

「消防団の力向上モデル事業」 事業紹介

事業名

消防団加入促進事業

自治体名

新潟県

消防団名

—

1 事業の目的・必要性

県内消防団のPR動画及び活性化に係る取組の事例集を制作し、情報発信することで消防団に対する県民の理解促進を図る。

また、制作した動画と事例集を県内の市町村へ共有し、活性化に係る取組に活用してもらう。

2 事業内容

＜消防団PR動画制作・広告＞

- 県内市町村における消防団員確保に資するよう、消防団及び消防団員をPRする動画を5本制作。
- 広告用に制作した30秒のPR動画を活用し、県内に限定したYouTube広告、Instagram広告及びテレビCMを実施。
- 制作した5本の動画を県公式Instagramアカウント「新潟県の消防団」及び県ホームページで広く情報発信を行うとともに、県内市町村へも提供し、消防団員確保のため、積極的な動画の活用を依頼。

＜取材・取組事例集作成＞

- 県内市町村での今後の消防団加入促進及び消防団の活性化の取組に資するよう、県内市町村及び消防団協力事業所における取組事例集を作成。
- 作成した事例集を県内市町村へ共有し、活性化に係る取組に活用するように依頼するとともに、特に消防団PRに効果的と思われる取組事例を県公式Instagramアカウントで投稿。
- 当該事例集を県ホームページでも公開し、広く情報発信。

新潟県消防団PR動画(知ってほしい、想い。)



新潟県消防団取組事例集



3 事業成果

＜消防団PR動画制作・広告＞

- 県公式Instagramアカウントでの動画再生数は令和6年2月15日時点で1,323回となり、目標値の1,500回には届かなかったが、外部委託した消防団PR動画における県内に限定したYouTube広告、Instagram広告及びテレビCMの結果は以下のとおりとなり、一定の認知効果は得られたと考えられる。また、SNS広告やテレビCMに県内消防団員が登場したPR動画が再生されることで、当該動画を見た現役消防団員のモチベーション向上や消防団員の家族からの理解促進にも繋がったと考えられる。

○SNS広告「配信期間：令和6年1月8日～令和6年2月14日（38日間）」

媒体	表示回数	クリック数	クリック率	媒体	表示回数	視聴回数	視聴率
Instagram	1,287,143	847	0.07%	YouTube	1,241,895	369,635	29.76%

○テレビCM「配信期間：令和6年1月15日～令和6年1月19日（5日間：合計5本）」

＜取材・取組事例集作成＞

- 作成した事例集を県内市町村へ共有し、活性化に係る取組に活用するように依頼するとともに、特に消防団PRに効果的と思われる取組事例（5件）を県公式Instagramアカウントで投稿することで、消防団の認知度向上を図ることができた。

4 目標達成状況

指標	単位	当初目標	実績値	備考
取組事例集で掲載する事例数	件数	30件	30件	県内市町村における取組25件、県内消防団協力事業所における取組5件
県公式Instagramアカウントでの動画再生数	回数	1,500回	1,323回	R6.2.15時点の動画再生回数
県内市町村が管理するデジタルサイネージでの動画放映箇所数	箇所	10箇所	10箇所	R6.1.22に実施した消防団PR動画の活用調査結果(デジタルサイネージでの動画再生予定ありの市町村)

5 その他参考情報

新潟県消防団PR動画及び取組事例集は以下のURLからご覧ください。

<https://www.pref.niigata.lg.jp/site/bosai/niigatakennshobodannprdouga.html>