

熱中症予防啓発 取組事例集



令和3年7月
消防庁救急企画室

はじめに

これから本格的な夏に向けて気温が上昇していく中、全国的に熱中症の発生が懸念されます。また、熱中症予防対策についても、新型コロナウイルス感染症を考慮した「新しい生活様式」と両立させた行動が求められています。

そこでこのたび、全国の消防本部の皆様へ、情報共有を目的として、「新しい生活様式」に対応した熱中症予防啓発に関する取組事例の提供を任意でお願いしたところ、多くの事例を提供していただきました。ご協力、誠にありがとうございました。

その中でも、以下の観点から、各消防本部において熱中症予防啓発を行うにあたり、特に参考になると考えた14の事例をご紹介します。今回ご紹介する内容も参考に、皆様の地域で熱中症予防啓発を推進していただきますよう、よろしくお願い申し上げます。

- ① 行政機関と連携して効果を上げている事例……………(P2～P3)
 - 1 川崎市消防局(神奈川県)
 - 2 埼玉県中央広域消防本部(埼玉県)

- ② 地域の事業所や企業と連携して効果を上げている事例……………(P5～P9)
 - 1 大崎地域広域行政事務組合消防本部(宮城県)
 - 2 飯田広域消防本部(長野県)
 - 3 加古川市消防本部(兵庫県)
 - 4 上越地域消防局(新潟県)
 - 5 豊橋市消防本部(愛知県)

- ③ 動画や広報誌等の非対面型媒体を効果的に活用している事例……………(P10～P17)
 - 1 札幌市消防局(北海道)
 - 2 さいたま市消防局(埼玉県)
 - 3 筑西広域市町村圏事務組合消防本部(茨城県)
 - 4 最上広域市町村圏事務組合消防本部(山形県)
 - 5 和歌山市消防局(和歌山県)
 - 6 平塚市消防本部(神奈川県)
 - 7 常陸太田市消防本部(茨城県)

① 行政機関と連携して効果を上げている事例

①-1 川崎市消防局(神奈川県)

【地下街及び消防局庁舎広報コーナーを活用した広報】



<具体的内容>

川崎駅東口地下街及び消防局庁舎の広報コーナーを活用し、展示物による広報を実施した。展示物は、消防局職員が手作りしている。マスクをした消防職員の人形にペットボトルをもたせる、2m 離れることを示す矢印、そして、エアコンから風が出ている模型などにより、ソーシャルディスタンスや涼しい環境で過ごすこと等、新型コロナウイルス感染症を想定した「新しい生活様式」に対応した熱中症の予防啓発を実施している。

<取組に至る経緯>

広報担当から、広報希望の調査があり、毎年応募している。
コロナ禍において、市民と接触せずに実施可能な広報活動を検討し、「地下街広報コーナー」及び「消防局庁舎広報コーナー」を活用した広報を行った。
地下街及び庁舎の広報コーナーは、熱中症以外の広報についても、活用している。

<他の消防本部が同様の取組を行う際のアドバイス>

広報担当と日頃から連携する。広報コーナーは積極的に活用する。

<コスト>

費用負担なし

①-2 埼玉県中央広域消防本部(埼玉県)

【「新型コロナウイルス感染症を踏まえた熱中症に注意しましょう」リーフレット配布】



<具体的内容>

埼玉県保健医療部健康長寿課が作成したリーフレットを使用させていただき、救命講習時や消防訓練時に一般市民へ配布をしている。また、公共機関等にも配布している。リーフレットのテーマは「新型コロナウイルス感染症流行期における熱中症予防の備え」とし、「屋内での備え」「屋外での備え」そして「体調不良時の備え」について記載している。

<取組に至る経緯>

埼玉県保健医療部健康長寿課とは以前から連携しており、リーフレットの活用について、毎年了解を得ている。

<他の消防本部が同様の取組を行う際のアドバイス>

リーフレットの印刷については、毎年予算を確保し、消防本部で行っている。コロナ禍で救命講習等での配布はできない状況にあるため、消防本部から学校や公民館などの各施設へ出向き、配布の許可を得ている。

<コスト>

63,800 円(リーフレット印刷費)

② 地域の事業所や企業と連携して効果を 上げている事例

②-1 大崎地域広域行政事務組合消防本部(宮城県)

【スーパーマーケット等の店内放送を活用した予防に関する広報活動】



<具体的内容>

スーパーマーケット等の店内で、

「●●消防署・分署からのお願いです。買い物は少人数で、すいた時間に来店して、レジに並ぶ際は前後にできるだけ2mの距離を取って並んでいただくように協力お願いします。また、ステイホームで自宅に居る時間が長くなったため、室内で熱中症になる方が増えています。エアコンを上手に活用し熱中症予防も宜しくお願いします。以上、●●消防署・分署からのお願いでした。」という内容の放送を流して広報活動を行っている。

<取組に至る経緯>

コロナ禍において実施可能な熱中症予防啓発について、所属機関で検討し、コロナ禍でも、買い物等で利用する機会のあるスーパーマーケット等での広報について、効果的なのではないかと考えた。

<他の消防本部が同様の取組を行う際のアドバイス>

消防本部からスーパーマーケット等の各店舗へ協力を求めたところ、合意が得られ、今回の取組に至った。

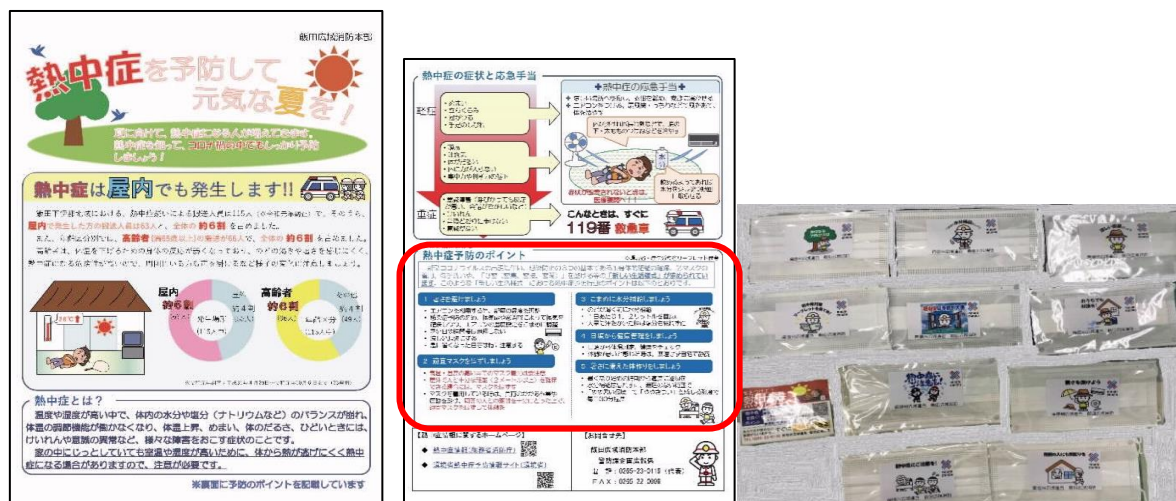
消防側からの声かけは他機関・自治体等と連携するうえで大事である。

<コスト>

費用負担なし

②-2 飯田広域消防本部(長野県)

【大型店舗等におけるマスク付きリーフレット配布】



<具体的内容>

熱中症と新型コロナウイルス感染症予防を併せたリーフレットを作成して配布した。

例年、リーフレットとポケットティッシュを配布していたが、マスクの入手が困難な時期であったため、昨年は不織布マスクを配布した。1枚ずつパッケージングし、熱中症予防啓発用シールを貼付した。

画像の説明

①リーフレットの裏面に「コロナ禍における熱中症予防のポイント」を入れた。

②手作りの配布用マスクには、10種類の啓発用シールを作成して貼付した。

店舗に迷惑がかけられないように、感染対策(マスク・手袋を着用)を講じた職員が、買い物が終わった方を対象に、店頭で配布を行った。

<取組に至る経緯>

飯田広域消防本部の管轄地域は農業を職業としている方が多く占めている。農業は真夏でも屋外で作業するため熱中症のリスクが高い。そこで、農業に従事している方をターゲットにした。また、農家の方がよく利用されるJA店舗へ許可申請を行った。

<他の消防本部が同様の取組を行う際のアドバイス>

店舗等に迷惑をかけないように配慮することが大事。

<コスト>

5万円程度(リーフレット印刷費及びマスク購入費)

②-3 加古川市消防本部(兵庫県)

【宅配弁当事業者と連携した熱中症予防啓発チラシの配布】



<具体的内容>

コロナ禍で孤立しがちな高齢者を対象に、見守りを兼ねて弁当を手渡しで配達している管内の宅配弁当事業者と連携し、弁当に添えて「熱中症予防啓発チラシ」を配布することで注意喚起を行った。配布したチラシのデザインは当市が包括連携協定を締結した事業者と協力して作成したもので、同デザインのポスターも作成しており、管内の医療機関・調剤薬局・官公署等に掲示依頼し予防啓発につなげている。

<取組に至る経緯>

コロナ禍で孤立しがちな高齢者を対象に、見守りを兼ねて予防啓発を行うことを検討した。消防側から市内の宅配弁当事業者へ相談を行い、弁当に添えてチラシを配布することについて協力を求めた。

<他の消防本部が同様の取組を行う際のアドバイス>

消防だけでなく他機関と連携すること、また、消防側から働きかけしていくことが重要である。

不特定多数に広報することも大事であるが、今回のように高齢者にターゲットを絞ること
で、必要な情報を必要な方へ届けられることができる考える。

<コスト>

印刷費のみで、宅配弁当事業者への費用負担はなし。

<市民の声>

「今後もチラスを楽しみにしている。」、「独り身だからこのような情報提供は嬉しい。」などの声が多数寄せられている。

②-4 上越地域消防局(新潟県)

【ミニのぼり旗による広報】



<具体的内容>

非接触型の広報としてお手製の「ミニのぼり旗」を作成した。

材料の青竹は市民から提供をしていただいたもので、丸棒と竹串はホームセンターで購入し、すべて職員が手作りした。

管内の主要な商業施設や福祉施設の人目につきやすい場所に設置をお願いし、熱中症予防の啓発に一役買っている。のぼり旗には、馴染みの薄い「マスク熱中症」というワードを前面に、一目でわかりやすいデザインとした。展示期間は6月15日から8月末としている。

この取り組みについては、地域住民からも好評をいただいている。

「マスク熱中症」の広報については、のぼり旗以外にもポスターやチラシ等による広報の他、報道機関などの協力を得て積極的に情報発信をしている。

<取組に至る経緯>

コロナ禍の中、地域住民の皆様や事業所の方々と接する機会が少なく、従来の対面型広報が困難な状況において、何としても熱中症を予防したいという思いで「ミニのぼり旗」による広報を実施した。

<他の消防本部が同様の取組を行う際のアドバイス>

見てもらえる広報として、消防職員によるすべて手作りのミニのぼり旗は効果的である。

<コスト>

青竹+丸棒+竹竿+旗(印刷費)≒¥3000 で約50本作成可能(≒単価 60円)

②-5 豊橋市消防本部(愛知県)

【ファイアーアンブレラ(日傘)でソーシャルディスタンス】



<具体的内容>

お互いにファイアーアンブレラ(日傘)をさすと、約2mの距離が確保できるようにした。ソーシャルディスタンスを保つことが言い出しにくい場面もあると思うが、日傘へさりげないプリントをすることで、周囲に気づきを促すことができ、目印がない屋外でも人との間隔を最適な距離に保つことができるように改良した。

<取組に至る経緯>

令和元年7月に、消防士への憧れプロジェクトとして展開しているPRグッズ企画で、地元企業と連携し消防車のロゴを入れた日傘を作製した。さらに、令和2年6月には新型コロナウイルス感染症対策としてソーシャルディスタンスのピクトグラムを追加し、傘の大きさも(親骨)65cmから77cmにUPしたファイアーアンブレラとして進化させた。

<他の消防本部が同様の取組を行う際のアドバイス>

連携する相手と主旨を共有する。

<コスト>

費用負担なし(民間企業とのコラボ企画のため)

③ 動画や広報等の非対面型媒体を効果的に活用している事例

③-1 札幌市消防局(北海道)

【新型コロナウイルス感染症を踏まえた熱中症予防に係る広報動画の作成】



「熱中症の予防について」

○札幌市 HP→<https://www.city.sapporo.jp/shobo/kyukyu/nettyuushou/hansou.html>

○YouTube→<https://youtu.be/gX0QX7xmJjM>

<具体的内容>

こまめな水分補給や換気、適宜マスクをはずすことなど、「新しい生活様式」における熱中症の予防行動に係る広報動画としている。

<取組に至る経緯>

「熱中症予防」および「新型コロナウイルス感染予防」をテーマにした動画作成について、札幌市総務局広報部広報課と連携し、作成に至った。

<他の消防本部が同様の取組を行う際のアドバイス>

今回の動画は札幌市総務局広報部広報課と協同して作成した。

普段から顔の見える関係にあり、広報活動について、連携して活動している。

<コスト>

札幌市総務局広報部広報課の事業として作成したため、札幌市消防局では費用負担はなし。

③-2 さいたま市消防局(埼玉県)

【YouTube による動画配信「熱中症予防×感染防止」】



<具体的内容>

約 30 秒程度の広報動画を消防局内で作成し、さいたま市公式動画配信チャンネル(YouTube)で配信した。動画の題名は「熱中症予防×感染防止」とした。動画の内容は、新しい生活様式である「マスクを着用した場面」に注目し、「屋外では人と2m 以上離れている時はマスクを外そう」や、「マスク着用時は特に、汗をかいていなくても、こまめに水分補給しよう」、そして、「激しい運動は避けよう」とした。出演者は当消防局の職員。さいたま市の YouTube 上に掲載している。

<取組に至る経緯>

救急需要対策の一環として広報活動を行ってきたが、コロナ禍ではイベントや応急手当講習を通じた広報をする機会が減少した。そのため、外出自粛に協力してくださっている市民に向けた広報を行うために、消防局内で動画を作成・公開することに至った。

<他の消防本部が同様の取組を行う際のアドバイス>

多くの市民が利用している SNS を活用した動画による広報を行うために、動画・画像編集機材の導入や動画を作成できる職員の育成を行っている。

<コスト>

費用負担なし

参考となる HP のリンク先

<https://www.youtube.com/watch?v=B-J6OZzJ84I>

③-3 筑西広域市町村圏事務組合消防本部（茨城県）

【ケーブルテレビを活用したコロナ禍における熱中症予防】



<https://youtu.be/uAk-5n4OQql>

<具体的内容>

新型コロナウイルスの感染対策を講じた熱中症の予防行動について、動画を作成した。動画のポイントは、コロナ禍での熱中症対策として、「マスクをはずす・こまめな水分摂取」としている。また、動画は、2つの市で視聴可能な、地元のケーブルテレビ「安全安心情報（5分枠）」で放送した（今年度も7月から放送する予定）。なお、動画のリンク先 URL や QR コードは当消防本部のホームページへ掲載している。

<取組に至る経緯>

熱中症予防の普及啓発は、毎年、応急手当を指導する場面等に行っていたが、コロナ禍において実施が困難になった。そこで、代替案を検討し、今回紹介した動画の作成に至った。なお、ケーブルテレビの「安全安心情報」という枠で放送する動画のテーマについては、市役所・警察・消防等で検討している。今回、熱中症の発生が懸念される時期に放送することになった。

<他の消防本部が同様の取組を行う際のアドバイス>

今の生活様式に応じた広報の方法を再検討すること、他機関と連携することは大事。

<コスト>

映像編集ソフト 8,980 円

③-4 最上広域市町村圏事務組合消防本部(山形県)

【新庄駅「ゆめりあビジョン」を使用した熱中症啓発】



<具体的内容>

JR 新庄駅併設の「最上広域交流センターゆめりあ」の大型スクリーンを使用して、熱中症予防啓発の動画を上映した。動画の内容については、「新しい生活様式」を踏まえた予防行動である「ソーシャルディスタンス(2m以上離れる)」などになっている。

<取組に至る経緯>

JR 新庄駅に併設されている「最上広域交流センターゆめりあ」は、最上8市町村で構成されている最上広域市町村圏事務組合の施設のため、広報活動に活用すると効果的であるため、検討し、取組に至った。

<他の消防本部が同様の取組を行う際のアドバイス>

最上広域市町村圏事務組合の所有する施設であったことは大きいですが、公共機関でも営利目的でない広報活動であれば利用可能であると考えます。

<コスト>

費用負担なし

(新庄駅併設の「最上広域交流センターゆめりあ」は当消防本部の事務組合施設であるため。)

③-5 和歌山市消防局 (和歌山県)

【新庁舎設置の電光掲示板で熱中症注意喚起】



<具体的内容>

令和3年7月1日開庁の、新庁舎へ設置される電光掲示板に「熱中症警戒アラート発令中」などを掲示し、市民に向けて注意喚起を行う。熱中症予防に関するメッセージは複数の準備・設定が完了しており、暑さの状況に応じたメッセージを活用する予定である。この道路は、高速道路 IC が近くにあり、車の通行量が多い。車利用者を中心に熱中症予防の普及啓発を行う。

<取組に至る経緯>

コロナ禍で行える広報のひとつとして、新庁舎に設置される電光掲示板の活用を検討した。電光掲示板に表示されたメッセージは、通行車両や通行人などの目に触れる機会があり、有効に注意喚起ができると考えた。

<他の消防本部が同様の取組を行う際のアドバイス>

熱中症予防を少しでも多くの方々へ普及啓発できる方法として、今回の電光掲示板など、消防機関にある機材の活用も有効であると考えている。

<コスト>

費用負担なし(プログラム設定等に係る新たな費用は発生していない)

③-6 平塚市消防本部(神奈川県)

【ラジオ「FM 湘南ナパサ」を活用した熱中症の予防啓発】

平塚市の皆様、こんにちは。平塚市消防救急課の〇〇です。

今年の夏は、新型コロナウイルスの影響で在宅時間が増え、体が暑さに慣れていません。また、マスクの着用で熱がこもったり、喉の渇きを感じにくくなるといわれていますので、熱中症には例年以上に注意をしてください。

暑い日には冷房や扇風機を効果的に使い、無理をしないようにしましょう。また、水分を補給する際には、塩分を含むイオン飲料を摂取するなどの対策をしましょう。

<具体的内容>

ラジオ「FM 湘南ナパサ」を活用した熱中症の予防啓発を行った。

新型コロナウイルス感染症の影響で、巣ごもりや自家用車での外出が多くなっているため、2020年7月18日から8月21日までの間、週2～3回の頻度で、上記の内容をラジオで放送した。

<取組に至る経緯>

FM 湘南ナパサの放送局は平塚駅前であり、当消防本部が担当依頼を受けた。

<他の消防本部が同様の取り組みを行う際のアドバイス>

市の自治体をはじめ、タイアップする事業者との連携が必要。

<コスト>

費用負担なし

③-7 常陸太田市消防本部(茨城県)

【広報ひたちおおた(令和3年6月号)による熱中症の注意喚起】



<具体的内容>

環境省熱中症予防情報サイトに掲載されている熱中症予防行動をもとに、「ソーシャルディスタンス」に関するイラストを図示するなど解りやすく工夫して、新たに作成した。また、高温下におけるマスク着用時の激しい運動を避けることを主眼に、常陸太田市の広報誌へ掲載して注意喚起した。

<取組に至る経緯>

熱中症注意喚起にかかる「広報ひたちおおた」への記事掲載については、令和元年度から、健康づくり推進課と連携して行っている。今年度については、消防が主担当として、今回(令和3年6月号)の広報を作成し、掲載した。

<他の消防本部が同様の取組を行う際のアドバイス>

広報誌への掲載は、予防行動の周知など、たいへん効果的であるが、消防機関のみでは難しいと感じる。日頃から他部署と連携することが大切。

<コスト>

費用負担なし

おわりに

このほかにも

- ・広報誌、ラジオ、HP 等を利用した熱中症予防啓発
- ・防災行政無線を利用した注意喚起
- ・消防音楽隊の演奏時にマイクで呼びかけ
- ・救急車や消防車に熱中症予防啓発に関するステッカーを貼る
- ・消防車のマイクによる注意喚起
- ・日勤者の名札に「熱中症予防実施中」のプレートを掲示

などの取組事例を提供していただきました。ご協力ありがとうございました。