

「消防団の力向上モデル事業」事業紹介

事業名 山口県消防団員確保強化事業

自治体名 山口県

1 事業の目的

- 県内消防団員が減少傾向にあるなか、若い世代や女性への認知不足やイメージの固定化(危険・時間拘束のイメージ)が課題となっている。
- 本事業は、Jリーグクラブ「レノファ山口FC」が持つ発信力・集客力を活かし、消防団活動の“地域の安全を守る誇りある役割”を魅力的に発信し、持続可能な団員確保につなげることを目的とした。

2 事業内容

- ホームゲーム
 - ・ 消防団PRブースの設置(キックターゲット、撮影スポットなど)
 - ・ 消防団PRステージイベントの開催(吉本芸人×消防団)
 - ・ 消防団長挨拶、ピッチ周回
 - ・ ポスター、チラシの掲示
 - ・ 大型ビジョンでの動画放映
 - ・ ノベルティの配布
- 若年層、女性を意識したポスター、チラシの製作
- 消防団のリアルな姿に焦点を当てたオリジナル動画の製作、放映
- クラブ公式アカウントでの発信、TVCMの実施
- レノ丸、消太のコラボノベルティ(クリアファイル)の製作



3 事業成果

1. 認知向上に関する成果

- ・ レノファ山口FCホームゲーム会場において消防団PRブースを設置し、約480名が来場。消防団員との直接的な対話や展示を通じ、消防団の役割・活動内容を具体的に伝える機会を創出しました
- ・ 試合当日のスタジアム内演出(消防団長挨拶、ピッチ周回等)により、6,000人超の来場者に対し一斉周知を実施し、消防団の存在および地域防災における重要性を広く訴求しました。

2. 若年層・女性層へのアプローチ

- ・ レノファ所属選手を起用したポスター・動画を制作し、TVCM、SNS広告、スタジアムビジョン等で展開。YouTube・Instagram広告において合計30万回を超える視聴数を記録し、若年層への高い到達効果が確認されました。
- ・ 女性消防団員・学生団員の実例紹介を通じ、消防団活動を「特別な人のもの」ではなく、身近で参加可能な地域活動として認識してもらう効果が見られました。

3. イメージ改善・参加意欲の醸成

- ・ 従来の「負担が大きい」「危険」という固定的イメージに対し、「地域を支える誇りある活動」「多様な関わり方が可能」という新たなイメージを提示することができました。
- ・ 特に、家族連れ来場者や若年層からの反応が多く、消防団活動への心理的ハードルを下げる効果が確認されました。

4. 総合評価

本事業を通じて、消防団活動に対する認知拡大および関心喚起に一定の成果を上げることができました。プロスポーツクラブとの連携は、短期間で広範囲かつ特定ターゲット層に情報を届ける有効な手法であり、今後の消防団員確保施策における一つのモデルケースとして位置づけられます

4 目標達成状況

指標	単位	当初目標	実績値	備考
イベント開催回数	回数	1回	1回	
動画制作	本数	1本	2本	
SNS広告視聴回数	回数	200,000回(YT) 120,000回(insta) 20本(TV)	175,000回 148,000回 20本(TV)	