

名古屋市消防局
パートナーシップガイドライン

市民の安全と信頼を基軸とした連携のために

名古屋市消防局

はじめに

近年、名古屋市においては、「名古屋市公民連携指針」に基づき、民間の知見や資源を活用しながら行政課題の解決に取り組む公民連携が推進されています。社会環境の変化や行政課題の高度化・複雑化が進む中、行政単独では対応が困難な分野において、民間との対話と協働を通じて新たな価値を創出することが重要となっています。

消防行政の分野においても、市民の安全意識の向上、地域防災力の強化、消防局に対する理解の促進などを図る上で、企業、各種団体、教育機関、NPO 法人等との連携は新たな可能性を有しています。これらの主体と相互の強みを生かしながら取り組むことにより、より効果的な啓発や新たな発信手法の展開が期待されます。

一方で、消防行政は市民の生命、身体及び財産を守ることを本旨とし、その活動は市民の高い信頼の上に成り立っています。このため、企業等との連携に当たっては、公益性の確保、政治的及び営利的中立性の保持、そして消防局のブランドの適正な管理を徹底することが不可欠です。

本ガイドラインは、「名古屋市公民連携指針」の基本的な考え方を踏まえつつ、消防行政の特性に応じた企業連携の統一的な基準を定めるものです。これらの取組を単なる事業協力にとどめることなく、互いの信頼と責任に基づく持続可能な関係として位置付け、消防局と多様な主体がともに市民の安全と安心の向上を目指すために策定しました。

本ガイドラインに基づき、消防局の信用を守りながら、建設的かつ未来志向の取組を推進してまいります。



名古屋市消防局キャラクター　ケッシィ

【第１部】理念・基本方針

第１章　総則

第１条　目的 ……6
第２条　定義 ……6
第３条　基本原則 ……7
第４条　適用範囲 ……7

第２章　基本理念

第５条　公共性の優先 ……7
第６条　信頼の保持 ……7
第７条　公正性及び透明性の確保 ……7
第８条　ブランドの適正管理 ……7
第９条　政治的及び営利的中立性 ……8
第10条　持続可能性 ……8

第３章　企業連携の目的区分

第11条　目的区分の設定 ……8
第12条　市民啓発目的 ……8
第13条　消防行政推進目的 ……8
第14条　商業性を伴う連携の整理 ……9

【第２部】実務・運用規定

第４章　企業等との連携形態

第15条　連携形態の整理 ……11
第16条　協定型連携 ……11
第17条　事業参画型連携 ……11
第18条　商品化型連携 ……11
第19条　連携形態の決定 ……11

第５章　審査及び決裁

第20条　統括 ……12
第21条　事前整理及び協議 ……12
第22条　契約行為との関係 ……12
第23条　決裁 ……12
第24条　ロイヤリティに係る決裁 ……12
第25条　条件付決裁 ……12

第６章　ロイヤリティ制度

第 26 条　基本原則　・・・・１３
第 27 条　料率基準　・・・・１３
第 28 条　最低保証金　・・・・１３
第 29 条　減免　・・・・１３
第 30 条　収益の取り扱い　・・・・１３

第７章　ブランド及び信用の保全

第 31 条　信用保全の原則　・・・・１４
第 32 条　使用の承認　・・・・１４
第 33 条　表示の基準　・・・・１４
第 34 条　是正及び停止　・・・・１４
第 35 条　再許諾禁止　・・・・１４

第８章　リスク管理

第 36 条　解除　・・・・１４
第 37 条　品質及び事故対応　・・・・１５
第 38 条　反社会的勢力の排除　・・・・１５
第 39 条　信用毀損及び広報対応　・・・・１５

第９章　情報公開及び透明性

第 40 条　公表の原則　・・・・１５
第 41 条　説明責任　・・・・１５

第 10 章　その他

第 42 条　年次整理　・・・・１６
第 43 条　その他　・・・・１６

【第１部】理念・基本方針

第１章　総則

（目的）

第１条

本ガイドラインは、名古屋市消防局（以下「消防局」という。）が企業、各種団体、教育機関、NPO 法人等（以下「企業等」という。）と連携するにあたり、その基本的な考え方及び手続を定めることにより、市民啓発及び消防行政の推進を図るとともに、消防ブランドの適正な管理及び活用を通じて、当該連携から生じ得る副次的効果（歳入の確保を含む。）を適切に整理することを目的とする。

（定義）

第２条

このガイドラインにおいて、次の各号に掲げる用語の意義は、それぞれ当該各号に定めるところによる。

1. 企業連携
   消防局と企業等が協力して、事業を実施することをいう。
2. 市民啓発目的
   火災予防、救急の適正利用その他市民の安全意識の向上を図ることを主たる目的とする企業連携をいう。
3. 消防行政推進目的
   消防行政に対する理解促進、人材確保、技術向上、組織認知の向上その他消防施策の推進を主たる目的とする企業連携をいう。
4. 協定型連携
   中長期的かつ包括的な協力関係を構築する企業連携をいう。
5. 事業参画型連携
   特定の事業又は期間において、役割分担のもと実施する企業連携をいう。
6. 商品化型連携
   消防局の名称、ロゴマーク、キャラクター車両デザインその他のブランドを活用し、商品を製造又は販売する企業連携をいう。
7. ブランド
   消防局の名称、標章、ロゴマーク、キャラクター、車両デザインその他消防局を識別し得る表示及びこれらに係る社会的信用をいう。
8. 商品化
   消防局のブランドを商品又はその包装、広告等に表示して販売する行為をいう。
9. ロイヤリティ
   商品化型連携において、ブランド等の使用に伴う便益を、消防行政の推進に資する寄附金又は物品提供等により社会に還元するものをいう。

（基本原則）

第３条

1. 企業連携は、前条第２項及び第３項に定める目的のいずれかを主たる目的として実施するものとし、収益が生じる場合であっても同様とする。
2. 企業連携は、公共性、公平性及び透明性を確保し、市民の信頼を損なうことのないよう適正に実施するものとする。
3. 消防局のブランドは公的資産であることを踏まえ、その使用は適正かつ慎重に管理するものとする。

（適用範囲）

第４条

1. 本ガイドラインは、消防局が関与するすべての企業連携に適用する。
2. 他の法令、条例又は市の規程に特別の定めがある場合は、当該定めを優先する。
3. 消防局が対価を支払って役務の提供を受ける契約行為については、本ガイドラインの対象としない。

第２章　基本理念

（公共性の優先）

第５条

1. 企業連携は、市民の生命、身体及び財産を守るという消防行政の本旨を踏まえ、その公共性及び公益性を最優先として実施しなければならない。
2. 企業連携の実施に当たっては、特定の企業等の営利活動又は消防局の収益確保が主目的となってはならない。連携の採否及び内容は、市民の安全・安心の向上、又は消防局への信頼性の維持・確保といった市民全体の利益を最優先に判断するものとする。

（信頼の保持）

第６条

1. 企業連携は、消防行政に対する市民の信頼を損なうことのないよう実施しなければならない。
2. 消防局は、その信頼及び品位を保持し、社会的評価を低下させるおそれのある連携を行ってはならない。

（公正性及び透明性の確保）

第７条

1. 企業連携は、市民に対し説明可能なものであることを基本とする。
2. 特定の企業等に対する不当な利益供与、優遇又は排他的取扱いと受け取られるおそれのある運用をしてはならない。
3. 企業連携に係る判断過程及び取扱いについては、説明責任を果たし得るものでなければならない。

（ブランドの適正管理）

第８条

1. 消防局のブランドは、市民からの信頼の象徴であることを認識し、その使用に当たっては、価値の毀損又は過度な商業利用を防止しなければならない。
2. ブランドの活用は、その社会的信用を損なわない範囲において行うものとする。

（政治的及び営利的中立性）

第 9 条

1. 企業連携は、政治的活動又は特定の思想若しくは主義の推進に利用されてはならない。
2. 商品化又は収益を伴う場合であっても、消防行政の目的を逸脱することのないよう、営利活動との適切な区分を確保しなければならない。

（持続可能性）

第 10 条

1. 企業連携は、短期的な効果のみに着目することなく、消防行政の継続的な発展及び信頼の維持向上に資するものでなければならない。
2. 制度運用は、社会経済情勢の変化を踏まえ、適切に見直しを行うものとする。

第 3 章　企業連携の目的区分

（目的区分の設定）

第 11 条

1. 企業連携は、その主たる目的に応じ、次条（市民啓発目的）又は第 13 条（消防行政推進目的）のいずれかに整理しなければならない。
2. 目的区分の決定は、当該連携において最も中心的な政策的意図及び効果に基づき行うものとし、当該審査及び決裁においてこれを明示しなければならない。
3. 商品の販売その他企業等に収益が発生する要素（以下「商業的側面」という。）を含む場合であっても、当該要素は直ちに主たる目的を変更させるものではなく、第 14 条の規定に基づき、主目的を補完する付随的なものとして整理するものとする。

（市民啓発目的の要旨）

第 12 条

1. 市民啓発目的とは、火災予防、救急予防その他市民の安全意識の向上を主たる目的として実施する企業連携をいう。
2. 前項の連携は、市民全体の利益の増進を図る取組として位置付ける。
3. 商品の販売その他収益の発生を伴う場合であっても、その本質が市民啓発にあるか否かを総合的に判断する。

（消防行政推進目的の要旨）

第 13 条

1. 消防行政推進目的とは、消防局の機能強化、体制整備、技術向上、社会的信用の確保又は向上その他消防行政の円滑かつ効果的な推進を主たる目的として行う連携をいう。
2. 前項の連携は、消防行政の質の向上及び信頼の維持向上に資する取組として位置づける。
3. 商品の販売その他収益の発生を伴う場合であっても、その本質が消防行政の推進にあるか否かを総合的に判断する。

（商業性を伴う連携の整理）

第 14 条

1. 企業連携において、商品の販売等、企業側に収益が発生する要素が含まれる場合は、主たる目的（市民啓発又は消防行政推進）を補完する「商業的側面」を有するものとして整理し、その旨を審査資料に明示するものとする。
2. 前項の商業的側面は、連携の主たる目的を商業目的に変更させるものではなく、あくまでも活動の持続性や波及効果を高めるための付随的な要素として取り扱うものとする。
3. 商業的側面を有する企業連携については、その収益規模、ブランドへの依存度及び公共への還元性を総合的に勘案し、第 6 章に定めるロイヤリティ制度の適用の要否を判断するものとする。

【第２部】実務・運用規定

第４章　企業等との連携形態

（連携形態の整理）

第 15 条

1. 企業連携は、その関与の程度、継続性及び実施内容に応じ、次条から第 19 条までに定める連携形態のいずれかに整理するものとする。
2. 連携形態は、目的区分とは独立して決定する。

（協定型連携の要旨）

第 16 条

1. 協定型連携とは、企業等と包括的又は継続的な協力関係を構築することを目的として、基本的な連携事項を定める協定を締結する形態をいう。
2. 協定型連携は、協力関係を確認するものであり、協定の締結のみをもって具体的な事業の実施が決定するものではない。具体的な事業を行う場合は、その内容を別に整理する。
3. 協定型連携において商品の販売その他商業性を伴う取組を実施する場合は、第 14 条及び第 6 章の規定に基づき整理する。

（事業参画型連携の要旨）

第 17 条

1. 事業参画型連携とは、特定の事業又は取組について、企業等と役割を分担し、共同して実施する形態をいう。
2. 事業参画型連携は、具体的な事業の内容、役割分担及び実施期間を明確にしたうえで行うものとする。
3. 事業参画型連携において商業性を伴う取組を実施する場合は、第 14 条及び第 6 章の規定に基づき整理する。

（商品化型連携の要旨）

第 18 条

1. 商品化型連携とは、消防局の名称、ロゴマーク、車両デザイン、キャラクターその他のブランドを商品、製品又は販売物に使用する形態をいう。
2. 商品化型連携は、ブランドの適正な管理を確保するため、使用条件、期間その他必要な事項を明確にしたうえで実施するものとする。
3. 商品化型連携において商品の販売その他商業性を伴う場合は、第 6 章の規定に基づきロイヤリティの適用を検討する。

（連携形態の決定）

第 19 条

企業との連携形態は、当該事業の内容、実施方法及び消防局の関与の程度に応じて決定する。

第５章　審査及び決裁

（統括）

第 20 条

企業連携は、局長の統括の下に実施する。

（事前整理及び協議）

第 21 条

1. 企業連携を実施しようとする所属は、当該連携の目的区分、実施形態及び商業性の有無を整理する。また、商品化型連携については、総務課の事前協議を必須とする。
2. 総務課は、制度適合性及びブランド管理の観点から助言を行うものとする。

（契約行為との関係）

第 22 条

1. 企業連携に関連して消防局の経費支出を伴う場合において、当該支出が対価を伴う契約行為に該当するときは、当該契約部分は通常の予算執行及び契約手続により処理する。
2. 前項の場合において、連携に該当する部分があるときは、契約部分と区分して本ガイドラインを適用する。
3. 契約において消防局の名称、ロゴマーク、キャラクターその他ブランドの使用を伴う場合は、第 7 章の規定を適用する。

（決裁）

第 23 条

1. 企業連携の実施に係る決裁は、原則として局長が行う。
2. 前項の規定にかかわらず、法令その他別に定めるところにより決裁権者が定められている事項については、当該定めに従う。
3. 局長は、必要があると認めるときは、他の決裁権者に属する事項について自ら決裁することができる。

（ロイヤリティに係る決裁）

第 24 条

1. ロイヤリティの徴収、減免その他対価に関する決定は、局長決裁とする。
2. 前項の決裁に当たっては、総務部総務課長及び総務部総務課課長補佐（経理担当）の合議を要する。
3. 前二項の決裁は、代決規程に基づき代決することができる。

（条件付決裁）

第 25 条

1. 局長又は前条に定める決裁権者は、企業連携の適正な実施を確保するため、必要な条件を付することができる。
2. 条件に違反した場合は、当該連携の全部又は一部を停止し、又は解除することができる。

第６章　ロイヤリティ制度

（基本原則）

第 26 条

1. 商品化型連携において商品又はサービスの販売を伴う場合は、原則としてロイヤリティを徴収する。
2. 前項の規定にかかわらず、主たる目的が市民啓発にあり、当該商品が広報媒体として機能すると認められる場合は、ロイヤリティを減免することができる。
3. ロイヤリティは、ブランドへの依存度等に基づき定める標準的な料率を適用するものとし、第２項の規定により減免を適用する場合は、原則としてその全額を免除するものとする。

（料率基準）

第 27 条

1. ロイヤリティの算定基準（料率を乗じる対象）は、売上額、生産数量、製造原価その他合理的に算定可能な基準に基づき定める。
2. 標準料率は５パーセントとする。
3. 前項の規定にかかわらず、著作物の利用その他取組の内容に照らし、既存の実績、社会一般の相場、その他の事情を踏まえ、必要があると認めるときは、相手方との協議により料率を引き上げて定めることができる。ただし、第 26 条第 2 項の規定に基づき減免により料率を０パーセントとする場合を除き、料率の引き下げは行わないものとする。

（最低保証金）

第 28 条

1. 商品化型連携において継続的に商品販売を行う場合その他一定の販売規模が見込まれる場合は、最低保証金を設定することができる。
2. 最低保証金の額は、販売見込数量、過去の実績、収益規模その他合理的な根拠に基づき定める。

（減免）

第 29 条

局長は、次の各号のいずれかに該当すると認める場合は、ロイヤリティを減額し、又は免除することができる。

1. 主たる目的が市民啓発にあり、当該商品又はサービスが広報媒体として機能すると認められる場合
2. 公益性が特に高く、収益性が限定的であると認められる場合
3. その他特別の理由がある場合

（収益の取扱い）

第 30 条

1. ロイヤリティは、事前調定（雑入＞消防雑入＞著作権使用料）により納入する。
2. 前項の納入に代えて、局長が適当と認める場合は、ロイヤリティ相当額の物品又は役務の提供を受けることができる。
3. ロイヤリティとして受け入れた金銭又は物品等は、市民啓発又は消防行政の推進に資する用途に活用する。

第７章　ブランド及び信用の保全

（信用保全の原則）

第 31 条

1. 消防局のブランドは、市民の信頼の象徴であることを踏まえ、その使用は品位及び公共性を損なわない方法により行わなければならない。
2. ブランドの使用は、商業的利益の獲得のみを目的として過度に依存する態様で行ってはならない。

（使用の承認）

第 32 条

1. ブランドの使用は、あらかじめ消防局の承認を受けなければならない。
2. 承認に当たっては、表示方法、使用目的、連携形態との整合性及び社会的影響を審査する。

（表示の基準）

第 33 条

1. ブランドの表示は、形状、色彩及び配置を変更してはならない。ただし、消防局が承認した場合はこの限りでない。
2. ブランドの表示に当たっては、消防局との関係について市民に誤認を生じさせる表現を用いてはならない。
3. ブランドの表示は、品位を損なう態様で行ってはならない。

（是正及び停止）

第 34 条

消防局は、ブランドの使用が本ガイドライン又は承認条件に適合しないと認めるときは、是正を求め、又は使用の停止を命ずることができる。

（再許諾禁止）

第 35 条

消防局のブランドの使用権は、第三者に再許諾してはならない。ただし、消防局が必要と認め承認した場合は、この限りでない。

第８章　リスク管理

（解除）

第 36 条

1. 次の各号のいずれかに該当する場合は、連携の全部若しくは一部又はブランド使用の承認を解除し、若しくは取り消すことができる。
   (1) 本ガイドライン又は承認条件に違反したとき
   (2) ブランド又は信用を毀損するおそれがあるとき
   (3) 社会的信用を著しく損なう事由が生じたとき
   (4) その他連携を継続することが適当でないと認められるとき
2. 前項の解除又は取り消しは、将来に向かってその効力を生ずる。

（品質及び事故対応）

第 37 条

1. 商品化型連携において、品質事故その他の問題が生じた場合は、当該企業は速やかに消防局に報告し、必要な是正措置を講じなければならない。
2. 消防局は、前項の措置が不十分と認めるときは、追加の是正、販売停止その他必要な対応を求めることができる。
3. 前二項の対応は、市民の安全及び消防局の信用の保全を最優先として行うものとする。

（反社会的勢力の排除）

第 38 条

1. 企業は、反社会的勢力に該当せず、かつこれらと関係を有しないことを保証しなければならない。
2. 前項に違反する事実が判明した場合、消防局は直ちに連携を解除することができる。

（信用毀損及び広報対応）

第 39 条

1. 連携に起因し、又は関連して消防局の信用に影響を及ぼす事態が生じた場合、企業は速やかに報告しなければならない。
2. 消防局は、必要に応じ広報上の対応を行うことができる。
3. 前項の場合において、企業は消防局の求めに応じ必要な協力を行う。

第９章　情報公開及び透明性

（公表の原則）

第 40 条

消防局は、企業連携の目的、内容及び実施状況について、市民の理解及び信頼を確保する観点から、必要な情報を、適時かつ適切な方法により公表する。

（説明責任）

第 41 条

消防局は、企業連携に関し市民から説明を求められたときは、その公益性及び適正性が明らかとなるよう、誠実かつ的確に対応する。

第 10 章　その他

（年次整理）

第 42 条

消防局は、企業連携の実施状況及び効果を定期的に検証し、その結果を踏まえ制度の適正な運用及び必要な改善に努める。

（その他）

第 43 条

このガイドラインに定めのない事項又はその解釈に疑義が生じた場合は、総務部総務課と協議の上、必要な整理を行い、適切に対応するものとする。