

インテージ 防災意識・行動を調査

「防災対策実施」5割越え、対策費用は前年比138% 能登半島地震から半年、被災地からの声で見た「必要な対策」とは

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:檜垣 歩、以下インテージ)は、全国15歳~79歳男女(5,000人)を対象に2024年7月25日~7月29日に実施した「防災意識に関する調査」の結果を公開します。

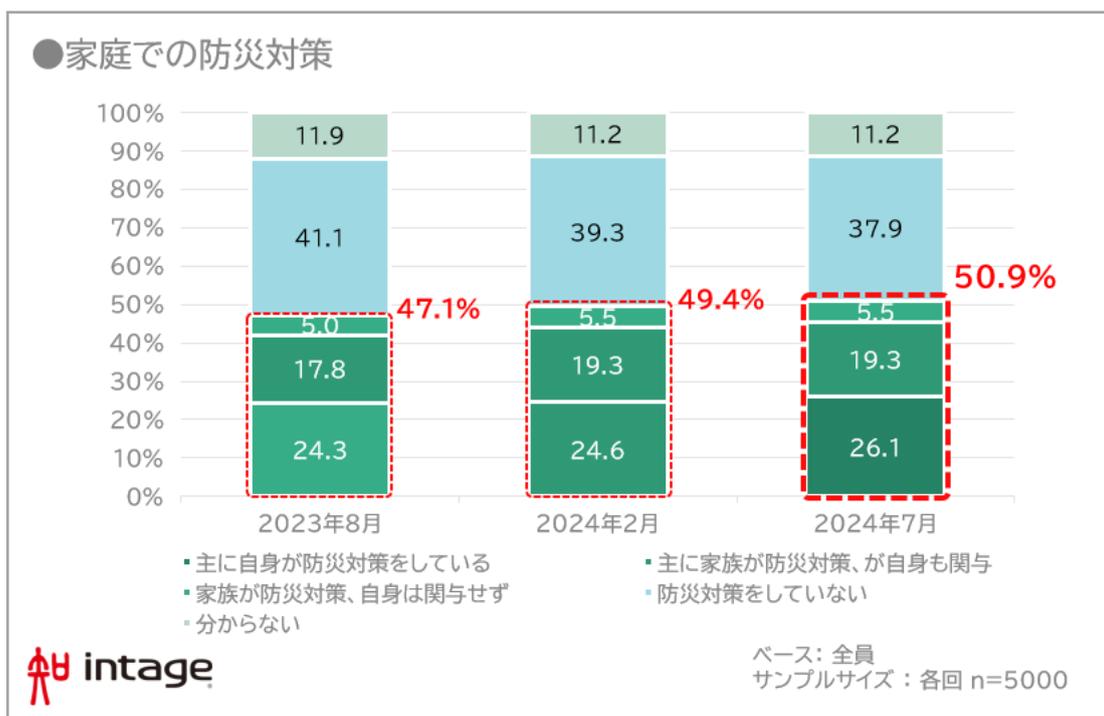
※調査は8月8日の宮崎県日向灘を震源とした地震発生より前に実施しております。

[ポイント]

- ・家庭での防災対策は、50.9%が「対策をしている」と回答。前年から3.8ポイント伸長
- ・家庭での過去1年間における対策費用は1人あたり平均2,831円。前年と比べて779円の増加。防災対策や費用への「物価高・円安影響あり」は85.5%と高水準
- ・不安を感じる脅威は、「地震」が86.9%でトップ、次いで「猛暑(高気温)」83.3%。「感染症や伝染病の爆発」も依然高く
- ・今後家庭で強化したい対策は、「住宅の耐震性チェック・耐震化」が富山県・石川県在住者の回答率が他エリアの2.5倍で大差。自治体に強化を希望する対策でも、「緊急・防災情報メール」「災害用トイレの設置」「避難所の環境改善」で顕著な差

今回の調査によると、「自身もしくは家族が防災対策をしている」と回答した割合は50.9%と、前年の47.1%よりも3.8ポイント上昇。能登半島地震発生翌月(2024年2月)の調査結果と比較しても1.5ポイント増加しています(図表1)。

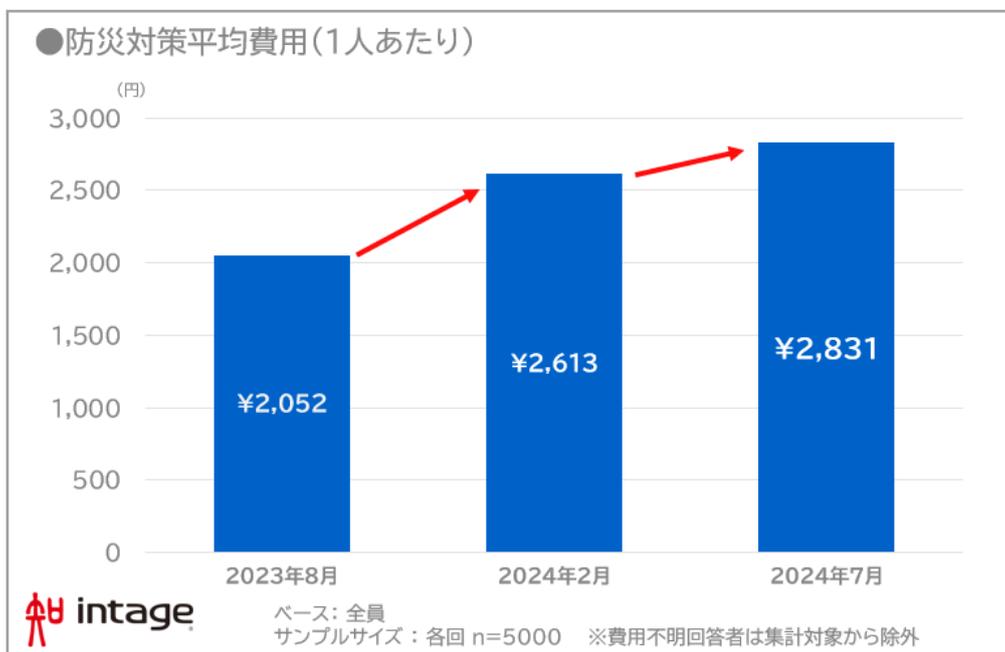
図表1



世帯人数別では、前年の対策実施率(32.0%)が最低だった「単身世帯」が37.4%と、最も大きい増加幅となりました。

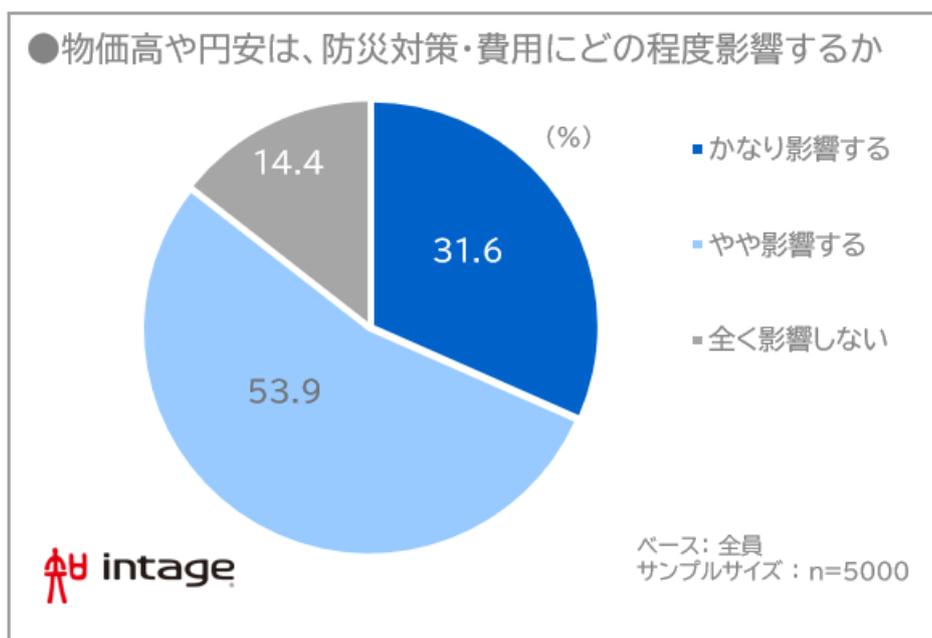
次に、防災対策費用を見てみます。以下の通り、過去1年間にかけた費用は、1人あたり平均2,831円となりました(図表2)。前年比で138.0%、779円の増加、今年2月からも218円上がっており、回を追うごとに増加傾向にあります。物価高によって対策費用が押し上げられている面もありますが、対策実施率も上昇していることから、生活者の防災意識が前年より高まっていることが分かります。

図表 2



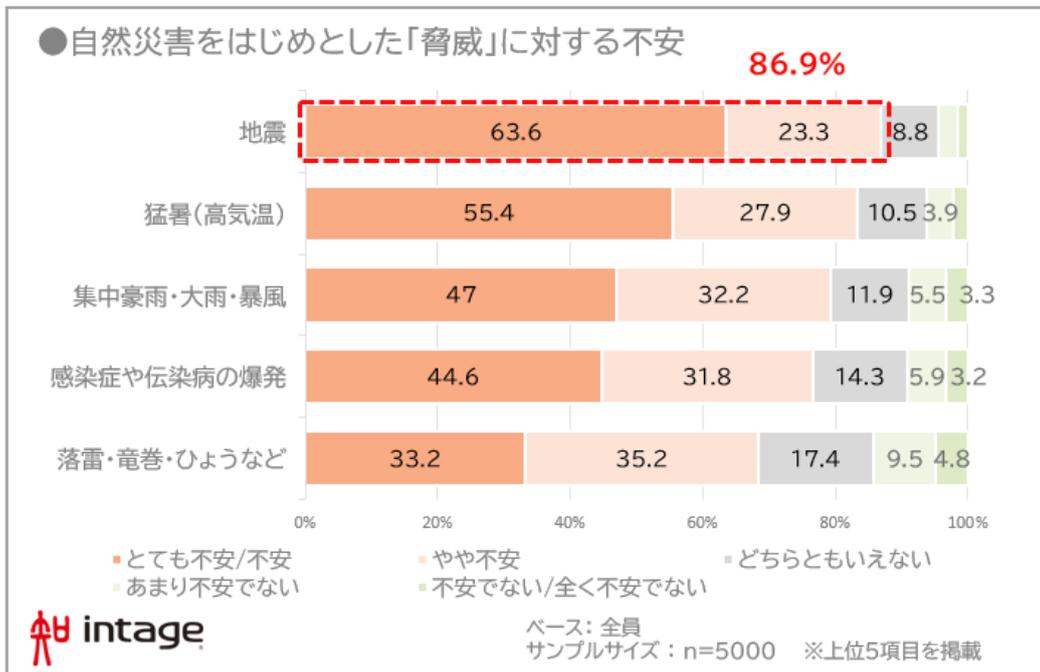
物価高や円安が防災対策や対策費用に影響するかを確認したところ、「かなり影響する」「やや影響する」が合計で85.5%でした(図表3)。経済状況の変動が防災対策に対する意識や行動に強く影響していることが明確に。昨今の災害発生を考えると「生活の先行き不安さえなければもっとしっかり備えたい」と考える層も一定存在することが示唆されます。

図表 3



自然災害などの脅威への不安感については、「地震」がトップで86.9%、次いで「猛暑(高気温)」の83.3%。「感染症や伝染病の爆発」(76.4%)も、今回調査実施時期にコロナ流行が重なったこともあり依然として上位でした(図表4)。

図表4

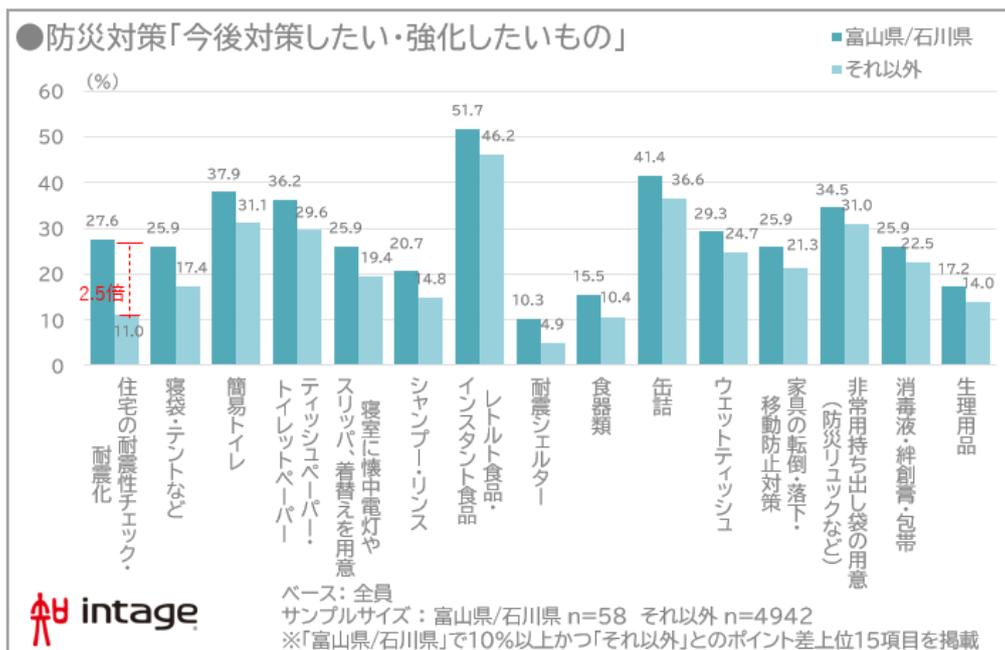


今年元旦に発生した能登半島地震。甚大な被害となったエリアに近い石川県・富山県在住者(※)にフォーカスしてデータを見てみると、過去1年間の対策費用は平均3,884円と、それ以外の県と比較すると1,066円と大きな支出差がありました。

さらに、今後対策したい・強化したい防災対策を確認したところ、「住宅の耐震性チェック・耐震化」をあげた割合が、石川県・富山県在住者で27.6%、他県在住者(11.0%)のおよそ2.5倍と顕著な差が見られました(図表5)。

※今回調査は、依頼エリアとして輪島市、珠洲市、能登町(キューモニターのみ左記に加えて七尾市、志賀町、穴水町)を除外して配信

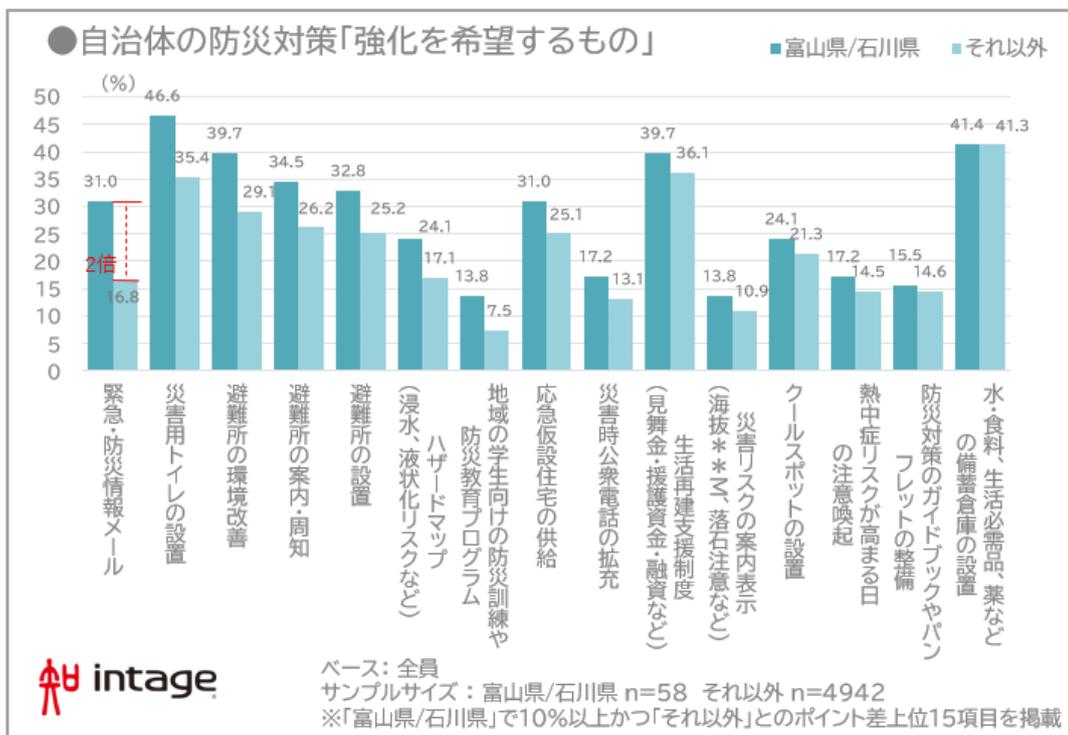
図表5



同様に、自治体の防災対策への強化希望についても見てみましょう。こちらは、「緊急・防災情報メール」が富山県・石川県在住者とそれ以外でのポイント差トップでした。およそ2倍となっています。次いで「災害用トイレの設置」「避難所の環境改善」、こちらは全国的な需要も高く、直近の両県在住者ではさらに高い結果です(図表6)。

能登半島地震の被災地では、避難生活が長引くなどして体調を崩す人や命を落とす人も増えており、避難場所の環境やストレスなどが指摘されています。政府や自治体への要望・期待が大きいことは間違いなさそうです。

図表 6



使用したデータ

【インテージのネットリサーチによる自主調査データ】 <https://www.intage.co.jp/service/research/net/>
 <全調査共通>

調査地域: 日本全国

対象者条件: 15~79歳の男女

標本抽出方法: 弊社「マイティモニター」より抽出しアンケート配信

標本サイズ: n=5000 ※国勢調査にもとづき性別・年代・地域を母集団構成に合わせて回収

<2024年7月調査>

調査実施時期: 2024年7月25日(木)~7月29日(月)

<2024年2月調査>

調査実施時期: 2024年2月9日(金)~2月14日(水)

<2023年8月調査>

調査実施時期: 2023年8月4日(金)~8月9日(水)

【株式会社インテージ】 <https://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージは1960年に創業。インテージグループとしてアジア No.1*であるマーケティングリサーチ/インサイト事業に加えてマーケティングソリューション事業を展開し、9か国の海外拠点とともに国内外の企業・団体のマーケティング活動を総合的に支援しています。事業ビジョンとして“Create Consumer-centric Values”を掲げ、深い生活者理解とデータ活用の高度化による顧客企業支援を通じ、生活者の幸せの実現を目指しています。

*「ESOMAR's Global Top-50 Insights Companies 2024」に基づく(グループ連結売上高ベース)

【報道機関からのお問い合わせ先】

■株式会社インテージ 広報担当: 下河原(しもがわら) / 依田(よだ) / 森(もり)

TEL: 03-5294-6000

サイト「お問い合わせフォーム」 <https://www.intage.co.jp/contact/>