

報道関係各位

2024年8月7日  
株式会社クロス・マーケティング

## 防災の備えは、できていないが半数近く 災害時の避難先を確認していない人は、自宅近くで62%、勤務先・通学先は90%

－ 防災に関する調査（2024年）備え・実践編 －

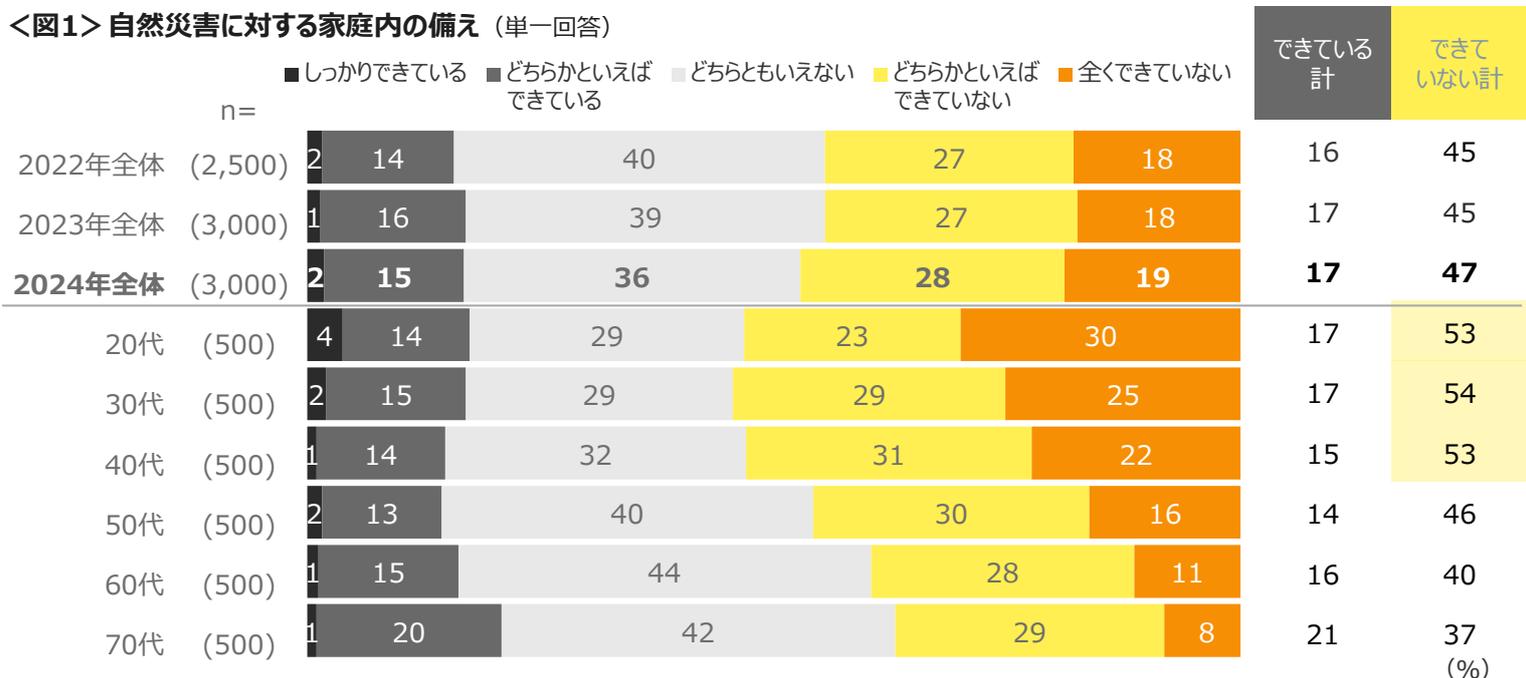
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2024年7月、全国20～79歳の男女3,000名を対象に「防災に関する調査（2024年）備え・実践編」を行いました。今年に入り、能登半島地震、山形・秋田の記録的大雨など自然災害が発生しています。今回は、備えの実施や備えている物やこと、避難所・避難場所への移動時間と経路の把握、災害発生時から数日後までの情報収集源に着目し分析をしました。

### ■ 調査結果（一部抜粋）

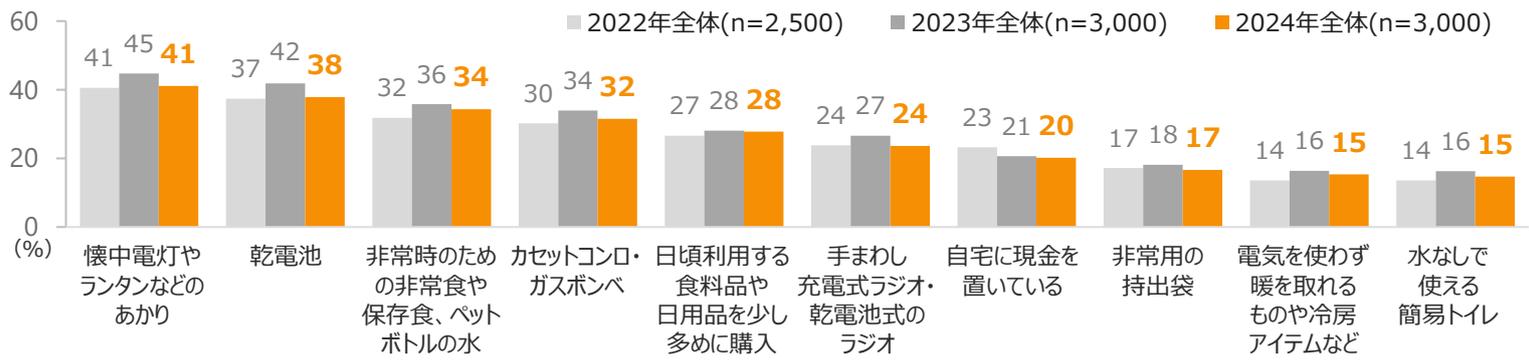
- ✓ **【災害への備え】** 災害に対する家庭内の備えを5段階で聴取した結果、「できている計」は17%にとどまり、「できていない計」は47%と半数近くを占めた。20代～40代は備えができていない割合が半数を超えた。この3年間の結果をみても災害への備えができていない人は低調のままである。<図1> 防災対策として“物の備え”では、「懐中電灯やランタン」4割台、「乾電池」「非常食・保存食・ペットボトルの水」「カセットコンロ・ガスボンベ」が3割台であり、3年間で大きな変わりはない。<図2> “室内・室外の備え”は、「避難所・避難場所の確認」、「コミュニケーションの備え」では「固定電話の契約」が3割台でTOPにあがった。<図3・4>
- ✓ **【避難所・避難場所・避難経路の確認】** 最寄りの避難所・避難場所・避難経路の確認の有無と実際に歩いて時間や経路を確認したかを聴取した。自宅近くは、場所を確認している人が38%でそのうち「大体の移動時間を把握しているが、実際に確かめたことはない」が19%、「大体の移動時間を把握しており、実際に確かめたこともある」が16%であった。有職者と学生において、勤務先／通学先近くの場所の確認は、10%と非常に少ない。場所を確認していない人は、自宅近くで62%、通勤先／通学先近くが90%であり、大災害が起きた場合、いち早く逃げるのができるのかが懸念される。<図5>
- ✓ **【災害発生時から数日後までの情報収集源】** 災害発生時、発生から数時間後、発生から数日後の情報収集源について確認した。発生時から数日後まで「テレビ」が最も高く、「ラジオ」「市町村など自治体のインターネットサイト」「気象庁のインターネットサイト」が続く。<図6> テレビやラジオ、新聞の媒体、気象庁・自治体・NHKの防災などのインターネットサイトや防災行政無線、コミュニティからの情報収集は年代があがるほど高まる。一方、年代が若いほど、公共機関、個人アカウントのSNSによる情報収集が多くなっている。<図7・8>

◆ 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/20240807bousai/>

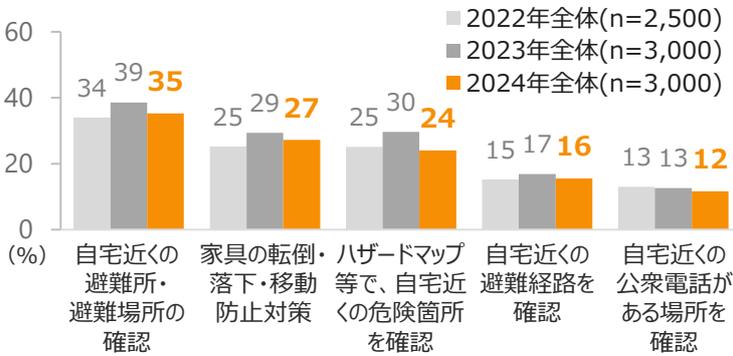
<図1> 自然災害に対する家庭内の備え（単一回答）



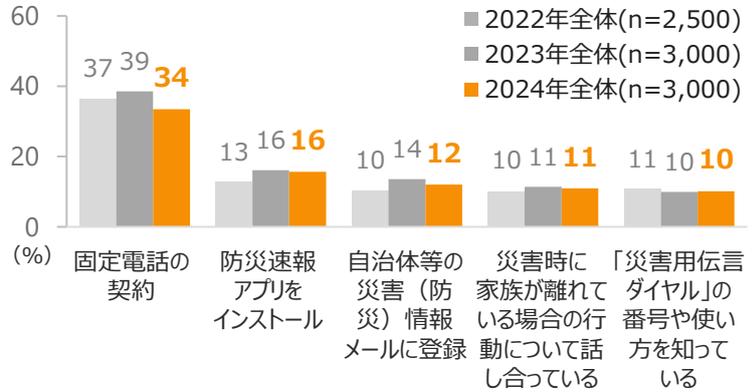
<図2> 家庭で実施している防災対策／物の備え (複数回答) ※上位10項目を抜粋



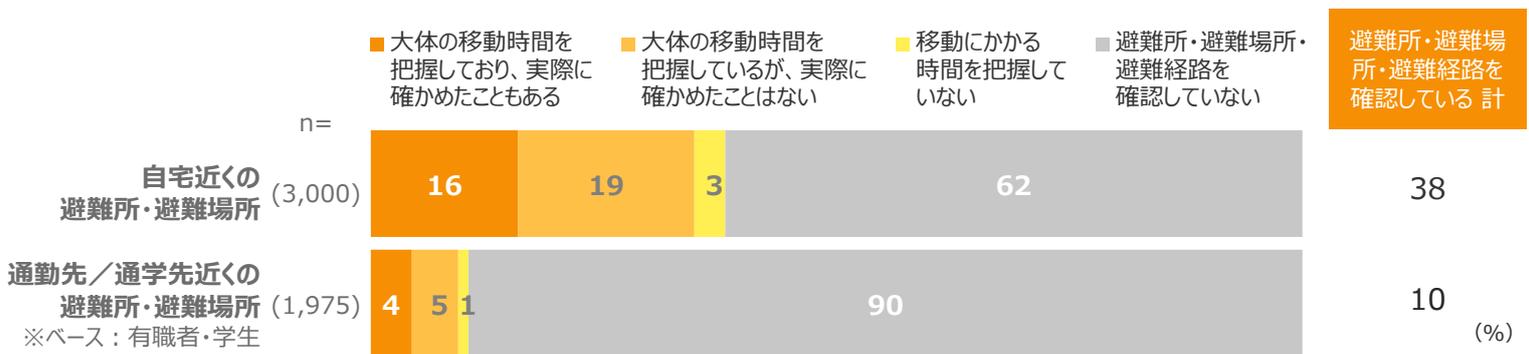
<図3> 家庭で実施している防災対策／室内・室外の備え (複数回答) ※上位5項目を抜粋



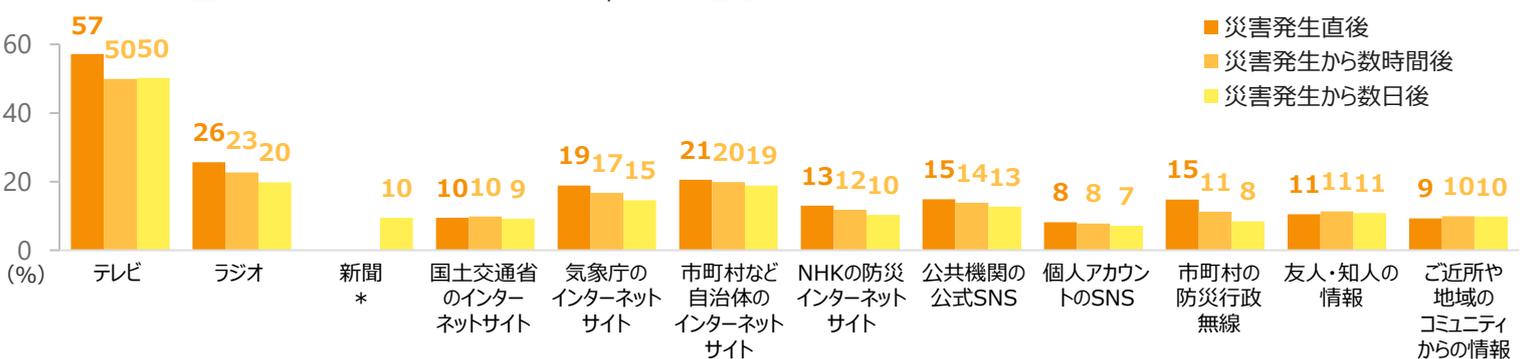
<図4> 家庭で実施している防災対策／コミュニケーションの備え (複数回答) ※上位5項目を抜粋



<図5> 避難所・避難場所・避難経路の確認と移動時間と経路の把握 (単一回答)

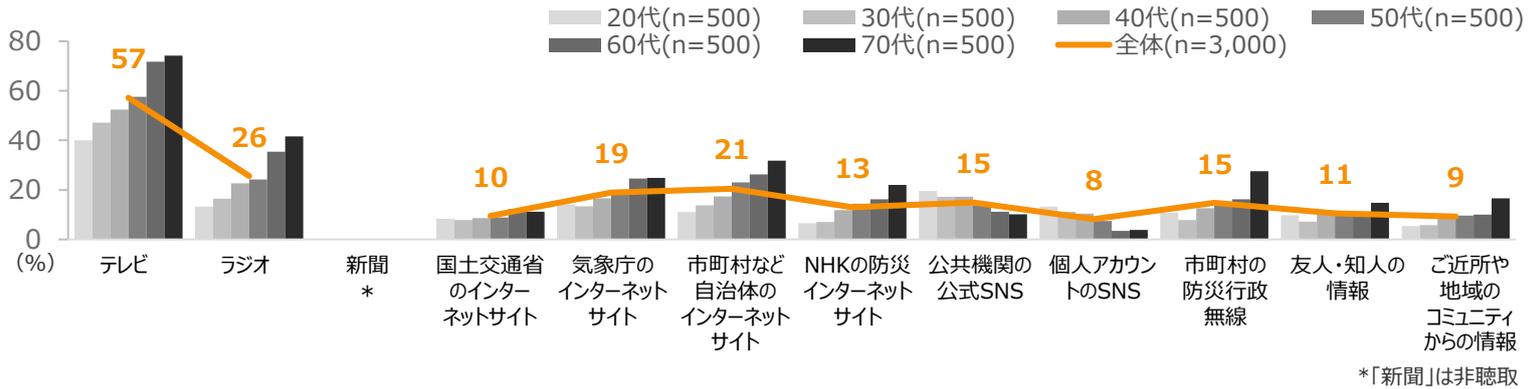


<図6> 災害発生時の情報収集源 (複数回答：n=3,000) ※上位12項目を抜粋

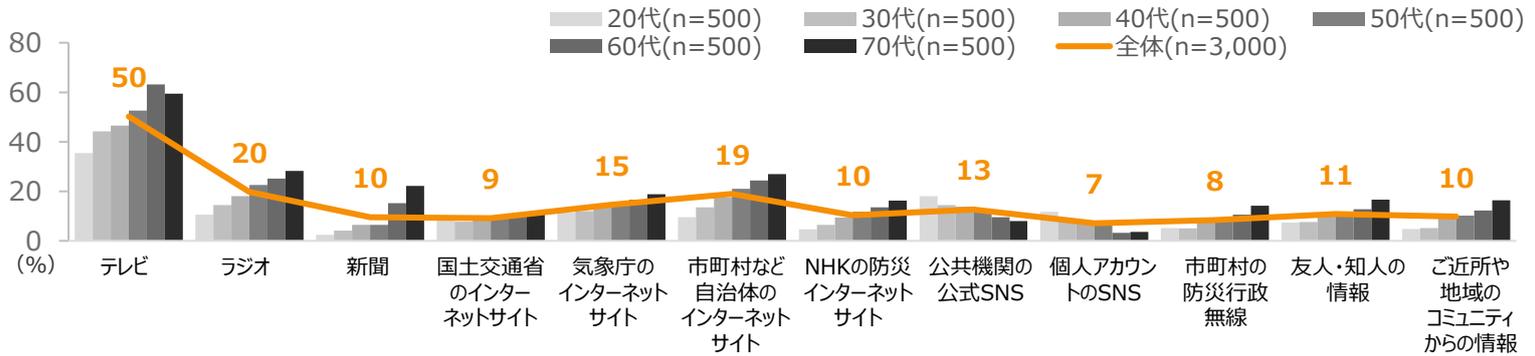


\*「災害発生直後」「災害発生から数時間後」は非聴取

＜図7＞ 災害発生直後の情報収集源／年代別（複数回答） ※上位12項目を抜粋



＜図8＞ 災害発生から数日後の情報収集源／年代別（複数回答） ※上位12項目を抜粋



■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/地域予報区分/婚姻状況/子どもの有無/  
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/ペットの飼育状況/現在の住まい/階数/現在の住まいの築年数/  
居住年数/現在の住まいの周辺環境/現在の住まいの地形/  
現在の住まいの土地・地形の成り立ち/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/  
ポテンシャル・ニーズ・クラスター)

▼自然災害について

□ 自然災害への対策状況

▼防災対策について

□ 実施している防災対策

(室外・室内の備え)

□ 避難所・避難場所・避難経路の確認と移動時間と経路の把握  
(自宅近く/通勤先・通学先)

□ 実施している防災対策

(物の備え/コミュニケーションの備え)

□ 防災の備えのきっかけ

□ 防災対策ができていない理由

□ 防災対策で準備しておいて良かったもの

□ 準備しておいて良かったもの具体的なエピソード (自由回答抜粋)

□ 防災対策で備えておけば良かったと後悔したもの

□ 備えておけば良かったと後悔したものの具体的なエピソード (自由回答抜粋)

□ 防災セットの用意の有無/置き場所/購入したい価格

□ 防災に関する普段の情報収集源

□ 災害発生時の情報収集源 (発生直後/数時間後/数日後)

▼防災訓練について

□ 過去1年の防災訓練への参加経験 (地域/勤務先/学校)

□ 防災訓練の必要性/その理由 (自由回答抜粋)

▼参考資料

□ ポテンシャル・ニーズ・クラスター (PNCL) について

◆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/20240807bousai/>

## ■ 調査概要

調査手法	: インターネットリサーチ	調査期間	: 2022年: 7月15日(金) ~ 17日(日)
調査地域	: 全国47都道府県		2023年: 7月14日(金) ~ 16日(日)
	※2023年7月の一部の豪雨被災地は配信対象外		2024年: 7月12日(金) ~ 14日(日)
調査対象	: 2022年: 20~69歳の男女	有効回答数	: 2022年: 本調査2,500サンプル
	2023年: 20~79歳の男女		2023年: 本調査3,000サンプル
	2024年: 20~79歳の男女		2024年: 本調査3,000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 <https://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ィング

## ◆ 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](mailto: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・・・」