

ジーコム独自調査レポート NO.178

福岡県民の 防災意識とニーズ

福岡県居住者の「防災」に関する調査

2024年6月

Research & Consulting
G:COM
株式会社ジーコム

1. 調査方法

当社アンケートモニター「コムネット」登録者に対するインターネット調査

2. 調査対象

福岡県在住の20歳～79歳の男女

3. 調査時期

2024年5月10日（金）～5月17日（金）

4. 調査規模

435サンプル

【標本構成】

■性	件数	構成比(%)
男性	167	38.4
女性	268	61.6
全体	435	100.0

■年代	件数	構成比(%)
20代	9	2.1
30代	76	17.5
40代	85	19.5
50代	90	20.7
60代	108	24.8
70代	67	15.4
全体	435	100.0

■居住地	件数	構成比(%)
福岡市	226	52.0
福岡市以外都市圏	104	23.9
その他福岡県	105	24.1
全体	435	100.0

■職業	件数	構成比(%)
会社員	106	24.4
公務員	11	2.5
団体職員・病院勤務	10	2.3
経営者・会社役員	9	2.1
派遣社員・契約社員	34	7.8
商工自営	20	4.6
農林漁業	0	0.0
自由業	11	2.5
学生	2	0.5
パート・アルバイト	71	16.3
専業主婦(主夫)	97	22.3
無職	60	13.8
その他	4	0.9
全体	435	100.0

■ライフステージ	件数	構成比(%)
独身(離死別含む)	113	26.0
既婚で末子に小学生以下の子ども	72	16.6
既婚で末子に中学生以上の子ども	55	12.6
既婚(子育て終了)	146	33.6
既婚で子どもなし	49	11.3
全体	435	100.0

【軸の説明】

被災/避難経験別

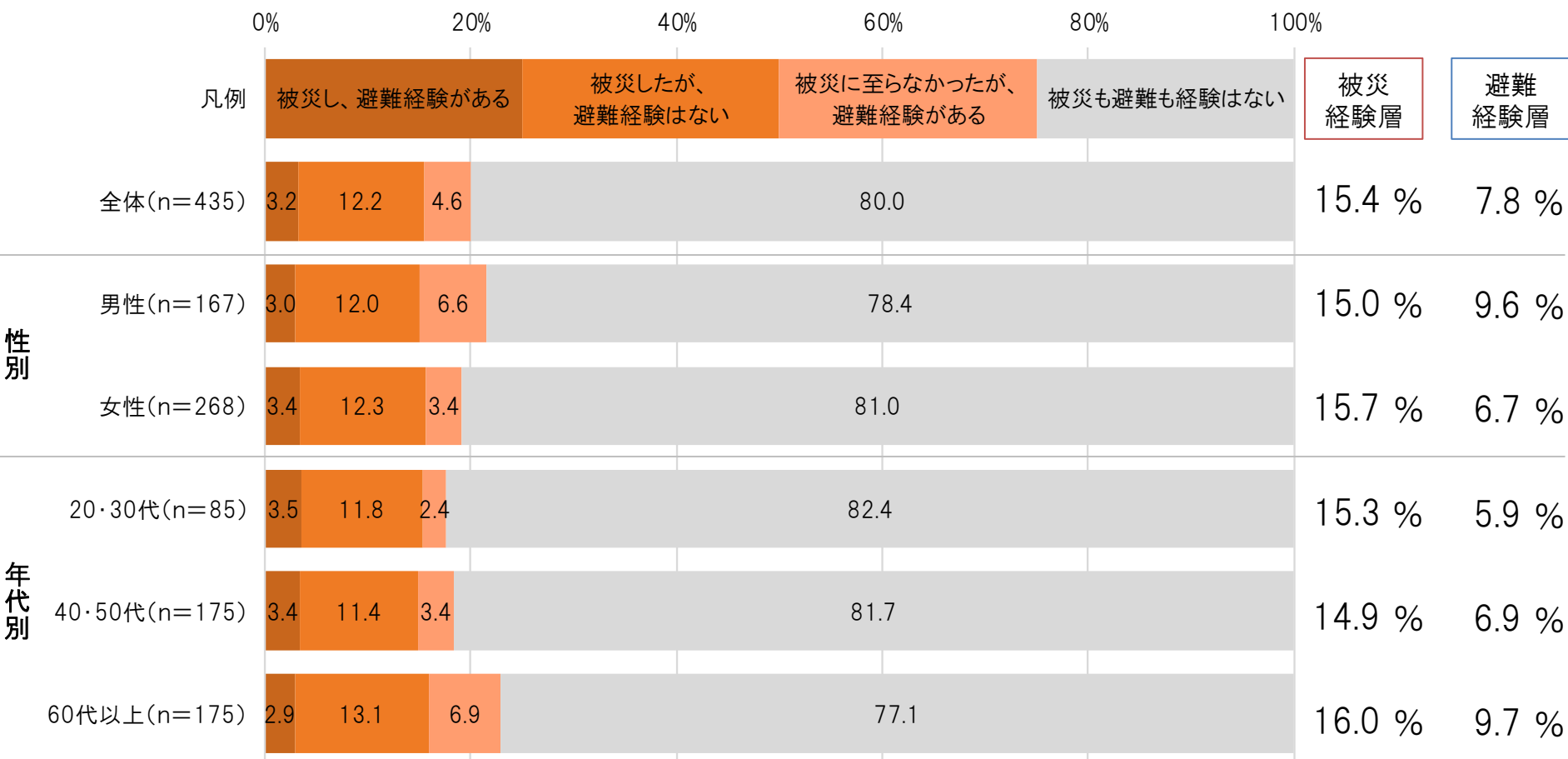
- －被災or避難経験有り＝「被災し、避難経験がある」+「被災したが、避難経験はない」+「被災に至らなかったが、避難経験がある」
- －被災・避難経験無し＝「被災も避難も経験はない」

【報告書の見方】

- ・本文及び図中に示した調査結果の数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合や合計値に誤差が生じる場合がある。
- ・複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。
- ・報告書中の図表では、コンピューター入力の都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

- 大規模災害の被災または避難経験があるのは全体で2割。
- 被災経験は全体で1割半。性別年代別による差はほとんどない。
- 避難経験は全体で1割未満。女性に比べて男性、年代に比べて60代以上の割合がやや高い。

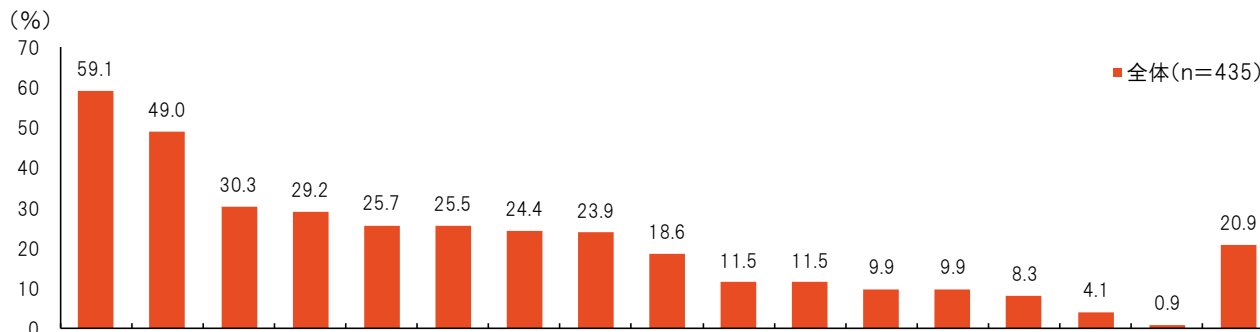
◆大規模災害の被災・避難経験（単一回答）



* 被災経験層：「被災し、避難経験がある」+「被災したが、避難経験はない」/ 避難経験層「被災し、避難経験がある」+「被災に至らなかったが、避難経験がある」

- 防災用品準備率は全体で79%。特に女性、被災または避難経験有りの層で高く、防災意識が高い。
- 女性は男性に比べて高い項目が多く、備えているものが多岐にわたっている。

◆自宅に備えている防災用品
(複数回答)

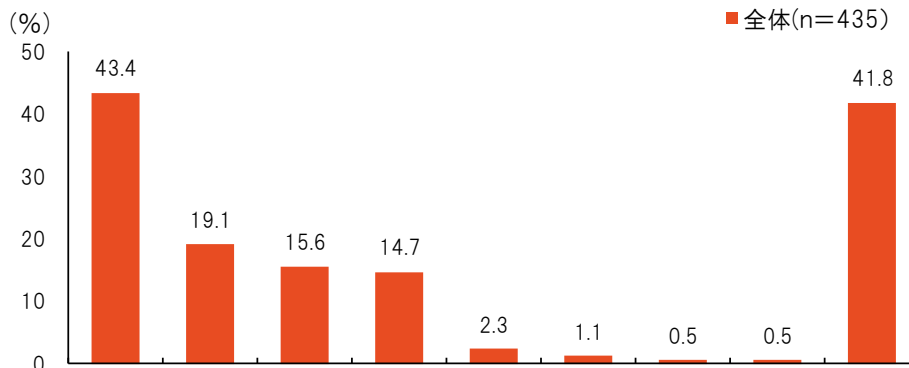


調査数		光源	懐中電灯やランタンなどの	非常時の食料品・飲料水	モバイルバッテリーや電池	救急キット	貴重品、現金	避難バッグやリュックサック	防災ラジオ	熱源	ガスコンロやストーブなどの	非常用トイレ	衛生用品	おむつや生理用品など	避難場所、避難経路の地図	非常時の衣料品	防災用マスク	転倒防止、耐震グッズ	ヘルメット、防災ずきん	その他	備えているものはない	防災用品準備率
全体		435	59.1	49.0	30.3	29.2	25.7	25.5	24.4	23.9	18.6	11.5	11.5	9.9	9.9	8.3	4.1	0.9	20.9			79.1
性別	男性	167	49.7	40.7	25.1	20.4	16.8	15.6	26.9	16.8	11.4	0.6	9.0	7.2	6.0	6.0	4.8	1.2	28.7			71.3
	女性	268	64.9	54.1	33.6	34.7	31.3	31.7	22.8	28.4	23.1	18.3	13.1	11.6	12.3	9.7	3.7	0.7	16.0			84.0
年代別	20・30代	85	51.8	51.8	34.1	28.2	24.7	25.9	11.8	21.2	18.8	21.2	11.8	15.3	14.1	4.7	3.5	1.2	22.4			77.6
	40・50代	175	54.9	48.6	32.6	27.4	25.1	24.0	22.9	22.3	20.0	12.0	12.0	9.1	10.3	10.3	2.3	0.0	21.7			78.3
	60代以上	175	66.9	48.0	26.3	31.4	26.9	26.9	32.0	26.9	17.1	6.3	10.9	8.0	7.4	8.0	6.3	1.7	19.4			80.6
被災/避難経験別	被災or避難経験有り	87	67.8	51.7	34.5	33.3	27.6	25.3	27.6	27.6	16.1	11.5	12.6	11.5	9.2	10.3	4.6	3.4	12.6			87.4
	被災・避難経験無し	348	56.9	48.3	29.3	28.2	25.3	25.6	23.6	23.0	19.3	11.5	11.2	9.5	10.1	7.8	4.0	0.3	23.0			77.0

* 防災用品準備率：「全体」-「備えているものはない」

- 防災サービスの利用率は、全体で58%に対し、被災または避難経験有り層で75%以上と高く、常日頃から防災に対する意識が高い。
- 具体的なサービスとして「緊急速報の情報提供アプリ・サービス」が全体で4割超と突出している。
- 「災害時の緊急通報サービス」は男性が高く、年代が上がるにつれて「災害保険」「災害時の緊急通報サービス」が高い。

◆ 利用している防災サービス
* 有料・無料問わない
(複数回答)

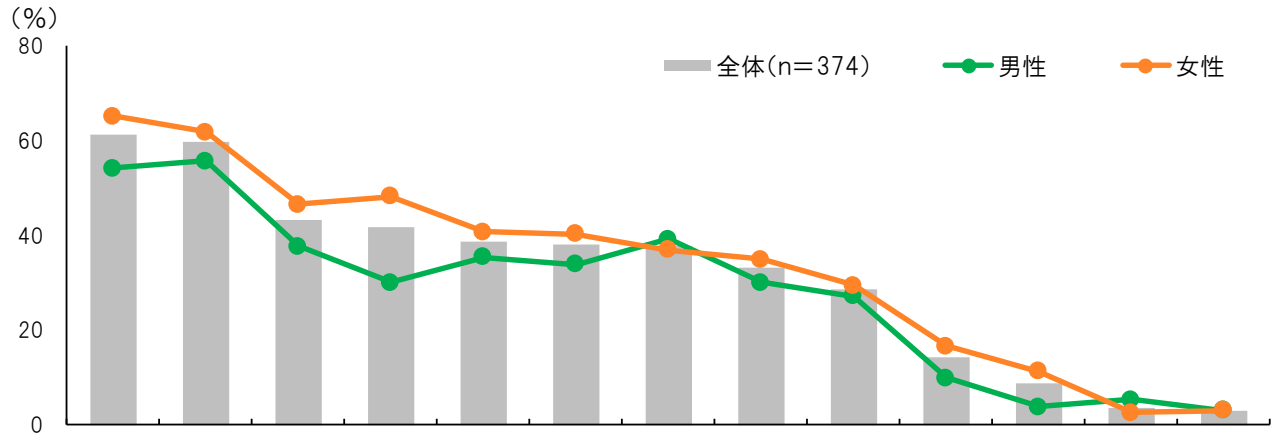


調査数		緊急速報の情報提供	災害保険	災害時の緊急通報サービス	安否確認の情報提供	防災学習のアプリ、サービス	家屋の耐震補強サービス	駆けつけサービス	非常時の水や食料品の配達サービス	防災サービスは利用していない	防災サービス利用率	
全体		435	43.4	19.1	15.6	14.7	2.3	1.1	0.5	0.5	41.8	58.2
性別	男性	167	37.7	18.0	21.0	15.0	3.0	1.2	0.6	1.2	43.7	56.3
	女性	268	47.0	19.8	12.3	14.6	1.9	1.1	0.4	0.0	40.7	59.3
年代別	20・30代	85	38.8	8.2	5.9	11.8	3.5	1.2	1.2	0.0	55.3	44.7
	40・50代	175	42.3	18.9	17.1	13.1	1.1	1.7	0.0	0.6	41.7	58.3
	60代以上	175	46.9	24.6	18.9	17.7	2.9	0.6	0.6	0.6	35.4	64.6
被災/避難経験別	被災or避難経験有り	87	55.2	25.3	26.4	23.0	6.9	4.6	1.1	1.1	24.1	75.9
	被災・避難経験無し	348	40.5	17.5	12.9	12.6	1.1	0.3	0.3	0.3	46.3	53.7

* 防災サービス利用率：
「全体」-「利用している防災サービスはない」

- 「使用期限が長い、長く使える」「持ち運びやすさ」が、防災用品・サービスを利用する2大重視点である。一般的な消費財は、「低価格」が上位となることが多いが、防災用品においては、いざという時の活用のしやすさがポイントとなっている。
- 性別では、女性は男性と比べて上位項目で差があり、年代別では、60代以上は多くの項目でそれ以下の年代より高く、「持ち運びしやすい」「かさばらない」「普段にも使える」「使い方がわかりやすい」といった汎用性を重視している。

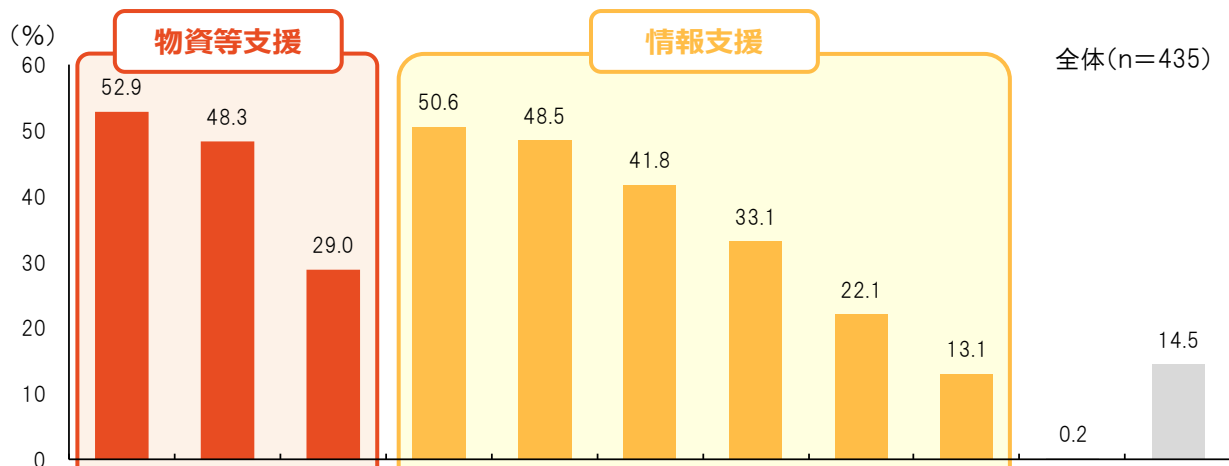
◆防災用品・サービス利用時の重視点 (複数回答)



調査数		長く使える、使用期限が長い、	持ち運びやすさ	かさばらない	使える(平常時)にも	使い方がわかりやすい	家族みんなで使える	低価格	どんな災害でも使える	高品質	使い慣れている	の口コミやレビューの評価	メーカーブランドなど	デザイン性	
全体		374	61.2	59.6	43.3	41.7	38.8	37.7	33.2	28.6	14.2	8.6	3.5	2.9	
性別	男性	133	54.1	55.6	37.6	30.1	35.3	33.8	39.1	30.1	27.1	9.8	3.8	5.3	3.0
	女性	241	65.1	61.8	46.5	48.1	40.7	40.2	36.9	34.9	29.5	16.6	11.2	2.5	2.9
年代別	20・30代	69	68.1	52.2	30.4	33.3	29.0	39.1	42.0	27.5	27.5	10.1	14.5	2.9	5.8
	40・50代	151	60.9	51.7	41.1	37.1	33.1	35.1	32.5	32.5	26.5	11.3	6.6	2.6	2.6
	60代以上	154	58.4	70.8	51.3	50.0	48.7	40.3	40.9	36.4	31.2	18.8	7.8	4.5	1.9
被災/避難経験別	被災or避難経験有り	81	74.1	60.5	37.0	49.4	45.7	45.7	40.7	42.0	14.8	8.6	3.7	2.5	
	被災・避難経験無し	293	57.7	59.4	45.1	39.6	36.9	35.5	31.1	24.9	14.0	8.5	3.4	3.1	

- 物資等では「避難所での生活支援」「非常用備品の配布や支援」、情報支援では「ライフライン回復に関する情報」「非常時に有効な備蓄品の情報」がいずれも5割前後と高く、多くの人が非常時に必要そうと感じている。
- 女性はすべての項目で男性に比べ、また被災・避難経験有り層は経験無し層に比べてほとんどの項目で高く、非常時における支援の必要性を多方面で感じている。

◆被災を想定した場合の
必要性のある支援（複数回答）



	調査数	物資等支援			情報支援						その他	特にない/ わからない
		避難所での生活支援	非常用備品の配布や支援	災害時の緊急連絡先や情報提供体制	ライフライン回復に関する情報	非常時に有効な備蓄品の情報	避難所や設置場所に関する情報	災害後の生活支援情報	補強工事の補助金や助成金情報	動物の避難支援情報		
全体	435	52.9	48.3	29.0	50.6	48.5	41.8	33.1	22.1	13.1	0.2	14.5
性別	男性	167	44.3	37.1	22.8	38.3	41.3	33.5	25.7	15.0	6.6	21.6
	女性	268	58.2	55.2	32.8	58.2	53.0	47.0	37.7	26.5	17.2	10.1
年代別	20・30代	85	49.4	42.4	23.5	38.8	56.5	38.8	25.9	25.9	17.6	14.1
	40・50代	175	52.0	45.7	23.4	52.6	46.9	42.3	26.9	18.9	13.7	14.9
	60代以上	175	55.4	53.7	37.1	54.3	46.3	42.9	42.9	23.4	10.3	14.3
被災/避難経験別	被災or避難経験有り	87	60.9	56.3	42.5	58.6	54.0	50.6	39.1	32.2	11.5	6.9
	被災・避難経験無し	348	50.9	46.3	25.6	48.6	47.1	39.7	31.6	19.5	13.5	16.4

- 大規模災害の被災または避難経験があるのは全体で2割、実際に被災経験があるのは全体で1割半。性別年代別による差はほとんどない。(P2)
- 一方で、備えている防災用品は、女性は男性に比べて高い項目が多く、多岐にわたっている。また女性の防災用品準備率も高い。(P3)
- さらに、避難することを想定した場合の支援についても、すべての項目で男性に比べて女性は高いことから、女性の防災意識・行動は高いといえる。(P6)
- また、被災・避難経験有り層は経験無し層に比べて、備えている防災用品やサービスの利用や、災害時に必要な支援の項目が高く、非常時における支援の必要性を多方面で感じており、災害に関する経験が、その後の防災意識・行動につながっていることが考えられる。(P3・4・6)
- 防災用品・サービスを利用する際の重視点は、「使用期限が長い、長く使える」「持ち運びやすさ」が2大重視点である。一般的な消費財は、「低価格」が上位となることが多いが、防災用品においては、いざという時の活用のしやすさがポイントとなっている。(P5)
- 性別では、女性は男性と比べて上位項目で差があり、60代以上は、多くの項目でそれ以下の年代より高く、「持ち運びしやすい」「かさばらない」「普段にも使える」「使い方がわかりやすい」といった汎用性を重視している。(P5)

マーケティングリサーチからコンサルティングまで 福岡・九州の生活者マーケティングは、株式会社ジーコム

1986年の創業以来、35年以上福岡・九州で
「マーケティング・リサーチ」と「ビジネスコンサルティング」の専門会社として、
顧客視点に基づく科学的なアプローチによつて的確な課題解決策を導き出し、
マーケティングサポートを行っています。

発行元：株式会社ジーコム

福岡市中央区天神4-1-1 第7明星ビル7F

TEL 092-761-0221 FAX 092-761-0228

<https://www.gcom-net.co.jp/>

inq@gcom-net.co.jp