

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。

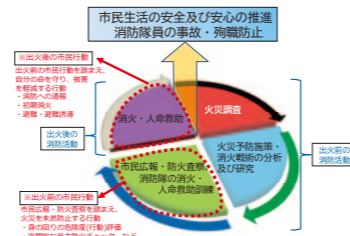


図1消防活動と市民の対応イメージ

● 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