

災害への備えと対応に関する 意識・実態調査報告書

2013年3月

一般財団法人

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。

東日本大震災から間もなく2年が経とうとしています。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、生活者や企業における災害時への備えや対応などがどのように変化したかを調査することにしました。

今回の調査結果からは、3人に2人が「食料、飲料水の備蓄」「非常用品の準備」をしているものの、3人に2人は自身の災害への備えを「不十分」と感じていることが確認できました。

他方、2人に1人が「東日本大震災直後は防災意識が高まったが、最近徐々に薄れている」と感じており、防災意識を持続するために「テレビや新聞、ラジオなどで防災情報を確認」「防災用品や備蓄品などを定期的に確認」することが必要と認識していることが分かりました。

さらに、6割の人が東日本大震災後、企業の災害への備えは「進んだ」と回答しており、4人のうち3人が企業の災害対策として、「商品・サービス提供の維持、または速やかな復旧・再開」を期待しています。

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。

一般財団法人 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. 現在行っている災害対策	11
(1) 災害対策の内容	11
(2) 食料・飲料水の備蓄量	13
(3) 防災訓練・催事への参加状況	13
3. 防災意識	14
(1) 防災意識の変化	14
(2) 防災意識の持続	17
(3) 防災意識が希薄になってきた理由	19
(4) 防災意識の持続に必要な事項	20
4. 被災地支援の状況	22
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	23
2. 企業の備え	24
(1) 評価	24
(2) 「進んだ（進んだ／どちらかというと）」と思う点	25
(3) 「進んでいない（あまり／進んでいない）」と思う理由	26

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43%、「備えは不十分」が24%と、合わせて67%が「不十分」と回答している。

2. 3人に2人が、「食料、飲料水の備蓄」「非常用品の準備」をしている

災害への備えとして、現在行っている対策は、「食料、飲料水の備蓄」(68%)、「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)」(66%)、「日用品の備蓄(ティッシュ・トイレトペーパー、ゴミ袋、ポリタンク、灯油など)」(59%)が上位に挙げられている。また、「食料・飲料水の備蓄」をしている人では「3日分」、「防災訓練・催事への参加」をしている人では、この1年で「1回」の参加が最も多い。「特に何もしていない」は6%であり、大多数は何らかの備え・対策を行っている。

3. 2人に1人が「東日本大震災直後は防災意識が高まったが、最近は徐々に薄れている」と回答

東日本大震災から間もなく2年が経とうとしているが、防災意識はどのように変化したかを聞いたところ、「東日本大震災直後は防災意識が高まったが、最近は徐々に薄れている」(48%)との回答が最も多い。「東日本大震災をきっかけに防災意識は高まり、現在も持続している」(25%)、「東日本大震災前から防災を意識し、持続している」(18%)を合わせると、現在、防災意識を「持続している」のは43%である。

4. 「テレビや新聞、ラジオなどで防災情報を確認」して防災意識を持続

防災意識を「持続している(東日本大震災前から防災を意識し、持続している/東日本大震災をきっかけに防災意識は高まり、現在も持続している)」人が、どのようにして防災意識を持続しているかを聞いたところ、「テレビや新聞、ラジオなどで防災情報を確認」(71%)が圧倒的に多く、続いて「防災用品や備蓄品などを定期的に確認」(47%)、「防災用品を常に見える所に置く」(35%)となっている。

5. 防災意識が薄れてきた理由は「防災用品や備蓄品などの確認をしなくなった」「テレビや新聞、ラジオなどで防災情報を見聞きする機会が少なくなった」

「東日本大震災直後は防災意識が高まったが、最近は徐々に薄れている」人に、なぜ防災意識が薄れてきたかを聞いたところ、「防災用品や備蓄品などの確認をしな

なくなった」(43%)、「テレビや新聞、ラジオなどで防災情報を見聞きする機会が少なくなった」(38%)、「家族や友人、近所で防災について情報交換する機会が少なくなった」(34%)、「自分から防災情報を確認しなくなった」(32%)が上位を占めている。

6. 防災意識を持続するためには「テレビや新聞、ラジオなどで防災情報を確認」「防災用品や備蓄品などを定期的に確認」が必要

防災意識を持続するために、すべきだと思うことは何かを聞いたところ、「テレビや新聞、ラジオなどで防災情報を確認」(63%)、「防災用品や備蓄品などを定期的に確認」(62%)、次いで「家族や友人、近所で防災について情報交換する機会を増やす」(44%)が多い。

7. 東日本大震災の被災地支援に関連して、現在行っているのは「被災地の製品の購入」「義援金・支援金の寄付」が4割

東日本大震災の被災地支援に関連して、現在行っていることを聞いたところ、「被災地の製品の購入」(43%)、「義援金・支援金の寄付」(42%)が上位を占めている。一方で、「特に支援活動はしていない」が30%に上る。

8. 4人のうち3人が災害への備え・対応として企業に「商品・サービス提供の維持、または速やかな復旧・再開」を期待

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、「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」(75%)が圧倒的に高い。続いて、「従業員への安全配慮・安全確保」(49%)、「顧客・周辺住民への安全配慮・安全確保」(43%)、「救援物資や自社商品の無償提供・無償輸送」(37%)、「節電・省エネルギーに向けた取り組み」(32%)、「新エネルギーや蓄電池などの開発・普及」(30%)となっている。

9. 6割が企業の備えが「進んだ」と回答

東日本大震災後、企業の備え（危機管理対策、事業継続計画など）は進んだと思うかについては、「進んだ」が10%、「どちらかというに進んだ」が49%で、合わせて59%が「進んだ」と回答。

- ・ 調査対象：3,158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：2013年1月17日～1月28日
- ・ 有効回答：1,953人（61.8%）
- ・ 回答者の属性：
 - 男女別：男性（866人、44.3%）、女性（1,087人、55.7%）
 - 世代別：29歳以下（98人、5.0%）、30歳代（271人、13.9%）、40歳代（425人、21.8%）、50歳代（527人、27.0%）、60歳以上（632人、32.4%）
 - 職業別：会社員・団体職員・公務員（808人、41.4%）、会社役員・団体役員（85人、4.4%）、自営業・自由業（161人、8.2%）、パートタイム・アルバイト（259人、13.3%）、専業主婦・夫（332人、17.0%）、学生（28人、1.4%）、無職・その他（280人、14.3%）
 - 居住地別：東日本（1,203人、61.6%）、西日本（750人、38.4%）

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

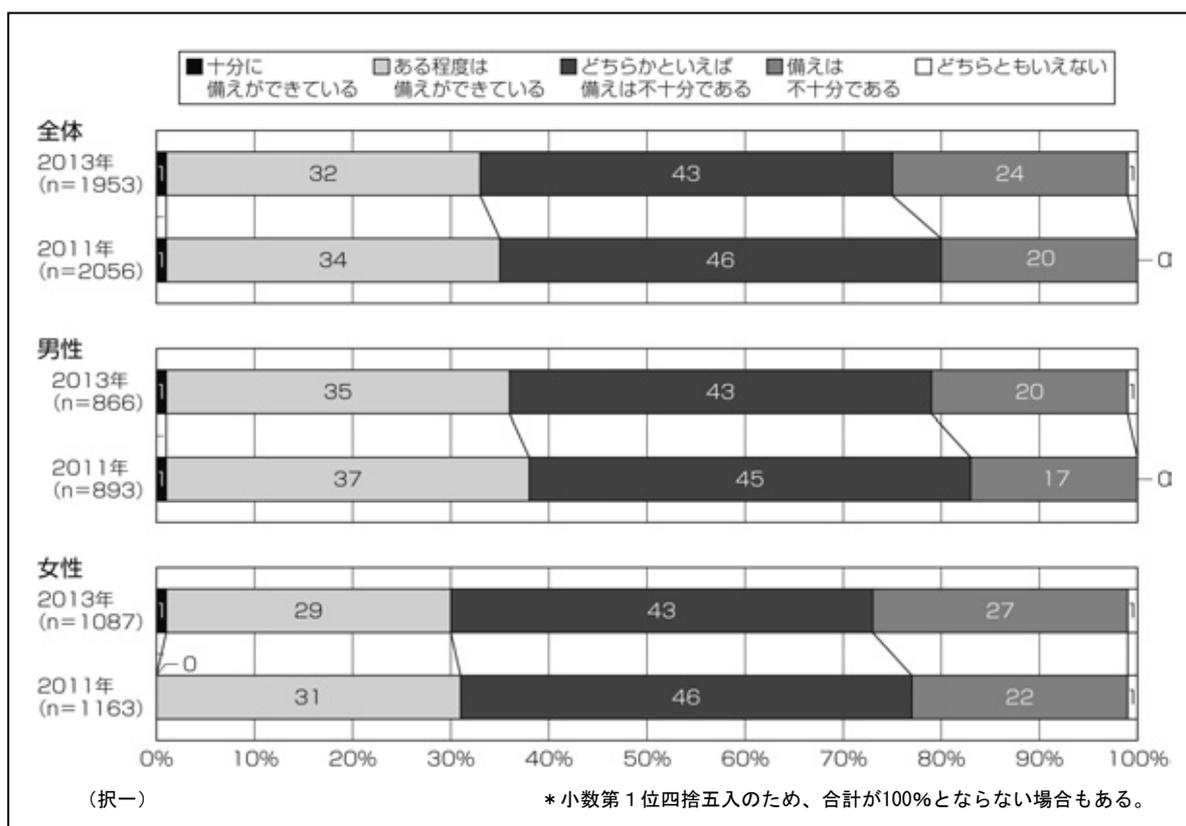
自分自身の災害への備えについて、「どちらかといえば備えは不十分である」が43%、「備えは不十分である」が24%と、合わせて67%が「不十分」と回答している。

(図1)

前回調査(2011年)(図1)では「備えは不十分である(どちらかといえば/不十分である)」が66%と、前回調査時の認識と変化は見られない。

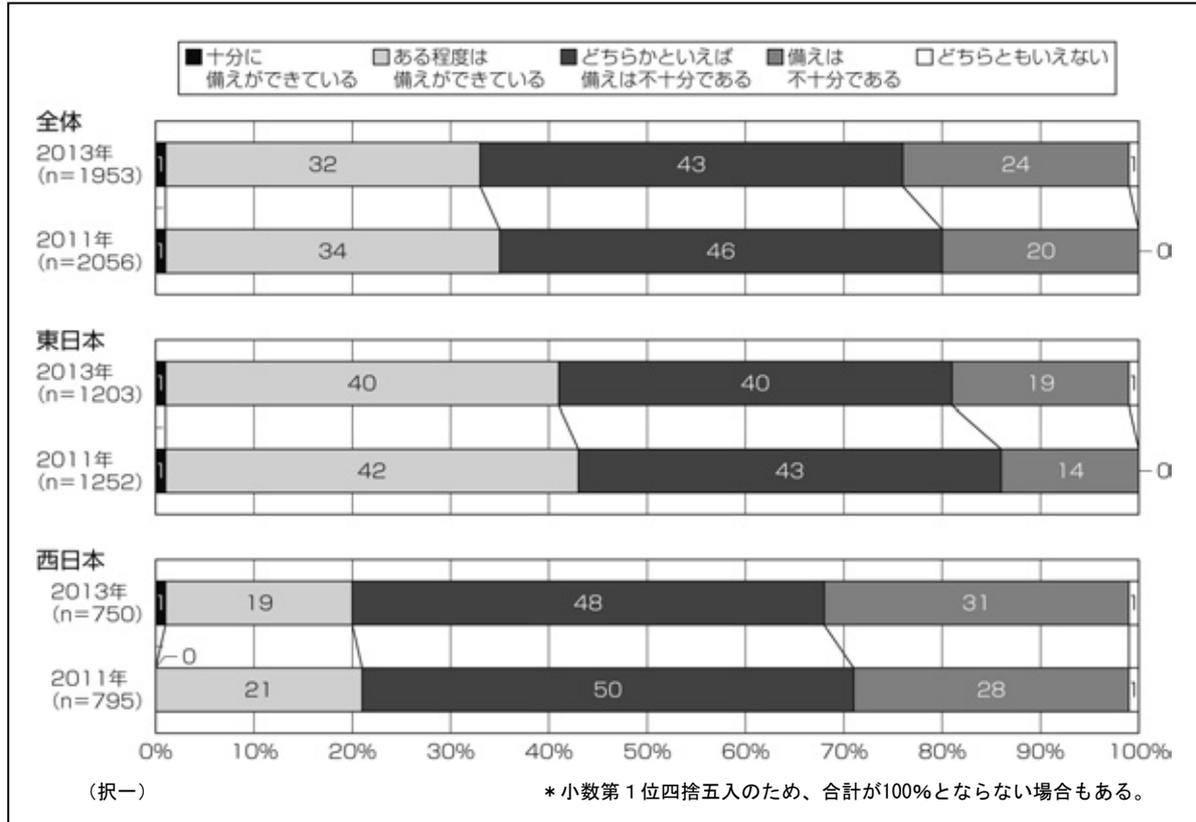
男女別(図1)で見ると、「備えは不十分である(どちらかといえば/不十分である)」との回答は、男性63%、女性70%と、女性が7ポイント上回る。

図1 災害対策の状況(年別・全体・男女別)



居住地を東日本、西日本に分けて比較（図2）すると、「備えは不十分である（どちらかといえば／不十分である）」との回答は、西日本（79%）が東日本（59%）を20ポイント上回っている

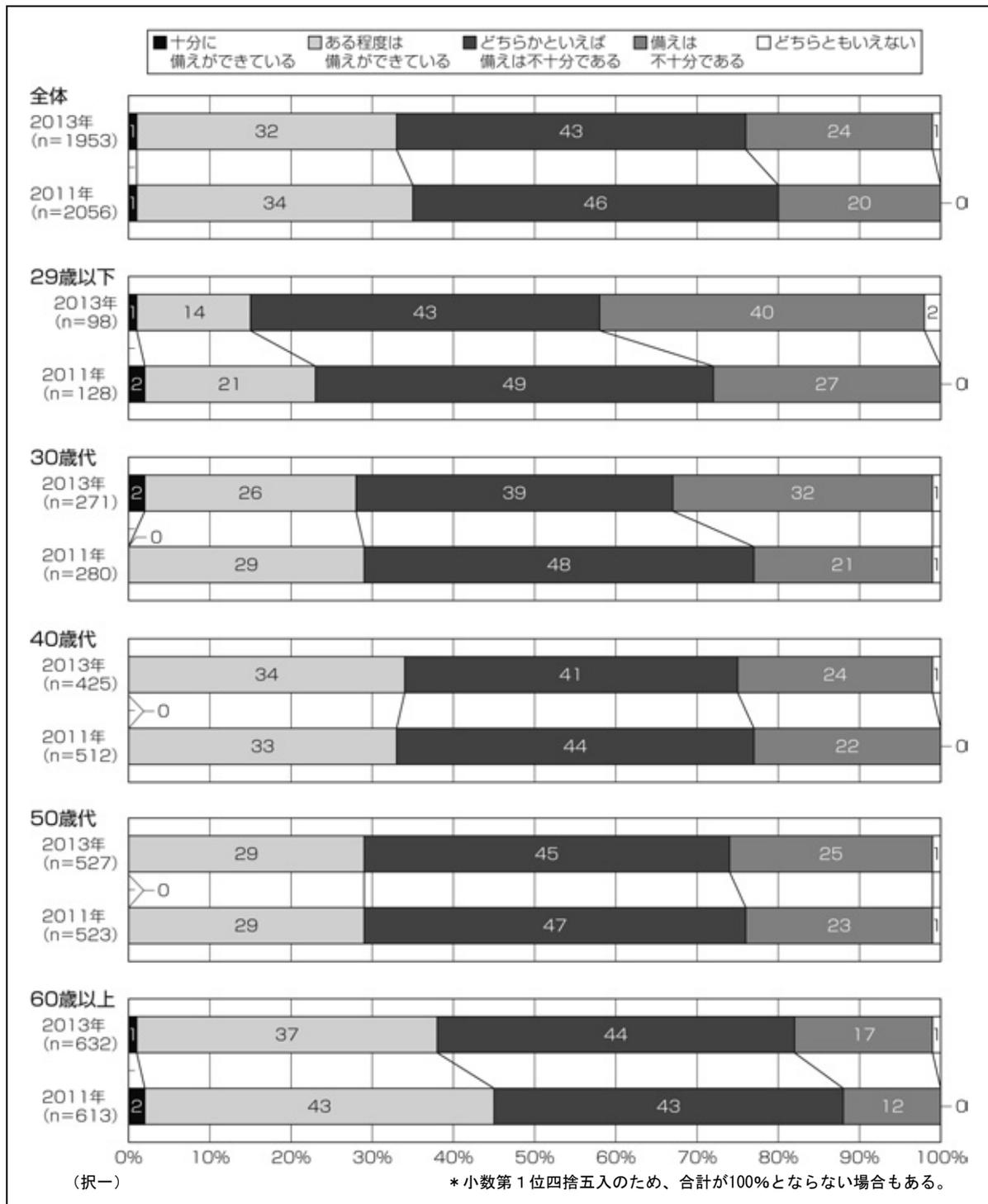
図2 災害対策の状況（年別・全体・居住地別）



世代別（図3）で見ると、「備えは不十分である（どちらかといえば／不十分である）」は、29歳以下（83%）が最も高く、60歳以上（61%）が最も低い。すべての世代で、「備えは不十分である（どちらかといえば／不十分である）」が6割以上を占める。

また、前回調査（2011年）との比較（図3）で見ると、29歳以下が83%と、2011年の76%から7ポイント、60歳以上が61%で2011年の55%から6ポイント増えている。そのほかの世代では大きな変化は見られない。

図3 災害対策の状況（年別・全体・世代別）



2. 現在行っている災害対策

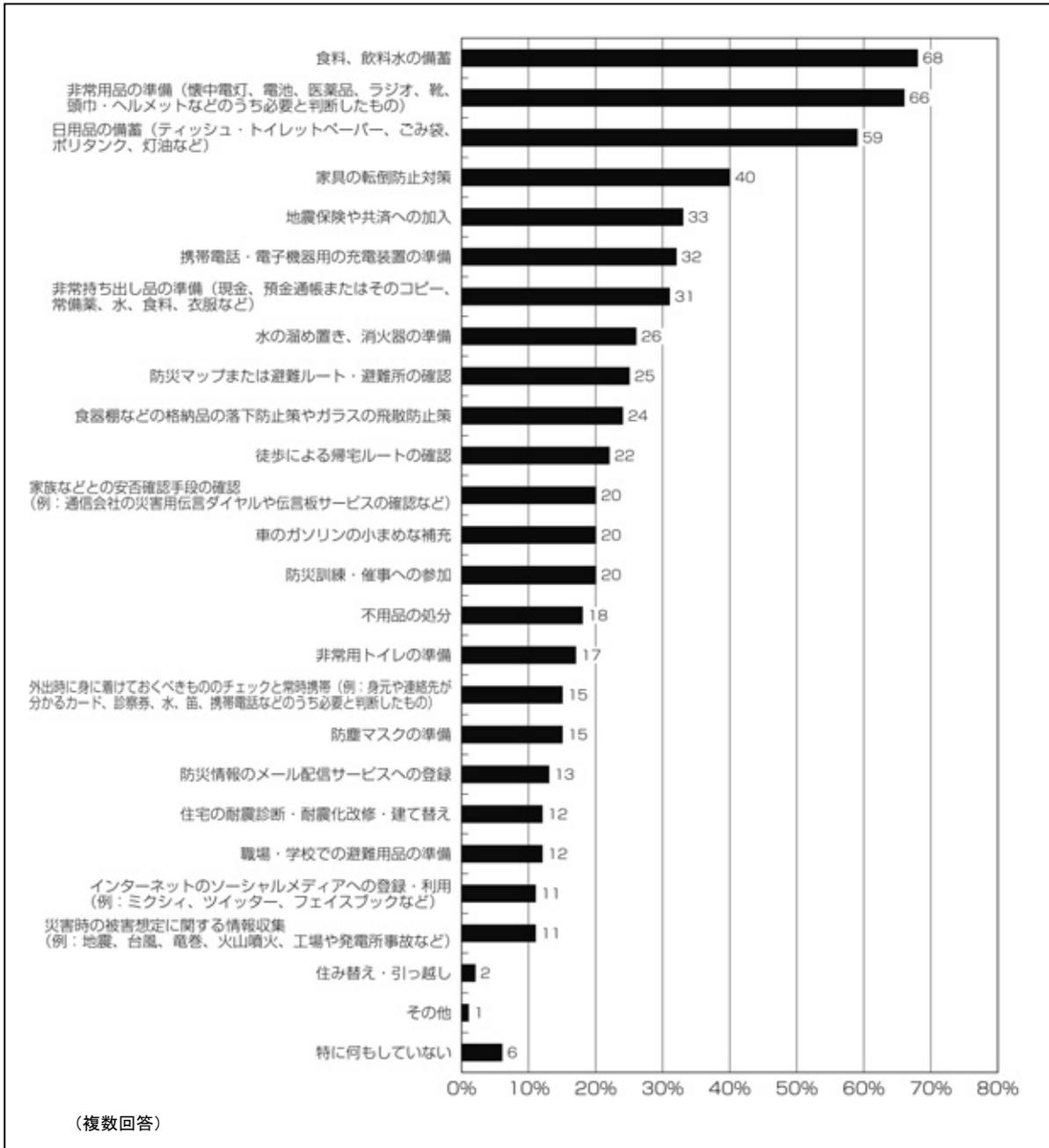
(1) 災害対策の内容

3人に2人が、「食料、飲料水の備蓄」「非常用品の準備」をしている

災害への備えとして、現在行っている対策は、「食料、飲料水の備蓄」(68%)、「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)」(66%)、「日用品の備蓄(ティッシュ・トイレットペーパー、ゴミ袋、ポリタンク、灯油など)」(59%)が上位に挙げられている。

「特に何もしていない」は6%であり、大多数は何らかの備え・対策を行っている。(図4)

図4 災害対策の内容（全体）

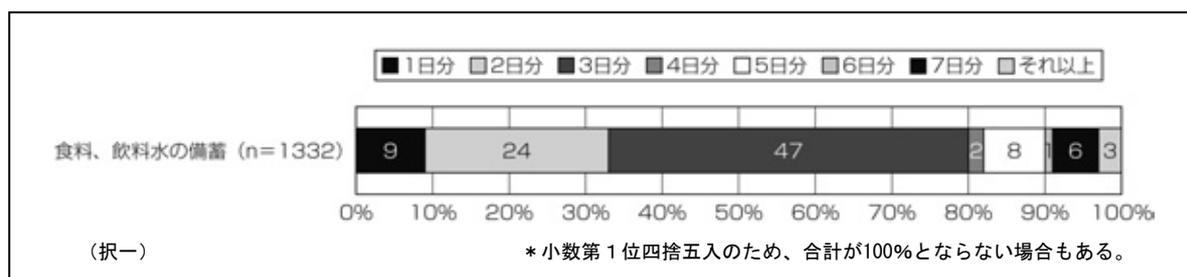


(2) 食料・飲料水の備蓄量

「食料・飲料水の備蓄」は3日分が最も多い

「食料・飲料水の備蓄」をしている人（68%（図4））に、どのくらい備蓄しているかを聞いたところ、上位は「3日分」（47%）、「2日分」（24%）、「1日分」（9%）となっている。（図5）

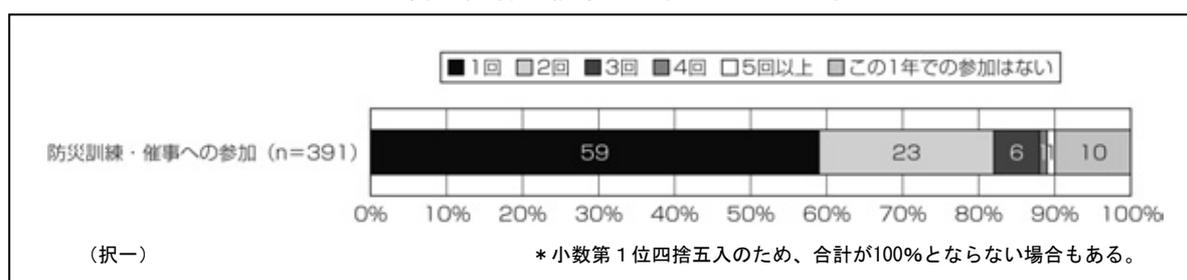
図5 食料・飲料水の備蓄量（全体）



(3) 防災訓練・催事への参加状況

「防災訓練・催事への参加」をしている人（20%（図4））に、この1年でどのくらい参加したかを聞いたところ、「1回」（59%）、「2回」（23%）で1回以上参加した人が8割を超えている。「この1年での参加はない」は1割である。（図6）

図6 防災訓練・催事への参加状況（全体）



3. 防災意識

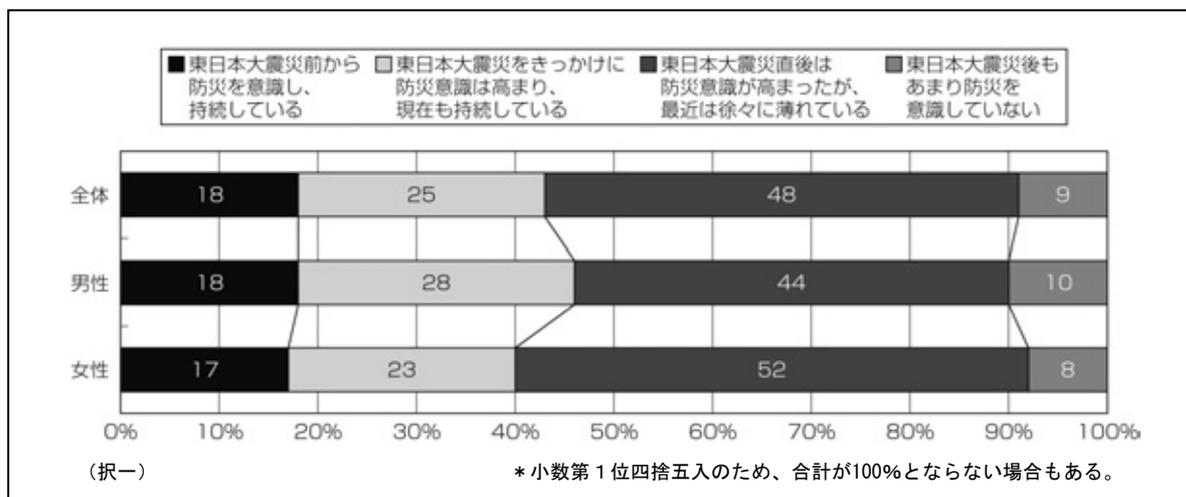
(1) 防災意識の変化

2人に1人が「東日本大震災直後は防災意識が高まったが、最近は徐々に薄れている」と回答

東日本大震災から間もなく2年が経とうとしているが、防災意識はどのように変化したかを聞いたところ、「東日本大震災直後は防災意識が高まったが、最近は徐々に薄れている」(48%)との回答が最も多い。「東日本大震災をきっかけに防災意識は高まり、現在も持続している」(25%)、「東日本大震災前から防災を意識し、持続している」(18%)を合わせると、現在、防災意識を「持続している」のは43%である。(図7)

男女別(図7)で見ると、「東日本大震災直後は防災意識が高まったが、最近は徐々に薄れている」と回答したのは、男性(44%)、女性(52%)で女性が8ポイント上回っている。

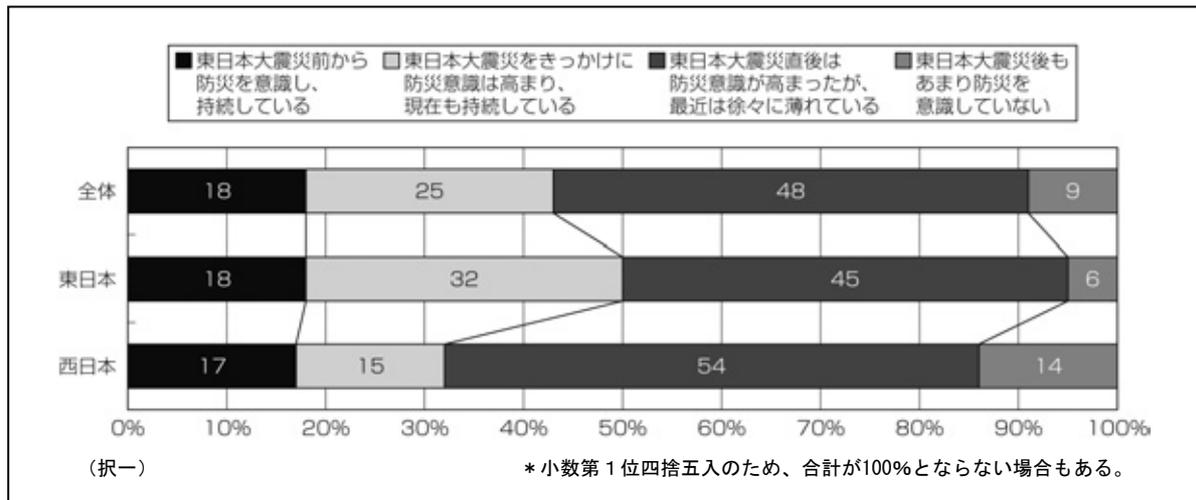
図7 防災意識の変化(全体・男女別)



居住地別（図8）を見ると、「東日本大震災直後は防災意識が高まったが、最近は徐々に薄れている」は、西日本（54%）が東日本（45%）を9ポイント上回っている。

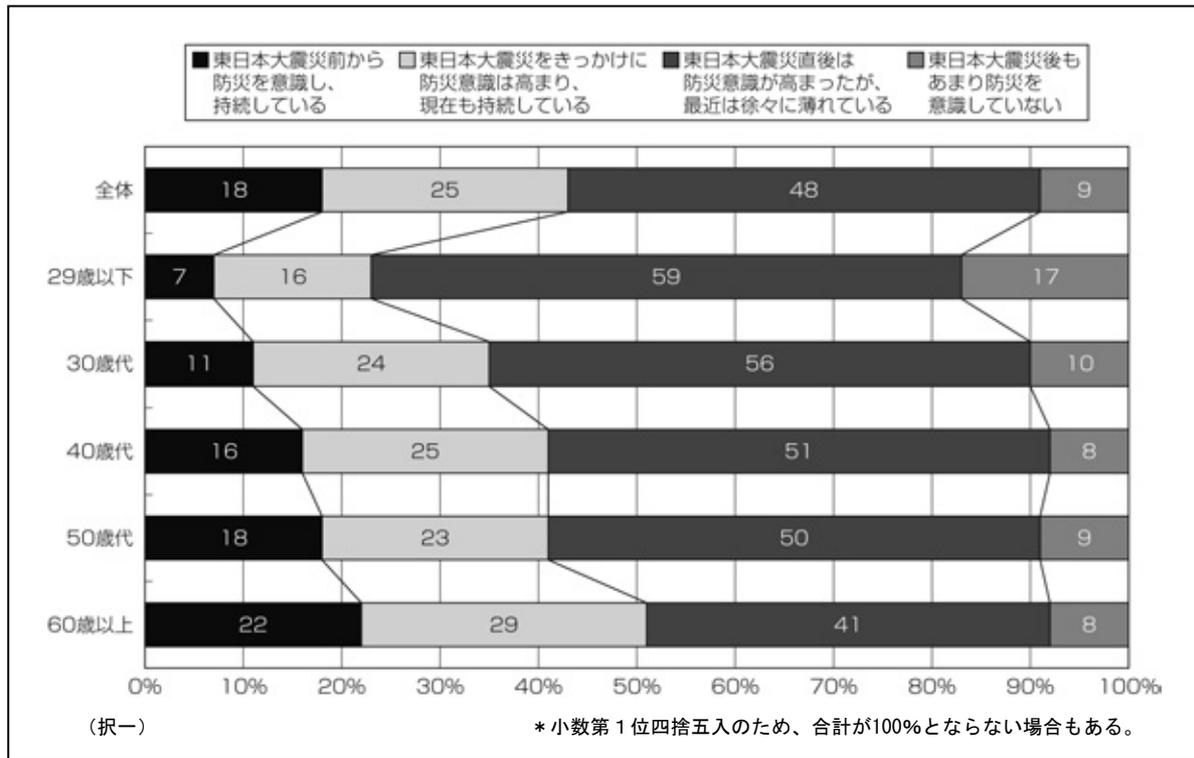
一方で、東日本では「東日本大震災前から防災を意識し、持続している」（18%）、「東日本大震災をきっかけに防災意識は高まり、現在も持続している」（32%）を合わせて半数の50%が防災意識を持続している。

図8 防災意識の変化（全体・居住地別）



世代別（図9）で見ると、「東日本大震災直後は防災意識が高まったが、最近は徐々に薄れている」は、29歳以下（59%）で最も高く、続いて30歳代（56%）、40歳代（51%）と世代が低くなるにつれて、高くなっている。

図9 防災意識の変化（全体・世代別）

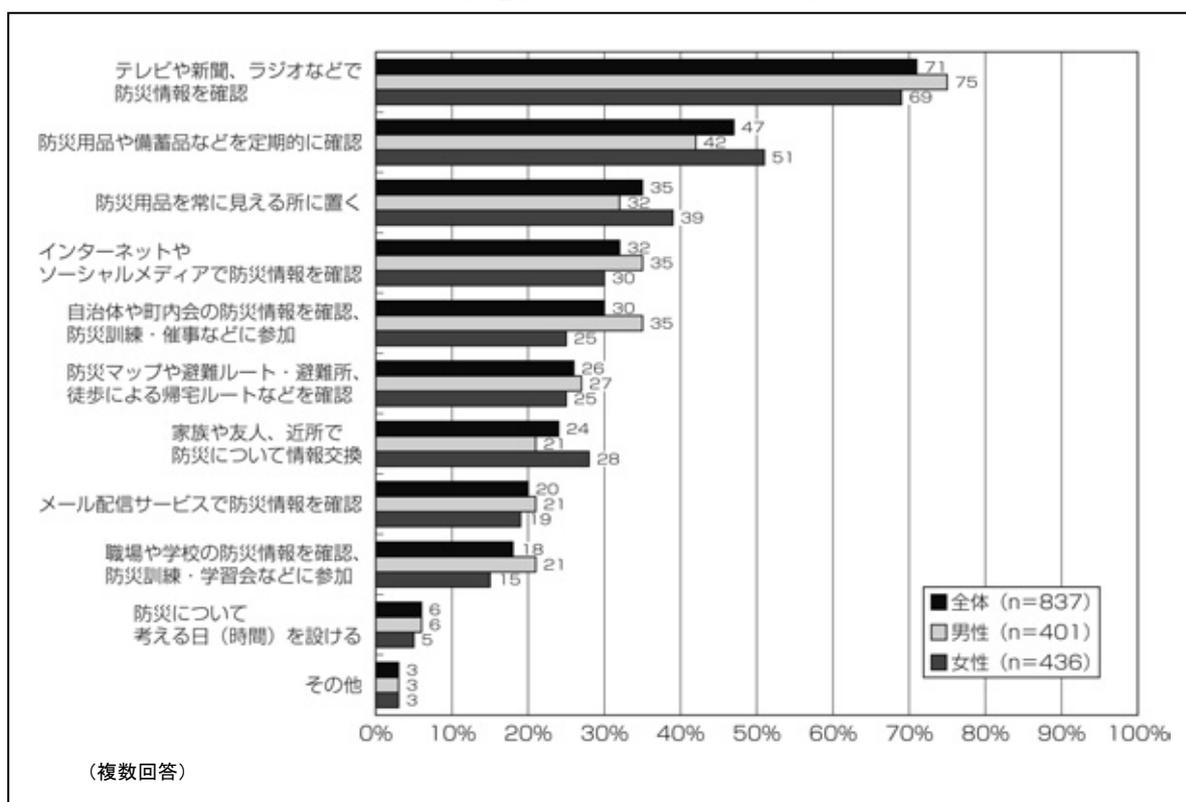


(2) 防災意識の持続

「テレビや新聞、ラジオなどで防災情報を確認」して防災意識を持続

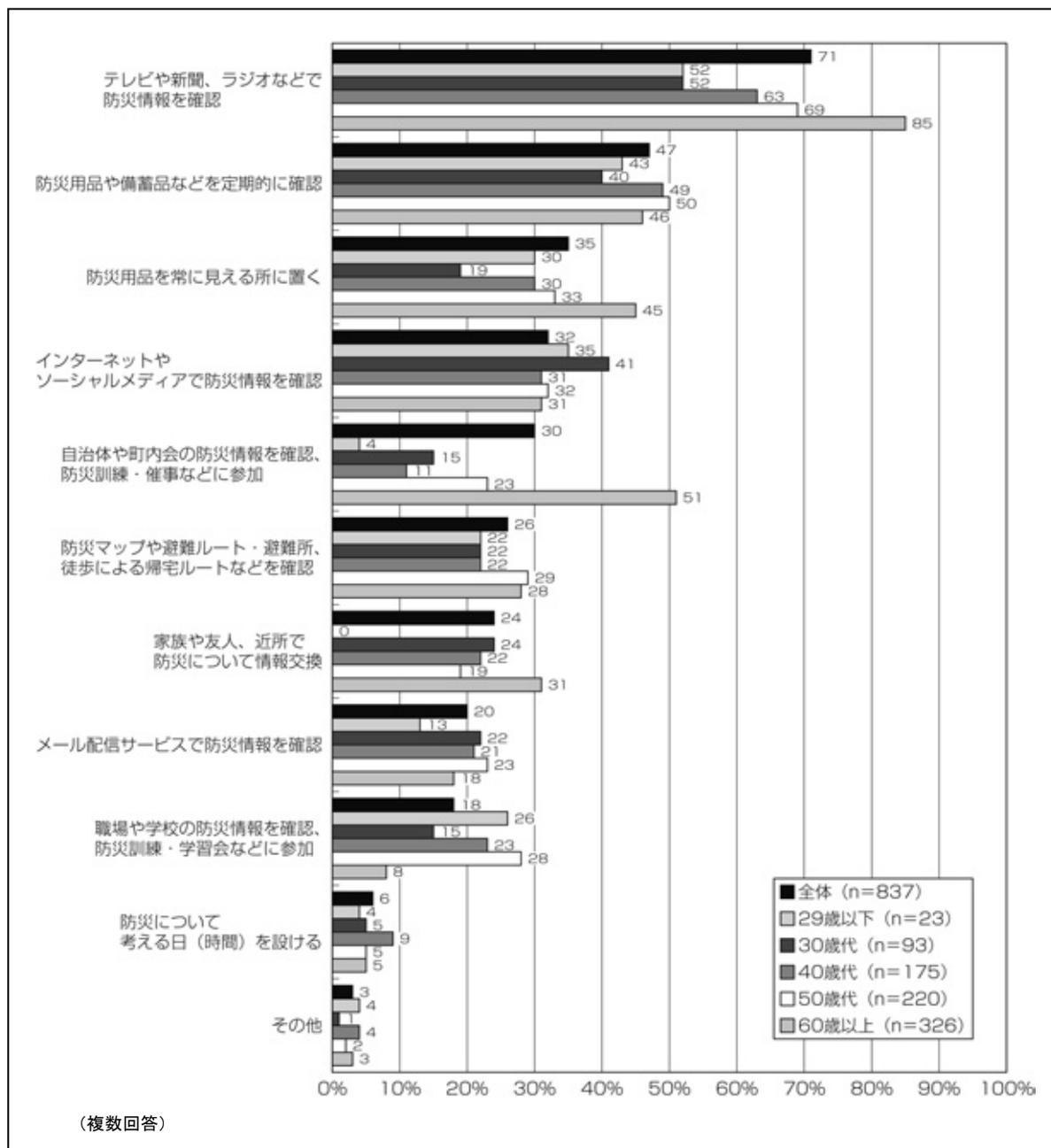
防災意識を「持続している（東日本大震災前から防災を意識し、持続している／東日本大震災をきっかけに防災意識は高まり、現在も持続している）」人（43%（図7））が、どのようにして防災意識を持続しているかを聞いたところ、「テレビや新聞、ラジオなどで防災情報を確認」（71%）が圧倒的に多く、続いて「防災用品や備蓄品などを定期的に確認」（47%）、「防災用品を常に見える所に置く」（35%）となっている。（図10）

図10 防災意識の持続（全体・男女別）



項目を世代別（図11）に見ると、60歳以上は「テレビや新聞、ラジオなどで防災情報を確認」（85%）、「自治体や町内会の防災情報を確認、防災訓練・催事などに参加」（51%）が他の世代に比べて高い。

図11 防災意識の持続（全体・世代別）

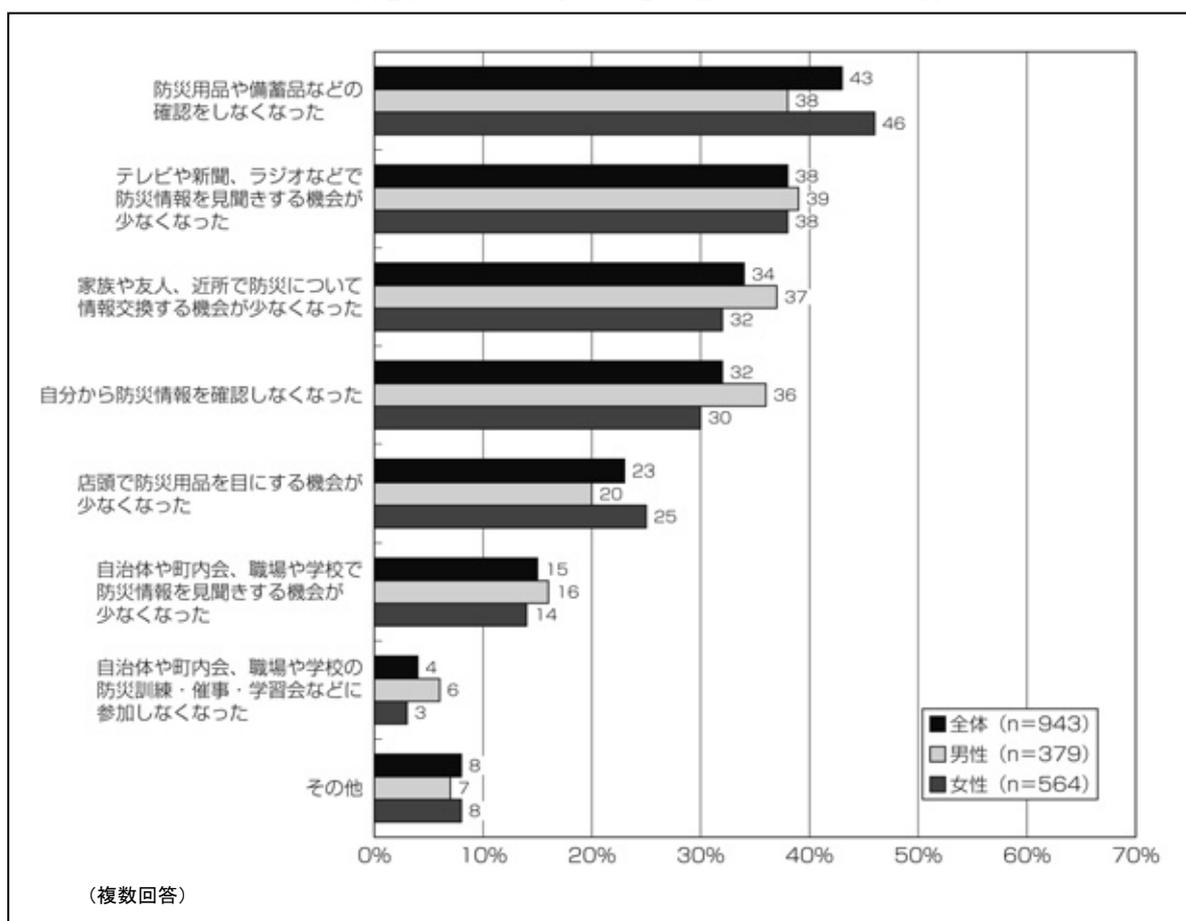


(3) 防災意識が希薄になってきた理由

防災意識が薄れてきた理由は「防災用品や備蓄品などの確認をしなくなった」「テレビや新聞、ラジオなどで防災情報を見聞きする機会が少なくなった」

「東日本大震災直後は防災意識が高まったが、最近徐々に薄れている」人（48%（図7））に、なぜ防災意識が薄れてきたかを聞いたところ、「防災用品や備蓄品などの確認をしなくなった」（43%）、「テレビや新聞、ラジオなどで防災情報を見聞きする機会が少なくなった」（38%）、「家族や友人、近所で防災について情報交換する機会が少なくなった」（34%）、「自分から防災情報を確認しなくなった」（32%）が上位を占めている。（図12）

図12 防災意識が希薄になってきた理由（全体・男女別）

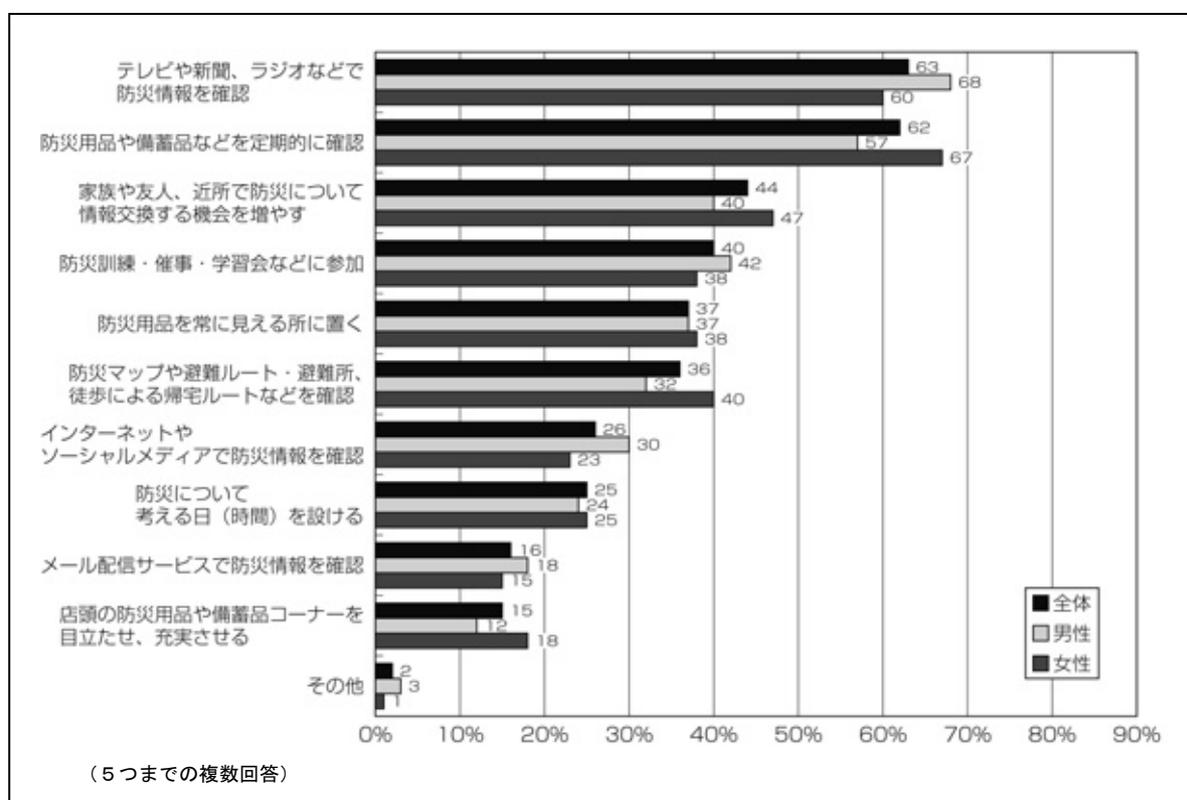


(4) 防災意識の持続に必要な事項

防災意識を持続するためには「テレビや新聞、ラジオなどで防災情報を確認」「防災用品や備蓄品などを定期的に確認」が必要

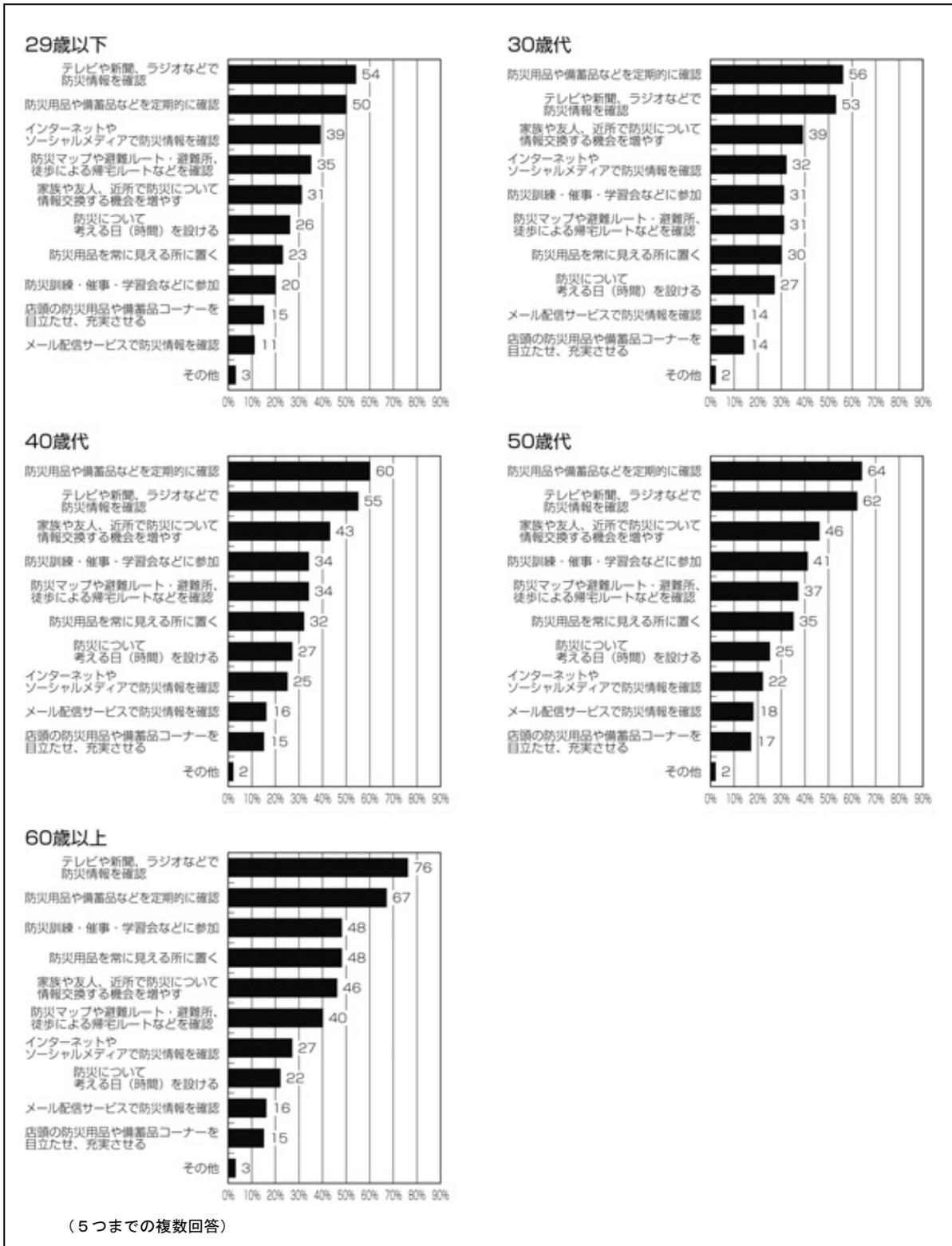
防災意識を持続するために、すべきだと思うことは何かを聞いたところ、「テレビや新聞、ラジオなどで防災情報を確認」(63%)、「防災用品や備蓄品などを定期的に確認」(62%)、次いで「家族や友人、近所で防災について情報交換する機会を増やす」(44%)が多い。(図13)

図13 防災意識の持続に必要な事項（全体・男女別）



世代別(図14)に見ると、どの世代も「テレビや新聞、ラジオなどで防災情報を確認」「防災用品や備蓄品などを定期的に確認」が上位2位を占める。特に、60歳以上では、「テレビや新聞、ラジオなどで防災情報を確認」(76%)、「防災用品や備蓄品などを定期的に確認」(67%)が他の世代に比べて高い。一方で、「インターネットやソーシャルメディアで防災情報を確認」は29歳以下(39%)、30歳代(32%)で他の世代に比べて高い。

図14 防災意識の持続に必要な事項（世代別）



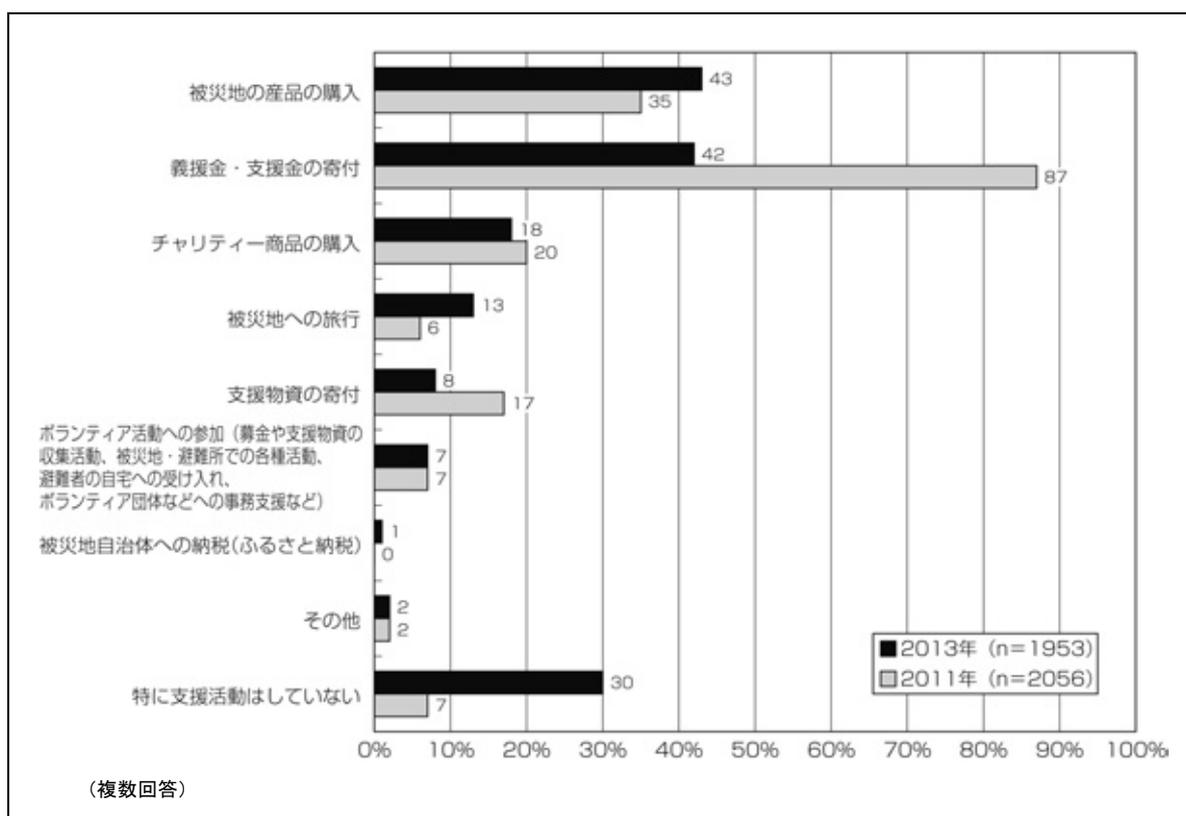
4. 被災地支援の状況

東日本大震災の被災地支援に関連して、現在行っているのは「被災地の製品の購入」「義援金・支援金の寄付」が4割

東日本大震災の被災地支援に関連して、現在行っていることを聞いたところ、「被災地の製品の購入」(43%)、「義援金・支援金の寄付」(42%)が上位を占めている。一方で、「特に支援活動はしていない」が30%に上る。

前回調査(2011年)と比較すると、「義援金・支援金の寄付」は2011年(87%)に対し、今回調査では42%と半分以下になっている。そのほか、「支援物資の寄付」(17%→8%)、「チャリティー商品の購入」(20%→18%)で割合が減少している。他方、「被災地の製品の購入」(35%→43%)、「被災地への旅行」(6%→13%)で割合が増加している。(図15)

図15 被災地支援の状況(年別・全体)



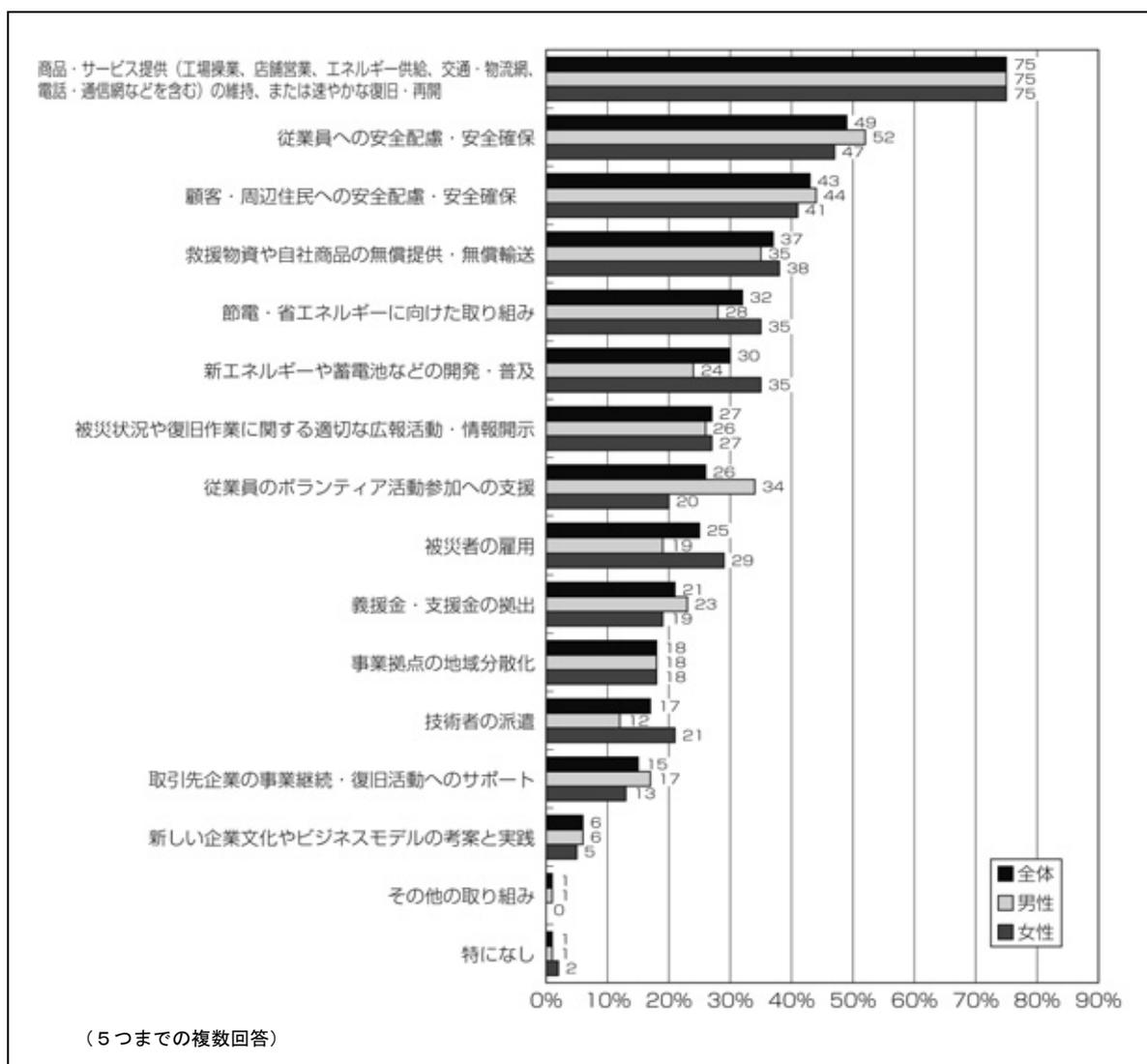
II. 企業の災害への備えと対応

1. 企業の災害対策に期待すること

4人のうち3人が災害への備え・対応として企業に「商品・サービス提供の維持、または速やかな復旧・再開」を期待

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、「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」（75%）が圧倒的に高い。続いて、「従業員への安全配慮・安全確保」（49%）、「顧客・周辺住民への安全配慮・安全確保」（43%）、「顧客・周辺住民への安全配慮・安全確保」（43%）、「顧客・周辺住民への安全配慮・安全確保」（43%）、「救済物資や自社商品の無償提供・無償輸送」（37%）、「節電・省エネルギーに向けた取り組み」（32%）、「新エネルギーや蓄電池などの開発・普及」（30%）となっている。（図16）

図16 企業の災害対策に期待すること（全体・男女別）



2. 企業の備え

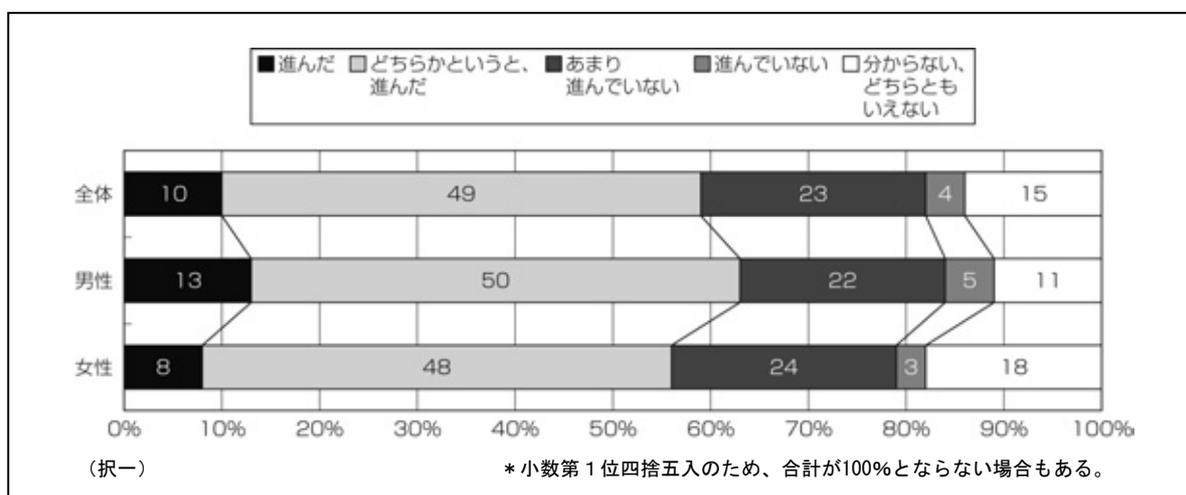
(1) 評価

6割が企業の備えが「進んだ（進んだ／どちらかというと）」と回答

東日本大震災後、企業の備え（危機管理対策、事業継続計画など）は進んだと思うかについては、「進んだ」が10%、「どちらかというと、進んだ」が49%で、合わせて59%が「進んだ」と回答。（図17）

男女別（図17）に見ると、男性63%、女性56%で男性が7ポイント上回っている。

図17 企業の備え - 評価（全体・男女別）



(2) 「進んだ（進んだ／どちらかというと）」と思う点

危機管理対策の強化

- ・ B C P（事業継続計画）の策定や見直し
- ・ 危機管理マニュアルの作成や再整備
- ・ 様々なケースを想定した災害対策
- ・ 自治体との連携
- ・ 自家発電装置や蓄電池の設置
- ・ 省エネルギーや節電への取り組み
- ・ 建物や設備の耐震補強

事業拠点やデータの分散化

- ・ 調達物資や工場、事業所の分散化
- ・ データセンターの二重化やデータ保管の分散化

備蓄品・防災用品の整備

- ・ 食料や飲料などの備蓄品の充実や再整備
- ・ ヘルメットやマスクなどの防災用品の支給・再確認

従業員や家族、帰宅困難者への対応

- ・ 緊急連絡先の管理が徹底
- ・ 安否確認システムの導入・充実
- ・ 帰宅ルートの確認が強化
- ・ 災害時の帰宅困難者の受け入れ態勢が強化

防災に関する啓発

- ・ 実践的な防災訓練
- ・ 社内での研修や防災訓練の実施回数が増加
- ・ 企業内広報誌などへ防災対策の記事を掲載

被災地・被災者支援

- ・ 義援金など、被災地支援の継続
- ・ ボランティア休暇制度の制定
- ・ 避難者の雇用や社宅への受け入れ

報道による認知

- ・ 企業の様々な対策や取り組みに関するテレビや新聞での報道

(3) 「進んでいない（あまり／進んでいない）」と思う理由

- ・ 「のど元過ぎれば熱さ忘れる」で危機感が薄れていると感じる
- ・ 具体的な行動が目に見えて分からない
- ・ 何も変わっていないと感じる
- ・ 東日本と西日本の地域格差が大きい
- ・ 不景気で余裕がない
- ・ 被災地の整備が完了していない
- ・ がれきの受け入れや除染処理、雇用、生活住居など震災前の状態に戻っていない
- ・ 自分の会社で進んでいない
- ・ 企業の取り組みがメディアで報道されていない
- ・ 企業からの情報発信が少ない
- ・ 一部の企業のみで進んでいるが、全体として普及していないと思う
- ・ 企業によって危機管理意識に違いがある
- ・ 経営トップ次第というところもあるように思う
- ・ 企業は防災に関する備えや意識啓発よりも、目先の利益に追われている気がする

災害への備えと対応に関する意識・実態調査報告書

2013年3月

発行／一般財団法人 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 専門研究員 長尾 ひとみ

〒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