

浜松市・防災意識調査

- 分析報告書 抜粋 -

2017/9 実施

浜松市・防災意識調査【抜粋】

2017年9月12日 実施



【はじめに】株式会社ピーエムラボ（PMLab）は、日本初のポリティカルマーケティング専門会社として、各種世論調査の企画・設計、分析・コンサルティングを通じて、政治や行政に科学的なソリューションを提供するために設立されました。

今回、ピーエムラボでは、浜松市役所危機管理課のご協力を得て、浜松市在住の18歳以上の男女を対象に住民意識調査を行い、防災に対する市民の意識を調査しました。特に今回は防災器具に特化した調査を行いました。

全国で様々な災害が多発する現在において、各自治体が掲げる公助・自助・互助の連携への取り組みを行っています。インターネット調査は旧来の調査手法に比べて、こうした自治体の新たな取り組みに大変適しています。この調査結果が自治体の取り組みの少しでもお役に立てれば幸いです。

- 調査概要**
- 調査目的： 浜松市住民の防災意識、特に家具類の固定、転倒防止の実施等から自助意識を測定し、住民の防災意識の向上を目指す事を目的とする。
 - 調査手法： インターネット調査
 - 調査期間： 平成29年9月1日（金）～平成29年9月3日（日）
 - 調査対象： 浜松市住民(男女500人)

<性年代サンプル構成>

	男性-10 ～20代	男性-30代	男性-40代	男性-50代	男性-60 ～64歳	男性-65 ～69歳	男性-70 代以上	女性-10 ～20代	女性-30代	女性-40代	女性-50代	女性-60 ～64歳	女性-65 ～69歳	女性-70 代以上	計
人数	24	55	44	45	31	44	29	66	40	46	36	21	11	8	500

<地域サンプル構成>

地域	中区	東区	西区	南区	北区	浜北区	天竜区	計
人数	137	81	70	63	59	62	28	500

- 調査項
 - 属性（性別・年代・職業・家族構成・結婚歴・居住区・居住年数・居住形態）
 - 居住区の特徴
 - 家具類の固定・転倒防止実施の有無
 - 固定家具の値段
 - 実施したきっかけ
 - 実施する可能性

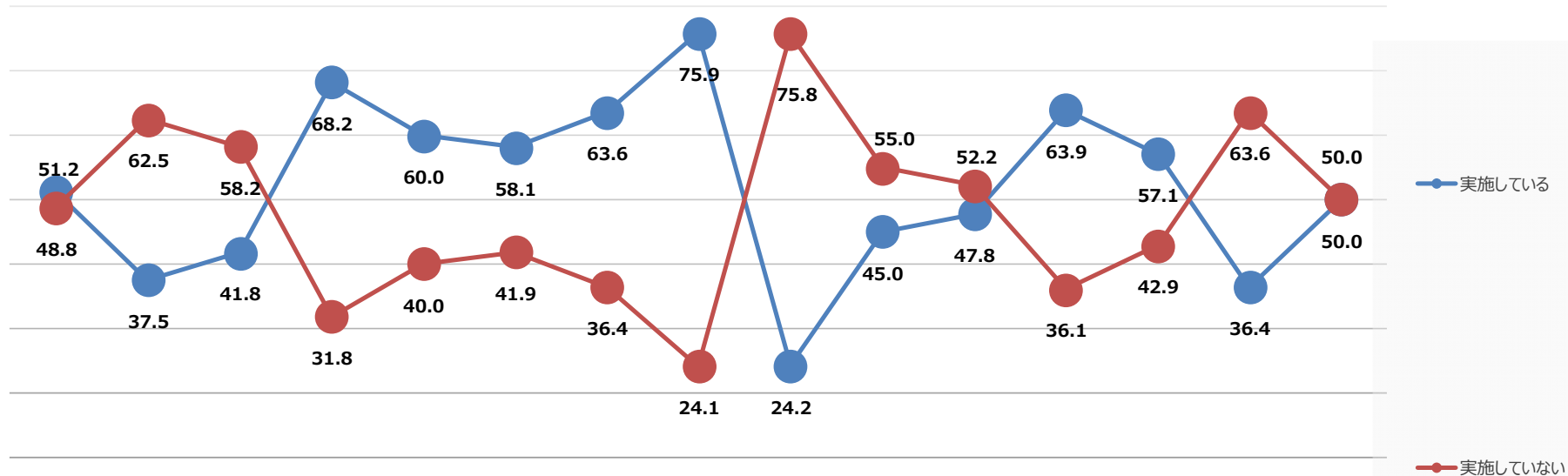
家具類の固定・転倒防止実施の有無（性年代）

Q8.あなたの家では、災害に備えて次のような準備をしていますか。

1.家具類の固定・転倒防止をしている（一部も含む）実施している・実施していない

SC2.あなたの性別・年代を教えてください。

- 全体では「実施している」と「実施していない」がほぼ半々だった。
- 男女共に若年層では「実施していない」が多く特に多かったのは女性10～20代。
- 男女で比べると男性の方が「実施している」として特に多かったのは男性70代以上。
- 女性は65～69歳で「実施していない」が多かった。



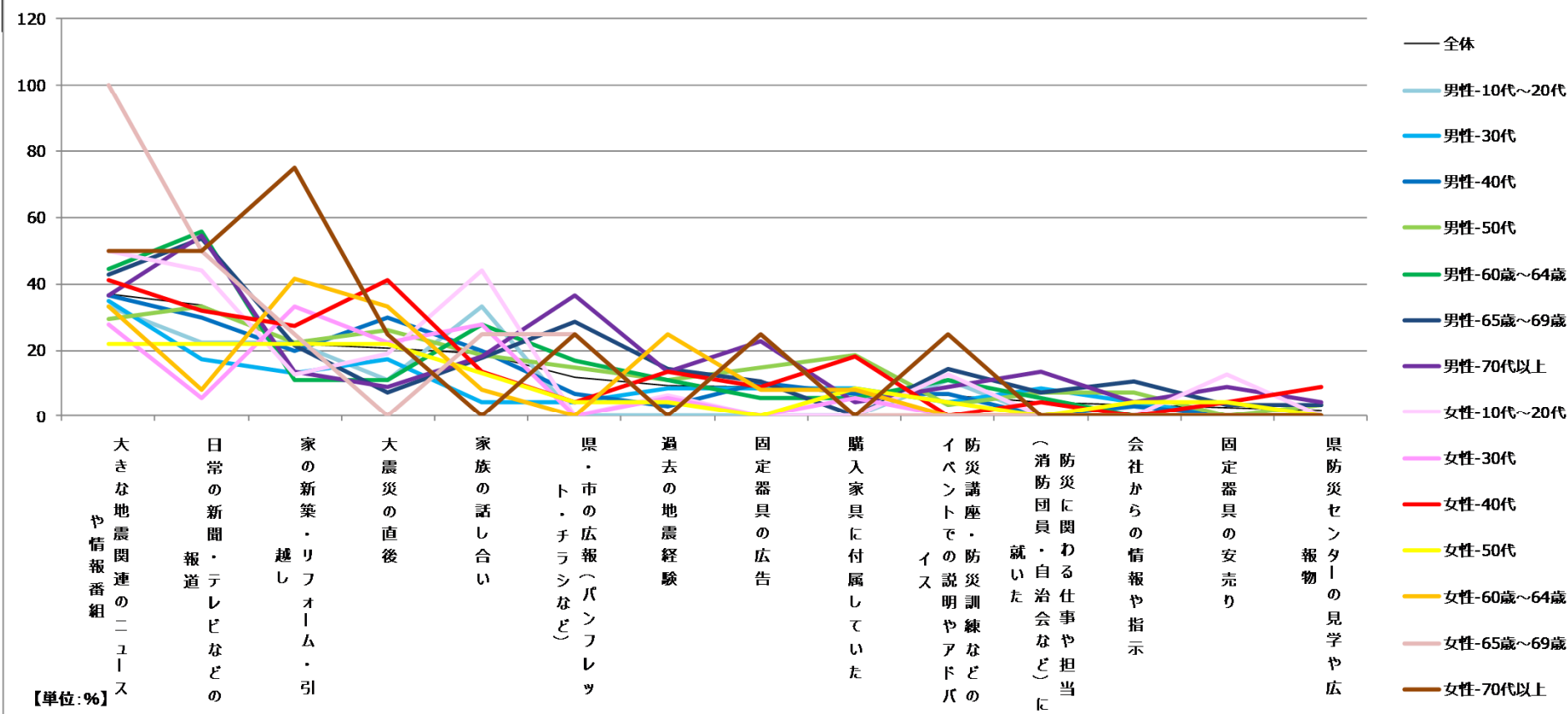
全体	男性	女性	女性	女性	女性	女性	女性	女性	女性	女性	女性	女性	女性	女性	女性	女性
	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代	90代	100代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代
	0	1	0	0	4	6	9	6	0	1	3	4	5	4	6	9
	代	0	0	0	0	歳	歳	歳	歳	代	0	0	0	0	歳	歳

家具類の固定・転倒防止を実施したきっかけ（性年代）

Q10. 次の選択肢の中から、家具類の固定・転倒防止を実施したきっかけとなったものを選んでください。尚、前問と同じ内容が含まれる場合でも再度選んでください。

SC2. あなたの性別・年代を教えてください。

- 全体では、「大きな地震関連ニュース」「日常の新聞・テレビ」「新築・リフォーム・引越し」の順で実施したという回答が多い。
- 他の世代と比べて特に多いのは女性60～64歳、30代で「新築・リフォーム・引越し」、女性40代で「大地震の直後」、男女10～20代で「家族の話し合い」。
- 男性70代以上、65～69歳では「県・市の広報（パンフレット・チラシなど）」も多い。



家具類の固定・転倒防止を実施したきっかけ（性年代）ランキング

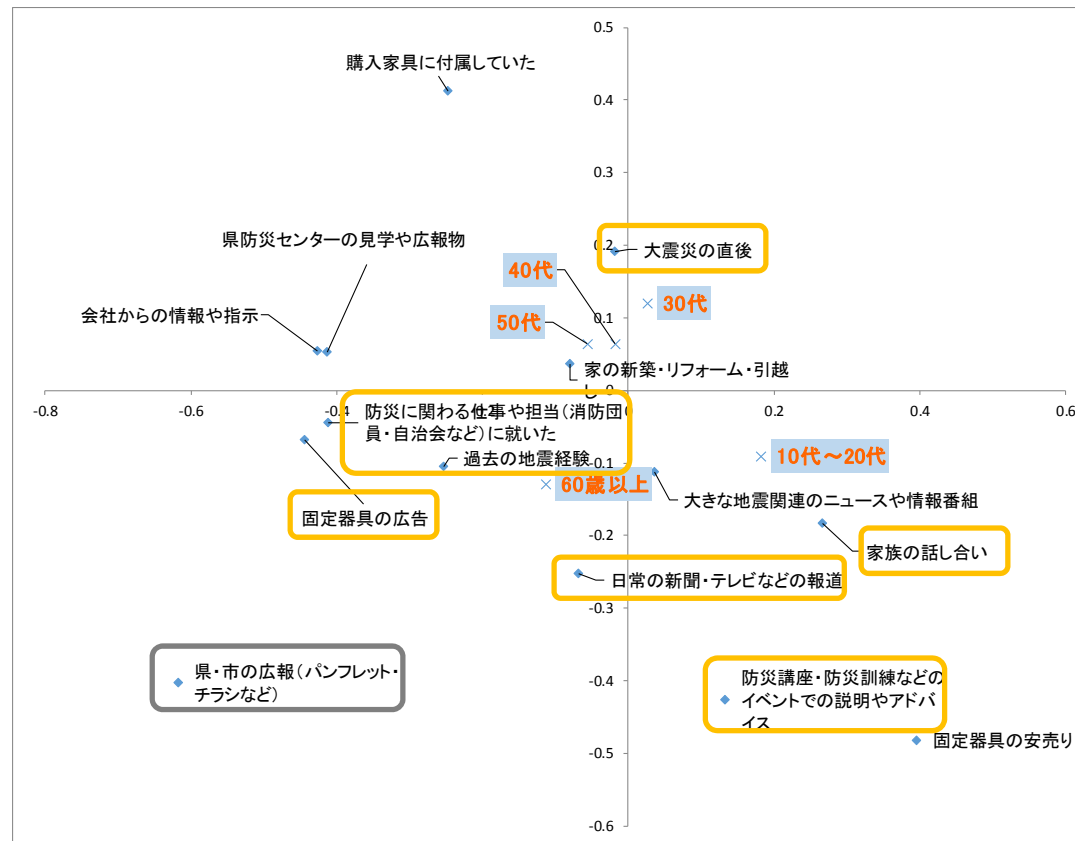
全体		男性10-20歳代		男性-30歳代		男性-40歳代		男性-50歳代		男性-60~64歳		男性-65~69歳		男性-70歳以上		
1	大きな地震関連のニュースや情報番組	37.1	大きな地震関連のニュースや情報番組	33.3	大きな地震関連のニュースや情報番組	34.8	大きな地震関連のニュースや情報番組	36.7	日常の新聞・テレビなどの報道	33.3	日常の新聞・テレビなどの報道	55.6	日常の新聞・テレビなどの報道	53.6	日常の新聞・テレビなどの報道	54.5
2	日常の新聞・テレビなどの報道	33.6	家族の話し合い	33.3	日常の新聞・テレビなどの報道	17.4	日常の新聞・テレビなどの報道	30.0	大きな地震関連のニュースや情報番組	29.6	大きな地震関連のニュースや情報番組	44.4	大きな地震関連のニュースや情報番組	42.9	大きな地震関連のニュースや情報番組	36.4
3	家の新築・リフォーム・引越	21.9	日常の新聞・テレビなどの報道	22.2	大震災の直後	17.4	大震災の直後	30.0	大震災の直後	25.9	家族の話し合い	27.8	県・市の広報（パンフレット・チラシなど）	28.6	県・市の広報（パンフレット・チラシなど）	36.4
4	大震災の直後	20.7	家の新築・リフォーム・引越	22.2	家の新築・リフォーム・引越	13.0	家の新築・リフォーム・引越	20.0	家の新築・リフォーム・引越	22.2	県・市の広報（パンフレット・チラシなど）	16.7	家の新築・リフォーム・引越	21.4	固定器具の広告	22.7
5	家族の話し合い	19.1	大震災の直後	11.1	過去の地震経験	8.7	家族の話し合い	20.0	家族の話し合い	18.5	家の新築・リフォーム・引越	11.1	家族の話し合い	17.9	家族の話し合い	18.2
6	県・市の広報（パンフレット・チラシなど）	11.7	防災講座・防災訓練などのイベントでの説明やアドバイス	11.1	固定器具の広告	8.7	固定器具の広告	10.0	購入家具に付属していた	18.5	大震災の直後	11.1	過去の地震経験	14.3	家の新築・リフォーム・引越	13.6
7	過去の地震経験	9.4			購入家具に付属していた	8.7	県・市の広報（パンフレット・チラシなど）	6.7	県・市の広報（パンフレット・チラシなど）	14.8	過去の地震経験	11.1	防災講座・防災訓練などのイベントでの説明やアドバイス	14.3	過去の地震経験	13.6
8	固定器具の広告	9.0			防災に関わる仕事や担当（消防団員・自治会など）に就いた	8.7	購入家具に付属していた	6.7	固定器具の広告	14.8	防災講座・防災訓練などのイベントでの説明やアドバイス	11.1	固定器具の広告	10.7	防災に関わる仕事や担当（消防団員・自治会など）に就いた	13.6

		女性10-20歳代		女性-30歳代		女性-40歳代		女性-50歳代		女性-60~64歳		女性-65~69歳代		女性-70歳以上	
1	大きな地震関連のニュースや情報番組	50.0	家の新築・リフォーム・引越	33.3	大きな地震関連のニュースや情報番組	40.9	大きな地震関連のニュースや情報番組	21.7	家の新築・リフォーム・引越	41.7	大きな地震関連のニュースや情報番組	100.0	家の新築・リフォーム・引越	75.0	
2	日常の新聞・テレビなどの報道	43.8	大きな地震関連のニュースや情報番組	27.8	大震災の直後	40.9	日常の新聞・テレビなどの報道	21.7	大きな地震関連のニュースや情報番組	33.3	日常の新聞・テレビなどの報道	50.0	大きな地震関連のニュースや情報番組	50.0	
3	家族の話し合い	43.8	家族の話し合い	27.8	日常の新聞・テレビなどの報道	31.8	家の新築・リフォーム・引越	21.7	大震災の直後	33.3	家の新築・リフォーム・引越	25.0	日常の新聞・テレビなどの報道	50.0	
4	大震災の直後	18.8	大震災の直後	22.2	家の新築・リフォーム・引越	27.3	大震災の直後	21.7	過去の地震経験	25.0	家族の話し合い	25.0	大震災の直後	25.0	
5	家の新築・リフォーム・引越	12.5	日常の新聞・テレビなどの報道	5.6	購入家具に付属していた	18.2	家族の話し合い	13.0	日常の新聞・テレビなどの報道	8.3	県・市の広報（パンフレット・チラシなど）	25.0	県・市の広報（パンフレット・チラシなど）	25.0	
6	防災講座・防災訓練などのイベントでの説明やアドバイス	12.5	過去の地震経験	5.6	家族の話し合い	13.6	購入家具に付属していた	8.7	家族の話し合い	8.3	固定器具の広告	25.0	固定器具の広告	25.0	
7	固定器具の安売り	12.5	購入家具に付属していた	5.6	過去の地震経験	13.6	県・市の広報（パンフレット・チラシなど）	4.3	固定器具の広告	8.3			防災講座・防災訓練などのイベントでの説明やアドバイス	25.0	
8	過去の地震経験	6.3			固定器具の広告	9.1	過去の地震経験	4.3	購入家具に付属していた	8.3					

家具類の固定・転倒防止を実施したきっかけと年代の関係

- 10代から60歳以上の5層の特徴は次の通りである。
 - 10代～20代は「家族の話し合い」「防災講座・防災訓練などのイベントでの説明やアドバイス」がきっかけになる傾向。
 - 30代、40代、50代は「大震災の直後」がきっかけになる傾向。
 - 60歳以上は「過去の地震経験」「防災に関わる仕事や担当（消防団員・自治会など）に就いた」「日常の新聞・テレビなどの報道」「固定器具の広告」など体験や報道、広告など様々なことがきっかけになる傾向。
 - 「県・市の広報（パンフレット・チラシなど）」は60歳以上に影響するも若い層への影響は小さい。

Q10. 次の選択肢の中から、家具類の固定・転倒防止を実施したきっかけとなったものを選んでください。尚、前問と同じ内容が含まれる場合でも再度選んでください。（いくつでも）
 (対象者) 全数

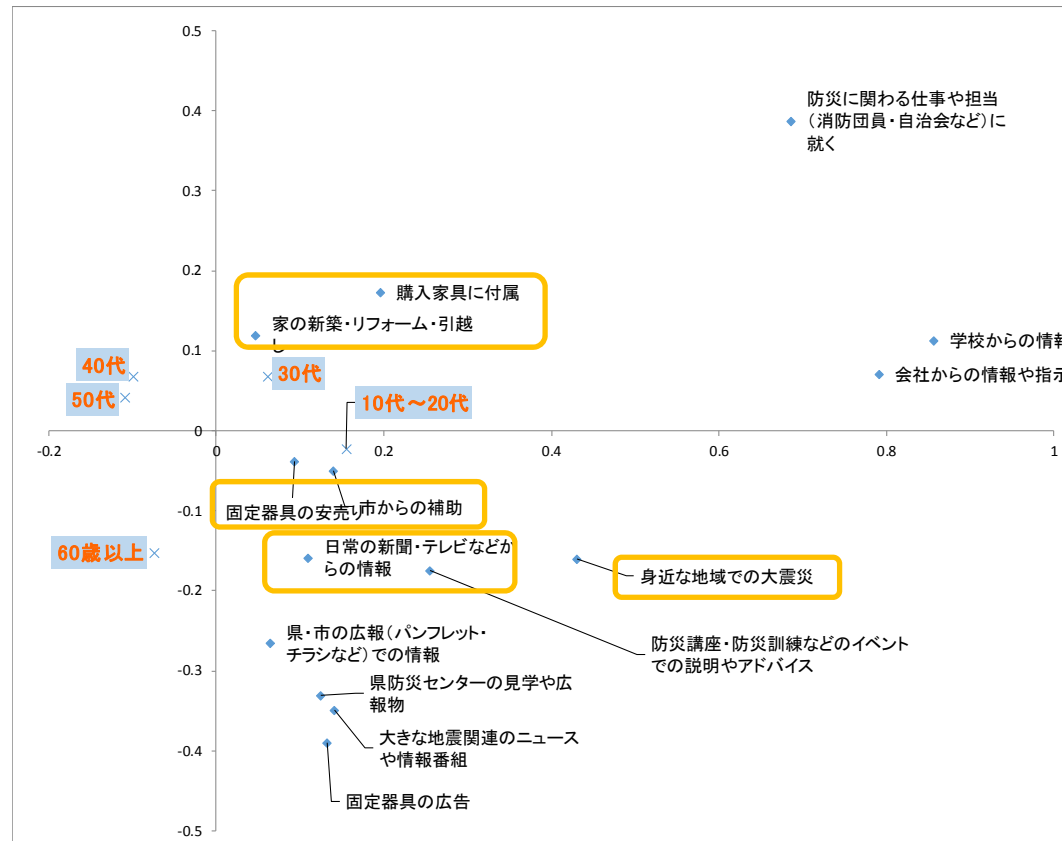


今後、家具類の固定・転倒防止を実施するきっかけ・情報と年代の関係

- 10代から60歳以上の5層の特徴は次の通りである。
 - 各年代に共通して、「固定器具の安売り」「市からの補助」がきっかけと考える。また、10代から60代に共通して「家の新築・リフォーム・引越し」「購入家具に付属」がきっかけと考える。
 - 他に、10代～20代、60歳以上は、「身近な地域での大震災」「日常の新聞・テレビなどからの情報」の体験や情報をあげているが、年代を通じて情報より器具を入手することが防止実施につながると考えている。

Q13.どのようなきっかけ、または、どのような情報が充実すれば固定・転倒防止を実施したいと考えますか。(いくつでも)

(対象者) 全数



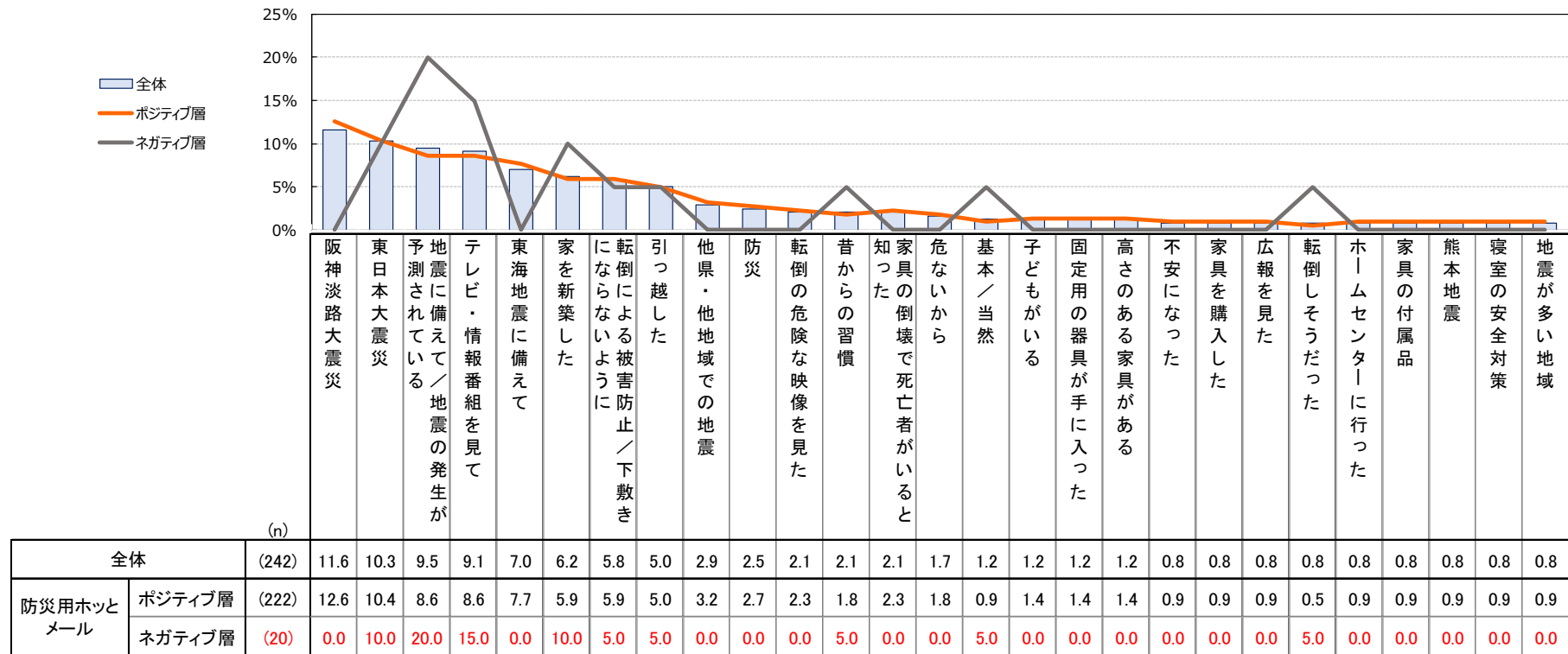
家具類の固定・転倒防止を実施したきっかけ(1)：防災ホッとメール対応別

■ 家具類の固定・転倒防止を実施した主なきっかけは、「阪神淡路大震災」「東日本大震災」「地震に備えて／地震の発生が予測されている」「テレビ・情報番組を見て」である。

Q9.家具類の固定・転倒防止を実施したきっかけは何ですか。(自由回答)

(対象者) 家具類の固定・転倒防止を実施者

防災ホッとメール：静岡県 浜松市防災ホッとメール で配信されている安全・安心（防犯・防災）メールマガジン。



※Q17. 防災用ホッとメール

ポジティブ層：既に登録+すぐに登録+後で登録+よく読んで検討+方法がわからない

ネガティブ層：登録したくない+興味がない

※自由回答をコーディング

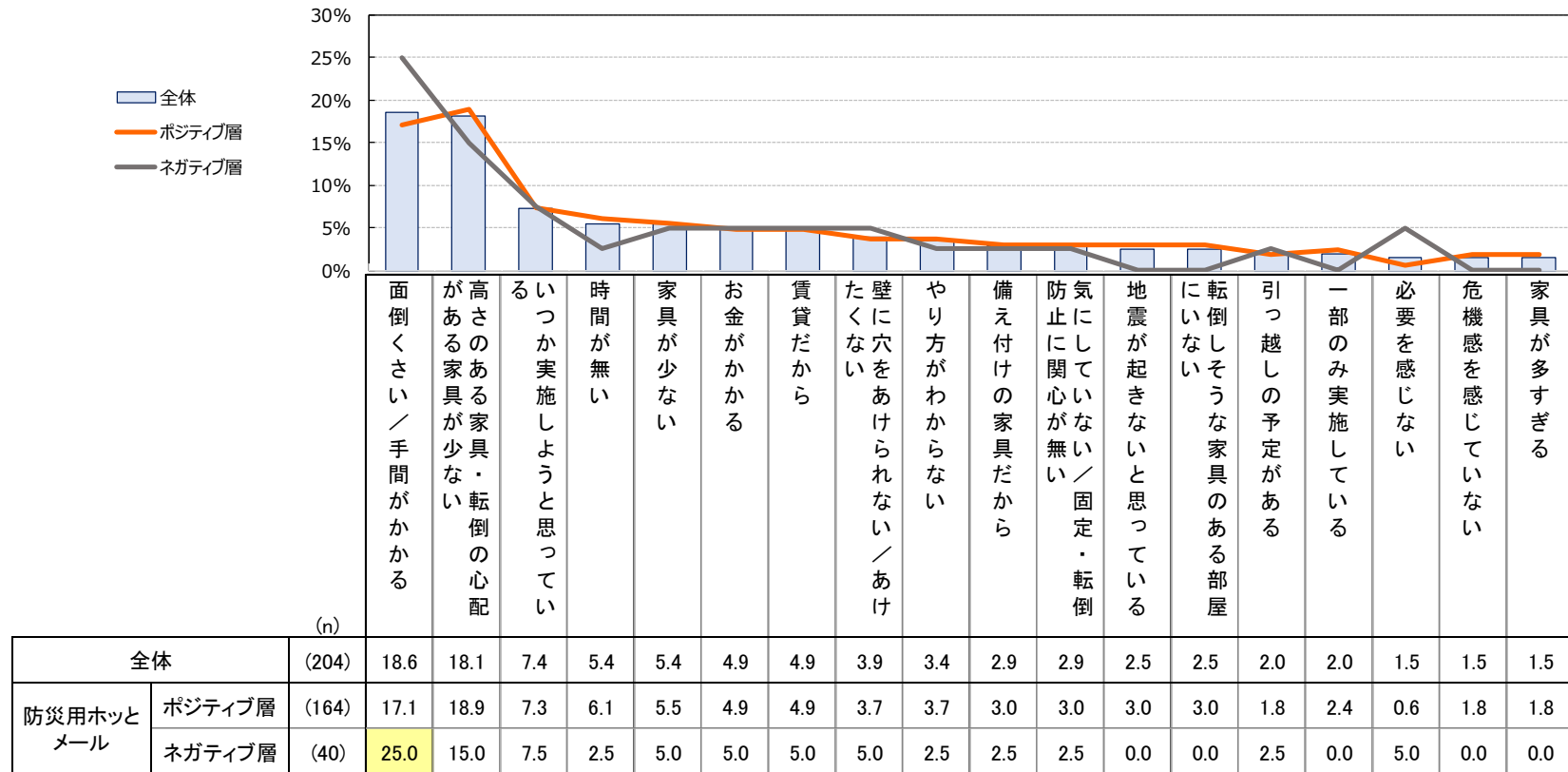
家具類の固定・転倒防止を実施していない理由(1)：防災ホッとメール対応別

■ 家具類の固定・転倒防止を実施していない主な理由は、「面倒くさい／手間がかかる」「高さのある家具・転倒の心配がある家具が少ない」である。

Q12.家具類の固定・転倒防止を実施していないのは、なぜですか。(自由回答)

(対象者) 家具類の固定・転倒防止を実施していない者

防災ホッとメール：静岡県 浜松市防災ホッとメール で配信されている安全・安心（防犯・防災）メールマガジン。



※Q17. 防災用ホッとメール

ポジティブ層：既に登録+すぐに登録+後で登録+よく読んで検討+方法がわからない

ネガティブ層：登録したくない+興味がない

※自由回答をコーディング

【調査結果（抜粋）】

■ 性年代でみる「固定・転倒防止家具の実施」の特徴

- ・性年代全体では「実施している」と「実施していない」がほぼ半々。
- ・男女別では男性の方が「実施している」が多く、特に男性70代以上で多かった。
- ・「実施していない」が特に多いのは、女性10～20代。

■ 「固定・転倒防止家具の実施」を実施したきっかけ

- ・性年代全体では「大きな地震のニュース」が多い。
- ・性年代での特徴は、女性30代、60～64歳、70歳以上で「家の新築・リフォーム・引越し」がきっかけとする回答が多く、男女10～20代の若年層では「家族の話し合い」が多くみられた。
- ・男性70歳以上では「県・市の広報（パンフレット・チラシなど）」もきっかけとなっており、高齢層（特に男性）には広報物も効果があるが、若年層には効果が小さい。

■ 今後「固定・転倒防止家具の実施」を実施するきっかけとなること

- ・各年代に共通して、「固定器具の安売り」「市からの補助」がきっかけになると考える。また、10代から60代に共通して「家の新築・リフォーム・引越し」「購入家具に付属」がきっかけと考える。
- ・他に、10代～20代、60歳以上は、「身近な地域での大震災」「日常の新聞・テレビなどからの情報」の体験や情報をあげているが、年代を通じて情報より器具を入手することが防止実施につながると考えている。

■ 自由回答テキストマイニングでみる「固定・転倒防止家具の実施」を実施したきっかけ

- ・「阪神淡路大震災」「東日本大震災」「地震に備えて／地震の発生が予測されている」「テレビ・情報番組を見て」がきっかけとなった人が多い。

■ 自由回答テキストマイニングでみる「固定・転倒防止家具の実施」を実施していない理由

- ・「面倒くさい／手間がかかる」「高さのある家具・転倒の心配がある家具が少ない」との理由で実施しない人が多い。