

2025年8月21日
株式会社ビデオリサーチ

防災グッズ所有率は約3割、最も高いのは「関東地区」 有事の際の情報収集はSNSが普及するも、7割以上が「地上波テレビ」 ～ ビデオリサーチ調べ・防災意識10年間の変化（2015年～2024年）～

株式会社ビデオリサーチ（以下：当社）は9月1日の「防災の日」に合わせ、2015年から2024年までの10年間にわたる生活者の「防災」に対する意識の変化を示した調査結果を公開いたしました。

本レターでは、50年にわたり日本の生活者の意識動向を調査し続けている当社の『ACR/ex（エーシーアール エクス）』データをもとに、防災グッズ所有率の地区比較、有事の際の情報収集メディアの変化などの調査を行い、地区別、年代別の生活者の防災への意識について明らかにしています。

【クレジット表記のお願い】

本データを記事掲載する際は、下記クレジットを付記の上ご使用くださいますよう、お願い申し上げます。
ビデオリサーチ「ACR/ex」2015～2024年7地区データより

< 調査サマリー >

■約3割が防災グッズを所有、最も高いのは「関東（東京50km圏）」

防災グッズの所有率は増加傾向にあり、「関東（東京50km圏）」に次いで、南海トラフ地震が懸念される「名古屋」も所有率が高い

■大きな被害をもたらした震災の翌年には近隣エリアで防災グッズ所有率増加

大きな被害に直面した地域の近隣では、被害発生の翌年に防災グッズの所有率が上昇。「札幌」では2018年の北海道胆振東部地震の翌年10pt以上所有率が増加

■有事の際の情報収集は「ブログやSNS」が約2.7倍へ増えるも、依然7割以上が「地上波テレビ」と回答

近年、ブログやSNSの書き込みから情報収集する人が増加。地上波テレビは減少傾向にあるものの、75.1%と最も高い水準を維持

■有事の際のSNSなどでの情報収集は若者だけにとどまらない

20-30代だけでなく、50-60代でもブログやSNSの書き込みから情報収集を行う人が一定数存在。「速報性」の高さを強みとするSNSは、全年代に普及しつつあり、有事の際には役立つ手段に

当社による「防災意識」の調査データを含む分析記事は、以下からご覧いただけます。

■VR Digest+（ビデオリサーチ ダイジェストプラス）

実は地域差が大きい！ 防災意識10年間の変化（2015年～2024年）（2025年8月21日公開）

<https://www.videor.co.jp/digestplus/article/consumer250821.html>

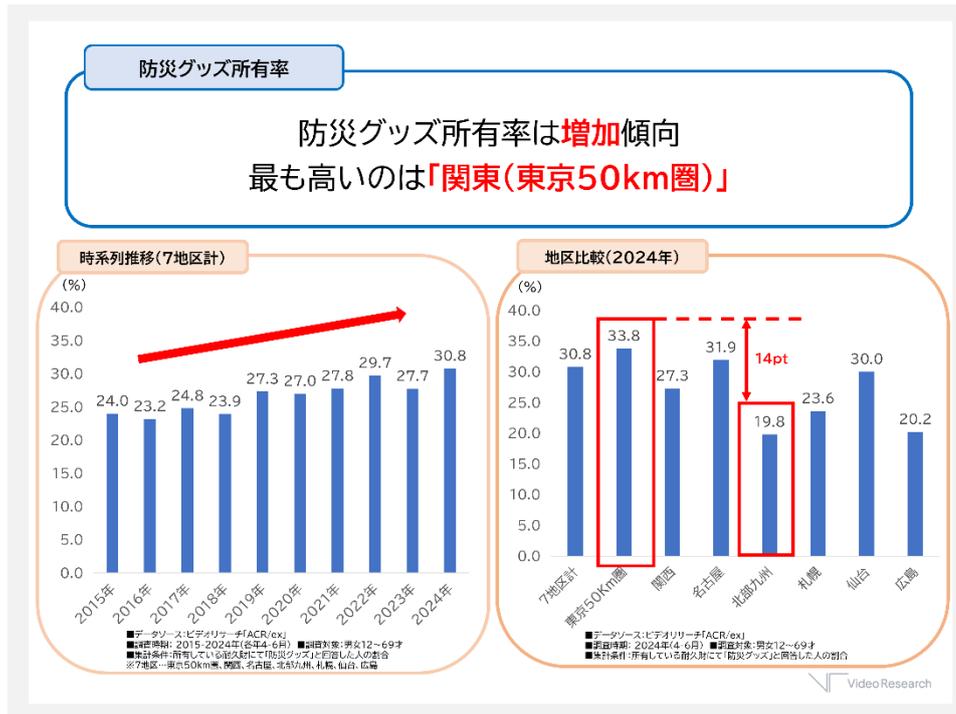
■お問い合わせ先：(株)ビデオリサーチコミュニケーションズ ビデオリサーチグループ広報セクション
Tel:03-5860-1723 E-mail:info@videor.co.jp

【調査結果】

■約 3 割が防災グッズを所有、最も高いのは「関東（東京 50km 圏）」

防災グッズを所有している人の割合をみると、少しずつではありますが、所有率が上がってきていることがわかります。2024 年時点では 7 地区計で約 30%の人が防災グッズを所有しています（図 1）。

また 2024 年の防災グッズ所有率を地区別にみると、最も高いのが「関東（東京 50km 圏）」、最も低いのが「福岡（北部九州）」で、その差は 14pt と大きな差がみられます。過去に震災を経験した「仙台」や南海トラフ地震のリスクが高いとされる「名古屋」でも、防災グッズ所有率は他の地区より高い傾向がみられました。



【図 1】防災グッズ所有率（時系列推移、地区比較）

■大きな被害をもたらした震災の翌年には近隣エリアで防災グッズ所有率増加

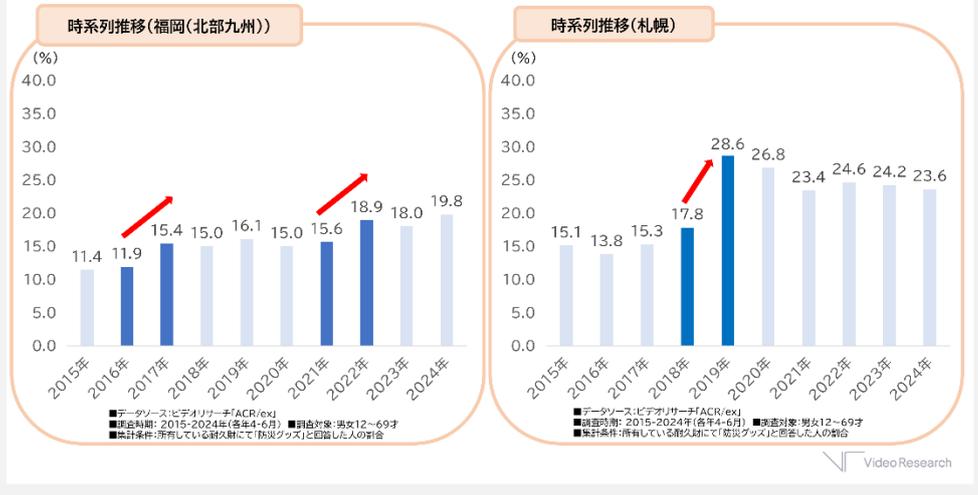
気象庁の震度データベース検索（※1）によると、2010 年以降の震度 7 以上の地震は 5 件で、2011 年の東日本大震災、2016 年の熊本地震で 2 件、2018 年の北海道胆振東部地震、2024 年の能登半島地震です。

防災グッズ所有率について、熊本地震の発生の近隣エリアである「福岡（北部九州）」と、北海道胆振東部地震の発生の近隣エリアである「札幌」に着目すると、「福岡（北部九州）」では 2016 年熊本地震の翌年に所有率が 3pt 以上上昇、2021 年長崎の豪雨の翌年も 3pt 以上上昇しています。「札幌」では 2018 年北海道胆振東部地震の翌年に 10pt 以上増加しています（図 2）。北海道胆振東部地震発生時には、「札幌」を含む北海道全域で停電被害も起きていたこともあり、他の地区に比べて上昇率が高いことが伺えます。

※1：気象庁「震度データベース検索」より抜粋 <https://www.data.jma.go.jp/svd/eqdb/data/shindo/index.html>

防災グッズ所有率

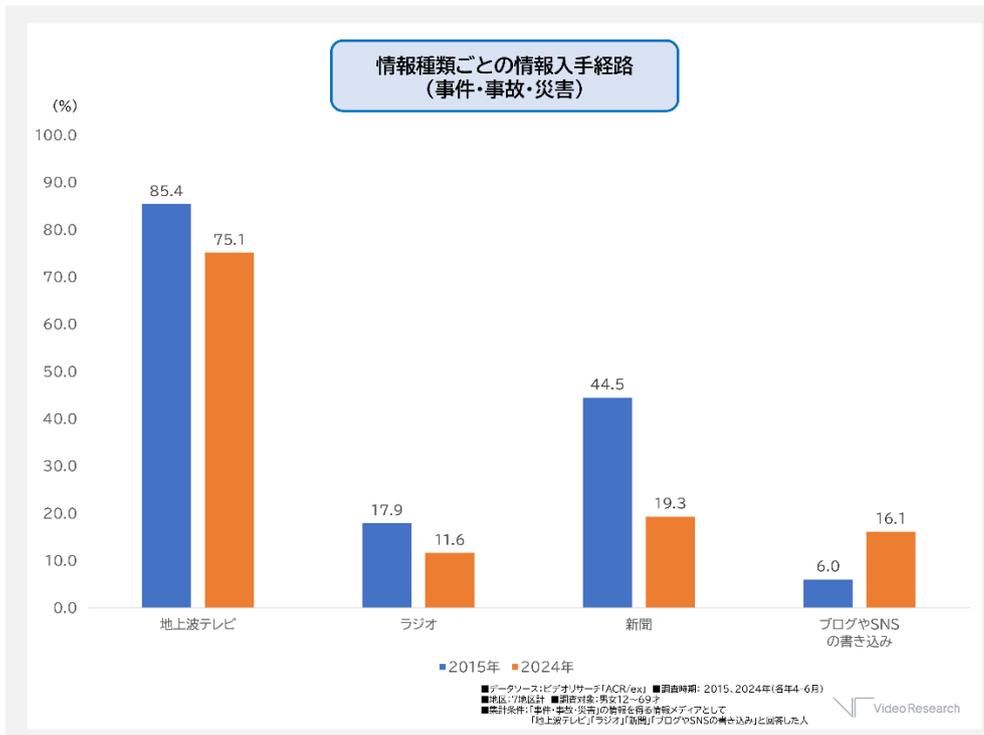
福岡(北部九州)は2017年・2022年、札幌は2019年に**急増**



【図 2】防災グッズ所有率 時系列推移（福岡（北部九州）、札幌）

■ 有事の際の情報収集は「ブログや SNS」が増加も、依然 7 割以上が「地上波テレビ」と回答

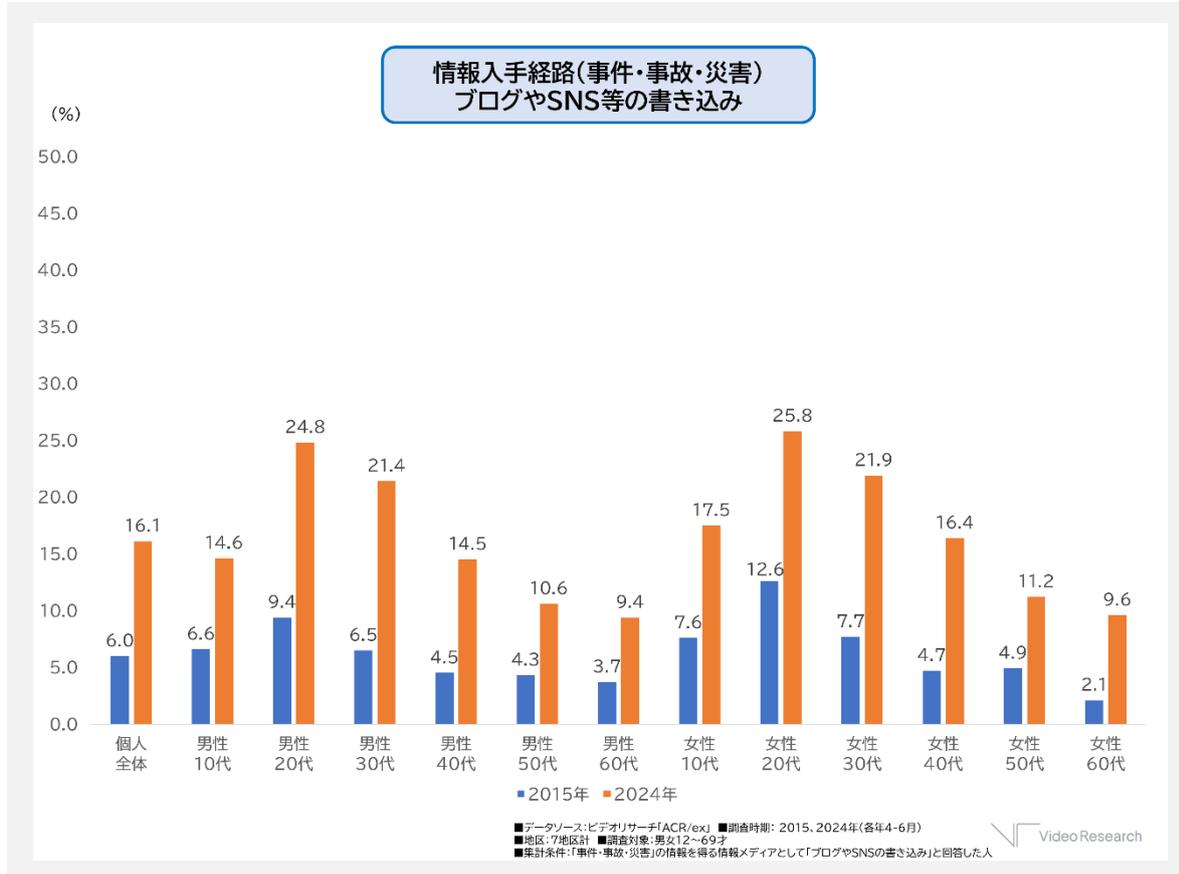
事件・事故・災害など有事の際の情報入手経路を媒体別に比較すると、地上波テレビやラジオ、新聞といったマスメディアで情報収集する人が減少する一方で、2024 年にはブログや SNS の書き込みから情報収集する人が 2015 年の約 2.7 倍と増加しています。なお地上波テレビは 10 年間で 10pt 程度低下しているものの、2024 年時点でも 75.1%と最も高く、依然として有事の際の有効な情報収集手段となっていると考えられます（図 3）。



【図 3】情報種類ごとの情報入手経路（事件・事故・災害）

■有事の際の SNS などの情報収集は若者だけにとどまらない

ブログや SNS 等の書き込みから情報収集している人の割合を年代別にみると、2024 年時点では 20-30 代で高い傾向がみられました。また、50-60 代でも約 1 割が情報入手経路として利用しており、「速報性」の高い SNS が全年代に普及しつつある状況がみられます（図 4）。



【図 4】情報入手経路（事件・事故・災害）ブログや SNS などの書き込み

調査概要

サービス名：ビデオリサーチ「ACR/ex」

調査期間： 2015 年～2024 年（4 月～6 月）

調査対象： 男女 12～69 歳

対象地区： 7 地区（東京 50 km 圏、関西、名古屋、北部九州、札幌、仙台、広島）

サンプル数： 11,147s（2024 年/7 地区計） ※2015 年～2023 年は同程度

■ ACR/ex（エーシーアール エクス） <https://www.vidoor.co.jp/service/media-data/acrex.html>

当社が保有する、生活者を「意識」と「利用・購入者」の両側面から捉える日本最大級のマーケティングデータです。同一サンプルに対し、生活者属性、商品関与、メディア接触など網羅的に調査しているため、生活者の実態を多角的にそして客観的に捉えることが可能なシングルソースデータとなっています。仮説立案(0 次プランニング)、ブランド調査、メディアプランニングなどさまざまな用途にご利用いただけます。

■ 株式会社ビデオリサーチ <https://www.vidoor.co.jp/>

株式会社ビデオリサーチは、テレビを含む動画ビジネスを支えるデータ&システム会社です。1962 年にテレビ視聴率データを提供する調査機関として設立され、日本国内におけるテレビ視聴率調査や各種メディアデータ、マーケティングデータを提供しています。公正なデータと信頼性の高い指標を基盤に、企業のマーケティング課題解決をトータルサポートし、知恵と情熱でデータ&システムを駆使するソリューションカンパニーとして、企業の意思決定を支援しています。