

『防災週間』アンケート調査 ～「防災意識調査 2014」～

- ・4 人に 1 人は防災を「意識していない」
- ・今後の防災対策は地図に関心が集まる
- ・災害発生後はラジオが平常時の3倍以上頼られる

株式会社ゼンリン(本社:福岡県北九州市、代表取締役社長:高山 善司、以下ゼンリン)は、9 月 5 日(金)までの『防災週間』にあわせ、全国の 20～69 歳の男女を対象にしたインターネットによるアンケート調査「防災意識調査 2014」を実施しました。本調査は、一般生活者の防災に関する意識を捉えることを目的としたゼンリンの独自調査で、今回が初めてとなります。一般生活者が日頃意識している防災対策や自然災害、情報の入手先の実態に加え、年代別などの意識の傾向を調査しました。ゼンリンは、今後も地図制作のノウハウを活かし、防災に役立つ地図作りを通じて人々の生活の安全・安心に貢献していきます。

4 人に 1 人は防災を意識せず

- 4 人に 1 人は自然災害への防災を意識していないことが分かりました。
- 自然災害への意識は、やはり「地震」と回答した人が多数。その他の自然災害は地域性を反映した結果になりました。

避難所の認知は 6 割を超えるも、20 代では半数割れ

- 災害時における避難所の「名前・場所をともに知っている」人は 6 割以上にのびります。
- ただし、年代別にみると、60 代が 78.6%で最も高く、20 代は 44.2%と半数を下回りました。

防災対策は非常用の備蓄や持出品が定番 今後の対策は地図

- 家庭での防災対策は、「非常用備蓄品」(48.0%)や「家具などの転倒防止」(36.1%)、「避難時の非常持出品」(35.6%)が多く、防災対策としては定番として浸透しているようです。
- 今後の対策としては、防災マップ・帰宅支援マップといった、地図が最も関心が高いことが分かりました。

災害発生後の情報収集、ラジオが頼られる

- 災害発生前後における情報収集として、ラジオは平常時 16.4%と低めですが、災害発生後には 59.5%となんと平常時の 3 倍以上。災害発生後にはラジオが頼れるメディアと認識されているようです。

今回の詳細なアンケート結果はこちらからご覧いただけます→ <http://www.zenrin.co.jp/dl/pdf/material03.pdf>

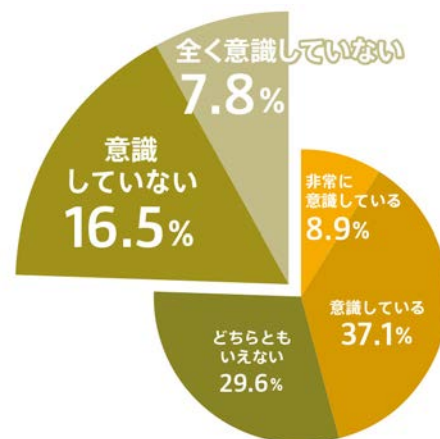
調査ハイライト

■ 4人に1人は防災を意識せず

● 自然災害に対する防災を日頃から意識していますか？

「非常に意識している」や「意識している」人が46.0%いる一方、「意識していない」や「全く意識していない」人が、24.3%にのぼり、ほぼ4人に1人が意識していないという結果に。年代別にみると60代は57.8%と半数以上が意識していますが、20代は32.9%と若年層ほど意識している人が少ない実態が明らかになりました。

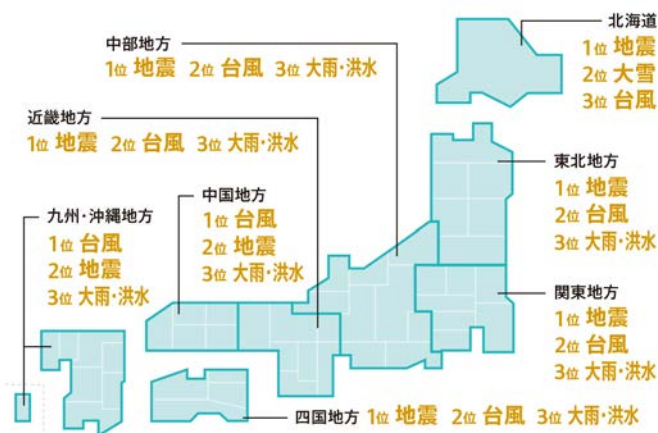
(N=11,702【対象者全員】)



● 日頃、どんな自然災害を意識していますか？

全国的に地震への意識が高く、地震が多い日本の特性が反映されています。中国地方、九州・沖縄地方では台風が地震を上回り、四国地方でも他の地域に比べると2位の台風が1位の地震に近い数値となるなど、台風の影響を受けやすい地域性を反映しています。

(N=11,702【対象者全員】)

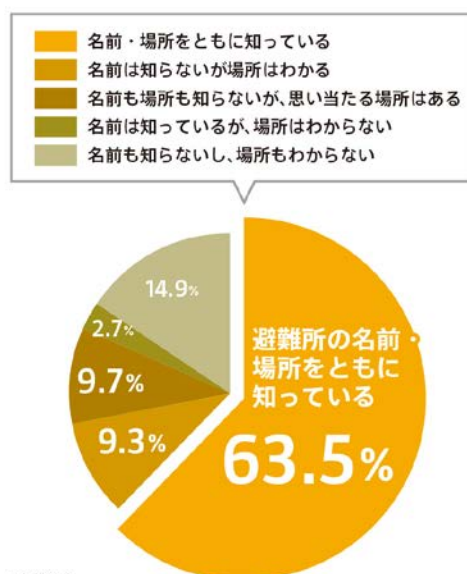


■ 避難所の正確な認知は6割を超えるも、20代では半数割れ

● 避難所の場所を知っていますか？

災害が発生した時の避難所について、「名前・場所ともに知っている」人が63.5%で最も多い結果となりました。「名前・場所ともに分からないが思い当たる場所はある」人までを入れると8割以上の方が避難所について情報を持っています。一方、「名前も場所も分からない」人が14.9%おり、防災マップの配布などによる認知度向上が今後の課題となりそうです。

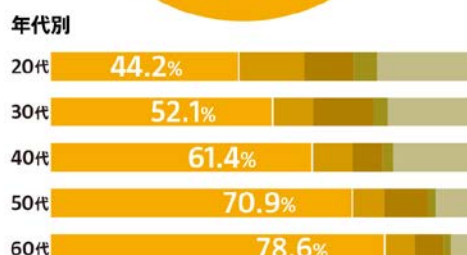
(N=1,203【防災への意識について“意識していない”を除いた人】)



・年代別にみると・・・

避難所の「名前・場所ともに知っている人」は、20代では44.2%にとどまりますが、年代が上がるにつれて増加し、60代では78.6%の人が知っています。防災意識の高さと同様に、年代が上がるにつれて増加する傾向が浮き彫りとなりました。

(N=1,203【防災への意識について“意識していない”を除いた人】)



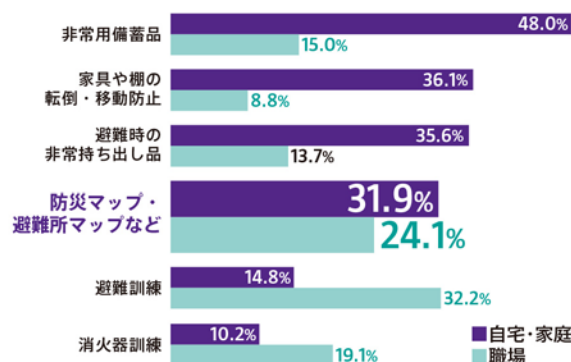
■防災対策は非常用備蓄や持出品が定番 今後の対策は地図

●家庭・職場で防災対策をしていますか？

家庭では「非常用備蓄品」(48.0%)、「家具などの転倒防止」(36.1%)、「非常持出品」(35.6%)が多く、防災対策としての定番として浸透しているようです。

職場では、「避難訓練」(32.2%)が最も多く、次いで「防災マップ・避難所マップなど」(24.1%)で対策をしている職場が多いことが分かりました。

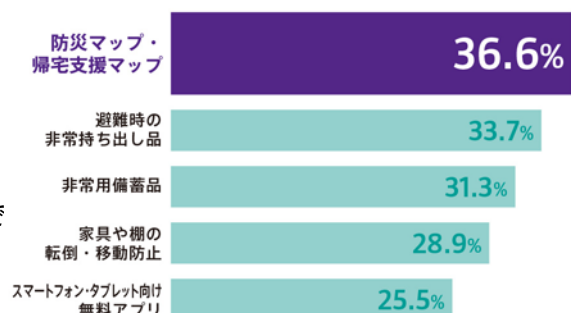
(自宅・家庭：N=6,529 職場：N=3,820【各項目のいずれかを選択した人】)



●家庭では今後、どんな防災対策を考えていますか？

既に行っている防災対策(上記)では、4番目だった地図による対策は、今後対策を考えているものとしては最も関心が高い(36.6%)ことが分かりました。また、既に対策済みと答えた人が多かった「非常用備蓄品」や「非常持出品」が地図に次いで多く、今後ますます対策する人が増えていきそうです。

(N=1,203【防災への意識について“意識していない”を除いた人】)

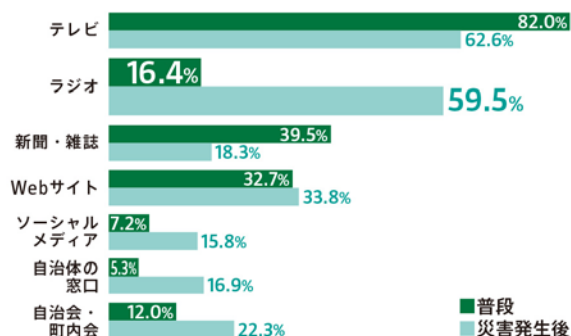


■災害発生後の情報収集、ラジオが平常時の3倍頼られる

●平常時の防災情報/災害発生後の情報はどこから得ますか？

普段は16.4%と低いラジオですが、災害発生後には59.5%とラジオに頼る人が3倍以上に増えます。即時性・携帯性といったラジオの特性や、手回し充電ができる機種が多く発売されている点で、災害時に頼りにされていると思われます。全体的な傾向では、普段は紙媒体でも災害発生後には、即時性の高いメディアにシフトするようです。

(N=1,203【防災への意識について“意識していない”を除いた人】)



<調査概要>

調査手法	インターネット調査	
調査エリア	全国	
調査対象者	20～69歳の男女	
サンプル抽出方法	事前調査：性別・年代に分けて均等抽出 * 人口構成比に準拠したウェイトバック集計を実施	
	本調査：事前調査から「防災への意識について“意識していない”を除いた人」の中から性別・年代に分けて均等抽出	
	*事前調査における「自然災害に対する防災意識」の構成比に準拠したウェイトバック集計を実施 (結果は計算値のため、合計と内訳の計が一致しないことがある)	
有効回収数	事前調査：11,702 サンプル、本調査：1,203 サンプル	
調査ボリューム	事前調査：5 問、本調査：14 問	
調査期間	事前調査：2014 年 7 月 30 日(水)～8 月 1 日(金)	
	本調査：2014 年 8 月 1 日(金)～8 月 2 日(土)	