

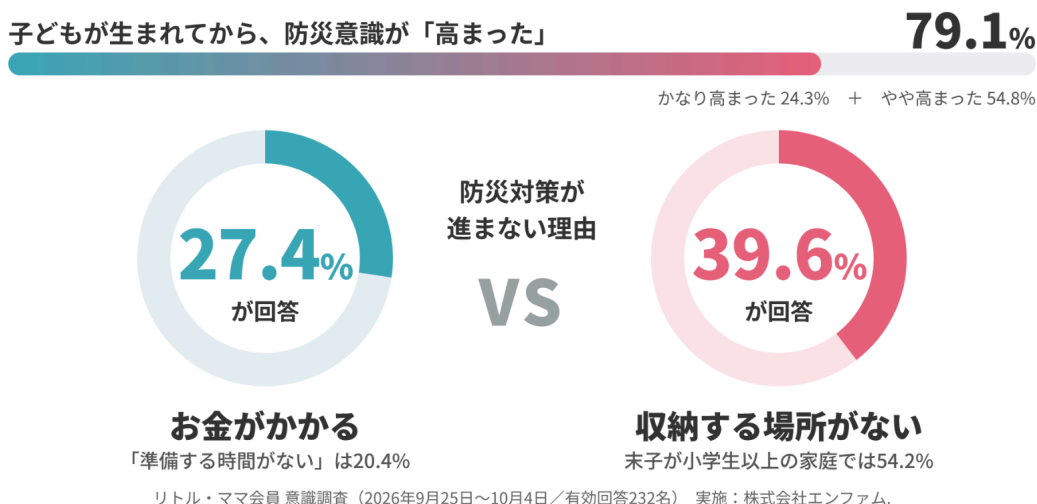
【ママたちの本音調査】子育て世帯の防災、進まない理由は 「お金」より「置き場所」

～ 防災が進まない理由の最多は「収納する場所がない」39.6%。0～2歳児の家庭の65.5%が備蓄「2日分以下」～

国内最大級の親子フェスタ「リトル・ママフェスタ」を主催する株式会社エンファム。（本社：東京都港区／福岡県福岡市、代表取締役：森 光太郎）は、「防災に関する意識調査」を実施しました（有効回答232名）。

2026年11月2日の防災庁発足を前に、家庭の備えにも改めて注目が集まるなか、子どもが生まれてから防災意識が「高まった」と答えた人は79.1%。一方で、家庭の備えが「できている」と感じる人は39.2%にとどまりました。防災対策が進まない理由の最多は、「お金がかかる」（27.4%）でも「準備する時間がない」（20.4%）でもなく、「収納する場所がない」（39.6%）でした。また、0～2歳児を育てる家庭では、非常食・飲料水の備蓄が「2日分以下」の割合が65.5%にのぼり、農林水産省が推奨する「最低3日分～1週間分」に届いていない現状がみえてきました。

防災が進まない理由は、 お金より「置き場所」だった



■ 調査概要

- ・ 調査名：防災に関する意識調査2026
- ・ 調査期間：2026年9月25日～10月4日
- ・ 調査対象：リトル・ママ会員
- ・ 調査方法：自社アンケート（オンライン）
- ・ 有効回答数：232名 ※各設問は任意回答のため、設問ごとの有効回答数は異なります
- ・ 実施元：株式会社エンファム.
- ・ 調査レポート：<https://sponsor.l-ma.co.jp/materials/202609report/>

※比率は小数点第2位を四捨五入しているため、内訳の合計が一致しない場合があります。

※本調査結果を引用・転載される際は、「リトル・ママ調べ」または「株式会社エンファム.調べ」と出典を明記してください。

■ 調査サマリ

1. 防災意識が「高まった」79.1%、備えが「できている」は39.2%。「かなり高まった」24.3%、「やや高まった」54.8%。一方、防災対策が「十分にできている」は2.2%にとどまった。
2. 備えが進まない理由の最多は「お金」でも「時間」でもなく「置き場所」。「収納する場所がない」39.6%が最多で、「お金がかかる」27.4%、「準備する時間がない」20.4%を上回った。
3. 0～2歳児の家庭の3人に2人が、備蓄「2日分以下」。全体でも58.6%が2日分以下で、推奨の「最低3日分」以上は41.4%。
4. 子どもの年齢によって、備えが進まない理由の1位が異なる。0歳は「子どもの成長で必要なものが変わり続ける」43.5%が1位。1～2歳は「お金」38.0%・「時間」30.0%、小学生以上は「収納」54.2%が他の年齢層より高い。

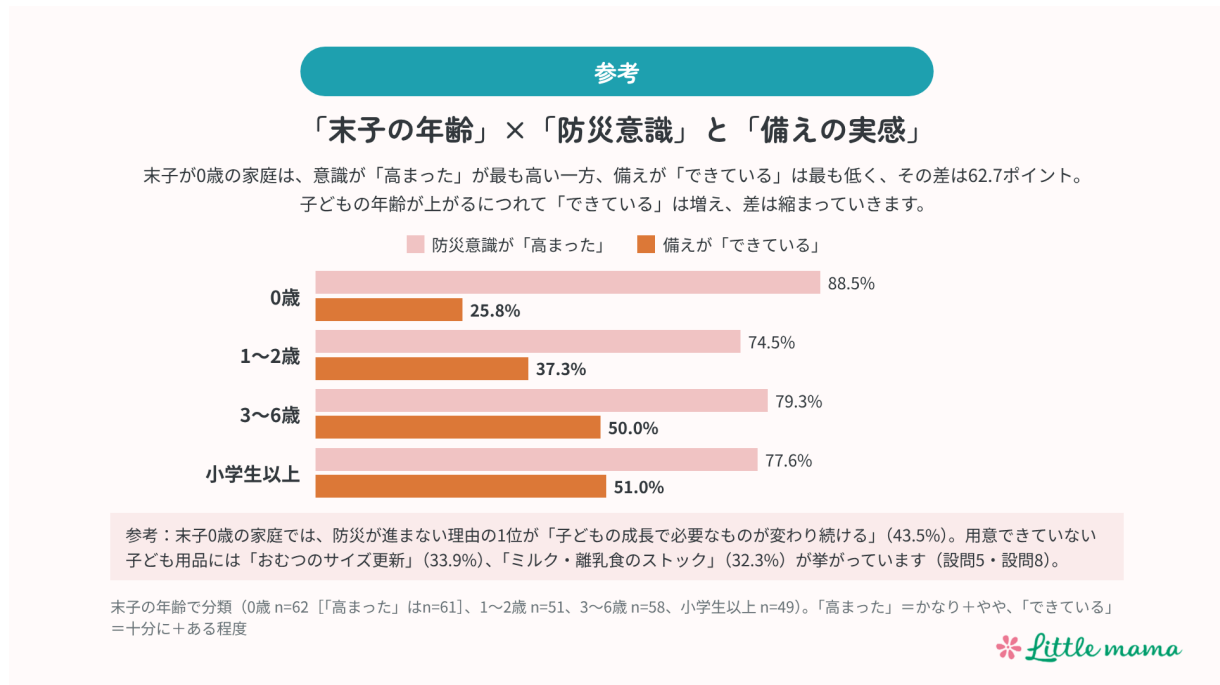
■ 調査結果

① 防災意識が「高まった」79.1%、備えが「できている」は39.2%

子どもが生まれてから防災への意識がどう変わったかを聞いたところ、「かなり高まった」が24.3%、「やや高まった」が54.8%で、合わせて79.1%が「高まった」と回答しました。「ほとんど変わらない」は16.5%、「むしろ手が回らなくなった」は4.3%でした。一方、家庭の防災対策がどの程度できていると感じるかについては、「十分にできている」2.2%、「ある程度できている」37.1%で、「できている」

は計**39.2%**。「あまりできていない」47.4%、「ほとんど何もしていない」13.4%と、**約6割（60.8%）**が「**できていない**」と回答しました。

末子の年齢別にみると、**0歳の家庭では意識が「高まった」88.5%に対し、「できている」は25.8%**で、その差は62.7ポイントと最も大きくなりました。「できている」は1～2歳37.3%、3～6歳50.0%、小学生以上51.0%と、子どもの年齢が上がるにつれて高くなっています。



参考：「末子の年齢」×「防災意識」と「備えの実感」

※末子（いちばん下の子）の年齢で分類。妊娠中のみ・子どもなし等の12名は対象外

②備えの中心は「飲料水」。備蓄は半数超が「2日分以下」

家庭で備えているものは、「**飲料水 79.6%が最多**で、「おむつ・おしりふき・衛生用品」61.7%、「非常食（大人用）」60.9%、「モバイルバッテリー・懐中電灯」57.4%、「簡易トイレ」50.4%と続きました。「乳幼児用の食品（液体ミルク、ベビーフード、アレルギー対応食など）」は27.0%でした（末子0歳の家庭では51.6%）。

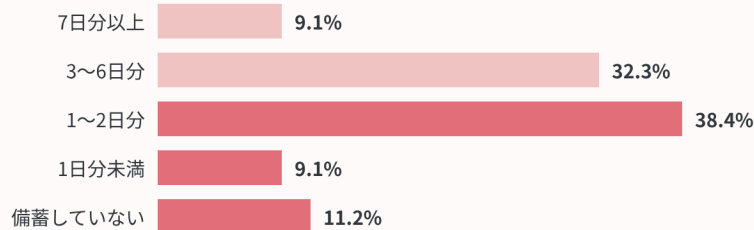
家族全員分の非常食・飲料水の備蓄日数は、「**1～2日分 38.4%が最多**。「1日分未満」9.1%、「備蓄していない」11.2%を合わせると、**58.6%が「2日分以下」**でした。推奨の「最低3日分」以上（「3～6日分」32.3%、「7日以上」9.1%）は41.4%です。

末子の年齢別では、**0歳の家庭で67.7%、0～2歳児の家庭全体で65.5%**が「**2日分以下**」でした。また、
備えが「できている」と答えた人でも、35.2%は2日分以下でした。

設問4

非常食・飲料水は、家族全員分で何日分くらい備蓄していますか？（1つだけ選択）

「2日分以下（備蓄なしを含む）」は計58.6%。推奨の3日以上は41.4%



n=232 参考：農林水産省は「最低3日分～1週間分×人数分」の家庭備蓄を推奨しています。



設問4：非常食・飲料水は、家族全員分で何日分くらい備蓄していますか？（1つだけ選択）

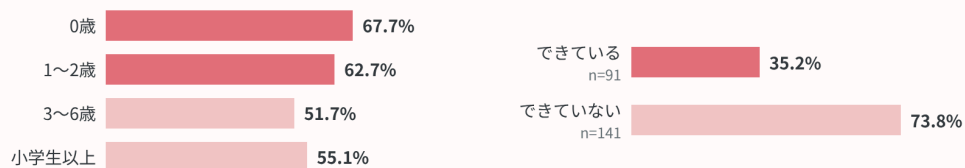
参考

備蓄「2日分以下」の割合 年齢別・備えの実感別

子どもが小さい家庭ほど備蓄が少なく、末子0歳では67.7%が2日分以下。
備えが「できている」と感じている人でも、35.2%は2日分以下でした。

末子の年齢別

備えの実感別（設問1）



「2日分以下」＝1～2日分・1日分未満・備蓄していないの合計。年齢別 n：0歳62、1～2歳51、3～6歳58、小学生以上49



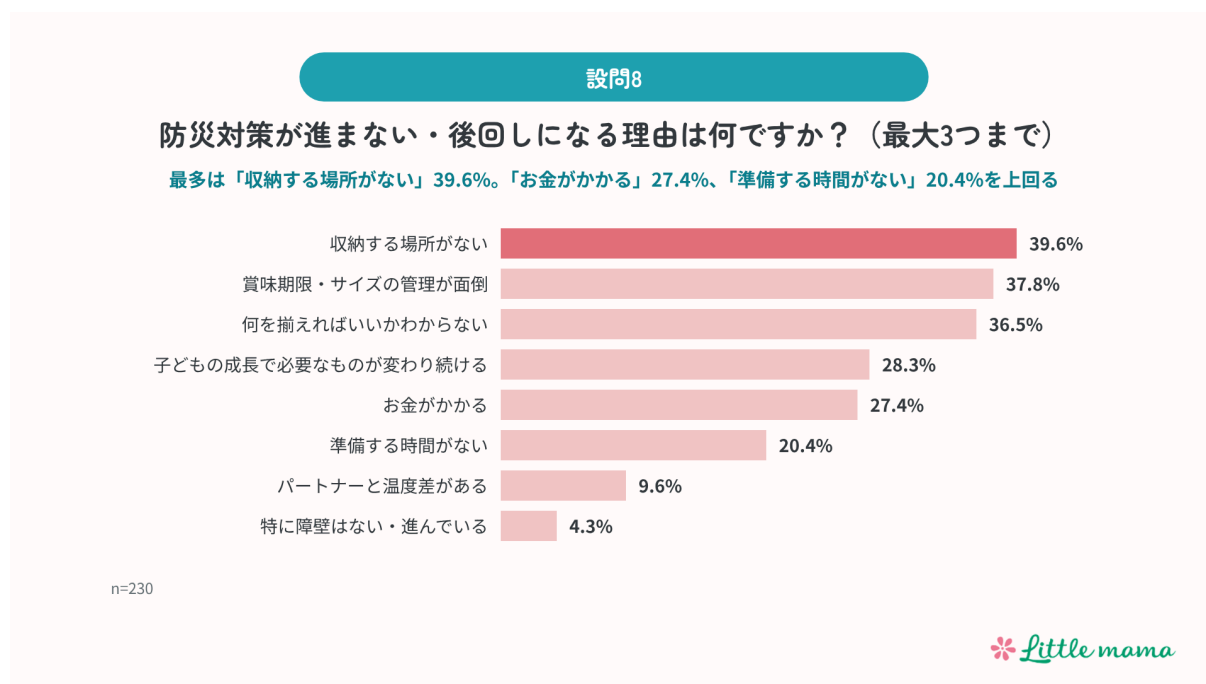
参考：備蓄「2日分以下」の割合（末子の年齢別・備えの実感別）

③防災が進まない理由の最多は「収納する場所がない」

防災対策が進まない・後回しになる理由（最大3つまで）は、「**収納する場所がない**」**39.6%**が最多で、「**賞味期限・サイズの管理が面倒**」**37.8%**、「**何を揃えればいいのかわからない**」**36.5%**が続きました。

「子どもの成長で必要なものが変わり続ける」**28.3%**、「**お金がかかる**」**27.4%**、「**準備する時間がない**」**20.4%**は、上位3項目を下回っています。

未子の年齢別にみると、最も高い理由は年齢によって異なりました。**0歳では「子どもの成長で必要なものが変わり続ける」43.5%が1位**、1～2歳では「お金がかかる」38.0%と「準備する時間がない」30.0%が他の年齢層より高く、**小学生以上では「収納する場所がない」が54.2%に達しました**。「賞味期限・サイズの管理が面倒」（34.0～41.9%）と「何を揃えればいいのかわからない」（34.0～39.6%）は、どの年齢層でも3～4割が挙げています。



設問8：防災対策が進まない・後回しになる理由は何ですか？（最大3つまで）

※%は回答者数を母数とした割合（複数回答のため合計は100%になりません）

参考

「末子の年齢」×「防災が進まない理由」

最も高い年齢層は、「成長」が0歳、「お金」と「時間」が1〜2歳、「収納」が小学生以上でした。
「期限・サイズの管理」と「何を揃えれば」は、どの年齢でも3〜4割が挙げています。

	0歳	1〜2歳	3〜6歳	小学生以上
子どもの成長で必要なものが変わり続ける	43.5%	30.0%	25.9%	14.6%
お金がかかる	19.4%	38.0%	27.6%	29.2%
準備する時間がない	22.6%	30.0%	17.2%	10.4%
収納する場所がない	37.1%	42.0%	34.5%	54.2%
賞味期限・サイズの管理が面倒	41.9%	34.0%	41.4%	37.5%
何を揃えればいいのかわからない	38.7%	34.0%	34.5%	39.6%

枠囲み＝その理由が最も高い年齢層。設問8の回答者を末子の年齢で分類（0歳 n=62、1〜2歳 n=50、3〜6歳 n=58、小学生以上 n=48）



参考：「末子の年齢」×「防災が進まない理由」 ※各年齢層の回答者数が少ないため参考値

④昨年調査との比較：避難場所は2年連続で「行ったことはない」が最多

2025年8月に実施した同様の調査（n=620）と比べると、飲料水の備えは76.9%→79.6%で前年並み。

避難場所は「知っている（確認している）が、行ったことはない」が2年連続で最多（2025年「知っているが行ったことはない」33.0%→2026年「家族で確認しているが、行ったことはない」37.7%）でした。なお、2025年調査では防災について知りたいことの1位が「子どもの年齢別の対策」（61.1%）でした。両年で設問文・選択肢・回答者層が一部異なるため、傾向の比較としてご覧ください。

※子ども向け防災グッズ、家族で決めていること、避難場所の確認状況、防災情報の入手先、防災グッズ購入の決め手など、全設問の結果とクロス集計は調査レポートに掲載しています

■調査から見てきたこと

今回の調査では、子どもが生まれて防災意識が高まる一方で、備えが「できている」と感じる人は4割未満にとどまりました。備えが進まない理由として最も多く挙げたのは、お金や時間ではなく「置き場所」。また、末子が0歳の家庭では「子どもの成長で必要なものが変わり続ける」が理由の1位でした。

とりわけ、**0歳の家庭では意識が「高まった」88.5%に対して備えが「できている」は25.8%**と、意識と備えの差が最も大きくなりました。自由回答にも、備えたい気持ちと現実の間に悩む声が多く寄せられています。

- ・「ワンオペで新生児と2歳児の育児をしている際に震災が起こったら2人を連れて、荷物を持って移動できる自信がない（物理的にも無理だと思う）」
- ・「賃貸のアパート。収納場所が極端に少ないので日頃から困っている。備蓄の置き場所を設ける余裕が無い。」
- ・「子供の成長に伴い、毎月食べるものが変わってくる時期です。どのように準備していいのかわからない」
- ・「本当に準備していないと困る物・可能なら準備していた方がいい物、優先順位が分かりません。」

自由回答には、置き場所や子どもの成長に合わせた入れ替えに関する声のほか、親1人で子どもを連れて避難することや、子どもと離れているときの災害を不安視する声が寄せられました。

リトル・ママフェスタは、「ママたちが集まる場所をつくる」をコンセプトに、ママ・パパが子どもと一緒に楽しみながら、気になる商品やサービスに実際に触れ、同じ立場のママたちと出会える場を全国で提供しています。今後も「リトル・ママアンケート」を通じて子育て家庭の小さな声を集めて発信し、家族が笑顔で過ごせる環境づくりに貢献してまいります。

■リトル・ママフェスタとは

[「リトル・ママフェスタ」](#)は、『ママたちが集まる場所をつくる』という想いを原点に、これから出産を迎える方や、現在子育てをしている方はもちろん、子育てに関わるすべての人に向けた、「出会う」「学ぶ」「遊ぶ」がぎゅっと詰まった国内最大級の親子フェスタです。北海道から沖縄まで全国の主要都市で開催されており、年間開催数は65回を超え、年間30万人以上のママ・パパが来場しています。キッズレースや撮影会、ステージ企画に加え、企業ブースでは気になる商品を実際に見て・試せる体験型コンテンツも充実。「こんなイベントが欲しかった！」と思える、親子で笑顔になれるひとときを過ごせる場として、多くの支持を集めています。

■株式会社エンファム.について

世界中の子どもたちを笑顔にするエンタメディア企業として、子育て世帯を中心にメディア事業を展開。国内最大級の子育てイベント「[リトル・ママフェスタ](#)」、世界展開中の「[Kawaiimama Festival](#)」など多彩なイベントを企画・運営し、リトル・ママフェスタをはじめとした各種イベントの開催実績は年間70回を超えます。また、SNS運用代行を中心としたファンマーケティング事業や、子育てをキャリアに変える「[リトル・ママビジネススクール](#)」の運営をしています。

株式会社エンファム.

代表取締役：森 光太郎

東京本社：〒105-0014 東京都港区芝2-30-6 ファインラック芝2F

福岡本社：〒810-0042 福岡県福岡市中央区赤坂3-6-23 エンファム.ビル

大阪オフィス：〒541-0052 大阪市中央区安土町2-5-5 本町明大ビル506

札幌オフィス：〒060-0061 札幌市中央区南1条西4丁目13番地 日之出ビル9階

設立：2001年12月25日

<https://enfam.jp/>

【報道関係者様のお問い合わせ・取材申込み】

株式会社エンファム.広報担当

MAIL：marketing@l-ma.co.jp

※調査データの詳細提供、オンライン取材も受け付けております。