

防災・減災に関する県民意識調査結果（令和3年2月）について

1 要旨・目的

広島県「みんなで減災」県民総ぐるみ運動の令和2年度の実績を把握するとともに、運動を進める上での課題の抽出や、その解決方策の検討を行うため、調査を行い、その結果等を取りまとめた。

2 現状・背景

本県においては、「災害死ゼロ」の実現を目指し、県民、自主防災組織等が災害から命を守るために適切な行動をとることができるよう、平成27年から、県民、自主防災組織等、事業者、行政等が一体となって、広島県「みんなで減災」県民総ぐるみ運動に取り組んでいる。

3 概要

(1) 調査対象

県内在住の18歳以上の男女5,000人

(2) 調査期間

令和3年2月26日（金）～3月12日（金）

(3) 調査結果

別紙のとおり

防災・減災に関する県民意識調査結果（令和3年2月）について

1 集計結果の概要

行動計画に掲げる成果指標項目	調査結果								R2 (目標)
	H26	H27 (10月)	H28 (8月)	H29 (2月)	H30 (2月)	H31 (2月)	R2 (2月)	R3 (2月)	
災害の種類に応じた避難場所・避難経路を確認した人の割合	13.2%	27.0%	54.0%	60.5%	57.2%	71.2%	68.5%	71.6%	90.0%以上
防災教室・防災訓練へ参加した人の割合	35.1%	30.7%	32.9%	36.8%	39.4%	29.3%	41.5%	44.9%	60.0%
非常持出品を用意している人の割合	52.8%	51.5%	65.9%	67.6%	67.4%	66.5%	69.1%	70.8%	—
上記を用意し、かつ3日分以上の食糧及び飲料水を備蓄している人の割合	—	—	—	46.7%	50.5%	48.1%	52.3%	54.6%	70.0%
家具等の転倒防止を行っている人の割合	—	—	—	43.9%	56.6%	44.7%	49.0%	51.6%	70.0%

行動計画に掲げる成果指標項目	H26	H27 (10月)	H28 (9月)	H29 (2月)	H30 (3月)	H31 (2月)	R2 (3月)	R3 (3月)	R2 (目標)
県、市町の防災情報メールを登録している人の割合	8.4%	10.4%	11.3%	11.3%	22.8% (※)	27.0% (※)	31.1% (※)	32.9% (※)	40.0%

※ ヤフーと協議し、H30.3.27から、「Yahoo!防災速報」（スマートフォンアプリ、メール）からも県防災情報メールと同様の情報がプッシュ配信されることとなったことから、この度の数値は、防災情報メールの登録者数に「Yahoo!防災速報」登録者数を加えて算出している。

2 集計結果の分析等

この度の調査の集計結果について、「みんなで減災」県民総ぐるみ運動の成果指標とする行動をとっている人に見られる傾向などから、その数値を押し上げている主な要因、逆に伸びていない要因や課題などを探るため、例年2月に実施している調査と同様に広島県「みんなで減災」県民総ぐるみ運動推進会議の委員でもある2名の有識者により、社会心理学並びに防災の観点からの分析等を行っていただいた。

（有識者）広島大学大学院人間社会科学研究科 教授 坂田 桐子 氏（社会心理学）
 山口大学大学院創成科学研究科 准教授 瀧本 浩一 氏（防災）

3 行動計画に掲げる成果指標ごとの分析概要

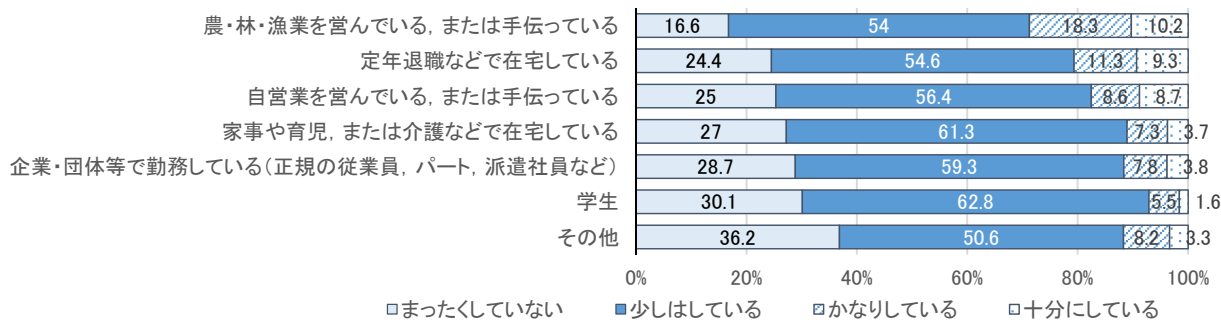
(1) 【行動目標】身の周りの災害危険箇所などを「知る」

行動計画に掲げる 成果指標項目	調査結果								R2 (目標)
	H26	H27 (10月)	H28 (8月)	H29 (2月)	H30 (2月)	H31 (2月)	R2 (2月)	R3 (2月)	
災害の種類に応じた避難場所・避難経路を確認した人の割合	13.2%	27.0%	54.0%	60.5%	57.2%	71.2%	68.5%	71.6%	90.0% 以上

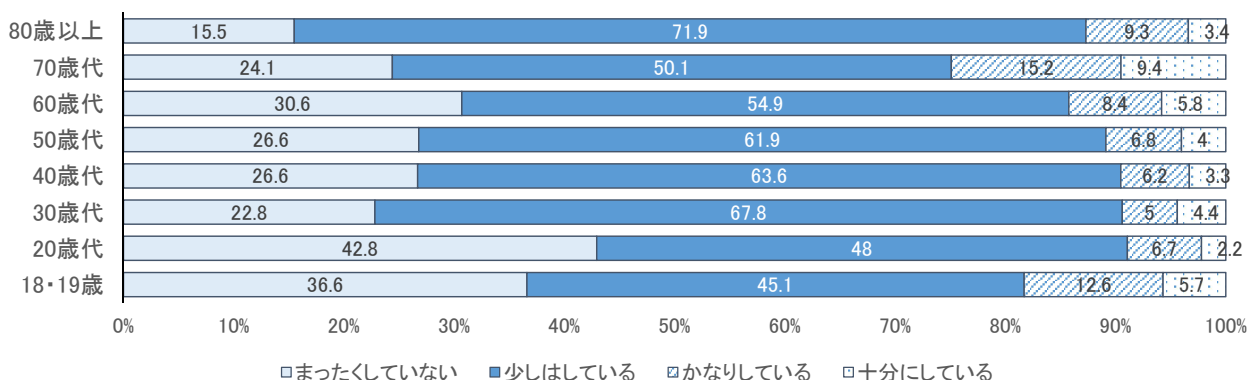
- 避難場所・避難経路を確認した人の割合について、生活形態別(※)では、「農林漁業」が「82.5%」と最も高く、次いで「定年退職などで在宅」の「75.2%」となっている。
- 災害の危険性を確認するに当たって、困っていることでは、「どうやって確認するか分からない」が「36.2%」で最も高く、「調べても県や市町などが提供する情報が分かりにくい」が「25.0%」となっている。前者と答えた割合が高いのは「家事や育児などで在宅」、後者と答えた割合が高いのは「農林漁業」となっている。
- また、避難場所・避難経路を確認していない人の割合について、生活形態別では、「学生」が「30.1%」と最も高くなっている。

※ 生活形態の分類 ～ 「企業・団体勤務」、「自営業」、「農林漁業」、「家事や育児などで在宅」、「学生」、「定年退職などで在宅」

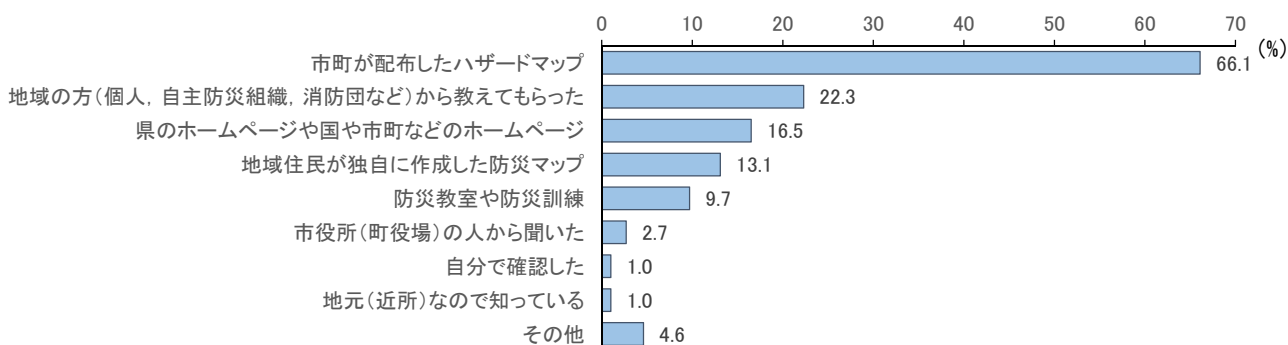
<避難場所や避難経路の確認の有無「生活形態別」(Ⅱ：問4)>



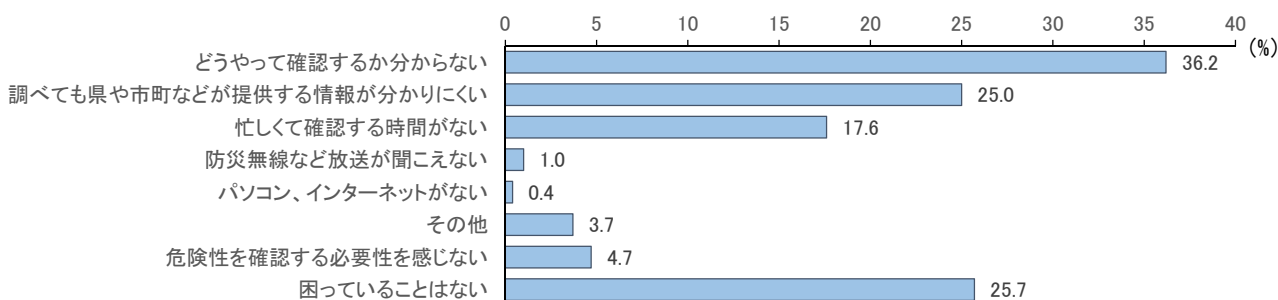
<避難場所や避難経路の確認の有無「年齢別」(Ⅱ：問4)>



<避難場所や避難経路の確認方法（Ⅱ：問4-2）>



<災害の危険性を確認するに当たって、困っていること（Ⅰ：問10）>



ア 有識者による分析や示唆など

- 目標達成には至らなかったが、比較的順調に増加している。
- 10代・20代の若年層や、町内の人と付き合いがない人については、避難場所や避難経路を全く確認していない割合が高い。このことについて、若年層は未婚で家族を持たないため、周りに守るべき大切な相手がいないなど動機づけがないことや、親と同居していた場合、世帯主の親が代わりに行っている可能性が考えられる。また、近所付き合いのない人は、居住地域の災害リスクなどについて近隣の人から聞く機会が少ないため、全体的に防災意識が喚起されにくいものと考えられる。
- 身の周りの災害リスクを確認する方法について、地域コミュニティの希薄化を考えると、近所の人や住民自治組織等から聞く機会は少ないため、各種メディアや職場を通じた呼びかけが重要である。
- 災害の危険性を確認するに当たって「確認方法がわからない」という人が多いのは、そもそも防災情報をどこから取ればよいか分からないという、情報源の啓発不足が考えられる。
- また、「調べても県や市町などが提供する情報が分かりにくい」のは、行政のホームページの構成が複雑で分かりにくく、啓発情報ページを設置している階層の位置やそこへ誘導する経路の工夫が必要であると考えられる。

- 学校においてマイ・タイムラインを活用した防災教育を進めることは、自ら避難場所や避難経路を調べる取組を促進することとなるため、身の周りの災害リスクを確認することに有効であると考えられる。

イ 有識者による分析や示唆を受けての取組等

- 小学校を中心に「ひろしまマイ・タイムライン」を活用した防災教育を進めるとともに、宿題等の家庭学習により保護者へもその学習効果を拡大させることにより、「ひろしまマイ・タイムライン」をきっかけとした防災意識の向上に取り組む。
- 学校において「ひろしまマイ・タイムライン」を活用した防災教育が定着し、すべての生徒がマイ・タイムラインの作成に取り組めるよう、教育機関との協議による教材の見直しや、マイ・タイムライン推進員による出前講座に取り組む。
- 報道機関と連携し、テレビやラジオ等の各種メディアや「みんなで減災推進大使」等を活用した呼びかけにより、防災の機運醸成に取り組む。
- 主に若年層や地域との付き合いが希薄な層を対象に、スマートフォンの防災アプリを活用して、避難場所・避難経路の確認やマイ・タイムラインの作成を行うなど、これまで防災に無関心だった層の防災意識の向上に取り組む。
- 引き続き、自主防災組織の充実を図るため、機運が高まらない地区や活性化していない組織へ自主防災アドバイザーを派遣し、指導・助言を行い、活性化を図るとともに、自主防災組織による避難の呼びかけ体制構築に取り組む。

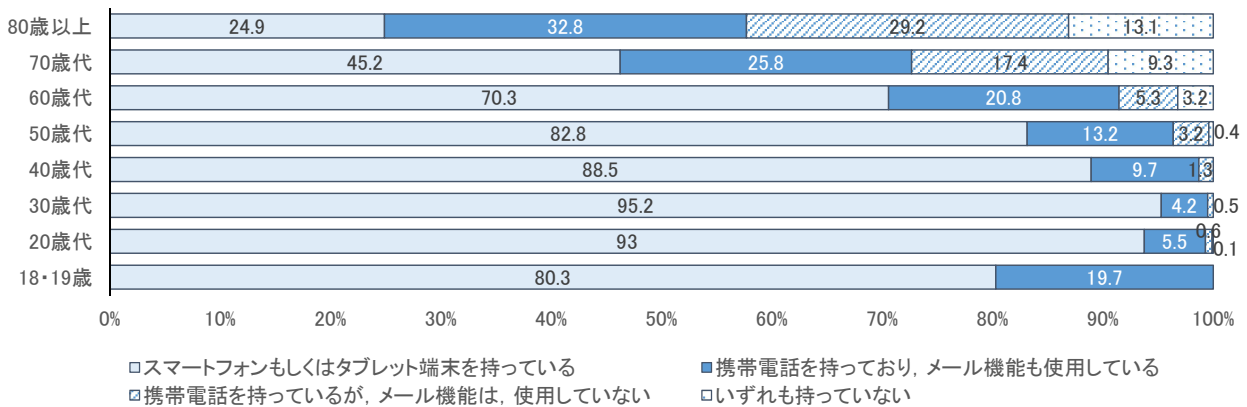
(2) 【行動目標】 災害発生の危険性をいち早く「察知」する

行動計画に掲げる 成果指標項目	調査結果								R2 (目標)
	H26	H27 (10月)	H28 (9月)	H29 (2月)	H30 (3月)	H31 (2月)	R2 (3月)	R3 (3月)	
県, 市町の防災情報メールを登録している人の割合	8.4%	10.4%	11.3%	11.3%	22.8% (※)	27.0% (※)	31.1% (※)	32.9% (※)	40.0%

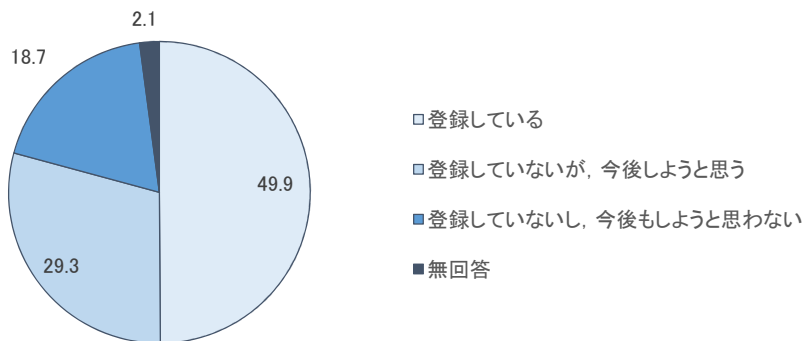
※ ヤフーと協議し、H30.3.27 から、「Yahoo!防災速報」(スマートフォンアプリ, メール)からも県防災情報メールと同様の情報がプッシュ配信されることとなったことから、この度の数値は、防災情報メールの登録者数に「Yahoo!防災速報」登録者数を加えて算出している。

- アンケートでは、携帯電話・スマートフォン、タブレット端末を持っている人(9割台半ば)で、約5割「49.9%」が登録している。
- 登録していない理由は、「登録方法が分からないから」が5割超「51.1% (50.5%) ※」と最も割合が高い。 ※ 「R3.2 調査数値 (R2.2 調査数値)」

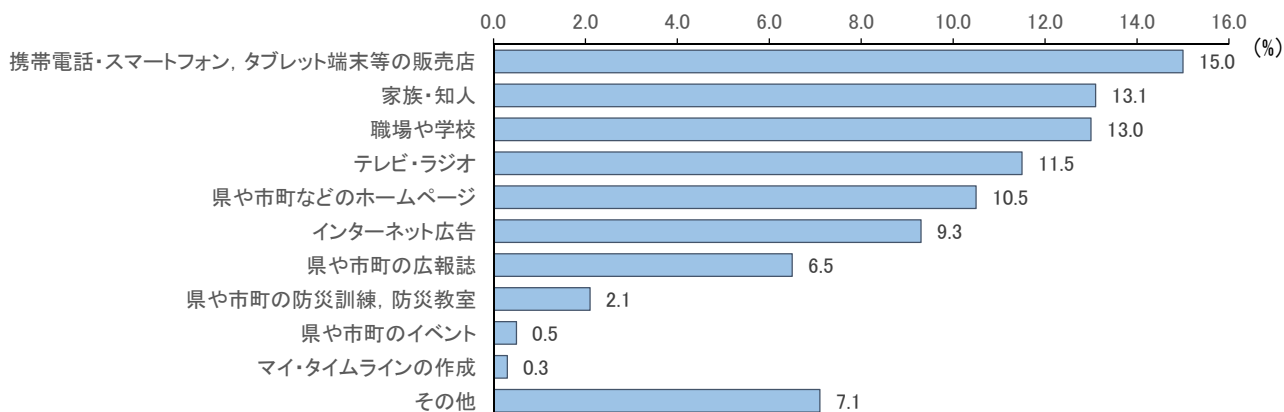
<スマートフォン, 携帯電話等の所持状況 (Ⅱ: 問7) >



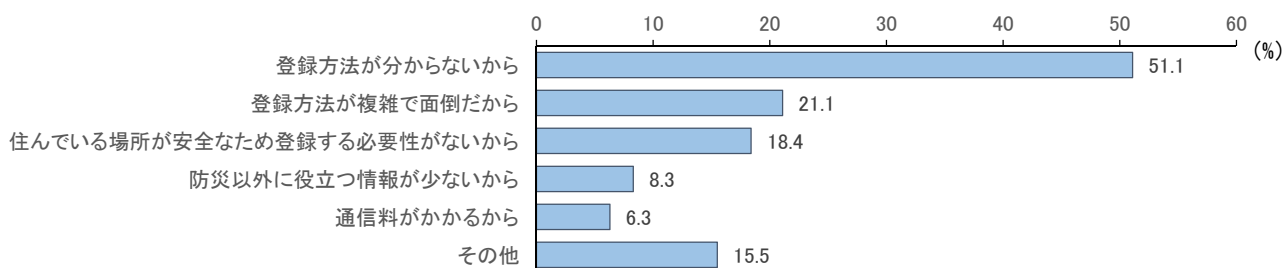
<防災情報メールや防犯アプリの登録状況 (Ⅱ: 問8) >



＜防災情報メールや防犯アプリを登録したきっかけ（Ⅱ：問 8－1）＞



＜防災情報メールや防犯アプリを登録していない理由（Ⅱ：問 8－2）＞



ア 有識者による分析や示唆など

- 高齢者の携帯電話やスマートフォンの保有率は6割強もあり、メール機能も活用していることを考慮すると、防災情報メールの登録割合は、まだ増加する余地は十分にあると考えられる。
- 携帯電話等の販売店や家族・知人などに対面的に登録を呼びかけられ、かつ登録方法も同時に教えてもらえる状態により登録が促進されると考えられる。
- 学生を中心とした「登録方法が複雑で面倒」という層を取り込むため、防災情報メール登録のメリットや有用性を広報するとともに、登録方法をできるだけ簡略化することが必要である。

イ 有識者による分析や示唆を受けての取組等

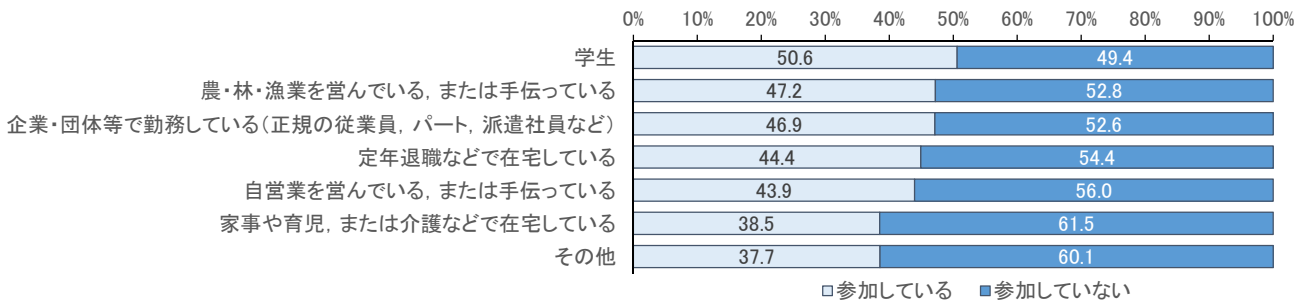
- 子育てサークルや地域の高齢者サロン等で行う防災教室において、防災情報メールの登録方法の周知と登録の支援に取り組む。
- 通信事業者に引き続き協力いただき、携帯電話の新規契約や更新時を捉えた防災情報メールの登録の促進に取り組む。
- 報道機関と連携し、テレビやラジオ等の各種メディアや「みんなで減災推進大使」等を活用して、防災情報メールの効能や登録方法などについて、分かりやすい説明を行うよう取り組む。

(3) 【行動目標】 自ら判断して適切に「行動する」及び
防災教室や防災訓練などで「学ぶ」

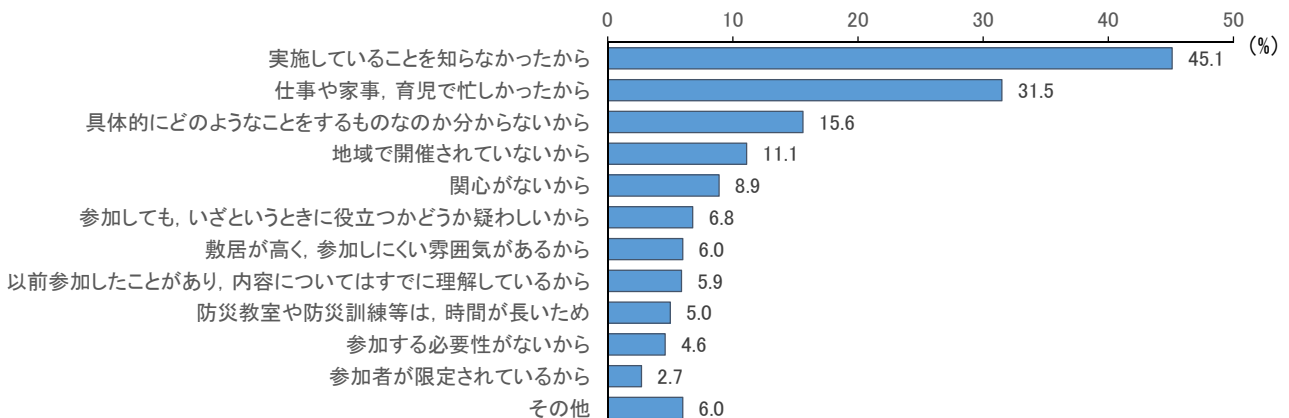
行動計画に掲げる成果指標項目	調査結果								R2 (目標)
	H26	H27 (10月)	H28 (8月)	H29 (2月)	H30 (2月)	H31 (2月)	R2 (2月)	R3 (2月)	
防災教室・防災訓練へ参加した人の割合	35.1%	30.7%	32.9%	36.8%	39.4%	29.3%	41.5%	44.9%	60.0%

- 防災教室・防災訓練への参加割合は「家事や育児などで在宅」で「38.5%」と最も低くなっている。
- 防災教室・防災訓練に参加しなかった理由は、「実施していることを知らなかったから」が「45.1%」と最も割合が高く、次いで「仕事や家事，育児で忙しかったから」が「31.5%」となっている。
- 参加しなかった理由で、「仕事や家事，育児で忙しかったから」は「企業・団体勤務」で「42.2%」，「実施していることを知らなかったから」は「学生」で「52.8%」と他の生活形態に比べ割合が高くなっている。
- 「以前参加したことがあり，内容についてはすでに理解しているから」は，「農林漁業」で「27.7%」と他の生活形態に比べ割合が高くなっている。

<過去1年間における防災教室・防災訓練への参加状況（Ⅱ：問12）>



<防災教室・防災訓練に参加しなかった理由（Ⅱ：問12-1）>



ア 有識者による分析や示唆など

- 地域とのつながりが薄い人の参加率が特に低く、10代・20代の若年層や企業・団体勤務者は地域の防災訓練等ではなく、職場や学校の防災訓練等への参加率が比較的高いため、職場や学校での防災訓練を強化することが必要である。
- 防災訓練等に参加しなかった最大の理由は「実施していることを知らなかった」であるため、地域における防災訓練の実施日等の周知が課題である。
- また、「仕事や家事・育児で忙しかったから」も依然として多いため、短時間で実施できる防災訓練のプログラムを普及させる必要がある。
- さらに、防災訓練の実施日を仮に周知徹底できたとしても、開催日に参加できる人ばかりではないため、日時を選ばず自分の都合の良い時に、短時間で、一人で、もしくは家族で実施できる防災訓練のプログラムを開発し、インターネット上で提供するなどの工夫が必要である。

イ 有識者による分析や示唆を受けての取組等

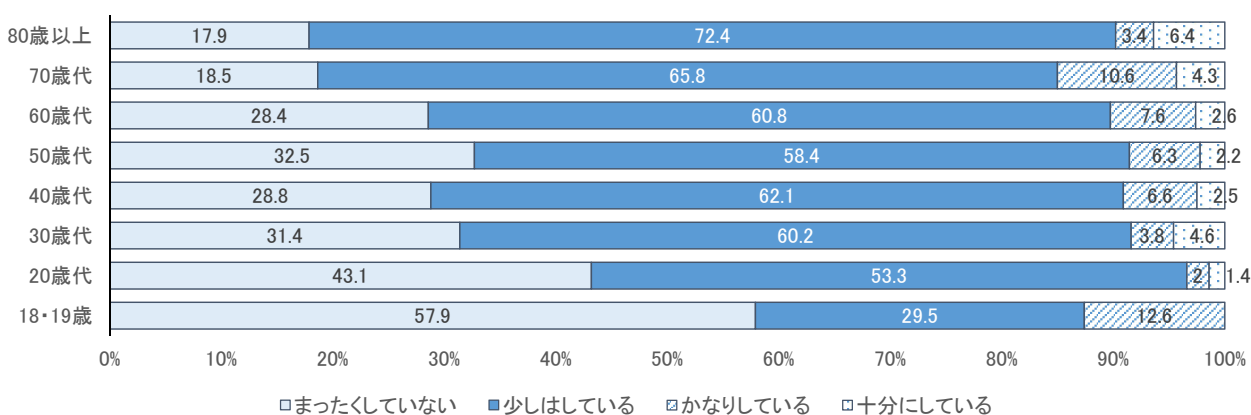
- 引き続き、全県民を対象とした「一斉防災教室」や「一斉地震防災訓練」を実施し、学校や企業だけでなく、地域での防災訓練の実施を呼びかけ、県内各地で継続して防災訓練が開催されるよう取り組む。
- 報道機関と連携し、テレビやラジオ等の各種メディアや「みんなで減災推進大使」等を活用して、防災訓練への参加促進を促すとともに、県が実施する「一斉地震防災訓練」などの防災訓練の周知に取り組む。
- 「Yahoo!防災速報」などの民間の防災アプリと連携し、短時間で手軽に行える防災訓練の普及促進に取り組む。

(4) 【行動目標】 非常持出品を準備するなど災害に「備える」

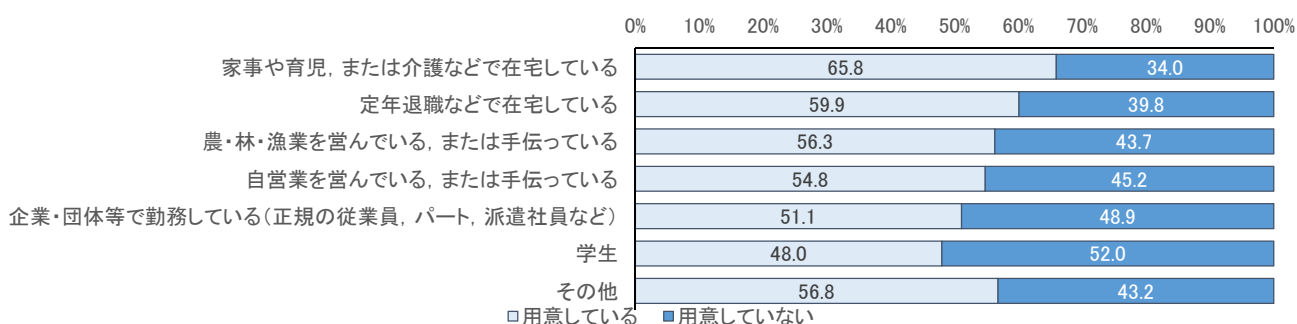
行動計画に掲げる成果指標項目	調査結果								R2 (目標)
	H26	H27 (10月)	H28 (8月)	H29 (2月)	H30 (2月)	H31 (2月)	R2 (2月)	R3 (2月)	
非常持出品を用意している人の割合	52.8%	51.5%	65.9%	67.6%	67.4%	66.5%	69.1%	70.8%	—
上記を用意し、かつ3日以上 の食糧及び飲料水を備蓄している人の割合	—	—	—	46.7%	50.5%	48.1%	52.3%	54.6%	70.0%
家具等の転倒防止を行っている人の割合	—	—	—	43.9%	56.6%	44.7%	49.0%	51.6%	70.0%

- 非常持出品を用意している人の割合について、学生や単身者の多い「20歳未満（42.1%）」を除くすべての年代で半数を超え高くなっており、男女の差異にも大きな差はみられない。
- 非常持出品を用意し、かつ3日以上以上の食料及び飲料水を備蓄している人の割合は、年代別では「70歳代（62.7%）」、「80歳以上（66.7%）」で6割を超え、生活形態別では「家事や育児などで在宅」で6割台半ば（65.8%）と高くなっている。
- 家具等の転倒防止を行っていない人の割合は、「80歳以上」で6割台半ば「（65.6%）」と高くなっている。

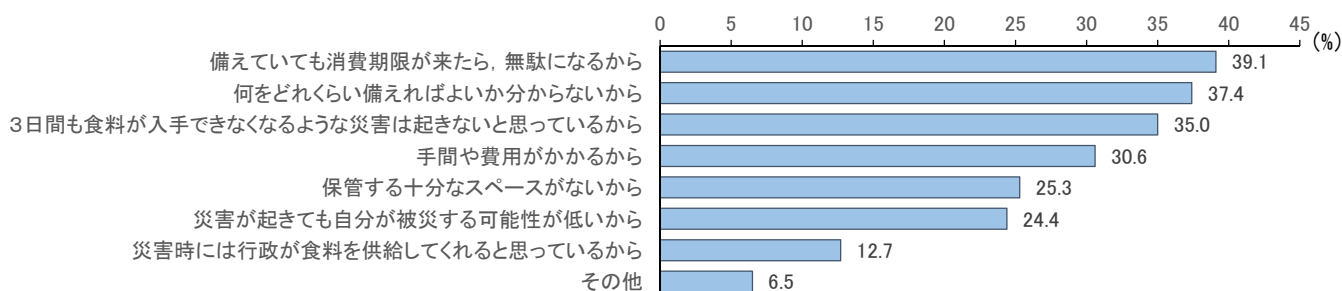
<非常持出品の準備状況「年齢別」(Ⅱ：問11)>



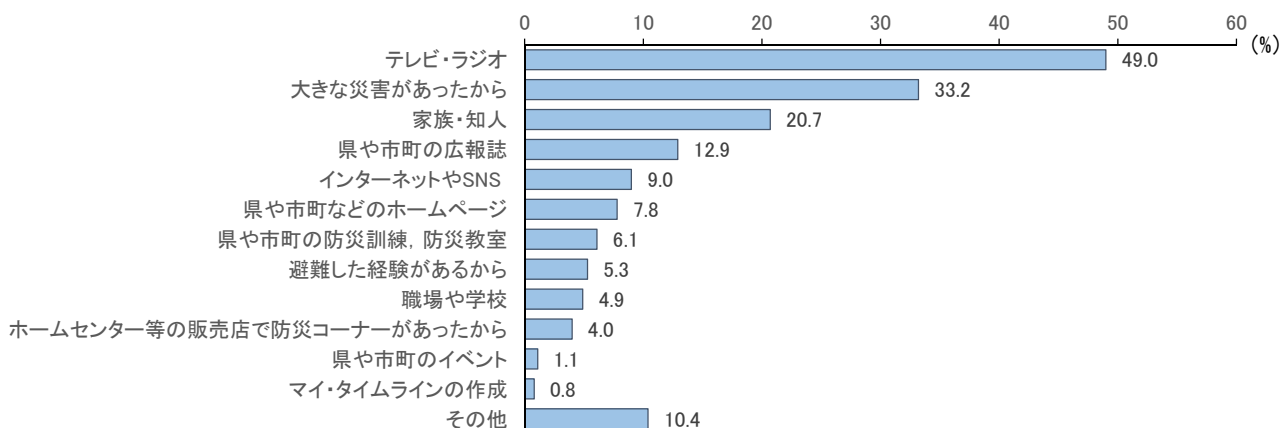
<非常持出品を準備し、かつ3日以上以上の食料品等の備蓄を用意している人の割合「生活形態別」(Ⅱ：問11)>



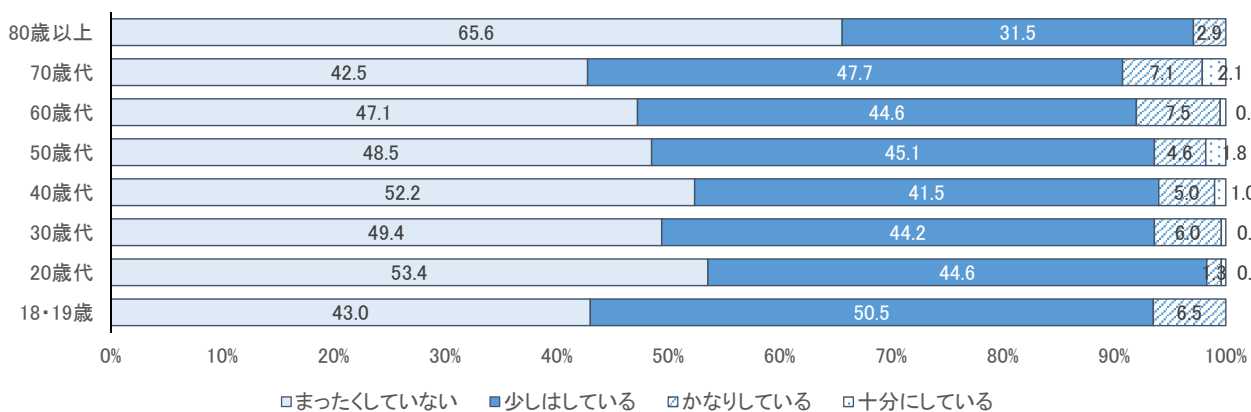
<備蓄を行わない理由(Ⅱ：問10-2)>



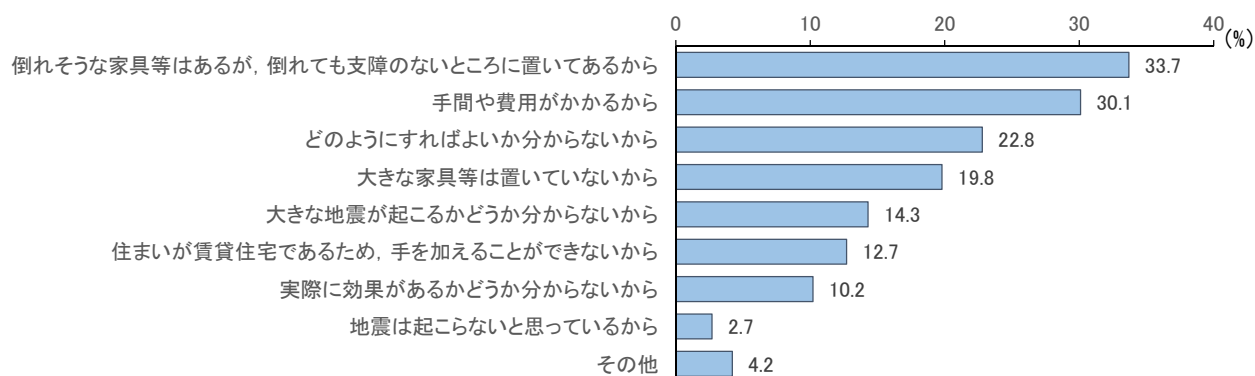
< 備蓄を行ったきっかけ（Ⅱ：問 10-3） >



< 家具などの転倒防止の実施状況「年齢別」（Ⅱ：問 13） >



< 家具などの転倒防止を行っていない理由（Ⅱ：問 13-1） >



ア 有識者による分析や示唆など

- 10代・20代の若年層や地域とのつながりが薄い人の備蓄の割合が低く、備蓄しない理由として、「保管する十分なスペースがない」や「備えていても消費期限が来たら無駄になる」が多いことから、この層へのローリングストック法のこれまで以上の周知や、備蓄品の保管に必要なスペースなどの情報発信が必要である。その際には、普段の生活の延長でできるという観点を強調し、特殊なものでなく、普段消費しているレトルト食品などの身近な例で啓発する必要がある。
- また、「何をどれくらい備えればよいかわからない」と考えている人が多くいるため、1人当たり3日分の飲料水と食料の具体的な品目や量、価格などについての情報発信が必要である。
- さらに、「3日間も食料が入手できなくなるような災害は起きないと思っている」と考える人も多いということは、備蓄食料が必要になる事態への理解が十分ではないと考えられるため、「食料を備蓄していてよかったと思える事態」が想像より頻繁に生じ得ることを具体的にイメージできるような啓発が必要である。
- 家具等の転倒防止を「今後もしようと思わない」人が約4割と比較的高いことや、転倒防止を行っていない理由として、「倒れそうな家具等はあるが倒れても支障のないところに置いてあるから」や「手間や費用がかかるから」が多いことから、家具等の転倒防止を行わなければならない理由の理解不足や、転倒防止を行うコストに見合うだけのメリットを実感できていない可能性がある。
- 備蓄や家具等の転倒防止を行うきっかけとして、テレビ・ラジオが最も多いことから考えると、これらを活用した広報は有効であるものと考えられる。
- また、どの家具の転倒防止をしなければならないのか、どのくらいの震度でどの家具が落ちたり倒れたりする可能性があるのか、費用や手間はどのくらいかかるのかといった具体的な情報を発信する必要がある。

イ 有識者による分析や示唆を受けての取組等

- 報道機関と連携し、テレビやラジオ等の各種メディアや「みんなで減災推進大使」等を活用して、災害備蓄品のローリングストック法や具体的な品目や量、保管に必要なスペースなどの情報だけでなく、家具の転倒防止のメリットや家具の固定方法などの具体的な情報発信に取り組む。
- 引き続き、「備えるフェア」を開催し、小売店舗やホームセンター等の協力を得て、非常持出品や備蓄品の販売促進や、来店者に対する備えの必要性などの啓発に取り組む。

- 「Yahoo!防災速報アプリ」と連携して、そのアプリ内で、家族構成や生活環境に対応した災害時に必要な備蓄品の品目や量の推奨を行い、3日分以上の食料及び飲料水を備蓄している人の割合を増やすよう取り組む。
- 「ひろしまマイ・タイムライン」において、現行の風水害だけでなく、地震にも対応できるよう、有識者や関係者と協議し、地震版のマイ・タイムライン作成の検討に取り組む。