

# 防災・減災に関する県民意識調査結果（平成 28 年 8 月）の分析結果について

平成 29 年 4 月 減災対策推進担当

## 1 趣旨

- 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た主な要因、逆に伸びていない要因や課題などを探るため、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、行動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） 広島大学大学院総合科学研究科 教授 坂田 桐子 氏（行動心理学）  
山口大学大学院創成科学研究科 准教授 瀧本 浩一 氏（防災）

- 有識者からは、成果指標が伸びている背景には、
- ・ 報道機関との連携など、県の進める現行の取組は効果的であること
  - ・ 「8.20土砂災害」以降も、全国的に相次ぎ災害（「平成27年9月関東・東北豪雨災害」や「平成28年熊本地震」など）が発生していること
- などが挙げられるといった意見があったほか、成果指標が伸びていない指標については、その要因分析等を踏まえた、今後の取組に係る示唆などをいただいた。

## 2 行動計画に掲げる成果指標ごとの分析概要

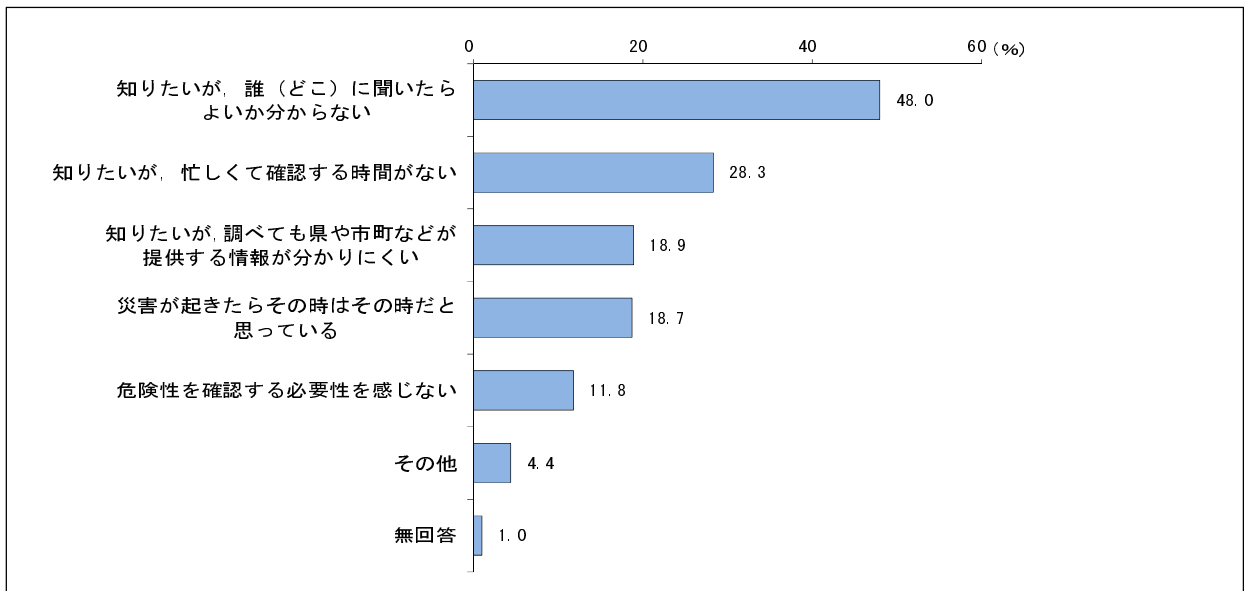
### （1）【行動目標】身の周りの災害危険箇所などを「知る」

成果指標項目	調査結果			H32(目標)
	H26	H27(10月)	H28(8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%	<b>54.0%</b>	60.0%

- 確認した人の平均数値は大きく伸びており、平成27年10月調査で最も低かった「企業・団体勤務者」を含め、どの生活形態（※）においても、ほぼ平均値まで伸びてきている。

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

- 一方で、「住んでいる場所にどんな災害の危険性があるか知らない」人が、2割（19.4%）となっている。
- その理由は、「知りたいが、誰（どこ）に聞いたらよいか分からない」が最も多く、次いで、「知りたいが、忙しくて確認する時間がない」となっており、前者と答えた割合が高いのは、「農林漁業」、「家事や育児で在宅」及び「定年退職などで在宅」、後者と答えた割合が高いのは、「学生」及び「企業・団体勤務者」となっている。



災害の危険性を知らない理由（問 11）

## ア 有識者による分析等

### （ア）成果指標を押し上げた主な要因

- 避難場所・避難経路の確認行動をとっている人には、「みんなが防災行動を行っている」、「防災行動を行うことはメリットがある」と認識している傾向があり、「住んでいる町内の防災活動が活発であること」が、行動を大きく後押ししている。
- また、県民総ぐるみ運動を知っている人ほど確認している。
- これらのことから、報道機関と連携した取組や、自主防災組織の活性化に係る取組などによる効果が表れているものと考えられる。

### （イ）課題

- 避難場所等を確認する意欲が高まっても、確認する機会と場が創出され、かつ、確認する方法が分からなければ実行度は上がらない。
- このため、
  - ・ 報道機関との連携などにより、在宅していても知ることでできる取組や勤務場所などを通じた「知る」取組を継続していくこと
  - ・ 自分一人で確認することが困難と考えられる高齢者等については、地域や家族が会話によって教えるなどのサポートを強化していくこと
 などが必要ではないか。

## イ 集計結果や有識者の分析を踏まえた今後の取組の方向性

- 引き続き、テレビ、ラジオ等、報道機関と連携するとともに、企業訪問など

を通じて、「多くの県民が避難場所・避難経路を確認している」という事実や、防災行動を行うことのメリットなどを発信していく。

- また、「みんなで減災」推進大使による、生活動線上での一層の啓発活動や、避難場所等を容易に検索できる機能のあるポータルサイトへの誘導に取り組む。
- 加えて、地域での支え合いなどによって、多くの県民の「知る」ことにつながるため、自主防災組織の育成強化に、引き続き取り組む。

**【参考】**

**(1) 行動計画に掲げる取組**

- 災害の種類に応じた災害危険箇所等の確認（自主防災組織，消防団，事業者等）
- 県防災 Web による災害危険箇所等の周知，土砂災害危険個所の周知（県，市町）
- 報道機関との連携による「知る」事柄の周知（県）など

**(2) 現在の主な取組内容**

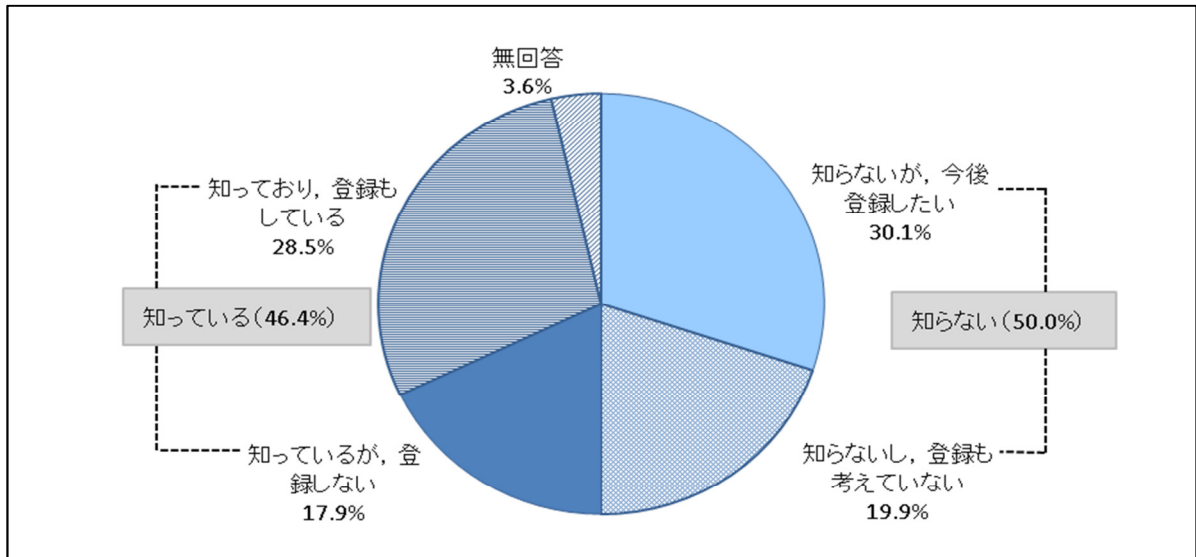
- **災害の種類に応じた災害危険箇所等の確認**  
地域，企業，学校において避難場所，避難経路等を確認する一斉防災教室の実施
- **報道機関との連携による「知る」事柄の周知**  
主に在宅の方を対象に，テレビ，ラジオ等を通じた広報活動などを実施し，ハザードマップや新たに開設したポータルサイト「みんなで減災 はじめの一步」を活用した災害危険箇所，避難場所，避難経路の確認方法等を周知

**(2) 【行動目標】 災害発生危険性をいち早く「察知」する**

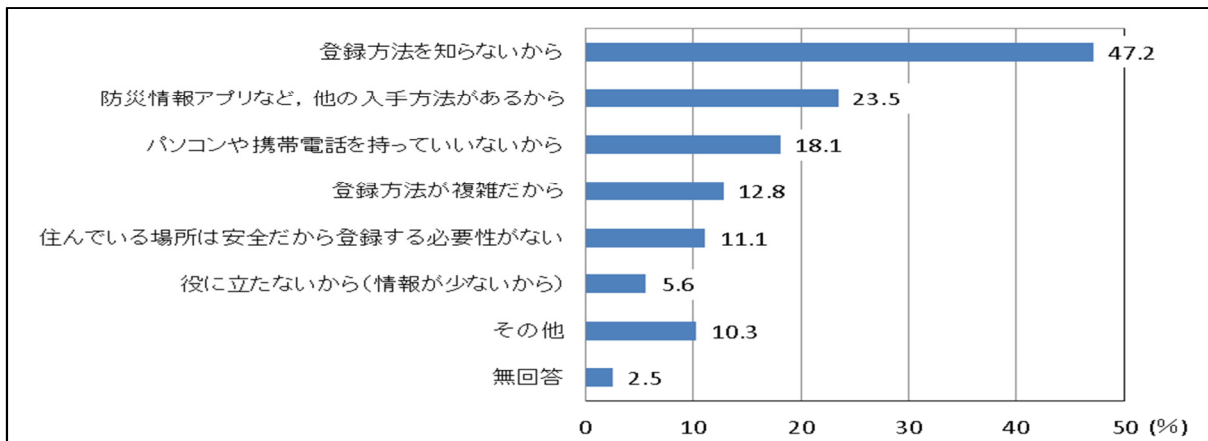
成果指標項目	調査結果			H32(目標)
	H26	H27(10月)	H28(8月)	
県，市町の防災情報メールを登録している人の割合（※）	8.4%	10.4%	<b>11.3%</b>	40.0%

※県及び市町の「防災情報メール」の登録件数を20歳以上の人口で割った数値

- アンケートでは，防災情報メールを「知っている」割合は約5割（46.4%）で，そのうち，約6割（28.5%）が登録している。（全体の約3割）
- また，防災情報メールを「知らない」割合は5割（50.0%）で，そのうち，約6割（30.1%）が登録したいと考えている。（全体の約3割）
- 上記を除く約4割の者の，登録していない理由は，「登録方法を知らないから」が約5割（47.2%）と，最も多い。



・ 県、市町の防災情報メールの認知度（問 13）



・ 県、市町の防災情報メールを登録しない理由（問 14）

## ア 有識者による分析（伸びていない要因及び課題）

- アンケートで、防災情報メールを登録していない人の理由は、「登録方法を知らないから」が最も多くを占めていることから、登録方法の周知に取り組む必要があるのではないか。
- また、県・市町の防災情報メールの効用（他の防災情報アプリ等にはない効用）を生み出し、登録方法の周知とともにその効用を宣伝すれば、登録者割合の上昇が期待できると思われる。

## イ 集計結果や有識者の分析を踏まえた今後の取組の方向性

- 通信事業者による、携帯電話の更新時を捉えた登録促進や、企業の従業員等を対象にした登録促進に引き続き取り組む。
- また、県民自らが、災害から命を守るために欠かせない情報の一括配信など、県の防災情報メールの機能の拡充を検討する。

**【参考】**

**(1) 行動計画に掲げる取組**

- 自主防災組織等による情報伝達及び避難体制の確保（自主防災組織等）
- 気象情報・避難情報の意味と、とるべき行動等の周知（国，県，市町）
- 防災情報メールの登録促進（携帯電話会社，国，県，市町等）など

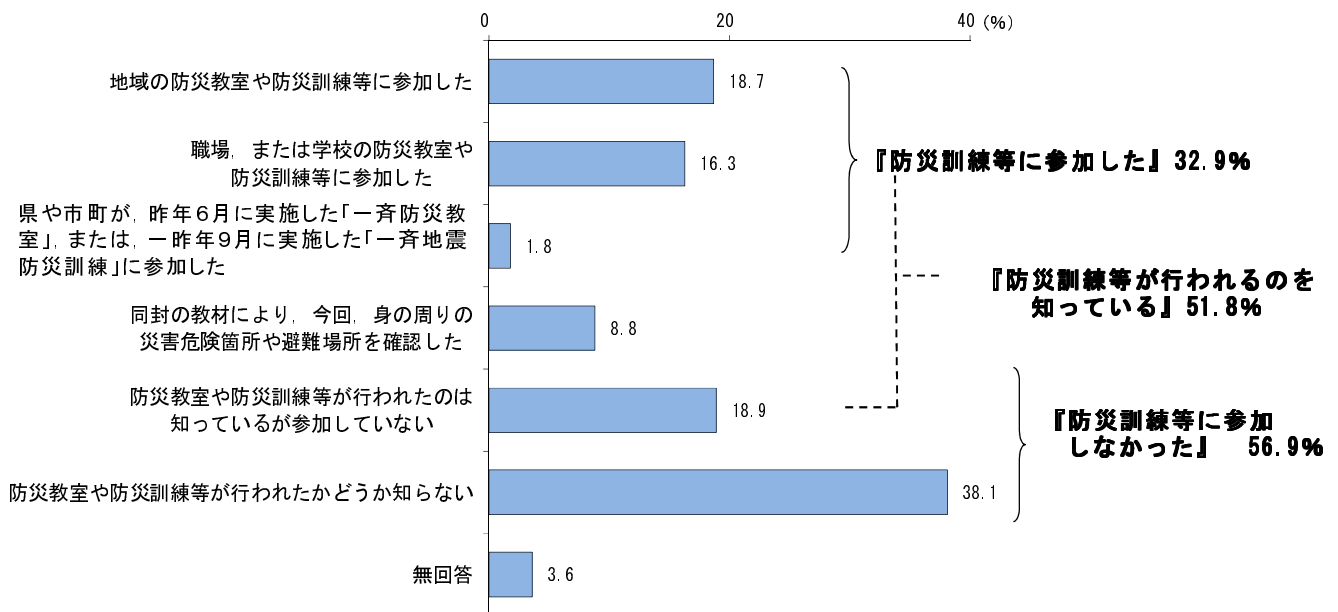
**(2) 現在の主な取組内容**

- 気象情報・避難情報の意味と、とるべき行動等の周知**
  - ・ 「みんなで減災」推進大使を活用し、テレビ・ラジオの気象コーナーや防災イベント等を通じた普及啓発活動
  - ・ 地域の防災教室や防災 Web，ポータルサイト等による周知
- 防災情報メールの登録促進**
  - 県，市町等において，防災教室，防災訓練，広報誌，防災イベント等を通じた防災情報メールの登録促進，携帯電話販売店における防災情報メールの周知

**(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」**

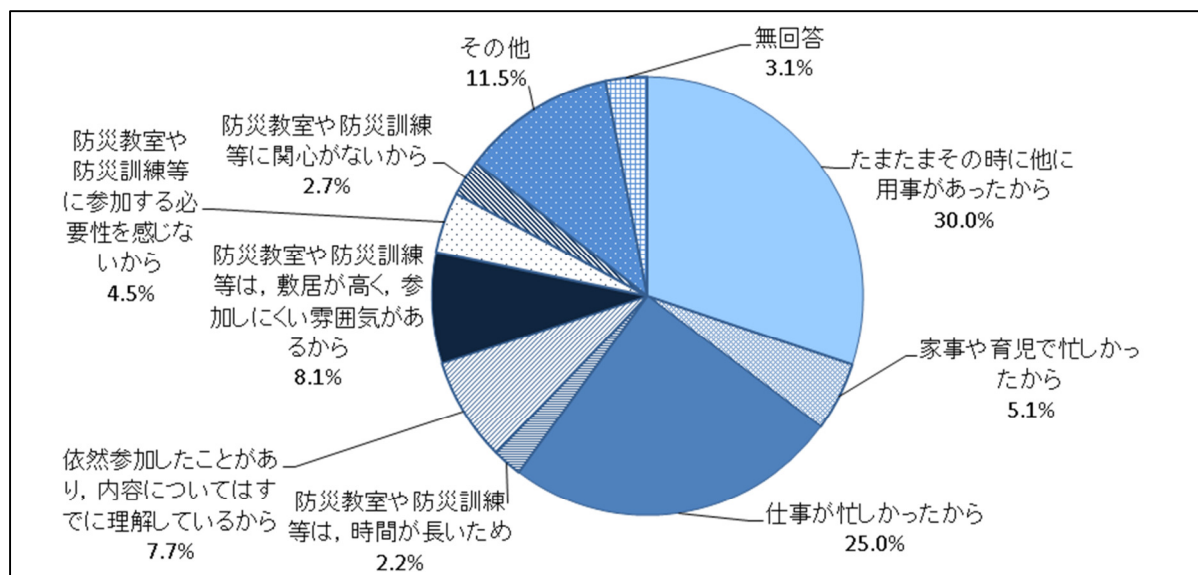
成果指標項目	調査結果			H32(目標)
	H26	H27(10月)	H28(8月)	
防災教室・防災訓練へ参加した人の割合	35.1%	30.7%	<b>32.9%</b>	60.0%

- 防災教室・防災訓練への参加割合が最も低いのは、「家事や育児で在宅(21.7%)」である。
- 「防災教室等が行われたかどうか知らない」割合が最も高いのも、「家事や育児で在宅(48.1%)」である。



過去1年間における防災活動への参加の有無 (問 15)

- 防災教室・訓練があることを知りながら、「たまたまその時に他に用事があったから」や、「仕事が忙しかったから」など、時間的な制約を理由として参加しなかったのは、「企業・団体勤務（82.4%）」が最も高い。
- また、「防災教室等の敷居が高く参加しにくい雰囲気があるから」を理由としているのは、主に「定年退職などで在宅」や「家事や育児で在宅」であり、他の生活形態にはほとんど見られない特徴である。



**防災活動が行われたのは知っているが参加しなかった理由（問 16）**

## ア 有識者による分析等

### （ア）成果指標の数値が伸びていない要因

- 防災教室・防災訓練に参加している者には、「周りの人々が参加していると認識している」や、「県民総ぐるみ運動を知っている」といった傾向があるものの、自分自身が防災に対して肯定的な考えをとっているかどうか、あるいは、災害への関心があるかどうかは寄与していない。
- また、周囲の人々とのつながりや、「防災活動へのかかわりがあるかどうか」といった、自分自身の置かれた立場などに左右されている。
- 中でも、「家事や育児で在宅」や、「企業・団体勤務」は、
  - ・ 自然災害への関心よりも家計（仕事）への関心が優先しており、防災教室等に参加することへの、手間や時間がかかるという意識が高いものと推測されること
  - ・ 地域とのつながりも薄いため、地域で防災活動が活発に行われていても気づいていない可能性があること
 などが、数値が伸びていない要因になっているものと考えられる。

## (イ) 課題

- 防災教室・防災訓練など、地域における防災活動の活発化と、活発に行われていることの周知の徹底が必要ではないか。
- 多忙であることなどが不参加の理由であることを踏まえ、「地域で行われる防災訓練への参加」にこだわらず、例えば、「企業・団体勤務」には職場で、「家事や育児で在宅」には、同じ環境下にある者同士のコミュニティで参加できるなどの工夫を加えることが必要ではないか。
- さらに、手間や時間のかからない訓練手法の検討が必要ではないか。
- なお、低頻度の大規模災害への危機意識を高めるだけでは、必ずしも、防災活動への参加には結びつかない可能性があることに留意する必要がある。

## イ 集計結果や有識者の分析を踏まえた今後の取組の方向性

- 市町と連携し、町内で行われている防災教室・防災訓練の情報を、県のポータルサイトのほか、回覧板の更なる活用などによって周知の徹底を図る。
- 県の防災教室・一斉地震防災訓練の継続実施により、勤務先や地域における参加者の増加を図る。
- 県のポータルサイトを、自分で学ぶことができ、手間や労力のかからない教材として改良を加える。
- また、子育て世代等が、コミュニティを通じて学べる機会を作り出すため、主として女性が参画する団体・サークル等を対象に、防災活動のリーダーを育成する。

### 【参考】

#### (1) 行動計画に掲げる取組

- 自主防災組織等による情報伝達（自主防災組織等）
- 防災訓練・防災教室の実施（自主防災組織，事業者，学校，県，市町等）
- 災害の種類に応じた適切な行動の周知（県，市町等）
- 報道機関との連携による「行動する」事柄及び「学ぶ」事柄の周知（県）など

#### (2) 現在の主な取組内容

- **自主防災組織等による情報伝達**  
緊急速報メールを活用した避難勧告の伝達・避難訓練
- **防災訓練・防災教室の実施と開催情報提供**  
地域，企業，学校等の参加による一斉防災教室及び一斉地震防災訓練の実施，ポータルサイト「みんなで減災 はじめの一步」による開催情報提供
- **学校における防災教室の促進**  
全小中高校の参加による一斉防災教室及び一斉地震防災訓練の実施
- **「みんなで減災」推進大使による出前講座等**

(4) 【行動目標】 非常持出品を準備するなど災害に「備える」

成果指標項目	調査結果			H32(目標)
	H26	H27(10月)	H28(8月)	
非常持出品を用意している人の割合	52.8%	51.5%	<b>65.9%</b>	60.0%

- 学生や単身者の多い「20代(53.9%)」や「30代(39.1%)」を除くと、どの生活形態においても平均値以上となっており、男女の差異もほとんどない。

ア 有識者による分析等

(ア) 成果指標を押し上げた主な要因

- 「みんなが災害に対する備えを行っている」と認知している人ほど実行していることから、報道機関との連携による取組や、これまで継続している「防災フェア」などの効果が表れているものと考えられる。
- 他の指標に比べ相対的に高い数値となっているのは、全国的に相次いで災害が発生していることなどから、「防災・減災のための行動」として、最も思い浮かべ易く、最も実行しやすい行動となっているからと考えられる。

(イ) 課題

- 県民総ぐるみ運動の一層の周知や、「みんながやっている」という状態をつくり出すことが必要ではないか。
- 非常持出品の準備は、日常生活の延長線上においてなされる行動であるということを踏まえた取組を進めることが必要ではないか。

イ 集計結果や有識者の分析を踏まえた今後の取組の方向性

- 報道機関と連携した取組の中で、テレビ、ラジオ等により「多くの県民が非常持出品を用意している」という事実を周知する。
- 防災フェアを継続して実施し、小売店舗等、日常生活に密着した場所などで「備え」につながる啓発を進める。

【参考】

(1) 行動計画に掲げる取組

- 防災フェアの拡充（県、事業者）
- 出前講座等による啓発、防災イベントの開催（県、市町）

(2) 現在の主な取組内容

- 防災フェアの拡充  
ホームセンター、ショッピングセンター、コンビニエンスストアなどにおいて、非常持出品の特設コーナーの設置や非常持出品の備えの啓発を実施するとともに、親子を対象とした「みんなで減災」推進大使による防災講演会を開催