

防災・減災に関する県民意識調査結果（令和8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7年度の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、その結果等を取りまとめた。

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8年1月14日（水）～2月6日（金）

（3）有効回答数

2,562件（回答率51.2%）

（4）調査結果

別紙のとおり

防災・減災に関する県民意識調査結果（令和8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		R7年度 (目標)
	R7 (2月)	R8 (2月)	
5つの行動目標(②)を全て実践している人の割合	31.4%	33.0%	50.0%
避難の準備行動(①かつ②)ができていない人の割合	15.7%	17.9%	

【参考】「避難の準備行動ができていない」の構成要素

①	【行動する】	マイ・タイムラインの作成
	【知る】	災害の種類に応じた、避難場所・避難経路の確認
②	【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】	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日以上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		R7年度 (目標)
		R7 (2月)	R8 (2月)	
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	66.4%	70.2%	100%
	水害・土砂災害リスクの認知度	70.5%	73.9%	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	83.2%	84.3%	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	21.4%	25.1%	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	62.8%	62.4%	60.0%
備える	非常持出品を用意し、かつ3日以上以上の食糧及び飲料水を備蓄している人の割合	63.4%	62.4%	70.0%
	家具等の転倒防止を行っている人の割合	65.7%	66.6%	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)

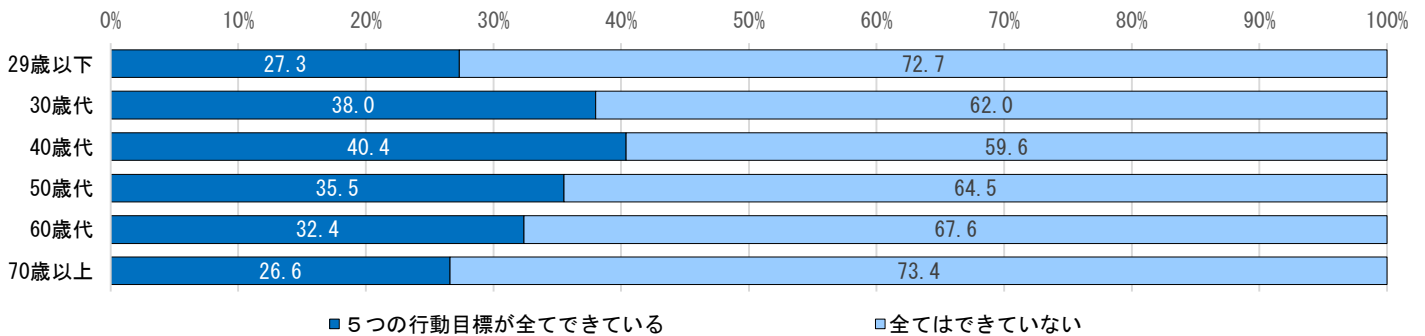
3 行動計画に掲げる成果指標ごとの分析概要

(1) 全体指標

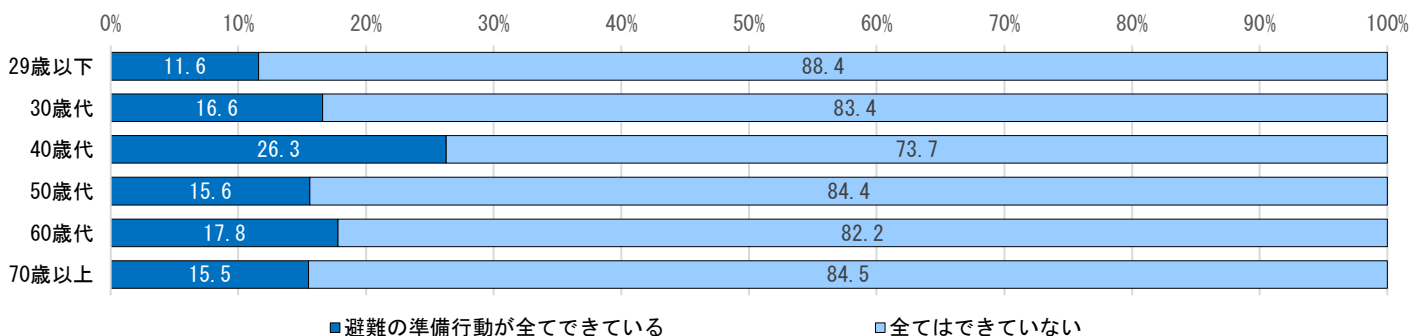
行動計画に掲げる成果指標項目	調査結果		R7年度 (目標)
	R7 (2月)	R8 (2月)	
5つの行動目標(②)を全て実践している人の割合	31.4%	33.0%	50.0%
避難の準備行動(①かつ②)が できている人の割合	15.7%	17.9%	

- 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(40.4%)」が最も多くなっている。
- 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(26.3%)」が最も多くなっている。

<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」>



ア 有識者による分析や示唆など

- 成果指標は、目標値には届いていないが、少しずつ向上している。
- 避難の準備行動ができている人の割合が低いのは、マイ・タイムラインを作成している人の割合が少ないことが影響しているため、更なるマイ・タイムラインの周知・啓発に努める必要がある。
- 5つの行動目標のうち、「知る」「察知する」に比べて「行動する」「備える」の実践率が相対的に低いため、防災を行動に移すことができていない層が一定数いると考えられる。

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。

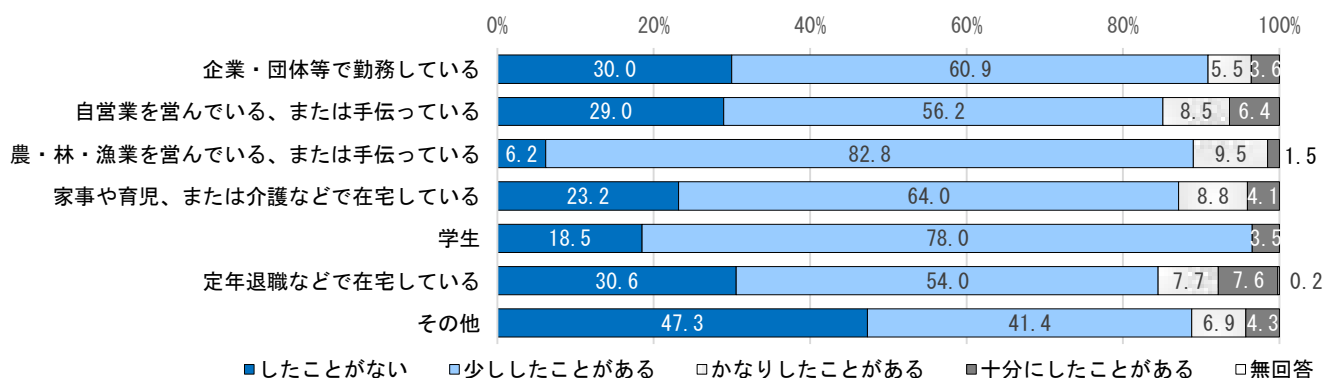
(2) 【行動目標】身の回りの災害危険個所などを「知る」

行動計画に掲げる成果指標項目	調査結果		R7年度 (目標)
	R7 (2月)	R8 (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	66.4%	70.2%	100%
水害・土砂災害リスクの認知度	70.5%	73.9%	100%

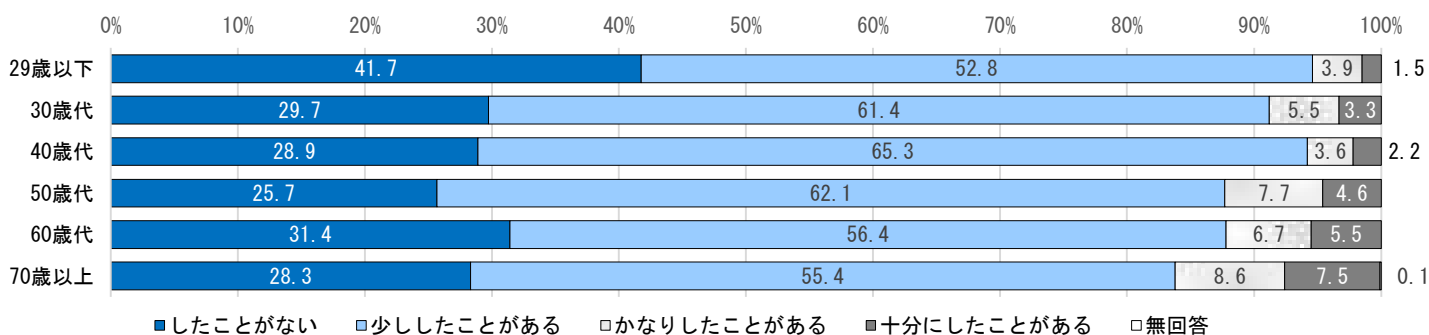
- 避難場所・避難経路を確認した人の割合について、生活形態別（※）では、「農林漁業（93.8%）」が最も多く、次いで「学生（81.5%）」となっている。
- 水害リスクの認知度について、年代別では40歳代以上で7割を超えているが、30歳代以下では6割台半ばとなっている。
- 土砂災害リスクの認知度について、年代別では30歳代以上で7割を超えているが、29歳以下では6割台半ばとなっている。

※ 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」

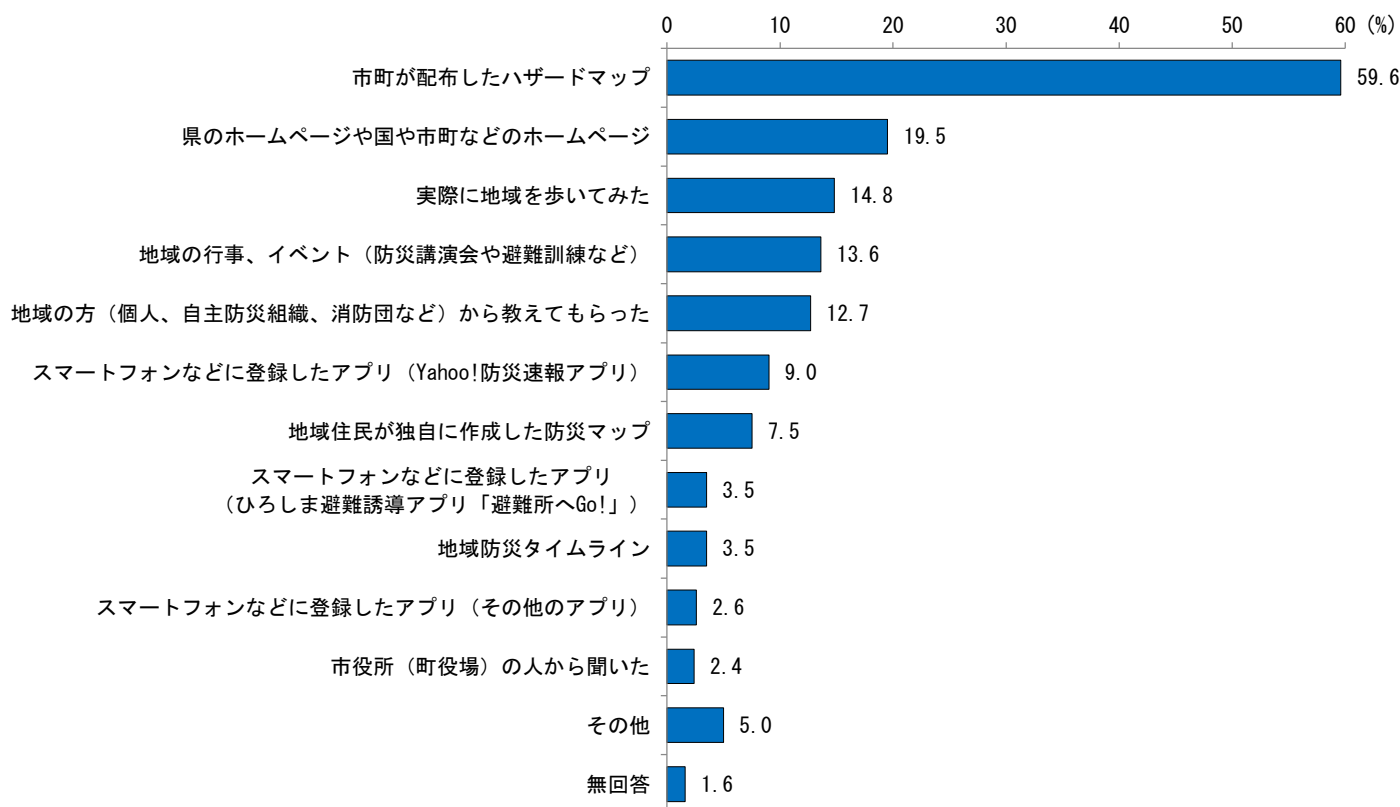
< 避難場所や避難経路の確認の有無「生活形態別」 >



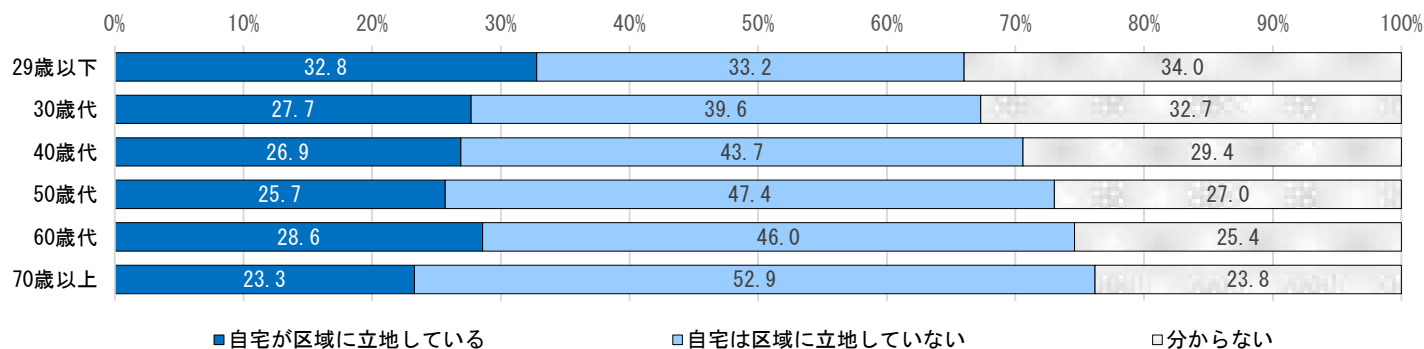
< 避難場所や避難経路の確認の有無「年代別」 >



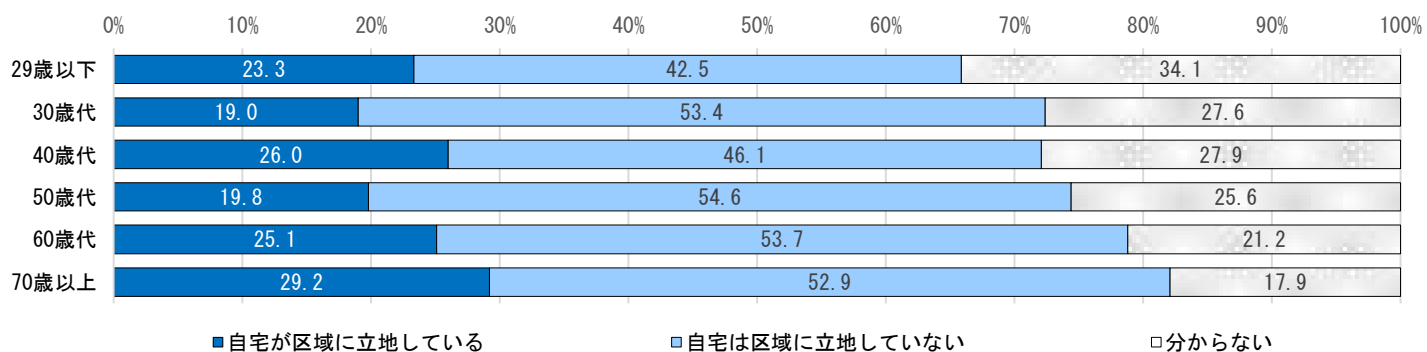
< 避難場所や避難経路の確認方法 >



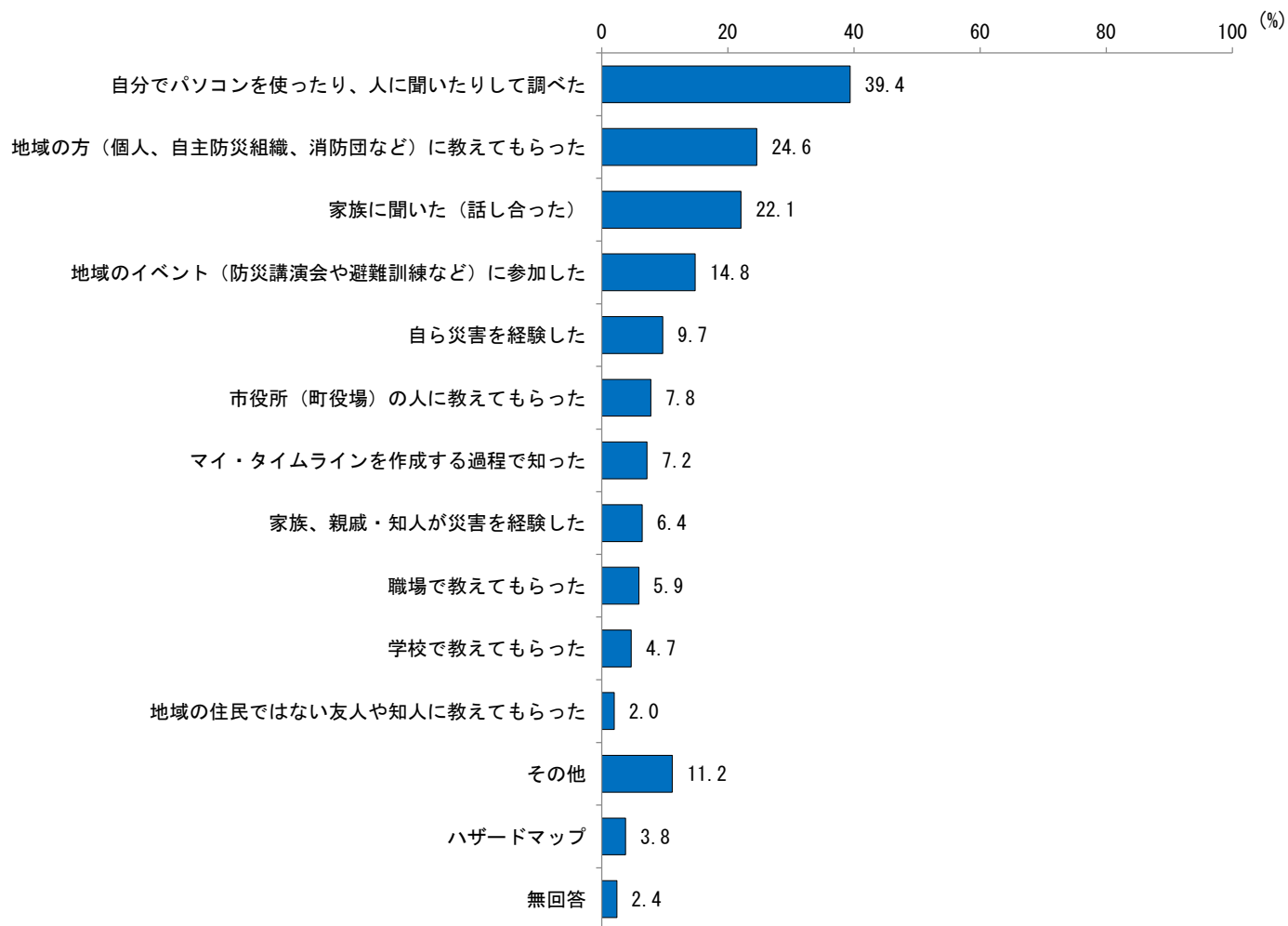
<洪水浸水想定区域の認知度「年代別」>



<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>



ア 有識者による分析や示唆など

- 避難場所・避難経路を確認した人のうち、生活形態別の「農林漁業等(93.8%)」の割合が多い点については、職場の立地場所及び居住地が災害による被害の影響を一番受けやすい地域の住民であるため、他の生活形態よりも敏感に行動したためと考えられる。
- 年代別では、29歳以下では「したことがない」が4割を超えている。29歳以下のうち、生活形態別の「学生」では、避難経路を確認している割合は8割を超えていることから、各学校で実施されている防災教育による効果が表れた結果であると考えられる。
このことから、学生ではない29歳以下の層に避難経路の確認を啓発する必要がある。
- 避難場所や避難経路の確認方法について、「市町が配布したハザードマップ(59.6%)」が最も多いことから、引き続き、関係者と連携して県民に居住地のハザードマップを確認するよう啓発を図っていく必要がある。
- 災害の危険性の有無を知ったきっかけとして、全体では「自分でパソコンを使ったり、人に聞いたりして調べた(39.4%)」が最も多いが、29歳以下では「学校で教えてもらった(28.4%)」が他の年代に比べて多く、災害の危険性の有無について、「分からない(34.0%)」と回答した割合も昨年度から減っていることから、学校での教育が奏功している可能性があるため、引き続き学校での啓発を続ける必要がある。
- 70歳以上では「地域の方(個人、自主防災組織、消防団など)に教えてもらった(41.0%)」、「地域のイベントに参加した(30.8%)」が他の年代に比べて多いことから、高齢者層には地域の間人関係やイベントを通じた呼びかけが有効と考えられる。

イ 有識者による分析や示唆を受けての取組等

- 企業や事業所等に対し、自社の社員への災害リスクの認識向上や避難所の確認等の啓発を行うよう働き掛ける。
- 引き続き、関係機関と連携し、小学校等への防災出前講座を継続して実施するとともに、中学校での防災eラーニング教材の活用を促進する。
- テレビ・ラジオなどのマスメディアや、市町の広報誌、SNS等、様々な媒体を通じて、県民へハザードマップの確認を働き掛ける。

- 市町や自主防災組織、防災リーダー等と連携して、災害時の避難の呼びかけと個人の避難行動を一体的に確認する「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、災害時の避難行動や避難場所・避難経路の確認を促進する。
- 引き続き、災害リスク情報をホームページや SNS 等あらゆる媒体を通じて発信するとともに、関係機関と連携し、市町が行う防災リーダー等の研修や、地域の防災訓練、防災イベントへの講師派遣等を通じて、県民の災害リスクへの関心を高めるよう取り組む。

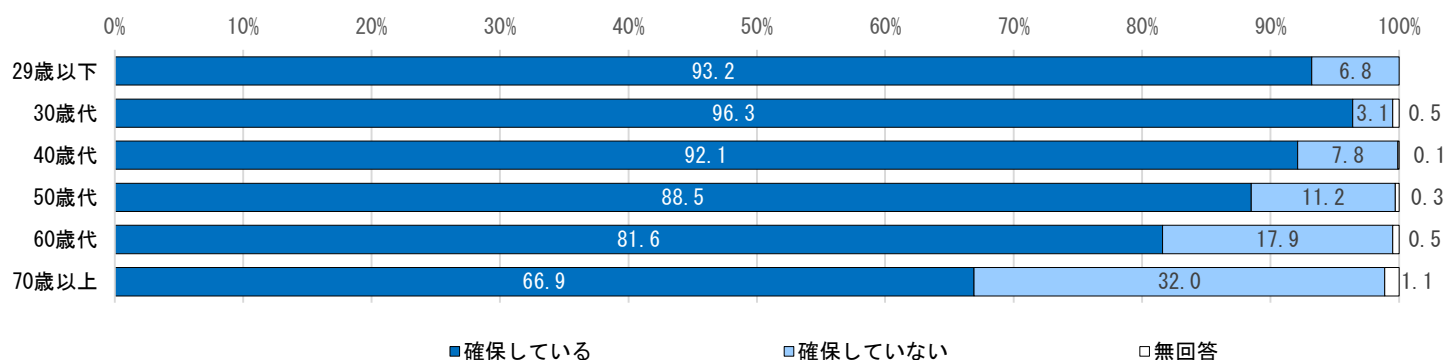
(3) 【個別指標】 災害発生の危険性をいち早く「察知」する

行動計画に掲げる成果指標項目	調査結果		R7 年度 (目標)
	R7 (2月)	R8 (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	83.2%	84.3%	80.0%

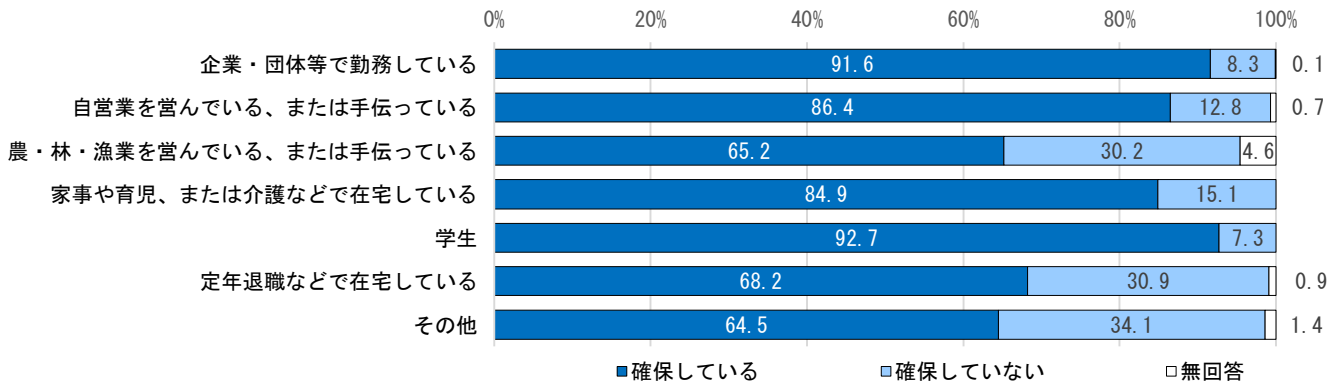
※防災情報メールや防災情報アプリ、SNS など

- 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40歳代以下では9割を超えており、生活形態別では「企業・団体等で勤務している」、「学生」が9割を超えている。

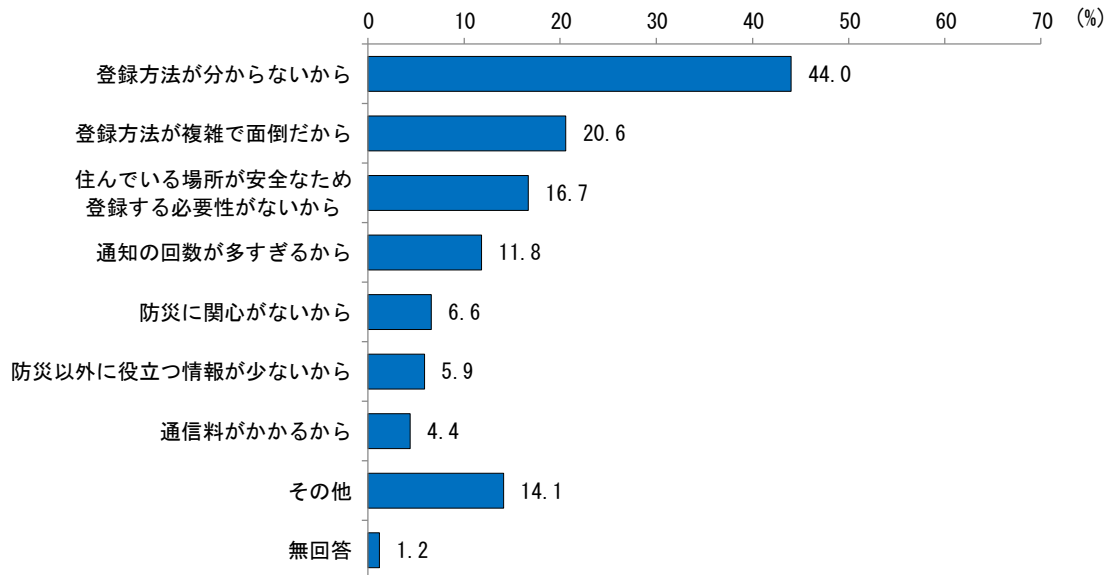
<災害リスク情報の入手ツールの確保「年代別」>



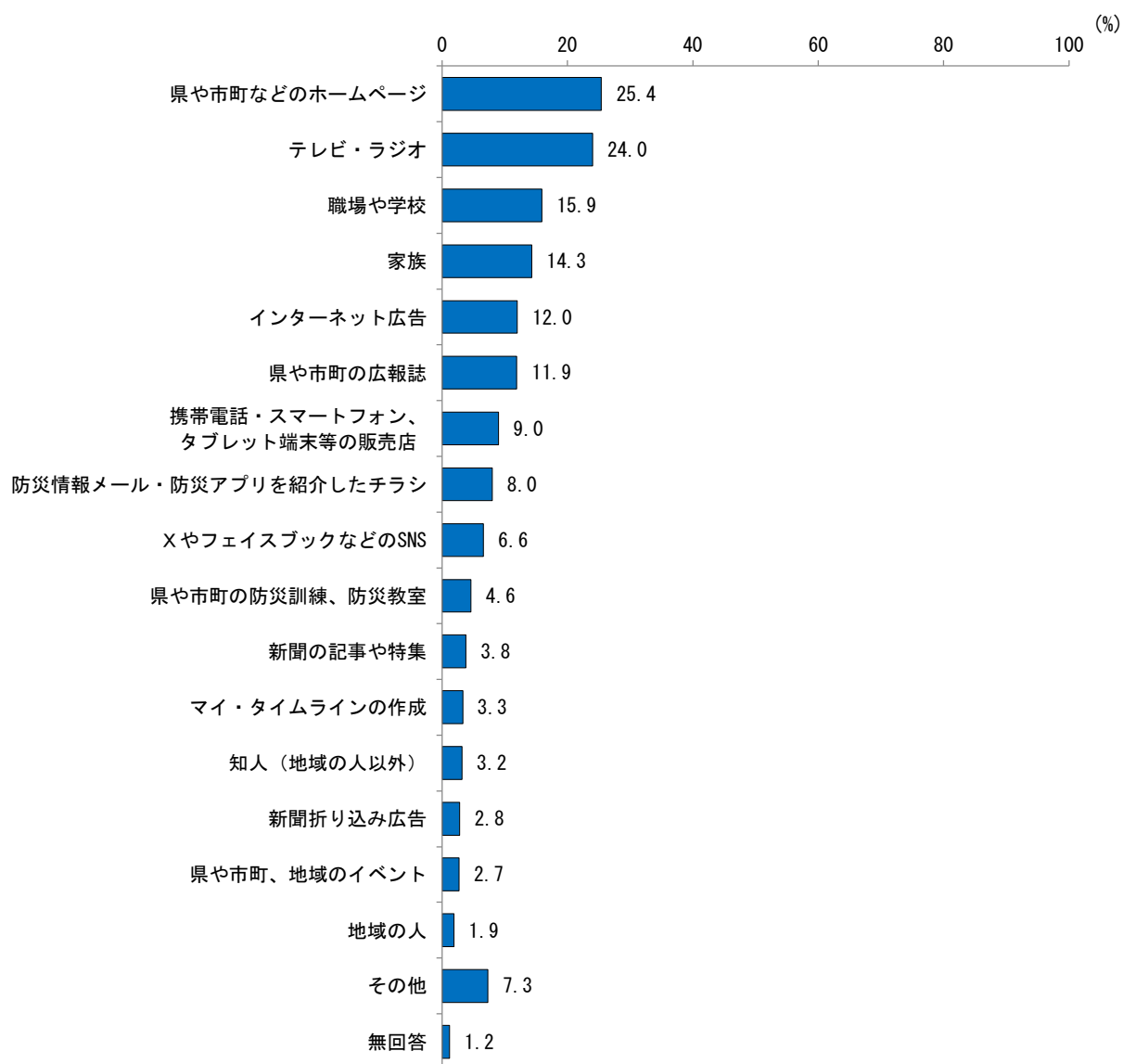
<災害リスク情報の入手ツールの確保「生活形態別」>



<防災メール・防災アプリなど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

- 災害リスク情報の入手ツールを確保している人の割合は、全体で8割を超えており、かなり高い水準となっている。一方で、依然としてメールやアプリの登録方法がわからない県民もいるので、引き続き各行政機関や民間企業、団体による啓発活動が不可欠と考えられる。
- 防災メール等を登録していない理由として、70歳以上では「登録方法がわからないから（55.3%）」が最も多いことから、高齢者層に対しては登録に関して周囲の支援が必要である。
- また、29歳以下では、「防災に関心がないから（21.9%）」が他の年代に比べて多い。29歳以下では、防災メール等を登録したきっかけとして、「XやフェイスブックなどのSNS（22.7%）」が最も多いことから、SNSなども活用して防災の必要性や有益性を啓発する必要がある。

イ 有識者による分析や示唆を受けての取組等

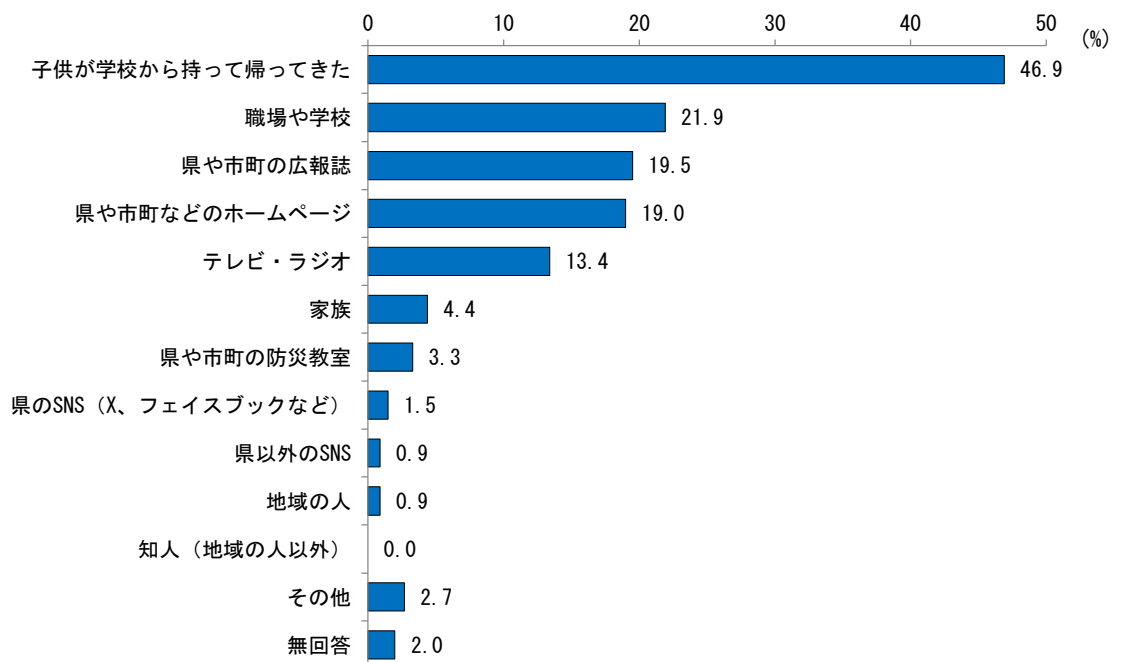
- 引き続き「みんなで減災」県民総ぐるみ運動推進会議の構成団体等と連携し、テレビ・ラジオなどのマスメディアや、市町の広報誌、SNS等、様々な媒体を通じて広報する。
- 災害の危険性が高まった際のプッシュ通知機能を備えた「LINE版マイ・タイムライン」の普及を促進する。
- 防災への関心が低い層に対しては、SNSなども活用しながら、防災の必要性や有益性を啓発し、情報入手ツールの確保を促していく。
- 引き続き自主防災組織による避難の呼びかけ体制の構築・実践に取り組むとともに、地域防災タイムラインを活用し、呼びかけの実践とマイ・タイムライン作成を一体的に進め、地域全体での適切な避難行動を促進する。

(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」

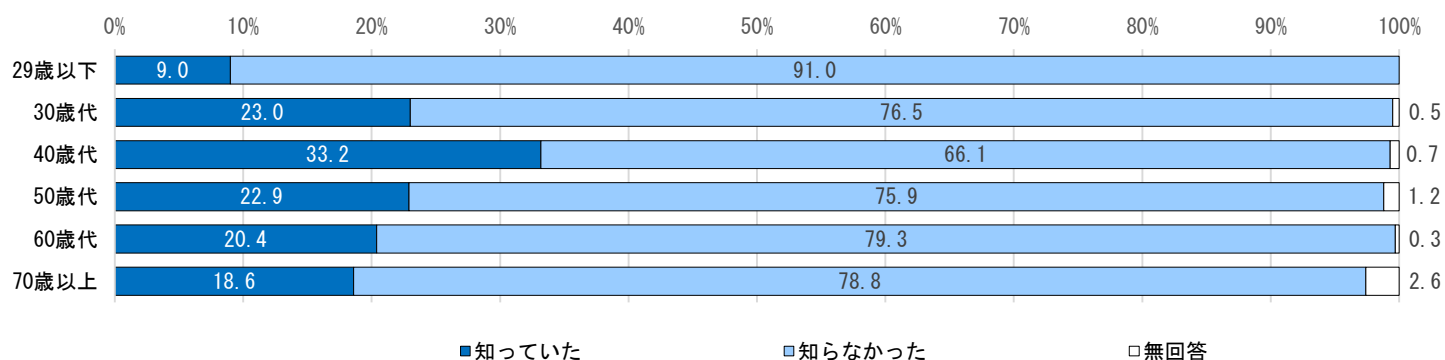
行動計画に掲げる成果指標項目	調査結果		R7年度 (目標)
	R7 (2月)	R8 (2月)	
マイ・タイムラインを作成している人の割合	21.4%	25.1%	60.0%
防災教室・防災訓練へ参加した人の割合	62.8%	62.4%	60.0%

- 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 (46.9%)」が最も多く、次いで「職場や学校 (21.9%)」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 (53.8%)」が最も多くなっている。
- 防災教室・防災訓練への参加割合として、生活形態別の「学生」では8割を超えているが、「定年退職などで在宅」では4割台となっている。
- 防災教室・防災訓練に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 (40.5%)」が最も多く、次いで「仕事や家事、育児で忙しかったから (29.7%)」となっている。

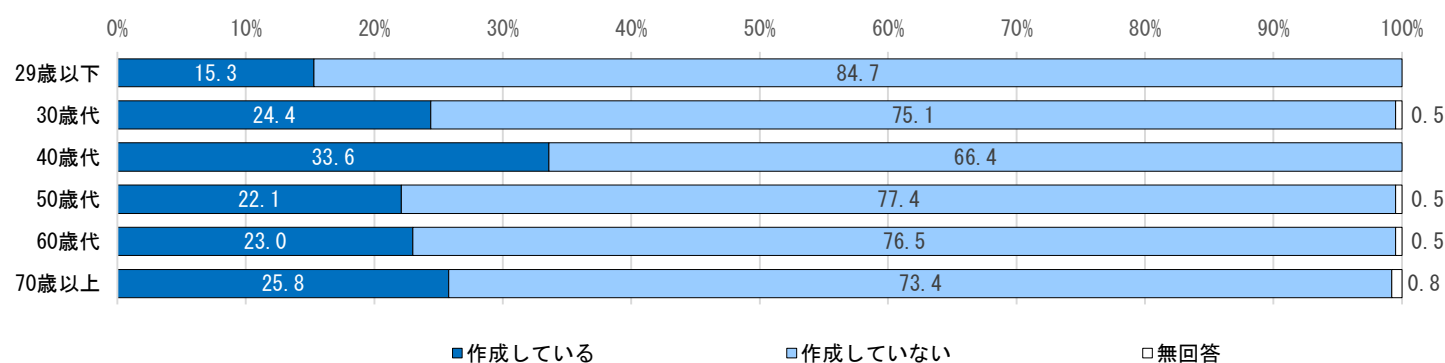
<「マイ・タイムライン」を知ったきっかけ>



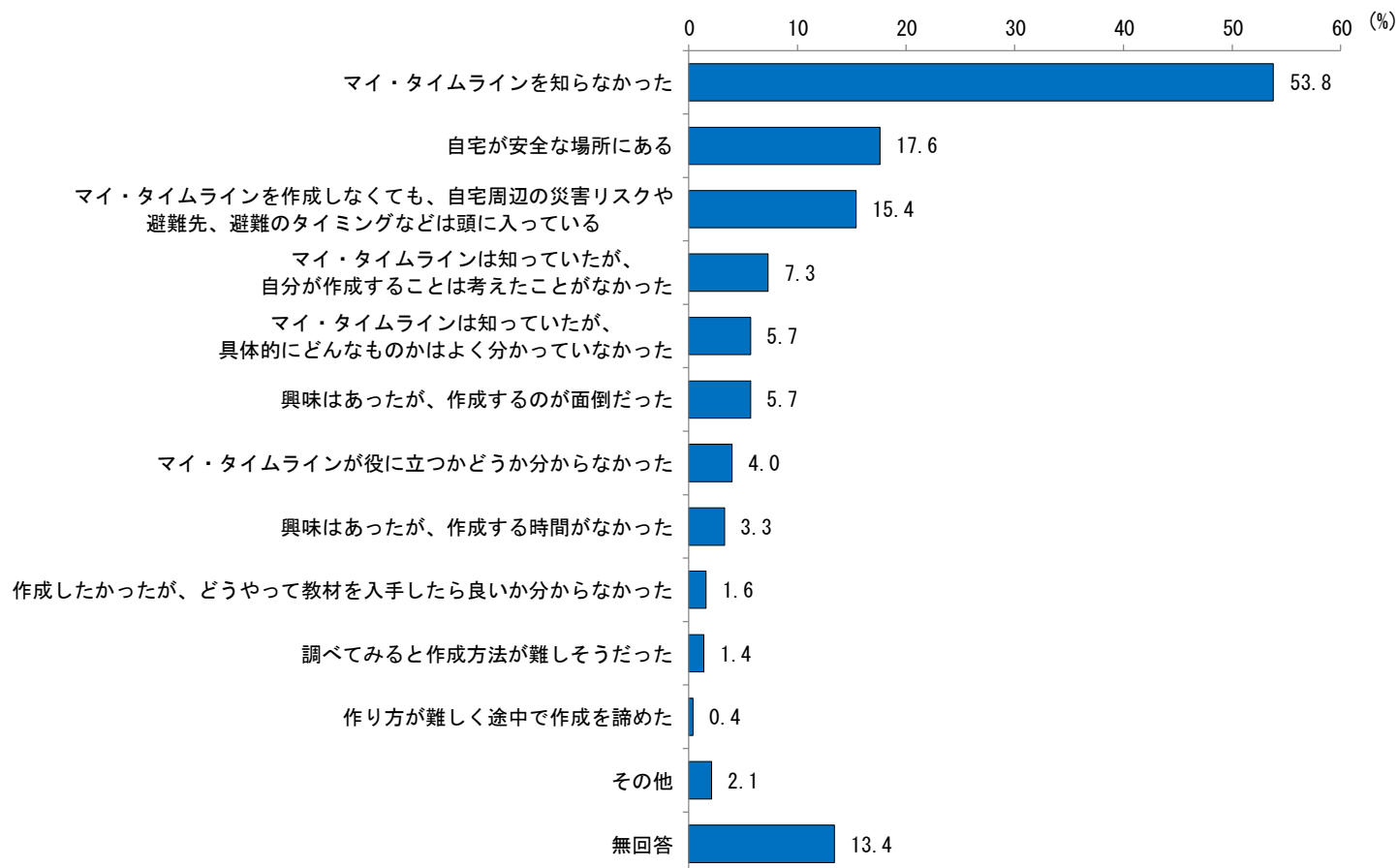
<マイ・タイムラインの認知度「年代別」>



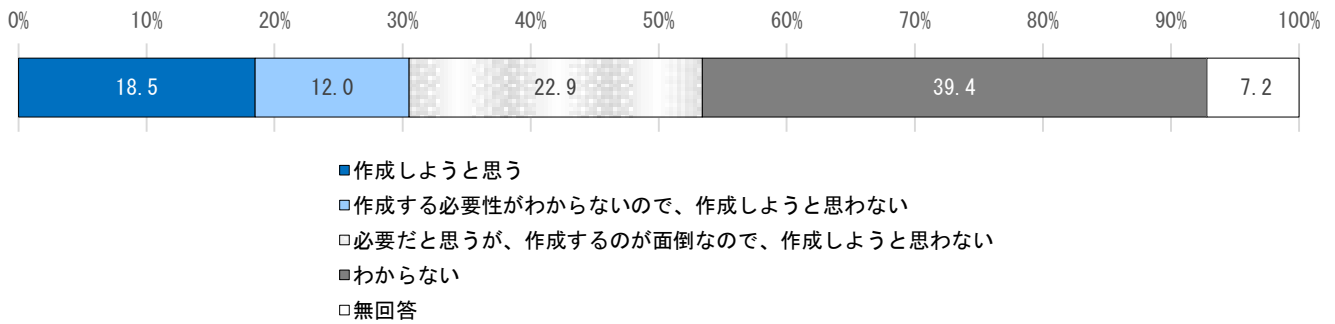
<マイ・タイムライン作成の有無「年代別」>



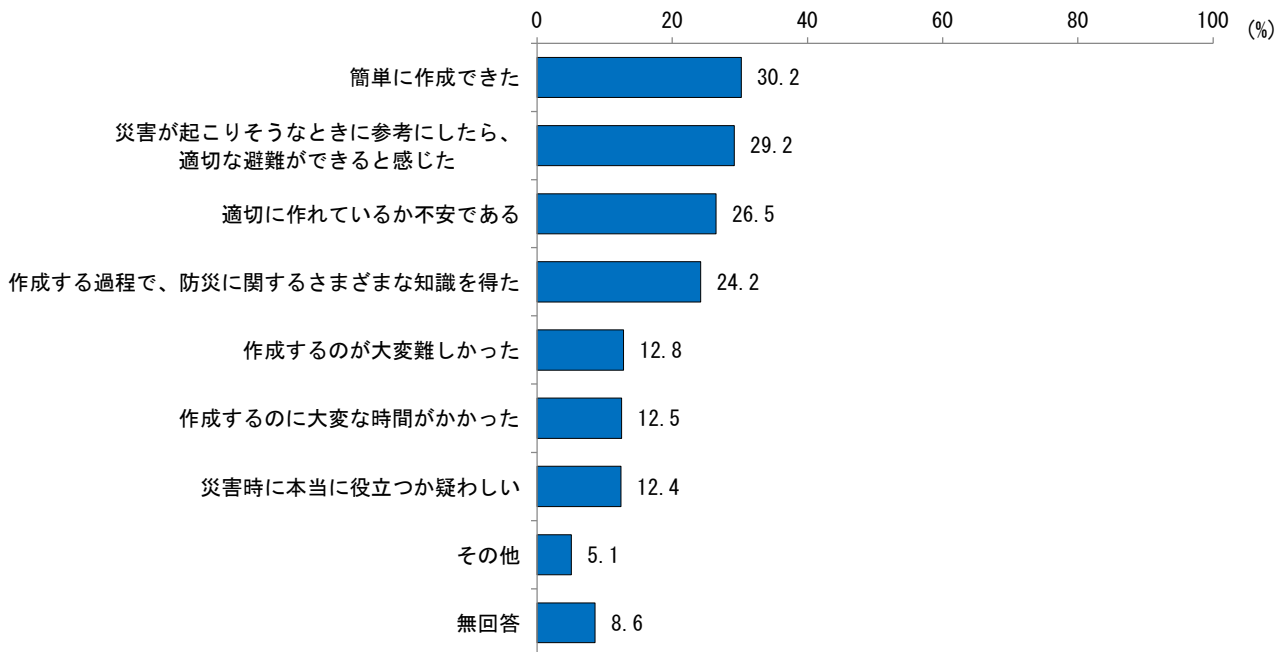
<マイ・タイムラインを作成していない理由>



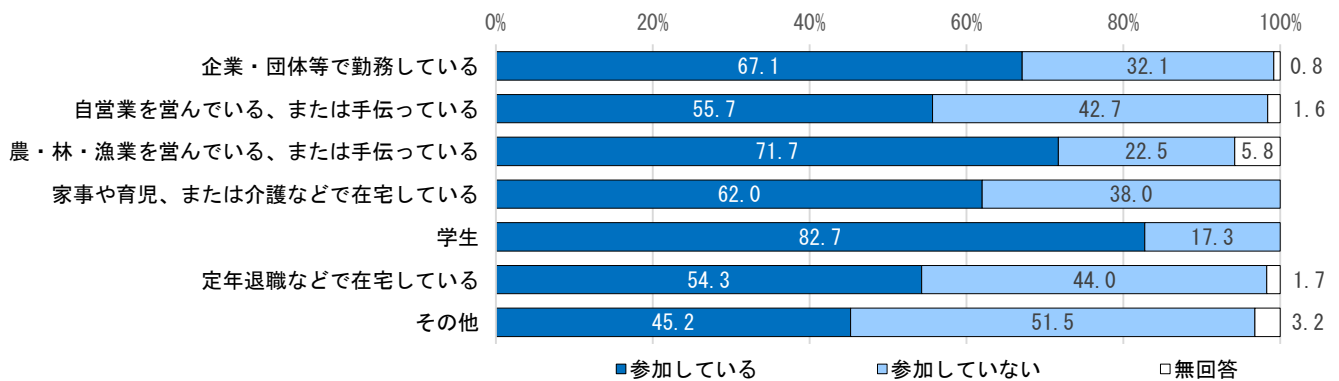
<これからマイ・タイムラインを作成しようと思うか>



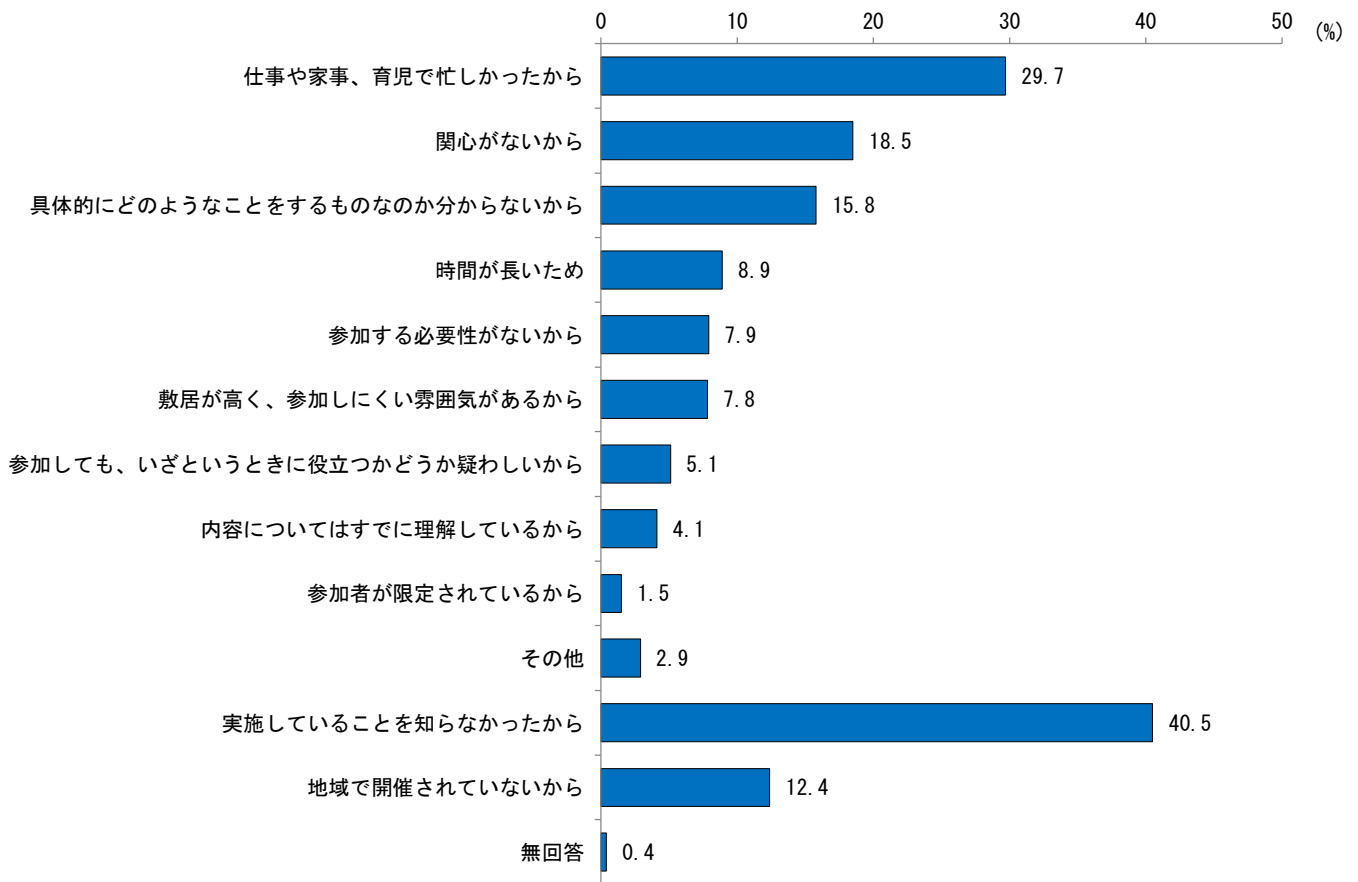
<マイ・タイムラインを作成してどう感じたか>



<防災教室・防災訓練への参加状況「生活形態別」>



<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た人の割合は、少しずつではあるが、毎年確実に増えているため、これまで実施してきた周知や啓発を今後も粘り強く続ける必要がある。
- 作成しようと思ったきっかけとして、50歳代では30歳代・40歳代と同様に「子どもが学校から持って帰ってきたから(64.2%)」が最も多くなっている。60歳代では「広島県が作成を推奨していることを知ったから(47.6%)」や「災害に対する報道を見て必要だと思ったから(46.1%)」が多く、70歳以上ではこれらに加えて「防災教室や防災講演会などで作ることを勧められたから(47.5%)」も多いことから、これまでの防災教室等での周知、啓発や、災害に関する報道での言及が奏功したことが考えられる。
- 一方で、子どもが学校から持って帰ってきたからという回答が多いことは、児童・生徒のいる保護者層以外には情報が届きにくいことが考えられるため、保護者層以外への働きかけに効果的な手段を整理し、強化していく必要がある。
- マイ・タイムラインを作成していない理由として、昨年度と変わらず「マイ・タイムラインを知らなかった(53.8%)」が最も多いこと、また「これからマイ・タイムラインを作成しようと思う(18.5%)」も昨年度から横ばいとなっている。
- 実際に作成した人の感想は、「簡単に作成できた(30.2%)」、「適切な避難ができると感じた(29.2%)」など肯定的なものが多いため、引き続きマイ・タイムラインの有効性を周知していく必要がある。
- 防災教室・防災訓練へ参加した人の割合は目標値を達成しているが、昨年度から横ばいとなっている。これは、啓発や呼びかけが届かない層が一定数いると考えられる。
- 防災教室・防災訓練に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(40.5%)」が最も多いことから、引き続き開催の周知が必要である。

イ 有識者による分析や示唆を受けての取組等

- マイ・タイムラインを活用した小学校での出前講座に引き続き取り組むとともに、中学校向けの防災eラーニング教材の活用を促進する。
- 企業向けの防災出前講座や大学等と連携したマイ・タイムラインの普及啓発など、児童・生徒のいる保護者層以外を対象とした取組を促進する。

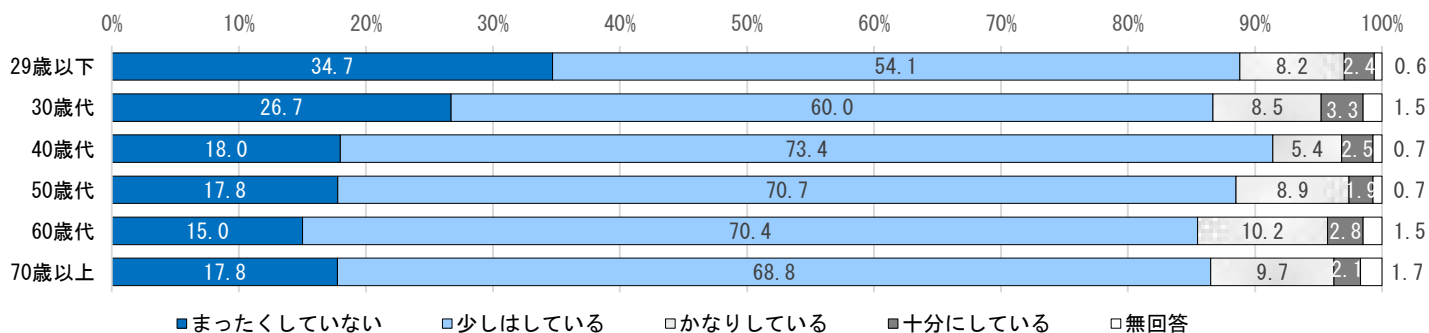
- 簡易にマイ・タイムラインを作成できる LINE 版マイ・タイムラインの普及を進め、マイ・タイムラインの認知度向上と作成促進を図る。
- 市町や自主防災組織、防災リーダー等と連携して、地域防災タイムラインを活用した避難訓練などの実践的な取組を実施し、災害リスクを確認できるツールとしてのマイ・タイムラインの活用を促すとともに、災害時の避難行動や避難場所・避難経路の確認を促進する。
- 市町や企業、関係団体を通じて、マイ・タイムラインの活用、一斉防災教室・一斉地震防災訓練への参加を働きかける。
- 一斉防災教室の参加促進に際しては、教材であるマイ・タイムラインの作成過程において、様々な防災知識を得ることができるなど、マイ・タイムラインの有効性についても広報する。

(5) 【個別指標】非常持出品等を準備するなど災害に「備える」

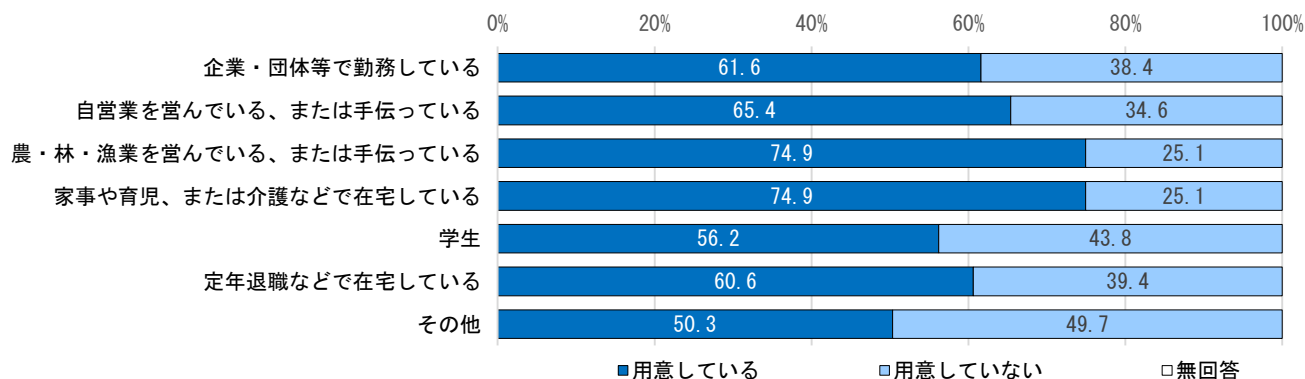
行動計画に掲げる成果指標項目	調査結果		R7 年度 (目標)
	R7 (2月)	R8 (2月)	
非常持出品を用意し、かつ3日分以上の食糧及び飲料水を備蓄している人の割合	63.4%	62.4%	70.0%
家具等の転倒防止を行っている人の割合	65.7%	66.6%	70.0%

- 非常持出品を用意している人の割合について、40歳代以上では8割を超えている。
- 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 (31.2%)」が最も多く、次いで「普段から食料品を数日分買って、災害時に使うつもりだから (27.6%)」となっている。
- 家具などの転倒防止の実施状況について、年代別では30歳代以上で6割を超えているが、29歳以下では5割台半ばとなっている。
- 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 (35.8%)」が最も多く、次いで「手間や費用がかかるから (24.3%)」となっている。

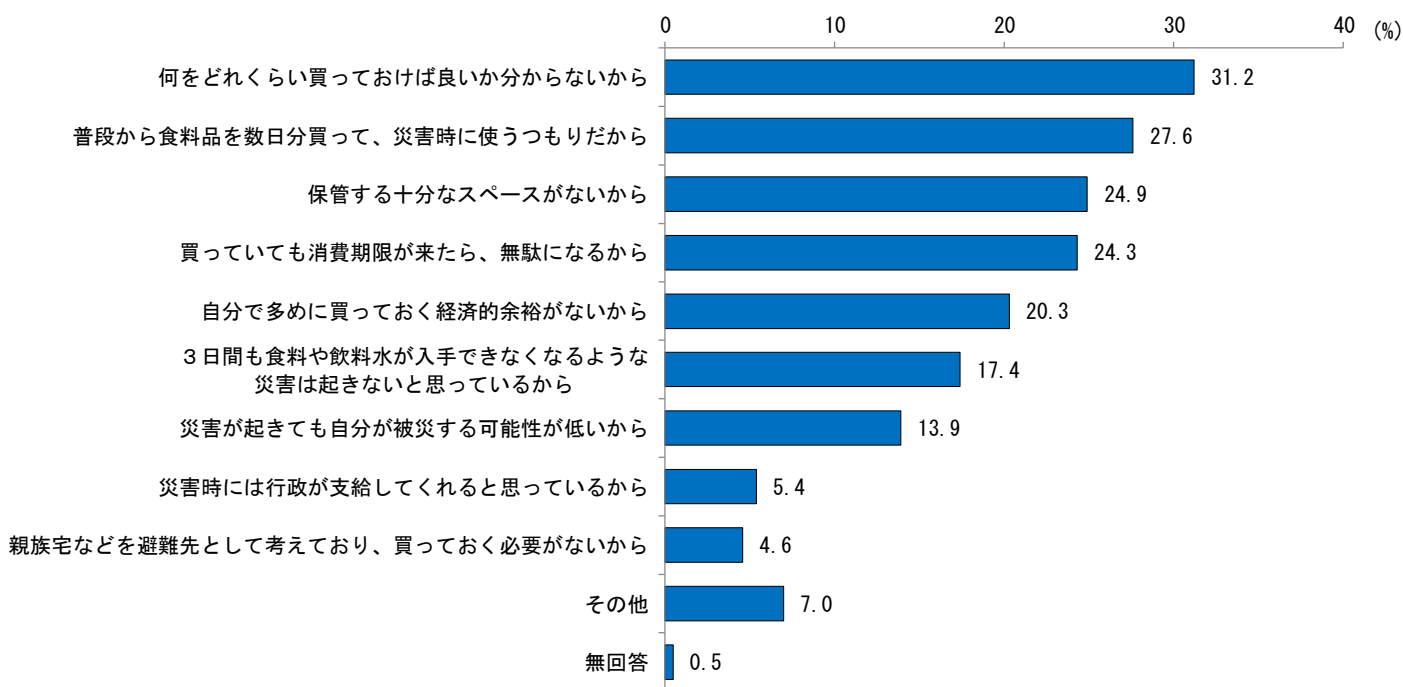
<非常持出品を用意している人の状況「年代別」>



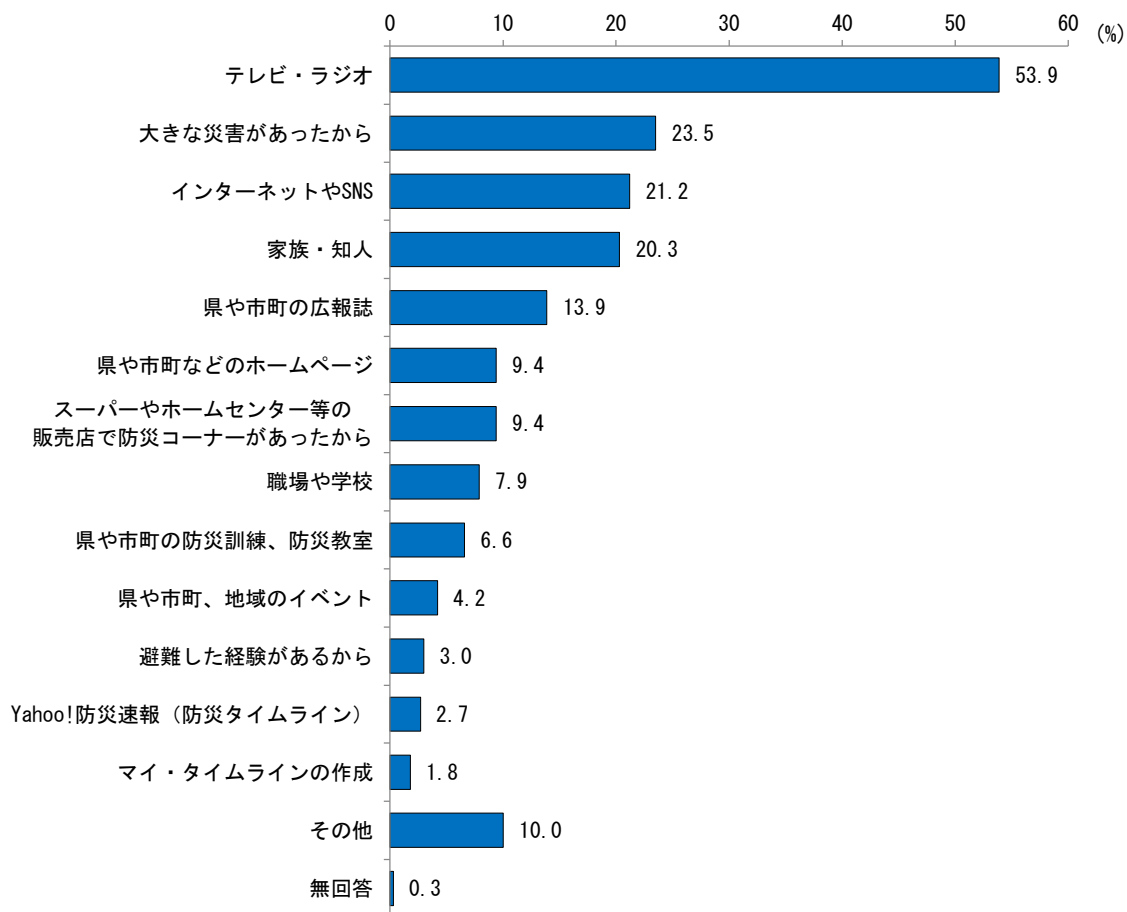
<非常持出品を準備し、かつ3日以上 of 食料品等の備蓄を用意している人の割合「生活形態別」>



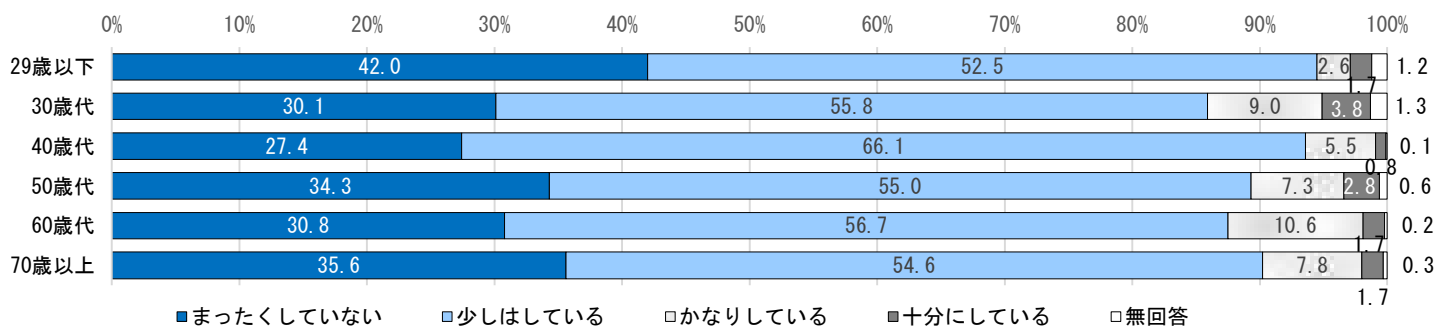
<備蓄を行わない理由>



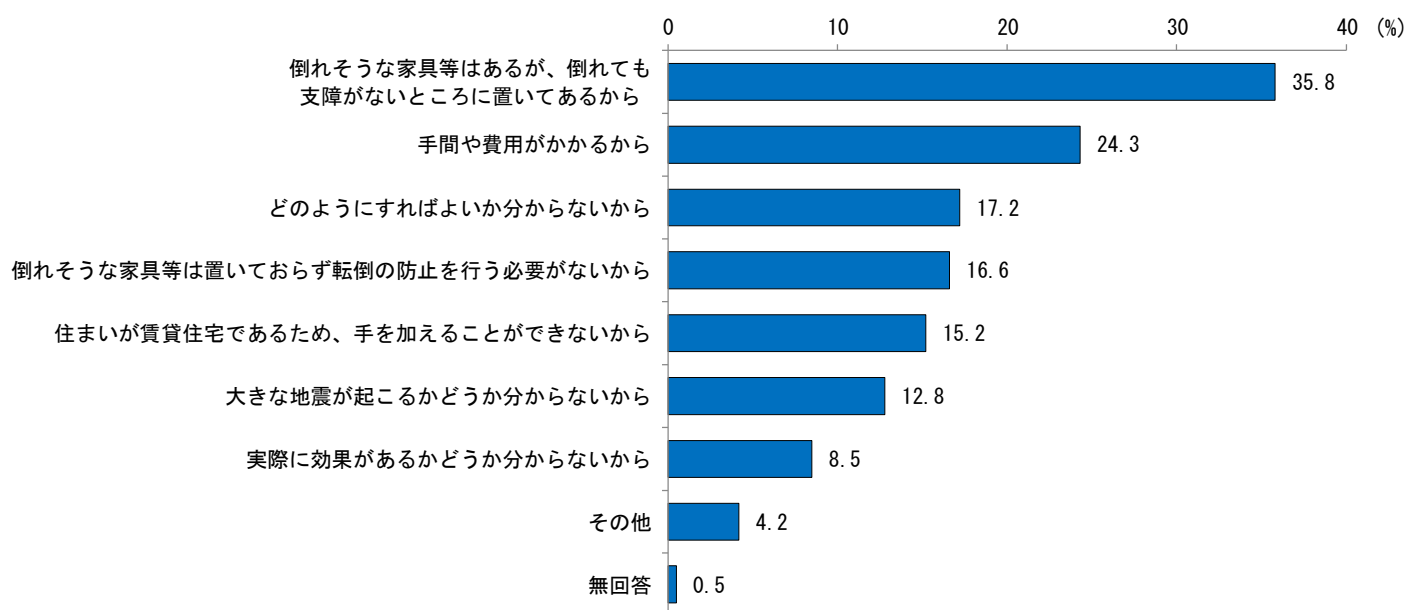
< 備蓄を行ったきっかけ >



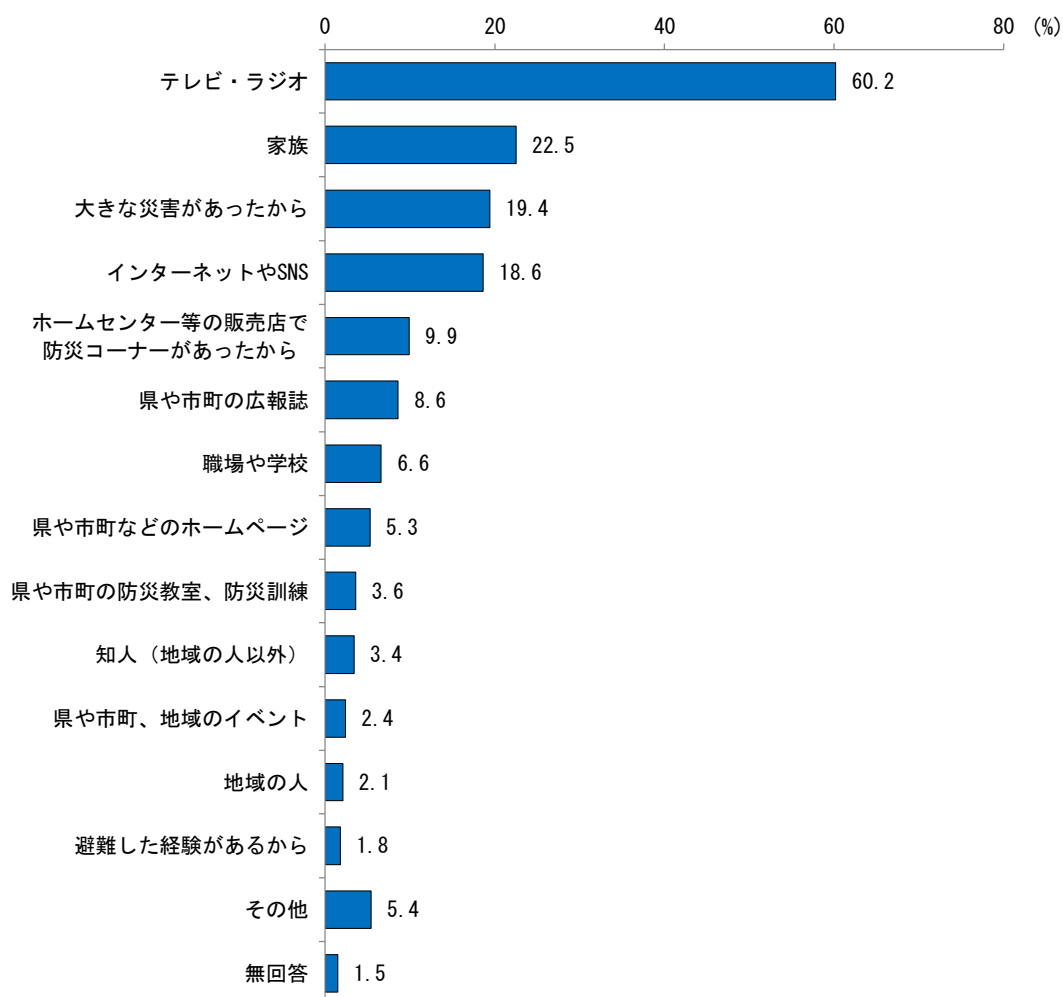
< 家具などの転倒防止の実施状況「年代別」 >



<家具などの転倒防止を行っていない理由>



<家具などの転倒の防止を行ったきっかけ>



ア 有識者による分析や示唆など

- 備蓄をしていない理由として、29歳以下では「何をどれくらい買っておけば良いか分からないから(47.1%)」が特に多く、「保管する十分なスペースがないから(43.1%)」も他の年代に比べて多いことから、最低限、何をどの程度備蓄すべきか、スペースを取らない備蓄方法など、引き続き具体的な備蓄方法を啓発する必要がある。
- 備蓄を行ったきっかけとして、「テレビ・ラジオ(53.9%)」に加え、29歳以下や30歳代では「インターネットやSNS(33.3%)」、70歳以上では、「県や市町の広報誌(32.6%)」が他の年代に比べて多く選択されていることから、マスメディア、SNS、広報誌などの多様なルートで啓発する必要がある。
- また、「スーパーやホームセンター等の販売店で防災コーナーがあったから」も、家事・育児・介護等で在宅している層や企業・団体勤務者、学生では1割を超えており、身近な販売店での啓発(商品棚に直接表示するなどの工夫)といった日常の生活圏の中で、防災について目にする機会を増やすことも備蓄の実施を後押しすると考えられる。
- 家具の転倒防止を行ったきっかけは、「テレビ・ラジオ(60.2%)」「家族(22.5%)」「大きな災害があったから(19.4%)」「インターネットやSNS(18.6%)」が上位となっているため、他地域で地震等が発生したタイミングでマスメディアやSNSを活用した啓発を行うと共に、家族での話し合いを促すことが有効だと考えられる。
- 家具の転倒防止を行っていない理由として、「手間や費用がかかるから(24.3%)」や「どのようにすればよいかわからないから(17.2%)」という回答が比較的多いため、住まい方に応じた固定の工夫の仕方などのケース別の情報を発信する必要がある。

イ 有識者による分析や示唆を受けての取組等

- あらゆる広報媒体を活用して非常持出品の用意や備蓄、家具の転倒防止を啓発する。特に大きな災害があった際などには、時機を逃さずタイムリーに実施する。
- ホームページ・SNSでの情報発信や報道機関との連携により、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。

- 小売店舗やホームセンター、家電量販店等の協力を得て、引き続き「備えるフェア」を実施し、来店者等に対して、備えの必要性や効果的な転倒防止方法の啓発や、非常持出品、備蓄品、転倒防止対策商品等の紹介を行う。