

「消防団の力向上モデル事業」 事業紹介

事業名 学生の消防団理解促進・入団促進事業

自治体名

長野県

消防団名

1 事業の目的・必要性

学生（高校生、専門学生、大学生）が、将来の消防団の担い手となるように、地域防災の中核である消防団の役割や重要性を認識させ、学生に対する消防団の理解促進・入団促進を図る。

社会情勢や人口減少により、若年層人口が減少している中、消防団の大きな担い手である若年層への入団促進は急務である。消防団が地域に果たす役割を理解させ、学生の加入促進を図り、地域防災力を維持する必要がある。

2 事業内容

○1日消防団員体験事業

長野県消防学校にて、消防学校・県内消防団と協力し、学生向けに一日消防団員体験を実施した。消防団活動を実際に体験することに重点を置き、体験科目を設定するとともに、座談会では若手の消防団員と交流することで、参加した学生が、消防団活動を行っていく上での不安や疑問などを年代の近い消防団員に直接聞くことができる機会を設けた。

【実施日及び場所】 令和5年10月7日（土） 長野県消防学校
【参加者】 50名（高校生21人、専門学校21人、大学等8人）

○学生の入団促進広報事業

消防団員に協力いただき、学生・若者向けに消防団の活動紹介や入団促進に使用する動画を制作した。YouTubeなど、学生が多く利用しているSNS等の各種広報媒体を利用し、より多くの学生に周知を図った。

【動画】 ミュージックビデオ他 4本

【広報】 YouTube、TikTok、Web記事、大学宛て周知

3 事業成果

○1日消防団員体験事業

参加者アンケートでは、「消防団について詳しく知ることがなかったが、今回詳しく知ることができ、消防団に興味を持った。」「実際に消防団の話聞いて自分も地域のためになりたいと思った。」といった声が寄せられたほか、参加者の約8割が「消防団に入りたい」又は「少し入りたい（興味を持った）」と回答しており、消防団活動の理解促進に一定の効果があつたものと考えられる。

本事業については参加者の関心が高く、一定の成果が見込めることから、消防団員の確保に向けて、来年度以降も県消防学校での実施を検討していく。

○学生の入団促進広報事業

SNSの媒体としてYouTube、TikTokを活用したが、再生時間が短尺（15秒）であり、楽曲の二次利用が可能なTikTokは再生回数も多く、また10代から20代前半の割合が高い。

一方、YouTubeにおいても、再生時間は約90秒と比較的短い動画であるため、公開後約3週間で、総再生回数が3万回を超え、多くの視聴に繋げることができた。

若者・学生に人気の高いヒップホップと、よく利用されるSNSを効果的に活用することで、短期間で、ターゲットである若者・学生を始めとした多数の人が視聴した結果となり、消防団への理解促進に効果があつたものと考えられる。

県において、引き続き学生・若者に向けて定期的に動画を紹介していくほか、市町村に動画を共有し、大学やショッピングセンターなど若者が多く集まる場所での消防団の広報活動時や、成人式等でのイベントでの動画放映を通じて、消防団の入団促進を図っていく。

4 目標達成状況

指標	単位	当初目標	実績値	備考
一日体験入団開催	回数	1回	1回	当初は9月上旬を計画していたが、10月開催とした。
体験参加人数	人数	60人	50人	
加入促進広報	媒体	4媒体	4媒体	YouTube、TikTok、Webサイト、大学宛てチラシ

5 その他参考情報

1日消防団員体験事業

放水訓練



学生の入団促進広報事業

動画リンク



消防団員との座談会

