

「消防団の力向上モデル事業」事業紹介

事業名 DXを活用した消防団PR・団員募集広告配信事業

自治体名

静岡県三島市

消防団名

三島市消防団

1 事業の目的

消防力維持のため、今までの手法では広報・PRが行き届かなかった若い世代へアプローチできる可能性が高いデジタル媒体を活用しWeb、SNS、動画サイト等において、本市消防団のPR・団員募集動画の広告配信等を行うことにより、若い消防団員の確保を推進していく。。。

2 事業内容

1 消防団PR・団員募集動画の制作

若年層に人気があり、画面映えのするアニメーション動画を制作フルバージョン(60秒)、ダイジェスト版(15秒)各1本

2 広告配信の実施

本市及び近隣市町に居住する18歳～39歳までの若年層を対象に制作した動画をWeb、SNS、動画サイト等で広告配信(広告配信媒体)

- ・ Instagram広告
- ・ Google デマンドジェネレーションキャンペーン(DJC)広告
- ・ Google Youtube 動画リーチキャンペーン(VRC)広告
- ・ シネアド(映画広告)

3 リアルイベントの開催

実際に消防団の活動等を知ることができるようイベントを開催

- ・ 市内大学の学園祭への出店
- ・ 大型商業施設における消防団体験イベントの開催

3 事業成果

消防団PR・団員募集動画の広告配信については、広告表示回数が当初目標数は、月16万回であったのに対し、月平均約46万9千回、配信広告クリック数も、当初目標が月320回であったのに対し、平均約4,355回と、当初目標数を大幅に上回った。

動画の広告配信を行う目的は、本市のホームページに掲載している消防団員募集記事のページに誘導することだったが、広告クリック数が当初目標を大幅に上回り、本市ホームページに効果的に誘導することができた。これは、制作した動画が、今回のターゲット層である18歳から39歳までの若者や女性に対して、消防団活動等に関する詳細情報への関心を喚起できた結果である。実際、配信期間中の本市ホームページへのアクセス件数は実施前が月数百件程度だったのが、6千件以上に大幅に伸びた。

また、4月1日現在と比較すると消防団員数は13名増加しており、人員確保という面でも結果を残すことはできた。

4 目標達成状況

指標	単位	当初目標	実績値	備考
広告表示回数	回	16万回/月	月平均469,013回	
配信広告クリック数	クリック	320回/月	月平均4,355回	
入団者数(年間)	人	30人 うち女性2人 学生10人	22人 うち女性4人 学生 9人	

5 その他参考情報

<https://www.city.mishima.shizuoka.jp/site/syobodan/22637.html>

