資料番号	2

令和７年８月 20 日
課　名　危機管理監みんなで減災推進課
担当者　課長　橋本
内　線　2780

防災・減災に関する県民意識調査結果（令和７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６年度の取組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、調査を実施し、その結果等をとりまとめた。

２　現状・背景

本県では、「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、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７年１月 15 日（水）～２月７日（金）

（３）有効回答数

2,397 件（回答率 47.9％）

（４）調査結果

別紙のとおり

別紙

防災・減災に関する県民意識調査結果（令和７年２月）について

１　集計結果の概要

（１）全体指標

行動計画に掲げる成果指標項目		調査結果 R6（2月）	調査結果 R7（2月）	R6（目標）	R7（目標）
5つの行動目標(②)を全て実践している人の割合		30.5%	**31.4%**	44.0%	50.0%
	避難の準備行動(①かつ②)ができている人の割合	9.9%	**15.7%**		

【参考】「避難の準備行動ができている」の構成要素

①	【行動する】	マイ・タイムラインの作成
②	【知　る】	災害の種類に応じた、避難場所・避難経路の確認
	【察知する】	災害リスク情報を自ら入手するためのツールを確保
	【行動する】 【学　ぶ】	防災教室・防災訓練への参加
	【備 え る】	非常持出品を用意し、かつ3日分以上の食糧及び飲料水を備蓄

（２）個別指標

行動目標	行動計画に掲げる成果指標項目	調査結果 R6（2月）	調査結果 R7（2月）	R6（目標）	R7（目標）
知る	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	62.9%	**66.4%**	100%	100%
	水害・土砂災害リスクの認知度	70.5%	**70.5%**	97.0%	100%
察知する	災害リスク情報を自ら入手するためのツールを確保している人の割合	81.5%	**83.2%**	70.0%	80.0%
行動する	マイ・タイムラインを作成している人の割合	17.6%	**21.4%**	52.0%	60.0%
行動する・学ぶ	防災教室・防災訓練へ参加した人の割合	60.6%	**62.8%**	57.0%	60.0%
備える	非常持出品を用意し、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	60.3%	**63.4%**	66.9%	70.0%
	家具等の転倒防止を行っている人の割合	64.7%	**65.7%**	66.4%	70.0%

２　集計結果の分析等

調査の集計結果について、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ある有識者２名から、防災や社会心理学の観点での分析や示唆をいただいた。

（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

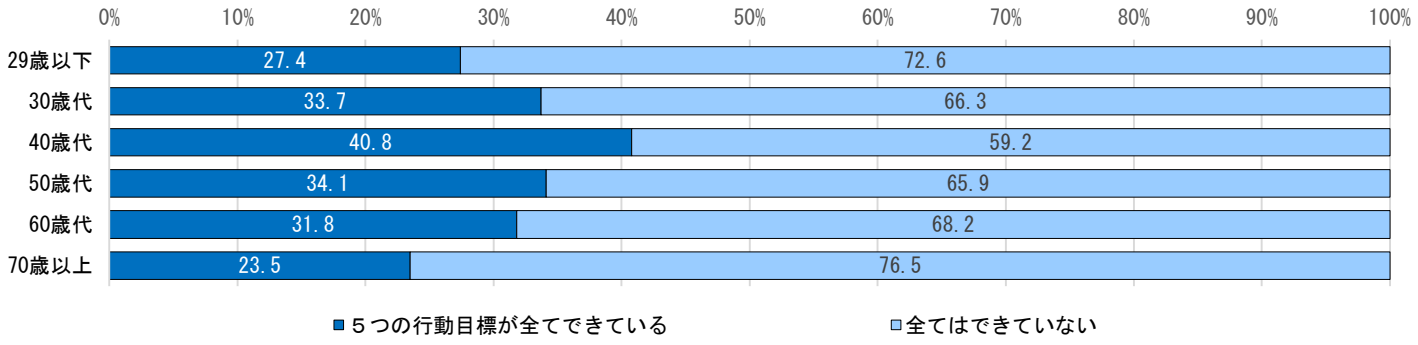
（１）全体指標

行動計画に掲げる成果指標項目	調査結果 R6（2月）	調査結果 R7（2月）	R6（目標）	R7（目標）
5つの行動目標(②)を全て実践している人の割合	30.5%	**31.4%**	44.0%	50.0%
避難の準備行動(①かつ②)ができている人の割合	9.9%	**15.7%**		

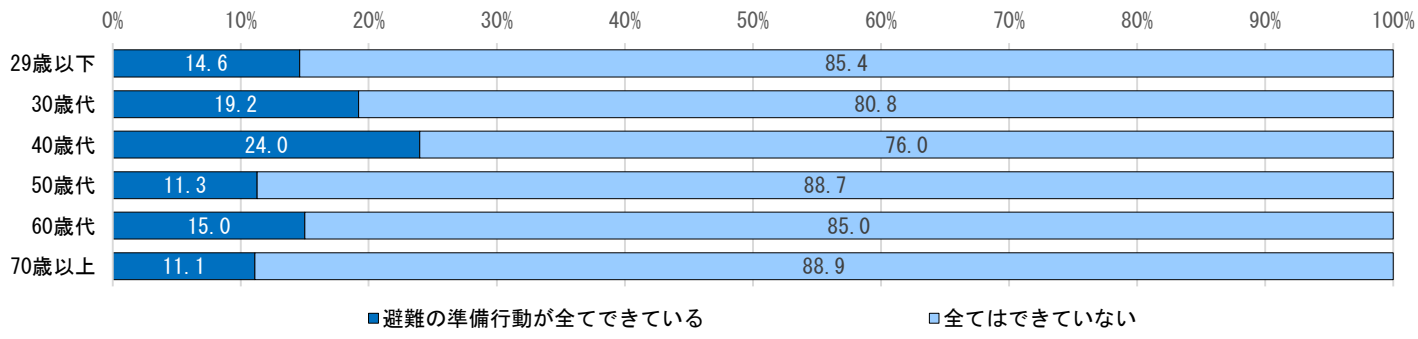
○　５つの行動目標を全て実践している人の割合について、年代別では「40歳代（40.8%）」で高くなっている。

○　避難の準備行動ができている人の割合について、年代別では「40歳代（24.0%）」で高くなっているが、全体的に避難の準備行動が全てできている人は少ない。

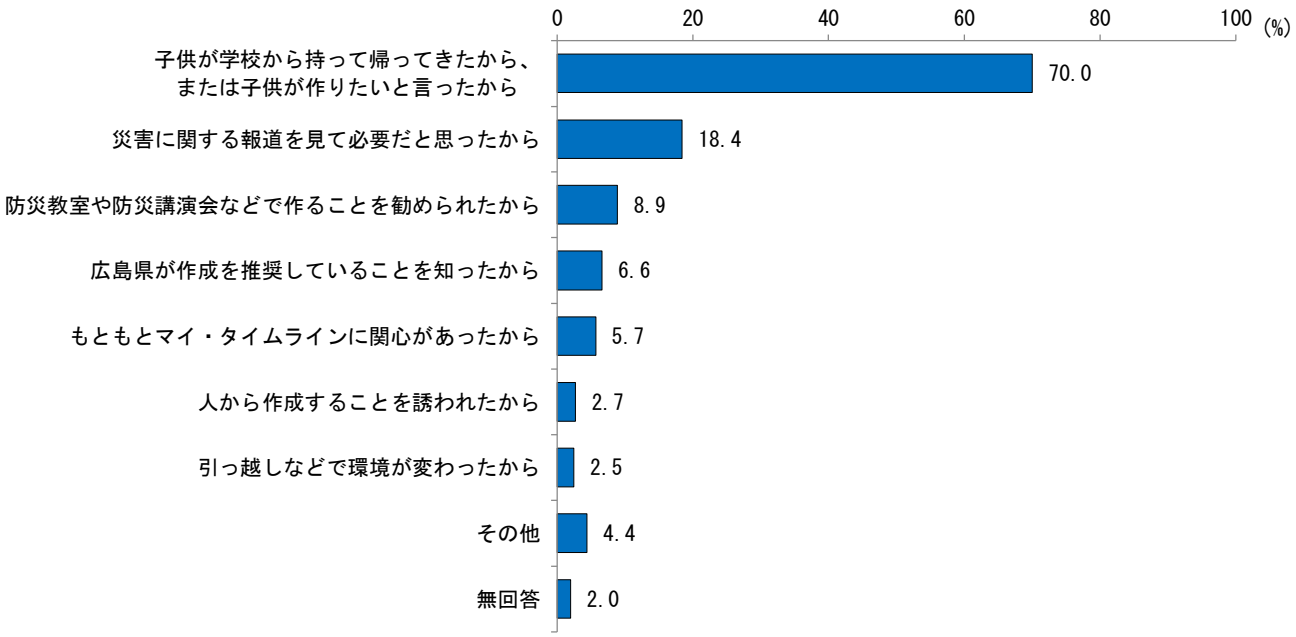
＜５つの行動目標を全て実践している人の割合「年代別」＞



＜避難の準備行動ができている人の割合「年代別」＞



＜マイ・タイムラインの作成のきっかけ＞



ア　有識者による分析や示唆など

○　５つの行動目標（②）を全て実践している人の割合は前年度とほぼ変わらないが、避難の準備行動（①かつ②）ができている人の割合はやや増えている。これは、マイ・タイムラインを作成している人の割合が微増していることを反映していると考えられる。

○　いずれも年代別では「40 歳代」で高くなっているが、これはマイ・タイムラインの作成のきっかけとして「子供が学校から持って帰ってきたから、または子供が作りたいと言ったから（70.0%）」が最多であり、40 歳代が子育て世代であることを反映している可能性がある。子育て世代の親に対して、学校を通じた普及戦略が功を奏したといえる。

○　広島県には毎年約４万人が転入していることから、これまで取り組んできた基本的な啓発は、引き続き実施していく必要がある。

イ　有識者による分析や示唆を受けての取組等

○　避難の準備行動ができている人の割合は、５つの要素（個別指標）によって構成されているため、取組等については個別指標の項目において記載する。

（２）【行動目標】身の回りの災害危険個所などを「知る」

行動計画に掲げる成果指標項目	調査結果		R6（目標）	R7（目標）
	R6（2 月）	R7（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	62.9%	**66.4%**	100%	100%
水害・土砂災害リスクの認知度	70.5%	**70.5%**	97.0%	100%

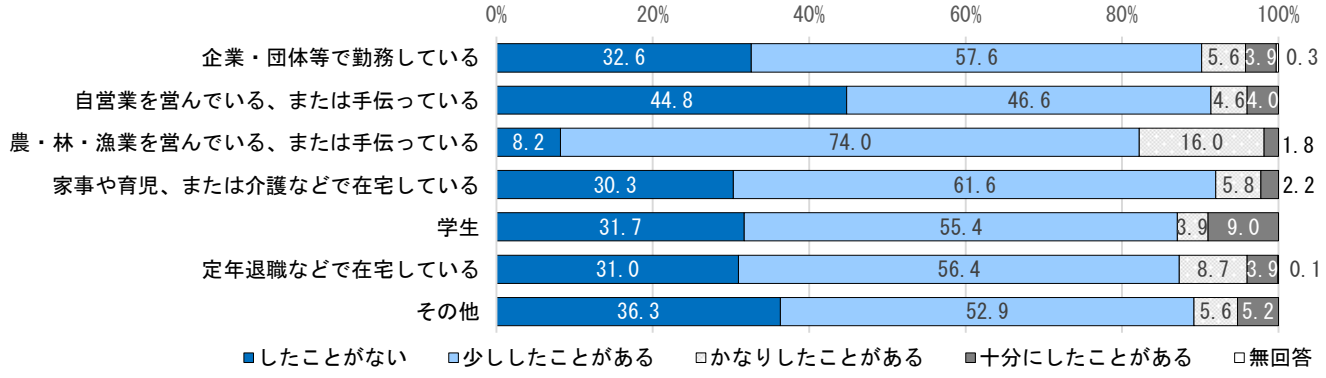
○　避難場所・避難経路を確認した人の割合について、生活形態別（※）では、「農林漁業（91.8%）」で高くなっている。

○　水害リスクの認知度について、年代別では 40 歳代以上で７割超と高くなっているが、29 歳以下では５割と低くなっている。

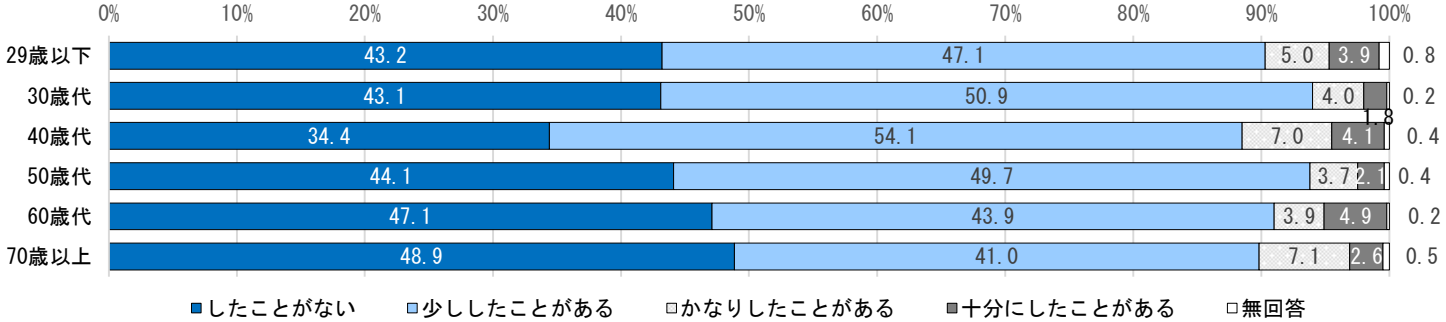
○　土砂災害リスクの認知度について、年代別では 60 歳代以上で７割超と高くなっている。

※　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」

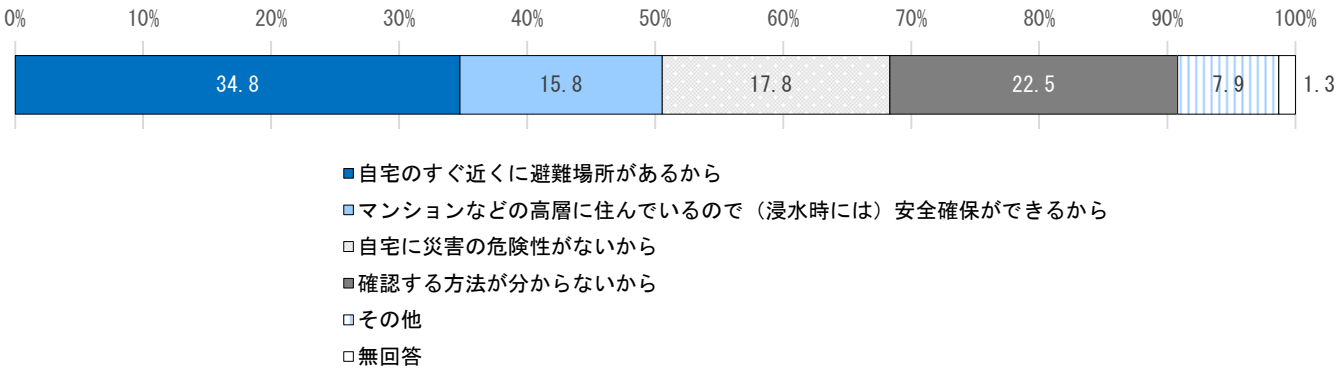
＜避難場所や避難経路の確認の有無「生活形態別」＞



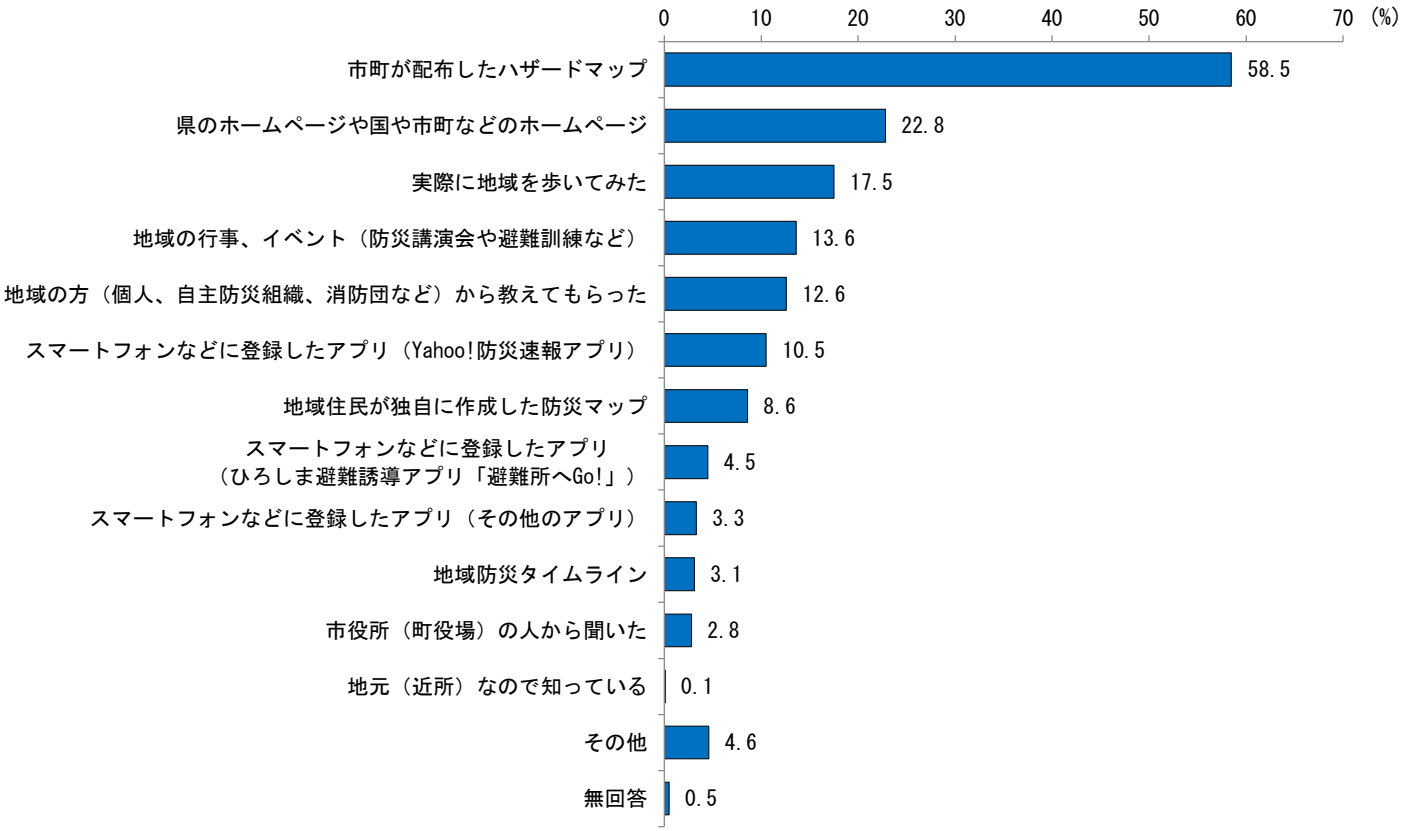
＜避難場所や避難経路の確認の有無「年代別」＞



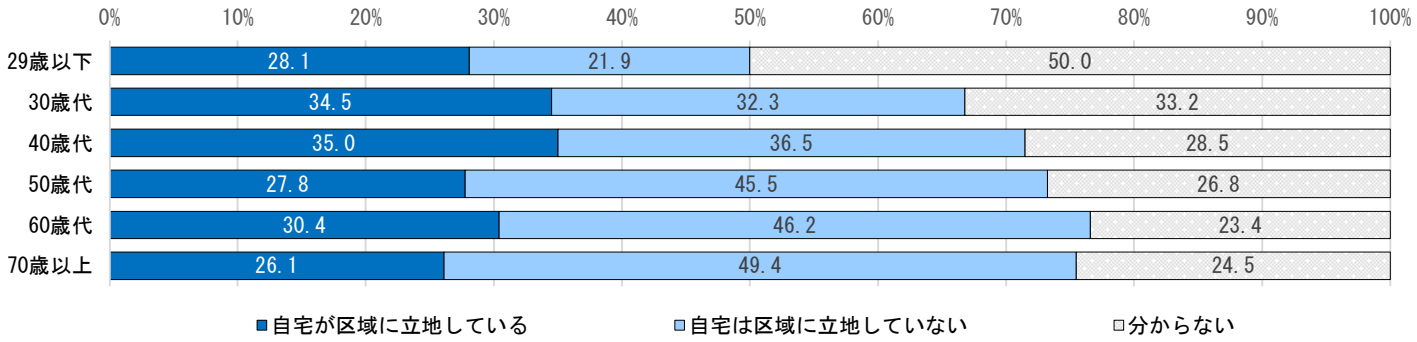
＜「避難場所や避難経路」を確認したことがない理由＞



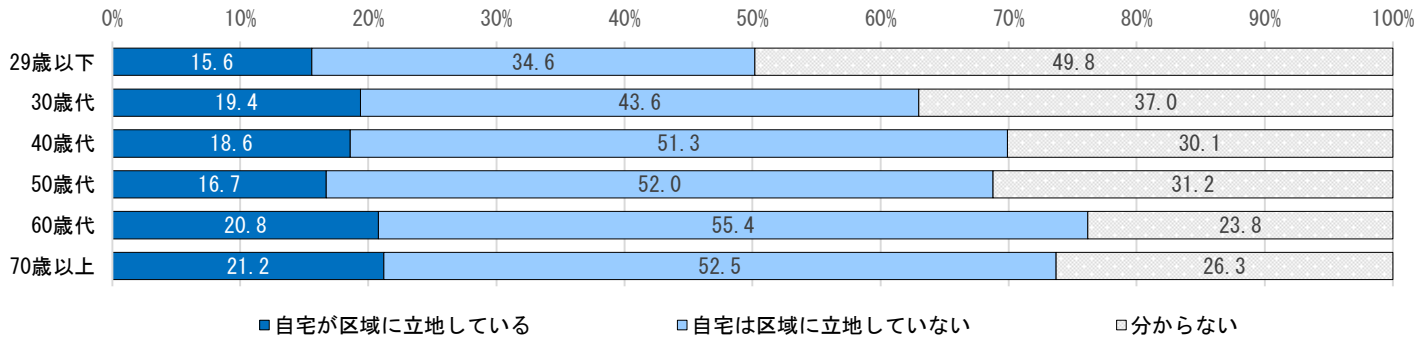
＜避難場所や避難経路の確認方法＞



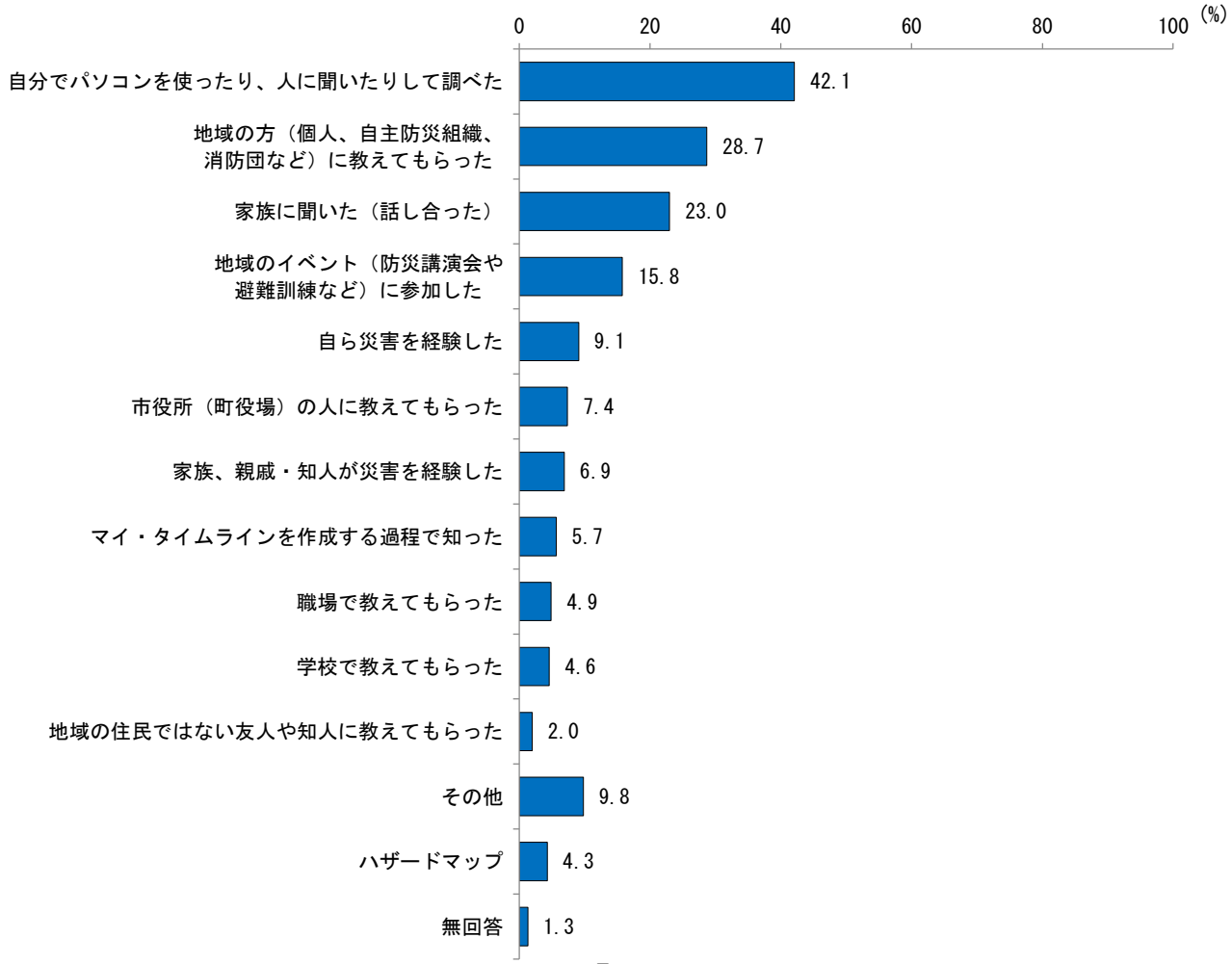
＜洪水浸水想定区域の認知度「年代別」＞



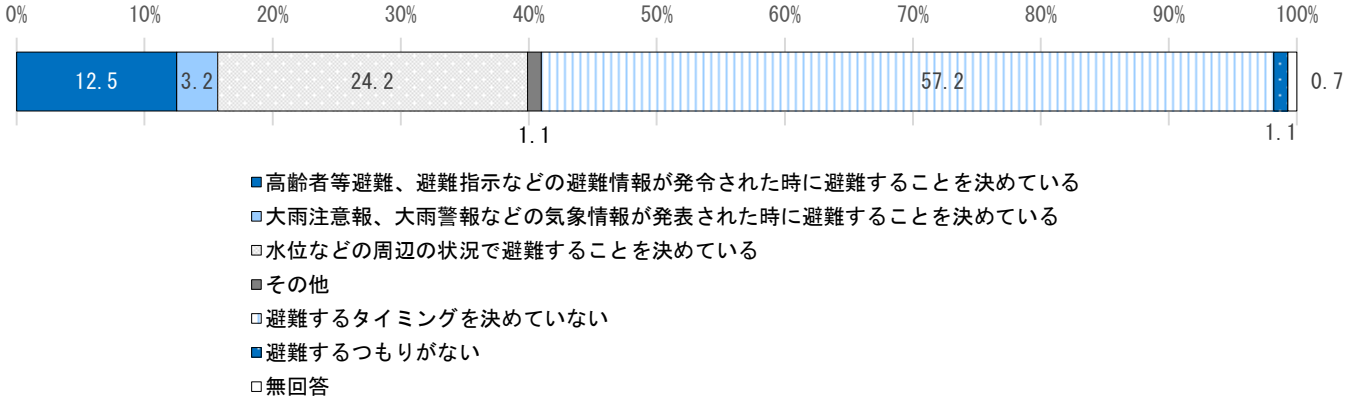
＜土砂災害警戒区域・土砂災害特別警戒区域の認知度「年代別」＞



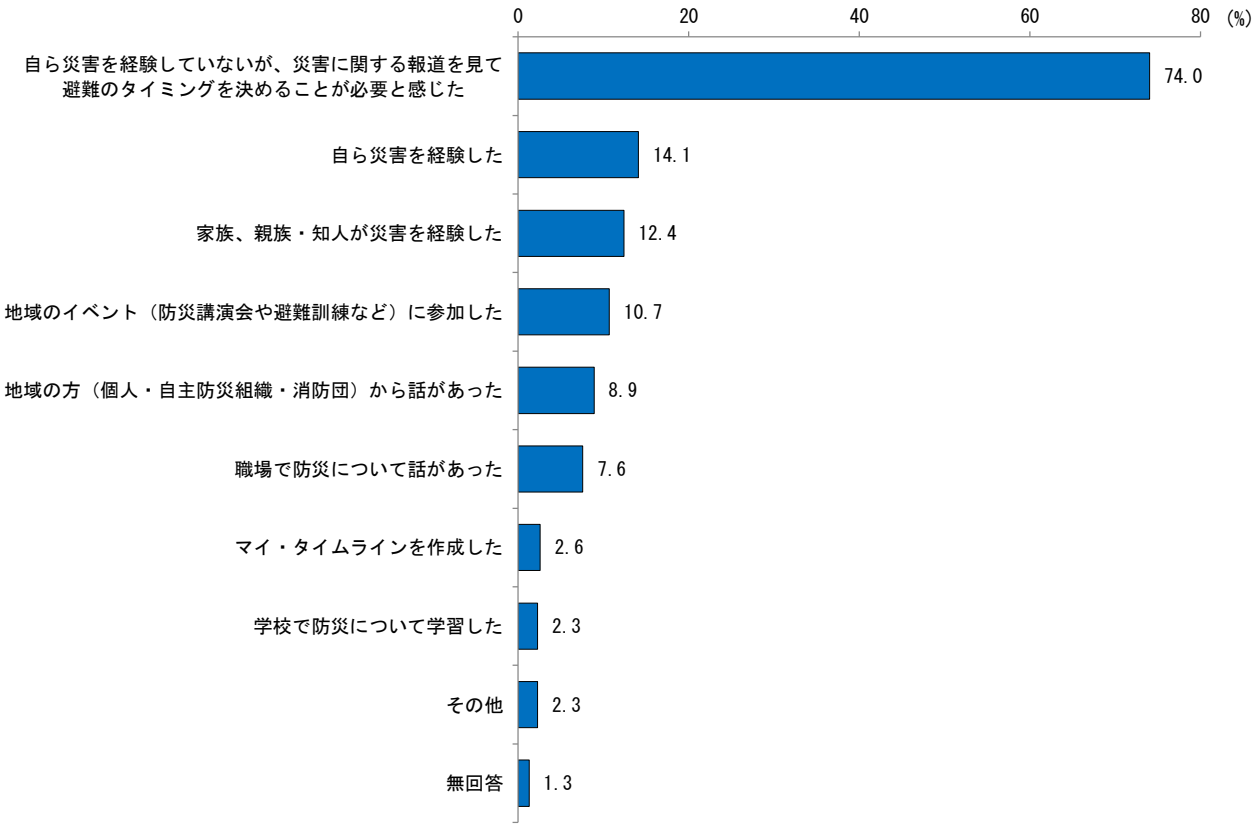
＜災害の危険性の有無を知ったきっかけ＞



＜事前に避難のタイミングを決めているか＞



＜避難のタイミングを決めたきっかけ＞



ア　有識者による分析や示唆など

○　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は、前年度から微増しているが、確認したことがない理由として「確認する方法が分からないから」が 22.5%を占めていることは懸念される。特に、29 歳以下の若い層では「確認する方法が分からないから」が 35.1%と多い。

○　水害・土砂災害リスクの認知度については、70.5％と比較的高いレベルではあるが、横ばい状態である。

○　水害・土砂災害リスクが「分からない」と回答している人の６割強が、避難場所・避難経路を確認していないことから、まずは自宅周辺の災害リスクを知ることが重要であると考えられる。

○　特に、29 歳以下の若い層で、自宅が洪水浸水想定区域や土砂災害警戒区域・特別警戒区域に立地しているかどうか「分からない」人の割合が高い。29 歳以下の層では、「居住地域の災害の危険性の有無をどのようなきっかけで知ったか」という問いに対して、「自分でパソコンを使って調べたり、人に聞いたりして調べた(42.7%)」が最も多いものの、「学校で教えてもらった(31.9%)」「家族に聞いた（話し合った）(37.2%)」も多いことから、学校や家庭、企業などの身近な外部からの働きかけによって災害リスクを知ることで、避難場所・避難経路を確認する動機も高まる可能性がある。

○　自宅が洪水浸水想定区域や土砂災害警戒区域・特別警戒区域に立地している人の中でも、事前に避難のタイミングを決めていない人が４～５割に上ることは懸念される。

○　「避難のタイミングを決めたきっかけ」としては、「災害に関する報道を見て避難のタイミングを決めることが必要と感じた（74.0%)」が、他の選択肢に比べて非常に多いことから、災害に関する報道によって避難のタイミングを事前に決めておくことの重要性を周知することが効果的であると考えられる。

○　事前に避難するタイミングについて、マイ・タイムラインの作成等を通じて、タイミングのトリガーの一つとなる防災気象情報の意味を理解し、自身の避難のタイミングを検討する場（研修や出前講座等）や、それらへの参加を促す広報を増やす必要がある。

イ　有識者による分析や示唆を受けての取組等

○　小・中学校においては、引き続き、自然災害に備えて日ごろから行うべきこと、いつのタイミングで何をすべきかなどをあらかじめ決めておくマイ・タイムラインや、災害を疑似体験できるVR、周辺地域の災害リスクを確認するキキミルARなどを活用した防災教育を推進しつつ、親子で調べる宿題を出すなどの工夫により、子供を通してその教育効果を家族にも波及させる。

○　一斉防災教室や一斉地震防災訓練への参加を広く呼びかけ、企業や事業所等に対し、自社の社員へ、災害リスクへの認知度向上や避難場所の確認等の啓発を行うよう働きかける。

○　災害リスクの認知度が低い若い世代に訴求できるよう、SNS等を通じて、ターゲットの関心に絡めた発信をするとともに、特に、梅雨時期や台風時期など県民の防災への関心が高まる時期を捉え、効果的な広報を展開する。

○　土砂災害特別警戒区域の住民にターゲットを絞って、地域の災害リスクの周知と早期の避難行動の啓発、「LINE版マイ・タイムライン」の作成促進を一体的に行うチラシを配布する。

○　公共施設等への「まるごとまちごとハザードマップ」等の設置箇所を増やすことにより、災害リスクを見える化する取組を進めるとともに、他団体のイベント等と連携し、日ごろ防災情報への関心が低い方々や、防災教育に縁の薄い世代に対しても、幅広く周知を図る。

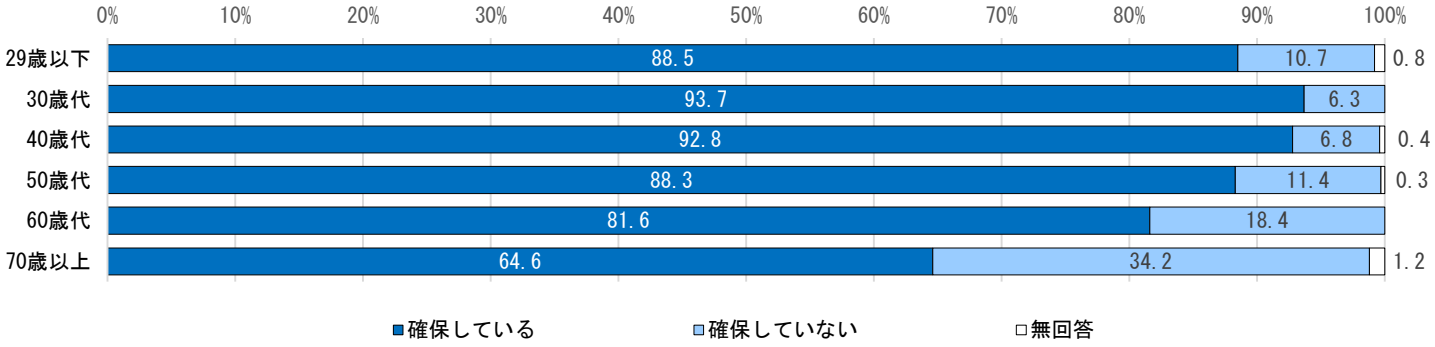
（３）【個別指標】災害発生の危険性をいち早く「察知」する

行動計画に掲げる成果指標項目	調査結果		R6（目標）	R7（目標）
	R6（2月）	R7（2月）		
災害リスク情報を自ら入手するためのツール(※)を確保している人の割合	81.5%	**83.2%**	70.0%	80.0%

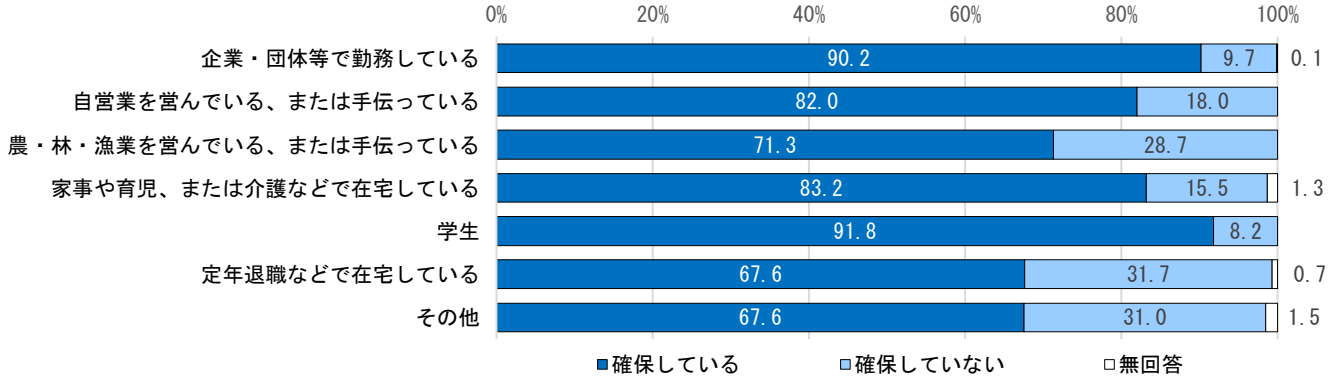
※防災情報メールや防災情報アプリ、SNSなど

○　災害リスク情報を入手するためのツールを確保している人の割合について、年代別では30歳代～40歳代で９割台と高くなっており、生活形態別では「企業・団体勤務」、「学生」で９割台と高くなっている。

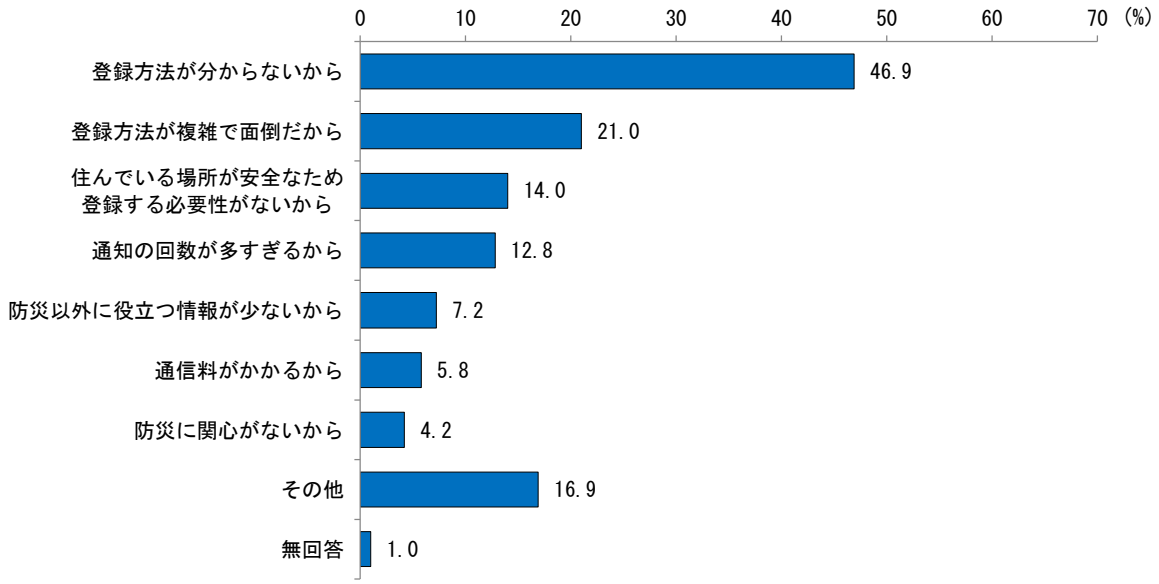
＜災害リスク情報の入手ツールの確保「年代別」＞



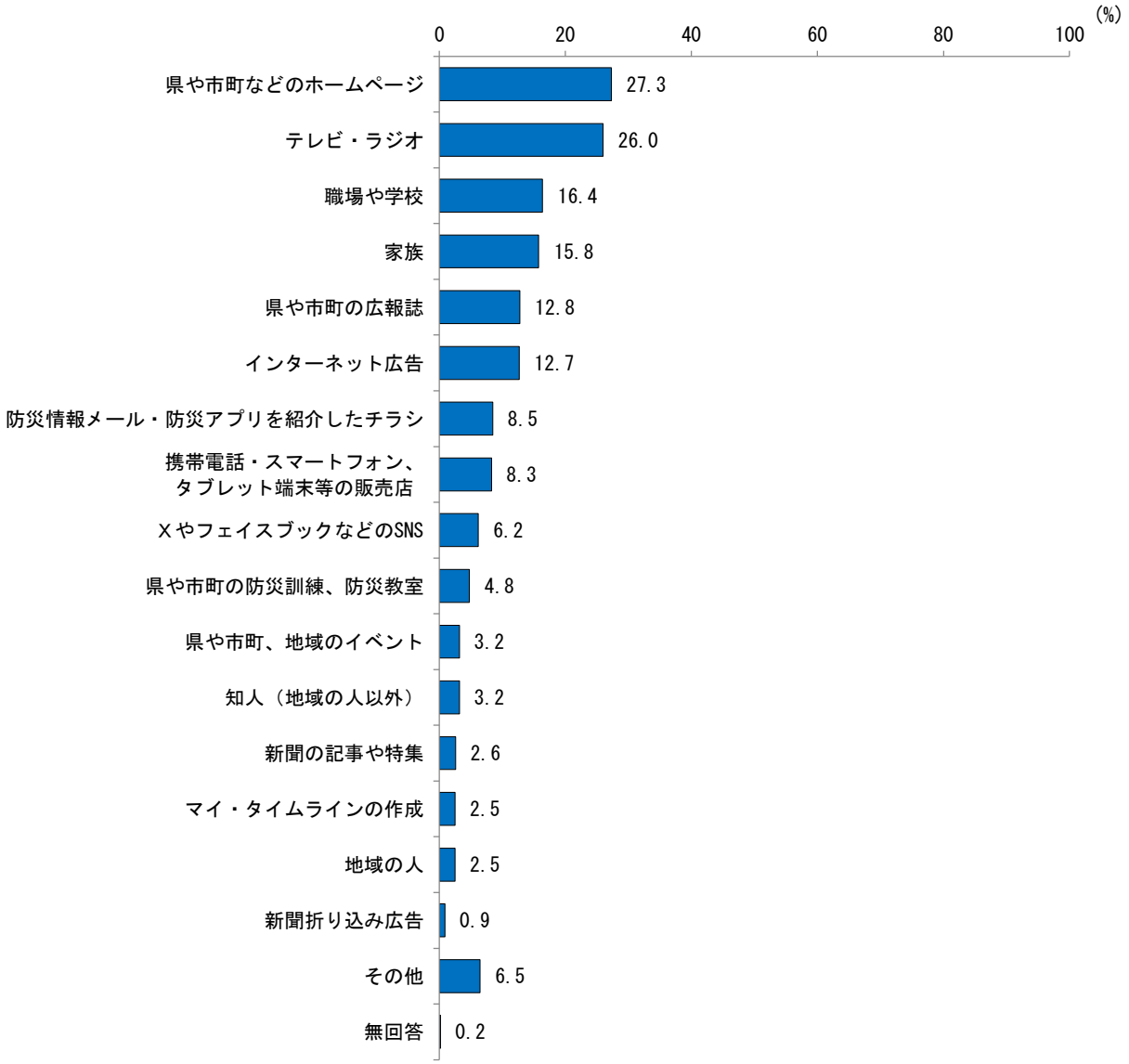
＜災害リスク情報の入手ツールの確保「生活形態別」＞



＜防災メール・防災アプリを登録していない理由＞



＜防災情報メール・防災アプリなどを登録したきっかけ＞



ア　有識者による分析や示唆など

○　災害リスク情報を入手するためのツールを確保している人の割合について、全体として着実に増えている点が評価できる。

○　「防災メール・防災アプリを登録していない理由」を見ると、70 歳代以上の65.3%が「登録方法が分からないから」を選択している。

○　「防災メール・防災アプリなどを登録したきっかけ」としては、「県や市町などのホームページ(27.3%)」や「テレビ・ラジオ(26.0%)」が多いが、自主防災組織の活動の中で登録の機会を設けるなど、地域での普及促進も必要である。

イ　有識者による分析や示唆を受けての取組等

○　簡易にマイ・タイムラインを作成できることに加えて、災害の危険性が高まった際のプッシュ通知機能、さらに、スマートフォンの操作に慣れていない方には、家族・親族等が代理で作成できる機能も備えた「LINE 版マイ・タイムライン」の普及を促進する。

○　LINE 版マイ・タイムラインの広報にあたっては、スマートフォンの操作に慣れていない方でも容易に作成できるよう、手順を分かりやすく示したチラシ等を配布する。

○　ツールの確保を促進するため、引き続き、「みんなで減災」県民総ぐるみ運動推進会議の構成団体等と連携し、テレビ・ラジオなどのマスメディアや、市町の広報誌、従業員への啓発等、様々な媒体を通じて広報する。

○　ツールの確保が難しい高齢者等に対しては、引き続き自主防災組織による避難の呼びかけ体制の構築・実践に取り組む。さらに、「地域防災タイムライン」を活用し、呼びかけの実践とマイ・タイムライン作成を一体的に進めることにより、地域全体での適切な避難行動を促進する。

（４）【個別指標】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		R6（目標）	R7（目標）
	R6（2月）	R7（2月）		
マイ･タイムラインを作成している人の割合	17.6%	**21.4%**	52.0%	60.0%
防災教室･防災訓練へ参加した人の割合	60.6%	**62.8%**	57.0%	60.0%

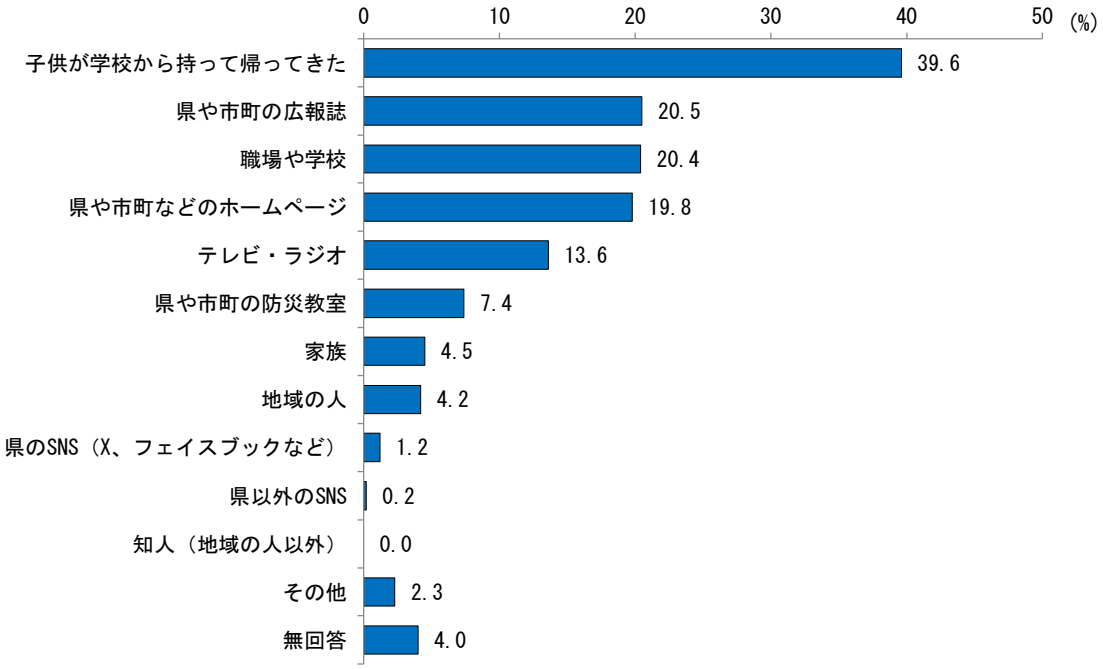
○　マイ・タイムラインを知ったきっかけは、「子供が学校から持って帰ってきた（39.6%）」が最も高く、次いで「県や市町の広報誌（20.5%）」となっている。

○　マイ・タイムラインを作成していない理由として、「マイ・タイムラインを知らなかった（49.1%）」が最も高くなっている。

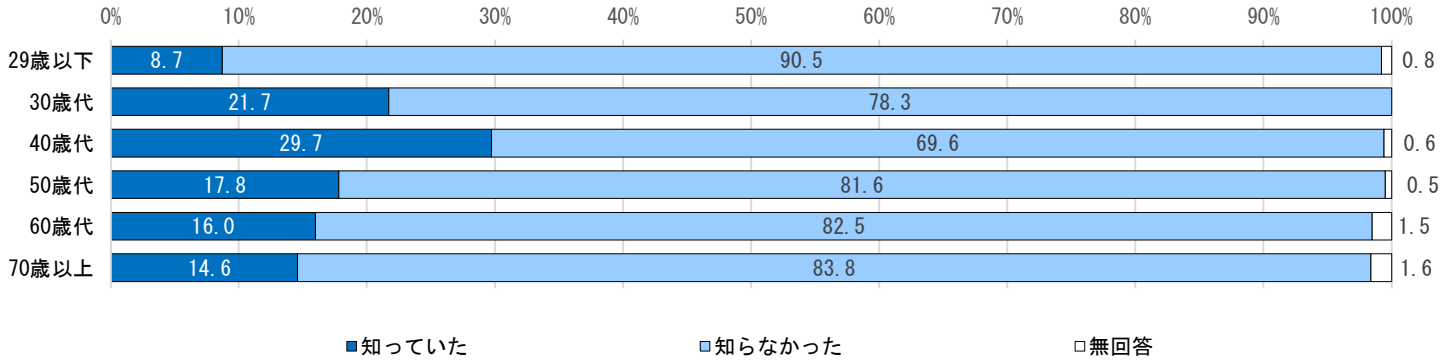
○　防災教室・防災訓練への参加割合として、生活形態別では「学生（88.2%）」で高くなっており、「自営業（50.4%）」で低くなっている。

○　防災教室・防災訓練へ参加しなかった理由として、「実施していることを知らなかったから（43.8%）」が最も多く、次いで「仕事や家事、育児で忙しかったから（27.6%）」となっている。

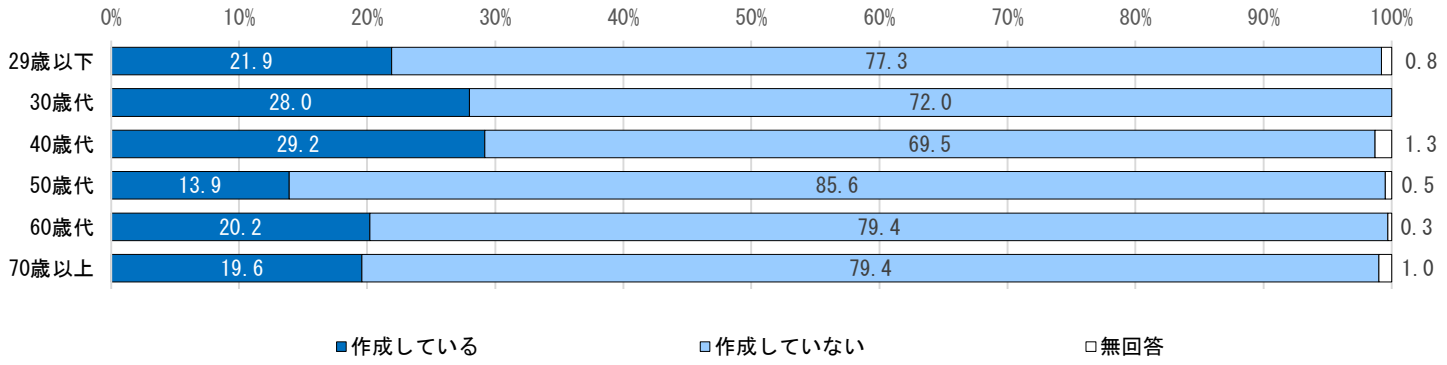
＜「マイ・タイムライン」を知ったきっかけ＞



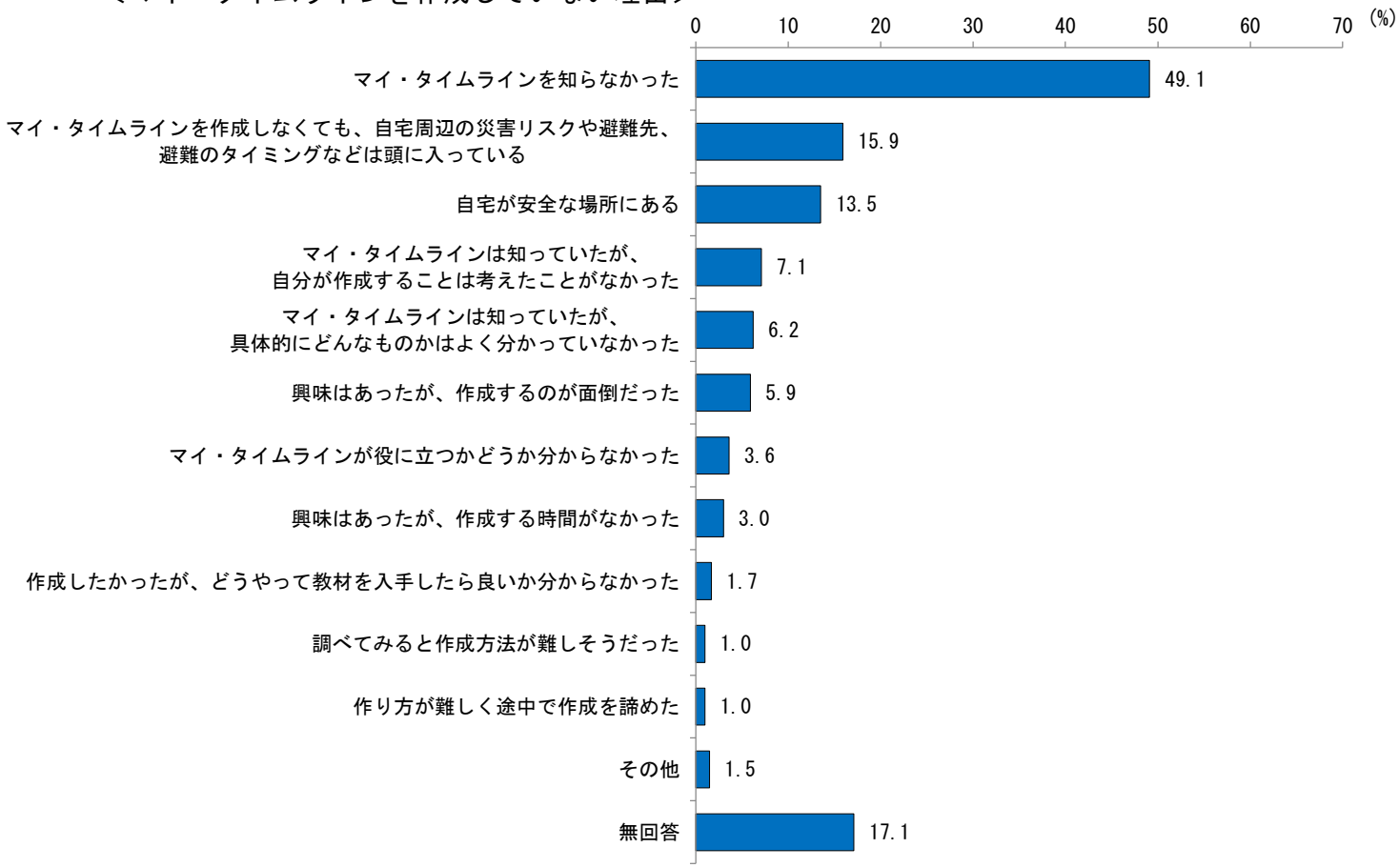
＜マイ・タイムラインの認知度「年代別」＞



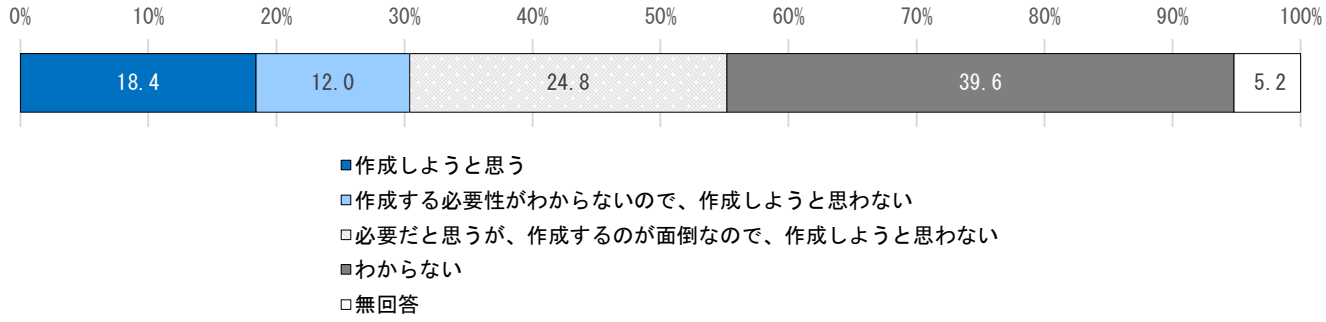
＜マイ・タイムライン作成の有無「年代別」＞



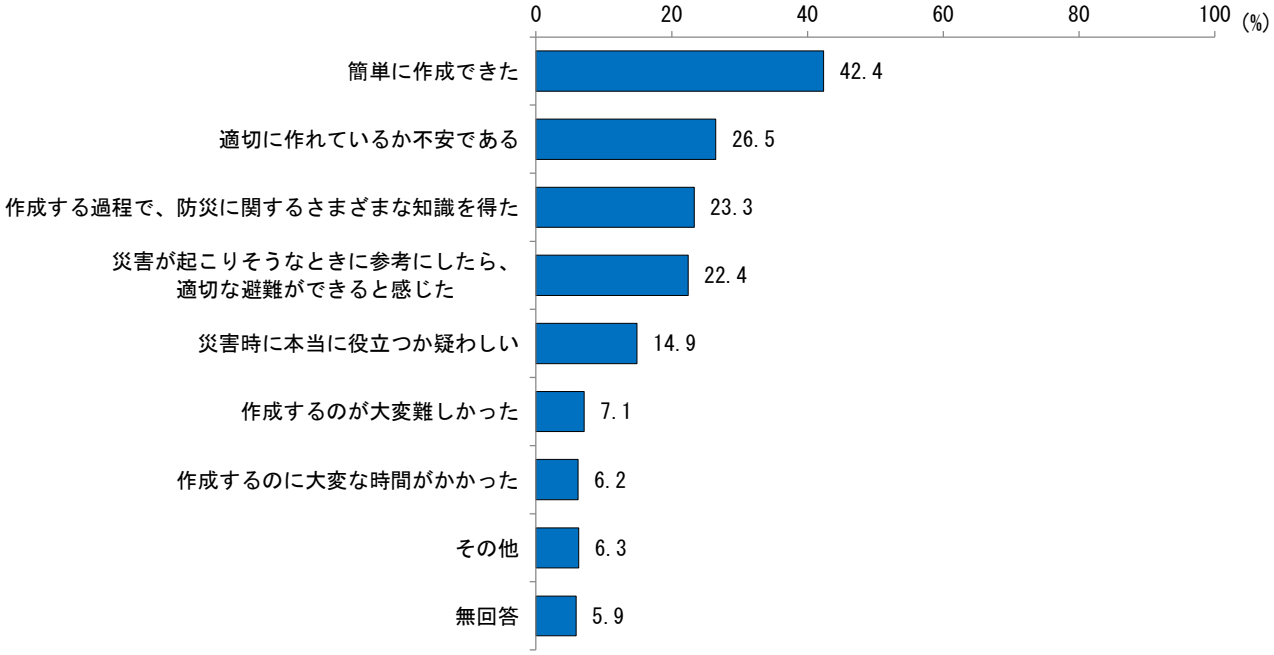
＜マイ・タイムラインを作成していない理由＞



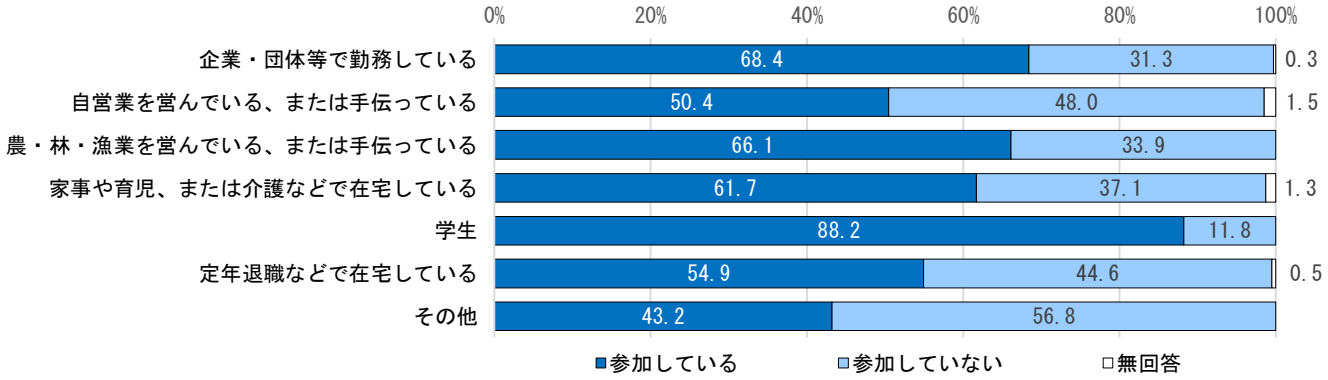
＜これからマイ・タイムラインを作成しようと思うか＞



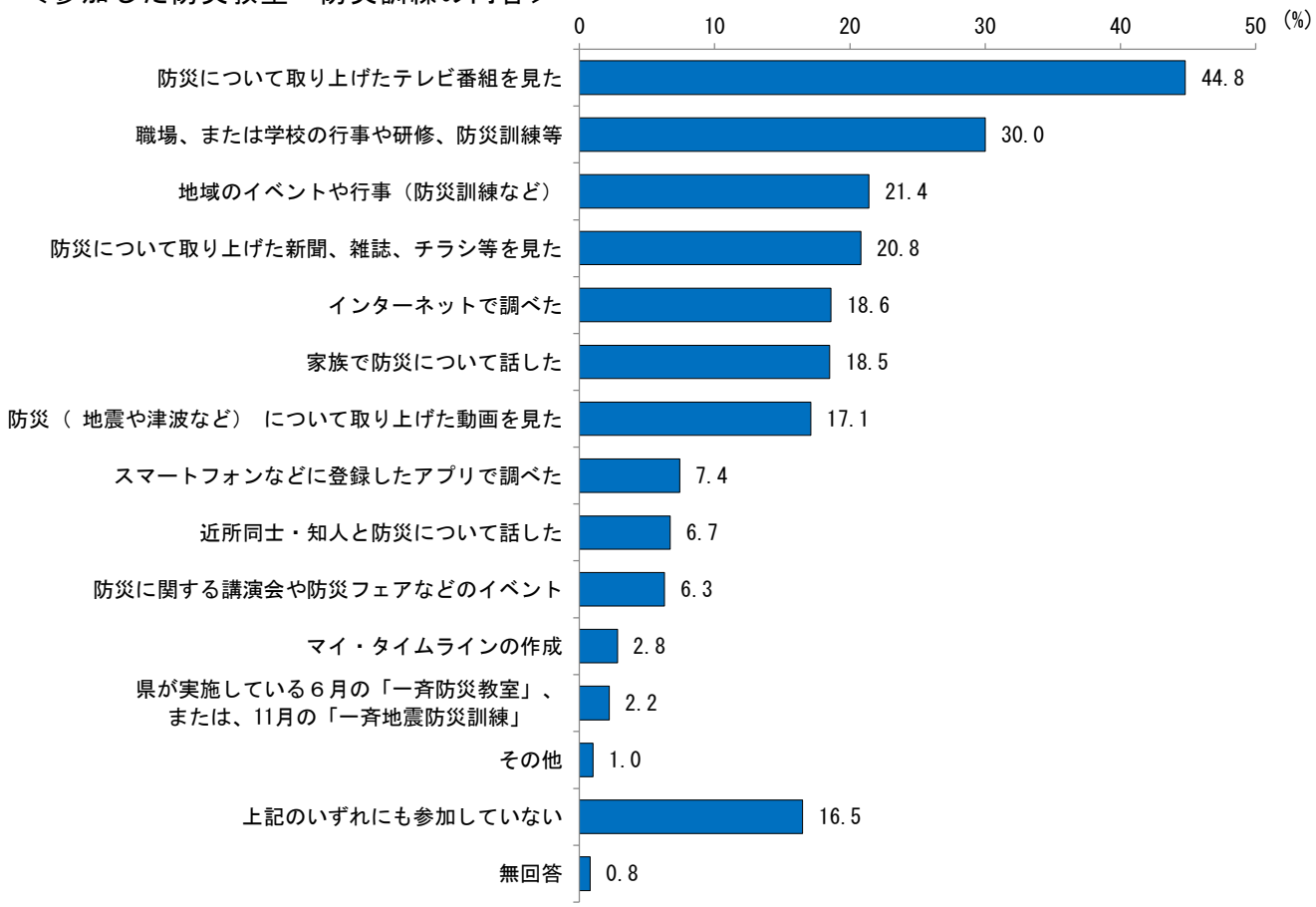
＜マイ・タイムラインを作成してどう感じたか＞



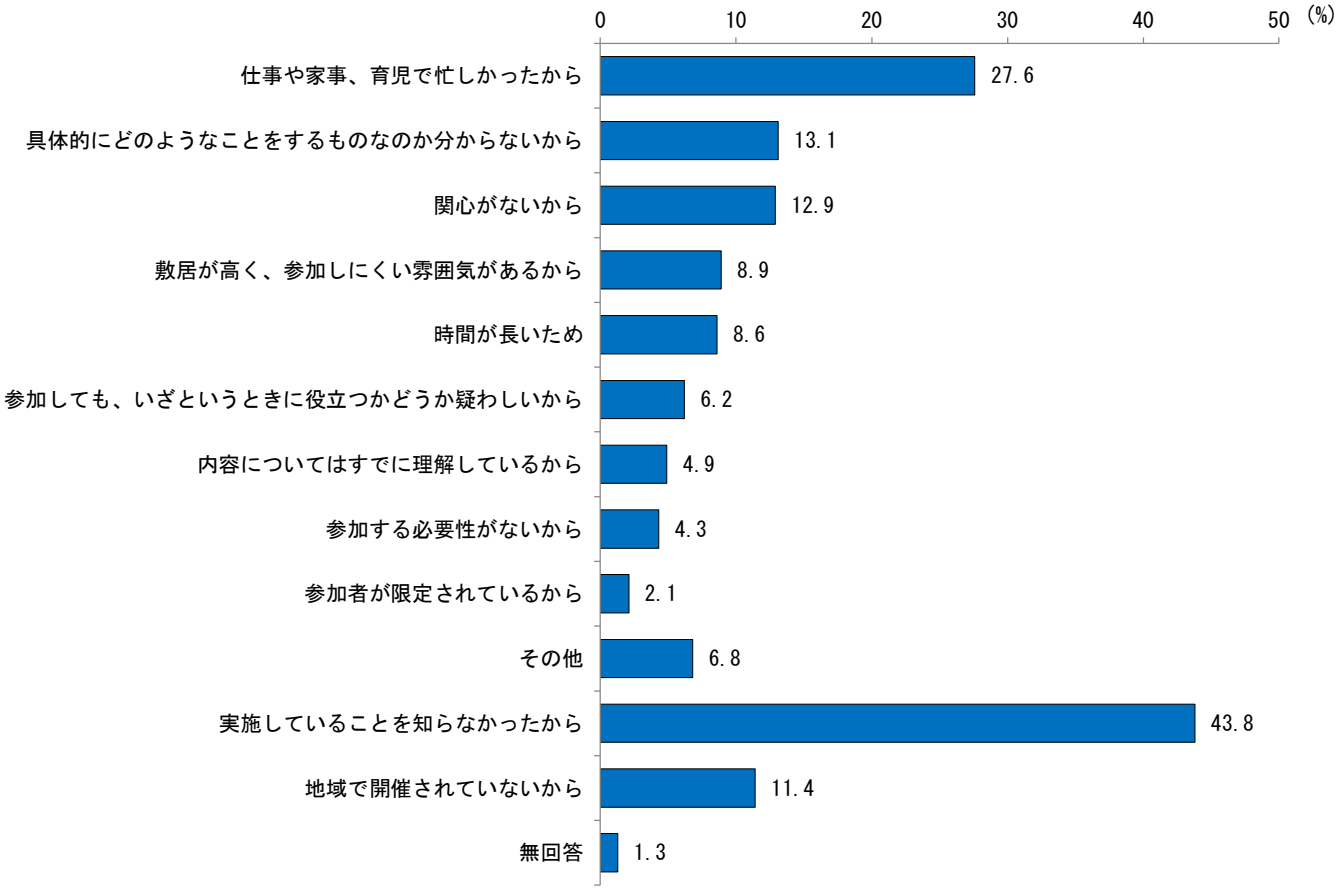
＜防災教室・防災訓練への参加状況「生活形態別」＞



＜参加した防災教室・防災訓練の内容＞



＜防災教室・防災訓練に参加しなかった理由＞



ア　有識者による分析や示唆など

○　「マイ・タイムラインを作成しようとしたきっかけ」を見ると、「子供が学校から持って帰ってきた」が 70.0%と最も多いが、次に多いのは「災害に関する報道を見て必要だと思ったから(18.4%)」であり、報道による効果も認められる。

○　前年度に引き続き、「これからマイ・タイムラインを作成しようと思う(18.4%)」が少なく、「作成しようと思わない(36.8%)」の方が多いことが問題である。作成者を増やすためには、マイ・タイムラインの認知度を高めるとともに、作成過程で防災に関する知識を得ることができるなどのメリットを周知することが必要である。

○　マイ・タイムラインの作成を促進することは良いことであるが、マイ・タイムラインに記載されている内容に誤りがないか確認することや、実際に現場を歩いてみるなどの確認も重要である。

○　参加した防災教室・防災活動の内容としては、企業・団体等の勤務者や学生では「職場や学校での防災訓練等」が多く、農林漁業者や定年退職者では「地域のイベントや行事」「防災講演会やフェアなどのイベント」「新聞・雑誌・チラシ」など、地域で行われるイベントや、オンラインではない媒体の情報に触れているため、多様な手段による啓発が重要である。

イ　有識者による分析や示唆を受けての取組等

○　引き続き、マイ・タイムラインを活用した小学校での出前講座に取り組むとともに、中学校向けの防災 e ラーニング教材の活用を促進する。

○　梅雨時期や台風時期など、県民の防災への関心が高まる時期を捉え、LINE 版マイ・タイムラインの普及を進め、マイ・タイムラインの認知度向上と作成促進を図る。

○　より正確な内容のマイ・タイムラインを作成できるよう、LINE 版マイ・タイムラインでは、ユーザーの入力情報（住所、家族構成）に基づき、推奨する避難のタイミングや災害種別毎の避難場所を自動表示することとしている。また、作成後も、内容を見直すメッセージを通知することにより、定期的に災害リスクや避難場所の確認を促す。

○　企業や学校、「みんなで減災」県民総ぐるみ運動推進会議の構成団体等に対して一斉防災教室・一斉地震防災訓練への参加を働きかけ、従業員や学生の参加を促進する。また、参加を働きかける際には、教材であるマイ・タイム

ラインの作成過程において、防災知識を得ることができるなどのメリットについても、併せて周知する。

○　市町や自主防災組織、防災リーダー等と連携して、地域防災タイムラインを活用した避難訓練などの実践的な取組を実施し、災害リスクを確認できるツールとしてのマイ・タイムラインの活用を促すとともに、災害時の避難行動や避難場所・避難経路の確認を促進する。

（５）【個別指標】非常持出品等を準備するなど災害に「備える」

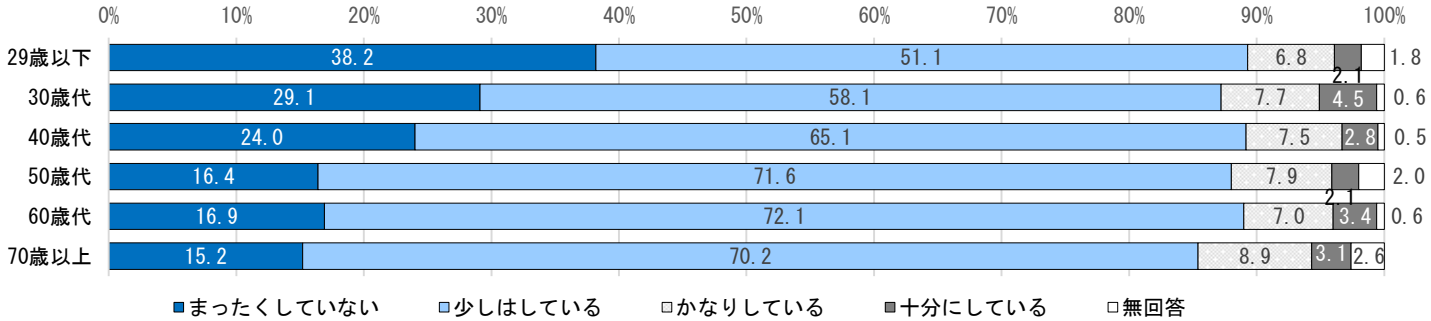
行動計画に掲げる成果指標項目	調査結果		R6（目標）	R7（目標）
	R6（2月）	R7（2月）		
非常持出品を用意し、かつ３日分以上の食糧及び飲料水を備蓄している人の割合	60.3%	**63.4%**	66.9%	70.0%
家具等の転倒防止を行っている人の割合	64.7%	**65.7%**	66.4%	70.0%

○　非常持出品を用意している人の割合について、50歳代以上で８割超と高くなっている。

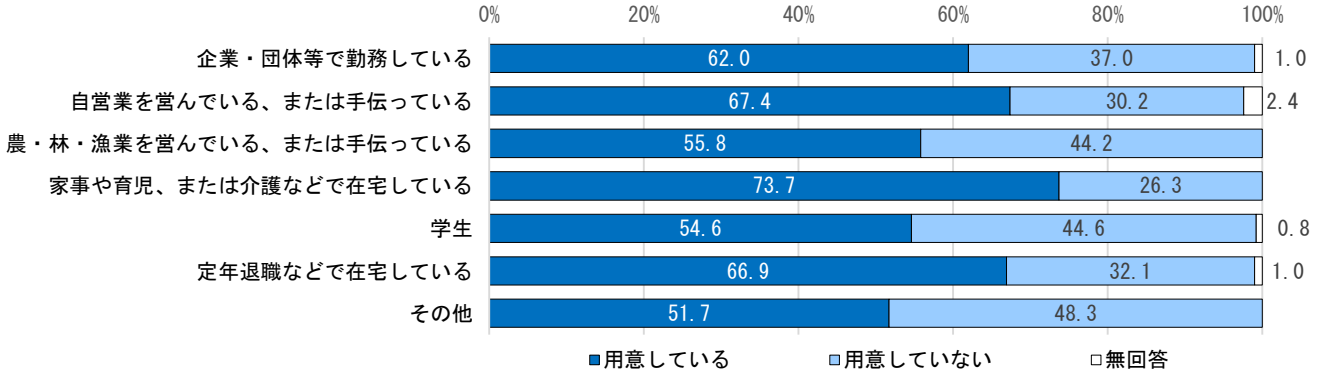
○　備蓄を行わない理由は、「何をどれくらい買っておけば良いか分からないから（32.6%）」が最も高く、次いで「買っていても消費期限が来たら、無駄になるから（28.5%）」となっている。

○　家具などの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、倒れても支障がないところに置いてあるから（36.3%）」、「手間や費用がかかるから（26.9%）」で高くなっている。

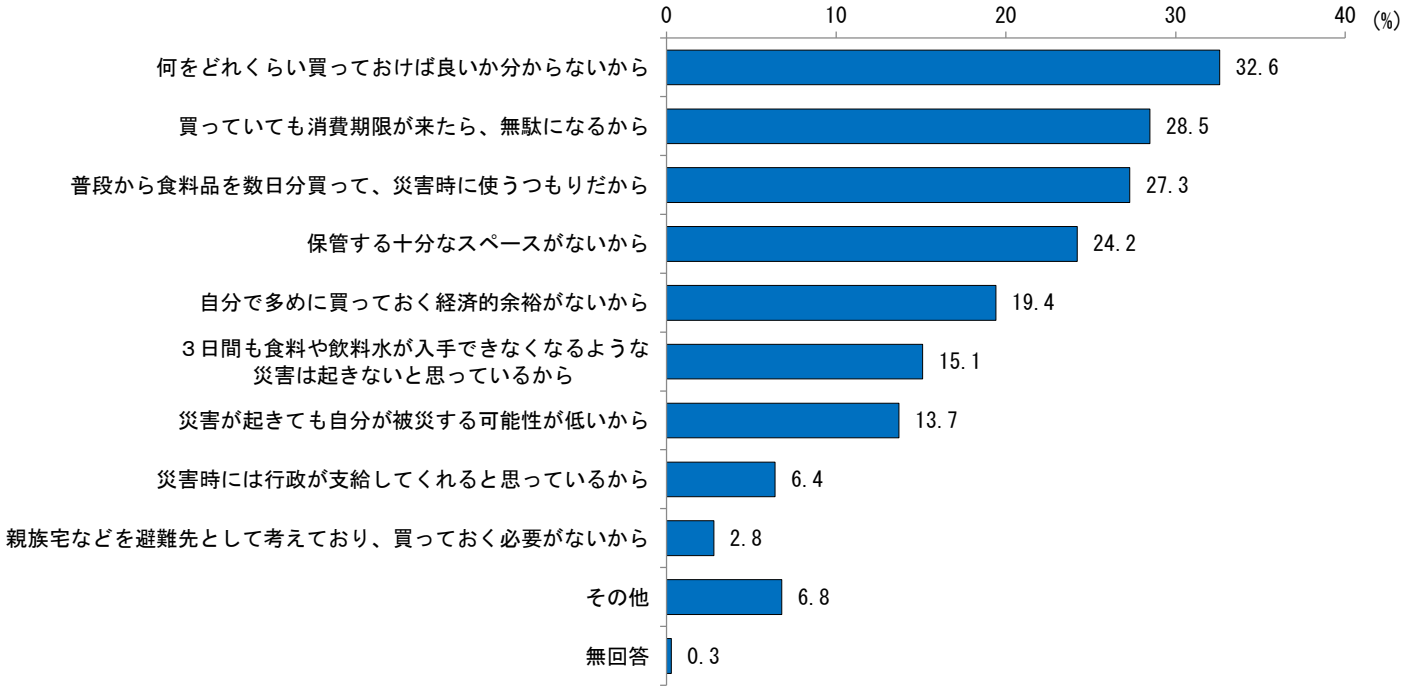
＜非常持出品を用意している人の状況「年代別」＞



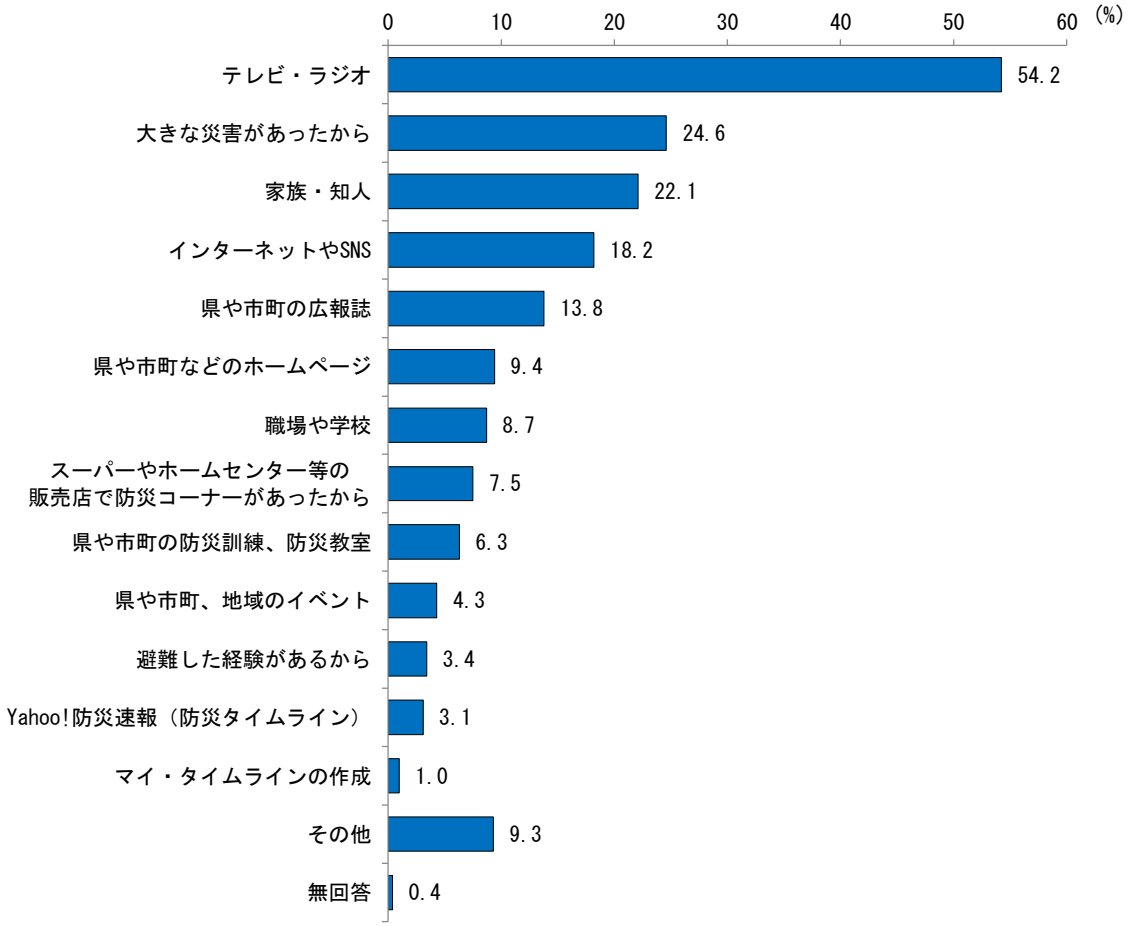
＜非常持出品を準備し、かつ３日以上の食料品等の備蓄を用意している人の割合「生活形態別」＞



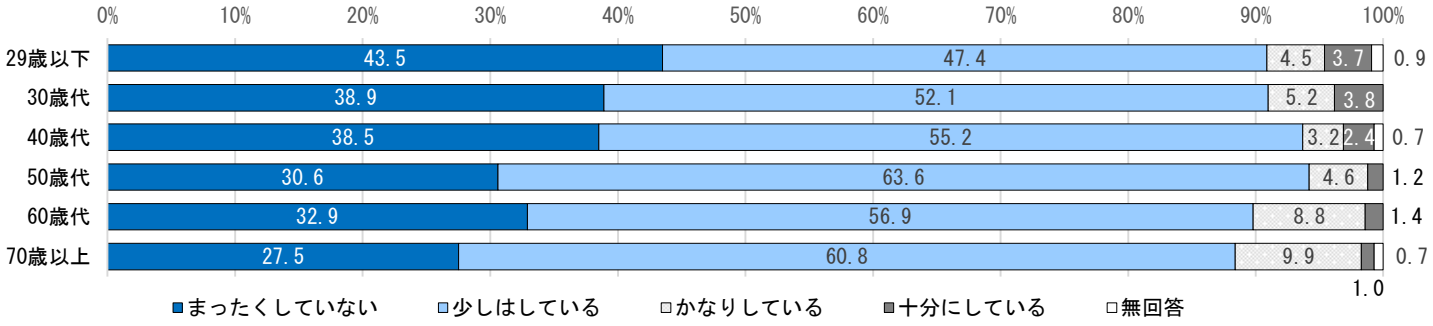
＜備蓄を行わない理由＞



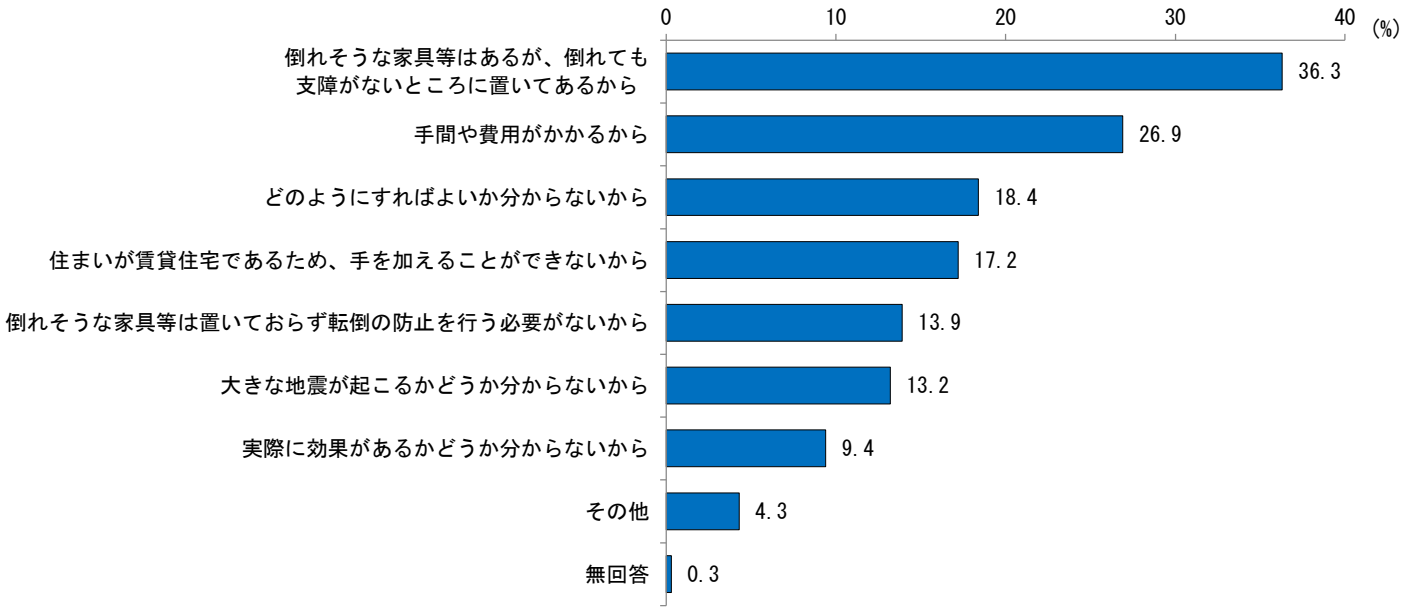
＜備蓄を行ったきっかけ＞



＜家具などの転倒防止の実施状況「年代別」＞



＜家具などの転倒防止を行っていない理由＞



ア　有識者による分析や示唆など

○　非常持出品を用意し、３日分以上の食糧等を備蓄している人の割合が上昇している要因として、昨年発生した能登半島地震から断続的に報道される情報や、１年という節目での特集を見た結果、その必要性を感じた県民が多かったと考えられる。

○　「備蓄を行わない理由」としては「何をどれくらい買っておけば良いか分からない（32.6%）」が多いことから、スーパー等の店舗や公民館での生涯学習講座での発信といった伝える媒体も含め、普及についての工夫が必要である。

○　非常持出品について、避難先で災害関連死を防ぐための重要な持出品についての理解が及んでいるかが危惧される。持ち出す品目についても、引き続き啓発する必要がある。

○　家具等の転倒防止を行っている人の割合についても、少しずつ率が上がっている点は評価できる。

○　家具などの転倒防止を行っていない理由として最も多かった「手間や費用がかかるから」は、前年度の 34.2%から 26.9%に減少している。手間や費用をかけて転倒防止をする以前に、危険な場所に家具を置かないという方法で備える人が増えた可能性がある。

イ　有識者による分析や示唆を受けての取組等

○　県民の防災への関心が高まる時期を捉え、時機を逃さずタイムリーに、あらゆる媒体を活用して非常持出品の用意や備蓄を呼びかける。

○　多くの県民が日常的に訪れるスーパー、ホームセンター、家電量販店などの協力を得て実施する「備えるフェア」において、ポスターやチラシ等により、非常持出品や家族構成に応じた備蓄例を具体的に示すなど、来店者等に対して、備えの必要性の啓発や、非常持出品、備蓄品、転倒防止対策商品の紹介を行う。また、「備えるフェア」の開催に合わせて、「みんなで減災」推進大使を活用したイベント等を開催し、非常持出品や備蓄品の備えを啓発する。

○　ホームページやSNS等により、引き続き、備蓄品のローリングストック法や具体的品目・量、商品の紹介などの情報発信に取り組む。

○　地震による被害を防ぐため、家具類を固定することに加えて、倒れて危険な場所に家具を置かないことや、家具が倒れても安全が確保できるように向きや配置を工夫することなどについても併せて啓発する。