

【防災に関する意識・実態調査 2024】

60代～70代は防災意識が最も高いことが判明！

備蓄品の見直しを行っている50代以上の8割超が「年に1回以上」実施

女性誌販売部数 No.1 (※1) 雑誌「ハルメク」などのマーケティングやリサーチのコンサルティングを通じて、50代以上のインサイトを日々探求する、ハルメク 生きかた上手研究所は、20～79歳の女性900名を対象に「防災に関する意識・実態調査」をWEBアンケートにて実施しました。

(※1) 日本ABC協会発行社レポート (2023年7月～12月)

【 調査結果のポイント 】

- 2021年結果と比較すると、防災意識の高さに関する自己評価の「どちらとも言えない」割合が増加
- 防災の備えは2021年と比べて全体的には低下傾向にあるが、水、食料の備蓄割合は増加
- AEDの内容認知率は50代以上で高い一方、使い方の認知率は30代以下に比べて低い

【調査背景】

ハルメク 生きかた上手研究所は、シニアのインサイトについて調査・分析を行っています。

9月1日は「防災の日」。「広く国民が台風高潮、津波、地震等の災害についての認識を深め、これに対処する心構えを準備する」ことを目的として制定されました。

(出典：https://ndlsearch.ndl.go.jp/rnavi/db/cabinet/s34_38/bib01341)

シニア女性は災害・防災に対しどのような意識を持ち、備えをしているのでしょうか。これらを把握すべく、20代から70代女性の防災に関する意識、実態などについて調査を実施しました。

【調査概要】

調査方法：WEB アンケート

調査対象・有効回答者数：調査会社モニターによる20～79歳の女性・900名

調査実施日：2024年7月5日（金）～7月8日（月）

※前回調査：2021年2月5日（金）～2月6日（土）

調査主体：株式会社ハルメク・エイジマーケティング ハルメク 生きかた上手研究所

※調査結果のパーセンテージは、小数点以下第2位を四捨五入したため、総数と内訳の合計が一致しないことがあります。

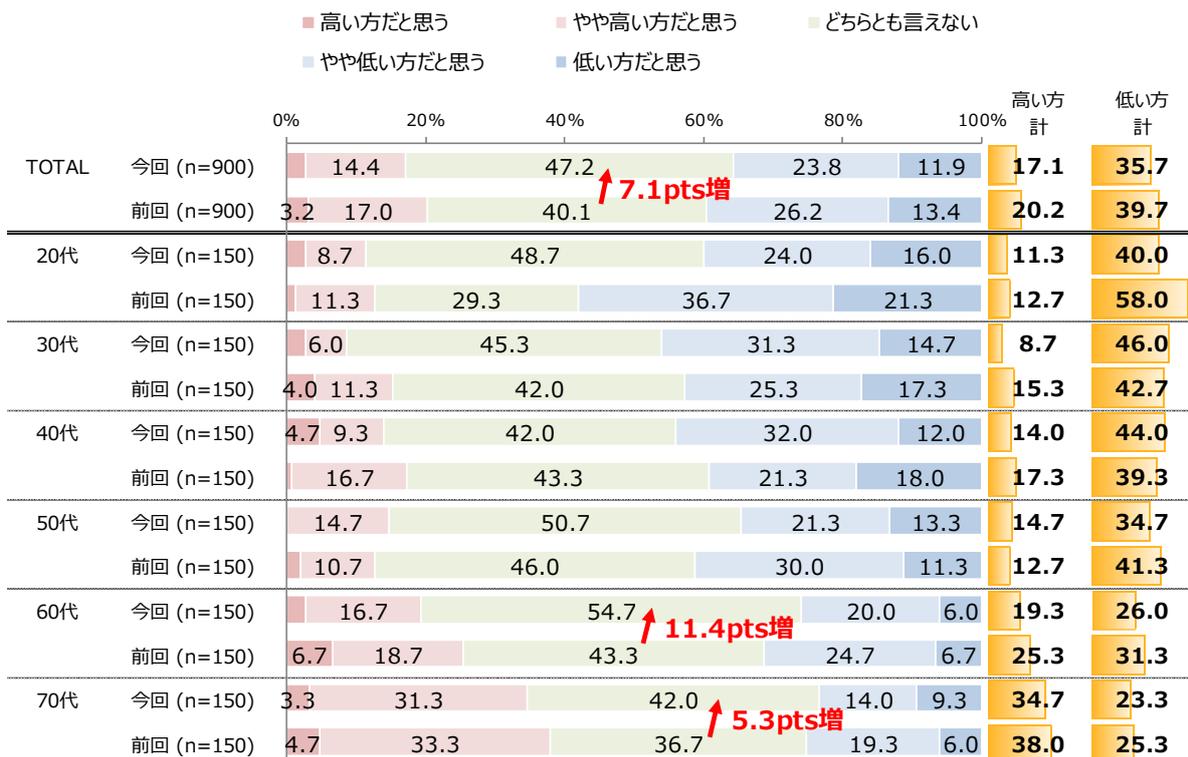
※本リリース内容を掲載いただく際は、出典「ハルメク 生きかた上手研究所調べ」と明記をお願いいたします。

※調査主体の「ハルメク 生きかた上手研究所」所長への取材、コメント提供も可能です。

2021 年結果と比較すると、防災意識の高さに関する自己評価の 「どちらとも言えない」割合が増加

- ・ 防災意識の度合いについて「高い方 計（「高い方だと思う」 + 「やや高い方だと思う」）」の割合は 17.1%。前回調査と比べて約 3 ポイント低下している。「低い方 計（やや低い方だと思う + 低いほうだと思う）」の割合は 35.7%。こちらも前回と比べて約 4 ポイント低下。
- ・ 他方「どちらとも言えない」は 47.2%と、前回と比べて約 7 ポイント上昇。
- ・ 年代別では 60 代で「どちらとも言えない」割合が約 11 ポイント増加。
- ・ 防災意識が「高い方 計」割合は 60 代、70 代で高い。

■ 「防災意識」の度合い（全体、年代別）
20～79 歳の女性（単一回答）：900 名



※ 3%未満の値は非表示

■ 防災意識が「どちらとも言えない」回答理由（自由記述抜粋） 防災意識が「どちらとも言えない」60～79歳の女性：145名

非常食等は買ってあるが、十分かわからない（63歳 青森県青森市）

災害が起こるたびに思うが 完全に防災の準備ができない（73歳 愛知県半田市）

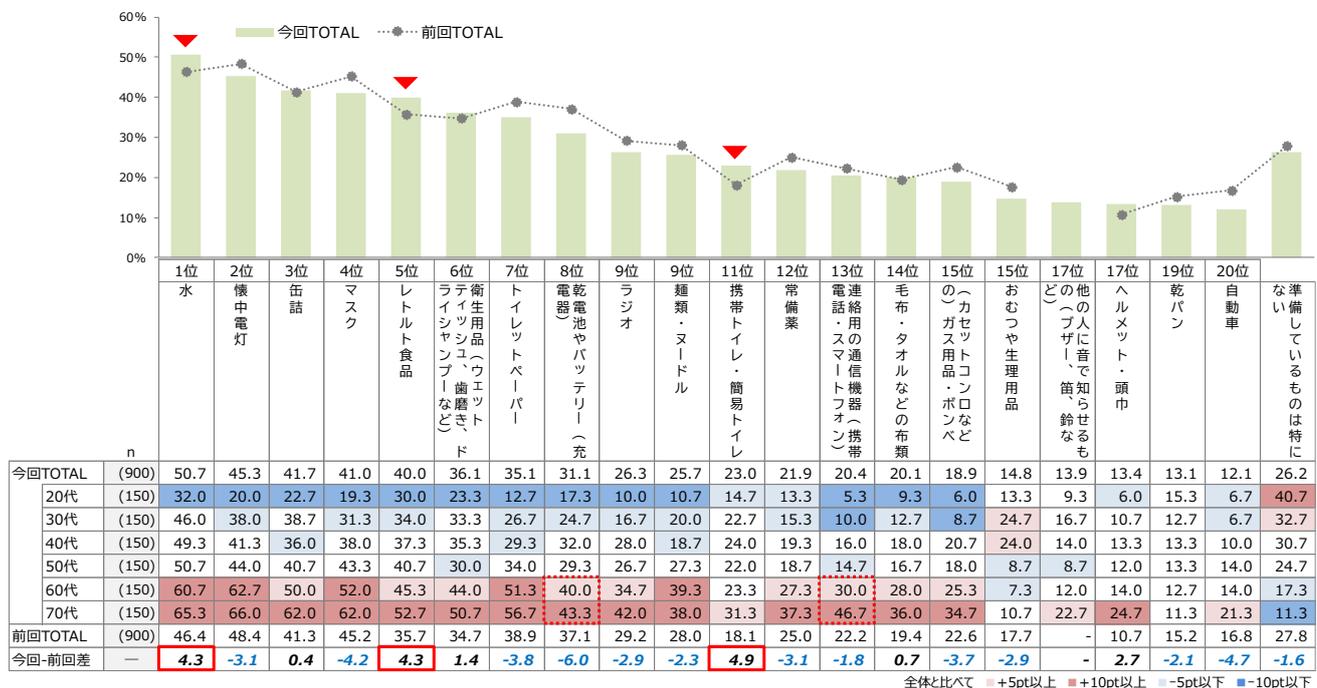
ローリングストック、緊急時に持ち出し袋を準備しているが、基準が分からない（74歳 東京都23区）

防災アプリなどで情報を取得しようとしているが、備蓄は充分とはいえない（76歳 福岡県福岡市）

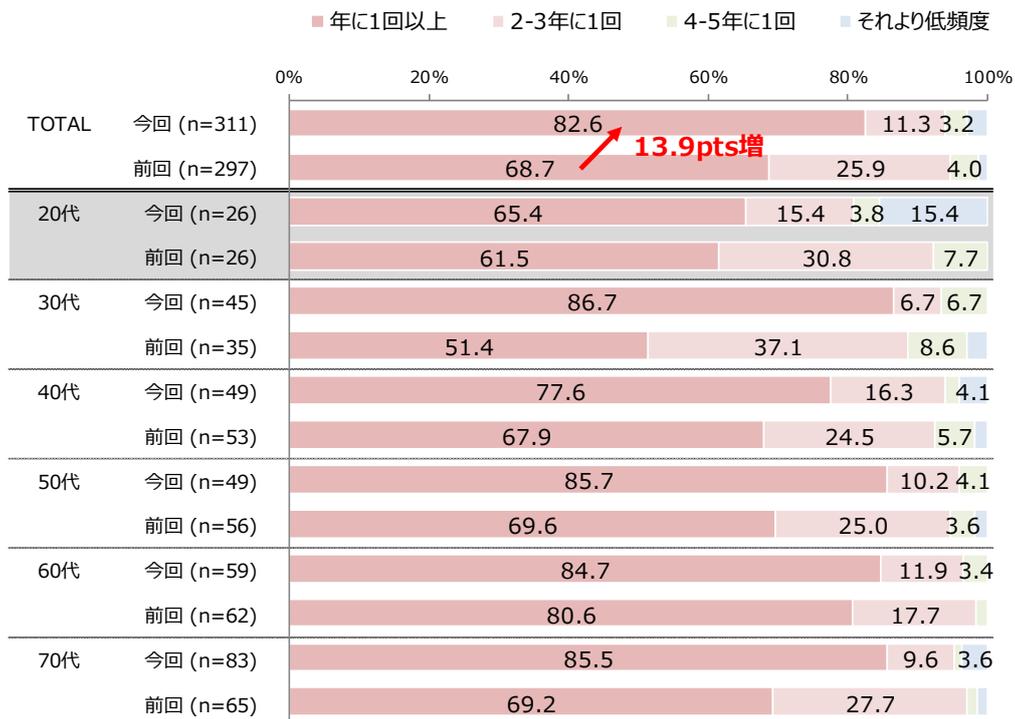
防災の備えは 2021 年と比べて全体的には低下傾向にあるが、水、食料の備蓄割合は増加

- ・ 防災の備えを項目別に見てみると、2021 年と比較して低下しているものが多い。
- ・ 他方で、「水」「レトルト食品」といった食料の備蓄割合は約 4 ポイント上昇。そのほか「携帯トイレ・簡易トイレ」も約 5 ポイント上昇している。
- ・ 「乾電池やバッテリー（充電器）」「連絡用の通信機器」といった、デジタルまわりの防災グッズの備えは 60-70 代で高い。
- ・ 備蓄品の見直しを行っている人の見直し頻度は、2021 年よりも増えており、「年に 1 回以上」が全体で約 14 ポイント増。50 代以上は 85%前後が「年に 1 回以上」行っている。
- ・ 「自分の住む自治体が提供している防災アプリ」の認知利用は 40 代以下と比べ 50 代以上で高い。

■現在、実際に災害に備えて準備しているもの（全体、年代別）
20～79 歳の女性（複数回答）：900 名 ※上位 20 位までの選択肢を掲載



■ 備蓄品の見直し頻度（全体、年代別）
 備蓄品の見直しを行っている20～79歳の女性（単一回答）：311名
 前回（2021年）調査：297名



※ 3%未満の値は非表示

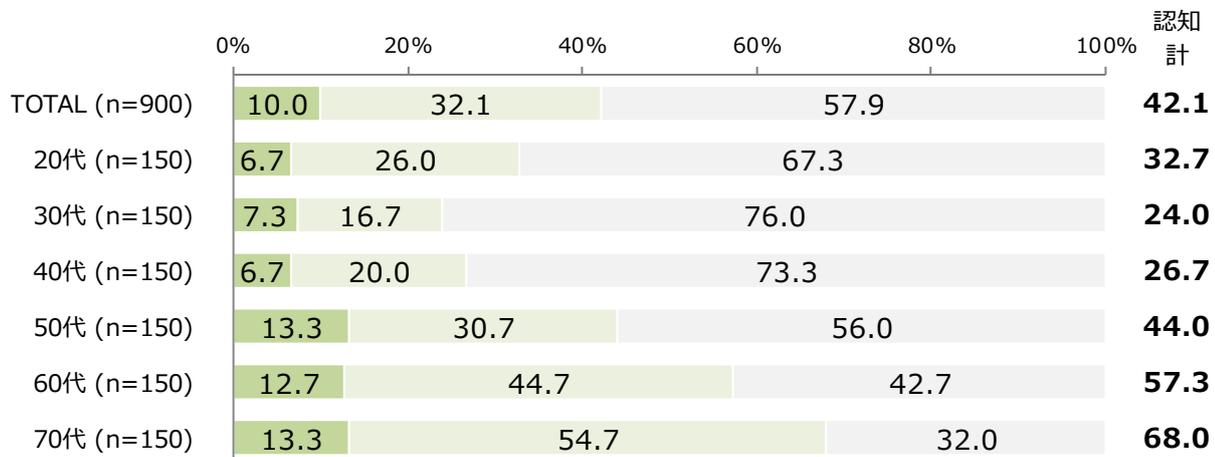
※ 20代回答は30サンプル未満のため参考値

注：「年1回以上」は、今回調査では「半年に1回以上」「年に1回」に選択肢を分割して聴取。

上記グラフでは合計値を掲載。

■ 自分の住む自治体が提供している防災アプリの認知、利用経験（全体、年代別）
 20～79歳の女性（単一回答）：900名

- 利用したことがある
- サービスは知っているが、利用したことはない
- このサービスを知らない



■備蓄品の見直し内容（自由記述抜粋）
年1回以上見直している50～79歳の女性：163名

家族の誕生日に確認すると決めている（50歳 埼玉県所沢市）

カップ麺が安いときに購入して古い賞味期限のものから食べている（51歳 愛媛県松山市）

缶詰や乾物の貯蔵を増やし、眼鏡を枕元に置き、スマホもフル充電している。高さのある家具を置かない（56歳 大阪府大阪市）

9月1日に見直しをして消費期限の近いものは日常的に消費して補充する（60歳 東京都23区）

コロナ感染で外出できなくなる場合と、大地震の場合とを踏まえて、乾麺やレトルト、缶詰、パックご飯は切らさないようにしています。トイレ用の水を2リットルペットボトルに6本程度は用意しています（64歳 宮城県仙台市）

備蓄用品は時々見直している。能登地震はそのきっかけになった（65歳 愛知県瀬戸市）

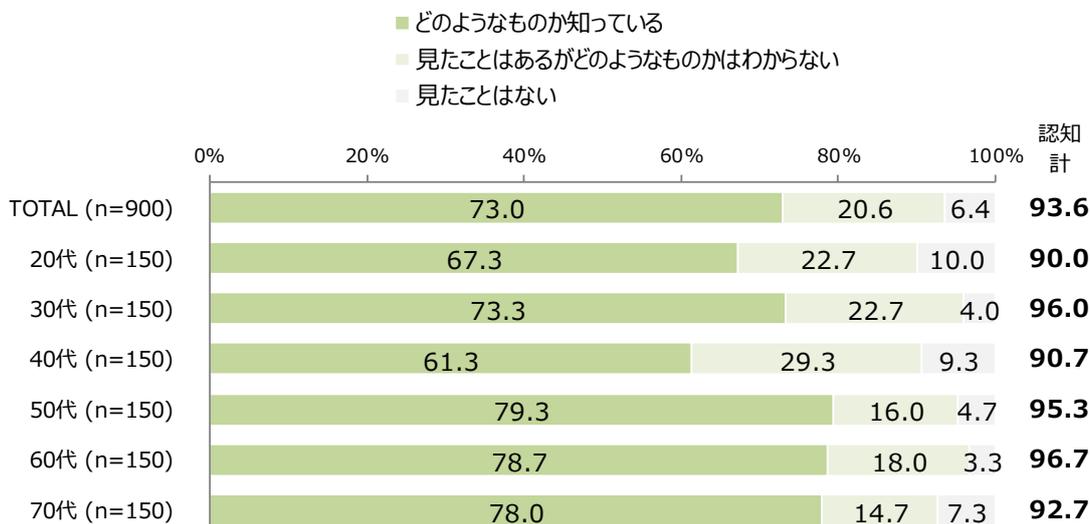
備蓄の食料品、乾電池などは、消費期限近くのものから使用し、常に新しいものと入れ替えておく（70歳 東京都武蔵野市）

年に2回備蓄品の点検を行う（73歳 東京都23区）

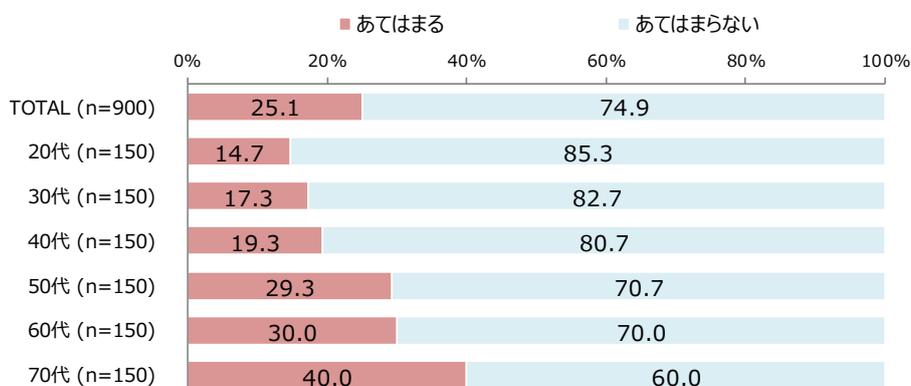
AED の内容認知率は 50 代以上で高い一方、使い方の認知率は 30 代以下に比べて低い

- ・ AED を「どのようなものか知っている」割合は 50 代以上で高い。
- ・ 「自宅の周辺にある AED の場所を知っている」割合も 50 代以上で高い。
- ・ 他方、「AED の使い方を知っている」割合は、20 代 30 代に比べて、50 代以上は低くなっている。

■AED の認知（全体、年代別） 20～79 歳の女性（単一回答）：900 名

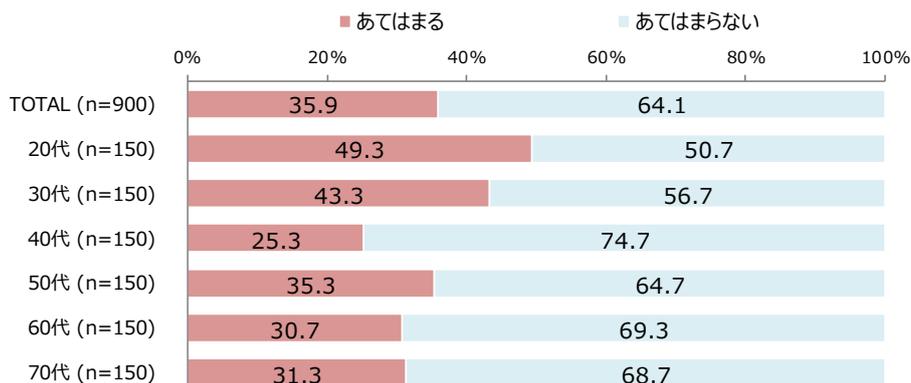


■自宅の周辺にある AED の場所を知っている（全体、年代別） 20～79 歳の女性（単一回答）：900 名



※「AED を見たことはない」と回答した方は「あてはまらない」とみなして再集計

■AED の使い方を知っている（全体、性年代別） 20～79 歳の女性（単一回答）：900 名



※「AED を見たことはない」と回答した方は「あてはまらない」とみなして再集計

【専門家の見解】

ハルメク 生きかた上手研究所 所長 梅津 順江（うめづ ゆきえ）

2016年3月から現職。主に年間約900人のシニアを対象にインタビューや取材、ワークショップを実施。



60-70代の災害への備え。完全でなくても知恵や工夫がある

2024年は元日から、能登半島地震がありました。直近も大雨による土砂災害、南海トラフ「巨大地震注意」呼びかけなど、相次いでいます。「度重なる災害で、防災意識は高まっているのではないかと予測しましたが、外れました。2021年時と比べ、防災意識が「高い方計」の割合は全体で約3ポイント減、60代は6ポイント減、70代は約3ポイント減。防災行政上、避難弱者に位置づけられているシニア女性の防災意識は低下しました。災害そのものに慣れ、危機意識が薄れつつあるのでしょうか。じっくり読み解くと、そんな単純なことでもないようです。「防災意識が低い」と回答した比率は変わらず、「どちらとも言えない」割合が増えました。この中立回答者も不安や関心はあるし、最低限の備えをしていることが分かりました。「水や食料」「トイレ」などの“レフィル防災グッズ”の備蓄割合は上昇。また、60-70代の3-4割が「乾電池やバッテリー（充電器）」「連絡用の通信機器」といった“デジタル防災グッズ”も備えています。では、なぜ？自由記述から「万全ではない」「まだ不足している」というやり残し感覚が「どちらとも言えない」につながっていることが分かりました。「基準が分からない」と正解を探す回答や「準備しても何が起こるか分からない」と不確実な未来を憂う様子もみられました。「備えや対策」よりも「不安や変動」が上回るため「どちらとも言えない」を選択したというわけです。昨今の災害は予測を超えてきますし、対策してもやりきれない気持ちになるのは当然です。

さて、備蓄品を見直している60-70代の8割以上が「年1回以上」行っていました。点検日を決めて習慣化したり、賞味・消費期限の早いものを先出しておいたりなど、備蓄品の見直しに関する生活上の知恵や工夫がみられました。近頃の想定外の災害に対する備え。人生のベテランである先輩たちに学ぶことはありそうです。

■女性誌販売部数No.1！ 50代からの生きかた・暮らしかた応援雑誌「ハルメク」

50代からの女性が前向きに明るく生きるための価値ある情報をお届けしています。健康、料理、おしゃれ、お金、著名人のインタビューなど、幅広い情報が満載です。また、雑誌「ハルメク」の定期購読者には、本誌とともに提供するカタログと、オンラインでの通信販売を行っています。販売している商材は、ファッション・インナー・コスメ・美容・健康など多岐にわたり、独自のシンクタンクである「ハルメク 生きかた上手研究所」を通じて利用者の声を徹底的に調査、反映した商品開発で、多くの女性から支持を得ています。

■ハルメク 生きかた上手研究所のシニアリサーチデータは、[「ハルメク シニアマーケティング LAB」](#)で掲載しています。

「ハルメク シニアマーケティング LAB」は、ハルメク世代（シニア）を顧客とする企業にとって有益な情報をお届けしている情報サイトです。ハルメクグループが提供する定期購読誌や通販等を通じて得たマーケティングデータや記事、シンクタンク「ハルメク 生きかた上手研究所」の調査レポートなど豊富な情報が満載です。