

# 災害への備えと対応に関する 意識・実態調査報告書

---

2011年10月

財団  
法人 経済広報センター

## はじめに

---

未曾有の被害をもたらした東日本大震災は、安全・安心な生活と、それを守るための平素からの防災・減災への取り組みや投資の大切さを、あらためて認識する機会となりました。

そこで、経済広報センターは、全国の様々な職種、世代により構成されている当センターの「社会広聴会員」を対象に、東日本大震災をもとに、生活者や企業における災害時への備えと対応などについて、調査することにしました。

今回の調査結果からは、生活者の大多数が何らかの備え・対策を行っており、約半数は「非常用品の準備」「食料、飲料水の備蓄」「日用品の備蓄」をしているものの、3人に2人は自身の備えを不十分と感じていることが確認できました。

他方、企業の備え（危機管理対策、事業継続計画など）については、4人に3人が十分ではなかったと批判的な一方で、同程度の人が企業は被災地支援によく取り組んでいると評価していることが分かりました。今後の復興に向けて、企業には、「節電・省エネルギーに向けた取り組み」「被災従業員、または事業再開・復旧に尽力する従業員への十分な配慮・ケア」「原発事故の収束に向けた取り組みや連携の強化」を特に期待しているようです。

本報告書が、生活者と企業の皆さまが防災・減災対策の一層の強化・充実に取り組む上での一助になれば幸甚です。

財団法人経済広報センター  
常務理事・事務局長  
中山 洋

# 目 次

---

はじめに	1
調査結果の概要	4
調査結果データ	
I. 生活者の災害への備えと対応	
1. 災害対策の状況	8
2. 震災前に行っていた災害対策	10
3. 震災後、新たに行った、または充実させた災害対策	11
4. 被災地支援の状況	13
5. 震災以降の意識・価値観・行動の変化	
(1) 家族・仕事	16
(2) 生活・社会	17
II. 企業の災害への備えと対応	
1. 企業の災害対策に期待すること	18
2. 良い印象を持った企業の震災対応	19
3. 企業の災害対策への評価	20
4. 企業の被災地支援活動への評価	21
5. 復興に向けて企業に望むこと	22

## 調査結果の概要

---

### 1. 3人に2人が、自身の災害への備えは「不十分」と認識

自分自身の災害への備えについて、「どちらかといえば備えは不十分」が46%、「備えは全く不十分」が20%と、合わせて66%が備えは不十分と回答している。

### 2. 2人に1人が、震災前に「非常用品（懐中電灯、医薬品、ラジオ、ヘルメットなど）の準備」「食料、飲料水の備蓄」「日用品の備蓄」を対策済み

東日本大震災の発生前に、災害への備えとして行っていた対策として、「非常用品の準備」(56%)、「食料、飲料水の備蓄」(55%)、「日用品の備蓄」(51%)が上位に挙げられた。

「特に何もしていなかった」のは12%であり、大多数は何らかの備え・対策をとっていた。

### 3. 東日本大震災に関連して、約9割が「義援金・支援金」を寄付

東日本大震災に関連して、約9割が「義援金・支援金の寄付」(87%)をしたと回答している。これに次ぐ支援は「被災地の製品の購入」(35%)である。「特に支援活動はしていない」は7%に過ぎず、回答者のほとんどが、何らかの被災地支援を行っている。

なお、「ボランティア活動への参加」をしたのは7%である。その活動内容を聞いたところ、約半数が「義援金・支援金の収集など」(47%)と回答している。次いで多いのは「支援物資の収集など」で37%。「被災地や避難所での活動」には回答者の約3割(29%)が参加している。

### 4. 災害への備え・対応として企業に期待することは、「従業員への安全配慮・安全確保」「顧客・周辺住民への安全配慮・安全確保」「商品・サービス提供の維持、または速やかな復旧・再開」が上位3項目

企業の災害への備えや対応として期待することを聞いたところ、「従業員への安全配慮・安全確保」(69%)、「顧客・周辺住民への安全配慮・安全確保」(61%)、「商品・サービス提供の維持、または速やかな復旧・再開」(60%)の回答割合が高い。

「被災状況や復旧作業に関する適切な広報活動・情報開示」(45%)が続き、上位4位までを災害・危機対応に関連する項目が占める。

**5. 4人に3人が、企業の備え（危機管理対策、事業継続計画など）は「十分ではなかった」**

東日本大震災における企業の備え（危機管理対策、事業継続計画など）は十分だったと思うかについては、半数が「あまりそう思わない」と回答し、「そう思わない」（25%）を合わせると、75%が「十分ではなかった」と回答している。

**6. 4人に3人が、企業は被災地支援活動（義援金の拠出、物資の提供、チャリティー商品の販売など）によく取り組んでいると評価**

東日本大震災において、企業は、被災地への支援活動（義援金の拠出、物資の提供、チャリティー商品の販売など）によく取り組んでいると思うかについては、61%が「どちらかという、そう思う」と回答し、「そう思う」（16%）を合わせると、77%が「よく取り組んでいる」と肯定的な評価である。

**7. 東日本大震災からの復興に向けて、今後、企業に望むことは、「節電・省エネルギーに向けた取り組み」「被災従業員、または事業再開・復旧に尽力する従業員への十分な配慮・ケア」「原発事故の収束に向けた取り組みや連携の強化」が上位3項目**

東日本大震災からの復興に向けて、今後、企業に望むことを聞いたところ、「節電・省エネルギーに向けた取り組み」（63%）、「被災従業員、または事業再開・復旧に尽力する従業員への十分な配慮・ケア」（62%）、「原発事故の収束に向けた取り組みや連携の強化」（61%）の回答割合が約6割と、高い。「被災地・被災者を中心とする雇用の拡大・維持」（49%）、「震災・放射能被害による業績や商品・サービスへの影響にかかる情報公開」（45%）が約5割で続く。

- 調査対象：3,167人
- 調査方法：インターネットによる回答選択方式および自由記述方式
- 調査期間：2011年7月21日～8月1日
- 有効回答：2,056人（64.9%）
- 回答者の属性：
  - 男女別：男性（893人、43.4%）、女性（1,163人、56.6%）
  - 世代別：29歳以下（128人、6.2%）、30歳代（280人、13.6%）、40歳代（512人、24.9%）、50歳代（523人、25.4%）、60歳以上（613人、29.8%）
  - 職業別：会社員・団体職員・公務員（878人、42.7%）、会社役員・団体役員（94人、4.6%）、自営業・自由業（178人、8.7%）、パートタイム・アルバイト（246人、12.0%）、専業主婦・夫（362人、17.6%）、学生（28人、1.4%）、無職・その他（270人、13.1%）
  - 居住地別：東日本（1,252人、60.9%）、西日本（795人、38.7%）

東日本……北海道、青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、新潟県、山梨県、長野県、静岡県の18都道県

西日本……富山県、石川県、福井県、岐阜県、愛知県、三重県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県、高知県、福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県の29府県

# 調査結果 データ

---

# I. 生活者の災害への備えと対応

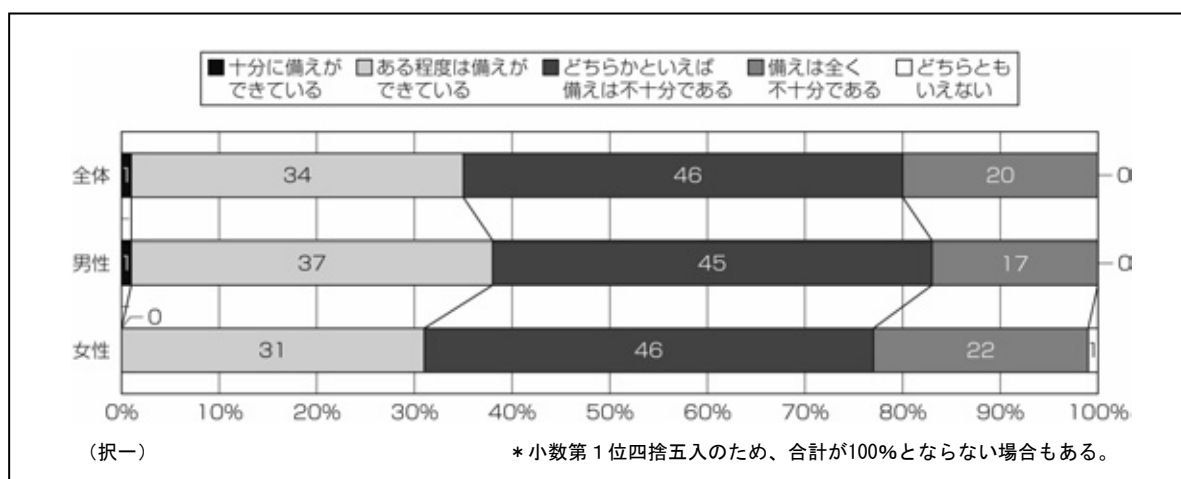
## 1. 災害対策の状況

3人に2人が、自身の災害への備えは「不十分」と認識

自分自身の災害への備えについて、「どちらかといえば備えは不十分」が46%、「備えは全く不十分」が20%と、合わせて66%が不十分と回答している。（図1）

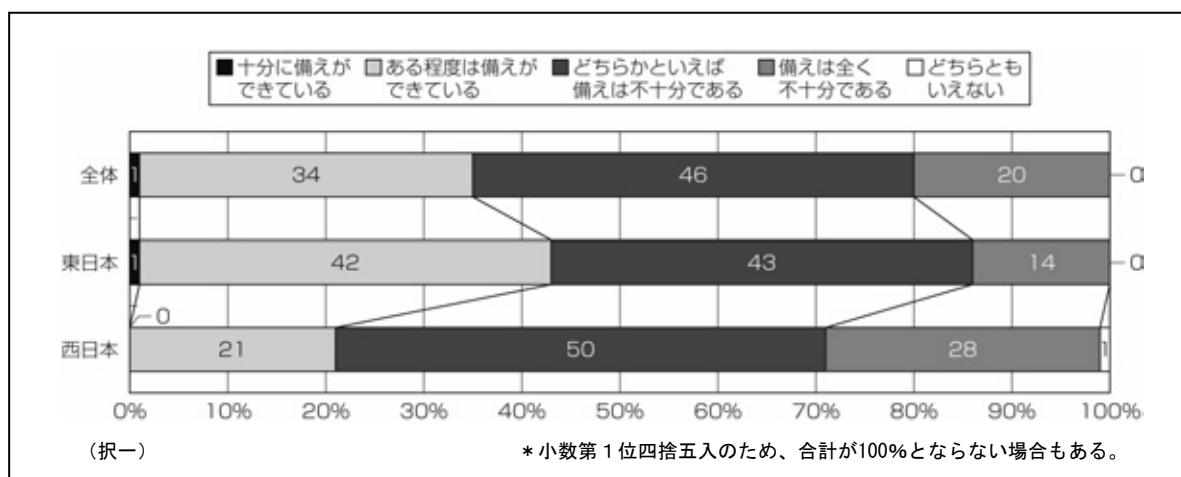
男女別（図1）に見ると、「備えは不十分（どちらかといえば／全く）」との回答は、男性62%、女性68%と、女性が6ポイント上回る。

図1 災害対策の状況（全体・男女別）



居住地を西日本、東日本に分けて比較（図2）すると、「備えは不十分（どちらかといえば／全く）」との回答は、西日本（78%）が東日本（57%）を21ポイント上回っている。

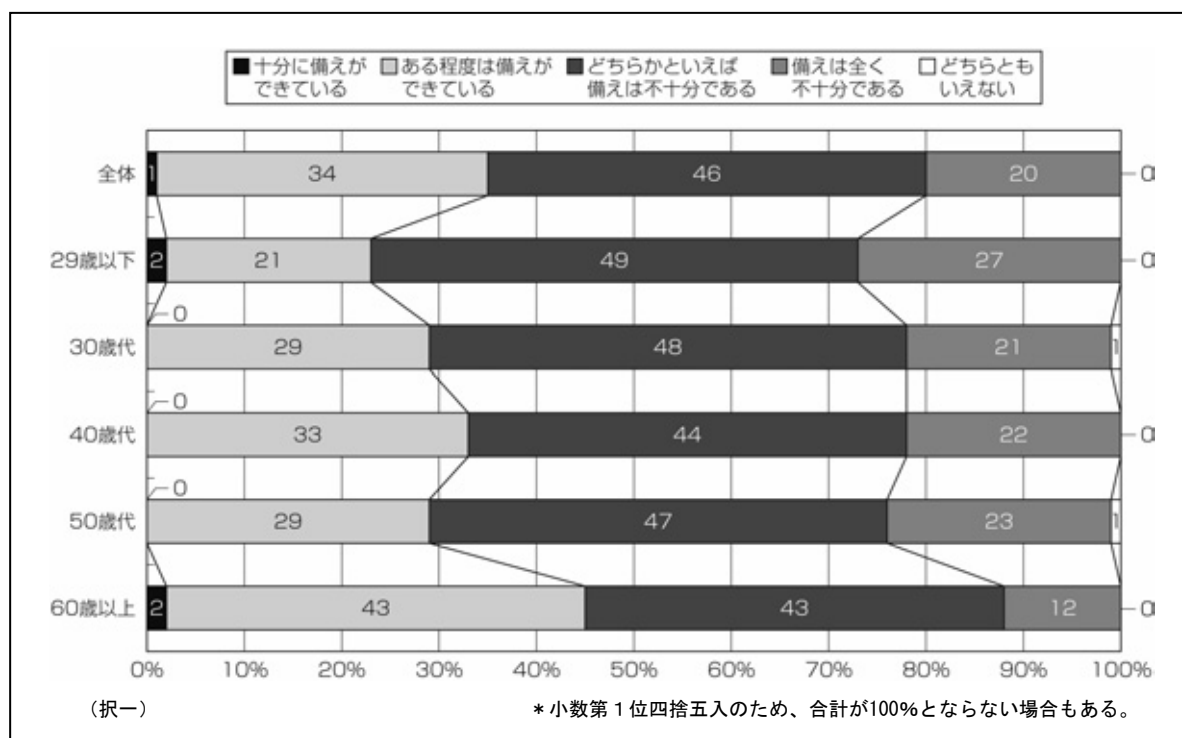
図2 災害対策の状況（全体・居住地別）





世代別（図3）で見ると、「備えは不十分（どちらかといえば／全く）」との回答は、29歳以下の世代（76%）で最も高く、60歳以上の世代（55%）で最も低い。すべての世代を通じて、「備えは不十分（どちらかといえば／全く）」との回答が過半数を占める。

図3 災害対策の状況（全体・世代別）



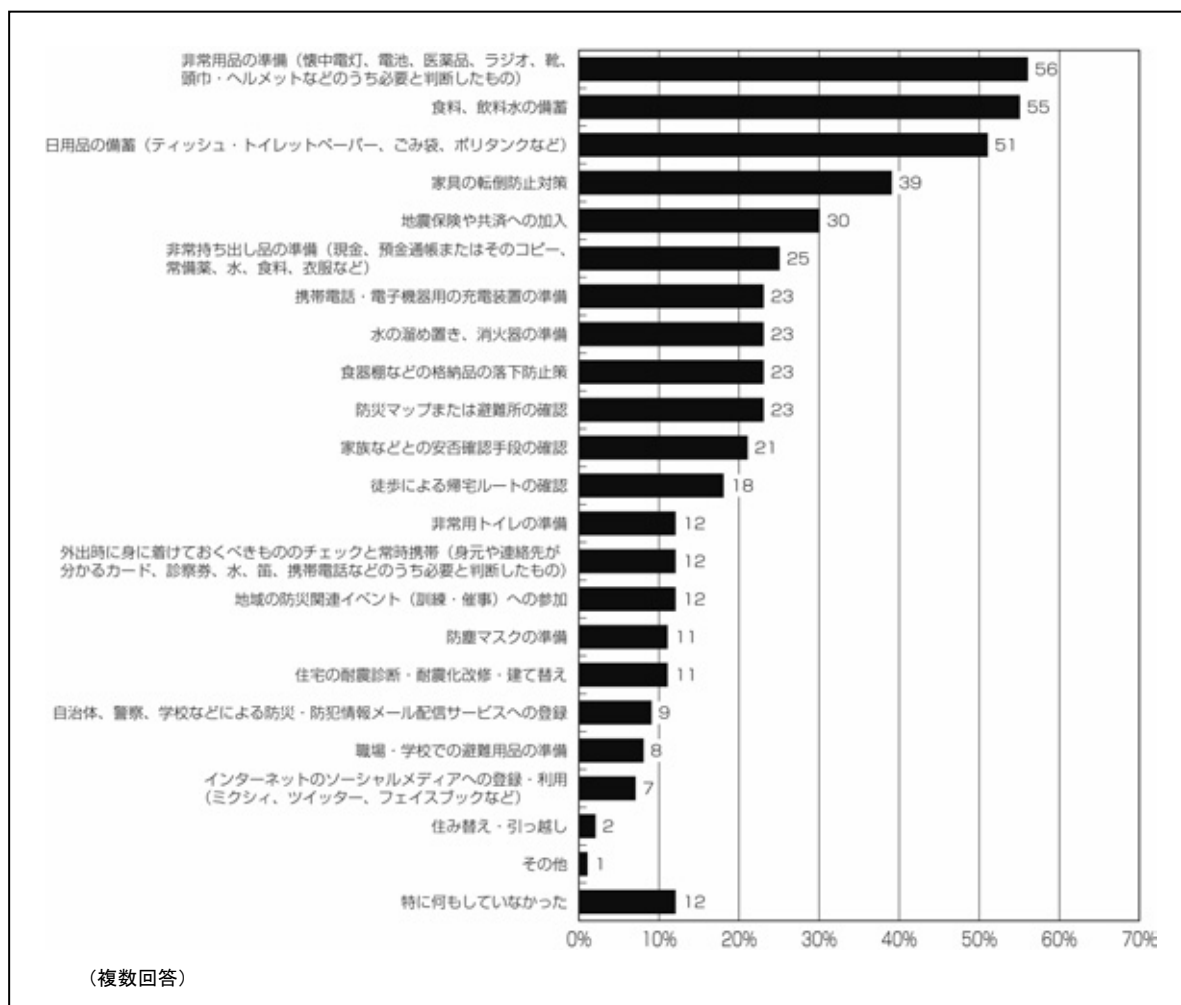
## 2. 震災前に行っていた災害対策

2人に1人が、震災前に「非常用品（懐中電灯、医薬品、ラジオ、ヘルメットなど）の準備」「食料、飲料水の備蓄」「日用品の備蓄」を対策済み

東日本大震災の発生前に、災害への備えとして行っていた対策として、「非常用品の準備（懐中電灯、電池、医薬品、ラジオ、靴、頭巾・ヘルメットなどのうち必要と判断したもの）」（56%）、「食料、飲料水の備蓄」（55%）、「日用品の備蓄（ティッシュ・トイレットペーパー、ごみ袋、ポリタンクなど）」（51%）が上位に挙げられ、およそ2人に1人が震災前にこれらの対策を講じていた。

「特に何もしていなかった」のは12%であり、大多数は何らかの備え・対策をとっていた。（図4）

図4 震災前に行っていた災害対策（全体）

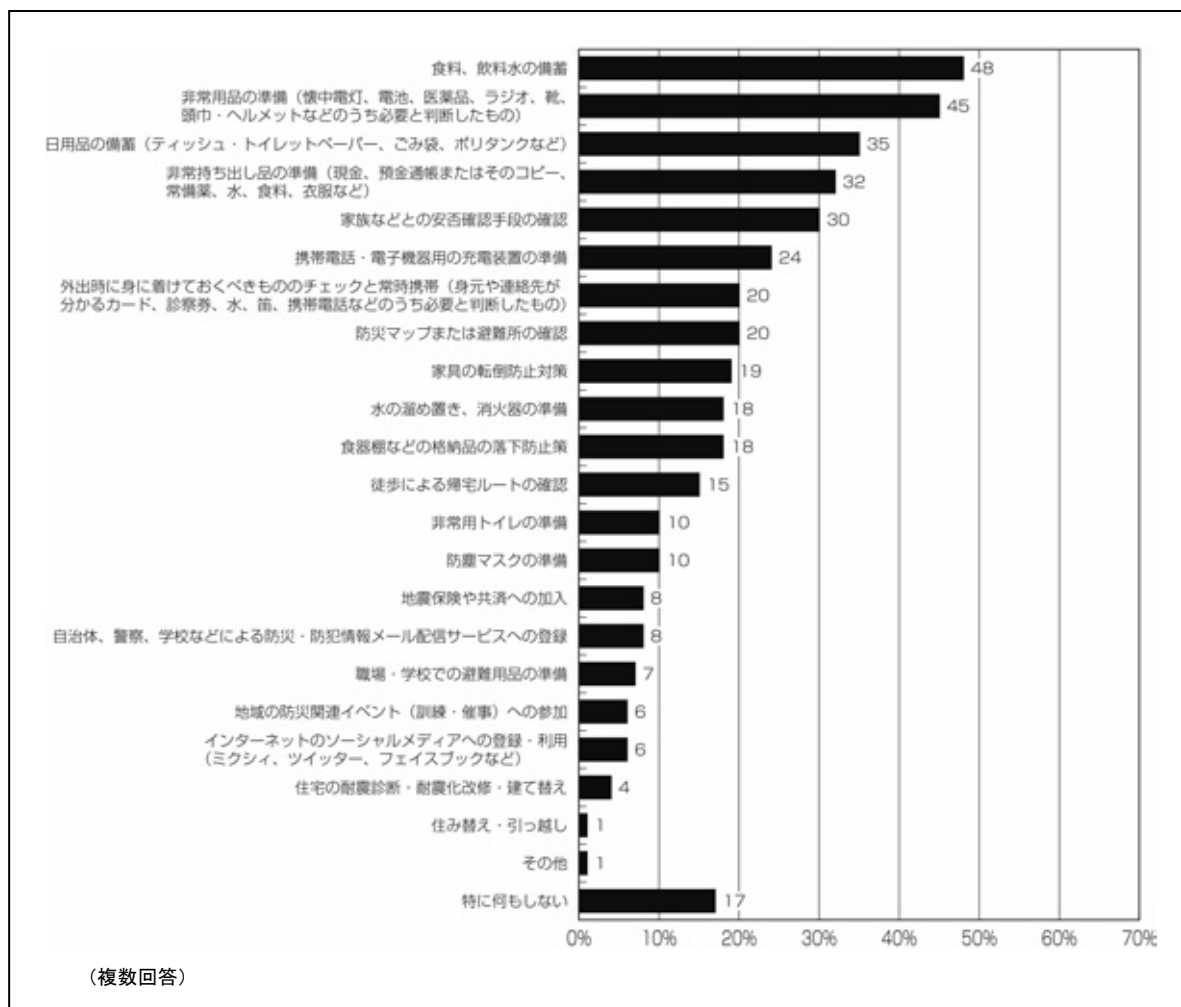


### 3. 震災後、新たに行った、または充実させた災害対策

震災を契機に、「非常持ち出し品の準備」「家族などとの安否確認手段の確認」「携帯電話・電子機器用の充電装置の準備」「外出時に身に着けておくべきもののチェックと常時携帯」への意識が高まる

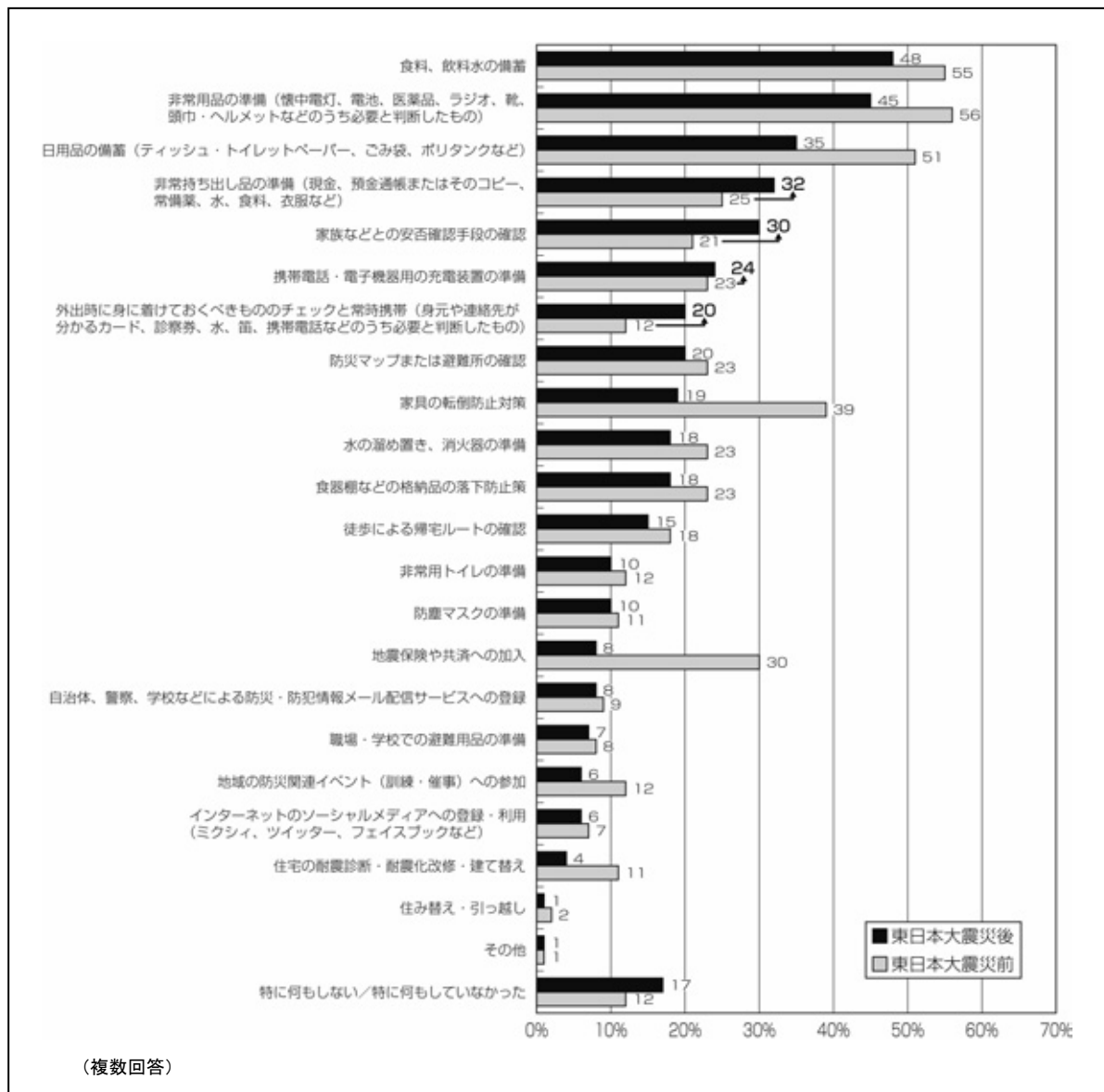
東日本大震災の発生後に、災害への備えとして新たに行なったこと、またはより充実させたことは何か（今後、行おうとしていることも含めて）を聞いたところ、「食料、飲料水の備蓄」（48%）、「非常用品の準備（懐中電灯、電池、医薬品、ラジオ、靴、頭巾・ヘルメットなどのうち必要と判断したもの）」（45%）、「日用品の備蓄（ティッシュ・トイレットペーパー、ごみ袋、ポリタンクなど）」（35%）が上位3項目となっている。これらは震災前に既に行っていた対策上位3項目と同じであり、震災後も変わらず重要と認識され、一層の充実をめぐる人も多いようだ。（図5）

図5 震災後、新たに行なった、または充実させた災害対策（全体）



震災前後の対策の変化(図6)を見ると、震災後の数値が震災前を上回ったのは、「非常持ち出し品の準備(現金、預金通帳またはそのコピー、常備薬、水、食料、衣服など)」(25%→32%)、「家族などとの安否確認手段の確認」(21%→30%)、「携帯電話・電子機器用の充電装置の準備」(23%→24%)、「外出時に身に着けておくべきもののチェックと常時携帯(身元や連絡先が分かるカード、診察券、水、笛、携帯電話などのうち必要と判断したもの)」(12%→20%)の4つの備えで、このたびの震災を受けて意識が高まっている。

図6 震災前後の対策の変化(図4・図5の合成)



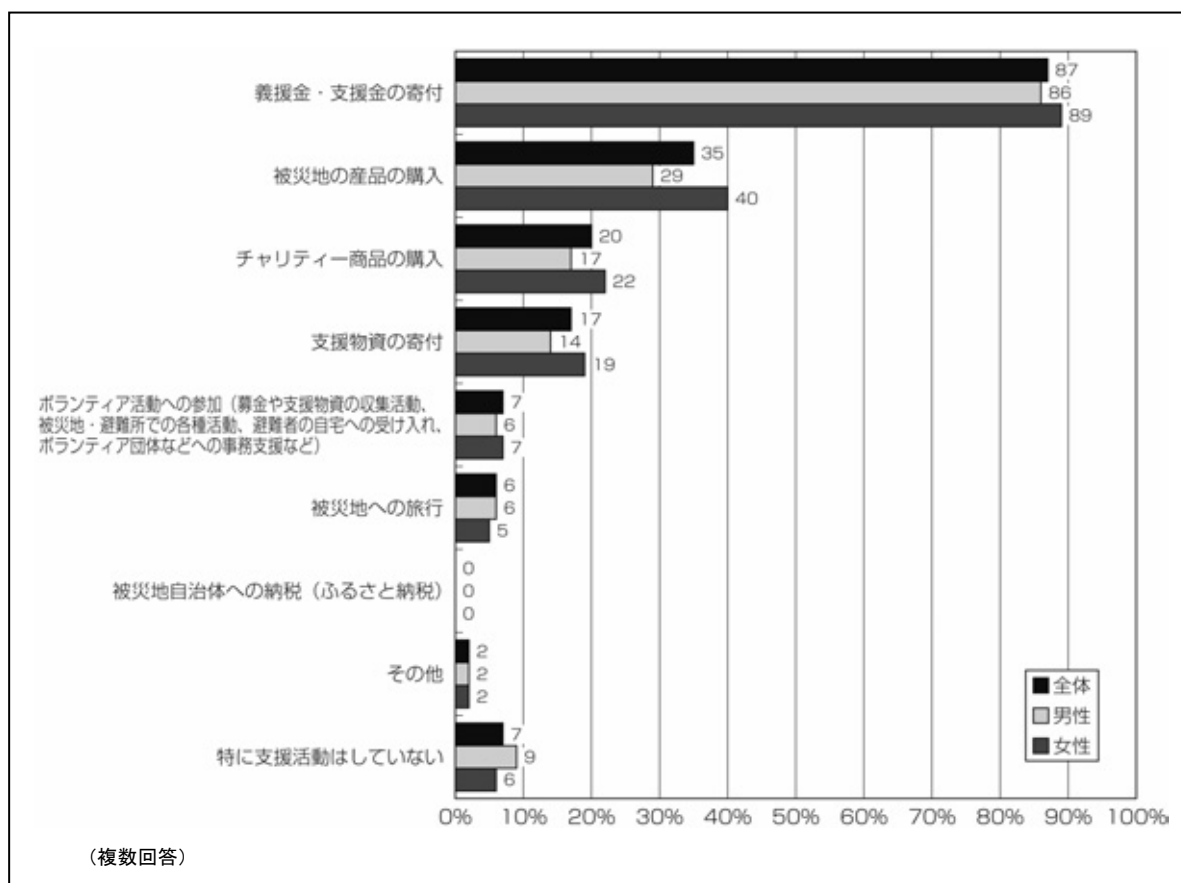
## 4. 被災地支援の状況

東日本大震災に関連して、約9割が「義援金・支援金」を寄付

東日本大震災に関連して、義援金、物資の寄付や、ボランティアなどの支援活動をしたかを聞いたところ、約9割が「義援金・支援金の寄付」(87%)をしたと回答している。これに次ぐ支援は「被災地の製品の購入」(35%)で、およそ3人に1人が行っている。なお、「ボランティア活動への参加(募金や支援物資の収集活動、被災地・避難所での各種活動、避難者の自宅への受け入れ、ボランティア団体などへの事務支援など)」をしたのは7%である。

「特に支援活動はしていない」は7%に過ぎず、回答者のほとんどが、何らかの被災地支援を行っている。(図7)

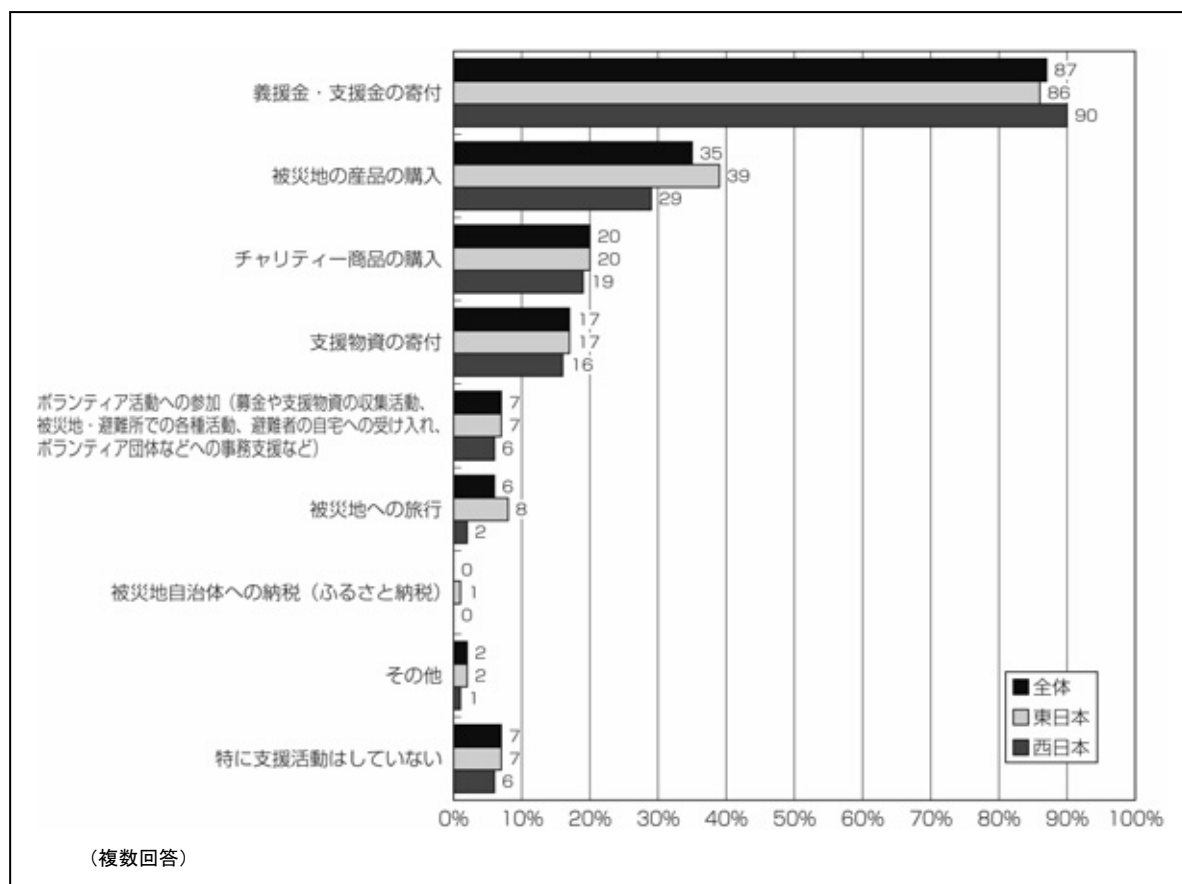
図7 被災地支援の状況(全体・男女別)



居住地を西日本、東日本に分けて比較（図8）すると、顕著な違いは見られない。

被災地から相対的に遠いため、西日本では「被災地の製品の購入」（29%）、「被災地への旅行」（2%）が東日本に比べてそれぞれ10ポイント、6ポイント低いですが、「特に支援活動はしていない」との回答割合は東日本（7%）と西日本（6%）に大きな差はなく、支援活動は全国を通じて行われている。

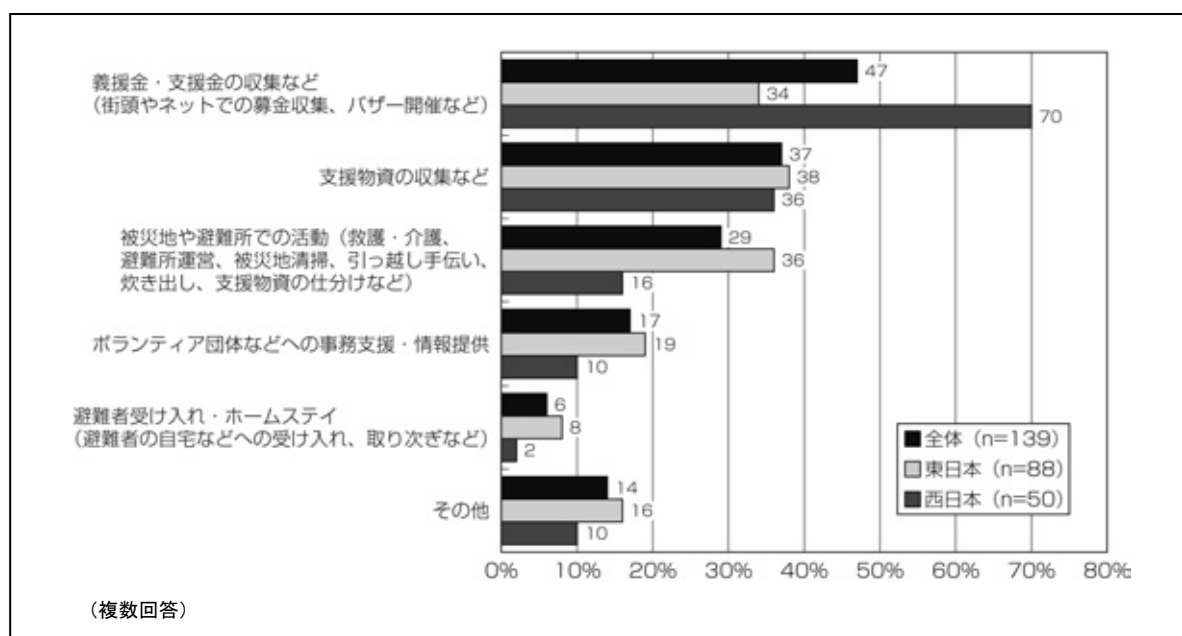
図8 被災地支援の状況（全体・居住地別）



東日本大震災に関連して、ボランティア活動に参加したとの回答者（7%（図7・図8））に、「どのような活動を行ったか」を聞いたところ、約半数が「義援金・支援金の収集など（街頭やネットでの募金収集、バザー開催など）」（47%）と回答している。次いで多いのは「支援物資の収集など」で37%。「被災地や避難所での活動（救護・介護、避難所運営、被災地清掃、引っ越し手伝い、炊き出し、支援物資の仕分けなど）」には回答者の約3割（29%）が参加している。（図9）

居住地を東日本、西日本に分けて比較（図9）すると、東日本では、「義援金・支援金の収集など」（34%）、「支援物資の収集など」（38%）、「被災地や避難所での活動」（36%）がほぼ同水準である。一方、西日本では「義援金・支援金の収集など」が70%と、他の活動の参加割合を大きく上回り、地理的な要因から「被災地や避難所での活動」（16%）、「避難者受け入れ・ホームステイ（避難者の自宅などへの受け入れ、取り次ぎなど）」（2%）が東日本に比べてそれぞれ20ポイント、6ポイント低い。

図9 ボランティア活動の内容（全体・居住地別）



## 5. 震災以降の意識・価値観・行動の変化

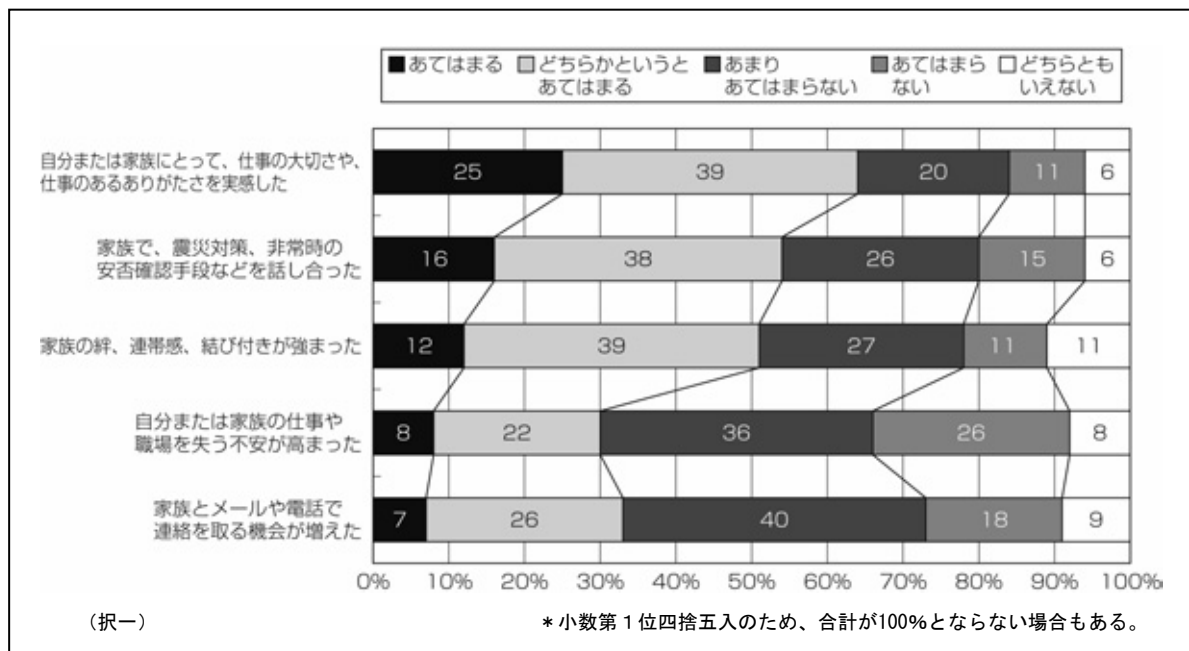
### (1) 家族・仕事

震災以降に「家族の絆、連帯感、結び付きが強まった」について、「あてはまる（あてはまる／どちらかというと）」が51%、「あてはまらない（あまり／あてはまらない）」が38%

震災以降の「家族・仕事」に対する意識、価値観、行動の変化について聞いたところ、「あてはまる（あてはまる／どちらかというと）」は、「自分または家族にとって、仕事の大切さや、仕事のあるありがたさを実感した」が64%と最も多い。

「家族の絆、連帯感、結び付きが強まった」については、「あてはまる（あてはまる／どちらかというと）」が51%、「あてはまらない（あまり／あてはまらない）」が38%と、いずれかに大きく偏ってはいない。（図10）

図10 震災以降の家族・仕事に対する意識・価値観・行動の変化（全体）





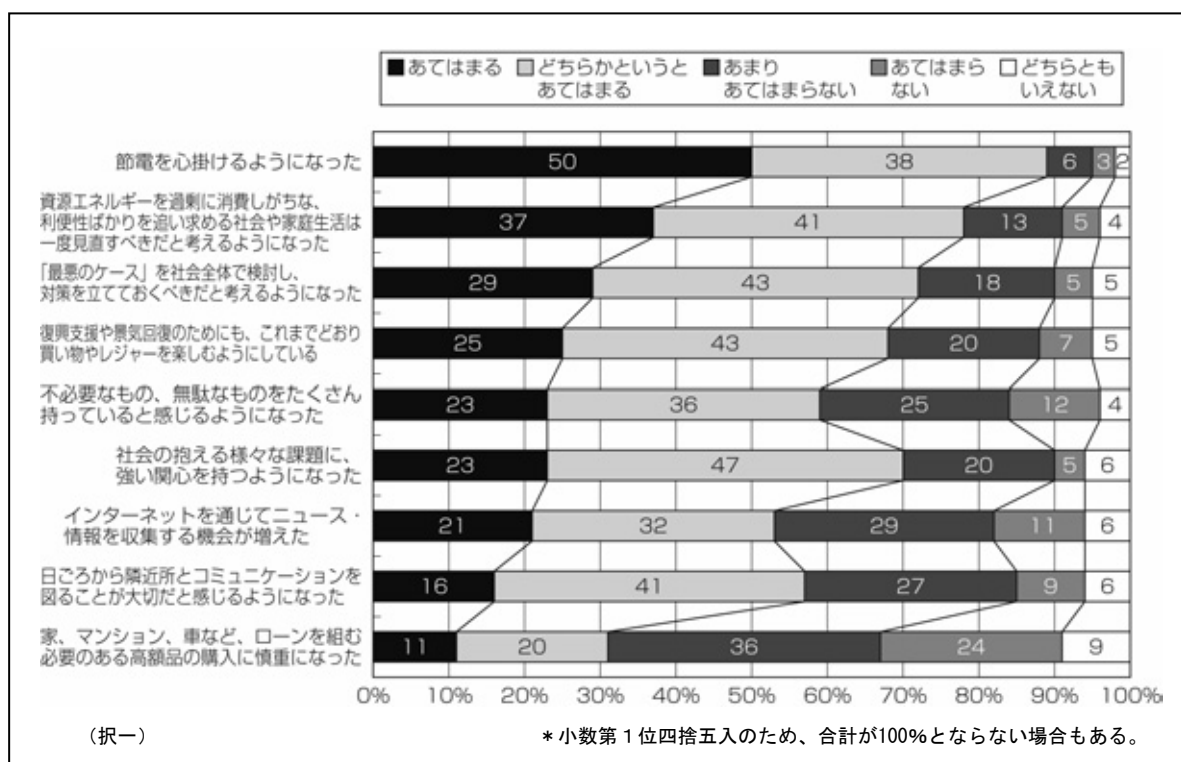
## (2) 生活・社会

「節電」については、約9割が心掛けるようになった。また、「資源エネルギーを過剰に消費しがちな、利便性ばかりを追い求める社会や家庭生活は一度見直すべきだと考えるようになった」「『最悪のケース』を社会全体で検討し、対策を立てておくべきだと考えるようになった」「社会の抱える様々な課題に、強い関心を持つようになった」が、それぞれ7～8割に達している。

震災以降の「生活・社会」に対する意識、価値観、行動の変化について聞いたところ、「あてはまる（あてはまる／どちらかというと）」が最も多いのは、「節電を心掛けるようになった」（88%）である。

また、「資源エネルギーを過剰に消費しがちな、利便性ばかりを追い求める社会や家庭生活は一度見直すべきだと考えるようになった」（78%）、「『最悪のケース』を社会全体で検討し、対策を立てておくべきだと考えるようになった」（72%）、「社会の抱える様々な課題に、強い関心を持つようになった」（70%）といった意識の変化を肯定する回答（「あてはまる（あてはまる／どちらかというと）」）が約7～8割に達している。（図11）

図11 震災以降の生活・社会に対する意識・価値観・行動の変化（全体）



## II. 企業の災害への備えと対応

### 1. 企業の災害対策に期待すること

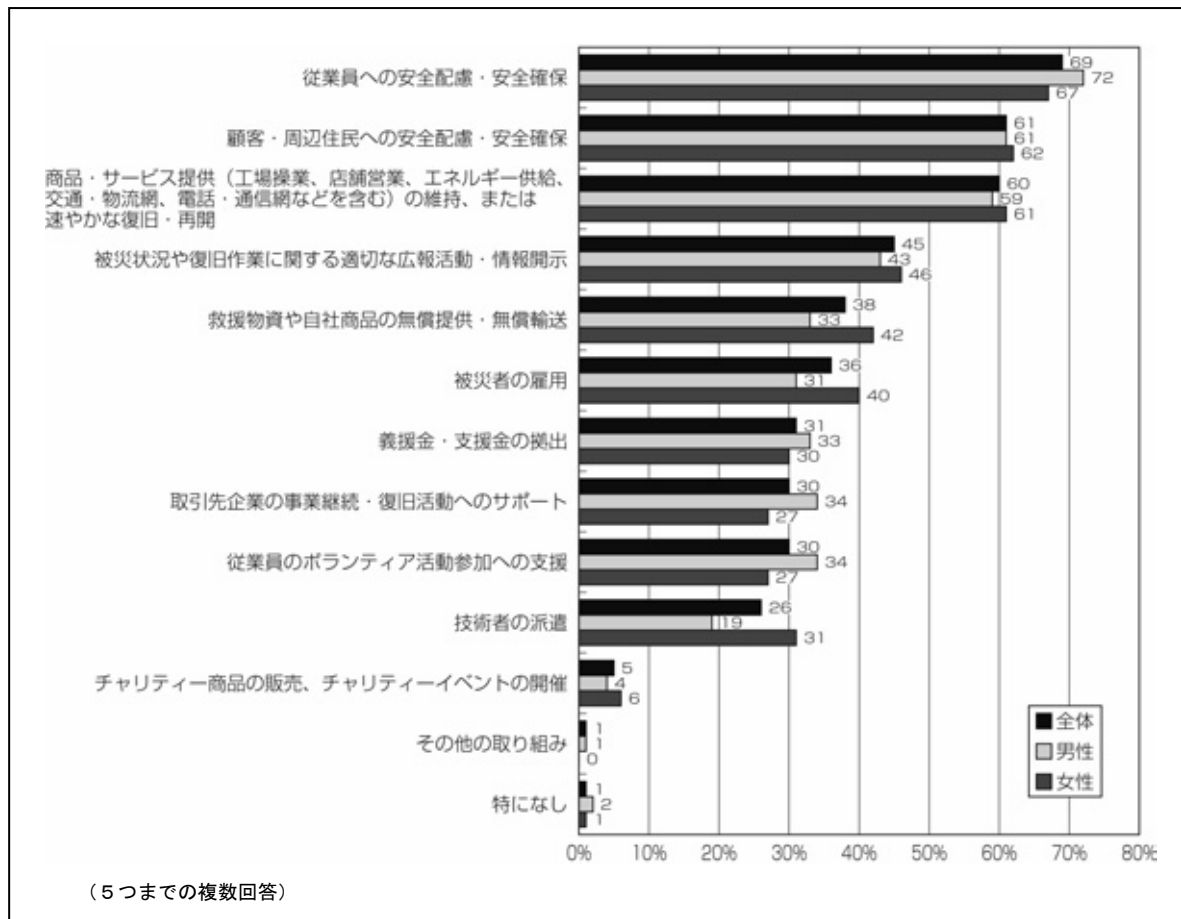
災害への備え・対応として企業に期待することは、「従業員への安全配慮・安全確保」「顧客・周辺住民への安全配慮・安全確保」「商品・サービス提供の維持、または速やかな復旧・再開」が上位3項目

企業の災害への備えや対応として期待することを聞いたところ、「従業員への安全配慮・安全確保」(69%)、「顧客・周辺住民への安全配慮・安全確保」(61%)、「商品・サービス提供(工場操業、店舗営業、エネルギー供給、交通・物流網、電話・通信網などを含む)の維持、または速やかな復旧・再開」(60%)の回答割合が高い。

「被災状況や復旧作業に関する適切な広報活動・情報開示」(45%)が続き、上位4位までを災害・危機対応に関連する項目が占める。

「救援物資や自社商品の無償提供・無償輸送」(38%)、「被災者の雇用」(36%)など被災地支援にかかる項目は第5位以降に挙げられている。(図12)

図12 企業の災害対策に期待すること(全体・男女別)



## 2. 良い印象を持った企業の震災対応

---

東日本大震災への対応で企業が行った様々な取り組み（危機対応、事業継続・早期復旧活動、被災地支援など）のうち、良い印象を持ったものを聞いた。主な企業や業種、その取り組みは以下の通り。

### 企業とその取り組み（主なもの）

#### ■イオングループ

- ・被災地にある店舗の早期の再開
- ・買い物のポイントの一部を義援金とした

#### ■NTTグループ

- ・電話回線の早期復旧活動
- ・災害用伝言ダイヤルなど安否確認手段の提供

#### ■オリエンタルランド

- ・来園者の安全確保（避難誘導、臨機応変な商品の抛却、食料の提供など）

#### ■セブン&アイ・ホールディングス

- ・早期の店舗の営業再開
- ・おにぎりなどの支援物資の提供

#### ■ソフトバンク

- ・義援金・支援金の抛却
- ・自然エネルギーによる発電事業への参入計画

#### ■トヨタ自動車

- ・東北での事業拠点拡張による復興支援
- ・東北での技術者訓練校の立ち上げなど

#### ■パナソニック

- ・乾電池、懐中電灯など自社商品の被災地への無償提供

#### ■ファーストリテイリング

- ・義援金・支援金の抛却
- ・衣類の無償提供

#### ■ヤマトホールディングス

- ・荷物1個につき10円の義援金の抛却
- ・被災地内での救援物資の輸送支援

#### ■ローソン

- ・迅速な店舗復旧と配送網の再構築
- ・おにぎり空輸など震災直後の物資輸送

### 業種と取り組み（主なもの）

#### ■飲食業

- ・現地での炊き出し
- ・避難所への食事の提供

#### ■運送

- ・救援物資・緊急品の輸送協力
- ・早期の配送の復旧

#### ■ガス

- ・全国のガス会社が集結し、業界を挙げての復旧活動

#### ■建設

- ・被災地でのインフラ復旧
- ・技術者の派遣、従業員のボランティア活動

#### ■小売・流通

- ・早期（仮）復旧と商品供給に注力
- ・帰宅難民へのサポート

#### ■自動車

- ・休業日変更による節電への取り組み
- ・取引先企業の復旧のため技術者派遣

#### ■食品

- ・救援物資や自社商品の提供
- ・水やお茶の提供

#### ■生活用品・化粧品

- ・おむつ・衛生用品の避難所への無償提供
- ・洗濯ボランティア

#### ■石油

- ・ガソリン不足への迅速な対応
- ・業界全体でのガソリン不足解消努力

#### ■通信

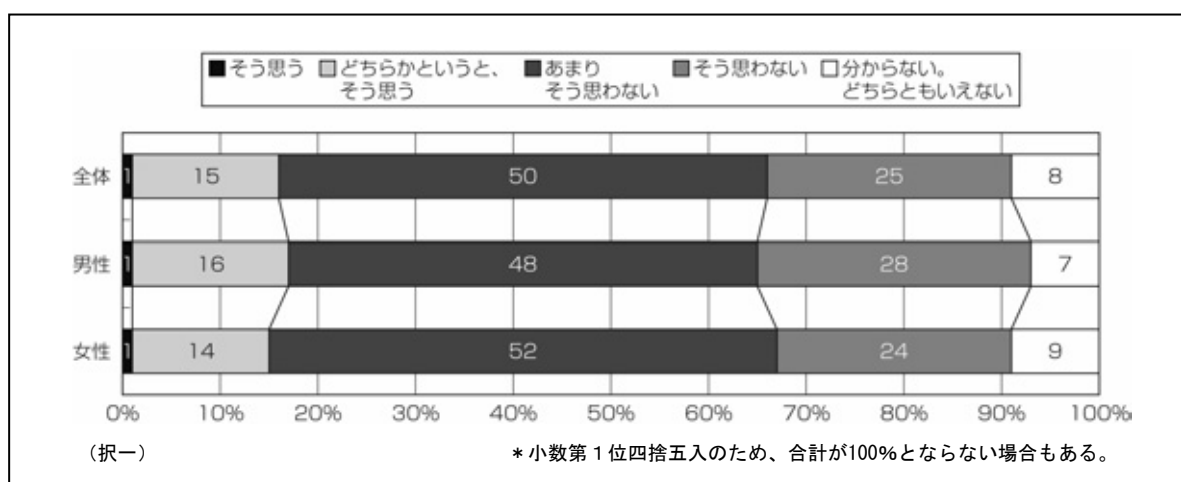
- ・移動基地局による通信網の復旧
- ・被災地での通話無料化

### 3. 企業の災害対策への評価

4人に3人が、企業の備え（危機管理対策、事業継続計画など）は「十分ではなかった」

東日本大震災における企業の備え（危機管理対策、事業継続計画など）は十分だったと思うかについては、半数が「あまりそう思わない」と回答し、「そう思わない」（25%）を合わせると、75%が「十分ではなかった」と回答している。（図13）

図13 企業の災害対策への評価（全体・男女別）

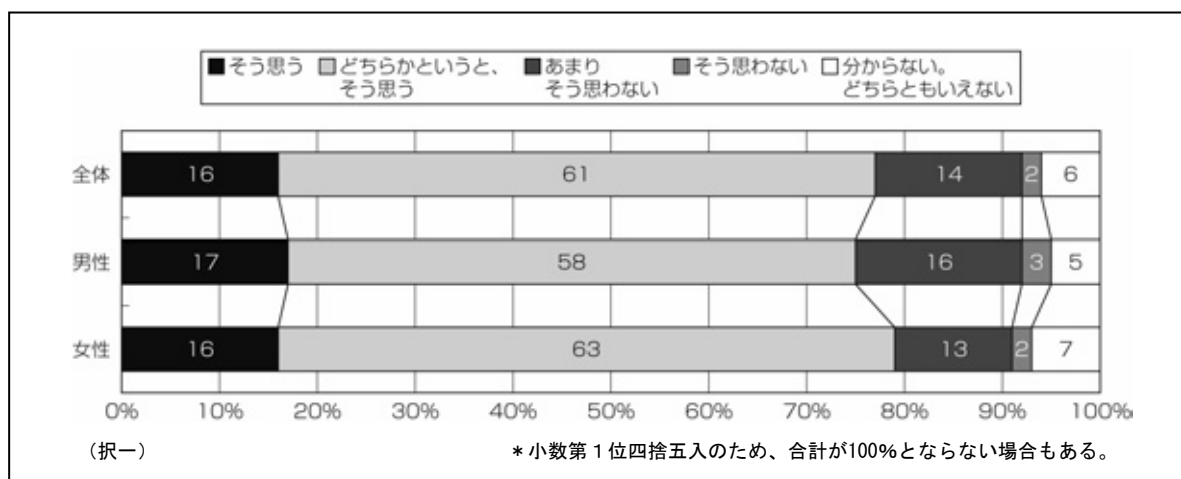


## 4. 企業の被災地支援活動への評価

4人に3人が、企業は被災地支援活動（義援金の拠出、物資の提供、チャリティー商品の販売など）によく取り組んでいると評価

東日本大震災において、企業は、被災地への支援活動（義援金の拠出、物資の提供、チャリティー商品の販売など）によく取り組んでいると思うかについては、61%が「どちらかというところ、そう思う」と回答し、「そう思う」（16%）を合わせると、77%が「よく取り組んでいる」と肯定的な評価である。（図14）

図14 企業の被災地支援活動への評価（全体・男女別）

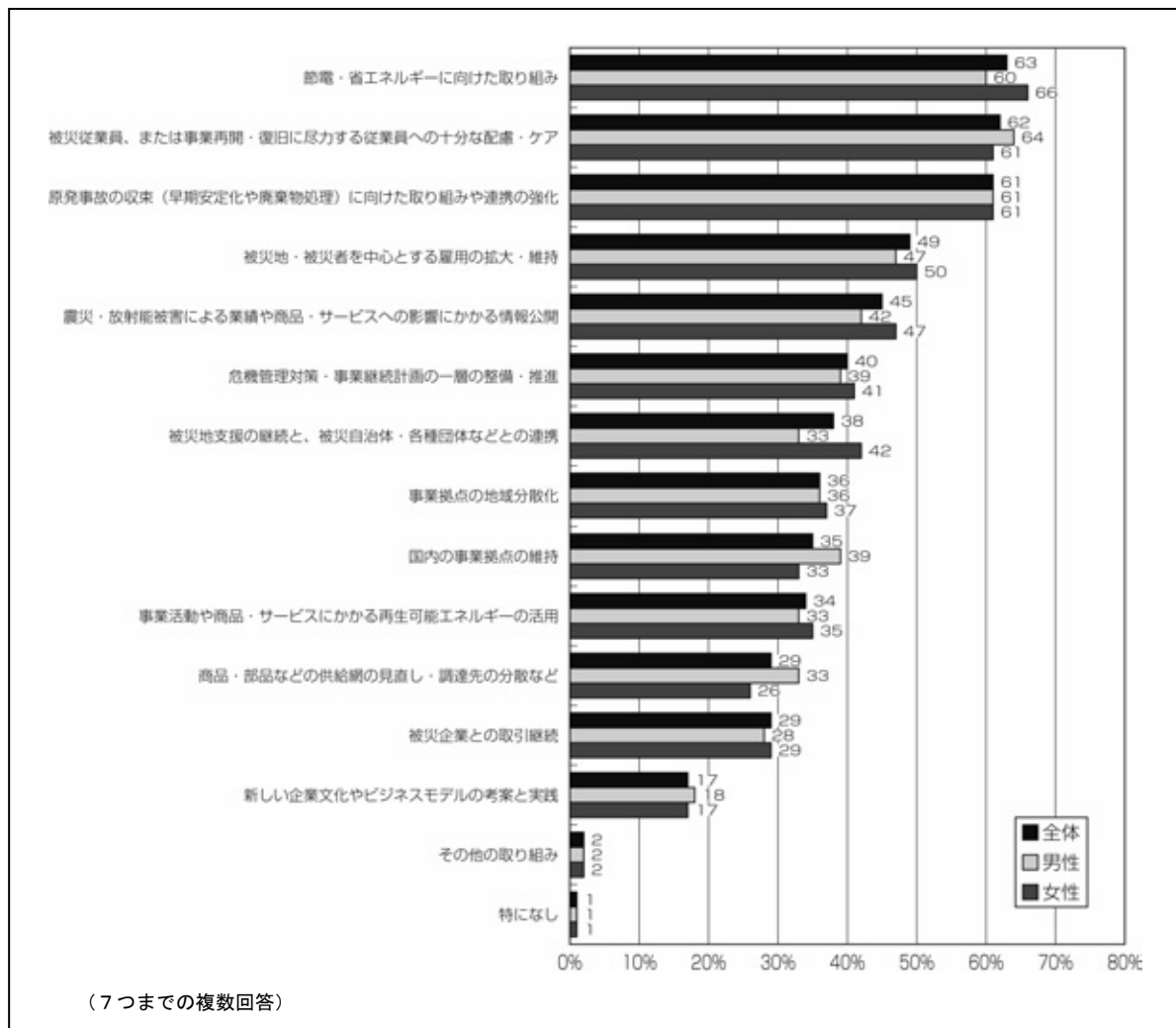


## 5. 復興に向けて企業に望むこと

東日本大震災からの復興に向けて、今後、企業に望むことは、「節電・省エネルギーに向けた取り組み」「被災従業員、または事業再開・復旧に尽力する従業員への十分な配慮・ケア」「原発事故の収束に向けた取り組みや連携の強化」が上位3項目

東日本大震災からの復興に向けて、今後、企業に望むことを聞いたところ、「節電・省エネルギーに向けた取り組み」(63%)、「被災従業員、または事業再開・復旧に尽力する従業員への十分な配慮・ケア」(62%)、「原発事故の収束(早期安定化や廃棄物処理)に向けた取り組みや連携の強化」(61%)の回答割合が約6割と、高い。「被災地・被災者を中心とする雇用の拡大・維持」(49%)、「震災・放射能被害による業績や商品・サービスへの影響にかかる情報公開」(45%)が約5割で続いている。(図15)

図15 復興に向けて企業に望むこと(全体・男女別)



## 災害への備えと対応に関する意識・実態調査報告書

---

2011年10月

発行／財団法人 経済広報センター 常務理事・事務局長 中山 洋

文責・担当：国内広報部 主任研究員 小寺 隆夫

〒100-0004 東京都千代田区大手町1-3-2 経団連会館19階

TEL：03-6741-0021 FAX：03-6741-0022