

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。

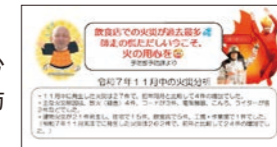


##### 3 毎月の火災分析による防火広報を実施

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。