



予防業務 優良事例表彰

消防庁 *Fire and Disaster Management Agency*

令和8年5月



予防業務優良事例表彰の概要

目的

消防庁長官が、各消防本部の予防業務（危険物に関する業務を含む。）の取組のうち、他団体の模範となる優れたものについて当該消防本部を表彰し、予防部門のモチベーション向上を図るとともに、広く全国で紹介することにより、予防行政の意義や重要性を広く周知し、消防本部の業務改善に資することを目的とする。

対象

令和7年1月1日から令和7年12月31日までの間に各消防本部で力を入れた予防業務の取組を中心に、他団体の模範となる優れた事例について募集した。右は応募の際の参考のために便宜上設けた区分である。

- I 予防業務の実効性向上に関する取組
- II 予防業務の高度化・専門化に関する取組
- III 予防業務の効率化に資する取組
- IV 予防業務に係る他団体との連携に関する取組
- V 予防業務に係る人材育成に資する取組
- VI 予防業務に係る広報活動に関する取組
- VII 予防業務のデジタル化に関する取組
- VIII その他予防業務の改善に資する取組

審査

令和8年3月18日（水）に予防業務優良事例表彰選考会議を開催し、41団体の応募事例の中から、受賞団体を決定した。

選考会議 委員紹介

- 委員長 重川 希志依 … 常葉大学 名誉教授
- 委員 平田 京子 …… 日本女子大学建築デザイン学部建築デザイン学科 教授
- 細川 直史 …… 東京理科大学創域理工学研究科国際火災科学専攻 教授
- 鳴田 謙二 …… 全国消防長会 事務総長
- 白石 暢彦 …… 消防大学校消防研究センター 所長
- 渡辺 剛英 …… 消防庁 予防課長

目次

【消防庁長官賞】4事例

沖縄県	糸満市消防本部	住「警器」の歌「契機」に ～オリジナルミュージックビデオで目指せ 住宅用火災警報器設置率1位～	2
東京都	東京消防庁	リチウムイオン電池関連火災への対策普及啓発動画の制作について	4
新潟県	新潟市消防局	戦略的 SNS「火災の悪魔」	6
兵庫県	姫路市消防局	屋外焼却に起因する火災を防ぐために ～ターゲットを絞った戦略的広報と 林野火災注意報等に必要データ収集の自動化～	8

【優秀賞】9事例

滋賀県	大津市消防局	大津市消防局×東レアローズ滋賀 感震ブレーカーで火災防止を PR!	10
京都府	京都市消防局	予防は広報！一ささる広報戦略ー	12
埼玉県	熊谷市消防本部	予防 DX に向けたデジタルパッケージ事業	14
大阪府	堺市消防局	関係機関等と連携したリチウムイオン電池火災に対する予防啓発	16
北海道	札幌市消防局	官民共創が生む新たな価値 ～「気付き」から「行動変容」につなげる 火災予防啓発へのパラダイムシフト～	18
愛知県	豊田市消防本部	メタバース空間を活用した地域で取り組む防火防災啓発活動	20
愛知県	名古屋市消防局	見える化で守る街の安全 ～中区たばこハザードマップを活用した新たな火災予防モデル～	22
岩手県	花巻市消防本部	野火太プロジェクト ー屋外焼却行為を原因とする火災の予防啓発グッズ開発プロセスから 小学生が地域課題として火災予防を学習する機会を創出しよう！ー	24
福岡県	福岡市消防局	次世代へつなぐ危険物行政 ～制度・現場・教育・広報における4つの挑戦～	26

(参考) 応募事例 41事例
受賞事例 13事例

※消防本部50音順により記載

住「警器」の歌「契機」に ～オリジナルミュージックビデオで目指せ 住宅用火災警報器設置率1位～



沖縄県 糸満市消防本部

事例類型	Ⅵ 広報活動
取組期間	令和7年4月から

● 背景

当市では令和6年中一般家庭での火災が6件あった。そのうち死傷者を伴う火災においては全て住宅用火災警報器が未設置であり、住宅用火災警報器を設置しておけば火災による被害を低減できたという事案がほとんどだ。

そもそも、沖縄県は住宅用火災警報器の設置率が全国と比べても著しく低く、平成23年から令和7年までの間（平成24～26年のワースト2位除く。）全国最低の設置率である（11年連続最下位）。その中でも当市は令和7年6月時点において沖縄県内18消防本部の中で14位の設置率となっており、良いものではない。しかし、そのような状況を打開すべく当市消防本部では、「目指せ、糸満市の住警器設置率100%」をスローガンに職員を中心にオリジナルソングの「住警器の歌」を作成した。当市から発信し、沖縄県全体へと波及させ、住警器設置率全国1位を目指す契機となるのが狙いである。

● 内容

当市消防本部職員が趣味で行っているバンドにて、作詞・作曲及び演奏を手掛け「住警器の歌」を作成。

地域のコミュニティラジオ放送局において毎朝の消防情報コーナーで「住警器の歌」のCM放送が流れることで、この曲や、住宅用火災警報器への問い合わせが増え、これに手ごたえを感じる。

当市出身の著名人の方々に協力してもらい「住警器の歌」のプロモーションビデオを当市消防本部職員が撮影・編集し、作成する。

ご当地ヒーロー「イトマンマン」や、アスリート系パフォーマーとして活躍する「バネ人間（外間友喜）」、ナレーションにはラジオパーソナリティの玉城美香氏等、様々な分野で活躍する当市の著名人の方々に全面無償協力してもらい「住警器の歌」のプロモーションビデオが完成する。

プロモーションビデオは当市の公式YouTubeにて閲覧が可能。

（右記QRコード参照 URL：<https://youtu.be/-fNKsdsJ5Fg>）



プロモーションビデオでは、庁舎内で職員による演奏及び歌唱を行い、ご当地ヒーローの「イトマンマン」や「バネ人間（外間友喜）」が曲を盛り上げた。

当市公式のSNS等で拡散されたプロモーションビデオが反響を呼びショート動画は公開から1週間以内に1万回以

上の再生回数に至る。それを契機に沖縄県内を中心に発刊されている新聞において秋の火災予防週間直前に1面記事（総合面）及び（社会面）にて同日両面で紹介される（図①）。

また、沖縄県内のラジオ局にも楽曲の提供を依頼され、番組の中でこの曲及び住宅用火災警報器の紹介をして頂く。沖縄テレビにて毎週放送されている生放送番組内のコーナーにおいて「住警器の歌」や住宅用火災警報器の紹介、当市消防本部の特集をして頂く（図②）。

「住警器の歌」の配布用ポスター及びチラシを作成し、自治連絡会を活用して、それらを配布し市内の各地域まで満遍なく、この曲が行き渡るようにした（図③）。

また、当市において毎月発刊している広報誌にもこの曲を取り上げて頂き、様々な場面で「住警器の歌」と「住警器（住宅用火災警報器）」をアピールできたと思える。この曲のプロモーションビデオは当市の本庁内にあるディスプレイで放映するとともに、県内でのイベント等でも積極的にアピールする。



図①令和7年11月7日付
琉球新報紙面



図②県内放映のTV番組でも
紹介される。



図③広報用ポスター

● 成果

当市において動画を公開して設置した世帯は一か月で280件増えており、当市の住宅用火災警報器の設置率向上において、効率的に機能したと言える。

「住警器の歌」は発表から現時点においてわずか一か月しか経たないが、当市消防本部においては問い合わせの電話が絶えず、一般市民はもちろん、他の市町村の消防（局）本部からも問い合わせがある状況だ。沖縄県予防事務担当委員会においても紹介され、住宅用火災警報器の動画を企業や地元キャラクターとタイアップして作成したいとの声も多々あり、沖縄県全体の設置率向上に今後大きく貢献できることと予想している。

正にこの曲及び動画は沖縄県全体の住宅用火災警報器の設置率向上を担う「契機」を作った。

● 特記事項

当市の子供たちから絶大な人気を誇る、ご当地ヒーロー達とのタイアップが実現できたため、今後は幼年消防クラブ員とも連携を図り、「住警器の歌」の式典時等における園児達との合同ライブ演奏を計画している（図④）。また、市内の家電量販店等ともタイアップし、住宅用火災警報器のコーナー付近で放送できるよう取り組む予定だ。



図④幼年消防クラブ員への普及活動

選考委員の コメント

住宅用火災警報器の設置率が全国と比べても著しく低い課題を解決するための「住警器の歌」とPRビデオという独創的アイデアは、今までにないほど多くの年代の心に残り、繰り返し実行できるだけでなく、一緒に歌うというアクションまで誘発している優れた取組です。

リチウムイオン電池関連火災への 対策普及啓発動画の制作について



東京都 東京消防庁

事例類型	II 高度化・専門化 IV 他団体との連携 VI 広報活動
取組期間	令和7年7月から

● 背景

当庁管内ではリチウムイオン電池関連火災が増加しているが、特にモバイルバッテリー等の身近な製品からの出火が多く発生しており、令和6年中の東京消防庁管内におけるリチウムイオン電池関連火災244件（令和7年1月時点の速報値）のうち、モバイルバッテリーからの出火が81件（33.2%）と最多であった。令和7年7月20日には、JR山手線内で乗客のモバイルバッテリーの発火により怪我人が発生しており、火災の発生場所によっては社会的影響が大きいことから、リチウムイオン電池関連火災が注目されている。

リチウムイオン電池関連火災に対する消火方法として、「煙や火花が飛び散っているときには近寄らず、火花が収まってから消火器や大量の水で消火する」と呼び掛けているが、消火についての知見が少なく、映像としての広報物がないため、都民に対し、リチウムイオン電池関連火災への対策としての普及啓発を具体的に示す必要があった。

このことから、当庁では、リチウムイオン電池関連火災の中でもモバイルバッテリーからの出火を想定し、その危険性と適切な初期対応を広報するための普及啓発動画を制作することとした。

● 内容

1 リチウムイオン電池火災の情報収集について

制作する動画を信頼性の高いものとするため、海外のリチウムイオン電池の消火実験の調査、モバイルコンピューティング推進コンソーシアムをはじめとする業界団体及び有識者にヒアリングを実施し、動画撮影に適したモバイルバッテリーの選定、発火方法及び実演する消火方法等を検討した。

2 発火及び消火の実演について

上記の情報収集の結果を踏まえ、動画に必要な映像を撮影するため、発火及び消火の実演を令和7年10月8日及び9日に東京消防庁の施設内において実施した。

実施内容は、モバイルバッテリーの自由燃焼のほか、ペットボトル500mLの水、水で濡らしたタオル、水以外の液体、エアゾール式簡易消火具、住宅用消火器で消火した場合の様子を撮影した。

また、モバイルバッテリーを持ち歩いている状況での発火、住宅内での発火により延焼する状況を再現した映像を撮影した。

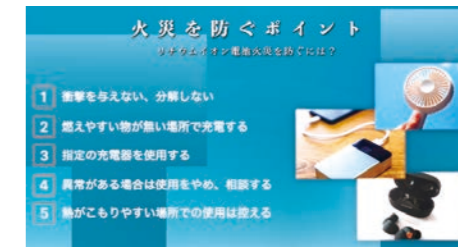
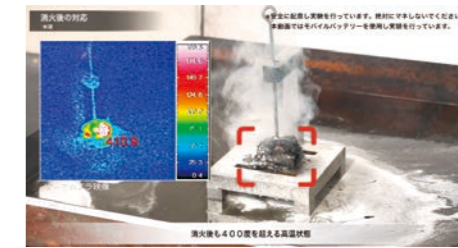
3 動画の制作について

発火した場合の特徴や消火時の様子を実演映像で説明するとともに、消火後も電池が発熱し再燃する可能性があることから水没等により冷却させることが重要であるという内容に重点を置き、広報動画として長すぎずコンパクトに内容をまとめることで、リチウムイオン電池関連火災の危険性と適切な初期対応を視聴者に伝わるような構成とした。

なお、動画の制作は東京理科大学の松山賢教授に監修をしていただいた。

4 動画の公開について

令和7年11月28日に東京消防庁のホームページや各種 SNS 等において、動画「STOP リチウムイオン電池火災」を公開した。



● 成果

- 1 リチウムイオン電池関連火災の危険性と初期対応を示した動画として、東京消防庁のホームページや各種 SNS 等で情報発信した。(YouTube 動画再生回数6万回、令和8年4月1日時点)
- 2 東京都環境局と連携し、リチウムイオン電池の適切な廃棄方法を促すための広報活動の際には、当庁の動画を用いて、適切なごみの分別の必要性を促すことに活用されている。
- 3 民間企業の安全に関する会議等で当庁職員が出席する場合には、制作した動画を活用し、リチウムイオン電池火災の危険性等を周知している。
- 4 業界団体や他消防本部から制作した動画を使用したいという要望があり、各ホームページに掲載されている。また全国消防長会にも提供している。
- 5 リチウムイオン電池関連火災は、社会的関心が高いことから、制作した動画は報道機関等で取り上げられている。

選考委員のコメント

モバイルバッテリーを含むリチウムイオン電池関連火災の危険性、出火防止や適切な初期対応に関する留意事項等を広く正しく理解してもらうための、非常に優れた取組である。多様な実験を実施し、分かりやすい動画コンテンツで紹介している点も高く評価される。漠然とした注意喚起ではなく、視聴した人が具体的に何に気をつけ、出火時にはどうすべきかを理解することが可能になる。さらに全国の消防機関や業界団体で活用されており、波及効果が非常に高い点も評価される。

戦略的SNS「火災の悪魔」



新潟県 新潟市消防局

事例類型	VI 広報活動
取組期間	令和7年5月から

● 背景

1 火災の傾向と予防広報

当局管内では、全国の火災傾向と同じように、モバイルバッテリーなどリチウムイオン電池に起因した火災が多く発生しており、予防広報を行っている。広報手法としては、新聞、テレビといった従来の手法としていたが、これらの広報手法には次の課題がある。

- (1) 新聞やテレビを見る機会が減っている若年層に予防広報が届きにくい。
- (2) 近年多くの火災原因となっているモバイルバッテリーは、若年層の所有者及び使用者が多くいると考えられる。
- (3) 予防広報の効果やどの程度の方達の目に留まったのか把握しにくい。

2 SNSによる予防広報

上記理由から、若年層をターゲットにした予防広報を実施するため、SNSを活用した予防広報についても行ってきたが、SNSの特性上、視聴者に火災や消防に関するワードを検索してもらう必要があった。視聴者に火災や消防に興味があることが前提の受け身の形の広報となってしまうため、これらに興味のない方達の目には触れず広報できないという大きな課題があった。

これらの課題を解決し効果的な予防広報を行うため、新しい取組が求められた。

● 内容

1 デジタルメディア消防広報戦略チームを発足

効果的な SNS 広報を行うため、主にInstagramを活用して消防広報を行うデジタルメディア消防広報戦略チームを発足し、従来とは異なる予防広報動画の制作を試みた。



デジタルメディア消防広報戦略チーム

2 動画制作

消防広報戦略チームにおいてモバイルバッテリーの火災に係る予防広報をInstagramの動画で実施した。動画制作に際し、意識したのは火災や消防に興味のない方たちに視聴してもらうにはどのようにすればよいかということであり、動画は次のコンセプトで制作した。

(1) 消防らしさをなくす

消防らしさをあえて削り、人気漫画の映画をモチーフとした動画構成にして、一見して消防が制作した動画とは気づかないものとした。

(2) 視覚で理解

予防広報の趣旨を言葉ではなく視覚で理解できるものとし、予防広報につながるセリフや文面の差し込みはないものとした。

(3) 短時間の動画

動画は20秒程度の短いものとし、その中で場面が何度も変わり、最後に画面全体に燃え盛る炎を表示し動画を終わることで、印象に残るものとした。



モバイルバッテリー火災
広報動画「火災の悪魔」

● 成果

1. 100万回再生達成

令和7年11月12日、Instagramに投稿し12月23日現在の再生回数は117万回で、今なお増加し多くの方に視聴していただいている。

再生回数が把握できることで従来の予防広報では得られなかった広報効果、手ごたえを感じることができた。また、動画コメント欄には、「消防が制作した動画とは思わなかった。」との意見があり、火災や消防に興味のない方達にも予防広報を行うことができた。

2. 視聴者間の知識共有により培われる火災予防の意識

動画のコメント欄には、モバイルバッテリーの注意喚起に係るものが散見され、中でも特筆すべきは視聴者同士がお互いにモバイルバッテリーの火災予防について知っている知識の共有を図っており、大きな予防広報効果があることがうかがえる。動画内に火災予防につながるセリフや文面はあえて入れていないことが、大きな火災予防効果を生み出していると考えられる。

● 特記事項

組織として動画発信に求められたもの

デジタルメディア消防広報戦略チームメンバーは20代から30代で構成され、動画制作の際には、若い感性からくる素晴らしいアイデアがあった。それらのアイデアは40代以上の職員が感じていた消防らしさや行政機関としての堅いイメージを崩すものであり、それを外部に広報として発信する組織の寛容さが求められた。



新潟市消防局広報動画

選考委員の コメント

動画は短編で要点が明確であり、CMのような感覚で視聴できることから、広範な関心を集めたことが高く評価される。また、若手職員で構成した戦略チームを結成することで、人材育成面において成果を上げ、職員採用面への波及も期待されるなど、模範となる事例である。

屋外焼却に起因する火災を防ぐために ～ターゲットを絞った戦略的広報と林野火災 注意報等に必要なデータ収集の自動化～



兵庫県 姫路市消防局

事例類型 III 効率化 VI 広報活動
取組期間 令和7年5月から

● 背景

- 当局における近年の火災の出火原因は「たき火・焼却火」がほぼ第1位となっており、これらの火災が拡大し、林野火災へと進展するケースも発生している。乾燥注意報や強風注意報が発表された際は、管内をパトロールし、注意喚起しているが、依然明らかな低減が見込めない状況が続いている。そこで、過去の火災データや焼却行為者の行動予測などから**新しい広報戦略**を考案した。
- 一方、令和7年2月に発生した大規模林野火災を受けた火災予防条例（例）の改正により、全国的に林野火災予防の実効性を高めるための動きがある。
当局においては、林野火災注意報等の発令基準を、林野火災に限らず、先に述べた「たき火・焼却火」を含む屋外で発生する火災全般の予防を見据えたものとし、運用を開始した。この基準への適合の判断にヒューマンエラーが起こらないよう、**データ収集の自動化**を図った。

● 内容

新しい広報戦略

過去10年間における管内での「たき火・焼却火」を原因とした火災のデータを分析

①年代別行為者

最も多いのは70代、次いで60代、80代であり、これらが全体の約7割を占めていることから、60代以上を広報の主要ターゲットと設定した。また、広報手段には、SNS等のインターネットメディアよりも従来の新聞・テレビ等を活用するアナログ広報が効果的であると考えた。

②月別火災発生件数

夏の農作業前後である春と秋に発生が多い傾向にあることから、これらの時期に重点的に広報を実施することが効果的であると考えた。

③出火時刻別火災発生件数

11時～16時台に多発していることから、午前中に広報を行うことが効果的であると考えた。

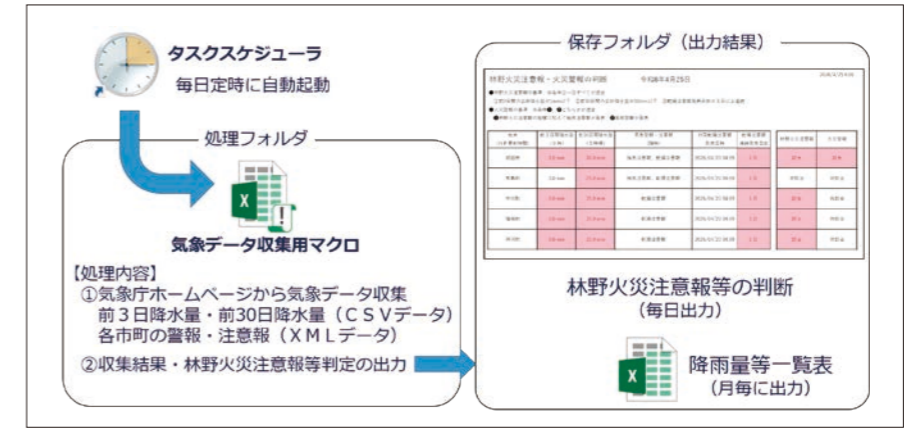
データ収集の自動化

マイクロソフトエクセルを用いて、気象庁ホームページ【林野火災予防ポータルサイト】等を参照し、下記データを取得。それらの情報をとりまとめ、林野火災注意報等の発令基準の適合に係るページを作成及び降雨量等の一覧表の出力を実施するマクロを組んだ。

また、タスクスケジューラ等で当該エクセルを自動起動させることにより、自動集計が可能となった。

※取得データ

- 前3日間降水量 ～ 気象庁 HP【72時間降水量一覧表】CSV ファイルから
- 前30日間降水量 ～ 気象庁 HP【期間合計降水量一覧表】CSV ファイルから
- 各地域の気象情報 ～ 気象庁防災情報XMLフォーマット形式電文から



● 成果

新しい広報戦略

火災のデータ分析と考察により得た戦略を展開した結果は以下のとおり。

①アナログ広報

テレビ局1社、新聞社4社により、地域住民数十万人に屋外焼却による火災防止の情報を広報することができた。

②館内放送での広報

主要ターゲットを行動予測し、降雨のない日の午前中に、病院やホームセンター、スーパーマーケット等15事業所において、屋外焼却による火災防止のための館内放送を依頼した。

③物販店及び警察と連携した対面式広報

月1回以上、大型ショッピングモール等と連携して「野焼き火災撲滅」ブースを展開。警察と合同で野焼き火災防止や屋外焼却の禁止についての説明、チラシ配布を行うことで、延べ1,000人以上の主要ターゲットに直接訴えることができた。



データ収集の自動化

気象庁ホームページの閲覧では降水量等の情報収集に要する時間が1観測点あたり約2分であったが、当該エクセルを使用することにより、毎日定時に職員が手と目で情報収集するタスクを省くことができるとともに、正確な情報を記録することが可能となった。

令和7年12月からテスト運用を開始し、林野火災注意報等発令と解除に必要な情報の自動集計等に係る当システムの正確性を検証した。令和8年3月26日の条例施行から本格運用しており、担当職員の負担が大幅に軽減している。

● 特記事項

新しい広報戦略

客観的な証拠に基づく政策立案（EBPM）・実行をしたことにより今後、有用な評価が得られると考える。つまり、火災予防広報にもEBPMを活用できる可能性が確認できたと言えるのではないかと。

データ収集の自動化

当市の林野火災注意報等発令区域は5区域を想定しており、また発令基準のひとつに「連続して3日以上乾燥注意報が発表」を設け、これらに係るデータ取得も可能とした。

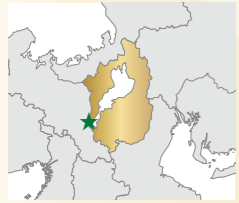
参考：民間事業者が国の示す発令基準例のデータ取得に係る業務サービスを年間25万円程度で提供

選考委員 コメント

客観的なデータに基づいた火災予防を戦略的に実践した点が評価されました。林野火災注意報等に必要気象データの自動収集システムを自ら構築し、事務の効率化と他地域への発展性を両立させた先進的な取組です。

優秀賞

大津市消防局×東レアローズ滋賀 感震ブレーカーで火災防止をPR!



滋賀県 大津市消防局

事例類型	VI 広報活動
取組期間	令和7年9月から

● 背景

令和6年能登半島地震により輪島市で発生した大規模火災を受け、消防庁において開催された「輪島市大規模火災を踏まえた消防防災対策のあり方に関する検討会」で大規模地震時の電気火災対策として感震ブレーカーの普及促進が必要であると提言がなされた。

本市においても地震時における出火・延焼危険が高いとされる木造密集市街地を有しており、感震ブレーカーの普及促進は喫緊の課題である。

しかしながら、感震ブレーカーについてはその認知度が低く、まずは通電火災の危険性にあわせて、市民にその有効性について周知する効果的な方策が必要である。

● 内容

大津市をホームタウンとする地域住民に愛されるプロバレーボールチーム「東レアローズ滋賀」と大津市公式マスコットキャラクター「おおつ光ルくん」を起用し防災情報のエンターテインメント化を図り、幅広い層に対し自分事として捉えてもらうために感震ブレーカー普及啓発動画を作成した。

本動画は、市民のリアルな心理に寄り添うストーリーで構成し、導入で東レアローズ滋賀の選手達が練習中に地震が発生し停電。リスクの提示として、電気の復旧とともにおおつ光ルくんが登場し通電火災事例を紹介し避難時のブレーカー遮断やコンセントを抜くことの必要性を伝える。選手が「避難時にそんな余裕はない」との本音を漏らすシーンで、できないことへの共感により感震ブレーカーの必要性へとつなげる。解決策として、揺れを感知して自動で電気を遮断する感震ブレーカーを紹介し、通電火災の有効な対策であることを提示する。結びにチームの象徴である円陣の掛け声をアレンジし、全員で「GO! 消防局!」と強く宣言。大津市消防局ホームページへの誘導テロップを指差しアクションを締めくくすることで、ファン層へ強く印象を残すと同時に消防局HPへのアクセスを強力に促す内容で編集した。



地震発生→停電→復旧→通電火災のリスク→解決策としての感震ブレーカーという一連の流れを短時間で完結しつつ、東レアローズ滋賀の選手やおおつ光ルくんを強調しながら、防災への関心の入口を広げつつ視覚的にわかりやすい内容とした。



YouTube



Instagram

● 成果

プロスポーツのトップチームとご当地キャラクターのコラボにより防災情報を発信したことで、消防局公式Instagramにて配信開始からわずか一週間で10,000回再生を突破した。これは、従来の消防局アカウントにおける平均再生回数を大きく上回る数字となった。

また、行政のフォロワー外へ情報が波及し、従来の広報手段では届かなかった若年層やスポーツファン層への情報を届けることができ、配信後、動画を見た市民から感震ブレーカーの設置方法や購入方法についての問い合わせが増加した。

行政単独の広報には限界があるなかでの今回の取組で、堅苦しくなりがちな火災予防啓発を地域資源である地元のスポーツチームと大津市公式マスコットキャラクターが防災という共通の目的でタグを組むことで、見となるコンテンツへ昇華させ、また、多額の広告費を投じることなくコラボレーション力が高いパフォーマンスを実現することができた。

本事例は、官民が手を取り合い地域に密着した演出をすることで、大津市民にとって自分たちの街の課題として認識してもらえたことは、地域資源を最大限に活用した次世代の予防業務モデルとして高い汎用性と有効性を持つものと確信している。

● 特記事項

今後もスポーツチームなど各種団体と大津市のマスコットキャラクターのコラボにより幅広い世代へ情報発信し新たな防火広報の取組を展開する。

優秀賞

予防は広報！—ささる広報戦略—



京都府 京都市消防局

事例類型	I 実効性向上 II 高度化・専門化 IV 他団体との連携 VI 広報活動
取組期間	令和7年4月から

● 背景

近年、リチウムイオン電池火災の急増や訪問による防火指導の面談率の低下など消防を取り巻く社会の構造に変化が生じており、当局がこれまで実施してきた対象を広く捉えた広報では十分な効果を得にくくなってきていると考えられる。このことから、当局では、大阪ガス株式会社との協定を活用したり学生の街、観光の街といった本市特有の地域特性を踏まえた、対象者を絞った「ささる広報」を推進し、社会環境が変化する中においてもより効果的な、防火広報を展開している。

● 内容

◆対象者別防火広報

1 子育て世代や学生への防火広報【連携：教育委員会、総合企画局】

学校と保護者間で使われている連絡アプリ「**すぐーる**」を活用し、保護者に対して火災予防に関する情報発信を行った。また、大学が多く集まる「学生のまち京都」の特性を踏まえ、市内全大学の学生を対象としたアプリ「**KYO-DENT**」により直接的かつタイムリーな情報発信を行うとともに、各消防署において各大学の特性に応じた露店指導や消防訓練、新入生指導等のきめ細かな防火啓発を実施。

すぐーる：対象は約7万8千件
KYO-DENT：ダウンロード数は年間1万件程度



英語、中国語対応

2 ペット飼育者への防火広報【連携：京都市獣医師会】

本市においてペットが起因した火災が2年連続発生したことを受けて、獣医師会と連携し動物病院の待合室にポスター掲示を行い、ペット飼育者に直接届く防火啓発を実施。

3 飲食店への防火広報【連携：食ベログ(株式会社カカコム)】

飲食店における火災が急増したことからレストラン検索・予約サービス「食ベログ」の飲食店向けメールマガジンを活用し、防火啓発メールを発信することで、飲食店関係者に直接届く防火広報を実施。

4 小規模宿泊施設への防火広報

小規模な宿泊施設の関係者に対して施設の実情に応じた出火防止対策について、対面で実施していた「京の宿泊所防火研修」をオンデマンド形式へ移行し、当該施設の関係者が時間と場所を選ばず、スマホ等があれば視聴できる研修環境を整備。

5 リチウムイオン電池使用者への防火広報【連携：京都女子大学】

近年急増するリチウムイオン電池火災の防止を目的に、市内の大学と連携し、視認性やサイズ感に工夫を凝らしたリチウムイオン電池火災に特化したリーフレット及びポスターを作成した。これらを街頭広報で活用するとともに、家電量販店や鉄道施設、大学等に掲出するなど、リチウムイオン電池使用者が、日常生活の中で自然に目に触れる形



啓発リーフレット

での火災予防の周知啓発を実施。

◆市民の防火意識にささる防火広報の推進

1 大阪ガスと連携した防火啓発事業

消防局が実施する防火講習「大阪ガスHOT研修」[※]を受講した大阪ガスサービスショップ職員が、ガス機器の営業など各種業務で一般家庭を訪問する際に、防火アドバイスや住宅用火災警報器、消火器等に関する情報提供・設置提案を行う新たな防火啓発の仕組みを構築。[※]HOTとは、Hazard Observation Training(危険予知訓練)のこと



大阪ガスHOT研修

2 京都市役所の赤色ライトアップによる視覚的広報

火災予防運動時や緊急の出火防止対策時などに京都市役所庁舎の塔屋を赤色にライトアップし、視覚的に火災予防を訴える広報を実施。

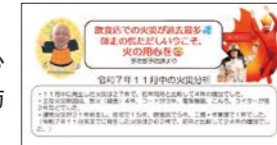


3 毎月の火災分析による防火広報を実施

毎月発生する火災の分析結果を基に、消防局及び消防団のホームページで火災予防記事を掲載し、職員及び団員並びに市民に向けたタイムリーな火災予防の情報発信。

4 動画による防火啓発

SNS(YouTubeやインスタグラム)を活用し、視聴者の関心を引く動画による情報発信を行うことで、実際に見てもらえる防火広報を展開。



● 成果

◆対象者別防火広報

1 子育て世代や学生への防火広報

消防と接点の少なかった子育て世代や大学生という明確なターゲットに対し、確実に情報を届ける手法により、時期や行動特性に応じた啓発を行うことで、若い世代に対する防火意識の向上を図ることができた。

2 ペット飼育者への防火広報

動物病院の待合室というペット飼育者に確実に届く場所を活用し、動物の行動リスクを自分事として捉えてもらう防火啓発を実施できた。報道機関にも取り上げられ、啓発効果の波及を図ることができた。

3 飲食店への防火広報

飲食店の関係者に特化した効率的な情報発信により、実態に即した防火意識の向上を図ることができた。(2,423件発信)

4 小規模宿泊施設への防火広報

研修の受講機会の拡大により、受講者の増加及び宿泊施設関係者の防火知識の底上げを図ることができた。

5 リチウムイオン電池使用者への防火広報

大学と連携した視認性の高い広報物の作成により、市民から掲示・配布の申し出があるなど高い反響を得るとともに、報道機関にも取り上げられ、効果的な啓発につなげることができた。

◆市民の防火意識にささる防火広報の推進

1 大阪ガスと連携した防火啓発事業

「大阪ガスHOT研修」は令和7年10月に3日間開催し、計78名に受講いただいた。受講者からは、防火に関するポイントや法令基準を再確認できたとの声が寄せられた。今後の成果が大いに期待できる取組であり、今後も継続して実施していく。

2 京都市役所の赤色ライトアップによる視覚的防火広報

多くの市民の目に触れる象徴的な取組として火災への注意喚起を図るとともに、報道機関にも取り上げられることで、広く市民への周知につなげることができた。

3 毎月の火災分析による防火広報を実施

ホームページ上で、火災分析結果をタイムリーに毎月分かりやすく発信したことで、市民から町内掲示板において掲示をさせて欲しいと申し出があるなど想定以上の反響があり、継続的な防火意識の醸成につなげることができた。

4 動画による防火啓発

SNSを活用し、視聴者の興味を引くコンテンツとしたことで、実際に視聴される防火広報につながり防火意識の向上につなげることができた。

優秀賞

予防DXに向けた デジタルパッケージ事業



埼玉県 熊谷市消防本部

事例類型	Ⅲ 効率化 Ⅵ 広報活動 Ⅶ デジタル化
取組期間	令和4年4月から

● 背景

近年、行政手続のデジタル化が推進され、熊谷市においても、熊谷市DX推進計画を策定し、オンライン手続の拡大、情報発信の活性化及び業務効率化等の各種取組を推進している。さらに、文書管理システム及び電子決裁の導入によるペーパーレス化も急激に進展している。

一方、当本部においては、当初、デジタル化への抵抗感や慎重論が少なからず聞かれた。しかし、「今後、急速に進行する予防業務のデジタル化に対して、早急な体制整備と意識改革に取り組む必要がある。」との考えから、令和4年度に電子申請の開始を方針決定し、予防業務のDX化に向けた各種デジタル化への施策を模索した。

● 内容

次のとおり、複数のデジタル化施策をトータルパッケージとして組み合わせることで、予防業務のDX化に取り組んだものである。

1 火災予防関係手続・消防同意の電子申請

- 火災予防関係手続については、令和5年度から火災予防関係13手続について電子申請を開始した。現在、申請手続は21手続で、順次手続拡大予定である。
運用方法について、申請窓口は一つ（予防課）とし、電子決裁処理は、紙の届出等と同様に管轄署で行うための運用マニュアルを新たに策定した。
- 消防同意については、令和7年度から電子申請を開始、規模による制限を設けず、ICBA電子申請受付システム及び市電子申請届出サービスの2システムで申請可能とした。また、新たに消防同意に関する電子申請運用マニュアルを策定し、既存の紙台帳と電子申請ファイルの取扱方法の統一を図った。

2 火災予防電子申請機器の導入

電子申請開始に合わせ、ペーパーレスによる図面審査を行うための22型液晶ペンタブレット及び図面審査ソフトウェアの導入を図り、令和7年度で予防課及び各消防署への整備を完了した。このことにより、消防本部における内部電子審査環境が整った。

3 事前相談等のペーパーレス対応

事前相談の申込みや資料提出についても電子申請を追加した。
対面での相談時にも、ノートパソコン及びサブディスプレイを活用して、ペーパーレスによる相談を可能とした。



4 各種受付簿等の電子ファイル共有化

これまで、各種届出等については管轄署ごとに紙の受付簿で受付を行っており、他所属で受付する場合は他所属受付として別番号を採番することや、予防課の統計時にはコピーの送付を要していた。
受付簿等の紙文書を電子ファイルとし統一の共有フォルダへ保管することで、すべての所属での共有と統一管理が可能になった。



5 住宅用火災警報器 SNS アンケート調査

住宅用火災警報器の設置率調査については、職員による戸別訪問調査を行ってきたが、市民の対面接触を避ける傾向の増加や業務の見直しが課題となっていた。
今回、登録者の多い市公式LINE（クマぶら）を活用して、回答者すべてに地域ポイント（クマポ）を付与するSNSアンケートを実施した。
また、予防課イベントにおいて、来場者へ地域ポイント（クマポ）を付与する企画も併せて実施した。



6 オンラインツールを活用した研修・会議

これまで集合形式で年1回程度実施していた研修を、「予防知識とデジタルスキルの習得」を目的として、Zoom等のオンラインツールによる複数回の年間カリキュラムとして実施した。また、会議においてもオンラインツールを活用することで、時間や移動にとらわれずに随時開催することができるようになった。



● 成果

- 電子申請数は年々増加しており、申請者のニーズは確実に高まっている。
早期に取組を開始し、運用マニュアルを作成したことにより、消防本部全体で電子申請が認知され、電子決裁処理もスムーズに行われるようになった。
※電子申請件数（火災予防関係） 令和5年度：16件、令和6年度：127件、令和7年度：261件
- 受付簿等のファイル共有化について、受付処理にかかる手間や時間が削減された。
また、予防課における統計や状況管理においてもタイムラグなくペーパーレスで確認することができるようになり、大きな業務効率化につながった。
- SNSアンケート調査について、初回で1,600件以上の回答を得ることができた。住宅用火災警報器に関するこのほか、啓発や消防に対する意見も多く収集することができ、新たな啓発方法として、今後の展開や施策への活用期待できる結果となった。
- オンラインツール活用について、開始当初は、操作方法等に不慣れな職員が多かったが、回を重ねるごとに操作に慣れ、移動を伴わない参加のしやすさから好評を得た。副次的効果で予防課以外においてもオンラインツールの活用が広がってきている。

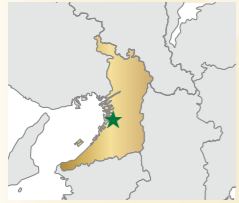
根強い紙文化や対面主義からの変革が課題であったが、早い段階から複数施策のトータルパッケージとして取り組んだことにより、予防業務のDX化にとどまらず、消防本部全体の意識改革につながった。

● 特記事項

- 「できない」から「やってみる」へ、「これまでは」から「これからは」へ、紙で培った技術をデジタルへ変革する意識改革が必要だと考える。
- 内部環境におけるデジタル化の取組については、一定の成果が得られた。今後は、消防検査や立入検査等の外部環境におけるデジタル化を進めていく。

優秀賞

関係機関等と連携したリチウムイオン電池火災に対する予防啓発



大阪府 堺市消防局

事例類型	I 実効性向上 IV 他団体との連携 VI 広報活動
取組期間	令和7年4月から

● 背景

近年、リチウムイオン電池に起因する火災が全国的に多発しており、当消防局管内においても令和4年には3件であった火災件数が、令和5年には10件、令和6年には15件と増加傾向にある。また、モバイルバッテリー等のリチウムイオン電池を使用した製品の誤廃棄によるごみ収集車からの火災も令和4年は1件、令和5年は6件発生しており、令和6年は0件であったが、令和7年では1月から2月までの短期間で既に3件発生している。

リチウムイオン電池の火災予防は、住民の安全・安心に直結する重要課題であるが、同電池を使用した製品は多種多様で広く家庭に普及していること、また、電池の分別回収にも関連することから、効果的な火災予防啓発には環境局、ごみ収集事業者、メディア等の関係機関との連携が不可欠であった。

● 内容

● このような背景を踏まえ、当消防局ではリチウムイオン電池による火災を防ぐため、関係機関と連携した多角的な予防啓発活動を次のとおり展開した。

1 ごみ収集車による巡回広報

環境局、ごみ収集事業者と連携して、市内ごみ収集車の巡回時に消防局からのお知らせとして「リチウムイオン電池製品を生活ごみに捨てない」旨の放送を開始した。なお、音声には、聴取性が高く注意喚起効果のある子どもの声を採用し、外国人の方など誰にでも理解しやすい「やさしい日本語」の文面とした。

2 リチウムイオン電池火災防止月間における啓発イベント

環境省が定める11月の「リチウムイオン電池火災防止月間」に合わせ、区交流まつり等で消防音楽隊による演奏を通じた火災予防広報を実施した。また、区交流まつりでは環境局が不要となったモバイルバッテリー、加熱式・電子たばこ、ハンディーファンの回収ブースを設け、消防署員が来場者を誘導し、リチウムイオン電池製品の適切な回収の呼びかけや誤廃棄による火災の注意喚起を行った。

3 消費生活センターとの連携

消費生活センターによる消費者事故に関するSNS投稿に、リチウムイオン電池の火災予防を掲載した消防局ホームページへのリンクを貼付した。なお、消防局ホームページには、廃棄方法について環境局ホームページのリンクを掲載し、リチウムイオン電池の火災予防について、取扱いから回収まで一連の注意喚起を行っている。

4 メディアを活用した予防啓発

総合防災センターにてテレビ局の取材に協力し、モバイルバッテリーの内部構造の説明や、物理的な破壊により故意に短絡させ発火させる映像を作成した。このテレビ映像による情報発信により、住民への注意喚起を図ることができた。さらに、この取材内容は本市のみならず他府県にも放映され、より多くの地域でモバイルバッテリーによる火災の注意喚起ができた。

● また、消防局単独の取組として、以下の予防啓発活動を実施した。

1 住民、事業所への直接指導

自衛消防訓練の指導で消防職員が立ち会った際には、リチウムイオン電池の危険性や取扱上の注意点、廃棄方法、どのような製品に使用されているかを説明し、さらに、注意喚起チラシを施設内へ掲示するよう依頼した。

また、事業所への立入検査時には、電動工具等で使用する互換性（非純正）バッテリーの発火の危険性について注意喚起を行い、さらに、直射日光の当たる場所など高温環境下でリチウムイオン電池製品が保管されていないかなどを確認し、リチウムイオン電池からの火災予防を指導した。

2 火災原因調査結果の活用

当局では過去の火災原因調査結果を予防業務に活用するため、「火災原因調査事例 情報共有シート」を作成しており、本シートを用いてリチウムイオン電池の火災原因を各消防署と情報共有し、予防啓発活動に活用している。



区交流まつりの回収ブースの様子



回収を行ったリチウムイオン電池製品



テレビ取材における燃焼実験の様子



テレビ取材におけるモバイルバッテリー内部構造の説明の様子

● 成果

これらの取組により、住民に対するリチウムイオン電池の危険性や適切な廃棄方法に関する理解が促進され、誤廃棄や不適切な取扱いによる火災発生リスクの低減につながったと考える。

その中でも、目に見えて効果があったのがごみ収集車による巡回広報であり、巡回広報以降は現時点（令和7年12月末）において、リチウムイオン電池製品の誤廃棄に起因するごみ収集車での火災は発生していない。これは、日常生活の場面で繰り返し注意喚起を行うことにより、住民の行動変容を促すことができた結果と考えられる。また、子どもの音声を採用したことで、「子どもの声が聞こえたので、思わず聞き入ってしまった」という声もあり、より多くの住民に情報を届けることができた。

さらに、区交流まつりでは不要となったリチウムイオン電池製品を約100個回収することができ、加えて、自衛消防訓練や立入検査時の直接指導、SNSによる若年層への情報伝達、テレビ報道による視覚的効果など、多角的な手法を組み合わせることで相乗効果が生じ、リチウムイオン電池に対する火災予防意識の定着に寄与することができた。

● 特記事項

今後も、関係機関が一体となった啓発体制を維持するため、消防局、環境局及び消費生活センターの三者による庁内会議を定期的に開催し、課題の共有や今後の連携方法等について協議を重ね、リチウムイオン電池による火災を1件でも多く減らし、地域の安全・安心の確保に努めたい。

優秀賞

官民共創が生む新たな価値 ～「気付き」から「行動変容」につなげる 火災予防啓発へのパラダイムシフト～



北海道 札幌市消防局

事例類型	I 実効性向上 III 効率化 IV 他団体との連携 V 人材育成 VI 広報活動
取組期間	令和7年8月から

● 背景

札幌市では、火災原因調査を起点として、出火前の消防活動（火災予防啓発、消火・救助訓練等）及び市民行動（火災の未然防止）と、出火後の消防活動（消火・救助活動）及び市民行動（初期消火・通報・避難等の命を守る行動）を円環としてつなげるにより市民生活の安全及び安心を推進し、消防隊員の事故・殉職防止を図っている。（図1参照）火災予防は、出火を防止し、被害を軽減するために必要不可欠であるが、行政主導による取組では住民の行動変容には至らず、本質的な火災予防に限界が生じている。

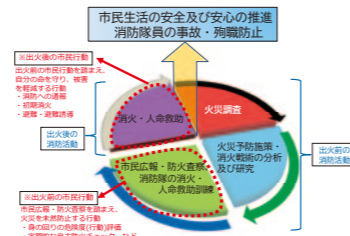


図1消防活動と市民の対応イメージ

● 内容

札幌市では、近年、電源タップやモバイルバッテリーなど電気を起因とする火災被害が多いため、令和7年8月の1か月間を「電気火災防止強化月間」と位置付けた。

電気火災防止の実効性を高めるためには、住民への気付きを促すだけでなく、古い電気製品を買換え、点検を行うなど具体的な行動に移すことが求められる。そのためには、行政主導による今までの手法から一歩先へ踏み出さなければならない。そこで、行政と企業が課題解決を目指し、互いの知恵とリソースを掛け合わせ、新たなアイデアを創造する「官民共創」という全く新しい取組に挑戦しようとの結論に至った。

札幌市では、官民共創による「持続可能な世界都市・さっぽろ」の実現に向け、提案受付から事業化に向けた仲介調整等を行うワンストップ窓口「SAPPORO CO-CREATION GATE」を設置している。そこで、以下の課題を設定し、企業とのマッチングを試みた。

- 1 最も火災予防啓発の声が届きにくい若年層・子育て世代を中心とした住民に対し、電気火災の危険性を理解してもらい、気付きを促すためには？
- 2 上記を受け、電気火災の未然防止という行動変容につなげるためには？

企業とのマッチングの結果、①企業の社会的責任（CSR）、②JR札幌駅前のまちづくりへの貢献、③売場の賑わい創出、を求めていたビックカメラ札幌店（以下「ビックカメラ」という。）と意気投合し、官民共創の取組を進めていくことになった。取組を進めるに当たっては、初めに両者の強み・得意とするところを以下のとおり整理した。

主体	強み・得意とするところ
行政(消防)	住民への高い信頼性、火災予防に対する専門的知見
企業(ビックカメラ)	行政にはない発想力、資金・場所等の資源、集客力

次に、官民共創による取組方針を定めた。方針設定に当たっては、両者が対等な関係であることを相互に確認し、「住民が電気火災の危険性を理解し、気付きを促すとともに、電気製品買換え等の行動変容につなげることで、火災予防及び企業の社会貢献に資する」とした。

ビックカメラからは、以下の企画案が提示された。

- 電気火災は、製品の不適切な使用や故障、老朽化により発生する。正しい買換えにより火災リスクを低減できるが、企業だけでは買換え促進は困難である。そこで、住民からの信頼が厚く、防火の専門家である消防から訴えることで、格段に買換えが促進され、地域の安全・安心に直結するのではないか。
- 具体的には、①住民に注意喚起するために、消防が火災実験をしながらお客様に講話を行う、②消防がお客様の賑わいを創出するためにVRゴーグルによる消防活動体験を行う、③ビックカメラがお客様の行動変容の後押しをするために電気製品購入の際、通常よりもポイントサービスを多く付与し、製品の割引も行う、こととしてはどうか。

上記提案を受け、以下のとおり役割分担と具体的手法を整理した。

- ①イベント（8月4日～5日）は、下表の役割に基づき、電気火災防止強化月間のスタートアップイベントとして実施すること。

主体	消防の役割	ビックカメラの役割
気付きの促進	VRゴーグルや防火衣の装着体験で店舗の賑わいを創出し、集まったお客様に火災実験の披露・解説を行う。	企業の販売促進ノウハウを活かし、集客効果の高いブース設営を行う。
行動変容の推進	店舗店員に対し、事前に電気火災予防研修を実施し、販売時の顧客説明能力を向上させる。	電気製品の割引、ポイントサービスの付与により、買換えを促進する。（図2参照）

- ②①以外の日は、電源タップ、モバイルバッテリーの売り場でデジタルサイネージを常設、火災予防動画を配信することにより、お客様に気付きを促し、行動変容に移行できる取組（①同様、ポイントサービス付与及び製品割引）を行うこと。

● 成果

1 消防の成果

- (1) ビックカメラのアイデアを活かし、若年層・子育て世代の住民はもとより、来店した外国人に対しても電気火災予防の気付きを促すとともに、出火防止の観点からモバイルバッテリー等の買換えという行動変容に結び付けることができたこと。
- (2) 従業員の事前研修により、接客を通じた市民への専門的な火災予防啓発が可能となり、製品買換えという具体的な行動変容を促す仕組みを構築できたこと。
- (3) 両者が対等な関係で企画立案したことにより幅広い視点での取組が可能となり、職員の業務負担が少なく、ワクワクしながら火災予防に取り組むことができたこと。
- (4) 火災予防という業務は、その効果が実感されにくい側面があるが、火災予防啓発が即座に製品の購入という行動変容につながり、電気火災防止への効果をもたらしたこと（8月から11月の4か月で、前年比12件の電気火災減少）を目の当たりにしたことで、職員の成功体験と仕事への活力増進になったこと。



イベントブースでの火災実験

2 企業の成果

- (1) 電気製品の買換えが促進され、製品火災の出火防止に大きく貢献できたこと。
- (2) モバイルバッテリーや電源タップなどの売上げが前年比で約2倍となり、経済的利益も大きかったこと。
- (3) 消防との官民共創を通じ、新たなマーケットのあり方を考える起点となったこと。
- (4) 従業員の電気火災予防知識が高まり、家電販売技術の向上に直結したこと。

● 特記事項

- 今回の取組を礎とし、現在、他の企業とも官民共創の取組手法について協議中である。
- 「官民共創」は、着手しにくいイメージがあり、成功事例が少ないとも言われているが、本事例では、火災予防啓発という身近な課題に対し、官と民が肩を組んで種をまき（企画）、育て（実行）、果実を収穫（成果）することを通じて、「住民の気付きから 行動変容への流れを生み出す」という課題解決への手応えを実感することができた。



図2 ビックカメラ作成のちらし

優秀賞

メタバース空間を活用した 地域で取り組む防火防災啓発活動



愛知県 豊田市消防本部

事例類型	Ⅲ 効率化 Ⅳ 他団体との連携 Ⅵ 広報活動 Ⅶ デジタル化
取組期間	令和7年4月から

● 背景

〔地域〕 豊田市の足助地区は、東海地方随一の紅葉の名所と評される「香嵐渓」（月に60万人）や、防火を目的とした塗籠造りの町屋が残る「足助の町並み」を有し、歴史的景観が評価されたことで「重要伝統的建造物群保存地区（国文化財）」に選定されている観光地である。豊田市消防本部（以下「当消防本部」という。）はこの地域の住民向けにイベントを毎年開催し、防火防災意識の向上を図っている。

〔課題〕 気候変動で熱中症のリスク・中山間地域で管轄が広く移動距離が長い・高齢化や人口減少が進み担い手の減少・育児や入院等を理由に行事参加が難しい・観光地としての保存と市民や観光客の安全性の向上。以上のことから幅広い世代への持続的な取組が必要。

⇒「豊田市メタバース将来ビジョン」に基づき構築された仮想空間「メタバースとよた」（「cluster」内）を活用し、インターネット環境があれば誰でも参加できるイベント「足助消防署ふれあい広場 in メタバースとよた」を開催した。

● 内容

1 イベント開催日時 令和7年10月4日（土）午前10時から1時間

2 人と人をつなげる“メタバース”活用のポイント

- 現実でのイベントに参加できない住民への防火防災啓発
- 足助地区の防火の視点からの魅力発信と観光客誘致
- 現実でのイベント「足助消防署ふれあい広場」への集客につなげるプレイベント

3 メタバースの内容

(1) 医療機関をサテライト会場に（※1）

足助消防署の管内に位置するJA愛知厚生連足助病院（2次救急病院）をサテライト会場として開設した。



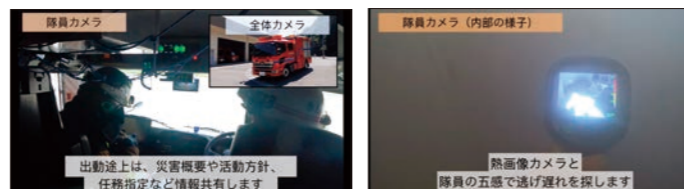
（※1）足助病院サテライト会場の様子

(2) 関係機関と連携し、防火からの視点で地域（文化財）の魅力発信

（一社）豊田ドローン協会が保有する空撮の動画作品と、豊田市足助観光協会保有の色彩豊かな写真で「観光地としての魅力」と「先人が施した防火の取組」を紹介。

(3) 「煙の怖さ」をテーマにした没入感の高い映像放映（※2）

火災指令から屋内検索までの一連の火災出動（訓練）を編集し、臨場感のある「消防士出動動画」を作成した。消防の活動を紹介するとともに、屋内検索時の濃煙で視界がなくなる怖さを主観的に体験できるようにした。



（※2）火災の怖さをテーマにした「消防士出動動画」



イベント開催チラシ

- (4) 地元高校生が考えたデジタル防火絵本を作成し読み聞かせ（※3）
足助消防署管内にある愛知県立足助高等学校の生徒とミーティングを重ねながら、高校生の視点で作成したデジタル防火絵本「だいじなやくそく」の読み聞かせ動画を放映することで、防火意識の大切さを伝えるとともに、作成した高校生の郷土愛と防火意識を醸成した。



（※3）地元高校生が考えたデジタル防火絵本「だいじなやくそく」

4 メタバースイベント開催に向けた広報活動

(1) 教育関係機関

ア 放課後児童クラブ、豊田市こども・若者総合相談センター、豊田市青少年相談センターへチラシを配布し、来場による参加が難しい方の参加を促す。



イ 足助消防署管内全てのこども園の保護者にイベント説明会を開催。説明後に消防車両を展示して幼年世代から消防に触れて親しむ場を作る。



メタバース空間（cluster）当日の様子

(2) cluster内での広報

豊田市外の居住者に向けて当消防本部の紹介及び足助地区の魅力を発信するために、clusterアプリ内で広報を行い、イベントの参加を促した。

● 成果

1 定量的な成果

- 延べ222人が参加（メタバースとよた開催イベントで2番目の参加者数）し、アンケート結果から、約95%の参加者が「楽しく学ぶことができた」と回答。参加者の防火防災の意識を醸成することができた。
- アンケート結果から、約90%の参加者が「足助地区を観光したい」と回答。足助地区への観光客誘致、地域の活性化に寄与した。
- アンケート結果から、約77%の参加者が「足助消防署ふれあい広場」に参加したいと回答。令和7年度に初めて交流館祭等と同時開催する運びになったが、延べ2,500人（昨年度比1,500人増）の住民が参加。多くの方々実際に消火器や煙を体験することにつながった。
- 医療機関をサテライト会場とすることで、入院により来場による参加が難しい方への防火防災啓発をすることができた。

2 定性的な成果（現実と仮想の融合による新たな可能性の発見）

- メタバースでは、利用者同士がコミュニケーションをとり、人と人のつながりができた。コメント投稿機能により、リアルタイムで関心の高さがわかると同時に迅速なコメント対応ができた。
- 消防士出動動画では、消防士目線での活動を体験できるように工夫し、今まで体験不可能であった「災害」のイメージをつけることで、理解促進に寄与した。
- 昨今の気候変動等による熱中症対策が急務であり、外部環境の影響を受けずにイベントを開催することができた。
- 高校生を足助消防署に招待し、実際に消防署で様々な体験をすることで、絵本のイラストデザインに反映させられ、その後、能登半島地震へのボランティアに行く生徒や、消防士を志す生徒が現れるなど、防火防災意識を醸成できた。また、令和8年度から愛知県立足助高等学校に「観光科」が新設されることを踏まえ、今後も継続して高校生と共同事業を行う予定となり、活動の拡がりを見せている。
- イベントに参加できなかった方々に対しても、作成したデジタル防火絵本を豊田市電子図書館や豊田市防災学習センターでも常時視聴できるようにした。

● 特記事項

デジタル化の推進により、市民の生活は時間と場所の制約から解放され、便利で豊かになっていく中で、当市でも「第2次豊田市デジタル強靱化戦略」（2025年）を策定し、市民サービスの更なる質の向上に取り組んでいる。生き方が多様化する中で先進技術×消防で合致する案件を充実させ、市民への防火防災啓発へとつなげていく。

見える化で守る街の安全

～中区たばこハザードマップを活用した 新たな火災予防モデル～



愛知県 名古屋市消防局

事例類型	I 実効性向上 IV 他団体との連携 VI 広報活動 VIII その他
取組期間	令和7年6月から

● 背景

- 令和6年版消防白書によれば、令和5年中の全国出火件数38,672件のうち、出火原因の最多は「たばこ」で3,498件を占めている。
- 当区においても、令和6年の出火件数65件のうち、たばこ火災は最多の20件（約30%）であり、本市平均（約20%）を上回っていた。特に、そのうち14件（70%）が建物外で発生しており、栄・錦三丁目地区を中心とした繁華街において、路上へのたばこのポイ捨てが火災リスクの大きな要因となっていた。
- また、従来から行ってきた火災予防リーフレットによる広報は、基本的な注意事項を分かりやすく伝えるうえで有効である一方、文章や数値だけでは「どこで火災が起きやすいのか」といった地域の特性までは分かりにくい面があった。このため、地域の実態に応じた対策につなげるための可視化ツールが必要であった。
- さらに、令和8年9月には「愛知・名古屋2026アジア・アジアパラ競技大会」の開催が予定され、外国人来訪者の大幅な増加が見込まれている。喫煙マナーの相違から路上喫煙やポイ捨ての増加が懸念され、受入環境の整備も喫緊の課題であった。

● 内容

(1) 体制の整備

- たばこ火災は、吸い殻だけでなく路上のごみ等が着火源となる複合的な課題を抱えており、街の美化と火災予防は一体的に進める必要がある分野である。
- その中で、名古屋まつりで「ひろえば街が好きになる」運動を継続的に実施している日本たばこ産業株式会社（JT）は、清掃を通じた街の美化に取り組んでおり、当署が目指す火災予防の方向性とも一致していた。このため、双方で協働体制を構築することとした。
- 当署は、地域主体の行動促進を図るため、重点対策エリアを可視化した「中区たばこハザードマップ」（以下「ハザードマップ」という）の制作に着手し、JTは当署と連携した携帯灰皿等の啓発物を準備した。両者は、令和7年10月に開催される名古屋まつりにおいて、美化活動と火災予防啓発を一体的に行うコラボ企画を実施することを共通目標として設定した。

(2) ハザードマップの制作

- 過去10年間に当区で発生したたばこ火災155件を精査し、特にポイ捨て火災87件（56.1%）の発生地点を地図上にプロットした。発生頻度は一定の街区単位で色分けし、個別事案の特定に配慮しつつ、重点対策エリアが直感的に把握できる構成とした。
- 併せて、路上禁煙地区や屋外の喫煙可能場所も明示し、適切な喫煙行動の促進とポイ捨て抑制につなげた。さらに、アジア・アジアパラ競技大会を見据え、主要な文言に英語表記を付すことで、多言語対応を強化した。（図1 ハザードマップ）



図1 ハザードマップ

(3) 運用・展開

- 令和7年10月の名古屋まつりでは、共同広報ブースでハザードマップを掲示し、注意喚起と清掃活動PRを実施するとともに、喫煙ブースにおいてJTと連携した携帯灰皿を配布し、ポイ捨て防止を図った。（図2 名古屋まつりでの活動風景）
- その後、ハザードマップは地域会議を通じて全町内会（約300件）へ配布し、掲示板・回覧板での周知を依頼した。さらに、賛同を得られた区内ファミリーマート、たばこ販売店、遊技場及び区内の主要な公園でも掲示し、喫煙者への周知効果を高めた。（図3 コンビニでの掲載風景）
- また、当署ホームページ（図4 HP）でも公開し、オンラインでも広く発信した。加えて、IFCAA2026 NAGOYAの会場となる御園座及び白川公園が当署管内であることから、会期中の広報展開も予定している。



図2 名古屋まつりでの活動風景



図3 コンビニでの掲載風景



図4 HP

● 成果

- ハザードマップの配布以降、地域会議では色分けされた重点対策エリアが容易に共有できるようになり、従来のリーフレットでは把握しにくかった「場所ごとのリスク」が直感的に理解されるようになった。これにより、区内でも地域ごとに発生頻度が大きく異なることが一目で把握でき、対策すべきエリアがより明確になったことで、巡回パトロールや清掃活動の重点化にもつながった。その結果、「この場所に貼りたいので追加がほしい」との声が寄せられ、住民や団体がハザードマップを参考に、必要な取組を自発的に進める動きが見られた。
- また、区内ビル所有者からは「新規テナントへの入居資料として活用したい」との申し出があり、事業者の防火意識向上にもつながった。さらに、コンビニ・たばこ店・遊技場など喫煙行動が生じやすい場所での掲示により、外国人来訪者や若年層にも分かりやすく周知でき、対策の対象層が広がった。
- これらの結果、ハザードマップは、可視化を通じて地域全体が同じ方向を向いて火災予防に取り組むための“統一された指針”として定着しつつあり、新たな火災予防モデルとしての実効性を示している。

● 特記事項

- 2018年7月の健康増進法改正により屋内原則禁煙が進み、喫煙行動が屋外へと向かう中で、路上や公園等のリスクを可視化することの重要性が高まっている。
- 中区たばこハザードマップは、こうした全国的な流れに対応し、屋外における重点対策エリアを示す実践的なツールとしても有効に機能している。



野火太プロジェクト

— 屋外焼却行為を原因とする火災の予防啓発グッズ
開発プロセスから小学生が地域課題として
火災予防を学習する機会を創出しよう! —



岩手県 花巻市消防本部

事例類型	I 実効性向上 IV 他団体との連携 VI 広報活動
取組期間	令和5年5月から

● 背景

本市消防本部が管轄する花巻市は人口約9万人、東を北上高地、西を奥羽山脈に挟まれた北上盆地の中心に位置する豊かな自然に囲まれた地域である。例年、屋外で行われる焼却行為を原因とする火災（以下、野火火災）が多発し、1年間の火災原因の約3割を占める状況である。しかし、市民がその事実をほとんど認識していないことが予防啓発を推進する上で課題となっている。

また、本市では平成30年から慶應義塾大学 SFC 研究所イノベーション・ラボと連携し、地方創生プロジェクトを開発・実践する「花巻市地域おこし研究所」を設置しており、その研究テーマの1つとして、本市で多発している野火火災を予防することを目的として、令和5年度から消防職員が研究活動に取り組んでいる。

● 内容

①過去5年間に発生した野火火災のデータの洗い出し

研究活動に伴い、基礎データとして過去5年間に発生した火災の関係者の属性及び行動、当日の天候等、市内で発生した火災の特徴を分析するために詳細なデータ収集を行った。その結果、本市で発生した野火火災には「高齢者が関係していること」「平均風速約3m/s程度の日に発生することが多い」という2つの特徴があることがわかった。

②野火火災予防啓発グッズ「野火太」の開発

①の結果から火災予防啓発グッズのターゲットを高齢者に絞り、市内で染物やのぼり旗を製造している株式会社小彌太（こやた）と共創し、「高齢者に風速3m/sを可視化」することをコンセプトに野火火災予防啓発グッズ「野火太（のびた）」を開発。野火太は屋外に設置する吹き流し状の啓発グッズで、風速約3m/sで水平になびく構造。

野火太の開発にあたり「高齢者へメッセージ性の高いデザインにしたい」「児童の火災予防に対する関心を高めたい」という2つの思いから、令和6年夏、市内学童クラブ2施設を利用する児童を対象に「野火太のデザインを考えようワークショップ」と題して、花巻市では毎年、野火火災が多発していることを地域の課題として学習し、火災予防の願いを込めたデザインを考えてもらうワークショップを開催し、その応募デザイン案から3点を野火太のデザインとして採用した。



全2回開催されたワークショップの様子



児童が考えたデザイン案から選ばれた野火太のデザイン

● 成果

①過去5年間に発生した野火火災のデータの洗い出しについて

過去の火災事例と再度向き合うことで、本市ならではの火災の特徴を認識することができた。特に、強風注意報発令時よりも穏やかな風速3m/sにおいて野火火災が発生しやすいという点については、風速に対する安全確認が不十分である可能性を示唆している。このことから、今後においても継続的な対策の実施が必要であると実感した。

また、今回は洗い出しの結果を活かし、広報の対象を高齢者とした。これは昨今、デジタル化が進む中でターゲットに合わせ、取って物理的な手法を選択することにつながり、今後の火災予防広報への汎用が期待できる結果となった。

②野火火災予防啓発グッズ「野火太」の開発について

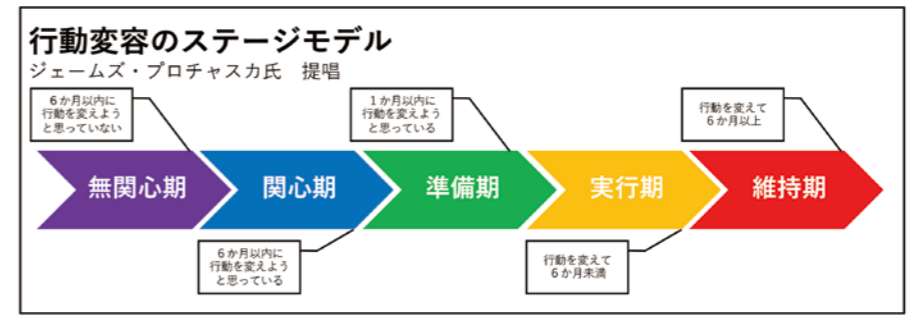
地元企業、学童クラブと共創して野火太の開発を行い、地域における火災予防の関係人口を創出できた。中でも開発プロセスで全2回開催したワークショップでは100名の児童から140点のデザイン案をいただき、火災予防行政に多くの児童が関わる機会を創出することができた。

また、ワークショップの参加者アンケートにおいては、「花巻では野火火災がたくさん発生している」という事実を家族、親戚、近所の住民にも伝えたいと意気込む回答が多くあった。このことから、火災予防行政において「子ども」の存在は貴重であり、「火災予防に関心がある子ども」を増やすため、継続的に同ワークショップを開催することで市民全体へ向けた火災予防啓発の底上げを図ることが期待できる。

グッズ自体の評価は、子どもたちが火災予防を学び、考えたデザインに強いメッセージ性があり、購入者からも好評だった。

● 特記事項

● 心理学者ジェームズ・プロチャスカ氏らが提唱した行動変容ステージモデルによれば、人が行動を変えるための第一段階として無関心期へ働きかけて関心期へ移行する必要がある。このことから今後も継続して、「火災予防に関心がある人」を増やすこととともに、維持期に向けて企業と共同で野火太の普及、火災予防を学ぶ機会の創出を継続し、さらには行動変容のステージを上げる手法の開発が期待される。



● 令和7年4月から、株式会社小彌太から販売された野火太は、約半年で市内を中心に約30本が販売され、同年2月に多発した山林火災の影響もあり、現在も多くの問い合わせをいただいている。また、購入の支援として、活用できる補助金メニューの掘り起こしと、その案内に努めている。

● 野火火災というテーマに取り組むにあたり、最終的には火災の件数及び被害の減少を目指すことが目標ではあるが、前段階として地域住民が火災予防を「おらほ（私たち）の問題」と捉えてくださることを目指し、積極的に取り組む貴重な機会をいただいたことに感謝申し上げる。

優秀賞

次世代へつなぐ危険物行政 ～制度・現場・教育・広報における 4つの挑戦～



福岡県 福岡市消防局

事例類型	Ⅲ 効率化 Ⅴ 人材育成 Ⅵ 広報活動 Ⅶ デジタル化
取組期間	令和7年4月から

● 背景

申請手続き等のオンライン化により、利便性は向上した一方、消防側の審査・決裁等に一部紙での手法が残るなど、完全電子化に課題が残っていた。また、危険物行政は高度な専門性を要する一方、属人的な運用に陥りやすい一面もあり、次世代への知識・経験の継承が課題となっていた。さらに、市民啓発の面においても、ガソリン等の身近な危険物に対する注意喚起など、有効な啓発活動が展開できていない状況であった。

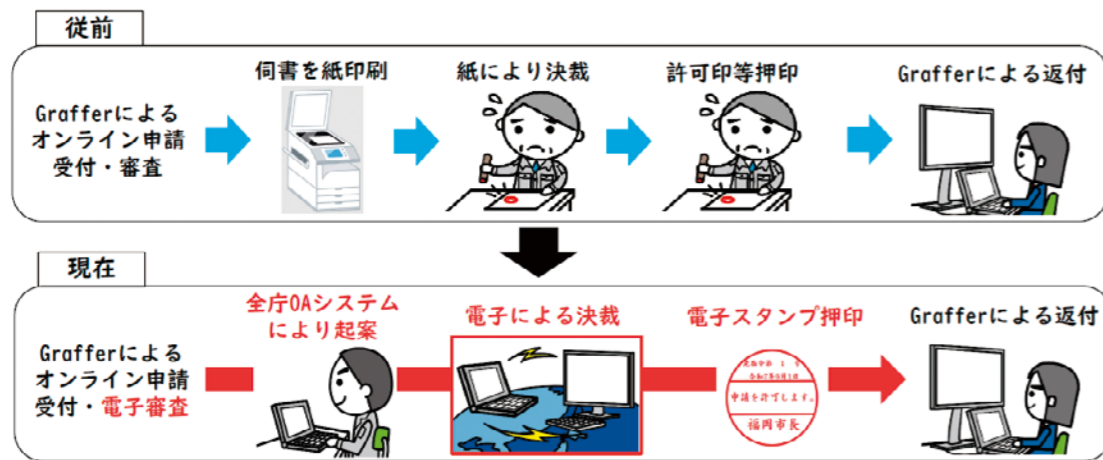
このような状況の中、DXの推進により業務効率化・有効化をさらに前進させるとともに、次世代が挑戦しやすく、学びやすい、継承しやすい環境を整えることこそが、未来の危険物行政を支える鍵となる。

本事例では、制度・現場・教育・広報という4つの異なるベクトルからDXを導入し、危険物に係る業務革新に挑戦した。

● 内容

● 制度：オンライン化の拡充に伴う内部処理の電子完結（ノーペーパー）の実現

申請者等に対するオンライン申請の拡充が進む一方で、審査及び決裁は紙（伺書）で行い、許可印等を押印後に電子で返付するなど、業務の非効率性を招いていた。そこで、内部規程を改正し、各種伺書15様式の廃止及び電子スタンプを導入し、電子審査、全庁OAシステムによる起案・決裁に移行した。これによりオンライン申請されたものであれば、申請から返付までを電子上で完結できる体制を構築した。



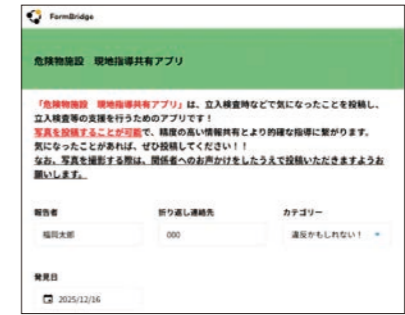
● 現場：「危険物施設 現地指導共有アプリ」による立入検査の支援強化

危険物施設の立入検査時に疑義等が生じた場合、電話による本部との調整が一般的だったが、専門性や設備の特殊性により言語化の苦慮、認識のズレ等が生じていた。そこで、本市が導入しているサイボウズ株式会社のkintoneを活用し、「危険物施設 現地指導共有アプリ」を開発した。現場職員が写真投稿することで、本部との

視覚的・即時的な情報共有が可能となり、指導の精度と安心感が向上した。また、投稿データはクラウドに蓄積、共有され、教材化や審査指針等の見直しに活用している。

● 教育：非対面協働型マニュアル作成による指導標準化

これまで、立入検査に係る統一的な指導マニュアルがなく、職員の知識、経験の差により、属人化が顕著で標準化が進みにくい状況にあった。そのため、本市では立入検査の見るポイントや具体的事例等をまとめたマニュアル「危険物施設立入検査を学ぶ 給油取扱所編」を作成した。作成にあたり、署と本部が業務チャット等を活用して非対面協働型で作業し、知識向上及び標準化を図った。マニュアルはタブレット上でいつでも確認でき、イラストや写真を活用し、新規職員にも理解しやすい教材内容で、属人的だった指導項目を抽出・整理することで標準化を実現し、業務効率化と教育環境整備にも寄与するものとなった。



● 広報：燃焼実験等のSNS展開による市民啓発の拡充

当局では、福岡市民防災センターにより火災予防や地震、風水害への備えなどの防災情報をInstagramやFacebookで投稿し、市民の防火・防災意識の高揚に取り組んでいる。その中で、「ガソリンの危険性」に関するショート動画を「危険物安全週間」の期間を通じて配信しており、実際にガソリンの可燃性蒸気への引火実験等を映像化することでインパクトを与え、改めて身近にあるガソリンの危険性を広報し、市民啓発の拡充につなげた。



第一弾

燃焼実験 QR コード



第二弾



市民向けポスター

● 成果

これら4つの取組は、以下の成果をもたらした。

- 15種類の紙様式廃止、電子スタンプの導入、kintoneアプリの活用等により、内部業務の電子化を推進し、業務の効率化を実現した。
- 現場職員に寄り添った革新内容により、危険物規制事務の標準化だけでなく、専門分野への挑戦を支える基盤を整備し、安心感と挑戦意欲の醸成につなげた。
- 燃焼実験等のInstagramについては、全2回の投稿で8万回以上の再生を記録し、効果的な火災予防の啓発活動に寄与している。
- 制度・現場・教育・広報という四領域におけるDXの実践は、危険物行政にとどまらず、他分野へも展開可能なモデルとして機能し、DX人材育成にも資する基盤として提供できるものと考えている。

● 特記事項

- 「危険物施設立入検査を学ぶ 給油取扱所編」は現場職員から好評を得たことから、他の危険物施設についても追加制作した。
- Instagram（令和6年6月開始）は、フォロワーが1万9千人に達しており、燃焼実験のほかにも消防用設備等の取扱要領等をまとめた動画の中には365万回以上の再生を記録するものや、他都市の大規模火災発生時に合わせてメディアで紹介されるもの等、時代に即した防災知識の啓発ツールとして定着が図られている。



消防庁

Fire and Disaster Management Agency