

消防団員確保対策に関する意識調査の概要及び分析

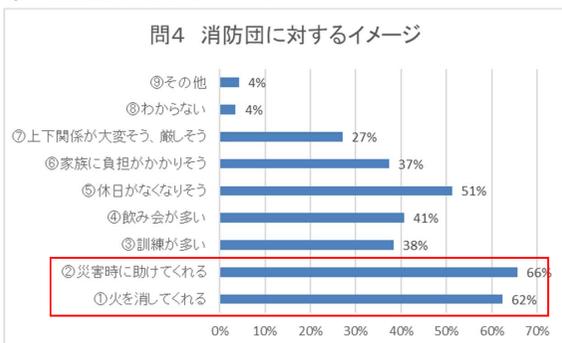
2025.3 消防安全課

<回答者数> ※ () 内は希望郷いわてモニターの回答者数

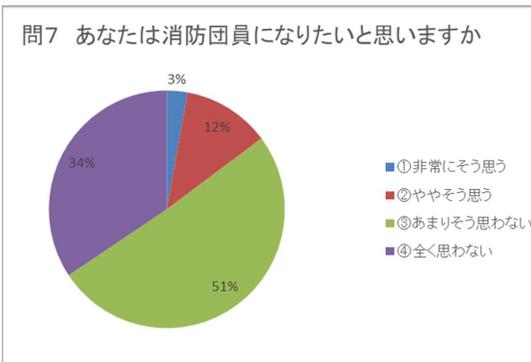
- 1,028名 (157名)
 うち、①消防団員ではない方 425名 (147名) ②現役の消防団員の方 570名 (5名)
 ③過去に消防団員だった方 33名 (5名)

【1】消防団の認知度等について> (一般のみ)

- ①「消防団」という組織を知っているか
 ⇒「活動内容も含め、知っている」が79%
- ②消防団を知ったきっかけ
 ⇒「友人・知人が消防団員」「家族が消防団員」が約半数。災害時の活動や訓練を見て知った人も約2割。
- ③「消防団」に対するイメージ



- ④活動の評価
 ⇒「地域の安全に大きく貢献しており必要不可欠」「地域の安全にやや貢献しており必要」が合わせて85%
- ⑤学生や女性でも消防団員なれることを知っているか
 ⇒「知っている」が約60%、「知らない」が約40%。
- ⑥消防団員になりたいと思うか



【主な理由】
「非常にそう思う」「ややそう思う」
 地域に貢献したいから、地域防災力の向上が重要だから、年齢が若ければ入団したい、費用的負担がなければ入団したい、企業の理解がないと大変だと思う

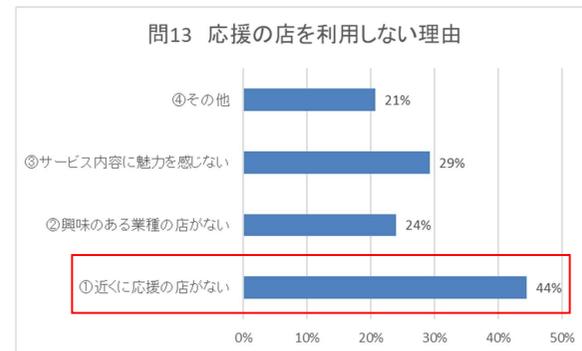
「あまり思わない」「全く思わない」
 仕事と家庭の両立が大変、大会や消防演習に参加したくない、飲み会に参加したくない、転勤族だから、良いイメージがないから、男性に比べて非力だから、活動内容がわからない、報酬が少ない、年齢や体力的に厳しい

消防団は役割も含めて多くの人に認知されており、地域防災に必要不可欠と評価されている一方、マイナスイメージを持っている人も多く、入団したいと感じている人はわずか1割程度。主な理由として、仕事と家庭との両立や行事の多さを挙げている人が多かった。また、学生や女性でも消防団員になれることを知らない人も多くいたため、「消防団員募集！」だけではなく、学生消防団員や女性消防団員の活動紹介や、仕事や家庭と消防団活動を上手く両立させている事例などの広報が必要。

【令和7年度取組方針】
県の広報媒体やSNSを活用し、広報内容を工夫しながら継続的な広報活動を実施する。

【2】消防団員のやりがい高める取組について>

- ①県や市町村の「消防団応援の店」制度を知っているか
 ⇒消防団員ではない方の認知度は34%、団員の認知度は68%。
- ②制度を知ったきっかけ
 ⇒「消防団員カードを見て知った」が半数を占めた。
- ③利用頻度
 ⇒「利用したことがない」が8割。
- ④サービス内容にメリットを感じるか
 ⇒約7割の団員がメリットを感じていない。
- ⑤制度を利用しない理由



- ⑥こんなサービスがあれば良いと思う業種や事業所 (自由記載)
 ⇒ガソリンスタンド、ドラッグストア、スーパー、コンビニ、ホームセンターが多く挙げられていた。
- ⑦応援の店を知っていただくために効果的と思われるもの
 ⇒「店頭に掲示するステッカーを目立つものにする」62%
 「地域情報誌やSNSで告知する」48%、「店内の掲示で得点サービスの内容を紹介する」46%
- ⑧他に効果的だと思う取組 (自由記載)
 ⇒処遇改善、消防団員サポーターのような一つ前の段階、活動内容のPR、勤務先への特典、役割の見直し、操法大会の廃止、消防団活動に理解がある企業の拡充、活動服のリニューアルなどが挙げられた。

「消防団応援の店」制度は、多くの消防団員に認知されていたが、制度を利用したことがある団員は少数だった。利用しない理由としては「近くに応援の店がない」が最も多く、登録希望の多い業種を含め、加入店舗の拡大が必要であること。

現状では、店舗一覧は PDF 形式で県ホームページに掲載していることから、団員が応援の店を利用する際、店舗を検索しやすい形式を見直す必要があること。また、新たに店舗が登録された際は、その都度、市町村を通じて団員へ周知するなどして利用促進が必要であること。

【令和7年度の取組方針】

「消防団応援の店」登録店舗のない6町1村への働きかけや、登録希望の多い業種の店舗への働きかけによる新規加入店舗の増加や、加入店舗を消防団員に周知することによる利用促進

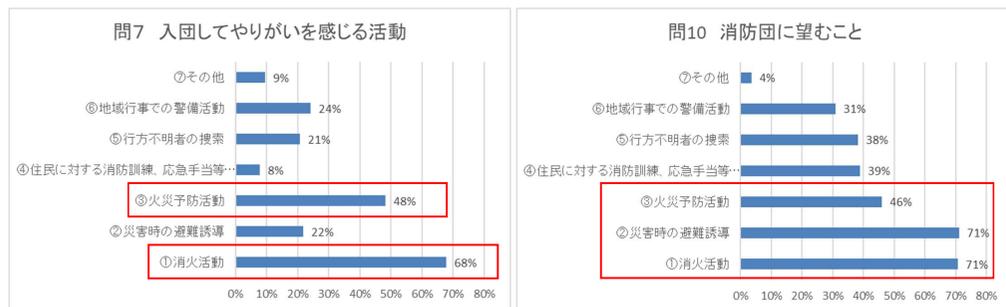
【3】負担を軽減する観点の取組について

①消防団へ入団していることで負担になっていることや困っていること

⇒「訓練や行事が多い」が60%、「人手が足りず、辞めたくても辞められない」が55%
「休日がなくなる」が53%

②消防団へ入団してやりがいを感じる活動

③消防団に望むこと



④消防団員として活動する上で、職場の理解を得られているか

⇒「理解を得ており、積極的に応援されている」「特に積極的ではないが、理解は得ている」が約8割

⑤平日昼間に出勤がかかった場合、出勤できない理由

⇒「仕事が忙しく出勤できる余裕がない」58%、「出勤時間が欠勤または早退扱いになってしまう」27%

⑥消防団に協力する企業に対して講じられることが望ましい施策（自由記載）

⇒消防団員を雇用している企業の優良認定、減税や県資金の貸付利率割引などのインセンティブ、感謝状などが多く挙げられていた

⑦団員の負担軽減につながるような取組（自由記載）

⇒操法大会や演習の時間短縮・廃止、活動内容の縮小、職場の理解、県民の防災意識の高揚が多く挙げられた。

消防団員がやりがいを感じる活動は「消火活動」や「災害時の避難誘導」であり、住民側も、消防団に同様の役割を求めている。団員の多くは訓練や行事の多さを負担に感じており、特に、消防操法競技会や消防演習等の行事に対しては、規模縮小や廃止を求める声が多かったことから、改めて、消防団の活動内容の再確認が必要。

また、消防団活動に対する職場の理解は一定程度得られているが、出勤時間が欠勤または早退扱いになることが出勤への妨げになっている。消防団に協力する企業に対して講じられることが望ましい施策として、県資金の貸付利率割引などのインセンティブや感謝状といった意見が多く挙げられていたことから、事業所向けの働きかけが必要。

【令和7年度の取組方針】

- ① 市町村や（公財）岩手県消防協会と連携し、消防団の役割の再確認を行うとともに、消防操法競技会など各種行事の負担軽減について検討する。
- ② 消防団員を雇用する事業所向けのインセンティブを検討する。

【4】消防団員の確保に向けた今後の取組について

①県や市町村の消防団員募集の広報を見たことがあるか

⇒消防団員ではない方でも、広報を見たことがあると回答した人は76%

見たことがある媒体は、消防団員ではない方は広報誌が最も多く、消防団員はポスター・リーフレットのぼりが最も多かった。

②入団促進のため有効な広報媒体

⇒「SNS」47%、「テレビ・ラジオ」42%

③入団促進のため有効な広報内容

⇒「報酬・手当や活動内容」62%、「消防団へ入団するメリット」44%、「消防団の役割」38%

④魅力ある消防団にするため有効な対策

⇒「報酬・手当の増額など処遇を改善する」74%

「活動内容や訓練回数を減らし、負担を軽くする」55%

「事業所に消防団活動への理解を求める等、サラリーマンの団員でも活動に参加しやすくする」47%

「消防団員を雇用する事業所等に優遇措置を行う」47%

消防団員ではない方も含め、消防団員募集の広報は多くの県民が目にしてきた。

入団促進のため有効な広報内容については、年代を問わず「報酬・手当や活動内容」が最も多かった。広報媒体については、若い世代ほど「SNS」の回答者が多く、40代以上は「テレビ・ラジオ」の回答者が多いなど、年代によって差がみられたことから、【1】に記載のとおり、「消防団員募集！」だけではなく、活動内容や消防団の役割など、内容を工夫する必要があること。

また、有効な対策として、負担軽減や事業所への優遇措置を求める声も多かったこと。

【令和7年度取組方針】

- ①【1】と同様、県の広報媒体や SNS を活用し、広報内容を工夫しながら継続的な広報活動を実施する。
- ②【3】と同様、消防団員を雇用する事業所向けのインセンティブを検討する。