

令和3年度 地方公共団体における効果的な熱中症予防対策の推進に係るモデル事業

# 多治見市

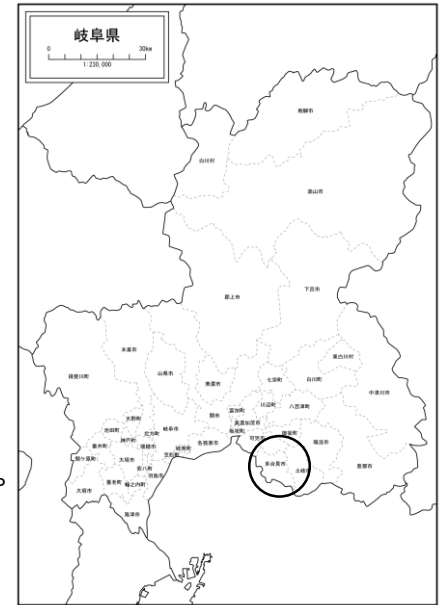
---

令和3年11月9日  
中間報告会①

# 多治見市 地域の特徴及び熱中症対策における課題

## 地域の特徴

- ✓ 多治見市が過去に独自に行った調査では、中心市街地や郊外の山林で地表面温度の上昇傾向があることがわかった。高温化の原因としては、開発による緑（いわゆる山林部）の減少、田んぼの宅地化などが考えられる。
- ✓ 一方、多治見市は、日中は日本最高気温を記録するほど暑くても、熱帯夜の数は極めて少ないのが特徴的。これは、土岐川などの水辺の影響のほか、盆地という地形柄、空気の拡散が起こりにくく、日中は暖かい空気が盆地内に溜まりやすいものの、日没後は日中の暖かな空気は水平方向に拡散されずに垂直方向へ逃げるために気温が下降しやすくなるためだと考えられる。
- ✓ 岐阜県内の位置としては南南東、愛知県との県境に位置しており県庁所在地の岐阜市からは東に約30km、中部圏の中核都市である名古屋市からは北東に約30kmの距離にある。
- ✓ JR中央本線、JR太多線が、市内東西、南北に通過し、国道19号、248号、さらに市北部に中央自動車道が東西に走るなど東濃地方の交通の拠点であり、産業・文化・経済の中心地である。



## 熱中症対策における課題

- ✓ 多治見市は、全国的にも暑さで有名であり、熱中症リスクの高いまちでありながらも、熱中症で亡くなった人はここ10年では0人である。
- ✓ 熱中症によって命を落とす人を出さないために、毎年度、気を緩めることなく、熱中症対策について啓発を行っている。
- ✓ しかし、現在の取り組みは行政が実施しているクールアースデー等の暑さ対策として発信しているものが多く、行政の情報に関心のある市民への周知が主となっている。市主導の熱中症対策の一環として配布しているゴーヤの苗については配布先がなかなか決まらない状況である。そのため、行政への関心が低い市民への熱中症対策に係る周知が十分に行き届いていないという課題がある。

## 多治見市 モデル事業概要（1）

### 事業タイトル：熱中症予防に繋がるドラマ制作とその発信

現在の取り組みは行政が暑さ対策として発信、実施しているものが多く、行政の情報に近い人への周知となっているが、行政への関心が低い市民への周知が十分に行き届いていない課題がある。今回の取り組みは実際に酷暑のなかで勤務する業界、動画視聴を好む若年層へのアプローチを試み、さらには口コミで拡散する仕掛けとして実施し効果を発揮したい。

共同実施者	役割
多治見まちづくり株式会社	ドラマ制作に向けての調査業務、インタビュー、ドラマの制作

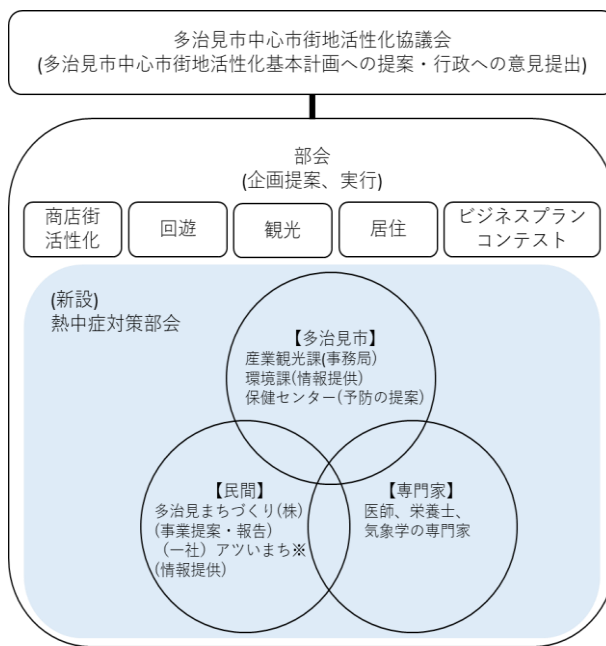
#### 本事業における指標（KPI）

情報発信について、どれだけ届いたかを評価軸とする。

- ✓ 令和5年度までに本事業で制作・配信した動画の視聴回数1000回
- ✓ 令和5年度までに本事業で制作・配信した動画に関するSNS（Facebook）アカウントのフォロワー1000人
- ✓ 令和5年度までに熱中症予防に関する知識・関心が高まった人の割合（アンケートによる）：  
（本事業で行う市民アンケートの結果を基準として）+10%

# 多治見市 モデル事業概要 (2)

## 連携体制



※暑さ日本一の記録を持つ熊谷市（埼玉県）及び浜松市（静岡県）並びに過去に日本一の記録を保持していた四万十市（高知県）、多治見市（岐阜県）及び山形市（山形県）の民間団体で構成

## 継続的に熱中症対策に取り組むための総合的な計画の策定

- ✓ 熱中症対策部会での検討結果を多治見市中心市街地活性化基本計画に反映させる予定。今夏に4回開催。

# 多治見市 モデル事業における熱中症リスク評価及び事業実施内容

## ①熱中症リスクの評価

市民アンケートを行い、市民が感じる熱中症に関するリスク（状況、場所、時間など）や市民が日常的に行っている対策等を取りまとめる。アンケートの結果を本市の熱中症救急搬送者数と比較することで、市民の感じる熱中症リスクと実際に多く救急搬送されている状況が一致するのか、あるいは乖離があるのか、またその理由は何かを考察し、評価を行う。

## ②アツい、業界インタビュー

多治見の産業として根付く陶磁器やタイルの製造現場は窯の稼働や屋外での作業も多く、厳しい暑さの中での業務にあたる。また、名物のうなぎ店の焼き場、日々鍛錬を積む学生の部活動、2022年竣工の駅南地区市街地再開発事業の現場など、暑さの中、対策・工夫している方々のインタビューを行いフリーペーパーに掲載し、多治見市民への熱中症予防の啓蒙とする。

また、全国へ向けたプレスリリース、広告出稿等を通じWEB媒体への記事掲載も行う。

## ③アツいドラマ多治見編（動画）の制作

インタビューによる暑いなかでのエピソードや市民の経験、習慣、思い出などをアレンジし、暑いまちの暮らしをテーマとした脚本を制作し、ショートストーリーのドラマ化をし、老若男女にわかりやすく伝わる手法であり、また観たくなるものとして多治見市民へ向け発信する。

ドラマのストーリーのなかで、市民の熱中症予防対策の様子や、熱中症警戒アラートの知識等についても放映する。また、番組の最後には、出てきた熱中症予防対策のおさらいコーナーを設け、復習できるようにする。

名物、文化、観光等の情報も盛り込み、市内の各所で撮影し、発信すること、また市民がエキストラ等で出演することで地域内での視聴者の増加を図り、多くの市民の目につく取り組みとし、老若男女をターゲットとし、熱中症予防の周知に資するものとする。

## ④アツいまち連携による情報発信

ア. アツいまちサミットでの活動紹介

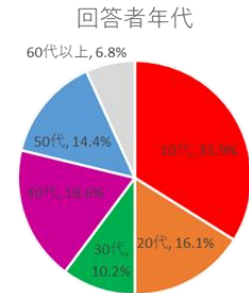
イ. アツいまちサミットHPへの記事掲載や情報発信、地域連携

# 多治見市 モデル事業実施結果（1）

## 市民アンケート結果

- 回収件数 118件
- 回答者年代 10代40名 20代19名 30代12名 40代22名 50代17名 60代以上8名
- アンケート回収方法  
フリーペーパー掲載、自社制作情報誌への掲載、一社アツいまちHPへの掲載、近隣高校生徒への協力イベント時の掲示物、動画概要欄リンク、直接依頼など

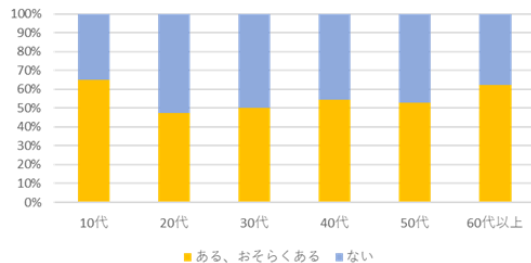
→「アンケートに協力して欲しい」という内容で多くの手段を講じたが、回収数は伸び悩んだ。反省点としては協力いただいたうえでどのような結果に繋がるのかの部分が変わりづらかったのではないかと考える。最終報告までの期間で今一度、「今夏の振り返り」「来年に向けて」という形で、発信を試みる。



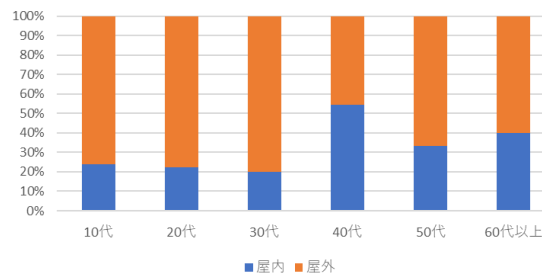
## 年代別に見た熱中症リスク

- 下の図の発生率と同様に10代及び60代以上で「熱中症にかかったことがある」もしくは「熱中症にかかっていたと思う」という回答が半数以上で、他の年代よりも高いことが分かった。
- 10代では、特に屋外、部活動などでリスクを感じる回答(アンケート意見を参照)が多く、小まめな水分補給などを訴えかける必要がある。
- 40代では仕事でのオフィス等の屋内(アンケート意見を参照)でのリスクを感じるケースがみられる。

熱中症にかかったことがあるか



屋外・屋内の熱中症リスク



※熱中症になったことがある、もしくはかかっていたと思うと答えた方からの回答

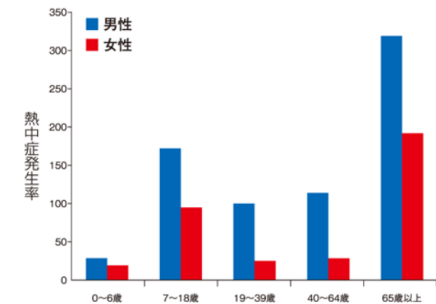


図. 性別、年齢階級別に見た熱中症患者の発生率 (国立環境研究所HPより)

## 多治見市 モデル事業実施結果（2）

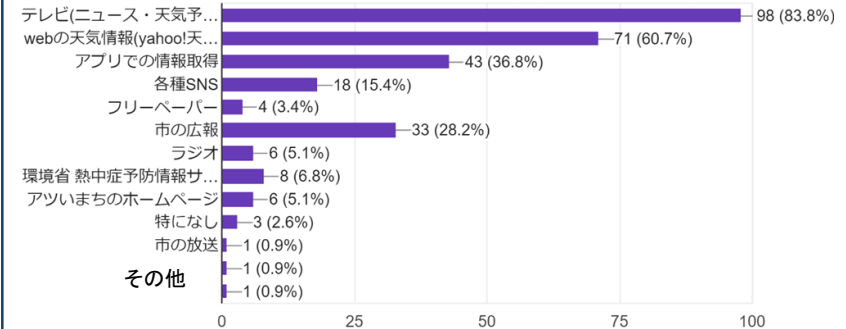
### 熱中症に関する情報の取得先

- 多くの方が「テレビのニュース」などから情報を取得していることが分かった。Webでの取得も多く、これらは年代による偏りもあまりなかった。
- 「SNS」での取得に関してはほぼ10代であり、「アプリ」に関しては50代まで利用が確認できた。一部の聞き取り調査からこのアプリは自信の興味関心からの取得ではなく初めからスマートフォンに入っているものである事例が多かった。
- 多治見市では、気温が一定を超えると市の広報で熱中症に気を付ける旨を放送している。

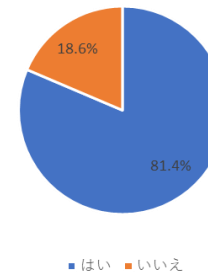
→これらのことから、一辺倒である市の広報をテコ入れし、伝えたい情報を幅広く扱うことで新しい情報取得の入口を作る可能性を見い出せると感じた。

熱中症予防に関する情報(気温・湿度、暑さ...があれば、情報媒体をご記載ください。)

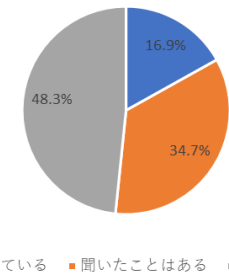
117件の回答



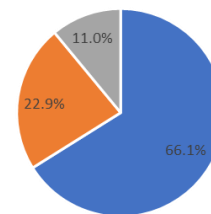
熱中症について学びたいですか？



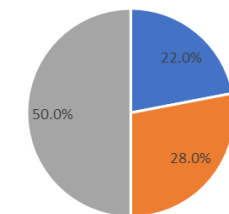
暑さ指数を知っていますか？



熱中症警戒アラートを知っていますか？



暑熱順化を知っていますか？



### 熱中症についての学び

- 右のグラフの通り8割の方が、熱中症について学びたいと考えている。
- 上記の希望に対して「暑さ指数」「暑熱順化」に関しては半数が「知らない」という回答。
- 「熱中症警戒アラート」だけは半数以上が「知っている」のは、市の広報で熱中症警戒情報が流れるため知る機会があるからであると考えられる。

→熱中症についての「学び」を提供する機会を設けることで、興味・関心をもって積極的に取り組む意識を持つ方が多い。

# 多治見市 モデル事業実施結果 (3)

## アツイ業界へのインタビュー

- 多治見の産業として根付く陶磁器やタイルの製造現場は窯の稼働や屋外での作業も多く、厳しい暑さの中での業務にあたる。また、名物のうなぎ店の焼き場、日々鍛錬を積む学生の部活動、2022年竣工の駅南地区市街地再開発事業の現場など、暑さの中、対策・工夫している方々のインタビューを行いフリーペーパーに掲載し、多治見市民への熱中症予防の啓蒙とすることができた。
- 配布先 多治見市を中心とした45,000戸

## まちなか情報誌への掲載(自主事業)

- 多治見まちづくり株式会社で年に4回発行されるまちなか情報誌(A2)においてドラマの紹介記事、熱中症予防アンケート等を実施。
- この記事をきっかけにドラマの出演希望子役の応募があり、関わる人を増やすことができた。



Tajimi City information magazine A2

### 多治見市の今年の取り組みは!「ドラマ」

岐阜県多治見市 40.9%

「ドラマの配信による暑さ対策の共有」

貴族も子どもを癒す職人、火の焔で作業をする炭元など多治見市の様々な「アツイ業界のプロ」にインタビューを実施します。そのインタビューを元に「アツイドラマ」の制作・配信することで様々な熱中症予防のアイデアがドラマを通して共有し「体感温度-1.0℃」を目指します。さらに、ドラマ内で紹介した名産や文化、観光情報など地域の魅力も熱中症対策と合わせて発信していきます。

多治見市ではこのドラマの出演者を募集します!下記に当てはまる方、ぜひ一緒に多治見を盛り上げましょう!

- 役者経験がある!
- 学生時代サークル活動を行っていた、エピソード経験があるなど
- ドラマや映画に興味がある
- 多治見が好き

どきどき早く! ドラマ「絵コンテ」をA2で初披露!

### 「#アツドラ」

「アツドラ」は、アツイ業界の職人・プロにインタビューを行い、その体験談やノウハウを元に「アツイドラマ」を制作・配信する取り組みです。この取り組みを通じて、多治見市の魅力を発信するとともに、熱中症予防のアイデアを共有し、地域全体の暑さ対策に貢献していきます。

応募要項

1. 多治見市在住の18歳以上の市民の方

2. 俳優・女優経験がある方

3. 学生時代サークル活動を行っていた、エピソード経験がある方

4. ドラマや映画に興味がある方

5. 多治見が好き

応募方法

1. 応募用紙をダウンロードし、必要事項を記入してください。

2. 応募用紙を、多治見市役所市民生活課までお送りください。

3. 応募用紙の受付期間は、令和3年7月15日(水)までです。

4. 抽選で10名の方を決定いたします。

5. 決定した方は、7月下旬に多治見市役所市民生活課までお集まりいただき、撮影の打ち合わせを行います。

6. 撮影は、7月下旬に多治見市内の様々な場所で行われます。

7. 撮影終了後、8月上旬に「アツドラ」の制作・配信を行います。

8. 「アツドラ」の制作・配信は、多治見市役所市民生活課のホームページでもご覧いただけます。

お問い合わせ先

多治見市役所市民生活課 0575-22-2222





# 多治見市 モデル事業実施結果 (5)

## アツいまち連携による情報発信

- 一般社団法人アツいまちと連携し、効果的な情報発信を行った。
- 2021年5月末に開催された「アツいまちサミット」において、ドラマの制作に関することを多治見での暑さ対策事業として発表し、各種メディアにも取り上げられた。(オンライン)
- アツいまちのHPにおいても記事を公開し、効果的に熱中症予防についての情報(ドラマの告知)を市民のみならず様々な地域に発信することができた。<https://www.atsui-machi.com/>

**ドラマの配信による暑さ対策の共有**

②インタビュー等を元にした『アツいドラマ』の制作

- ・ドラマの中で様々な熱中症予防を盛り込む
- ・番組後にドラマの中で登場した熱中症予防おさらいコーナー
- ・名物、文化、観光情報、取り組みも発信
- ・配信はYOUTUBEを用いる

③効果

『様々な熱中症予防のアイデアをドラマを楽しみながら共有できる』  
『熱中症予防と合わせて地域の魅力も発信できる』



# 多治見市 モデル事業におけるまとめ

## 本事業における指標（KPI）

情報発信について、どれだけ届いたかを評価軸とする。

- ✓ 令和5年度までに本事業で制作・配信した動画の視聴回数1000回
- ✓ 令和5年度までに本事業で制作・配信した動画に関するSNS（Facebook）アカウントのフォロワー1000人
- ✓ 令和5年度までに熱中症予防に関する知識・関心が高まった人の割合（アンケートによる）：  
（本事業で行う市民アンケートの結果を基準として）+10%

## 指標（KPI）に対する現状の結果

- ✓ 令和3年度の本事業で制作・配信した動画の視聴回数：5,114回
- ✓ 令和3年度の本事業で制作・配信した動画に関するSNS（Facebook：発信元が多治見まちづくり株式会社ページ）アカウントのフォロワー数：1,085人
- ✓ 令和3年度の熱中症予防に関する知識・関心が高い人の割合（アンケートによる）：81.4%  
（本事業で行う市民アンケートの結果を次年度以降の基準とする）

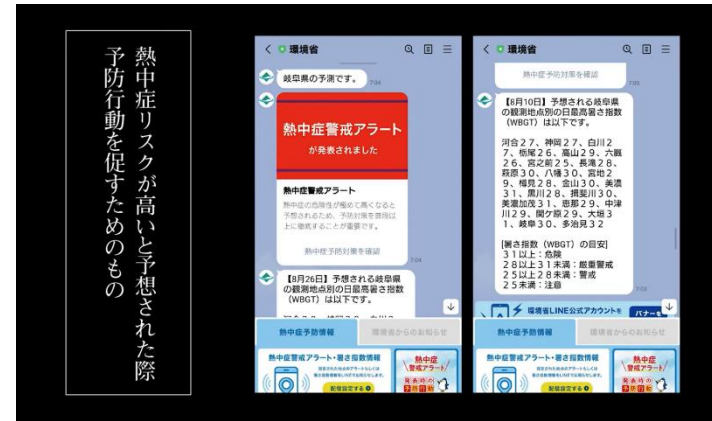
## 本事業を通して得られた事

- ✓ ドラマでの熱中症予防についての学びの機会を届けるという新しい手法により、地域内での話題となった。また、出演者も市内の一般の方に協力していただき、これにより事業に関わる人が増え、地域全体への興味関心の増加に繋げることができた。
- ✓ 多治見市における中心市街地活性化協議会で熱中症予防部会が立ち上がるなど、内部的にも熱中症に関する取り組みが提案され来年度以降の計画にも幅を持たせることができた。

# 多治見市 熱中症警戒アラート・暑さ指数（WBGT）に関する取組み（1）

## 事前周知（アラートの普及）方法

- ドラマ内で「熱中症警戒アラートが発生した暑い1日」が設定となっており、全話で話題が登場した。
- また、ドラマだけでなく、1話の振り返りコーナーにおいて取りあげ、詳細を説明した。
- アンケート内で質問項目に入れ、ライン登録で取得できる旨も記載。
- 多治見市内において、気温が一定以上になった際、放送にて熱中症警戒アラートに関しての情報が流れる。



ラインで環境省のアカウントを追加すると熱中症警戒アラートや暑さ指数等の情報を手軽に得られる

左記QRコードを読み取り環境省を「友だち」に追加してください

詳しくは [熱中症予防情報サイト](#) 環境省 検索

### 熱中症に関する色々な質問

熱中症に付随する様々な取り組み、用語に関する最大8問の質問です。

熱中症を予防することを目的とした「暑さ指数(WBGT)」をご存知ですか？ \*

知っている。

聞いたことはあるが、内容は知らない。

全く知らない。

熱中症の危険性が極めて高くなると予測された際に注意を呼び掛ける「熱中症警戒アラート」をご存知ですか？（熱中症警戒アラートは環境省のLINE登録で取得可能です）

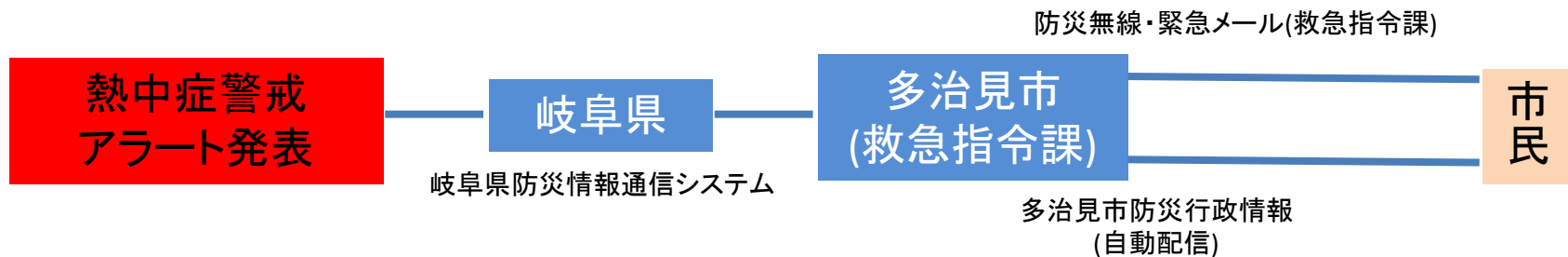
知っている。

聞いたことはあるが、内容は知らない。

全く知らない。

## 多治見市 熱中症警戒アラート・暑さ指数（WBGT）に関する取組み（2）

### 熱中症警戒アラート発表時の対応



### 具体的な方法

- 岐阜県内に熱中症警戒アラートの情報が発表された際に、岐阜県防災情報通信システムを通じて救急指令課に前日17時及び当日の朝5時に配信される。
- 救急指令課は配信を受けて情報を確認し、多治見市がWBGT33以上の場合に当日の午前10時に防災無線の放送及び緊急メールを配信、自動的に「多治見市防災行政情報」アプリでも配信される。

# 多治見市 参考資料：モデル事業実施スケジュール

	令和3年									令和4年		
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	
事業全体												
		●請負業者ほか共同実施者間での打合せ（事業実施計画作成）				●中間報告書の作成・提出				●最終報告書の作成・提出		●成果報告。その結果を踏まえ、最終報告書を修正
熱中症リスクの評価												
				●アンケート調査実施								
地方公共団体内外の関係者との連携による熱中症対策実施のための体制構築												
		●多治見市中心市街地活性化協議会、熱中症予防部会の立ち上げ調整		●熱中症予防部会の立ち上げ		●今年度の取り組み状況の確認（第2回部会開催）		●リスク評価や試行的実施結果の検証（第3回部会開催）				●検証を踏まえた次年度熱中症対策計画の立案開始（第4回部会開催）
熱中症対策に取り組むための総合的計画の策定												
								●総合的計画の策定		●総合的計画の策定		
令和3年度に実施・試行する事業												
	●アツいまちサミットへ参加		●アツイ業界インタビュー		●情報誌にインタビュー記事掲載		●ドラマ撮影		●ドラマ動画の公開			●アツいまちHPに記事公開
	●事業・取組の企画調整開始		●ドラマ脚本の制作		●ドラマ制作		●アツいまちHPに記事公開					