

報道関係各位

2022年8月2日
株式会社クロス・マーケティング

自然災害に対して不安を感じている人は半数 「家族・知人の安否」と「インフラ」が不安要素

－防災に関する調査（2022年）意識編－

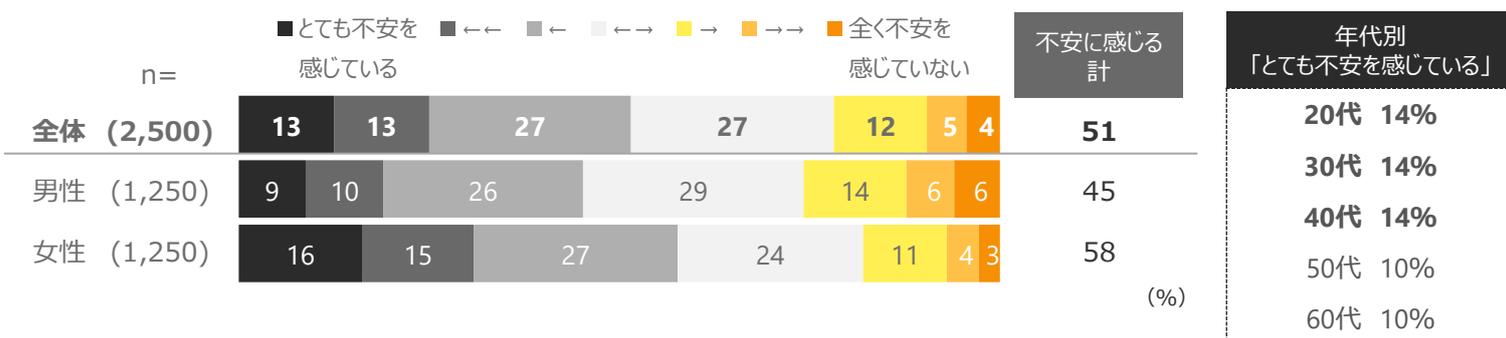
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2022年7月、全国20～69歳の男女2,500名を対象に「防災に関する調査（2022年）」を行いました。気象変動による自然災害が増えた昨今、身近でいつ自然災害が起こっても不思議ではない状況となっています。今回は、意識編として、不安度・不安点、防災の必要性、避難について、他の地域で災害が起きた場合の気持ちなどを分析しました。

■調査結果（一部抜粋）

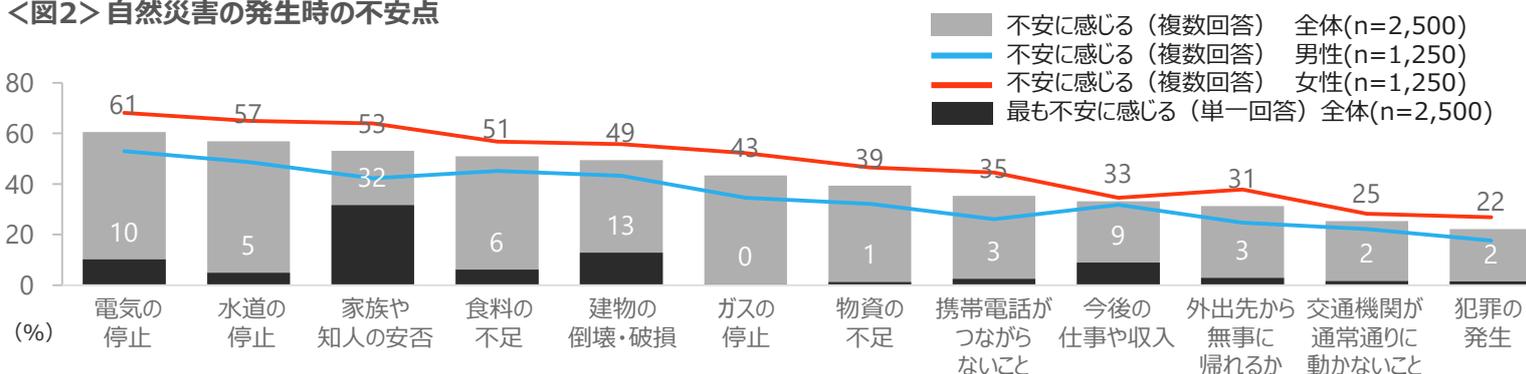
- ✓ **【災害への不安度と必要性】** 自然災害への不安度を7段階で聴取した。「とても不安を感じている」は13%、「不安を感じる計」は51%と半数を占めた。不安度は、特に女性や若い世代で高い。＜図1＞ 災害が発生した場合に不安を感じる点は、「電気の停止」「水道の停止」「家族や知人の安否」「食料の不足」「建物の倒壊・破損」が5～6割と多い。そのうち、最も不安を感じる点は、「家族や知人の安否」である。特に女性で不安を感じる割合が高い。＜図2＞ 防災の必要性を感じるかの設問に対し「とてもそう思う」18%、「とてもややそう思う」は65%におよぶ。年齢が高くなるほど必要性の意識は強まる。＜図3＞
- ✓ **【避難について】** 災害発生の恐れがある場合、どの警戒レベルで避難するかを聴取した。「警戒レベル4（避難指示）」で避難するは45%、次いで「警戒レベル5（緊急安全確保）」の19%、合わせて64%におよぶ。60代は「警戒レベル3（高齢者等避難）」の段階で避難する人が19%と早めに避難するとした人が多い。一方、「警戒レベルに関わらず避難しない」は18%を占めた。＜図4＞ 避難所生活となった場合の気持ちを7段階で確認した。「とても不安を感じる」は35%、「不安を感じる計」は72%に達する。女性や40代は「とても不安を感じる」が4割を超える。＜図5＞ 避難所生活になった場合の不安点は「プライバシー」「衛生面」「トイレ」の3つが目立つ。女性は「衛生面」と「トイレ」をあげている人が特に多い。また、60代の一番の不安点は「トイレ」で、48%であった。＜図6＞
- ✓ **【他の地域で災害が起きた場合の気持ち】** 他の地域で災害が起きた場合、「テレビ・新聞」「インターネット」で積極的に情報収集する人は6割に近い。一方「寄付をする／検討する」「ボランティア参加を検討する」は2割を下回る結果であり、「検討しない」人の方が多い。＜図7＞

◆詳細情報は本レポートに掲載しております。<https://www.cross-m.co.jp/report/life/20220802bousai/>

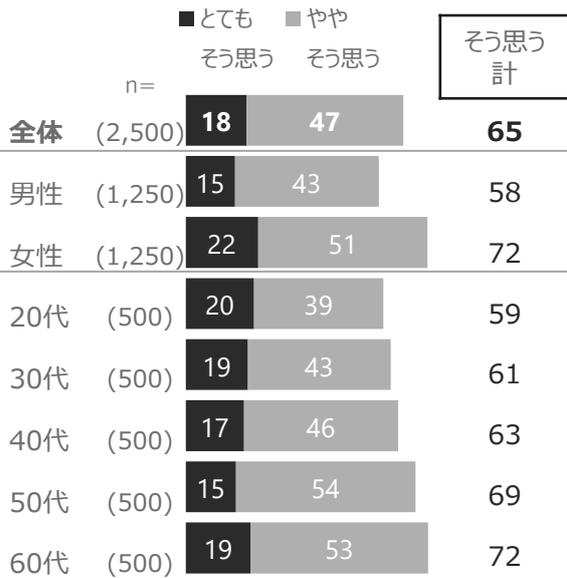
＜図1＞ 自然災害に対する不安度（単一回答）



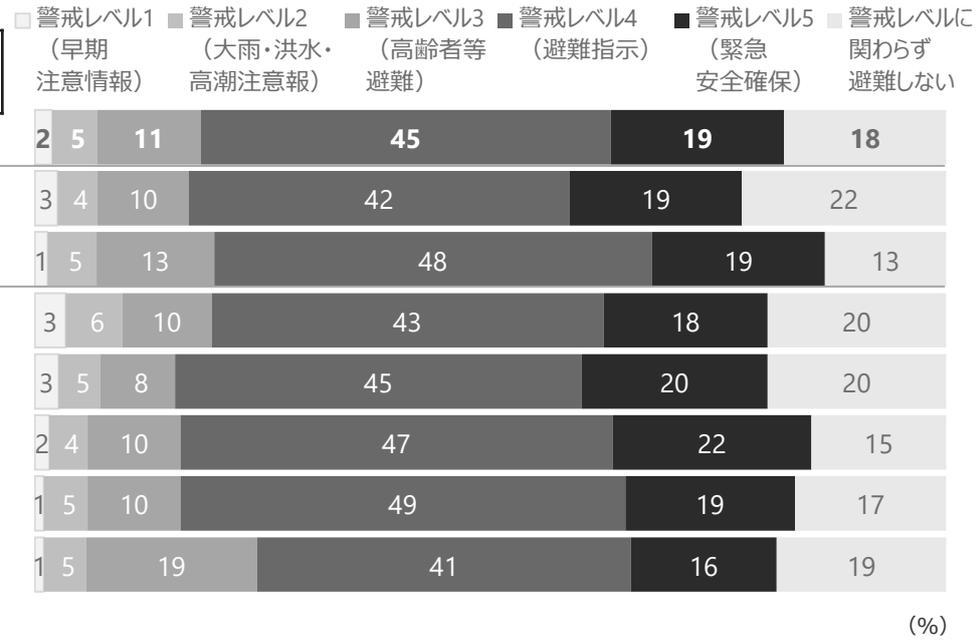
＜図2＞ 自然災害の発生時の不安点



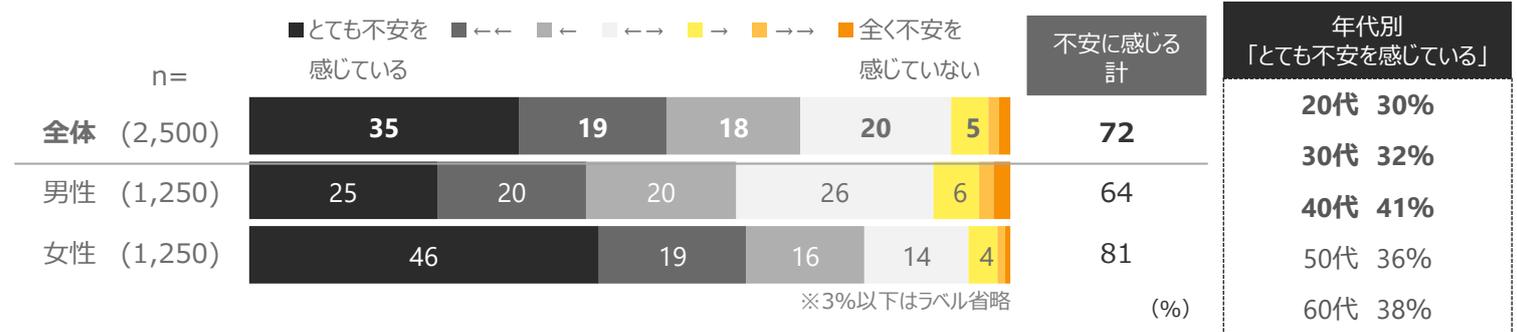
<図3> 防災の必要性 (単一回答)



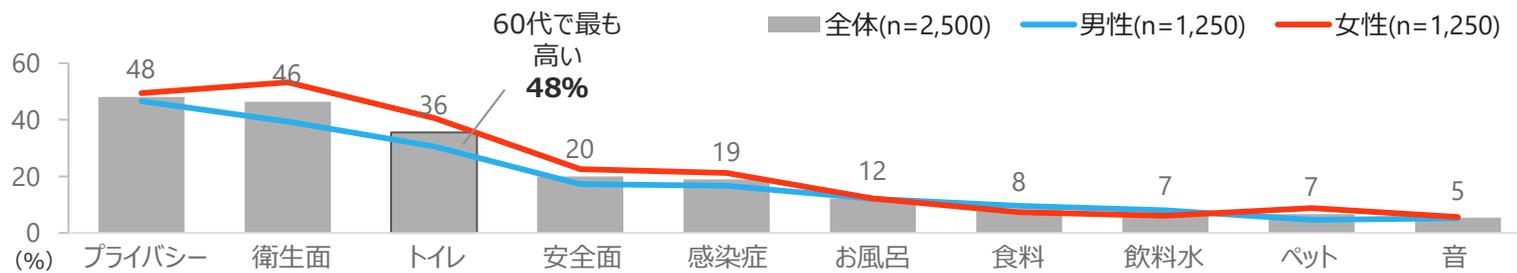
<図4> 災害発生時に避難する警告レベル (単一回答)



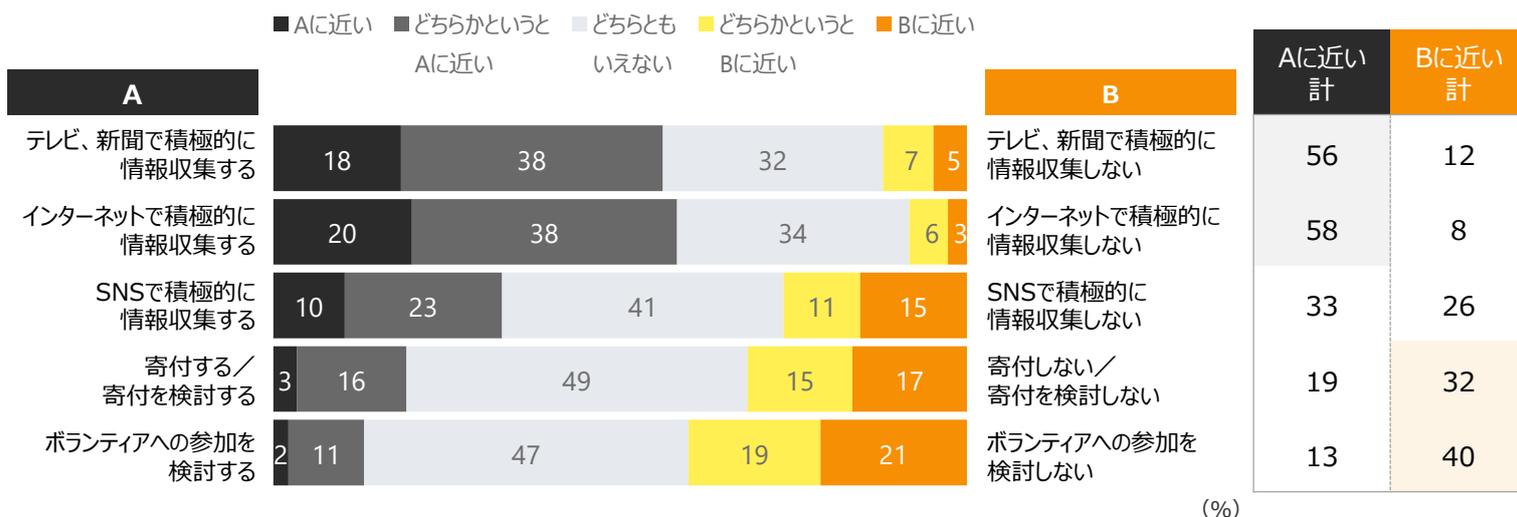
<図5> 避難所生活となった場合の気持ち (単一回答)



<図6> 避難所生活になったときの不安点 (複数回答) ※上位10項目を抜粋



<図7> 他の地域で自然災害が起きた場合の気持ち (単一回答 : n=2,500)



■レポート項目一覧

 調査結果サマリー 属性設問

(性別/年代/居住地/婚姻状況/子ども有無/

同居家族人数/同居家族構成/同居子どもの年齢/世帯年収/

職業/現在の住まい/階数/現在の住まいの築年数/居住年数/

土地・地形の成り立ち/ロケーション/運転免許の保有/

自家用車の保有/自家用車の保有理由/固定電話の契約状況/

固定電話を契約している理由/携帯電話の保有台数/

契約しているキャリア/複数台保有している理由)

▼自然災害について

 災害への不安度 災害が発生したら不安に感じる事

▼防災について

 防災の必要性を感じる

▼避難について

 避難指示が出たら逃げるか 避難所生活になった場合の気持ち/不安点

▼他の地域で自然災害が起きた場合の考え/気持ち

 テレビ・新聞での情報収集 インターネットでの情報収集 SNSでの情報収集 寄付 ボランティアへの参加

◆レポートのダウンロードはこちらから

<https://www.cross-m.co.jp/report/life/20220802bousai/>

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ

調査地域 : 全国47都道府県

調査対象 : 20～69歳の男女

調査期間 : 2022年7月15日(金)～7月17日(日)

有効回答数 : 本調査2,500サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>

所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F

設立 : 2003年4月1日

代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹

事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルテーション

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275

E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

《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・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

〈例〉「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」

