



点検にシフトした住宅用火災警報器の取組事例 ～ 11月10日はイテンケンの日 音から始まる避難 ～



岡山県 岡山市消防局

事例類型 IV 他団体との連携 / VI 広報活動

取組期間 平成31年4月から

背景

住宅用火災警報器(以下、住警器という。)が、すべての住宅に設置義務化されてから10年を経過するにあたり、令和元年度に1,802人の市民を対象とした住警器の維持管理に関するアンケートを実施した。その結果は、住警器の点検をしたことがない市民が約7割であり、その理由の約7割が、点検方法が分からないということであった。

一方、火災調査書を分析していく中で、住警器の音を聞いたことがなかったため、火災発見時の初動が遅れたといった事例が見受けられた。そのため、住警器の点検を電池切れ等の確認のみでとらえるのではなく、音を確認しておくことは火災発生時の初動に有効であるという両面を目的とし、約3年をかけて点検にシフトした住警器の対応を行ったので、その成果について紹介する。

内容

当局では、令和元年から住警器の点検にシフトした施策に切り替えた。その内容を2つの側面から説明する。

まずは、今後懸念される電池切れ等を防ぐため、当局で、1,802人を対象とした住警器の維持管理に関するアンケートを実施したところ、点検をしたことがない人が約7割であり、特徴的なデータとしては、高齢層と若年層を比較すると、若年層が相対的に点検できていないことが分かった。その結果を基に3つの取組を展開した。

1つ目は、若者向けとして、SNSを活用し住警器を点検している写真を募集する企画を立ち上げた。また、市民が市民に伝えるという市民協働事業を意識して、その集まった写真で住警器の点検を紹介するチラシ(図1-1、1-2参考)を作成した。



図1-1 イテンケンのチラシ(表)



図1-2 イテンケンのチラシ(裏)

2つ目は、11月10日を住警器の点検の日と位置付けるため、関係規程を改正した。これは、大多数が、点検を一度も実施したことがない中で、1回は点検をしてもらうことを目的とした取組である。11月10日は秋の火災予防運動期間中であることから、職員の負担を最小限にしながら最大の効果が出る仕組みとした。また、11月10日の語呂合わせで、「イテンケンの日」として、市民が共感をもてるように工夫した。

3つ目は、上記イテンケンの日を軸として、住警器の点検事業の展開方法として動画を活用した。イテンケンの日の制定年は、「テトリスチャレンジ」という消防装備品を使った動画と「作動(茶道)しますか?」という、茶道と住警

器の作動(点検)をかけたコミカルな動画を作成した(図2参考)。2年目は、地元高校の書道部の協力により「書道パフォーマンス」を行い動画にした(図3参考)。

市民にまずは点検をしてもらうことを多角的にアプローチした。



図2 作動しますか?



図3 書道パフォーマンス

次に、住警器の音の重要性を訴求するために大きく2つの事業を展開した。

1つ目は、住警器が鳴動した事案の火災調査書を分析した。通常は、住警器の有無や作動の有無など、統計で使用するデータ分析のみに終わっていたものを、鳴動時に被災者がどのような行動をしているのか、何を考えていたかなど、質問調査などを中心に約10年間のデータを用いて、より深く分析した。

2つ目は、「音から始まる避難」というタイトルの動画を作成した(図4参考)。これは、住警器の音を被災時に初めて聞いたため慌ててしまった事例を基にして、住警器の点検方法を紹介しながらも、音をしっかりと聞いて落ち着いて行動ができるように訓練しておくことの必要性を訴えたものである。

これらにより、住警器の点検を1つの訓練としてとらえ、音を聞くことが火災発生時の初動対応をスムーズに行うことができることを訴求した。



図4 音から始まる避難

成果

電池切れ等を防ぐことを目的に行った取組成果としては以下3点があげられる。

1つ目は、住警器を点検している写真を募集する企画に対して、100枚もの写真が集まったことである。写真の募集、写真撮影のための点検及び集まった写真を素材にしたチラシを作るという1つの事業において、点検に関して3つの広報成果を得ることができた。現在もそのチラシを継続的に活用している。

2つ目は、職員の意識の変化である。11月10日を住警器のイテンケンの日として制定したことで、住警器の点検に関する広報を行うようになった。広報を担当する職員へ行ったアンケートによると、約半数が11月10日に合わせて住警器を点検したと回答している。また、書道パフォーマンスにおいては、地元の高校生に住警器の重要性を伝えることで、高校生から家族や祖父母へ住警器の点検の知識が広まっていった。また高校生自ら住警器に対する想いを言葉にした。

3つ目は、イテンケンの日を軸にした動画作りである。2年間で8社のマスコミからの取材を受けた。動画のみならず、ポスターにも展開することで、市民へ住警器の点検を広く周知することができた。

次に、住警器の「音」を訴求する目的で行った取組成果は以下の2点である。

1つ目は、住警器が鳴動した火災調査書を分析することで、インターホンの音と勘違いする事例や、警報音に驚いて慌てたという事例が抽出できた。これらを分析することで、住警器の音を初めて聞く場合には、慌ててしまうということがわかった。

2つ目は、「音から始まる避難」の動画であるが、令和3年12月31日時点で約5,000回視聴されている。また、市民からのアンケート結果の中には、音を初めて聞くことで、火災が発生したときの訓練になったという意見があった。点検を点検で終わらせず、点検をきっかけに住宅での避難訓練につながった事例である。

特記事項

住警器の点検の重要性を、機器の点検という「点」で終わらせるのではなく、点検をきっかけに音を確認し、自宅での避難訓練につなげる「面」への活用に結び付けることで、今後、継続的な課題となる住警器の交換に向けての1つの対策になるのではと考える。