

ネクスティア生命調べ/一都三県の男女 1,239 人にアンケート

防災と食に関する意識調査

一家内安全は、母のおかげ—
防災意識が最も高いのは「専業主婦」7割

インターネット販売専門の生命保険会社、ネクスティア生命保険株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:今井隆、URL:<http://www.nextialife.co.jp/>、以下「ネクスティア生命」)は、東日本大震災の発生から1年を機に「**防災と食に関する意識調査**」を実施いたしました。

(※詳細は別紙「調査結果」をご参照ください。)

■ 家内安全は、母のおかげ、地震に対し何らかの備えを行っている人は7割

東日本大震災発生後、大規模地震発生に対して不安を感じる人は9割近くに達しており、男性に比べ、女性のほうが不安を強く感じていました。特に、**専業主婦**や**子供のいる女性**では**地震に対し何らかの備えを行っている人が7割を超え**、防災への意識が高く、母親が「家内安全」を家族の中で誰よりも考えていることがわかりました。

■ 安全な基準を満たしていれば、被災地産の食品を購入する意向を示した人は6割

震災以降、「食の安心・安全」への意識が高くなった人は6割を超えています。また、「食の安心・安全」へ意識が高くなった層でも、被災地産の食品について、「購入する」20.2%、「おそらく購入する」40.2%となっており、合わせて6割が購入意向を示しており、被災地支援の意識がうかがえます。

<調査概要>

- 調査の目的 東日本大震災後の地震に対する防災や、食に対する意識の変化の調査
- 調査地域 一都三県(東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県)
- 調査方法 インターネットリサーチ
- 調査時期 2012年3月1日(木)~3月2日(金)
- 調査対象 20~59歳の男女
男女比 : 男性 50.0% 女性 50.0%
年齢 : 20~29歳 25%、30~39歳 25%、40~49歳 25%、50~59歳 25%
- 有効回答数 1,239人
- 実施機関 株式会社マクロミル

■ お客さまのお問い合わせ先

カスタマーサービスセンター 0120-953-831

月~金 9:00~22:00 土・日・祝日 9:00~18:00 (年末年始の弊社休業日を除く)

~本件に関する報道関係者さまのお問い合わせ先~

ネクスティア生命保険株式会社 企画部広報課 中本

TEL : 03-5210-1540 FAX : 03-5210-1542 E-mail : communication@nextialife.co.jp

<http://www.nextialife.co.jp/>

1. 大規模地震発生に対する不安

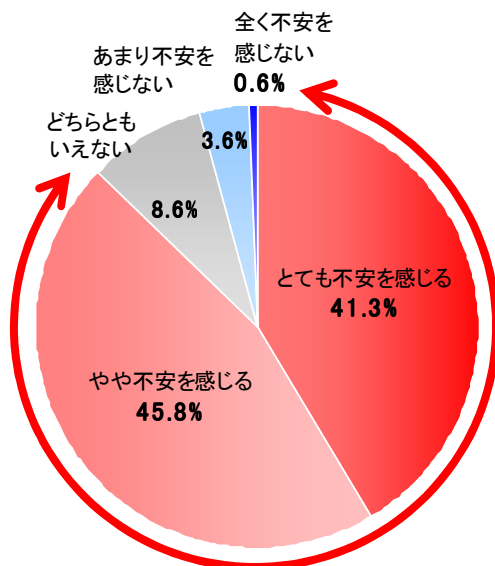
- ・ 今後の大規模地震発生に対して不安を感じる人は、約 9 割
- ・ 既婚者は男女共に未婚者に比べ、不安感が強く、男性既婚者と未婚者では不安感に 11% の差。
- ・ 最も不安感が強いのは、専業主婦。「とても不安を感じる」は 57.3%
- ・ 専業主婦、子供のいる女性は、「家族の安否」に対する不安 9 割

「あなたは、今後大規模な地震が発生する可能性にどの程度不安を感じますか。」という問いに対し、「とても不安を感じる」「やや不安を感じる」という人が 87.2% と大多数を占めました[図 1-1]。男女別に見ると、「とても不安を感じる」と答えた女性は 52.8% と男性の 1.8 倍であり、女性の方が強い不安感を持っていることがわかりました[図 1-2]。

未婚、既婚別に見ると、不安を感じる人は既婚女性が 94.0% と一番高く、続いて既婚男性の 88.1% と未婚者に比べ既婚者のほうが、地震に対する不安感を強く持っていました。男性間でも未婚者の 77.0% に対し、既婚者は 88.1% と既婚者のほうが 11 ポイント高く、不安に感じている人が多いことがわかりました。また、男女共に、子供のいる人の不安感が強く、家庭のある人の不安感が強い傾向が見られました[図 1-3]。また、職業別では、「とても不安を感じる」という人が、専業主婦において 57.3% と最も高く、平均値を 17 ポイント上回っていました。[図 1-4]

地震発生時に不安なことは、「家族の安否」75.9% が最も多く、「ライフライン(電気や水道など)の遮断」74.7%、「水や食料品、生活用品の不足」71.6% と続きました。特に、専業主婦や子供のいる女性が「家族の安否」に対して 9 割が不安と感じると答え、他の上位 2 項目についても平均を 10 ポイント以上高く、家族や生命維持に対する関心が高いことがわかりました。[図 1-5]

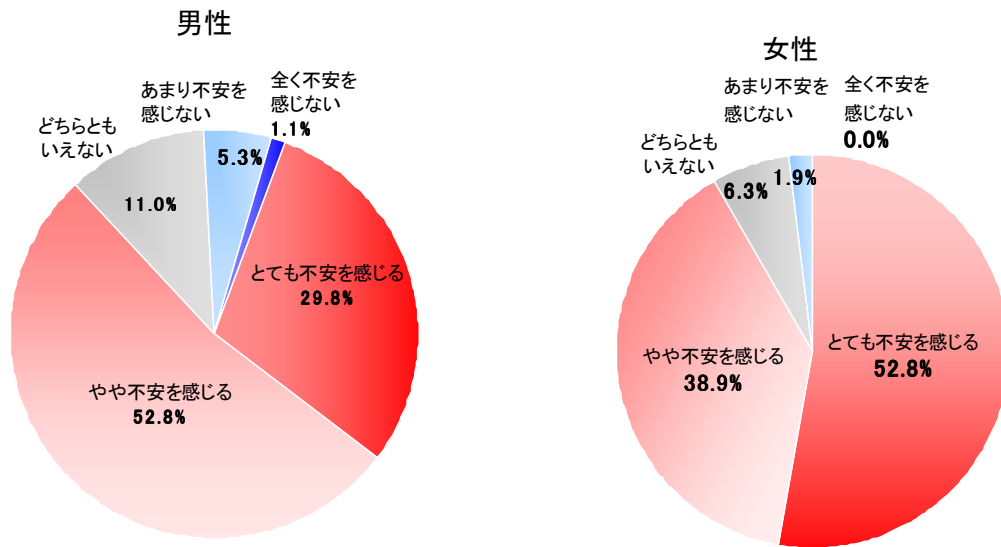
【図 1-1】地震に対する不安感



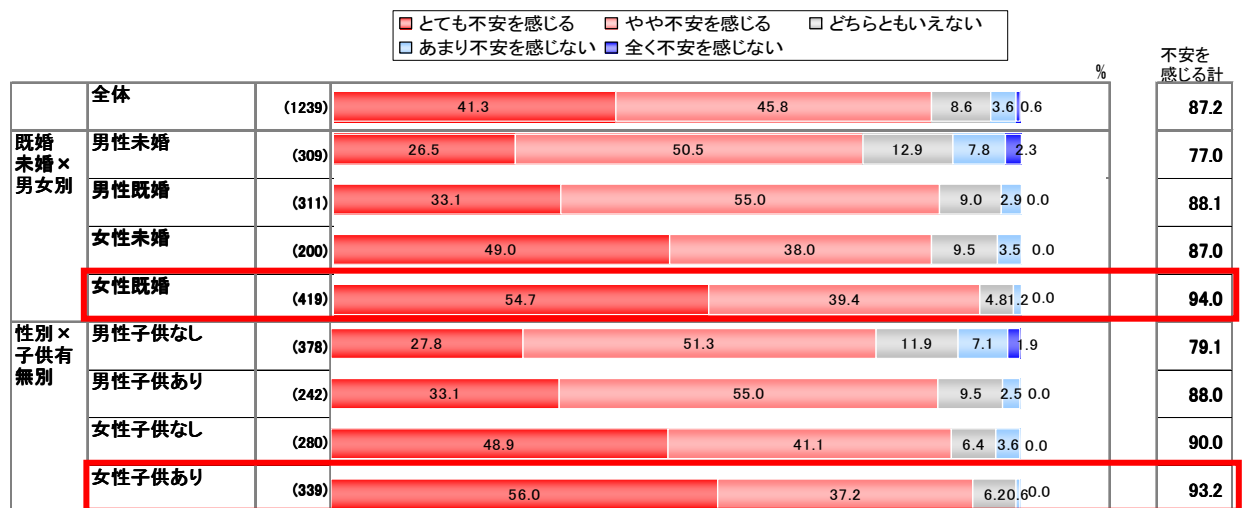
不安計: 87.2%

※「とても不安を感じる」「やや不安を感じる」の合計

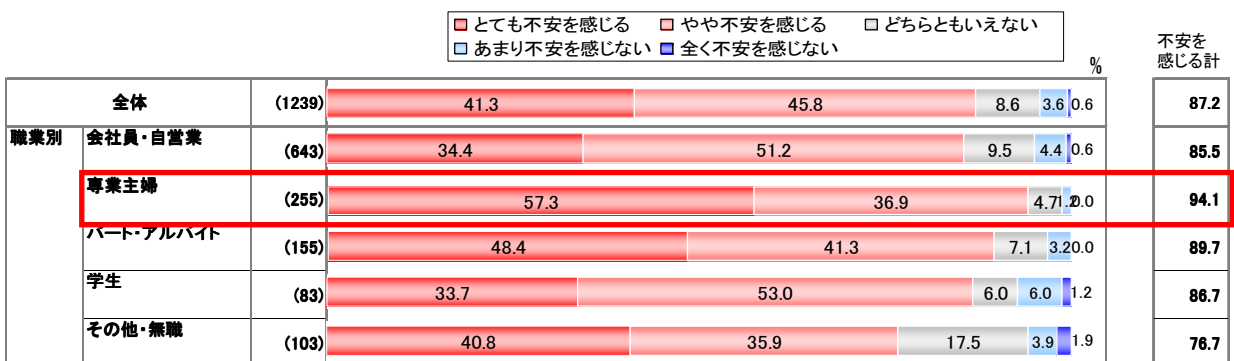
【図 1-2】地震に対する不安感の割合 [男女別]



【図 1-3】地震に対する不安感の割合 [未婚・既婚男女別、性別×子供有無別]

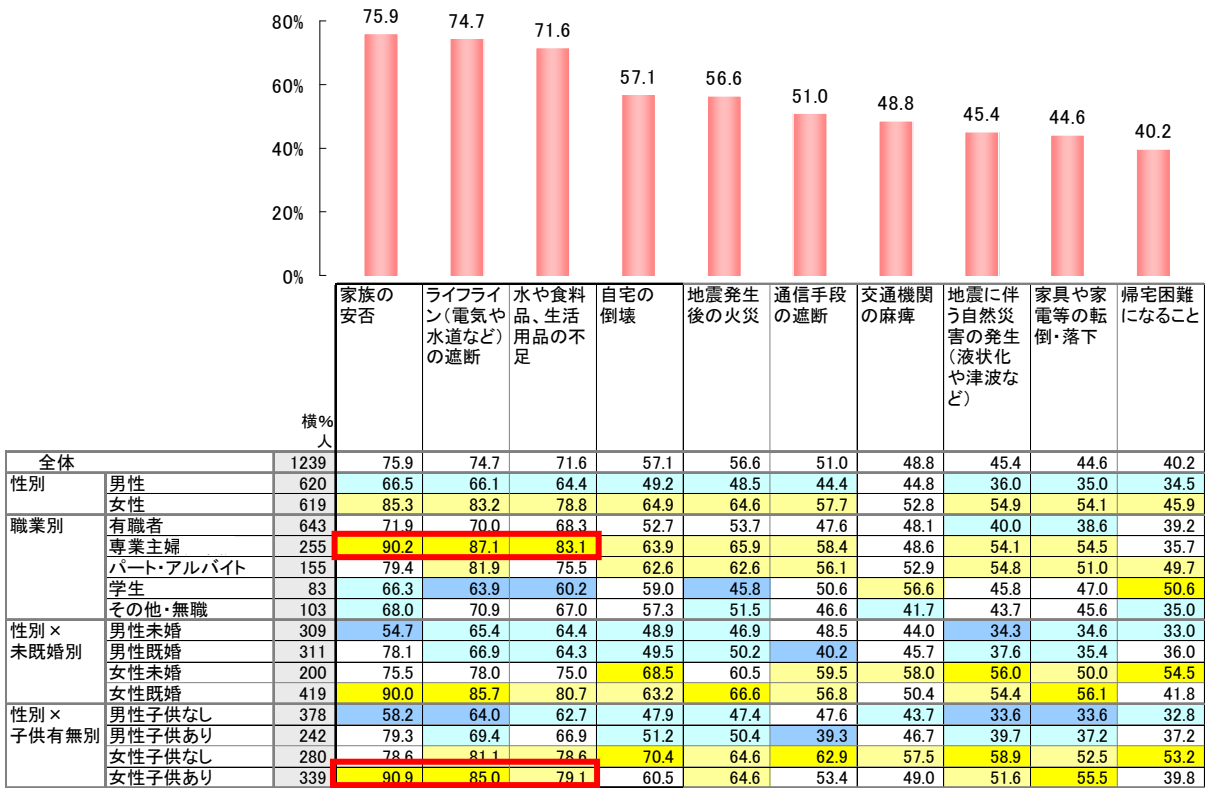


【図 1-4】地震に対する不安感の割合 [職業別]



【図 1-5】地震発生時に不安なこと

〔性別、職業別、性別×未既婚別、性別×子供有無別〕



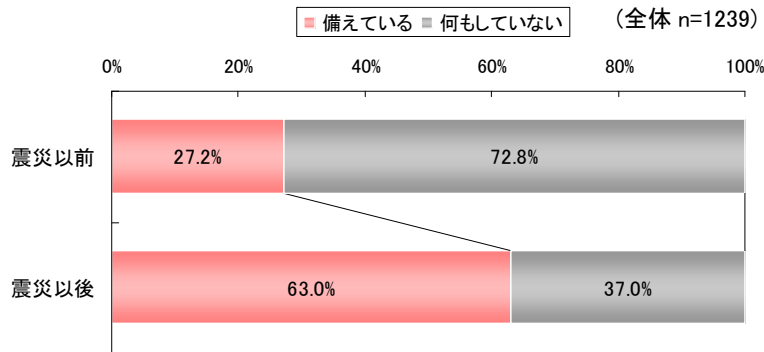
2. 地震に対する備えについて

- ・ 現在、地震に対して何らかの備えをしている人は 6 割強。震災前に比べ、2.3 倍増加。
- ・ 最も地震の備えをしているのは、既婚女性 7 割強。
- ・ 地震に対する具体的な備えは、「家族との連絡方法の確認」、「家族と避難場所・集合場所を決めている」、「防災に関する情報の収集」などが震災前に比べ増加。

地震の発生に対する備えや準備の有無を聞いたところ、東日本大震災発生前に「備えや準備をしていた」人の割合は27%、現在「備えや準備をしている」人の割合は63%で、震災前後で36ポイント上昇しています[図 2-1]。男性に比べ、既婚女性が72.6%、子供がいる女性が72.3%、専業主婦が73.3%と高いことから、女性のほうが災害から家庭を守りたいという意識が強い傾向にあります[図 2-2]。

また、備えや準備をしていた(している)人に、具体的に行っていた(行っている)ことを聞いたところ、「水や食料品、生活用品の買い置き」、「停電に備えた明かり(懐中電灯など)の準備」、「非常用持ち出し袋の準備」、「家具や家電等の転倒・落下防止」が震災前・現在共に上位にきています。具体的な備えを震災前と現在で比べると、震災前から上位にあがっていた上記の内容に加え、「家族との連絡方法の確認」「家族と避難場所・集合場所を決めている」「防災に関する情報の収集」などが特に増加しています[図 2-3]。

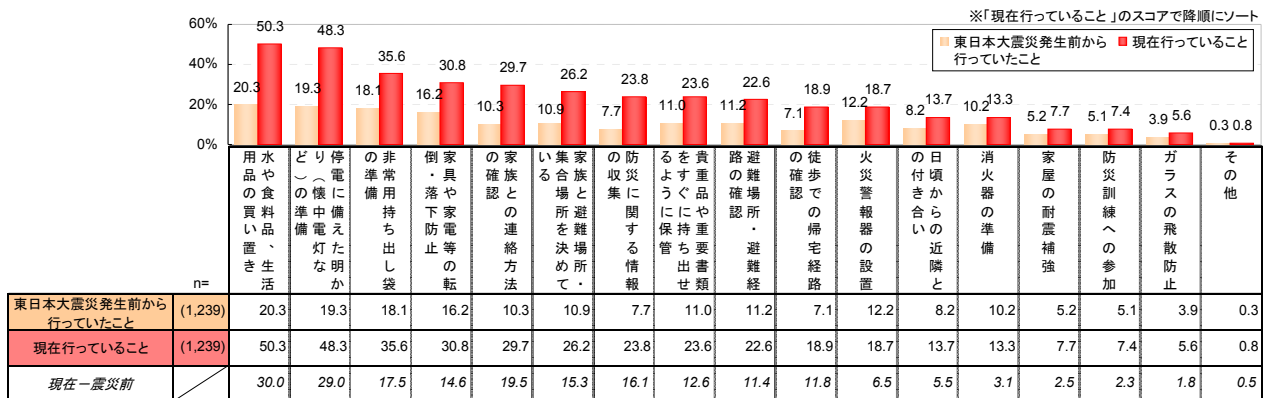
【図 2-1】東日本大震災発生前後の地震に対する備えを行っている割合



【図 2-2】東日本大震災発生前、以後の地震に対する備えを行っている割合
[性別、職業別、性別×未既婚別、性別×子供有無]別

		横%	地震の発生に対する備え や準備をしていた/している	
		人	震災以前	震災以後
全体		1239	27.2	63.0
性別	男性	620	24.8	55.8
	女性	619	29.6	70.3
職業別	有職者	643	24.4	60.7
	専業主婦	255	34.5	73.3
	パート・アルバイト	155	30.3	65.8
	学生	83	30.1	59.0
	その他・無職	103	19.4	51.5
性別×未既婚別	男性未婚	309	19.4	49.8
	男性既婚	311	30.2	61.7
	女性未婚	200	25.0	65.5
性別×子供有無別	女性既婚	419	31.7	72.6
	男性子供なし	378	20.4	54.5
	男性子供あり	242	31.8	57.9
	女性子供なし	280	23.9	67.9
	女性子供あり	339	34.2	72.3

【図 2-3】地震への具体的な備え



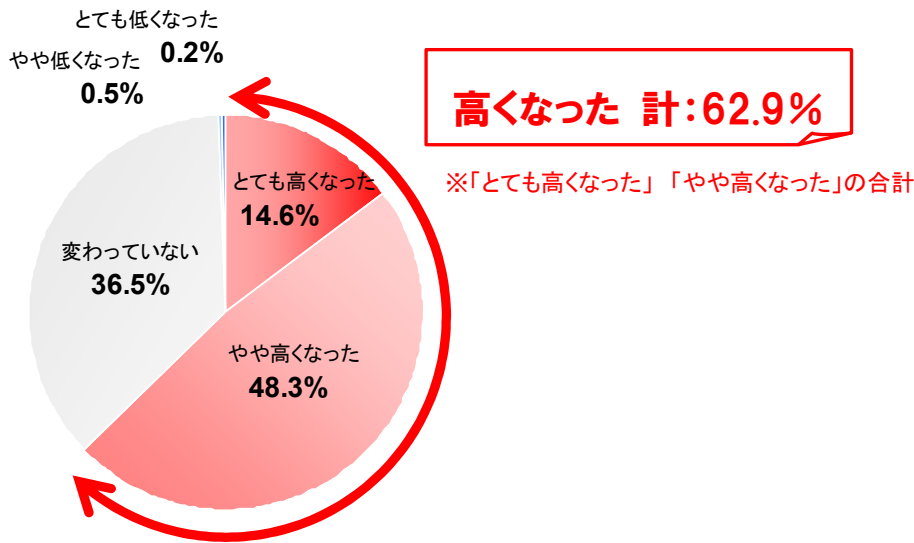
3. 食の安心・安全への意識について

- 東日本大震災後に食の安心・安全の意識が高くなったと答えた人は 62.9%
- 食の安心・安全の意識が最も高いのは、専業主婦 77.3%。
- 「食の安心・安全」への意識が高まった層でも、安全な基準を満たしていれば被災地産の食品を購入する意向を示した人は 6 割

東日本大震災発生以前に比べ、食に対する安心・安全の意識が高くなったかについて聞いたところ、意識が高くなったと答えた人は 62.9%で[図 3-1]、職業別において最も意識の高かったのは、「専業主婦」77.3%でした。また、子供の有無別にみると、「女性子供あり」が 76.1%と最も高く、続いて「男性子供あり」の 63.2%と子供のいる人で意識が高い傾向にありました[図 3-2]。

また、安全な基準を満たしていれば、東日本大震災の被災地域で生産された生鮮品や食料品を購入するかどうかを聞いたところ、「購入する」24%、「おそらく購入する」は 39%で、合わせて 6 割の人が購入意向を示しています[図 3-3]。この結果を「食の安心・安全」への意識の変化別に見ると、意識が高くなった層でも 6 割が購入意向を示しており、被災地支援の意識がうかがえます[図 3-4]。

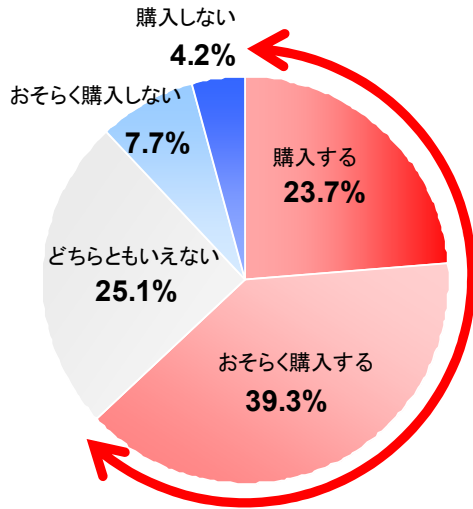
【図 3-1】食の安心・安全への意識の変化



【図 3-2】食の安心・安全の意識の変化 [職業別]

		n=	意識の変化 (%)					高くなった計
			とても高くなった	やや高くなった	変わっていない	やや低くなった	とても低くなった	
全体		(1,239)	14.6	48.3	36.5	0.5	0.2	62.9
職業別	有職者	(643)	12.3	48.7	38.6	0.5	0.4	61.0
	専業主婦	(255)	25.1	52.2	22.0	0.4	0.4	77.3
	パート・アルバイト	(155)	10.3	45.2	44.5			55.5
	学生	(83)	6.0	45.8	45.8	2.4		51.8
	その他・無職	(103)	16.5	42.7	39.8	1.0		59.2
	性別×子供有無別	男性子供なし	(378)	8.5	42.6	48.1	0.5	0.3
男性子供あり		(242)	13.6	49.6	36.4	0.4		63.2
女性子供なし		(280)	14.6	47.9	36.8	0.7		62.5
女性子供あり		(339)	22.1	54.0	23.3	0.3	0.3	76.1

【図 3-3】被災地産食品の購入意向



購入する 計:63.0%

※「購入する」「おそらく購入する」の合計

【図 3-4】被災地産食品の購入意向 [食の安心・安全への意識別]

	n=	購入意向 (%)					購入する・計
		購入する	おそらく購入する	どちらともいえない	おそらく購入しない	購入しない	
全体	(1,239)	23.7	39.3	25.1	7.7	4.2	63.0
食の安心・安全への意識の変化別							
高くなった	(779)	20.2	40.2	24.9	9.2	5.5	60.3
変わっていない・低くなった	(460)	29.8	37.8	25.4	5.0	2.0	67.6