

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。