

女性や若者をはじめとした
消防団加入促進支援事業
成果報告書



鹿沼市消防団／鹿沼市消防本部
平成30年2月作成

I 背景

1 鹿沼市の概要

本市は、栃木県の県央西部に位置し、面積490.64平方キロメートルの約7割は森林が占めており、人口は97,000人余りです。

市域には、北西部に奥深い山々と清流が流れ、南西部には緑豊かな田園地帯、東部には高速交通網を活用した産業地帯を形成し、豊かな自然と歴史、文化、産業が調和されたまちとなっています。

平成28年11月には生産の盛んないちごを市のシンボルとし、全国に先駆け「いちご市」宣言を行いました。また、市内各町に点在する絢爛豪華な彫刻屋台が一堂に会し、お囃子の競演を行う「鹿沼今宮神社祭の屋台行事」が、同年12月にユネスコ無形文化遺産に登録されました。さらに市域から産出される「鹿沼土」は、園芸用土として全国的に知られています。

昭和23年に鹿沼町が市制を施行し、それ以降、近隣の9か村との合併に伴って行政区域が広がり、平成18年1月1日には粟野町と合併し、美しい自然環境と特色ある地域文化や産業など更なる魅力を加えました。



2 鹿沼市消防団の概要

鹿沼市消防団は、1本部、14分団、53部、条例定数835名体制の組織に、消防ポンプ車30台、小型動力ポンプ付積載車等28台、団活動車2台が配備され、日々鹿沼市の安全安心を守っています。

日頃から消防団員は、郷土愛の高い士気を持って多様化する災害に備えた訓練に努めており、災害時には身近な防災リーダーとして、平時には地域コミュニティを支える地域づくりの担い手として、重要な役割を果たしております。

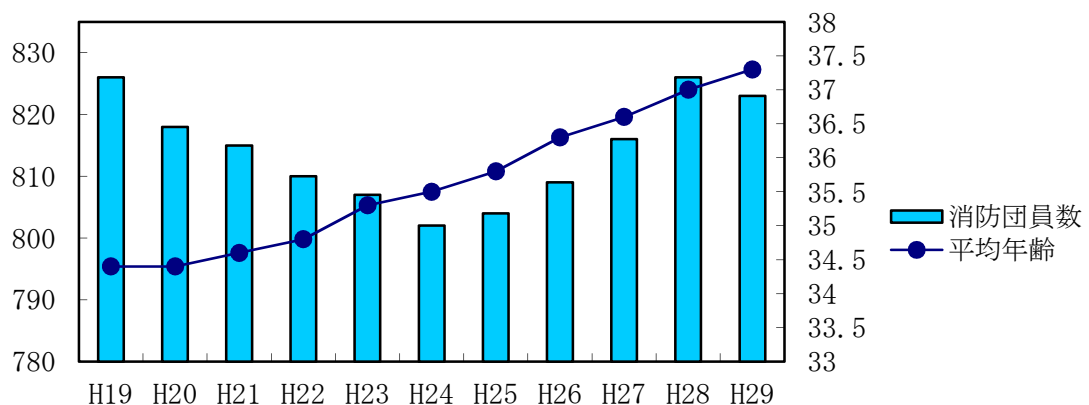
しかし、雇用形態の変化や少子高齢化による人口減少、地域交流の希薄化に伴い、平成19年から消防団員の減少傾向が見られました。

このような事から、限りある資源で消防団の充実強化を進めていく「鹿沼市消防団充実強化ビジョン」を平成25年に策定し、消防団の充実強化の基本的な方針を示しました。

平成26年4月からは女性消防団員の任用を開始し、消防団サポート店事業や全国消防団応援の店の事業展開。また、入団要件の緩和や消防団協力事業所の推進、消防団装備の拡充、SNSを活用した消防団PRなど、魅力ある消防団作りを進め、現在まで一定の効果を上げてきたところです。

所属	定数	所属	定数	所属	定数
団本部	26(15)	第5分団	56	第10分団	56
第1分団	54	第6分団	48	第11分団	66
第2分団	67	第7分団	48	第12分団	64
第3分団	67	第8分団	54	第13分団	52
第4分団	75	第9分団	48	第14分団	54
				合計	835(15)
					※()は女性団員定数

鹿沼市消防団の団員数と平均年齢の推移



3 消防団員確保の取り組みと推移

本市では、平成24年まで消防団員は減少傾向にありましたが、平成25年からは徐々に充足率を上げ、現在では県内でも上位の充足率を誇っています。

高い充足率を維持している背景としては、当市消防団の募集チラシやポスターの積極的な作成配布や、市広報誌やホームページを活用した広報活動の展開、また、特に在籍する消防団員自らが、勧誘活動を行っていることが最も大きく、例年50名程度の新入団員を確保してきました。

平成26年4月からは、女性消防団員の任用を開始し、現在14名の女性消防団員が在籍しており、これも高い充足率を維持している要因の一つに挙げられます。

しかし、市街地ではコミュニティの希薄化、山間部では人口の流出に伴う人材不足により、消防団員確保が非常に困難な状況が続いており、新入団員の確保ができず、勤続年数の長い消防団員が、本人の意思とは別に退団できずに籍を残している状況も発生しています。

こうしたことから、近年消防団員の高齢化や停滞化が見受けられています。

参 考：これまでに実施してきた消防団員確保対策

- 鹿沼市消防団サポート店事業（全国消防団応援の店）の展開
- 女性消防団員の任用 ○ 女性消防団員による消防団PR
- 鹿沼市消防団オリジナル募集チラシ・ポスターの作成
- 消防団 Facebook の創設 ○ 市広報誌での消防団特集の掲載



サポート店事業の展開



女性団員の任用



市HPでの消防団PR



SNSを活用した広報



募集チラシの作成と配布



女性団員によるPR活動

II 事業の概要

1 目的

雇用形態や社会情勢の変化、また地域交流の希薄化などにより、消防団員の確保は年々困難な状況になっており、在籍する団員の高齢化も徐々に進行しています。

この要因として、消防団に対する市民の理解不足や悪いイメージの定着があり、消防団員の勧誘募集活動においても、なかなか効果が上がらない実状がありました。

このような状況を打開するために、従来の紙面や文章の広報だけでは伝わらなかった消防団員本人や地域の「生の声」や活動風景等をPR動画として発信することで、消防団員の存在意義、正しいイメージの定着などを目的とし、女性や若者が目にする機会の多いインターネット等を活用した動画配信やパブリックビューイングを行うことで消防団への理解と入団促進を図ります。

2 事業内容

消防団PR動画を市ケーブルテレビと協力作成し、Youtubeへ投稿します。

また、市内公共施設や教習所、携帯ショップなど若者の目にとまる場所でのパブリックビューイングや市ケーブルテレビ、市ホームページなどの多様なメディアを活用した放送広報を実施します。

さらに、消防団協力事業所や市内企業等へはPR動画のDVDを送付して消防団活動への理解と加入促進を図るとともに、PR動画をとおして消防団への意識変化があったかをアンケート調査します。

3 実施期間

平成29年 8月 8日(火) から 平成30年 2月15日(木) まで

4 事業実施スケジュール

内容	年月	平成29年					平成30年	
		8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
計画・打合せ		←→						
動画撮影			←→			→		
動画編集						←→		
PR動画の 放送・配信							←→	
アンケート集 計・報告書作成								←→

5 実施体制

本市消防団が実施主体となり、鹿沼ケーブルテレビとPR動画の構成、撮影を実施します。なお撮影にあたり鹿沼市消防本部、消防署が支援を行うとともに、本市消防団サポート店や消防団協力事業所へ出演依頼を行います。

完成したPR動画は、市ホームページ、Youtubeにて配信をするほか、鹿沼ケーブルテレビにて約2ヶ月間放送を行います。また、市公共施設や市内事業所でパブリックビューイングを行います。

主 体	鹿沼市消防団
撮影協力	消防本部、鹿沼ケーブルテレビ
出演協力	消防本部、消防団サポート店、協力事業所、市内小学校 など
放送配信協力	鹿沼市、市内事業所、鹿沼ケーブルテレビ など

6 事業の目標

指 標	単 位	目 標 値		
		3年前 (平成26年4月1日)	現状値 (平成29年4月1日)	3年後 (平成32年4月1日)
消防団員数	名	809	823	830
女性団員数	名	10	15	20
平均年齢	歳	36.3	37.3	36.0

(条例定数835名)

7 事業の検証方法

作成したPR動画を視聴してもらい、アンケートによる意識調査を行います。

アンケートは本市で開催する「消防団PRフェスタ」(映画スクリーンでPR動画上映)の来場者と、市内事業所のうち従業員数概ね100名を超える事業所にPR動画DVDの送付を行い、視聴した従業員を対象とします。

アンケート内容としては、消防団に対する印象の変化や、消防団加入に対する意識調査、消防団活動への理解や協力意識等について質問をしています。

8 成果の公表方法

本事業で得られた成果は、本報告書を市ホームページに掲載し、広く公表します。

Ⅲ 事業の実施結果

1 動画構成打合せ

本PR動画の作成に伴い、消防団幹部とPR動画のテーマ構成や、完成イメージについて協議しました。

協議の結果、「生の声」と「笑顔」をテーマとして掲げ、「生の声」という部分では、消防団員へのインタビューの他、地元企業や消防団サポート店をはじめ、地域の子どもたち、そして家族や消防職員など、消防団員を取り巻く様々な人たちの「地域の生の声」を取り入れることにしました。

「笑顔」の部分では、厳しい、大変といったイメージの強い消防団から、楽しさや、仲間、やりがい等が感じられる構成とし、消防団員の笑顔を各シーンに取り込むことで、興味を持ってもらえるような構成としました。

またPR動画は地域、所属別に3編を作成することとし、消防団員や企業、消防団サポート店が所在地域の動画に出演することで、地域色を強くし親近感が持てる内容とすることに決定しました。

種別	出演分団等	種別	出演分団等
鹿沼地区編	第1～10分団出演	女性部編	本部女性部
栗野地区編	第11～14分団出演	ダイジェスト編	全分団、部対象(30秒)

2 撮影

鹿沼ケーブルテレビと打合せ日程調整を行い、消防団各事業や訓練を企画し、下記の内容を撮影しました。また、鹿沼ケーブルテレビが撮影出来ない日程については、消防本部が撮影を行いました。

撮影内容	回・人数	備考
各種訓練等	8回	夏期訓練・放水訓練・救助訓練・図上戦術など
分団通常点検	4回	第3, 10, 12, 14分団
団員インタビュー	14名	所属別に選出
団員外インタビュー	10名	サポート店・協力事業所 消防職員・小学生など
地域イベント	2回	消防団員参加の地域イベント
防火啓発活動	2回	団本部・女性消防団員

3 編集

編集については、完成イメージやテーマについて、当初から鹿沼ケーブルテレビに説明し撮影に臨んでいたため、円滑な作業が図れました。また、随時動画サンプルを視聴することで、動画の差し替えやコメントテロップ挿入など、修正を加えることで、よりイメージに近いPR動画の完成となりました。

4 パブリックビューイングの実施

放送日時	放送日数	場 所	備 考
平成29年12月27日	1日	鹿沼市民文化センター	消防団PRフェスタ
1月8日	1日	鹿沼市民文化センター	消防出初式
1月10日～16日	5日	鹿沼市役所 ロビー	
1月16日～19日	4日	鹿沼相互信用金庫 本店	
1月16日～19日	4日	鹿沼相互信用金庫 栗野支店	
1月19日～23日	4日	フォレストアリーナ	市体育館
1月19日～26日	8日	まちの駅 新鹿沼宿	市公共施設
1月23日～26日	4日	ドコモショップ 鹿沼店	
1月26日～30日	5日	シダックス鹿沼晃望台クラブ	
1月26日～30日	5日	鹿沼自動車教習所	
1月30日～2月2日	4日	鹿沼相互信用金庫 駅前支店	
合 計	延45日	10ヶ所	

5 Youtubeでのネット配信等

平成30年1月12日(金)から配信開始。(全4編)

6 鹿沼ケーブルテレビでの放送

平成30年1月30日(火)～4月2日(月)

14:45～、 20:45～、 23:45～

上記時間に3編(鹿沼地区編、栗野地区編、女性部編)を入れ替えて放送。

7 DVDの配布

配布先	配布数	主な配布目的等
市消防団	119	団員勧誘活動の材料として
消防本部・署	8	職員に対する消防団活動の理解向上
市内コミセン	14	地域事業等でのPR動画の活用
市内小中学校	36	消防団の未来を担う児童生徒への広報
市内事業所等	88	従業員への消防団入団促進・理解促進
撮影協力者	7	撮影協力を頂いた方へDVDの配布
市公共施設	10	地域事業等での放送を依頼
その他	18	
合 計	300	

8 本事業の実施状況

(1) 会議、撮影



P R 動画作成に伴う会議



一斉放水の撮影



通常点検での撮影



通常点検での撮影



救助訓練の撮影



救助訓練の撮影



インタビュー風景



放水シーンの撮影

(2) PR動画 各シーン



タイトル画面



DVDメニュー画面



団員インタビュー



団員インタビュー



女性団員インタビュー



地域企業へのインタビュー



地元小学生へのインタビュー



一斉放水の様子

(3) パブリックビューイング及びネット配信の状況



市役所ロビーでの公開放送



カラオケ店での公開放送



携帯ショップでの公開放送



自動車教習所での公開放送



消防団PRフェスタでの公開放送



巨大スクリーンを使用した放送



Youtube での配信画面



Youtube での配信画面



市HPでの配信画面

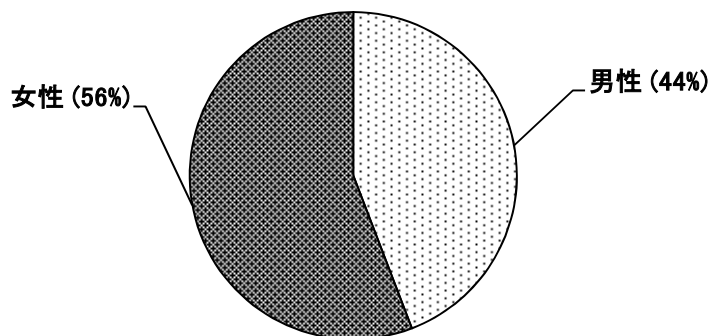


市HPでの配信画面

IV アンケート調査

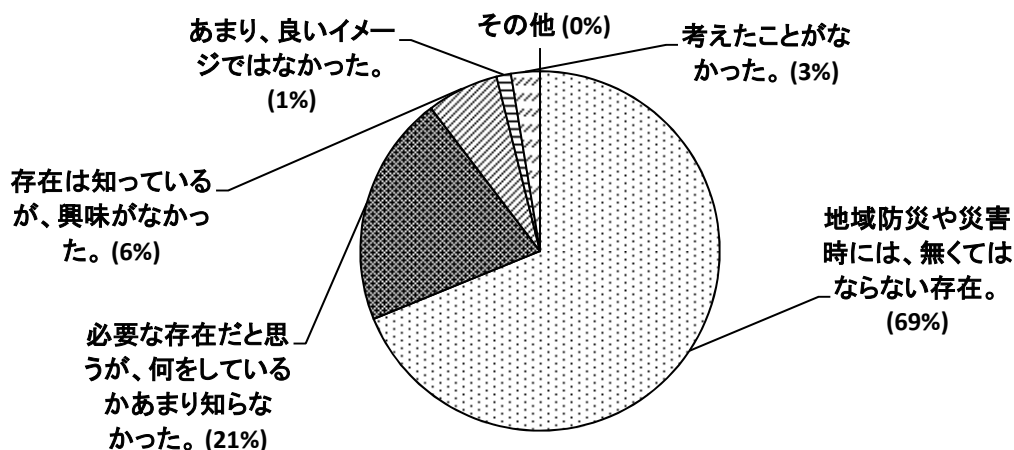
視聴者アンケートを実施し、消防団PR動画を通して、消防団員加入促進につながる消防団に対する意識変化やイメージアップにつながったかを調査しました。

問1 あなたの性別を教えてください。



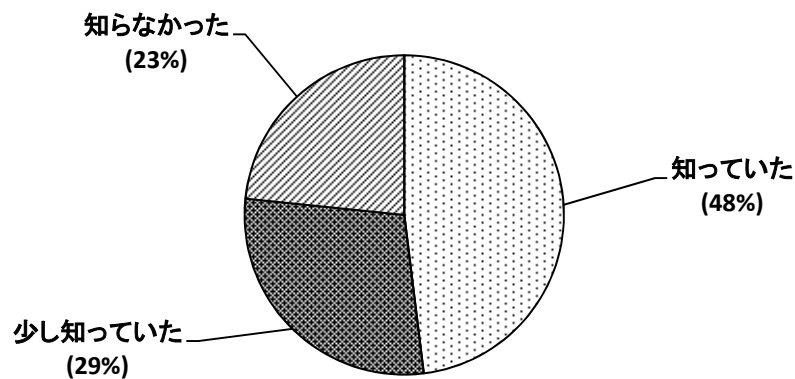
約6割が女性、約4割が男性からの回答となった。

問2 あなたのこれまでの消防団のイメージについて教えてください。
(最も近いものを1つ)



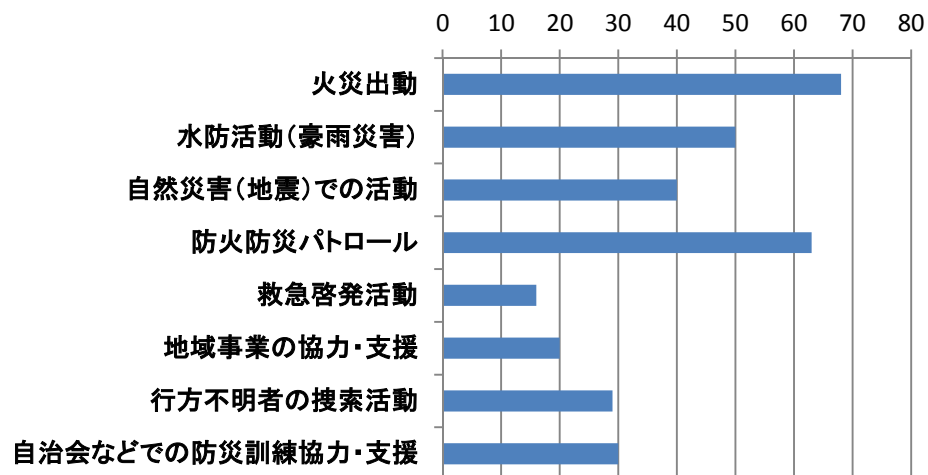
「地域防災や災害時には、無くてはならない存在」と認識している人が約7割いるが、一方で「何をしているのか知らなかった」「興味がなかった」という回答が約3割あった。

問3 あなたは消防団員と消防職員の違いについて知っていましたか？（1つ）



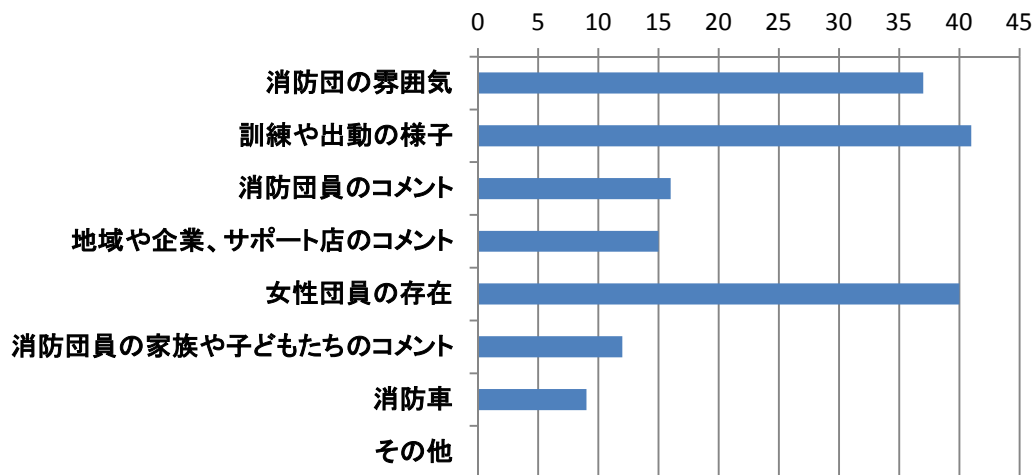
「知らなかった」「少し知っていた」と回答した方が過半数を超える結果であり、消防団についての理解認識が、低い事が分かった。

問4 消防団活動について、知っていたことを教えてください。（いくつでも）



「火災出動」や「水防活動」「防火防災パトロール」などの消防車両を使った活動は認知度が高いことが分かった反面、「救急啓発活動」や「地域事業の協力・支援」などの地道な地域活動などは認知度が低い事が分かった。

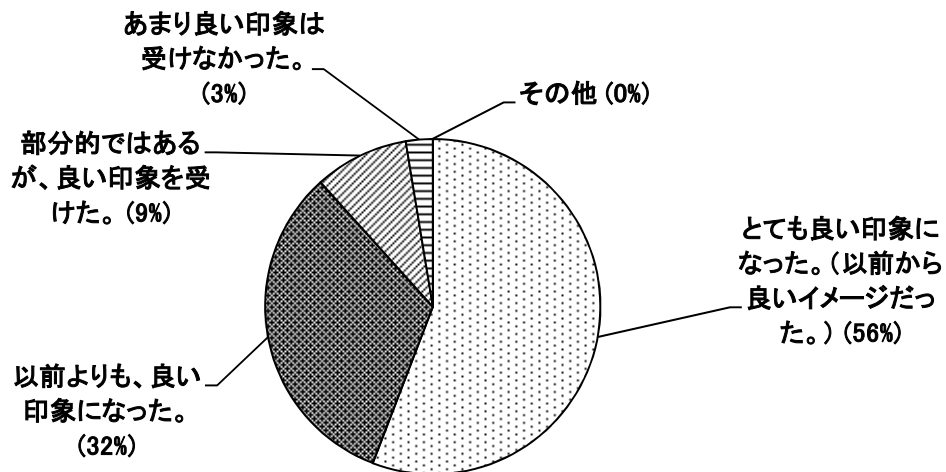
問5 今回の消防団PR動画を見て、興味を持ったものはどれですか？（いくつでも）



「訓練や出動の様子」や「女性団員の存在」「消防団の雰囲気」などが、特に多くの人に興味を持ってもらえたことが伺えた。

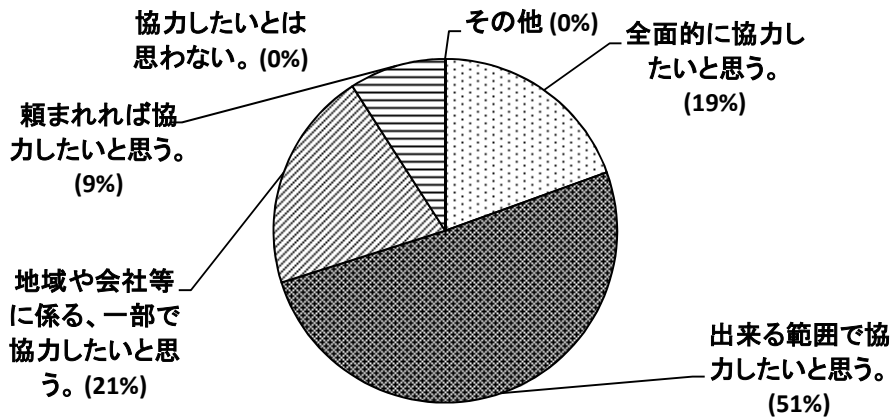
問6 今回の消防団PR動画を見て、消防団に対する印象の変化はありましたか？

(1つ)



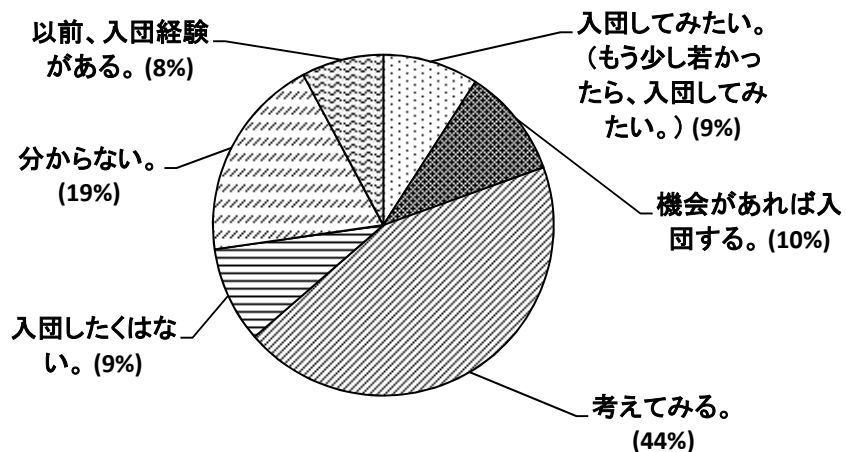
「とても良い印象になった」と「以前よりも、良い印象になった」が約9割を占め、PR動画の放送配信はとても効果的であり、消防団に対して好意的なイメージを市民に持ってもらうことが分かった。

問7 今回の消防団PR動画を見て、消防団への協力についてどう思いますか？
 (最も近いものを1つ)



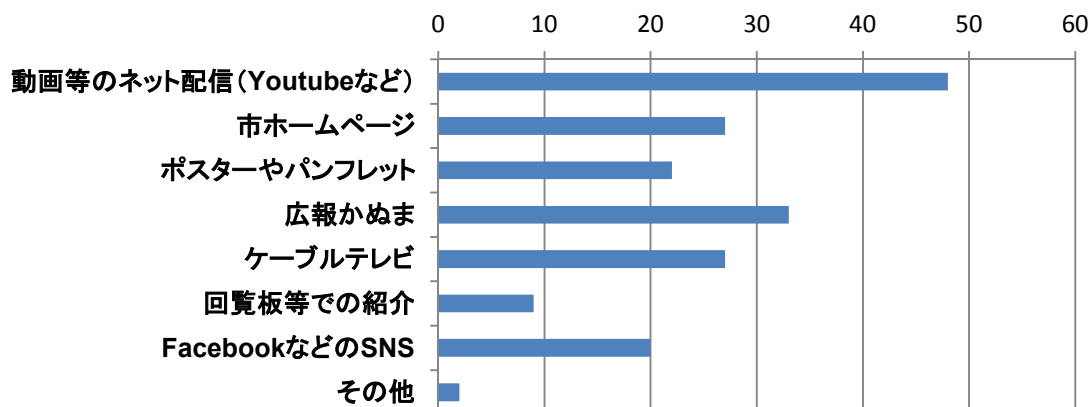
「出来る範囲で協力したい」が過半数を占め、「全面的に協力したい」「地域や会社等に係る、一部で協力したい」を含めると約9割の視聴者から協力的な意見があった。PR動画の放送配信によって、消防団に対する市民の理解や協力体制がより推進されることが伺えた。

問8 あなたに消防団への入団の勧誘が来たらどうしますか？ (最も近いものを1つ)



「入団してみたい」「機会があれば入団する」の回答が約2割あり、「考えてみる」の回答が約4割であった。本事業が消防団員の加入促進に一定の効果が期待できることが確認できた反面、PR動画の配信放送だけでなく、従来の広報や勧誘活動等も並行して実施することが、加入促進には必要不可欠であることも示唆できました。

問9 消防団について幅広く知ってもらうために、今後どのようなメディアの活用がより効果的だと思いますか？（いくつでも）



「動画等のネット配信」が最も多く、次いで「市広報誌」「市ホームページ」「ケーブルテレビ」が多い順となった。また「ポスターやパンフレット」という回答も少なくなく、今後も本事業のような、動画等の配信等と並行し、従来の紙媒体での広報など、多様なメディアを活用した広報が必要であることが伺えた。

問10 その他消防団に関して、ご自由にお書きください。

- ・地域住民のために、日々活動してくれていて感謝しています。
- ・女性団員の活躍を、PR動画を見て初めて知り興味を持ちました。
- ・女性団員が多く活躍している姿を見て、感動しました。
- ・消防団員の皆さんが、幅広い活動をしている事を知り驚きました。
- ・仕事や家庭を持ちながらの活動は、本当に大変だと思います。感謝の気持ちがある反面、負担軽減について考えるべきではとも思います。
- ・PR動画を見て、私も入団について考えてみようと思いました。
- ・災害があった時は、ありがたいと感じていましたが、平常時も積極的な活動をしていることを知り、驚きました。
- ・人口が減少傾向にある中で、消防団員確保を行うには、大きなメリットを付与する必要があると思います。
- ・日々の生活が忙しい若手の方には、積極的な活動をする消防団に入団するのは難しいのでは、と思いました。

など

【アンケート実施結果】

アンケート回収率	アンケート回答数	回答者（男性）	回答者（女性）
61.6%	77名	34名	43名

V 本事業における成果と課題

1 事業の成果

本事業では、消防団PR動画を作成し、多様なメディアを活用し多くの市民の目に本市消防団のPRを実施することができました。

特にYoutubeを活用したネット配信や、カラオケ店や携帯ショップでのパブリックビューイングは、女性や若者の目にとまる機会も多く、入団促進に効果を発揮できると感じています。

視聴者を対象としたアンケート調査でも、消防団に対するイメージアップや入団意欲の向上などが確認でき、本事業は高い有効性を感じる結果となりました。

2 視聴者の意識変化

本PR動画を多様なメディアを活用し放送配信したところですが、この他に本市消防団イベントでの公開放送時と、市内事業所（概ね従業員100名を超える）へDVD送付を行い、アンケート調査を実施しました。

アンケートでの意識調査の結果では、多くの視聴者から消防団のイメージアップの声や、「興味が湧いた」「入団を検討する」といった意欲的なコメントも多数寄せられ、入団促進に効果的な事業であることが確認できました。

一方で、少数ではありますが、積極的な活動展開をすることが「消防団は大変そう」と認識する視聴者もいることが分かり、積極的な活動展開が入団促進のデメリットになりうる一面を持っていることも伺えました。

3 消防団員の意識変化

PR動画の作成に伴い、多くの在籍消防団員が撮影に協力し、完成した動画を視聴しました。自らの活動をPR動画で、視聴することで、消防団員である自身の存在意義や存在価値を再認識でき、本市消防団全体のモチベーションアップにも大きな効果がありました。

特にPR動画内にある地域企業や消防団サポート店、また消防団員の家族や地域の子ども達からのコメントは、在籍する消防団員にとって大きな励みになったそうです。

PR動画の配信放送後にも、多くの消防団員が地域住民から「PR動画を視聴した」「改めて感謝の気持ちが持てた」といった声をかけてもらったようで、責任感や使命感を改めて感じたとの意見を多数聞くことができました。

消防団員加入を目的とした本PR動画ですが、在籍する消防団員の意欲活性化にも繋がる事業となりました。

4 女性消防団員の広報PR

本市消防団では、平成26年から女性消防団員の任用を開始し4年目を迎えており、現在14名の女性消防団員が在籍し、防火啓発活動、応急手当普及員の資格を取得し救命救急の普及啓発、災害時の後方支援活動を主とした活動を展開しています。

しかし、まだまだ女性消防団員の認知度は低く、今後の消防団活性化には女性消防団員の活躍が必要不可欠だと考えています。

アンケートの「PR動画を視聴し興味をもったもの」の結果では、「女性消防団員の存在」との回答が上位に入り、その他コメント欄でも「女性団員の存在を初めて知った。」

「女性消防団員に興味を持った」とのコメントが寄せられ、女性消防団員に関するPRや広報発信は、消防団員の増加や活性化に、より効果的であるものと思われます。

5 事業の実施体制

本事業に取り組むにあたり、鹿沼ケーブルテレビ(株)と十分な打合わせを行い、構成や完成イメージについて事前に検討、協議を行ったことで撮影、編集面については、円滑に実施することができました。

出演協力を頂いた消防団サポート店や協力事業所、小学校へは、本事業の内容を説明し、快く出演協力を頂けたことで、多数の「地域の声」の入った仕上がりとなりました。

また、PR動画の放送、配信面では市関係機関や、特に女性や若者の集客の多い市内事業所に協力を仰ぎ、多数多様な場所でのパブリックビューイングの実施に至る事が出来ました。

6 事業の継続性

本事業で作成したPR動画は、現在Youtubeで配信しており、事業終了後も継続した配信が可能となっています。

市ケーブルテレビでは、約2カ月間に渡り放送を行うことが決まり、長期的な広報が可能となっています。

また、マスターデータを元にDVDへのダビングをすることで、今後も市内事業所や自治会へのPR動画の配布が可能であり、特に例年1月～3月の消防団員入団促進キャンペーン期間にあわせて広報を継続していく予定です。



ダビングした
PR動画DVD

7 今後の課題

本事業による本市消防団PR動画の放送配信により、女性や若者が消防団を目にする機会は、以前より間違いなく多くなることが見込めます。

一方で、Youtube等の動画配信は常に新しい作品が投稿され、若者たちも新作に興味を持って視聴する傾向にあり、本PR動画も定期的な更新を視野に入れた展開が必要と思われれます。

PR動画の更新については、作成に伴う予算確保の財政面と、出演する消防団員等の時間的配慮や編集作業に伴う日程の確保が課題となります。

限られた財源と時間でPR動画の更新を行っていくには、更新時期や予算確保、出演する消防団員等の時間的配慮を十分に検討していく必要があります。

また、本PR動画の放送配信のみに頼ることなく、今後も在籍する消防団員自らの勧誘活動等と並行し、多角的な広報による消防団員確保の取り組みが、より効果的な加入促進に繋がるものと推測されます。

VI まとめ

本事業では、本市消防団PR動画を作成し、インターネットやパブリックビューイングなど、特に女性や若者が目にする事が多いメディアや場所を活用し、放送配信を実施しました。

放送配信に伴い実施した市民へのアンケート調査からも、消防団へのイメージアップをはじめ、「消防団に興味を持った」「入団を検討してみる」といった意欲的なコメントも寄せられ、本事業が消防団加入促進に効果的な事業である事が確認できました。

特に女性消防団員については、市民の認知度がまだまだ低かったことから、PR動画の視聴者からは「女性消防団員の事を初めて知り興味を持った」「女性消防団の活動に感動した」といったアンケート回答も多く、本事業での女性消防団員PRは、今後の女性消防団員の加入や増員に、特に大きな効果が期待できました。

また、本PR動画を視聴した在籍消防団員からも、自身の存在意義や存在価値について再認識ができたとの声が寄せられ、加入促進のためのPR動画でしたが、消防団全体の活性化やモチベーションアップにも貢献しています。

一方で、本PR動画の定期的な更新も視野に入れた場合、作成に伴う予算確保や、出演する消防団員等の時間的配慮、編集に伴う日程の確保など、解決しなければならない、多くの課題がある事も分かりました。

本事業は消防団確保対策として非常に有効的なものであり、これからもYoutubeへの継続配信やDVDの追加配布など、本PR動画を十分に活用し、今後も魅力ある消防団づくりと加入促進に取り組んでいきたいと思えます。



女性や若者をはじめとした
消防団加入促進支援事業
成果報告書

平成30年2月作成

問い合わせ 鹿沼市消防本部地域消防課
栃木県鹿沼市上殿町520-1
電話0289-63-1156