | 市が保有する公園など                   |
| 効果          | 市民，団体等の地域への参画の推進，地元地域への愛着の増加 |
| 選定基準の種類     | 清掃や植樹などの地域貢献活動               |

【②集客型】

効果：企業や観光客などの経済資源を市外から獲得することで，市内の経済が活性化し，ひいては増収，雇用状況の改善等に資する。

○企業誘致ネーミングライツ

|             |                                                      |
|-------------|------------------------------------------------------|
| 施策目的        | 福岡市へ新たな企業を誘致する                                       |
| ターゲット（対象企業） | 福岡市へ進出していない企業                                        |
| 名称を付与するもの   | 進出企業の前の道路名称など                                        |
| 効果          | 企業側：福岡市への進出に際して，企業PRの効果<br>福岡市側：企業誘致の促進による経済活性化及び税収増 |
| 選定基準の種類     | 従業員数，資本金，新規雇用者数                                      |

○観光客誘致ネーミングライツ

|             |                                  |
|-------------|----------------------------------|
| 施策目的        | 観光客誘致                            |
| ターゲット（対象企業） | 主にアジアを中心とした外国企業                  |
| 名称を付与するもの   | 観光地等の施設名称                        |
| 効果          | 観光の目的地とすることで、観光客を誘致することで得られる経済効果 |
| 選定基準の種類     | 評価委員会等で選定                        |

【③労働環境向上型】

効果：労働環境を向上させることによって、雇用を確保し、働きやすいまちをめざす。

○男女共同参画ネーミングライツ

|             |                           |
|-------------|---------------------------|
| 施策目的        | 男女共同参画施策の推進               |
| ターゲット（対象企業） | 地元企業                      |
| 名称を付与するもの   | アミカス等の名称                  |
| 効果          | 女性の活躍推進をPRし、定着させる。        |
| 選定基準の種類     | 従業員の女性の管理職割合や、育児休業取得率等を評価 |

○介護ネーミングライツ

|             |                                           |
|-------------|-------------------------------------------|
| 施策目的        | 介護施策の推進                                   |
| ターゲット（対象企業） | 地元企業                                      |
| 名称を付与するもの   | 介護施設等の名称                                  |
| 効果          | 介護休業に対しての意識啓発をすることで、老後も安心して住むことができる都市を目指す |
| 選定基準の種類     | 介護休業取得率                                   |

○企業誘致ネーミングライツ（②集客型と同様）

## おわりに

第四章において、福岡市の施策を推進するための手段としてのネーミングライツの具体的な導入案を提言した。

我々の考える新しい手法のネーミングライツは個々の施策の推進に留まらず、それぞれのネーミングライツを導入することにより、①のまちの魅力向上型では、公共の福祉に帰する施策や事業に関して市民や地元企業の意識啓発をし、公共の福祉が増進され、生活をする人たちにとっての「住みたい」まち、②の集客型では、市内の経済が活性化するとともに、税収、雇用等が増え、活気ある魅力的な都市である「行きたい」まち、また、③労働環境向上型では、労働環境を向上・雇用の確保をすることによって、若者から高齢者まで年齢問わず「働きたい」まちの実現に繋がるものである。

これらは、昨年度、約25年ぶりに策定された「福岡市基本構想」の中で、福岡市が目指す都市像として掲げている「住みたい、行きたい、働きたい。アジアの交流拠点都市・福岡」の実現に繋がる画期的なスキームになるのではないかと考える。

今までの考え方に捉われず、柔軟な発想を心掛け、新しい手法のネーミングライツを考察してきた。我々の考えた新しい手法のネーミングライツが机上の空論で終わらずに今後の福岡市の施策推進の一助になる事を願う。

## 第1班「ネーミングライツの活用による施策の推進」講評

(1) 「ネーミングライツ」というテーマ設定において、何を研究するのか、まずこの点が注目された。通常、「ネーミングライツ」と聞けば、財政目的、つまりこれでいかに財政収入を上げるかが目指されるのではないかと予想された。もちろん、これは地方自治法の基本的考え方である「限りある資源で最大の成果を」(同法2条14項)の要請にも即している。財源のより効率的な調達という点であるいは「政策財務」と称してよいのかもしれない。しかし、第1班は、財政という枠にとどまることなく、ネーミングライツという手段を使って福岡市の目指すまちづくりに一役買えないかと考えた。研究初期の段階ではありながら、実はこの点が、その後の研究方向を決める、最大のターニングポイントであったと目され、第1班のこの着眼、この方向選択に対して賛辞は惜しまれない。

(2) きっかけは横浜市の事例に触れたことによると聞く。ネーミングライツに関する様々な各地の事例を豊富に収集・把握したなかで、「維持管理そのもの」を対価とする横浜市の事例が第1班の目にとまったという。ネーミングライツが、地元の人たち自身の手で公の施設の管理をよりよく行うインセンティブとなり、これを通じて地元の人たちが地域貢献できるという、この現象への着目が、ネーミングライツのまちづくりへの活用のアイデアとつながり、最終的にネーミングライツを手段に福岡市の政策体系と整合させながら特定の政策実現に役立てるという発想に至っている。「政策財務」ならではの取り組みとなっている。

(3) 政策実現にネーミングライツを活用してみても、というこの発想を、広く各部局に投げかけるためには、できるだけわかりやすく目的別に類型化するという手法を採用している。①「まちの魅力向上型」、②「集客型」、③「労働環境向上型」なるメニュー化は、一目で政策目標を伝えるものであり、こうした「クラスター」の利用は大きなインパクトをもつとともに、この研究及び提言における特徴をなしており、豊かな発想として高く評価できる。

(4) ネーミングライツそのものが100年前の誰かのアイデアであるように、ネーミングライツをどのように地域政策に活用していくかは、一にも二にもアイデアの勝負といえる。なるほど、それでたちまち効果をもたらすケースもなくはないであろうが、間接的効果の積み重ねによるというケースも多いと推測される。当該政策目標自体の性格にもよるが、課題は、新規なアイデアをどれだけ拾い、成果が出るまでいかに寛容するか、トップの度量の問題とも関連する。斬新な研究成果といえよう。

(石森久広)

# 福岡市「見守りカメラ」の適正な設置及び 運用に関する条例の制定について（提言）

平成 25 年度政策法務研修 第 2 班

岩室 淳子

河口 聡志

中村 佳代

堀 譲一

松崎 聖人

はじめに いまなぜ防犯カメラに関する条例なのか

## 第 1 現状分析

- 1 福岡市における犯罪の現状等
- 2 防犯カメラに関する施策
- 3 防犯カメラに関する学説・判例

## 第 2 条例の位置づけと方向性

## 第 3 福岡市「見守りカメラ」の適正な設置及び運用に関する条例（案）

## はじめに いまなぜ防犯カメラに関する条例なのか

平成 23 年度市政アンケート調査によれば、福岡市が取り組むべき防犯対策のトップは防犯カメラの設置・普及となっている。

「防犯カメラ」とは、犯罪を防止する目的で公共の場所に向けられたカメラをいい、映像の記録機能や高い解像性能、ズームや暗視機能などの様々な機能を備えている点で「監視カメラ」とは異なる。

防犯カメラ設置により犯罪防止の効果が一定程度期待できると考えられており、福岡市でも地域における防犯カメラ設置に対し要綱を定め、補助金による助成を行っている。これまでのところ、この補助金制度によって地域の防犯カメラの設置について一定の効果が上がっている。

一方、防犯カメラについてはプライバシーの侵害や画像の悪用等を憂慮する声もあるが、上記のように要綱が定められているにすぎないため、プライバシーの問題等に十分配慮できる状況とはいえない。

他都市では防犯カメラ設置等に関する条例を制定している事例もあるが、福岡県においてはガイドラインを定めるにとどまっている。

本研究では、防犯カメラの設置、画像の管理等の適切なあり方について、条例制定の可否も含め検討を行った。

## 第1 現状分析

### 1 福岡市における犯罪の現状等

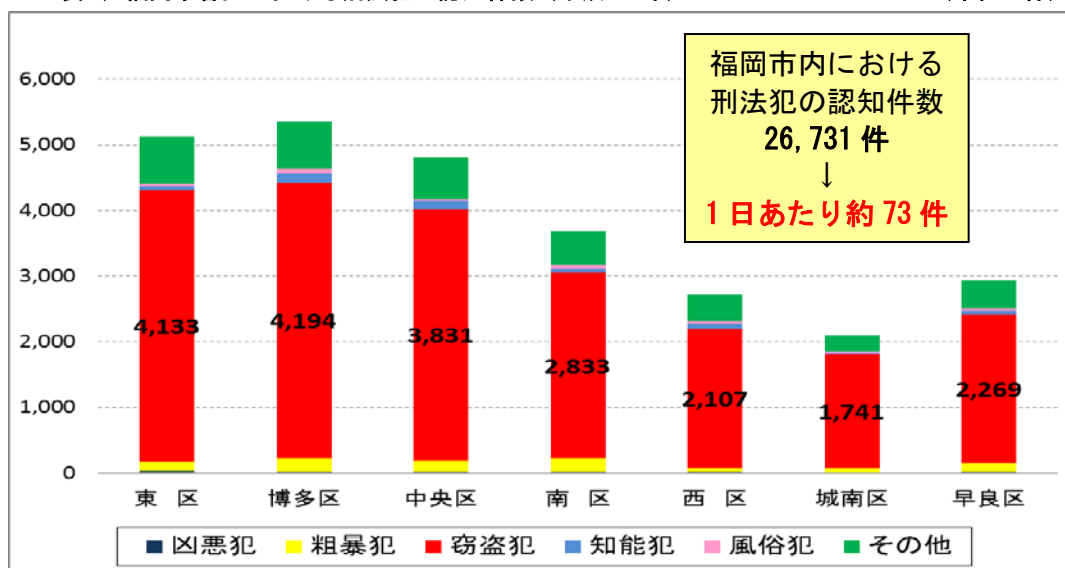
#### (1) 福岡市における犯罪の現状

福岡県警察が公表している統計情報によると、平成24年中の福岡市内における刑法犯の認知件数は26,731件となっており、1日当たりの件数にした場合、約73件であった（表1）。

また、認知された刑法犯の約8割を窃盗犯が占めるという状況であった。

表1 福岡市各区における刑法犯の認知件数（平成24年）

（単位：件）



<福岡県警察統計情報より>

#### (2) 他の政令指定都市との比較

平成22年中の政令指定都市における人口千人当たりの刑法犯の認知件数（街頭犯罪）を比較してみると（表2）、福岡市における認知件数は、①自転車盗、②オートバイ盗、③自販機ねらい、④空き巣及び⑤ひったくりの項目全てでワースト5に入るといった状況にあった。

表2 政令指定都市における人口千人あたりの認知件数ワースト5

（単位：件）

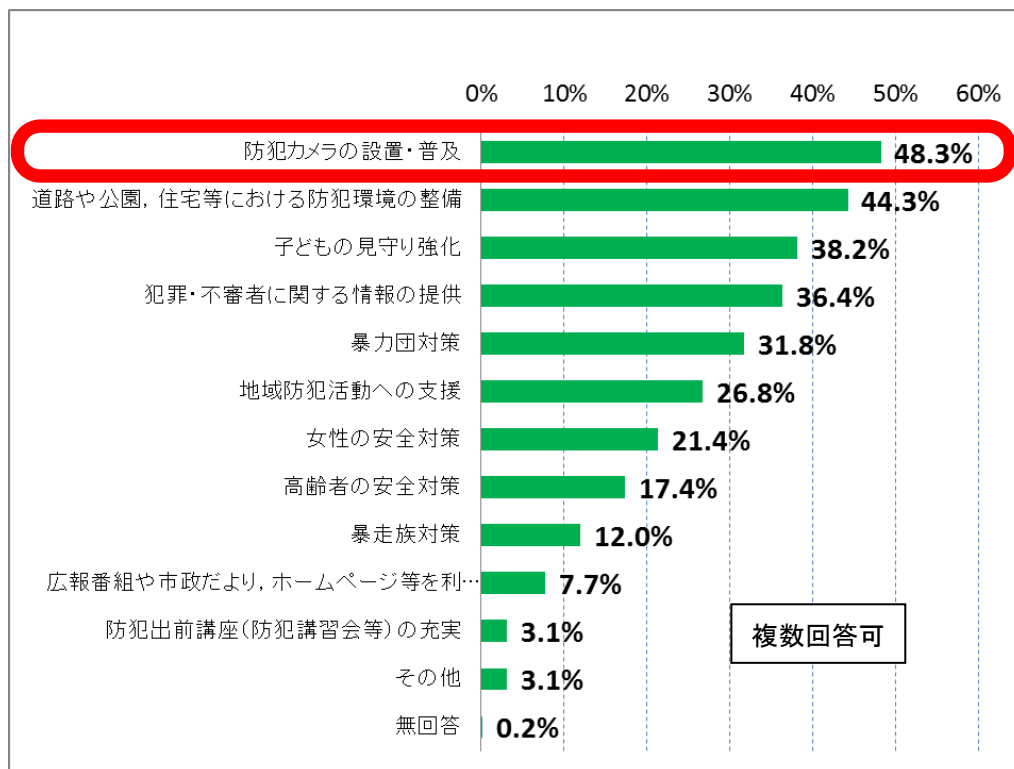
| 順位 | 自転車盗 |       | オートバイ盗 |       | 自販機ねらい |       | 空き巣   |       | ひったくり |       |
|----|------|-------|--------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|
|    | 市名   | 千人あたり | 市名     | 千人あたり | 市名     | 千人あたり | 市名    | 千人あたり | 市名    | 千人あたり |
| 1  | 大阪市  | 5.56  | 福岡市    | 2.10  | 名古屋市   | 0.34  | 名古屋市  | 1.22  | 名古屋市  | 0.47  |
| 2  | 福岡市  | 5.43  | 神戸市    | 1.51  | 福岡市    | 0.30  | 堺市    | 0.72  | 千葉市   | 0.44  |
| 3  | 千葉市  | 5.21  | 京都市    | 1.45  | 北九州市   | 0.28  | 福岡市   | 0.63  | 大阪市   | 0.38  |
| 4  | 京都市  | 4.99  | 相模原市   | 1.14  | 新潟市    | 0.28  | さいたま市 | 0.56  | 京都市   | 0.32  |
| 5  | 岡山市  | 4.95  | 堺市     | 0.97  | 大阪市    | 0.25  | 大阪市   | 0.56  | 福岡市   | 0.29  |

<福岡市防犯のまちづくり推進プランより引用>

### (3) 市政アンケート（防犯関係）の結果について

平成 23 年 6 月に実施された市政アンケートによると、福岡市が取り組むべき防犯施策として、「防犯カメラの設置・普及」が 48.3%を占め、市民が最も必要としている防犯施策であることが判明した。

表 3) 福岡市が取り組むべき防犯施策について



<福岡市防犯のまちづくり推進プランより引用>

## 2 防犯カメラに関する施策

### (1) 福岡県の取組み

～福岡県防犯カメラの設置及び運用に関するガイドライン～  
対象者が防犯カメラの設置・運用において配慮すべき事項をとりまとめたもの

- 目的：防犯カメラの有用性とプライバシーの保護との調和を図り，防犯カメラ設置者が防犯カメラを適切かつ効果的に活用できるようにすること。
- 対象者：福岡県民すべて（個人，事業者問わず。観光客含む。）
- 内容：設置目的の設定と目的外利用の禁止，設置範囲の設定，撮影された画像の適正な管理，画像提供の制限，苦情への対応等。
- 開始：平成 19 年 8 月
- 現状：設置台数等 不明

## (2) 福岡市の取組み

### ～「街頭防犯カメラ設置補助金制度」～

対象団体が街頭防犯カメラを設置する際、福岡市が設置費用の一部を助成する制度

- 目的：犯罪の抑止効果や犯罪が発生した時の犯人の特定及び検挙に効果のある街頭防犯カメラの設置費用の一部を助成し、犯罪のない安全で住みよいまちづくりに向けた取り組みを支援すること。
- 対象者：自治協議会、自治会・町内会、その他市長が認める団体
- 内容：カメラ機器購入費用や設置工事に係る経費、カメラ設置を示す表示板等の設置に係る経費の 75%以内、1 台につき 30 万円までの費用を、福岡市が助成する。  
※保守費用、維持管理費は補助対象外。  
※最低 5 年間の運用、設置の表示など遵守項目が多数ある。
- 開始：平成 24 年 7 月 1 日
- 現状：平成 24 年度 16 団体に補助。64 台設置。  
※平成 25 年度は 4 月～6 月に事前協議申請を受け付け、10 月 11 日現在で 54 台分の申請を受理。

### 補助金制度所管課（市民局生活安全部生活安全課）担当職員のコメント

- ◆犯罪のない安全で住みよいまちづくりには、防犯意識の向上のための広報啓発や、地域の防犯活動支援などソフト面の施策と併せて、犯罪の起きにくい環境整備・ハード面の施策を推進していくことが重要。
- ◆福岡市の犯罪情勢が憂慮すべき状況にあることを踏まえ、犯罪の抑止効果、犯人の特定・検挙に高い効果のある防犯カメラの普及を速やかに図っていく必要があることから、平成 24 年度に街頭防犯カメラ設置補助制度を設けた。
- ◆福岡市が主体的に設置して欲しいというご意見があることは十分に承知しているが、市としては、防犯環境の整備に積極的に取り組もうとされる地域のニーズに応えていくよう補助金制度による防犯カメラの設置を推進しているところである。
- ◆防犯カメラの設置個所については、犯罪の抑止、少年非行の防止、通学路の安全確保などの観点から、設置主体である地域自らが定めるものであるが、事前に現地（設置予定箇所）において、市の担当職員と警察官も一緒になって、設置の効果やプライバシー保護について確認・協議の上、決定をしている。
- ◆設置された防犯カメラの管理運用については、県が定めたガイドラインに

基づき、福岡市街頭防犯カメラ設置補助事業管理運用要綱を定めており、プライバシーの保護に配慮した適正な管理運用の徹底を図っている。

### (3) 他市町村の取組み

#### ① 全体の方向性（下表参照）

本研究において調査したところ、「条例」を定めているのは東京都杉並区、東京都世田谷区、東京都三鷹市、東京都狛江市、東京都福生市及び千葉県市川市であった。

| 施行日     |          | 杉並区(東京都)<br>H16.7.1                    | 市川市(千葉県)<br>H17.7.1                       | 狛江市(東京都)<br>H25.4.1                              |
|---------|----------|----------------------------------------|-------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| 定める内容   | 届出義務者    | 対象者<br>杉並区、商店会、町会・自治会等                 | 市、指定管理者、商店会、町会、自治会、鉄道事業者など                | 市、指定管理者、商店会、町会、自治会、鉄道事業者など                       |
|         | 対象場所     | 道路、公園など多数の者が来集する場所                     | 公共の場所(道路、公園、広場その他規則で定める不特定多数の者が自由に利用する場所) | 公共の場所(道路、公園、広場その他規則で定める不特定多数の者が自由に利用する場所)        |
|         | 設置者の義務   | 設置していることの明示                            | 設置していることの明示                               | 設置していることの明示                                      |
|         |          | 管理責任者の設置                               | 管理責任者の設置                                  | 管理責任者の設置                                         |
|         |          |                                        |                                           | 対象区域は必要最小限                                       |
|         |          |                                        |                                           | 業務を外部委託する場合は、受託者に責務を遵守させる                        |
|         | 適正管理義務   | 設置基準を定める                               | 設置基準を定める                                  | 設置基準を定める                                         |
|         |          | 得た情報の守秘                                | 得た情報の守秘                                   | 得た情報の守秘                                          |
|         |          | 画像加工の禁止                                | 画像加工の禁止                                   | 画像加工の禁止                                          |
|         |          | 画像の安全管理のために必要な措置をとること                  | 画像の安全管理のために必要な措置をとること                     | 画像の安全管理のために必要な措置をとること                            |
| 定める内容   | 画像の管理    | 撮影された本人から開示を求められた場合は、当該画像を開示するよう配慮すること | 撮影された本人から開示を求められた場合は、当該画像を開示するよう配慮すること    | 撮影された本人から開示を求められた場合は、当該画像を開示するよう配慮すること           |
|         |          |                                        |                                           | 管理責任者は防犯カメラ取扱者を指定し、当該防犯カメラの操作を他の者にさせない           |
|         |          | 本人の同意がある場合                             | 本人の同意がある場合                                | 本人の同意がある場合                                       |
|         |          | 法令に定めがある場合                             | 法令に定めがある場合                                | 法令に定めがある場合                                       |
|         | 目的外使用の条件 | 生命、身体又は財産に対する危険を避けるため、緊急かつやむを得ない場合     | 生命、身体又は財産に対する危険を避けるため、緊急かつやむを得ない場合        | 生命、身体又は財産に対する危険を避けるため、緊急かつやむを得ない場合               |
|         |          |                                        |                                           | 提供を受ける相手方に下記事項を遵守する旨を記載した文書を提出させること              |
|         |          |                                        |                                           | ①適正管理、②目的以外の利用及び第三者への無断提供、③目的達成後は速やかに記録媒体を廃棄すること |
|         |          |                                        |                                           |                                                  |
|         | 苦情処理     | 適切な対応がされなかった場合には、区長に苦情を申し立てることができる。    | 適切な対応がされなかった場合には、市長に苦情を申し立てることができる。       | 適切な対応がされなかった場合には、市長に苦情を申し立てることができる。              |
|         |          | 是正勧告に従わない場合は、その旨を公表できる                 | 是正勧告に従わない場合は、その旨を公表できる                    | 是正勧告に従わない場合は、その旨を公表できる                           |
| 運用状況の公表 | 運用状況の公表  |                                        | 年1回以上                                     | 年1回以上                                            |

各市町村が定めた条例の内容を細かく見ていくと、3つの共通点を見出すことができる。それは、

■市町村や商店会、自治会などが公共の場所に向けて設置する防犯カメラについて定めている。

■多少の文言は異なっているものの、設置者の義務、画像の適正管理（守秘義務、加工の禁止、安全管理等）、目的外使用の条件について規定して

いる。

■当該条例に従わない防犯カメラ設置者に対しては、首長が是正勧告できることを定めている。

ことである。民間企業や個人が設置するものは対象とはなっていない。

また、政令指定都市で条例を定めているところはなく、防犯カメラの取扱いについて「ガイドライン」や「指針」にとどめているところがほとんどであった。

## ② 特徴

東京都では多くの市町村及び特別区が防犯カメラ設置及び運用についての条例を定めている。

このことは「東京都安全・安心まちづくり条例」に基づき、防犯カメラなど防犯設備の設置費や、防犯パトロールに使用するベストなど装備品の購入等に係る経費について、地元自治体（区市町村）の補助金に加え、東京都が最大 50%を補助する制度が定められていることが関係しているのではないかと考えられる。

市川市と狛江市は年 1 回以上の運用状況の公表（公表内容は防犯カメラの設置台数や違反者への指導・勧告の件数、苦情の件数等）を定めており、市川市については市のホームページで公表内容が確認可能となっている。

加えて、条例に従わない場合に首長が是正勧告できる規定を共通して置いていることは前述のとおりであるが、当該勧告に従わなかった場合にそのことを公表できる規定を置いているのは杉並区、市川市及び狛江市のみである。

なお、今年度に制定された狛江市の条例においては、画像の管理や目的外使用の条件について詳細に定められている。

## (4) 国外諸国の取組み

### ① 全体の方向性

- ・殺人事件や無差別テロ等の事件の解決につながっていることが、国外諸国が防犯カメラ設置を行っている最大の要因といえる。
- ・公の場所にカメラを設置することに関しては、プライバシー権の侵害が懸念されているが、国民としてはカメラを設置することによる安全・安心な社会の構築への期待感の方が大きいものと考えられる。

### ② 各国の特徴

#### ア イギリス（防犯カメラの名称：CCTV システム）

街頭防犯カメラ大国。国内 420 万台（全世界の約 20%）。

◆『犯罪及び秩序違反法』とパートナーシップ制度による対策

##### 犯罪及び秩序違反法

- ・犯罪予防に関する関係機関の協力や責任
- ・犯罪予防に関する犯罪行動の禁止命令
- ・少年犯罪の予防に関する責務

##### パートナーシップ制度

上記の「関係機関の協力や責任」の規定を受けて、警察及び自治体の

協働による「パートナーシップ制度」が導入され、現在イギリス全体で 373 のパートナーシップが構築されている。

◆ CCTV システムの導入（設置目的）

- ・ 事件発生時における犯人の検挙
- ・ 各種犯罪の抑止
- ・ 地域の環境浄化
- ・ 行政サービス向上のための実態把握
- ・ 安全で円滑な運行管理（鉄道やバス、空港等の公共交通機関が設置）

◆ 「データ保護法」によるプライバシー保護の徹底がなされており、防犯カメラが数々の凶悪事件の解決に重要な役割を果たしたことから、国民には広く認知されている。

イ フランス（防犯カメラの名称：監視ビデオシステム）

監視ビデオシステム設置について法律（95 年法第 10 条）で規定されている。

◆ 規定内容

- ・ 監視ビデオシステム設置主体及び設置目的
- ・ 設置手続
- ・ 収録情報の管理及び保存
- ・ 収録情報の保存期間
- ・ 公衆への情報提供
- ・ 利害関係人の権利

◆ 設置効果

犯罪抑止効果、警察の現行犯逮捕の件数増加、容疑者逮捕までの時間短縮、テロ防止等の効果があるとされる。

ウ 中国（防犯カメラの名称：公共安全ビデオ画像情報システム）

公共の場所に監視カメラを認める法令が、全国一律に規制できるものとしては存在しないが、行政（省、直轄市など）に対し、地方性法規の制定権が与えられており、その地方性法規で監視カメラの設置を義務付けているものがある（北京市及び遼寧省）。プライバシー権の保護については、中華人民共和国侵權責任法に規定されている。

また、遼寧省では情報提供に対する奨励制度も設けられている。

公共安全ビデオ画像情報システムを使用する事業体は、重大な刑事事件又は治安事件を解決するために、重要な証拠及び手がかりを提供するか、又はその他の顕著な貢献があるとき、関連部門は事業体及び関係職員に顕彰又は奨励を与えなければならない

※「遼寧省公共安全ビデオ画像情報システム管理方法」抜粋

エ アメリカ

監視カメラに係る法令が整備されているのはワシントン D. C. などの一部に限られるが、監視カメラ導入による犯罪発生率が低下したとの報告

があり、犯罪予防や犯人逮捕等に一定の効果があるとされている。

→市民の反応も良好

好意的な態度 71% , 反対 25%

(※2007年「街頭監視カメラ設置」に関する世論調査結果)

### 3 防犯カメラに関する学説・判例

#### (1) 反対論

- ① 人のプライバシー権が侵害されるおそれがある。
- ② 市民の表現の自由、思想良心の自由を委縮させるおそれがある。
- ③ 監視社会化が進むおそれがある。
- ④ カメラは低所得層等を監視するものであり、街頭犯罪対策と理解するとしても、犯罪の原因を個人に還元しており、社会経済の制度的な原因・矛盾を放置する場合には効果をもたらさない。

#### (2) 容認論

- ① 公的空間では、プライバシー保護は元々限界があり、プライバシーとセキュリティの両立は困難。犯罪の予防のためには、個人情報収集と保管が相当の程度で認められるべき(特に、情報通信技術が発達した社会では)。
- ② 日本の現在の犯罪状況。警察官の増員が望めない。
- ③ 裁判員裁判に伴う一層の客観的立証の要請。捜査の負担軽減と迅速化・効率化。
- ④ 犯罪の事前的予防はコストが高く、より広範囲の人々の自由・権利を広く薄く侵害・制約するとしても、それと引き換えに事後的処罰に過重な負担がかけられることがなくなる。

#### (3) 判例

監視用テレビカメラ撤去等請求事件 (大阪地裁平成6年4月27日判決)

##### ◆事件の概要

日雇い労働者の街として知られる大阪市西成区「あいりん地区」において犯罪が多発し、また過去暴動等が発生していたことから、大阪府警察が街頭に15台のテレビカメラを設置して街の様子について情報収集しそれらの防止を図ってきたところ、同地区に住居を有しあるいは労働運動・宗教活動等に携わる原告らが「街全体を常時監視するようなカメラの設置により種々の人権が侵害されている」として、カメラの撤去と損害賠償を求めた事件。

##### ◆裁判所の判断

警察が情報収集活動の一環として公道上にテレビカメラを設置することは、基本的にはその裁量によるが、各種人権を侵害する可能性があるから、*i* 目的の正当性、*ii* 客観的具体的な必要性、*iii* 設置状況の妥当性、*iv* 設置使用の効果の存在、*v* 使用方法の相当性といった要件を充たすべきである。

→具体的には、

- ・個々のあるいは集団的な不法行為が行われやすい場所に設置されていること。
- ・それらを早期に把握し適切な対策を講じる必要があること。
- ・一元的かつ迅速な情報把握や管理は事態の収拾において効果があること。
- ・個人を識別・特定したうえ追跡的に監視するような使用がなされているとまでは認められないこと。

等を勘案し、テレビカメラの設置・使用は概ね上記基準を満たすと判断している。

公共の場所においても、みだりに個人に関する一定領域の事柄についての情報を取得されないことなどを内容とするプライバシーの利益が成立しうる。

→特徴として、プライバシーの利益を比較的広めに捉えたうえで、公道における犯罪予防目的の監視も、様態の如何によってはその侵害となりうるとした。

警察によって公道上に 15 台のテレビカメラが設置されたが、対象地区の状況から 15 台のうち 14 台の設置は許容されるが、1 台については、設置により得られる利益より侵害されるプライバシーの利益の方が大きいとして撤去が相当である。

◆撤去された 1 台とは

- ・過去に労働者団体の活動を監視する目的で別の場所から移動されたものであるが、現在はその監視の必要性が消滅していること。
- ・その労働者団体の監視以外にはその位置に設置しておく具体的な必要性が認められず、代替設置場所もあること。

等を総合考慮すると、その労働者団体の活動との関係で、現在の設置場所での使用は相当とはいえないとした。

## 第 2 条例の位置づけと方向性

防犯カメラは、凶悪事件の犯人特定の証拠となった事例も報道されるなど、国内外において犯罪が発生したときの犯人の特定、検挙及び犯罪の抑止に大きな効果があり、防犯カメラが持つ有用性は広く認知されている。

しかし、一方で、防犯カメラの設置は憲法によって保護されているプライバシー権を侵害するおそれや、市民の表現の自由を委縮させる可能性も孕むなど、与えるデメリットは少なくない。

その中で、福岡市においては「福岡市街頭防犯カメラ設置補助金制度」を設け、福岡県が示しているガイドラインに基づいたプライバシー権への配慮をしながら、地域による防犯カメラの設置を進めているところである。

本研究ではそのような現状を踏まえ、「プライバシー権等の保護」と「防犯カメラの有用性の活用」の両立をより確かなものとするため、さらには平成 24 年 4 月に策

定された「福岡市防犯のまちづくり推進プラン」の内容を実現するため、下記の項目を基本方針と定めて「福岡市見守りカメラの適正な設置及び運用に関する条例」を作成し、各条文の検討を行った。

なお、市民が親しみを持てるように、防犯カメラを「見守りカメラ」と表現することとする。

| 基本<br>方針 | 1 防犯に対する市民の自主性を醸成し、それを尊重する内容であること                                                                                                                              |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          | <p>「福岡市防犯のまちづくり推進プラン」にあるように、犯罪のない安全で住みよいまちづくりは、「自分のことは自分で守り、自分たちの地域は自分たちで守る」ことが原点である。見守りカメラの設置をひとつの手段として、防犯に対する市民の自主性を育むことができる内容とし、市民の自主性を尊重した条例とすることを目指す。</p> |

| 基本<br>方針 | 2 条例化によってプライバシーを始めとした市民の権利・自由を守ること                                                                                       |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          | <p>既存のガイドラインや要綱だけではプライバシー権等の市民の権利・自由を守ることは困難である。条例において「プライバシー権等の保護」への配慮を明確に示すことによって、「監視社会化」というような市民の不安を払拭することを狙いとする。</p> |

| 基本<br>方針 | 3 地域が活用しやすい制度にするとともに、カメラ設置を促進する制度を設けること                                                                   |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          | <p>条例を策定しても、利用されなければ意味がない。よって、市民が理解しやすいようできるだけ平易な条文とする。また、カメラ設置を促進するような「しかけ」を設け、より多くの市民が利用できる制度とすること。</p> |

## 福岡市「見守りカメラ」の適正な設置及び運用に関する条例（案）

### （目的）

第1条 この条例は、公共の場所に向けられた見守りカメラの適正な設置及び運用に資するため、見守りカメラを設置するものの遵守すべき義務等を定めることにより、市民等の権利及び自由を保護するとともに、見守りカメラの設置に係る費用の一部を市が補助することを定め、見守りカメラの設置促進を図ることにより、「地域のことは地域自らが守る」という自主性を尊重した犯罪や事故のない安全なまちづくりを推進することを目的とする。

第1条では、「福岡県防犯カメラの設置及び運用に関するガイドライン」（平成19年8月策定）及び「福岡市防犯のまちづくり推進プラン」（平成24年4月策定）の趣旨を踏まえ、本条例の目的を明確に規定しています。

また、本条例の特徴の1つとして、見守りカメラの設置促進の強化を図るため、「福岡市街頭防犯カメラ設置補助金制度」（平成24年7月～）をより充実させた補助金制度を新たに規定することとしています。

### （定義）

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

- (1) 見守りカメラ 公共の場所を撮影対象とし、犯罪の抑止及び事故の防止を目的として特定の場所に継続的に設置されるカメラであって、画像表示装置及び録画装置を備えるものをいう。
- (2) 画像 見守りカメラにより記録された画像であって、当該画像から特定の個人を識別することができるものをいう。
- (3) 公共の場所 道路、公園、広場その他の規則で定める不特定多数の者が利用する場所をいう。
- (4) 市民等 市内に居住し、勤務し、若しくは通学し、又は市内に滞在し、若しくは市内を通過する者（一時的な観光客を含み、国籍を問わない。）をいう。

第2条では、条文中に使用されている各用語を定義しています。

各用語については、具体的かつ平易な内容により説明することで、できるだけ理解しやすい条文にしました。

また、カメラに街頭犯罪抑止効果があることは広く知られるところですが、「見守りカメラ」はそれに留まらず、外壁への落書きといった軽犯罪防止や、現在問題視されている徘徊老人の探索等、その内包する効果が将来的に遺憾なく発揮しうるよう、設置目的を広く定義しています。

(設置主体及び設置運用基準の届出等)

第3条 見守りカメラを設置しようとするもので次の各号に掲げるものは、規則で定めるところにより、見守りカメラの撮影対象とする公共の場所の区域（以下「対象区域」という。）その他規則で定める事項を記載した見守りカメラの設置及び運用に関する基準（以下「設置運用基準」という。）を定め、その旨を市長に届け出なければならない。

- (1) 福岡市犯罪のない安全で住みよいまちづくり推進条例（平成 25 年福岡市条例第 65 号）第 2 条第 2 号に規定する地域団体
  - (2) 商店街振興組合法（昭和 37 年法律第 141 号）に基づく商店街振興組合及び商店街振興組合連合会
  - (3) 鉄道事業法（昭和 61 年法律第 92 号）第 7 条第 1 項に規定する鉄道事業者
  - (4) 市から事務又は事業の委託を受けた者及び地方自治法（昭和 22 年法律第 67 号）第 244 条の 2 第 3 項に規定する公の施設の指定管理者
  - (5) 前各号に掲げるもののほか、市長が必要と認めるもの
- 2 前項の規定による届出をしたものが当該届出の内容を変更したときは、規則で定めるところにより、その旨を遅滞なく市長に届け出なければならない。

第3条では、条例の対象となる設置主体を定義するとともに、その責務を規定しています。

なお、条例の基本方針として、「地域のことは地域自らが守る」という自主性を尊重することを掲げているため、設置主体を自治組織等とし、「個人」や公共性・公益性の低い「民間事業者」が設置するカメラは対象としていません。

(見守りカメラ管理責任者の設置等)

第4条 前条第1項の規定による届出の義務のあるものは、見守りカメラの管理及び適切な運用を行うために、対象区域ごとに見守りカメラ管理責任者(以下、「管理責任者」という。)を置かなければならない。

2 前条第1項に規定するもので、見守りカメラを設置したもの(以下「設置者」という。)は、当該設置場所付近の見やすい場所に、見守りカメラを設置している旨並びに管理責任者の氏名及び連絡先を表示しなければならない。

第4条では、届出の義務のあるもの及び見守りカメラ設置者の責務について規定しています。見守りカメラ管理責任者を明確にすることにより、見守りカメラの設置及び運用等の処理に責任を持ってもらうことを目的としています。

また、見守りカメラに係る表示を見やすい場所に設置することで、見守りカメラの存在を広く知ってもらうとともに、犯罪抑止効果の向上を狙っています。

(見守りカメラ設置者等の義務等)

第5条 設置者及び管理責任者(以下「設置者等」という。)は、設置運用基準を遵守しなければならない。

2 設置者等(管理責任者であったものを含む。次項において同じ。)は、画像から知り得た市民等の情報を他に漏らしてはならない。

3 設置者等は、次の各号に掲げる場合を除くほか、画像を見守りカメラの設置目的以外の目的に運用し、又は第三者に提供してはならない。

(1) 画像から識別される特定の個人(以下「本人」という。)の同意がある場合

(2) 法令に基づく場合

(3) 市民等の生命、身体又は財産に対する危険を避けるため、緊急やむを得ない場合

4 前項の規定にかかわらず、設置者等は、画像により犯罪や事故のあったことが明らかであると思料するときは、捜査機関に当該画像を提供することができる。

5 設置者等は、画像を保存する場合には、当該画像を加工してはならない。

6 設置者等は、画像の漏えい、滅失又はき損の防止その他の画像の安全管理のために必要な措置を講じなければならない。

7 設置者等は、本人から、当該本人が識別される画像の開示を求められたと

きは、本人に対し、当該画像を開示するよう配慮しなければならない。

- 8 設置者等は、その取り扱う見守りカメラの設置及び運用並びに画像の取扱いに関する苦情があったときは、これを適切かつ迅速に処理しなければならない。

(指導又は勧告)

第6条 市長は、第3条第1項若しくは第2項、第4条第1項若しくは第2項又は前条第1項、第3項、第5項、第6項若しくは第8項の規定に違反したもの（以下「違反者」という。）に対し、当該違反行為の中止その他違反を是正するために必要な措置をとるべき旨の指導又は勧告をすることができる。

第5条では、市民等のプライバシー保護の観点から、見守りカメラ設置者の義務及び設置運用基準について規定しています。

第6条では、同じくプライバシー保護の観点から、見守りカメラにより取得した情報（画像）が適切に管理及び運用されなかった場合に、市長が指導又は勧告を行うことができると規定しています。

(公表)

第7条 市長は、違反者が正当な理由なく前条に規定する指導又は勧告に係る措置をとらないときは、その旨を公表することができる。

- 2 市長は、前項の規定による公表をしようとする場合には、あらかじめ、当該公表をされる違反者に対しその理由を通知し、意見を述べる機会を与えなければならない。

第7条では、第6条に定められた市長からの指導又は勧告に従わない見守りカメラ設置者等の名称及び違反の事実を公表できることを定めています。

これにより、第4条、第5条に規定された見守りカメラ設置者等の義務の実効性を確保し、プライバシー等の保護を強固なものにすることが狙いです。

また、違反者に意見を述べる機会を与えることによって、当該違反者を手続的に保障しています。

(報告の求め等)

第8条 市長は、第6条に規定する指導若しくは勧告又は前条の規定による公表を行うに当たり必要があると認めるときは、違反者その他の関係人に対し、必要な事項の報告、文書の提出若しくは提示を求め、又は職員をして質問若しくは照会をさせることができる。

第8条では、第6条の指導又は勧告の際や、第7条に定められた事実の公表前に、違反者その他の関係人に対し必要な事項の報告や文書の提出等を求めることができることを定めています。

市の調査権限を保障することによって、公表の実効性を担保しています。

(苦情の申出)

第9条 市民等は、この条例に違反する見守りカメラの設置及び運用並びに画像の取扱いがあるときは、設置者等に苦情を申し出て、必要な措置を講じることができる。

2 市民等は、設置者等が前項の規定による苦情について必要な措置を講じなかったときは、市長に対し、苦情を申し出ることができる。

3 市長は、前項の規定による苦情の申出を受けたときは、適切かつ速やかに処理するよう努めなければならない。

第9条では、市民の見守りカメラ設置についての苦情の申出先を明らかにし、見守りカメラ設置者だけに限らず、市長への苦情の申出を認め、第3項では苦情を受けた市長は適切かつすみやかに対応することを規定しています。

見守りカメラ設置者と市民という当事者間による苦情解決に限定せずに、行政が介入することによって、「見守りカメラの防犯上の有用性」と「プライバシー権保護」についてバランスのとれた問題解決を図ることができま

(運用状況の公表)

第10条 市長は、毎年1回、次の各号に掲げる事項について、規則で定めるところにより一般に公表するものとする。

(1) 第3条に規定する届出の状況

- (2) 第6条に規定する指導又は勧告の状況
  - (3) 第8条に規定する質問又は報告の徴収の状況
  - (4) 前条第1項の規定による苦情の申出の状況
  - (5) その他規則で定める事項
- 2 設置者等は、毎年1回、前項各号に定める事項について、規則で定めるところにより、市長に報告をしなければならない。

第10条では、市が見守りカメラの運用状況を公表すること、及びその公表の基礎となる情報について見守りカメラ設置者等に報告義務を課すことを定めています。

本条第1項第1号により、どの地域にカメラが設置されているかの把握が可能となり、当該地域の防犯に役立つものと考えられます。

また、本条第1項第2号から第4号により、カメラの適切な運用状況を明らかにすることになります。

なお、実際にカメラを設置しようとする者やプライバシー侵害の危険に身をさらしながらもカメラの設置を受容する市民にとって、見守りカメラに関する情報は大きな関心事項と思われます。しかし現在、情報を積極的に公表している都市は多くありません。そこで、本条例では本条第1項第5号「規則で定める事項」を設け、市民が欲する情報を適時適切に公表しうるようにしました。

#### (補助金制度)

第11条 見守りカメラを設置しようとするもので、規則で定める要件を満たすものに対しては、市が当該設置に係る費用の一部（以下「設置費用」という。）を負担する。

第11条では、見守りカメラ設置者等を補助する制度を定めています。

現在、福岡市では「街頭防犯カメラ設置補助金制度」を設けており、運用団体及びカメラ設置台数は増加傾向にあります。そこで、本条例にもその制度の要旨を盛り込むことにより、見守りカメラの設置を促進し、本条例や現行の補助金制度が目的とする「犯罪のない安全なまちづくり」の、より確実な実現を目指すこととしています。

(表彰制度)

第 12 条 市長は、重大な刑事事件若しくは治安事件に係る重要な証拠及び手がかりとなる画像を提供し、又はその他の顕著な貢献をするなど、安全なまちづくりの推進に特に功績があったと認める設置者等を表彰することができる。

第 12 条では、見守りカメラが防犯効果を発揮したと言える場合に、市がその功績を讃える表彰制度を定めています。

本条により、見守りカメラ設置に対する意識を高め、見守りカメラのイメージを向上させるとともに、見守りカメラの活用状況やノウハウ等を市民に提供することが可能となります。

表彰制度は、本条例が目的とする「地域のことは地域自らが守る」という自主防犯活動のさらなる活性化や、市民総ぐるみの取組みへの機運の醸成を図るものと言えます。さらに、他にこうした制度を設けている都市は極めて珍しいと思われ、福岡市は「犯罪のない安全なまちづくり」に真摯に取り組む都市であるとアピールすることにもなり得ます。

(費用返還)

第 13 条 違反者が第 6 条に定める指導又は勧告に係る措置をとらなかった場合、市長は当該違反者が設置し、又は管理していた見守りカメラを撤去させることができる。この場合において、市長が第 11 条の規定により設置費用を負担していた場合、違反者は当該設置費用を市長に返還しなければならない。

いかに犯罪防止に有用な見守りカメラであっても、適正な管理がなされない場合は市民のプライバシーを侵害するおそれがあります。そこで、悪質な違反者が設置し、又は管理していたカメラを撤去させることとしました。「させる」という文言には、撤去費用も違反者等に負担させる意味が込められています。

また、カメラの適正管理を怠ったものに対し市が補助することは当然認められません。そこで、違反者等に補助金を返還させることで、遡及的な是正を図っています。

(委任)

第 14 条 この条例に定めるもののほか、この条例の施行に関し必要な事項は、規則で定める。

第 14 条では、条例を補足する役割を果たす「規則」について規定しています。

見守りカメラを取り巻く状況は、現時点でも日進月歩であり、今後も大きく変化していくことが予想されます。そうした事態に、迅速かつ臨機応変に対応する必要があります。

また、市民に分かりやすい、市民が活用しやすい法令という観点から、本条例自体には見守りカメラの大枠のみを規定し、条文数も少なく最小限のものとししました。そのため、条例に従って見守りカメラを運用する際には運用基準を示す規則は必須といえます。

(罰則)

第 15 条 第 5 条第 2 項の規定に違反して市民等の情報を漏らした者は、1 年以下の懲役又は 50 万円以下の罰金に処する。

第 15 条では、「画像から知り得た市民等の情報を他に漏らしてはならない」という、守秘義務に違反した者に対する罰則を設けています。これは、守秘義務違反はカメラ自体の問題ではないため撤去では不十分であること、及び情報は一度漏らしてしまえば取返しがつかないことへの配慮を示しています。

なお、「1 年以下の懲役又は 50 万円以下の罰金」についてですが、他の情報漏洩に関する法令を参考とし、撮影された画像は、氏名や住所と同程度の保護を受けるべき情報と考え、この罰則にしました。また、明確に罰則を設けることで情報保護の意識醸成を狙っています。

## 附 則

### (施行期日)

- 1 この条例は、平成 26 年 4 月 1 日から施行する。ただし、第 11 条の規定は、規則で定める日から施行する。

### (経過措置)

- 2 この条例の施行の際、第 2 条第 1 号に規定するカメラを現に設置しているもので、第 3 条第 1 項各号のいずれかに該当するものは、規則で定める日までに当該カメラの設置運用基準を定め、これを市長に届け出なければならない。

附則では、経過措置を定めています。

条例が制定される以前から見守り（防犯）カメラは世間に浸透しており、その設置台数や運用状況の詳細は行政機関が把握し得ない程のものとなっています。それら従前の見守りカメラによる犯罪抑止効果またはプライバシー侵害の恐れを看過するわけにはいきません。

そのため、附則により本条例制定以前から設置されていた見守り（防犯）カメラについても本条例の効力が及ぶようにしました。

なお、第 11 条の補助制度について施行期日を規則に委ねている趣旨は、現行の「街頭防犯カメラ設置補助金制度」を本条例に盛り込むに当たり、要綱を根拠とする現行の補助金制度を廃止する必要があるためです。

## 第2班「福岡市「見守りカメラ」の適正な設置及び運用に関する条例の制定について（提言）」講評

（１）防犯カメラはプライバシーを侵害する危険が大きく、その適正取扱いの規律を目的とするのか、それとも、防犯カメラによって（防犯の意識を涵養し）人々の現状を変えようとするのか、意識的に議論され、結果、後者が選ばれた。防犯の本質は、おそらく「自助」「共助」にかかる割合が大きいと推察され、これなくして「公助」（≒規制、取締り）が行われても実現の効果は薄いと思われる。カメラに映った情報をいかに犯人特定に結び付けていくかという視点ではなく、カメラという道具を使うことによって何をなそうとするのか、すなわち、人々の、地域の防犯意識を喚起しようとする視点こそが重要である。このことを第2班は重視し、当初「防犯カメラ」と呼ばれていたものが、公式的には11月に「見守りカメラ」と呼ばれるようになったのも、議論の深化と軌を一にしたものと評されよう。なるほどと思わせる視点であった。

（２）そのため、第2班は、設置主体に徹底的にこだわった。一見、防犯カメラの設置というと、全市的にみて効果的なところに市が主導して設置した方が有効である面もあるが、あくまで、防犯意識、見守り意識を市民が体得し、自らの手で安全を勝ち取る意欲を育むため、市民自身による設置、運営・管理の形が堅持されている。詳細な解説とともに作成された福岡市「見守りカメラ」の適正な設置及び運営に関する条例案は、その点にこだわり、そのねらいを安定的・継続的に実現していくことが目指されている。

（３）このテーマは、法的には「安全 vs 個人情報」という対峙を含む、大変困難な問題をはらんでいる。作成した条例案、そして導入する仕組みは、個人情報保護法、場合により個人情報保護条例との関係が問題となる。例えばテロ対策のためであれば空港でボディ・スキャナーもというように、何を守るためにどこまで我慢を強いるかは相関関係にあり、その適切な判断は時として非常に難しい。「見守りカメラ」の適正な設置及び運営に関する条例は、具体的な解釈・適用の場面においてこそ、理念に基づく適正さが問われることになるであろう。説明の中では、そのことにも意識がなされていた。

（４）特筆すべきは、研究方法の多彩さである。現状分析に始まり、法律上の学説や判例の調査・分析、他都市の状況、外国の状況…と組織的に展開したことは見事であった。判例も学説も、その言明が直接に福岡市の「当該ケース」にそのままあてはまるわけではない。他都市の状況・外国の状況はいわずもがなである。しかし、福岡市の「当該ケース」につき解答を導く際に参考に供することのできる資料が揃えられている。第2班の「防犯」「見守り」への思いは、決して「熱い」ばかりではなく、「冷静」で緻密な調査・分析にも支えられる労作である。

（石森久広）

## 研修報告会の様子

各グループでの約半年にわたる研究成果を発表するため、平成26年1月20日(月)、福岡市研修センター402・403研修室において、政策法務研修報告会を開催しました。

当日は、本市職員のほか、県内の他自治体の職員が参加しました。

報告では、各グループの報告ごとに、研修講師である西南学院大学大学院法務研究科（法科大学院）の石森久広教授に講評をいただき、また、参加者との質疑応答・意見交換も行いました。

【研修講師 石森久広教授】



【第1班による報告】



【第2班による報告】



【会場内の様子】



## 平成 25 年度福岡市政策法務研修 研修生名簿

### 【ネーミングライツの活用による施策の推進】

| 所 属           | 氏 名     | 備 考 |
|---------------|---------|-----|
| 総務企画局人事部人材育成課 | 岐 部 光 伸 |     |
| 水道局総務部総務課     | 永 尾 史 佳 |     |
| 交通局総務部総務課     | 日 高 智 明 |     |
| 水道局総務部営業課     | 松 尾 彰 仁 |     |

### 【福岡市「見守りカメラ」の適正な設置及び運用に関する条例の制定について（提言）】

| 所 属               | 氏 名     | 備 考 |
|-------------------|---------|-----|
| 市民局スポーツ推進部        | 岩 室 淳 子 |     |
| 総務企画局行政部法制課       | 河 口 聡 志 |     |
| 東区保健福祉センター保護第 1 課 | 中 村 佳 代 |     |
| 財政局税務部税制課         | 堀 讓 一   |     |
| 中央区市民部納税課         | 松 崎 聖 人 |     |

## 平成 25 年度福岡市政策法務研修 研修講師

西南学院大学大学院法務研究科（法科大学院）教授  
博士（法学）

石森久広（いしもりひさひろ）氏

#### ●専攻

行政法，税財政法，地方自治法

#### ●主な著書

『政策法務の道しるべ ― 憲法が考える法律と条例の関係〔政策法学ライブラリー 15〕』（2008 年 慈学社）

『会計検査院の研究 ― ドイツ・ボン基本法下の財政コントロール』（1996 年 有信堂）

その他，分担執筆多数

## 平成 25 年度福岡市政策法務研修 実施状況

### 1 研修の目的

①日頃の身近な業務において、制度上の問題などで法的な整理が課題となっているものについて、法律上、どのような問題があるのか、研修生がその対応法についての判例や学説、行政解釈などを調べ、外部講師からの助言を得ながら議論して整理・検討し、その過程を取りまとめること②本市の政策テーマについて条例試案を立案すること等により、職員の政策法務能力の向上を図ることを目的として実施する。なお、研修の成果は、全庁ＯＡ等を利用して共有化する。

### 2 受講対象者等

【対象者】 福岡市職員の給与に関する条例別表第 1 行政職給料表 1 ～ 5 級職員  
又はこれに相当する職員

【研修人数】 9 人

### 3 研修日程

|       | 時 期           |                             | 内 容                             |                       |
|-------|---------------|-----------------------------|---------------------------------|-----------------------|
| 第 1 回 | 6 月 17 日 (月)  | 午後 1 時 30 分～<br>午後 4 時 30 分 | 外部講師による公開講義並びにグループの決定及び研究テーマの検討 | 研修 C<br>405 研修室       |
| 第 2 回 | 7 月 9 日 (火)   | 午後 1 時 30 分～<br>午後 4 時 30 分 | 研修概要説明、今後の進め方の検討                | 研修 C<br>405 研修室       |
| 第 3 回 | 7 月 29 日 (月)  | 午後 1 時 30 分～<br>午後 4 時 30 分 | ・ 論点の整理<br>・ 収集情報の確認等           | 研修 C<br>405 研修室       |
| 第 4 回 | 8 月 6 日 (火)   | 午後 1 時 30 分～<br>午後 4 時 30 分 | 中間報告                            | 研修 C<br>405 研修室       |
| 第 5 回 | 9 月 3 日 (火)   | 午後 1 時 30 分～<br>午後 4 時 30 分 | (グループの作業日として確保)                 | 研修 C<br>405 研修室       |
| 第 6 回 | 10 月 28 日 (月) | 午後 1 時 30 分～<br>午後 4 時 30 分 | (グループの作業日として確保)                 | 研修 C<br>405 研修室       |
| 第 7 回 | 11 月 11 日 (月) | 午後 1 時 30 分～<br>午後 4 時 30 分 | 最終報告                            | 研修 C<br>405 研修室       |
| 第 8 回 | 12 月 9 日 (月)  | 午後 1 時 30 分～<br>午後 4 時 30 分 | (予備日)                           | 研修 C<br>405 研修室       |
| 第 9 回 | 1 月 20 日 (月)  | 午後 2 時 00 分～<br>午後 4 時 00 分 | 研究成果の報告会                        | 研修 C 402 ・<br>403 研修室 |

\* 第 1 回は、全庁的な講演会形式とする。

### 4 研修の進め方

1 グループ 5 人程度のグループでの研究活動を基本とする。

研修第 1 回に、政策法務について外部講師による公開講義を行う。

全体研修時に、外部講師による指導・助言を受ける。

外部講師は、西南学院大学大学院法務研究科（法科大学院）の石森久広教授。

### 5 研修生へのサポート

法制課の参考図書・判例検索システムの利用が可能。必要と認めた場合は、法制課において書籍の購入、先進事例の調査経費の負担を行う。

### 6 研修成果のまとめ等

(1) 研修成果は、報告書にまとめ、庁内各課や近隣市町村等に配布する。

(2) 本市ホームページへ概要を掲載する。

(3) 全庁的な報告会を開催する（平成 26 年 1 月 20 日）。

## **平成25年度 福岡市政策法務研修報告書**

発行 平成26年 3 月

福岡市総務企画局行政部法制課

福岡市中央区天神一丁目 8 番 1 号

T E L (092) 733－5302

F A X (092) 724－2098

E-mail hosei.GAPB@city.fukuoka.lg.jp