

## 「防災対策で備蓄している」は46%

～ライフライン断絶、～1日超で多くの人が耐えられないと感じる！～

国内1,400社超が利用する日用品流通の情報基盤を運営する株式会社プラネット（所在地：東京都港区、代表取締役社長：田上正勝）は消費財や暮らしにまつわるトピックスをお届けする『Fromプラネット』の第186号として、防災対策に関する意識調査の結果をご紹介します。未掲載のデータ提供や当社担当者が解説を差し上げることもできますので、お気軽にお問い合わせください。

※回答率(%)は小数点第2位以下を四捨五入し同第1位までを表示しています。そのため、内訳の合計と表示値が異なる場合があります。

### ■ 日本人の6割が、9月1日は防災の日だと知らない

1923年9月1日、首都圏を未曾有の直下型地震が襲いました。関東大震災からほぼ100年経った現在も、9月1日は「防災の日」となっています。「政府、地方公共団体等防災関係諸機関を始め、広く国民が、台風、豪雨、豪雪、洪水、高潮、地震、津波等の災害についての認識を深めるとともに、これに対する備えを充実強化することにより、災害の未然防止と被害の軽減に資するよう」に設けられている防災の日ですが、世間ではどの程度認知されているのでしょうか。

防災の日が何月何日なのか知っているかを聞いたところ（図表1）、「知っている」人は40.5%、「知らない」人は59.5%でした。ただ、若い世代ほど「知っている」人は少なく、20代では25.0%にとどまっています。

防災の日を含む8月30日から9月5日までは「防災週間」とされています。この機会に各家庭や会社の防災対策を見直してみたいはいかがでしょうか。

図表1 「あなたは「防災の日」が何月何日か知っていますか。（お答えは1つ）」への回答

		全体(人)	知っている	知らない
		4000	40.5%	59.5%
年代	20代	300	25.0%	75.0%
	30代	438	28.5%	71.5%
	40代	813	38.0%	62.0%
	50代	1121	41.3%	58.7%
	60代	829	45.2%	54.8%
	70代以上	499	54.9%	45.1%

図表2 「あなたのご自宅では防災対策として、防災用品や生活必需品を備蓄していますか。（お答えは1つ）」への回答

### ■ 「備蓄している」は半数に届かず

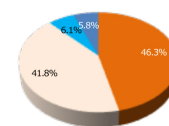
「あなたのご自宅では防災対策として、防災用品や生活必需品を備蓄していますか」と聞いたところ（図表2）、「備蓄している」と回答した人は46.3%でした。

先程の質問と似た傾向があり、若い人ほど、備蓄している人の割合は低くなっています。

男女を比べてみると、どの年代でも女性のほうが「備蓄している」割合が高く、30代以降では「わからない」と回答した割合は男性のほうが高いです。これは家庭内での備蓄を女性任せにしている男性がいる、ということなのかもしれません。

また、「これまで災害の影響で自宅から避難したことがある」人の場合、「備蓄している」人の割合は62.2%と、全体平均よりも高い割合になっています（図表3）。

プラネットは2016年、2018年にも防災に関する意識調査を行っています。どんなものを備蓄しているか聞いたところ、「マスクを備蓄している」と回答した人は56.7%でした。やはりコロナ禍の影響か、2016年の34.0%、2018年の32.0%から、大幅に上昇していました。（図表非掲載）



■ 備蓄している ■ 備蓄していない  
■ 備蓄していたがやめた ■ わからない

		0%	50%	100%
全体 (n=4000)		46.3	41.8	6.1 5.8
男性 (n=2000)		44.1	44.5	5.3 6.2
女性 (n=2000)		48.6	39.2	6.9 5.4
男性・20代 (n=150)		34.7	48.7	4.7 12.0
男性・30代 (n=120)		30.8	56.7	4.2 8.3
男性・40代 (n=301)		37.9	47.2	5.3 9.6
男性・50代 (n=595)		42.5	45.5	5.5 6.4
男性・60代 (n=499)		49.3	40.9	5.4 4.4
男性・70代以上 (n=335)		53.7	39.1	5.2
女性・20代 (n=150)		35.3	43.3	4.0 17.3
女性・30代 (n=318)		44.3	41.5	6.9 7.2
女性・40代 (n=512)		46.7	40.4	7.0 5.9
女性・50代 (n=526)		50.6	38.4	6.7 4.4
女性・60代 (n=330)		54.2	36.4	7.9
女性・70代以上 (n=164)		56.7	34.8	7.9

図表3 避難経験の有無別での備蓄状況

	全体(人)	備蓄している	備蓄していない	備蓄していたがやめた	わからない
	4000	46.3%	41.8%	6.1%	5.8%
避難したことがある	426	62.2%	28.4%	7.0%	2.3%
避難したことはない	3574	44.4%	43.4%	6.0%	6.2%

## ■ 備蓄していなくても「必要」と感じている人は多い

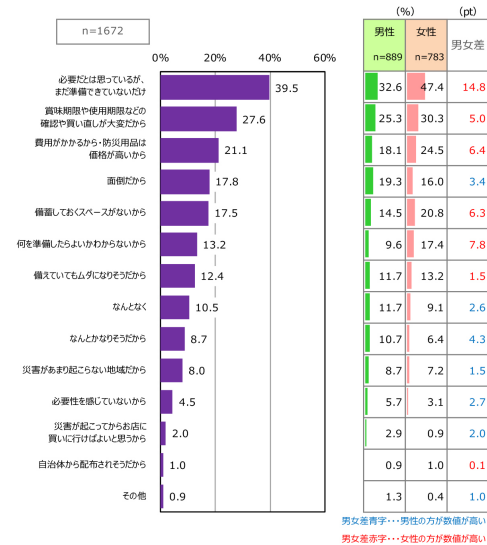
次に防災用品や生活必需品を「備蓄していない」「備蓄していたがやめた」人たちに、その理由を尋ねました。「備蓄していない」人の場合(図表 4)、最も多かったのは「必要だとは思っているが、まだ準備できていないだけ」(39.5%)という回答です。男女別で見てもこの回答が最多であることに変わりはないのですが、男性は 32.6%、女性は 47.4%と大きな差がありました。また、「何を準備したらよいかわからないから」(全体:13.2%、男性:9.6%、女性:17.4%)と回答した人も男女差が大きかったです。

「備蓄をやめた人」の場合は(図表 5)、「賞味期限や使用期限などの確認や買い直しが大変だから」(56.0%)がトップでした。最近では「ローリングストック」という言葉を聞くようになりました。普段から食品を少し多めに買い置きしておいて、消費した分

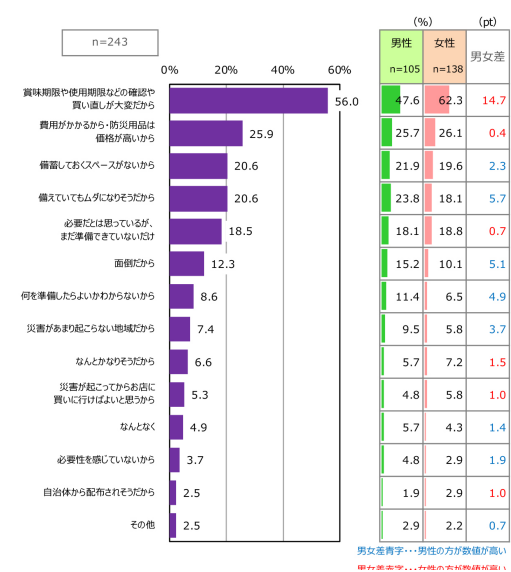
を買い足すことで、常に一定量の食品が家庭で備蓄されている状態を保つ方法です。

備蓄していない人、備蓄をやめた人ともに「備蓄しておくスペースがないから」と回答した人が 2 割程度いましたが、いつ災害が起こっても最低限の備えができてるように、取り組みやすいことからやっていくのがよいのではないのでしょうか。

図表 4 防災用品や生活必需品を備蓄していない理由(備蓄していない人)



図表 5 防災用品や生活必需品を備蓄していない理由(備蓄をやめた人)



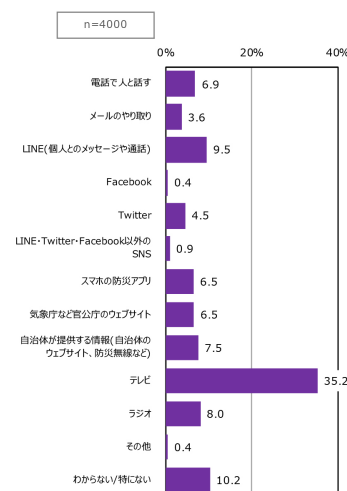
## ■ 災害情報入手先、20代は「テレビ」と「〇〇〇」「〇〇〇」

災害情報を何から入手するかを聞いたところ(図表 6)、最も割合が高かったのは「テレビ」(35.2%)でした。「テレビ」と来たら「ラジオ」が来そうなものですが、2位は「LINE(個人とのメッセージや通話)」(9.5%)です。

どの年代でも「テレビ」と回答した人の割合が最も高いのですが(図表 7)、年代が若くなるにつれ、その割合は下がり、「20代」だと 16.0%と、「30代」(26.9%)と比べても 10 ポイント以上の差があります。「20代」においては、「Twitter」(15.0%)や「LINE」(13.7%)が「テレビ」と同じくらいに重要な地位につけています。

「電話で人と話す」割合が最も高かったのは「30代」、「気象庁など官公庁のウェブサイト」は「50代」、「スマホの防災アプリ」は「60代」、「ラジオ」「自治体が提供する情報」は「70代」と、テレビを中心にしつつも、何から情報を得るかは世代による違いが大きいようです。

図表 6 「あなたは災害情報を何から入手しますか。最も頻度が高いものをお答えください。(お答えは1つ)」への回答



図表 7 年代別の災害情報入手先(上位8つを抜粋)

年代	全体	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
人数	4000	300	438	813	1121	829	499
テレビ	35.2	16.0	26.9	32.0	37.0	40.2	47.1
LINE(個人とのメッセージや通話)	9.5	13.7	12.3	11.2	8.2	8.2	6.6
ラジオ	8.0	2.3	2.7	5.8	8.7	10.3	14.2
自治体が提供する情報(自治体のウェブサイト、防災無線など)	7.5	3.3	5.5	7.7	7.8	8.7	8.8
電話で人と話す	6.9	7.0	9.6	7.4	7.4	5.8	4.0
気象庁など官公庁のウェブサイト	6.5	7.0	7.5	6.9	8.6	4.5	3.6
スマホの防災アプリ	6.5	4.3	5.7	5.3	6.1	9.2	6.6
Twitter	4.5	15.0	8.2	5.8	3.3	1.3	0.6

情報の入手先ごとに最も割合が高い年代が赤字、最も割合が低い年代が青字

## ■ 安否確認に「LINE を使う」5 割超え

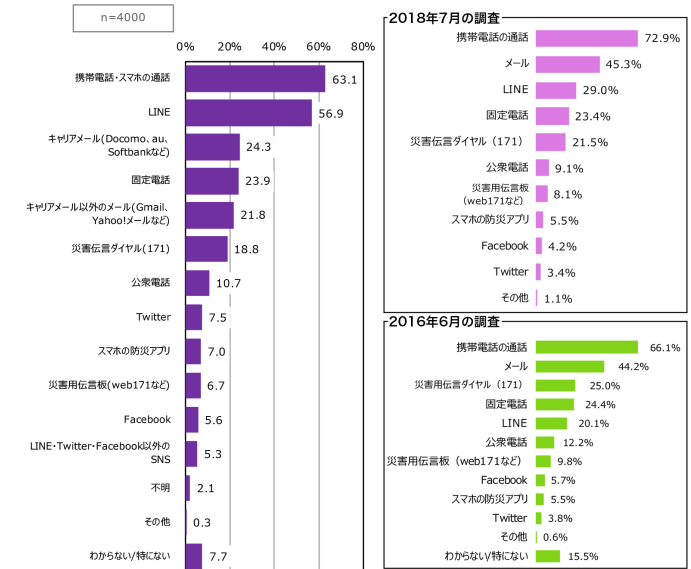
家族や友人などと安否確認をする際、どんな手段を使うかを聞いたところ(図表 8)、最も割合が高かったのは「携帯電話・スマホの通話」(63.1%)でした。

2016 年、2018 年の調査ともに、2 位は「メール」でした。今回の調査では「キャリアメール」(24.3%)、「キャリアメール以外のメール」(21.8%)を合わせて 46.1%になり、回を追うごとに、微増を続けています。

しかし、それ以上に大きく伸びたのが「LINE」です。2018 年には 29.0%だったのが、今回は 56.9%と、30 ポイント近く増えました。2016 年の熊本地震では公衆無線 LAN が開放され、電話回線がつかなくなっても LINE などが利用できました。LINE でのメッセージや通話に切り替えた人がいるからか、「携帯電話・スマホの通話」は 2018 年の調査(72.9%)から 10 ポイント近く下がっています。

一方で、「固定電話」と答えた人の割合はあまり変わりません(今回:23.9%、2018 年:23.4%、2016 年:24.4%)。また、「LINE」の伸びに対応するように激減した手段があるわけでもありません。最近では撤去されることがニュースにもなる「公衆電話」ですが、停電時でも利用できることもあってか、今回も 10.7%の人が使用すると回答しています。

図表 8「あなたは、家族や友人などと安否確認をする場合に、どのような手段を使用しますか/使用する予定ですか。(お答えはいくつでも)」への回答と 2018 年、2016 年の調査結果



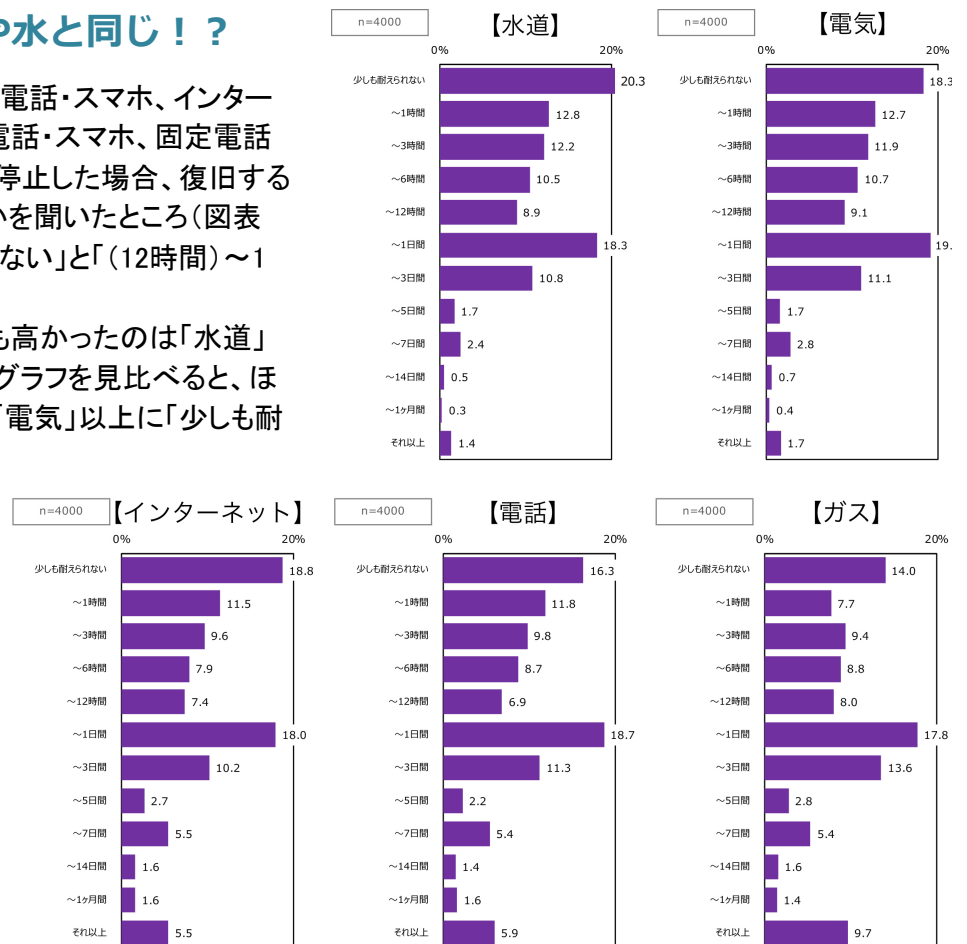
図表 9「もし災害によってライフラインが停止してしまった場合、ライフラインの復旧に、どの位の時間までなら耐えられそうですか。(お答えはそれぞれ1つ)」への回答

## ■ ネットの重要度はもはや水と同じ! ?

「水道」「電気」「インターネット(携帯電話・スマホ、インターネット、SNSなど)」「電話回線(携帯電話・スマホ、固定電話など)」「ガス」といったライフラインが停止した場合、復旧するまでにどのくらいの時間耐えられるかを聞いたところ(図表 9)、すべての項目で「少しも耐えられない」と(12時間)~1日間の2つにピークができました。

「少しも耐えられない」の割合が最も高かったのは「水道」(20.3%)ですが、「水道」と「電気」のグラフを見比べると、ほとんど同じ値になっています。ただ、「電気」以上に「少しも耐えられない」人が多かったのが「インターネット」(18.8%)です。20代は「少しも耐えられない」が31.3%と、「水道」(27.3%)を上回っていますし、30代、40代でも「水道」と同程度の水準でした。

興味深いことに、すべての項目で、年代が上がるごとに「少しも耐えられない」割合は低下していきます。普段からの備えか、生き抜く知恵か、思わぬところで高齢の方に助けてもらおうことがあるかもしれせん。



## ■ 備えるきっかけはいろいろあるけど、持続できるかが問題

災害や防災にまつわるエピソードを自由回答で教えてもらったところ、東日本大震災をきっかけに防災を意識するようになった人がかなりいます。また、子どもが生まれたのをきっかけに備蓄を始めたという声も複数寄せられました。ただ、「一旦は備えたけど、危機意識が続かなかった」という人も。普段から意識し続けるのは難しいでしょうが、半年に1回や1年に1回など、定期的に点検することを決めることが長続きのコツかもしれません。

### 《被災して初めて気づいたこと、防災意識が変化した出来事、災害や防災についての思い》

#### 【被災の記憶と学んだこと】

- 昭和58年の三宅島噴火で非常にひもじい思いをした。それ以来、家族の命は自分が守らなきゃと思った。(男性・50代)
- 胆振東部地震で被災した。建物に被害はなかったが、ブラックアウトが困った。マンションなので水道が使えなくなり、トイレも流せない。いつ復旧するのか情報がないのが一番つらかった(女性・50代)
- 阪神淡路大震災で被災し、ライフラインが止まった。水をもらうため給水車に並んだが、夕食と風呂は被害のなかった実家まで毎日行っていた。それを教訓に飲み水だけは備蓄するようになった。(男性・60代)
- 東日本大震災で被災し、持って逃げられたのはスマホとタオルだけ。津波が来るときは一刻も早くビルや高台に避難しないといけない。リュックなど用意していても持ち出すことはできないと感じた。(女性・60代)
- 西日本豪雨のときに、ひたすら雨が降るだけのことが恐ろしいと、生まれて初めて感じた。(女性・30代)
- 仕事中に東日本大震災が発生。機材に挟まれそうになり死を意識した。北海道に引っ越し後、地震によるブラックアウトも経験。キャッシュカードやキャッシュレス決済などが使えなかったので、現金を手元に残すよう意識するようになった。(男性・50代)
- 東日本大地震を体験した。何日も下着を変えられなくても、生理用品があると交換するだけで済んで便利だと知った。水で洗う必要のないトマトやきゅうりは重宝した。明かりも何もない夜は長かった。(女性・20代)

#### 【子どもがきっかけで】

- 自分だけなら何とかかなると思っていたが、出産後に地震を経験し、防災を意識するようになった。(女性・30代)
- 子どもが産まれてから、1週間ぐらい何とかかなる程度の備蓄を始めた。4月に中身を確認して、その都度必要な物、いらぬ物などの入れ替えをしている。(女性・50代)
- 出産での里帰り中に大きな地震があった。夫婦二人だけの時は面倒くささが勝って防災の備えをしていなかったが、子どもの安全のために、自宅に戻ってから防災セットを準備した。(女性・30代)

#### 【食べやすいものを備蓄しておきたい】

- 先日、備蓄していた食料の期限が迫ったので食べてみたが、ぜんぜんおいしくなかった。備えておくべき食料は食べやすいものを選ぶ方がよいと思った。(女性・50代)
- 避難生活を経験した親戚からのアドバイスで、非常用食料の備蓄から、普段食べていて比較的保存期間が長い物を中心にしたローリングストックに切り替えた。年齢とともに好みや必要とする物が変わって来ているので、防災用品や備蓄食料は家族全員で確認して、必要に応じて内容を見直している。(女性・60代)

#### 【備えたいとは思っているが……】

- 実家の被災経験から、水など準備しておかないと困るのはわかっている。でも、収納スペースが狭すぎて備蓄できない。(女性・40代)
- 一人暮らしなので、もしものときに備えたいと思っはいるが、実際に何が必要なのかわからずに用意できていない。(女性・30代)
- 防災用品を用意しないといけないと思ながらも、6人家族全員分の食料や水を保存するだけでかなりのスペースが必要になる。地域の防災訓練は毎年参加していて、地区のほかの行事にも毎回顔を出しているの、地域に顔見知りはたくさんいる。近所に味方を増やすのも防災にいいと思う。(女性・30代)

## 《 「防災対策」に関する意識調査 質問一覧 》

- あなたは「防災の日」が何月何日か知っていますか。(お答えは1つ)
- あなたは、これまでに災害に対して恐怖だと思ったことはありますか。(お答えは1つ)
- あなたは、これまで災害の影響で自宅から避難したことがありますか。(お答えは1つ)
- あなたは、これまでに災害に遭遇して、自分自身に危険を感じた経験がありますか。(お答えは1つ)
  
- Q1.あなたのご自宅では防災対策として、防災用品や生活必需品を備蓄していますか。(お答えは1つ)
  
- Q2.あなたが防災用品や生活必需品を備蓄しはじめたのはいつからですか。(お答えは1つ)
  
- Q3.防災や防災用品の備蓄について強く意識させられた出来事がありますか。(お答えはいくつでも)
  
- Q4.あなたのご自宅で防災対策として備蓄している防災用品、生活必需品を教えてください。(お答えはいくつでも)
  
- Q5.食料品を何日分備蓄してありますか。(1人1日3食換算、飲料水は除きます)。(お答えは1つ)
  
- Q6.防災用品や生活必需品を備蓄していない理由はなんですか。(お答えはいくつでも)
  
- Q6.防災用品や生活必需品を備蓄していない理由はなんですか。(お答えはいくつでも)
  
- Q7.もし災害によってライフラインが停止してしまった場合、ライフラインの復旧に、どの位の時間までなら耐えられそうですか。(お答えはそれぞれ1つ)【電気】【電話回線】【インターネット(携帯電話・スマホ、インターネット、SNSなど)】【水道】【ガス】
  
- Q8.あなたは、家族や友人などと安否確認をする場合に、どのような手段を使用しますか/使用する予定ですか。(お答えはいくつでも)
  
- Q9.あなたは災害情報を何から入手しますか。最も頻度が高いものをお答えください。(お答えは1つ)
  
- Q10.災害に対する意識が変化した出来事や、防災用品について思うこと、自分が被災して初めて気づいたことなど、災害や防災についての思い、エピソードを教えてください。

調査機関：株式会社プラネットによる調査企画をもとに、株式会社ネオマーケティングにて「防災対策」に関する意識調査を実施。

期間：2022年6月27日～30日、インターネットで4,000人から回答を得ています。

**株式会社プラネットとは** <https://www.planet-van.co.jp/>

メーカー、卸売業、小売業がサプライチェーンとして連携し、生活者へのサービス向上を目指して進化を続ける日本の消費財流通を、情報インフラ運営で支えている上場企業(証券コード2391)です。

**From プラネットとは** [https://www.planet-van.co.jp/news/from\\_planet.html](https://www.planet-van.co.jp/news/from_planet.html) (バックナンバーもご覧になれます)

株式会社プラネットが発信しているニュースレターです。消費財や暮らしに関する旬なトピックスなどをご紹介します。

### 本件に関するお問い合わせ先

(今リリースに掲載していない結果や属性データのご紹介や、当社担当者が解説を差し上げることもできます)

株式会社プラネット 広報部(河合、<sup>つのだ</sup>角田)

E-mail : koho-pr@planet-van.co.jp