

NEWS RELEASE

平成 19 年 1 月 16 日

電通、「防災・減災への意識調査」結果を発表**ー 生活者は震災への備えに不安、震災被害を減らすための情報を「もっと知りたい」ー**

阪神大震災から 12 年、中越地震から 2 年が経過し新たな大地震発生に対する不安が高まる中、電通ソーシャル・マーケティング部（注 1）では生活者の防災・減災（注 2）に対する意識の現状を明らかにする調査を実施、その結果を発表した。

調査では、「震災のための準備をしていないと思う」と答えた生活者は約 7 割に上り、知ってはいるが取り組んでいない震災準備として、「自宅の耐震補強」「自宅の耐震診断」「窓の破損に備えたガラス補強」など自宅の耐震対策に関する項目が上位に挙げた。逆に、生活者の多くがすでに取り組んでいる震災への備えは「飲料水の準備」と「非常用ラジオの準備」である。また、「ガスは自動的に止まるのであわてて火を消す必要はない」「家族の安否がわかれば帰宅は急がないほうがよい」など、震災が起きたときに身の回りや周辺環境の被害を低減する行動（減災についての情報）を「もっと知りたい」という声も多かった。

震災が起こった際に発生し得る被害を最小化するための、コンビニエンスストアや飲食店・ガソリンスタンドによる帰宅支援サービスや、衣料・食料などの物資支援といった「減災のための企業の活動」の多くは知られていないのが実態である。しかし、過半数の生活者は、「震災時の企業の行動に関する情報をもっと知りたい」「こういった活動を行う企業について、具体的な企業名をもっと知りたい」と回答しており、生活者は減災情報に強い関心を持っているということが明らかになった。

調査結果詳細は次頁の通り。

注 1 電通では、社会全体の動きに対する洞察（ソーシャル・インサイト）を深めることによってよりよい経済環境の担い手となるべく 2005 年 7 月にソーシャル・マーケティング部を発足させている。

注 2 「減災」とは、災害時において発生し得る被害を最小化するための取り組みのこと。「防災」が被害を出さないための取り組みであるのに対して、「減災」とはあらかじめ被害の発生を想定した上で、その被害を低減させるための取り組みを指す。気象庁が今年度運用開始を目指している緊急地震速報も減災を目的としたものである。

本件に関するお問合せ：

（株）電通 I MC プランニング・センター ソーシャル・マーケティング部 伊東・三浦

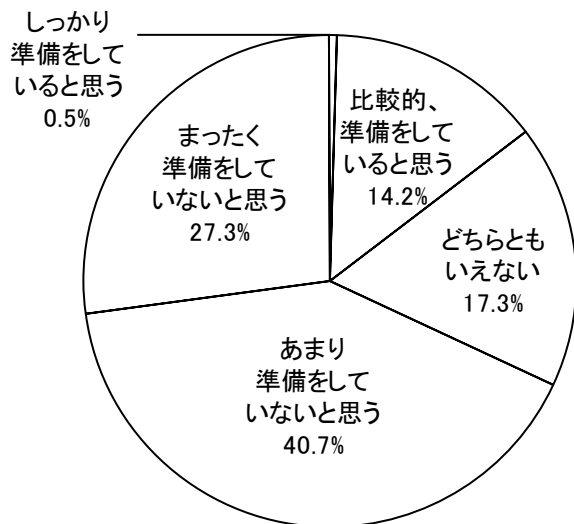
Tel 03-6216-8741

【調査結果】

震災のための準備について

- 震災への備えに自信のない生活者は、3人に2人。

問「あなたは震災のための準備を、どの程度していますか。」
(N=1241)



減災のための行動について

- 知っているけれども取り組んでいない震災への備えは「自宅の耐震補強」「自宅の耐震診断」「窓の破損に備えたガラス補強」。
- 3人に1人が取り組んでいる震災への備えは「飲料水の準備」「非常用ラジオの準備」。

問「以下の「震災に備える行動」の項目から、あなたがすでに取り組んでいるものをすべてお知らせください。」
問「以下の「震災に備える行動」の項目から、あなたがご存知のものをすべてお知らせください。」

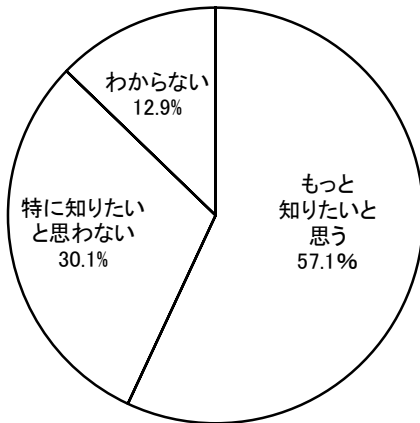
(N=1241)

	すでに取り組んでいるもの	知っているもの	知っているもの ÷ すでに取り組んでいるもの
飲料水を準備する	38.9%	92.3%	2.4倍
非常用ラジオを準備する	34.1%	82.4%	2.4倍
自宅の広域避難場所を確認する	29.0%	53.1%	1.8倍
非常用食料を準備する	27.4%	90.1%	3.3倍
転倒防止のために、家具を固定する	21.2%	70.3%	3.3倍
家族で震災時の連絡のとり方を決めておく	18.7%	56.5%	3.0倍
浴槽には常に、水を張っておく	18.5%	51.2%	2.8倍
防災袋を準備する	16.0%	63.2%	4.0倍
家族と震災時のことを話しあっておく	15.8%	44.3%	2.8倍
枕元に懐中電灯を置いて寝る	14.9%	47.7%	3.2倍
地震保険に加入する	13.7%	51.2%	3.7倍
携帯電話の非常用充電器を準備する	11.6%	45.4%	3.9倍
学校や勤務先の広域避難場所を確認する	11.6%	38.4%	3.3倍
地震による火災発生に備え、消火器を用意する	10.7%	33.3%	3.1倍
持ち出し用の衣類、防寒具を準備する	9.1%	50.7%	5.6倍
自治体、地域などの防災訓練に参加する	6.2%	28.7%	4.6倍
「171」などの災害用伝言ダイヤルに登録する	5.3%	32.6%	6.2倍
学校や勤務先から自宅まで、歩いてみる	5.1%	25.6%	5.0倍
非常用トイレを準備する	4.8%	40.6%	8.5倍
枕元に避難用の履き物を置いて寝る	4.8%	34.9%	7.3倍

非常用発電機を準備する	4.4%	29.6%	6.7 倍
窓の破損に備え、ガラスを補強する	3.8%	35.6%	9.4 倍
自宅の耐震診断をする	3.0%	30.0%	10.0 倍
外出先での被災に備え、水や菓子などを持ち歩く	2.7%	12.0%	4.4 倍
自動車のガソリンを満タンにしておく	2.7%	8.8%	3.3 倍
自宅の耐震補強をする	2.4%	32.8%	13.7 倍
学校や勤務先などに個人用の防災用品を準備する	1.6%	12.0%	7.5 倍

- 「震災への備えに関する情報をもっと知りたい」生活者は 2 人に 1 人、
「震災発災時にとるべき行動についてもっと知りたい」生活者は 3 人に 2 人。

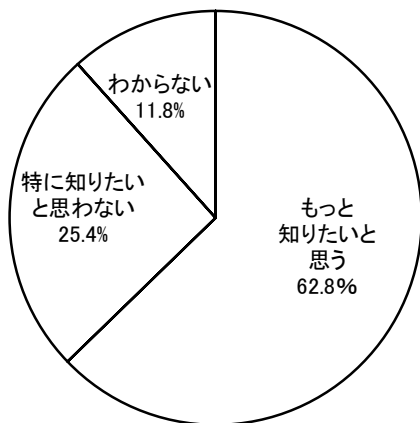
問 「震災に備える行動」に関する情報をもっと知りたいと思いますか。」
(N=1241)



問 「震災が起こったときの行動」に関する情報をもっと知りたいと思いますか。」
(N=1241)

「震災が起こったときの行動」として提示した項目

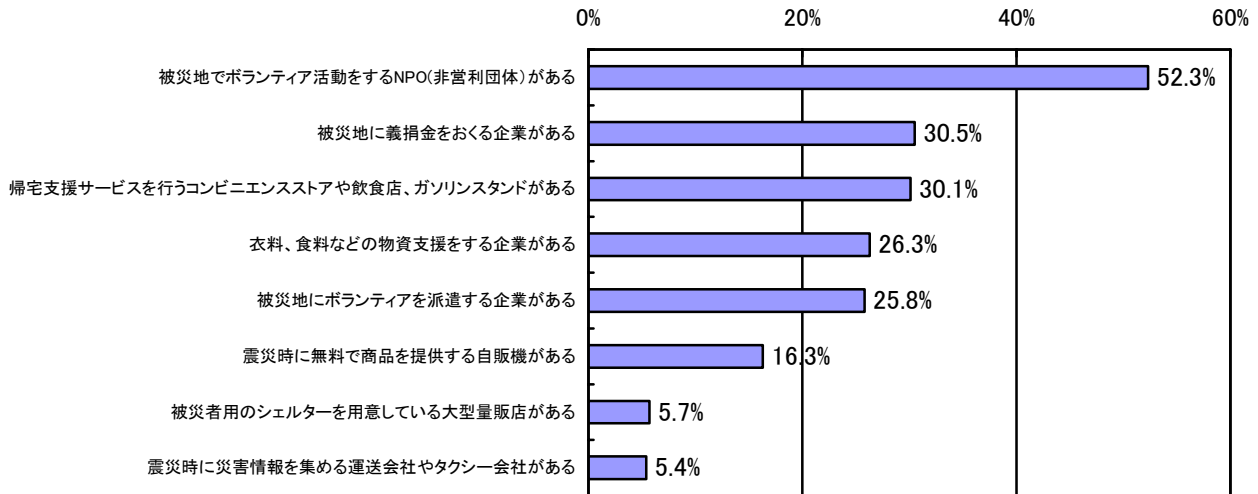
- ・ ガスは自動的に止まるのであわてて火を消す必要はない
- ・ 家族の安否がわかれば帰宅は急がないほうがよい
- ・ 避難のために自宅を離れるときには、火災予防のためブレーカーを落とす
- ・ 避難のために自宅を離れるときには、火災予防のためガスの元栓をしめる
- ・ 自動車は道路の左に寄せて止め、鍵をつけた状態で車両を離れる



企業の減災活動について

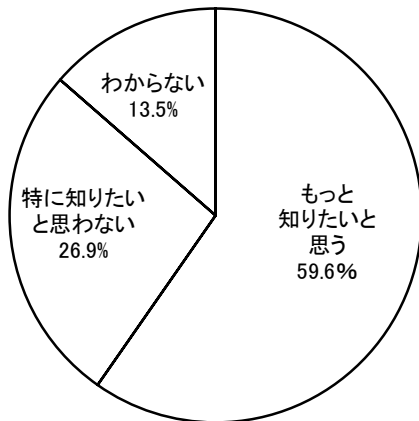
■現状、「震災時の企業の活動」の多くは、生活者に知られていない。

問「以下の「震災時の企業などの活動」の項目から、あなたをご存知のものをすべてお知らせください。」 (N=1241)

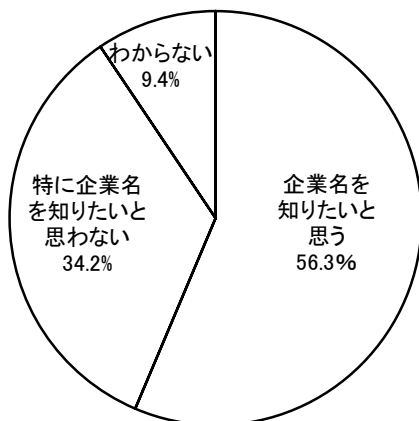


■しかし、過半数の生活者は「震災時の企業の行動に関する情報やその企業名を知りたい」と思っている。

問「震災時の企業などの活動」に関する情報をもっと知りたいと思いませんか。」 (N=1241)



問「震災時の活動を行う企業について、具体的な企業名を知りたいと思いませんか。」 (N=1241)



【調査概要】

期 間 : 2006年9月22日(金)～24日(日)
 対象エリア : 全国
 対 象 者 : 20-69歳男女 1241名
 手 法 : インターネット調査