

【報道関係各位】

## 地震の備えに関する調査

- 地震発生時に持って逃げるもの、1位「携帯電話」2位「財布」3位「通帳・印鑑」
- 8割が、地震直後に「テレビ速報を見る」。10代は「携帯電話で情報収集」が3割弱。
- 約半数は地震に対して‘備え’あり。「懐中電灯・非常灯」「非常持ち出し袋」を準備。

2009年8月28日  
株式会社マクロミル  
(証券コード: 東証一部 3730)

株式会社マクロミル(本社: 東京都港区、代表: 杉本哲哉)は、全国の15才以上の男女を対象に、「地震の備えに関する調査」を実施いたしました。調査手法はインターネットリサーチ。調査期間2009年8月24日(月)~8月25日(火)。有効回答は500名から得られました。

### 【調査結果概要】

#### 【1】地震発生時に一つだけ持ち出すとしたら・・・

##### 1位「携帯電話」、2位「財布」、3位「通帳・印鑑」

大地震が起きたとき、一つだけ持ち出せるとしたら何を持って逃げるか尋ねたところ、1位「携帯電話(27%)」、2位「財布(24%)」、3位「通帳・印鑑(9%)」となりました。

1位の「携帯電話」を持ち出す人は、10代で約4割、20代で3割弱となっています。地震の際、携帯電話は、通信手段のほかにもテレビや懐中電灯、時計として役に立ったという声も寄せられました。

#### 【2】‘揺れ’を感じても、「動かない」人が2割。地震直後は8割が「テレビ速報を見る」。

部屋で地震が起きたときに最初にとる行動を尋ねたところ、「動かず、揺れがおさまるまで待つ」が24%となりました。それ以外の回答では、「倒れやすい家具から離れる(20%)」「ドア・窓をあけて出口を確保する(15%)」「机の下に隠れる(15%)」となりました。

地震の揺れがおさまったときの行動では、8割の人が「テレビ速報を見る」と回答しています。10代、20代は「携帯電話で情報収集」、50代以上では「ラジオ速報を聞く」が他の世代に比べて高い比率となりました。

#### 【3】地震に対して‘備え’をしている人は46%。

##### 「懐中電灯・非常灯」「非常持ち出し袋」「水・非常食」を準備。

地震に対する備えをしている人は46%となりました。備えをしている人にその内容を尋ねたところ、「懐中電灯・非常灯」「非常持ち出し袋」「水・非常食」の準備が4割以上となっています。

年代別に見ると、50代以上で実施している防災対策が多くなっており、上記の4項目においては他の年代に比べ10ポイント以上高くなっています。

#### 【4】地震の対策について家族で話し合っている、3割超。

##### 「集合場所を決める」「地域の避難場所の確認」などで震災に備える。

普段、地震の対策について家族で話し合っていると回答したのは35%でした。その内容について尋ねると、「集合場所を決める(17%)」「住んでいる地域の避難場所を確認(16%)」「連絡方法・緊急連絡先を確認(13%)」との回答が挙がりました。地震の際に慌てずに行動できるよう、家庭での‘防災会議’が重要とされていますが、実際に話し合いを行っている家庭は半数にも満たないようです。

「地震の備えに関する調査」

【調査結果詳細】

■調査概要

調査方法：	インターネットリサーチ							
調査地域：	全国							
調査対象：	15才以上の男女（マクロミルモニタ会員）							
有効回答数：	合計 500 サンプル (性・年代均等回収)		10代	20代	30代	40代	50代以上	小計
		男性	50s	50s	50s	50s	50s	250s
		女性	50s	50s	50s	50s	50s	250s
調査日時：	2009年8月24日（月）～8月25日（火）							
調査機関：	株式会社マクロミル							

■地震発生時に持っていく物、1位「携帯電話」2位「財布」3位「通帳・印鑑」

大地震が起きたとき、一つだけ持ちだせるとしたら何を持って逃げるか尋ねたところ、1位「携帯電話 (27%)」、2位「財布 (24%)」、3位「通帳・印鑑 (9%)」となりました。(図1)

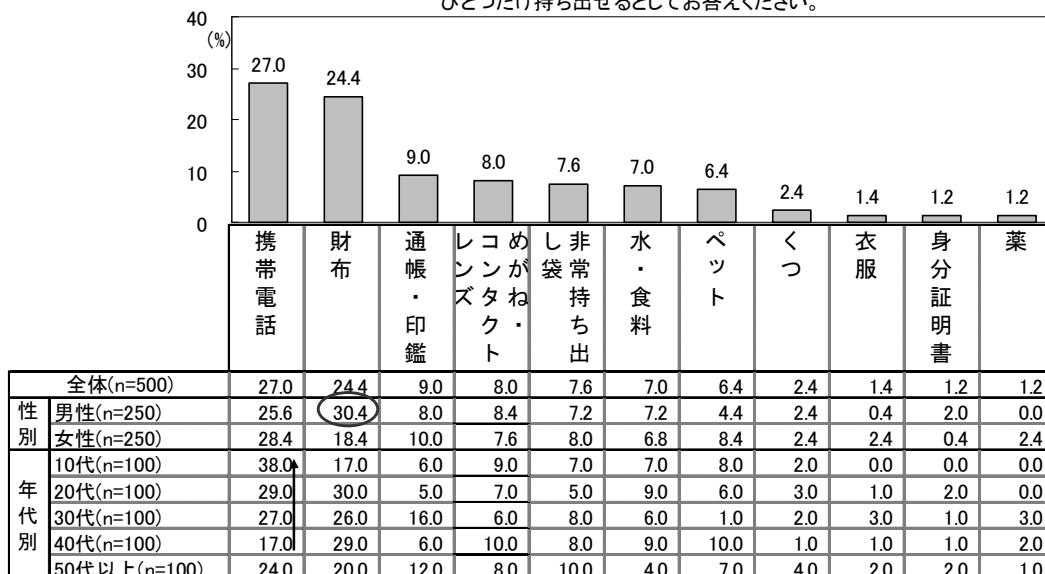
男女別にみると、男性では1位に「財布 (30%)」と回答しており、女性 (18%) に比べ12ポイント高くなっています。

年代別にみると、「携帯電話」と回答した人は、10代で約4割、20-30代でも3割となりました。若者にとって日常的に欠かせない携帯電話ですが、非常時でも欠かせないアイテムと見ているようです。

また、実際に震災時に持ち出して役に立ったものを自由回答で聞いたところ、携帯電話が多数挙げられました。「停電になりテレビが使えなかったのでワンセグが役に立った」「携帯電話のライトでガラスの破片などを踏むことなく外に出れた」など、通話以外の用途でも重宝されたようです。

【図1】大地震発生時、持ち出して逃げるもの<上位10項目>(単一回答)

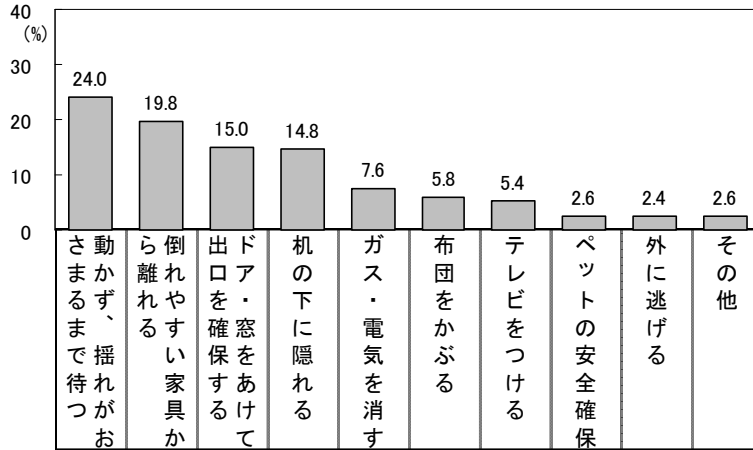
Q. もしも、大地震が起きたらあなたは何を持って逃げますか？  
ひとつだけ持ち出せるとしてお答えください。



■ ‘揺れ’を感じて最初にとる行動は、「倒れやすい家具から離れる」が20%  
「ドア・窓をあけて出口を確保する」「机の下に隠れる」が15%

部屋で地震が起きたときに最初にとる行動を尋ねたところ、「動かず、揺れがおさまるまで待つ」が24%となりました。それ以外の回答を見ると、「倒れやすい家具から離れる（20%）」「ドア・窓をあけて出口を確保する（15%）」「机の下に隠れる（15%）」が上位に挙がりました。（図2）

【図2】地震発生時、最初にとる行動（単一回答）  
Q. 部屋にいたとき、「ぐらっ」と大きな揺れを感じました。地震が起きたとき、最初にどのような行動をとりますか？

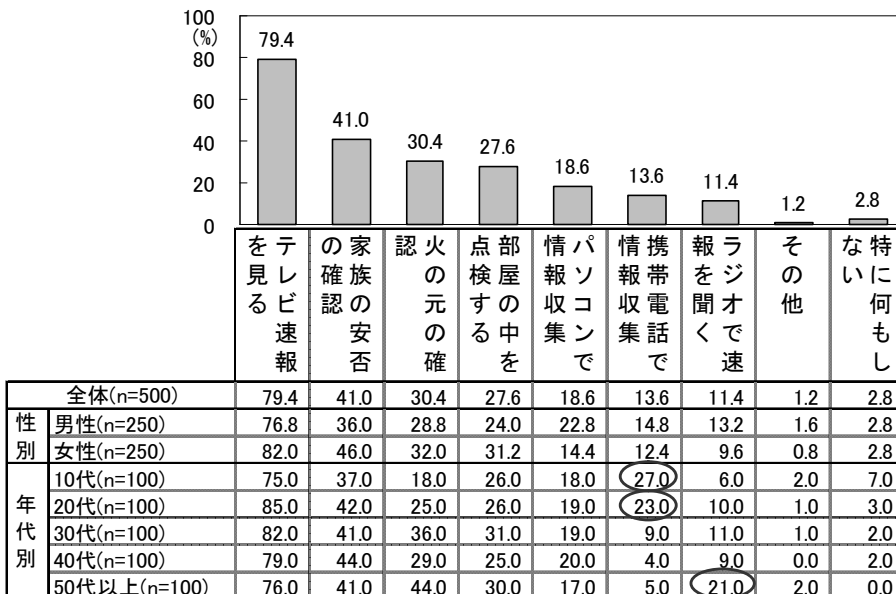


■8割が、地震の直後に「テレビ速報を見る」。10代は「携帯電話で情報収集」も3割弱。

地震の揺れがおさまったときの行動を伺いました。8割の人が「テレビ速報を見る」と回答し、次いで「家族の安否の確認」が4割超となりました。

年代別に見ると、10代、20代は「携帯電話」で情報収集する人が多く、30代以上で1割未満であるのに対し、20代で23%、10代では27%となっています。また、50代以上では「ラジオ速報を聞く」が2割超となり、他の世代に比べて10ポイント以上高い結果となりました。（図3）

【図3】地震の揺れがおさまったときにとる行動  
Q.地震の揺れがおさまったときにとる行動は何ですか？（複数回答）

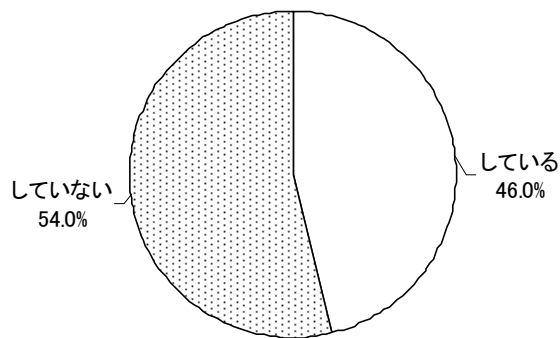


■ 地震に対して‘備え’をしている人は、46%。  
「懐中電灯・非常灯」「非常持ち出し袋」「水・非常食」を準備する。

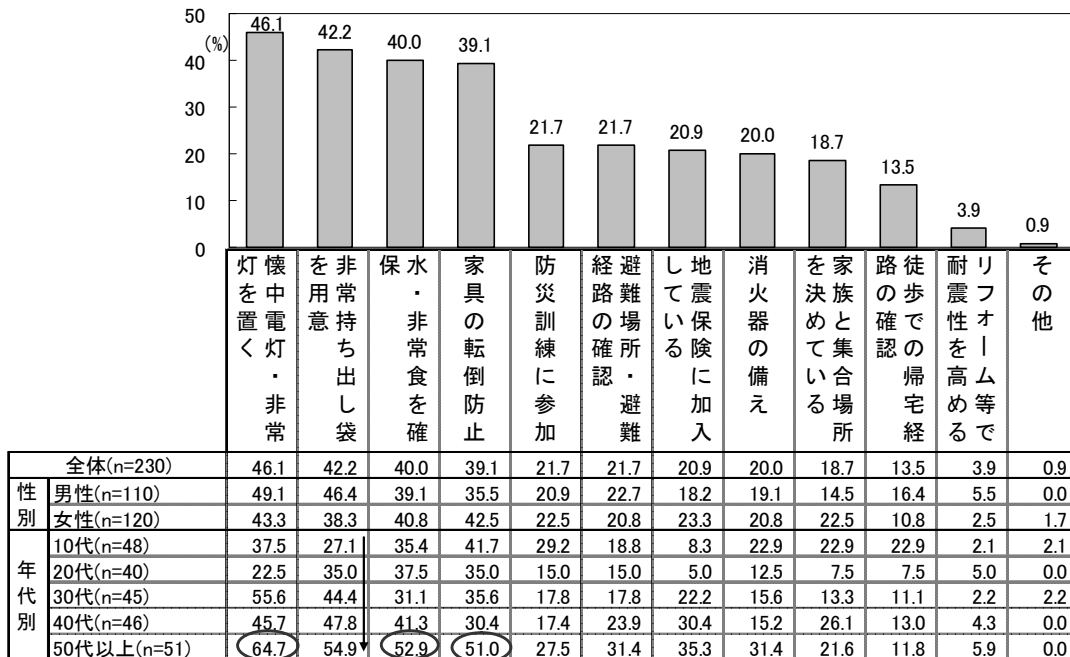
地震に対する備えをしている人は46%となりました。(図4)  
備えをしている人に、その内容を尋ねたところ、「懐中電灯・非常灯を置く」が46%で最も多く、次いで「非常持ち出し袋を用意」42%、「水・非常食を確保」40%、「家具の転倒防止」39%と並んでいます。

年代別に見ると、50代以上で実施している防災対策が多くなっており、上記の4項目においては他の年代に比べ10ポイント以上高くなっています。「非常持ち出し袋」を用意する人は、高齢者ほど多い結果となりました。(図5)

【図4】地震に対して何らかの備えをしているか  
Q.あなたは地震に対して何らかの備えをしていますか。



【図5】地震に対してどのような備えをしているか  
＜ベース：震災の備えをしている人＞  
Q.あなたは地震に対してどのような備えをしていますか？(複数回答)

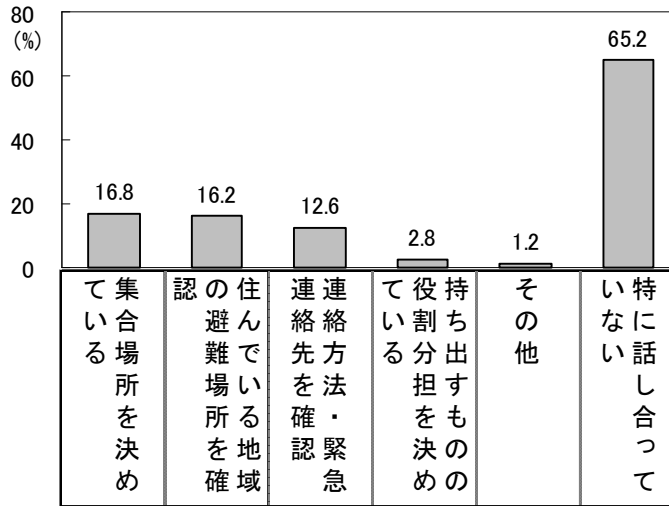


■ 地震の対策について話し合っている家族は、3割超。  
「集合場所を決める」「地域の避難場所を確認」などで震災に備える。

普段、地震の対策について家族で話し合っているとの回答は35%でした。その内容について尋ねると、「集合場所を決める(17%)」「住んでいる地域の避難場所を確認(16%)」「連絡方法・緊急連絡先を確認(13%)」との回答が挙がりました。地震の際に慌てずに行動できるよう家庭での「防災会議」が重要と言われてはいますが、実際に話し合いを行っている家族は半数にも満たないようです。(図6)

【図6】地震対策について家族で話し合いをしているか

Q. 普段、地震の対策について家族で話し合っていますか？  
あてはまる対策をすべてお選びください。(複数回答)



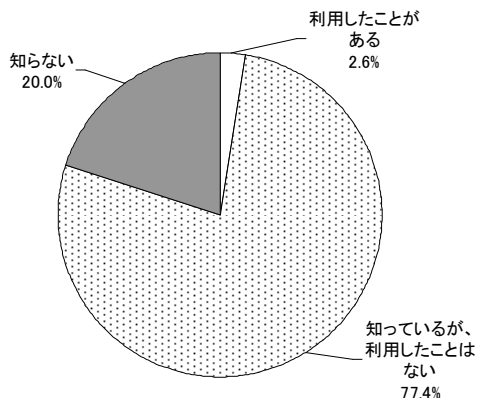
■ 8割が、携帯電話の「災害掲示板サービス」を認知。利用したい人も、約8割。

携帯電話の「災害掲示板」のサービス内容(※)を示した上で、知っているか尋ねたところ、「利用したことがある」が3%、「知っているが、利用したことはない」が77%と、サービスを認知している人は合計で80%となりました。(図7)

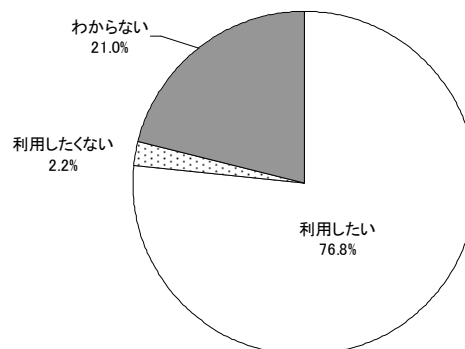
また、携帯電話の「災害掲示板」を利用したいかという問いには、77%が「利用したい」と回答しました。NTTドコモやKDDIなど携帯電話・PHS事業者5社は、災害時の安否情報などを登録する「災害用伝言板」の情報を事業者間で横断的に検索できるようにすると2009年7月に発表しており、今後は利用が本格化されそうです。(図8)

※「災害伝言板」とは、相手の電話番号を入力すると、その人の安否情報を確認できるサービスです。被災者が家族や知人に安否を知らせるために、コメントを書き込むことができます。

【図7】携帯電話の「災害掲示板サービス」の認知・利用  
Q. あなたは、携帯電話の「災害掲示板サービス」をご存知ですか。



【図8】携帯電話の「災害掲示板サービス」の利用意向  
Q. あなたは、携帯電話の「災害掲示板サービス」を利用したいですか。



【 株式会社マクロミル 会社概要 】

株式会社マクロミルは、さまざまな企業の商品やサービス等に対する消費者の声を、インターネットを活用して瞬時に集めるインターネット市場調査会社です。

国内 86 万人を超える独自調査モニタを調査対象として迅速なネットリサーチを行う「QuickMill」のほか、携帯電話を活用したモバイルリサーチ「MobileMill」、世界各国の消費者を対象にした海外市場調査「GlobalMill」など様々なネットリサーチサービスを展開しています。

社名 ■株式会社マクロミル  
本社 ■東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー11F 〒108-0075  
URL ■www.macromill.com  
設立 ■2000 年 1 月 31 日  
資本金 ■9 億 3,035 万円 ※2009 年 6 月末現在  
上場取引所 ■東証一部 ( 証券コード : 3730 )  
代表者 ■代表取締役会長兼社長 杉本哲哉  
従業員数 ■297 名 ※2009 年 7 月末現在  
事業内容 ■インターネットを活用した市場調査 ( ネットリサーチ )

——— 本件に関するお問い合わせ先 ———

株式会社マクロミル 広報担当 : 大野  
東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー11F 〒108-0075  
TEL:03-6716-0707 FAX:03-6716-0701 E-mail:press@macromill.com

《 引用・転載時のクレジット表記のお願い 》

本リリースの引用・転載の際は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。  
<例> 「インターネット調査会社のマクロミルが実施した調査結果によると…」