

【報道関係各位】

防災に関する調査

- 震災をきっかけに「防災意識が高まった」7割超。
- 6割が地震に対して‘備え’あり。2年前より、15ポイント増加。
- 地震発生時の行動、もしも一つだけ持ち出すとしたら…
1位「携帯電話」37% 2位「財布」15% 3位「通帳・印鑑」7%
- 「震度4」で避難行動する割合：東北地方で25%、関東30%、関西など40%

2011年8月25日
株式会社マクロミル

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15～59歳の男女を対象に、「防災に関する調査」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2011年8月16日（火）～8月17日（水）。有効回答は928名から得られました。

9月1日は『防災の日』。今年は、東日本大震災をうけ大規模な防災イベントを開催する地域も多いようです。防災への関心と地震発生時の行動について2009年に実施した調査結果と比較しました。

【調査結果概要】

【1】震災をきっかけに「防災意識が高まった」7割超。

全国の15～59歳に防災に関心があるか尋ねたところ、「以前は高くなかったが東日本大震災をきっかけに高まった」という回答が49%、「以前から高かったが、より高まった」が25%となっており、「震災をきっかけに関心が高まった」人は合計で74%となりました。年代別に見ると、若年層ほど「以前は高くなかったが震災をきっかけに高まった」という回答が多くなっています。

今年、防災訓練に参加したいかを尋ねると「参加する予定」が8%、「機会があれば参加したい」が65%となっており、参加意向を示した人は7割超となりました。「東北地方」では他地域に比べて高く、8割超でした。

【2】6割が、地震に対して‘備え’あり。2年前より15ポイント増加。

自然災害の中でも『地震』に対する不安は全国で高く、「不安」と回答した人は92%に達しています。

地震に対して何らかの備えをしているか尋ねたところ、「備えている」という回答は61%で、2009年に実施した調査（45%）と比べて15ポイント高くなっています。地域別に見ると関東以西では‘備え’をしている割合が低く54%でした。備えていることを具体的に尋ねると「懐中電灯・非常灯を置く（49%）」「水・非常食を確保（36%）」「非常持ち出し袋を用意（29%）」がトップ3となりました。

【3】地震発生時の行動、もしも一つだけ持ち出すとしたら… 「携帯電話」37%、「財布」15%、「通帳・印鑑」7%

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、「携帯電話」が37%、次いで「財布」が15%、「通帳・印鑑」が7%となりました。2009年調査と比較すると、「携帯電話」は11ポイント上昇し、「財布」は9ポイント下降しており、この2年間で携帯電話の重要性の高まりがうかがえます。

【4】「震度4」で避難行動する割合：東北は25%、関東は30%、関西など40%

どの程度の揺れを感じたら避難行動をとるか尋ねたところ、「震度4」で行動する人は35%、「震度5」では83%に跳ね上がります。「震度4」で行動する割合は地域によって差があり、東北地方は25%、関東地方は30%、東北・関東以外の地域では40%となりました。震災以降、地震が頻発している地域ほど行動する割合が低く、地震に対する慣れが生じているようです。

就寝中に地震があった場合では、「震度3」で起きて行動する人は4割超となった一方で「目が覚めても布団から出ない」という回答も4割超ありました。「震度4」で行動する人は8割を超え、まずは「ラジオやテレビをつける（30%）」人が最多でした。「震度5」になると、9割超が行動しており「起きて安全な場所に移動する（37%）」人が最多でした。

「防災に関する調査」

【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:	15～59才以上の男女（マクロミルモニタ会員）							
有効回答数:	合計 928 サンプル		15-19才	20代	30代	40代	50代	小計
		男性	52s	103s	103s	103s	103s	464s
		女性	52s	103s	103s	103s	103s	464s
調査日時:	2011年8月16日（火）～8月17日（水）							
調査機関:	株式会社マクロミル							
その他:	※レポート内で比較している2009年調査は、2009年8月24日（月）～8月25日（火）に500sで実施し、今回の調査の構成比に合わせてウェイトバック集計している。							

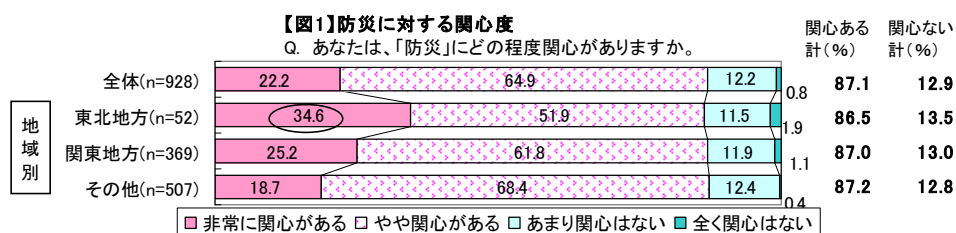
I. 防災に対する意識

■ 「防災に関心がある」約9割

防災に対してどの程度関心があるか尋ねたところ、「非常に関心がある」と回答した人は22%、「やや関心がある」と回答した人は65%となっており、関心があると回答した人は合計で87%となっています。

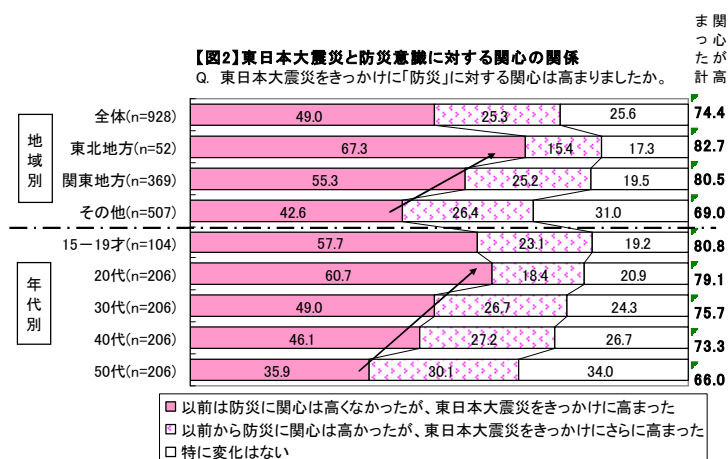
地域別にみると、東北地方で「非常に関心がある」という回答は35%と他地域に比べ高くなっています。

【図1】



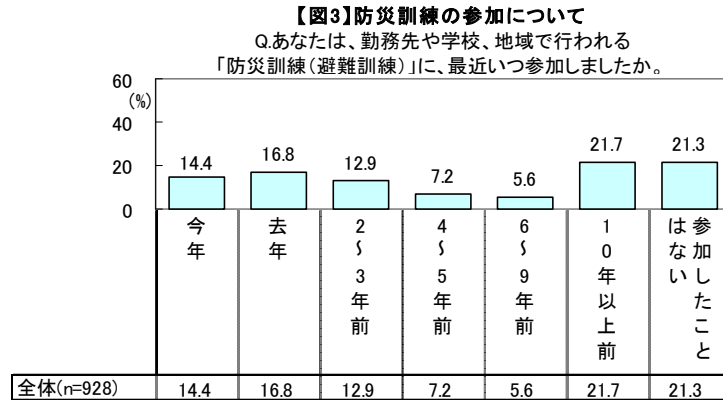
■ 「東日本大震災をきっかけに防災への関心が高まった」74%

防災に対する関心について「以前は高くなかったが東日本大震災をきっかけに高まった」という回答が49%、「以前から高かったが、より高まった」が25%となっており、「震災をきっかけに関心が高まった」人は合計で74%となりました。地域別に見ると、東北・関東地方では関東以西に比べ関心が高くなっています。また、若年層ほど東日本大震災をきっかけとした意識の高まりが顕著でした。【図2】



■ 防災訓練（避難訓練）に「参加したことはない」21%

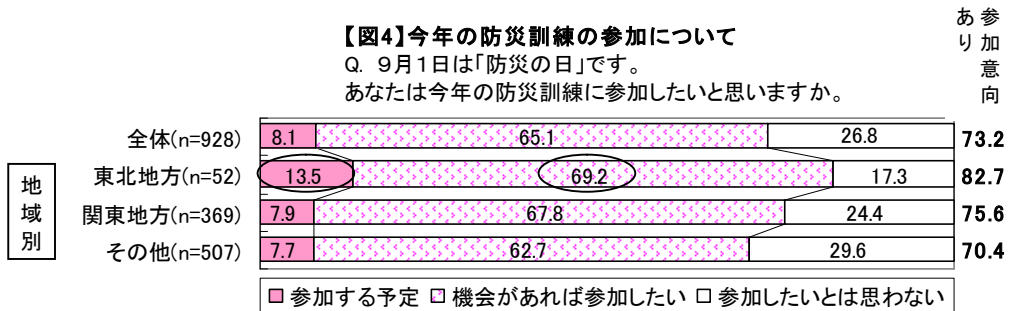
勤務先や学校、地域で行われる「防災訓練（避難訓練）」に最近いつ参加したか尋ねたところ、「参加したことはない」と回答した人は21%になっています。参加したことがある人でも「10年以上前」と回答した人が22%でした。【図3】



■ 今年の防災訓練に「参加する予定」の人は8%、「機会があれば参加したい」人は65%

今年の防災訓練に参加したいかを尋ねたところ、「参加する予定」と回答した人は8%、「機会があれば参加したい」と回答した人は65%となっており、参加意向がある人は73%に達しています。

地域別にみると、東北地方で「参加する予定」が14%、「機会があれば参加したい」が69%といずれも他地域に比べ高く、防災意識の高さがうかがわれます。【図4】

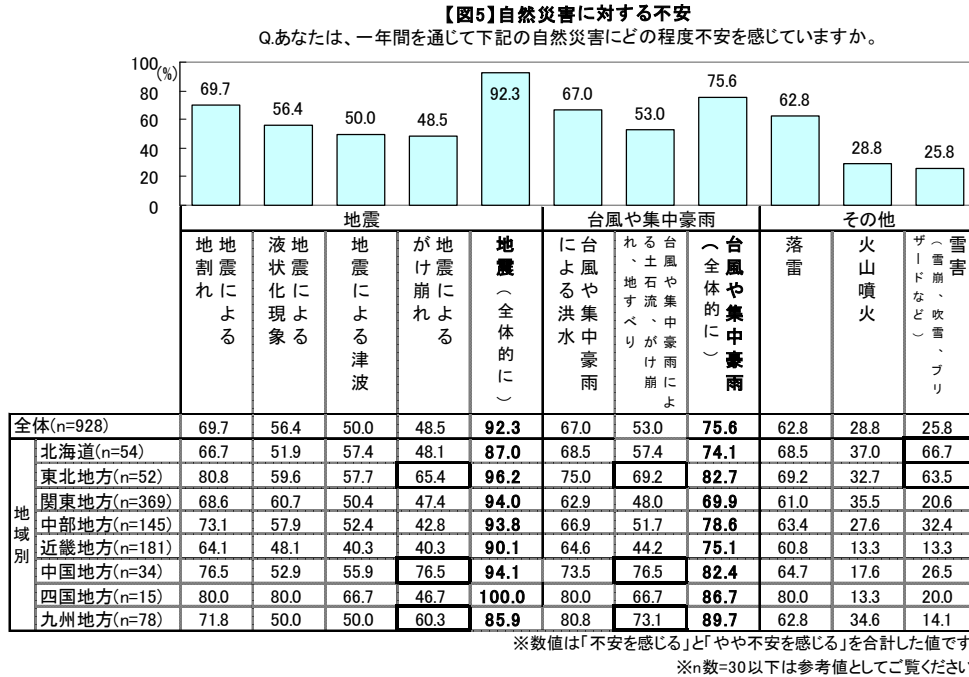


II. 自然災害に対する不安

■ 「地震」に対して、92%の人が「不安」を感じている

一年間を通じて、自然災害にどの程度不安を感じているか尋ねたところ「地震」に対しては92%、「台風や集中豪雨」に関しては76%の人が不安を感じていました。

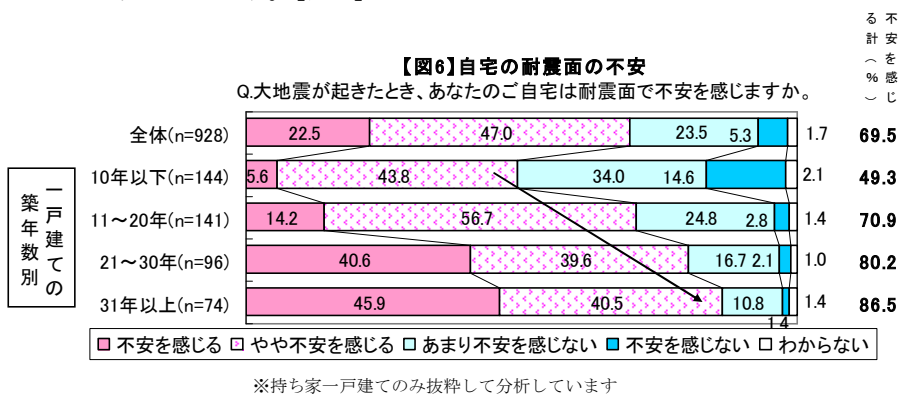
地域別にみると、北海道、東北地方では「雪害」、東北地方、中国地方、九州地方では「地震によるがけ崩れ」「台風や集中豪雨による土石流、がけ崩れ、地すべり」が他地域に比べ10ポイント以上高くなっています。【図5】



■ 大地震が起きたとき、「自宅の耐震面が不安」7割

大地震が起きたとき、自宅の耐震面にどの程度不安を感じているか尋ねたところ「不安を感じる」と回答した人は23%、「やや不安を感じる」人は47%となっており、合わせて70%が自宅の耐震面に不安を感じています。

持ち家一戸建てに居住している人の築年数別にみると、10年以下で不安を感じている人は49%に留まっていますが、31年以上では不安を感じている人が87%に達しており、築年数が高いほど不安を感じている人が多いことがうかがえます。【図6】

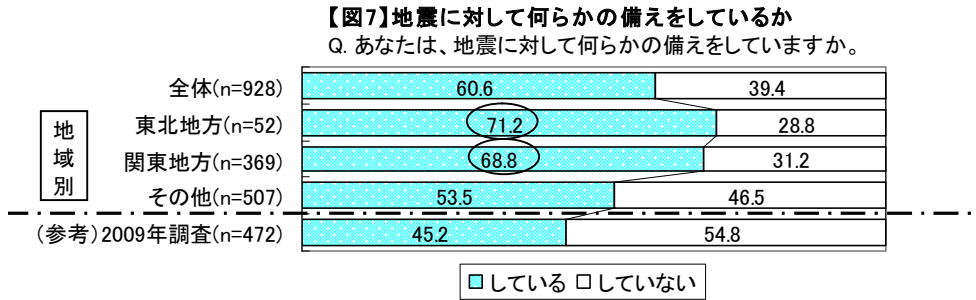


Ⅲ. 地震に対する備え

■ 地震に対して‘備え’をしている人は61%

地震に対して何らかの備えをしているか尋ねたところ、「している」と回答した人は61%となりました。地域別に見ると、東北地方では71%、関東地方では69%の人が「している」と回答しています。

2009年調査と比較すると、地震に対して何らかの備えをしている人は15ポイント上昇しています。【図7】

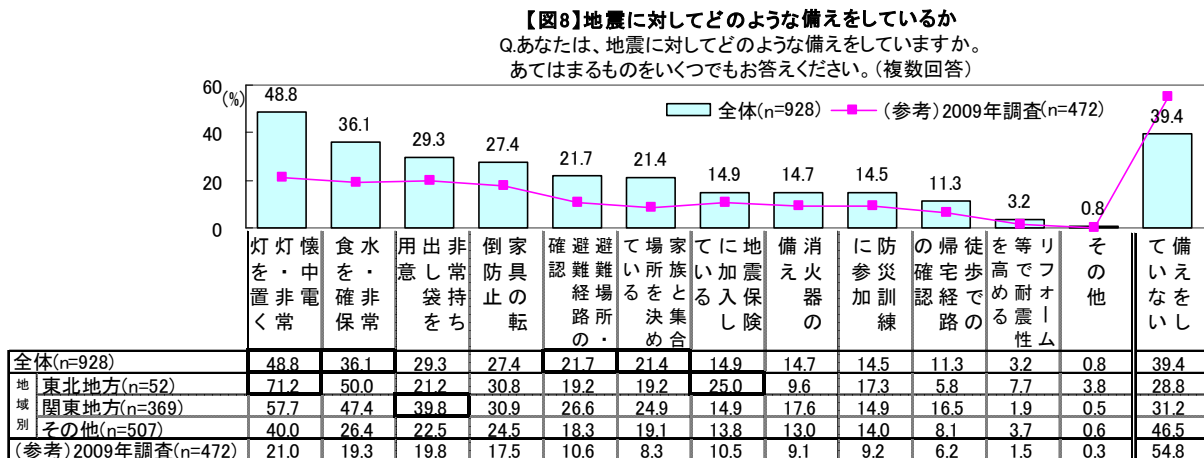


■ 備えは「懐中電灯・非常灯を置く」49%、「水・非常食を確保」36%

地震に対してどのような備えをしているか尋ねたところ、「懐中電灯・非常灯を置く」が49%で最も多く、次いで「水・非常食を確保」が36%、「非常持ち出し袋を用意」が29%となっています。

地域別に見ると、東北地方では「懐中電灯・非常灯を置く」「地震保険に加入している」が、関東地方では「非常持ち出し袋を用意」が他地域に比べ10ポイント以上高くなっています。

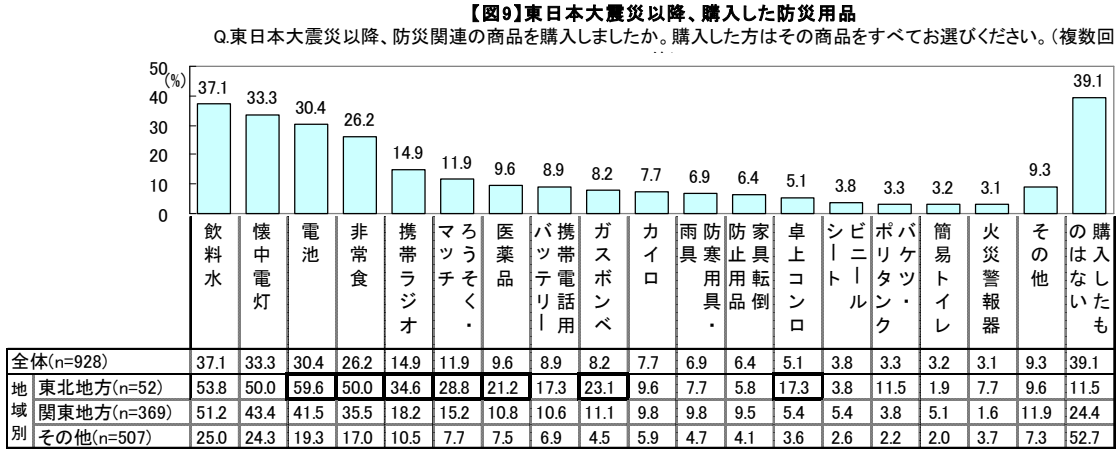
2009年調査と比較すると、「懐中電灯・非常灯を置く」「水・非常食を確保」「避難場所・避難経路の確認」「家族と集合場所を決めている」が10ポイント以上高くなりました。【図8】



■ 震災以降に購入した防災関連商品は「飲料水」「懐中電灯」「電池」がトップ3。

東日本大震災以降に購入した防災関連商品を尋ねたところ、「飲料水」が37%で最も多く、次いで「懐中電灯」が33%、「電池」が30%となっています。

地域別にみると、東北地方では多くの商品が他地域と比べ高い購入率となっています。【図9】

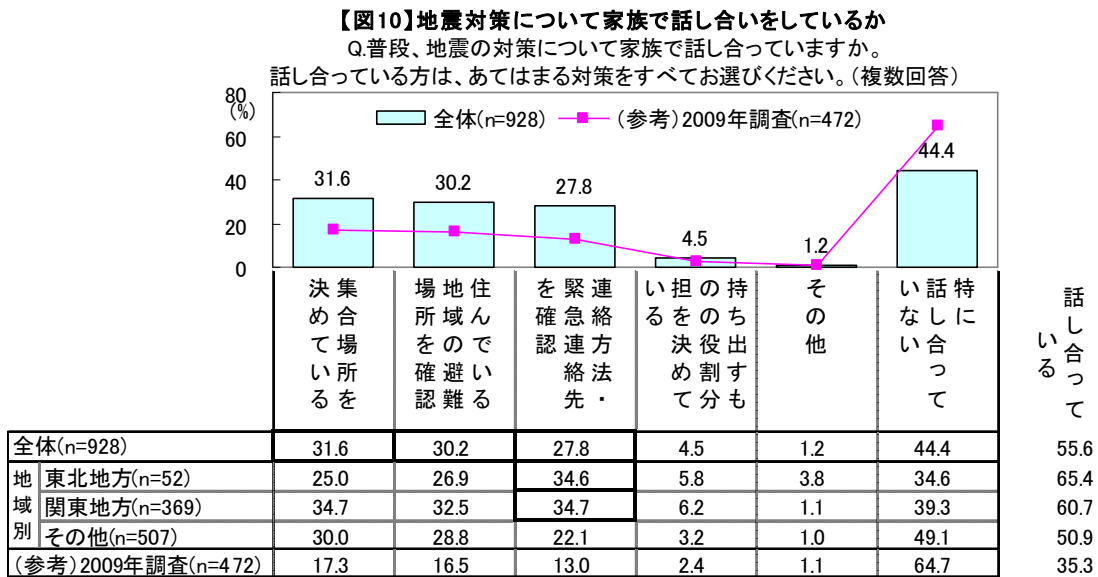


■ 地震の対策について家族で話し合っている、5割超。

普段、地震対策について家族で話し合っていると回答したのは56%でした。その内容について尋ねると、「集合場所を決めている」が32%、「住んでいる地域の避難場所を確認」が30%、「連絡方法・緊急連絡先を確認」が28%となっています。

地域別にみると、東北地方、関東地方では「連絡方法・緊急連絡先を確認」が35%と他地域に比べ13ポイント高くなっています。

2009年調査(35%)と比較すると「話し合っている」と回答した人は20ポイント上昇しています。【図10】



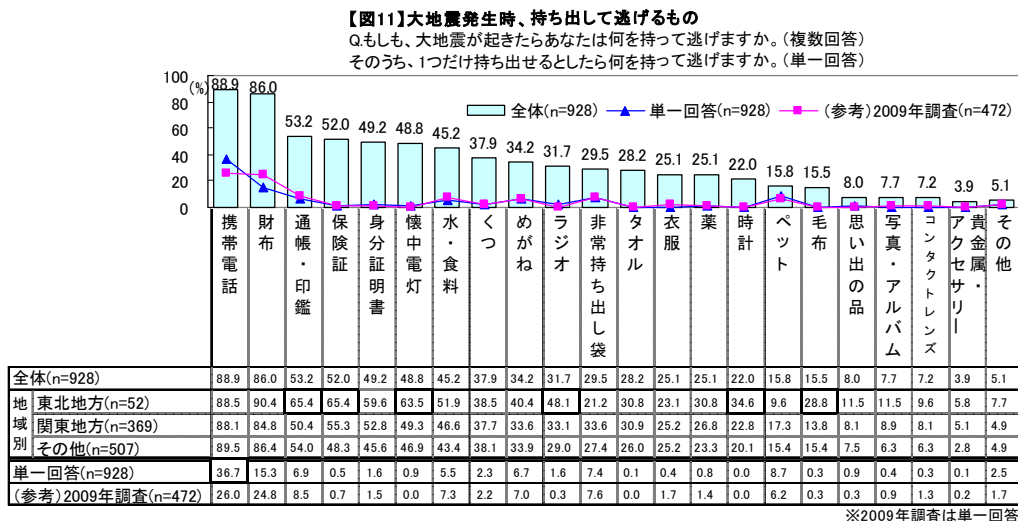
Ⅲ. 大地震時の対応

■ 地震発生時に一つだけ持っていく物、「携帯電話」が37%で最多、次いで「財布」が15%

大地震が起きたとき、何を持って逃げるか複数回答で尋ねたところ、「携帯電話」が89%、次いで「財布」が86%となっています。

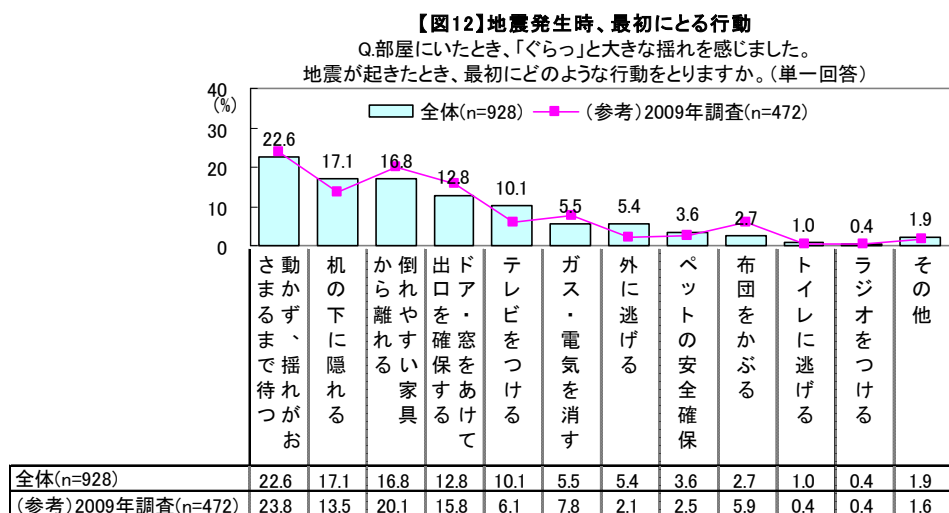
地域別にみると、東北地方では「通帳・印鑑」「保険証」「懐中電灯」「ラジオ」「時計」「毛布」が他地域に比べ10ポイント以上高くなっており、地震の体験を通じて実用的なものを選んだと推測できます。

一つだけ持ち出せると仮定した質問では、「携帯電話」が37%で突出して高くなっています。2009年調査との比較では、「携帯電話」は11ポイント増だったのに対し、「財布」は9ポイント減でした。この2年間で携帯電話の重要性が高まっているようです。【図11】



■ 地震が起きたとき最初の行動は、「動かず、揺れがおさまるまで待つ」が最多で23%

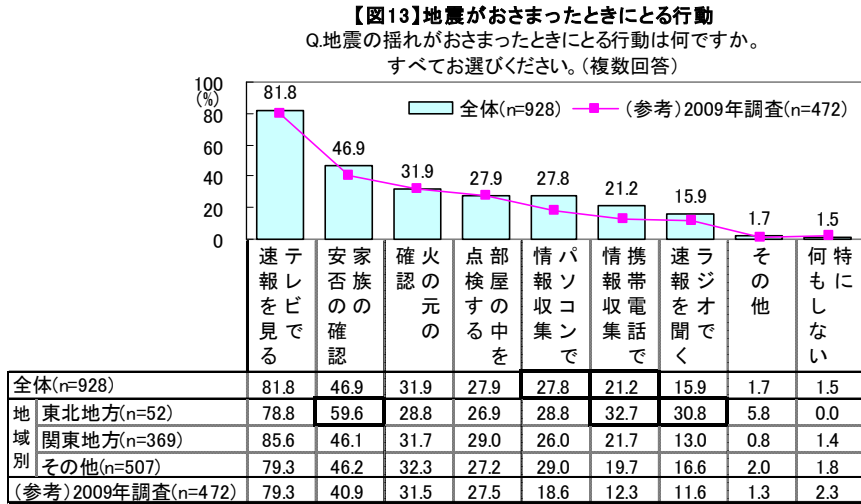
部屋で地震が起きたときに最初にとる行動を尋ねたところ、「動かず、揺れがおさまるまで待つ」が23%で最も多くなりました。その他の回答をみると、「机の下に隠れる」「倒れやすい家具から離れる」が各々17%でした。【図12】



■ 8割強が、地震直後に「テレビで速報を見る」東北地方では「家族の安否確認」も6割

地震の揺れがおさまったときの行動を伺いました。「テレビ速報を見る」が82%で最も多く、次いで「家族の安否の確認」が47%となりました。

地域別にみると、東北地方では「家族の安否の確認」「携帯電話での情報収集」「ラジオで速報を聞く」が他地域に比べ10ポイント以上高くなっています。【図13】

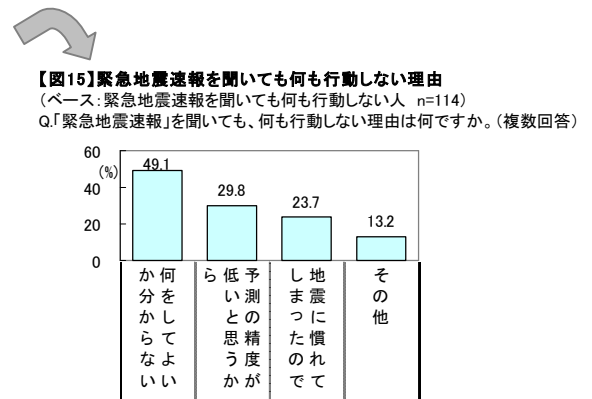
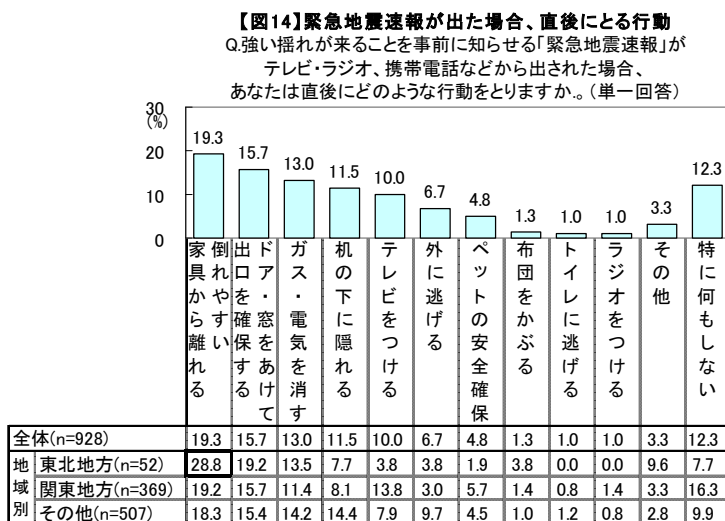


■ 『緊急地震速報』が出たときの行動は、「倒れやすい家具から離れる」が19%で最多

強い揺れが来ることを事前に知らせる『緊急地震速報』が出た場合、どのような行動をとるかを尋ねたところ、「倒れやすい家具から離れる」が19%で最も多く、次いで「ドア・窓をあけて出口を確保する」が16%となっています。

地域別にみると、東北地方では「倒れやすい家具から離れる」が29%と他地域に比べ約10ポイント高くなっています。【図14】

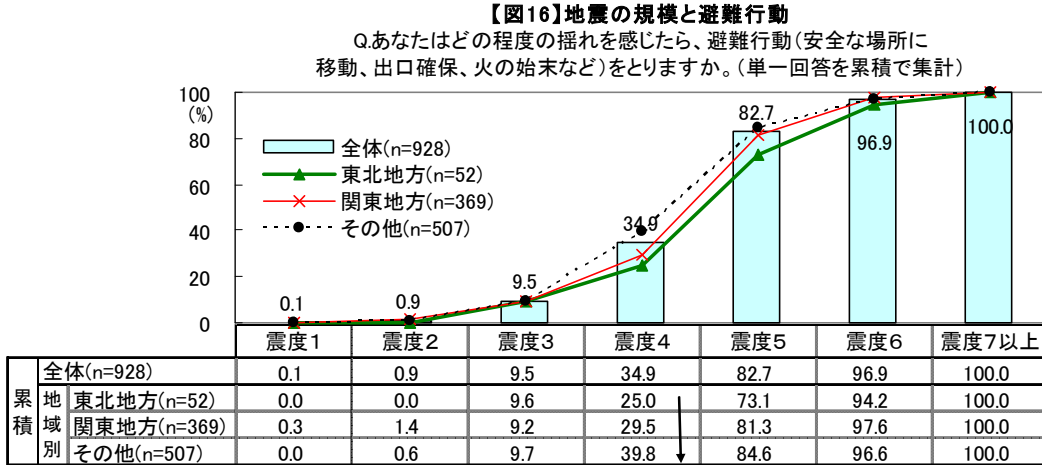
『緊急地震速報』が出ても何もしないという人にその理由を尋ねると、「何をしてよいか分からない」49%、「予測の精度が低いと思うから」30%といった回答がありました。【図15】



■ 「震度 4」で避難行動をとる人は 35%、「震度 5」では 83%

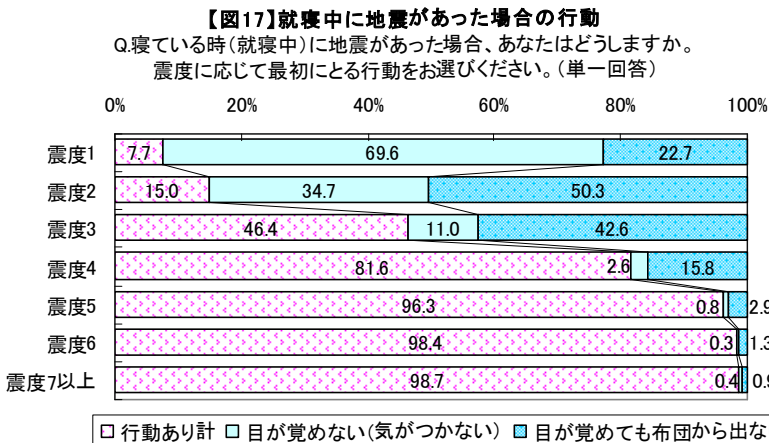
どの程度の揺れを感じたら避難行動をとるか尋ねたところ、「震度 4」は 35%でしたが、「震度 5」では 83%に跳ね上がっています。

地域別に累積で見ると、震度 4 までで避難行動をとっている人は東北・関東以外の地域で 40%に対し、関東地方では 30%、東北地方では 25%と低く、震度 5 まででも同様の傾向となっています。震災後に地震が頻発している地区ほど大きな地震に対し避難行動する割合が低くなっており、地震に対する慣れが生じていると推測できます。【図 16】



■ 就寝中の地震で、何らかの行動をする人は「震度 3」で 4 割超、「震度 4」で 8 割

就寝中に地震があった場合どうするか尋ねたところ、何らかの行動をする人は震度 3 で 46%、震度 4 で 82%となっています。行動する人を見ると、震度 3~4 では「ラジオやテレビをつける」人が最も多くなっています。しかし、震度 5 以上になると、「起きて安全な場所に移動する」人が最も多くなっています。震度 4 と震度 5 以上では行動パターンに大きな差がみられます。【図 17】



【図 17-1】行動の詳細

	行動あり					
	に移動する安全な場所	どきで頭を团、保護する	枕や布団、毛布を	つらげると	灯りをつける	出口・ドアを確認する
震度 3	3.2	3.7	20.9	11.1	6.1	1.4
震度 4	13.4	10.1	30.8	12.5	13.3	1.5
震度 5	36.9	18.4	18.6	5.5	14.7	2.3
震度 6	56.5	16.8	8.4	3.0	11.3	2.4
震度 7 以上	62.1	14.9	5.9	1.8	10.6	3.4

【 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100万人を超えるマクロミル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 ■16億0,037万円 ※2011年8月1日現在
 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 ■533名 ※2011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。調査結果のグラフ・表をご利用の場合は、データ部分に当社クレジットの掲載をお願い致します。

＜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・・・」

