

0123

アート引越センター

0123引越文化研究所

9月1日は「防災の日」!

引越時の防災意識に関するアンケート



新居探しや引越時の家具のレイアウトに約5割が防災を意識
防災に関心を持つきっかけは「地震」や「水害」が多く
住居内設備に比べ防災用品の備えや防災環境の把握に対する意識が強い傾向に

1. 新居探し・引越時の防災意識について

- 新居探しの際に53.8%の人が防災を考慮
具体的には「ハザードマップ」「耐震性」「築年数/構造」を考慮
- 防災の観点から家具のレイアウトの決定・変更をしたかについては
「背の高い/大きな家具を置くのをやめた」「出口までの通り道に家具は置かない」などの回答が多い
- 防災の観点から生活スタイルの変更や家具を選定・決定したかについては
「つっぱり式の家具に変えた」「オール電化にした」「背の低い家具に変えた」などの回答が多い
- 「災害・防災の観点」が引越をするきっかけに入っていた人は39.5%
「テレビで大きな被害を見た」ことがきっかけの1つになっている人が半数

2. 基本的な防災意識について

- 防災に関心があると回答した人は70.8%で関心を持つきっかけとなったのは、
1位「東日本大震災」51.6%、2位「水害の報道」38.2%
- 現在取り組んでいる防災・災害対策は、
「防災用品を持っている」が37.5%で最多、2位は「避難場所をチェックしている」で36.3%
- 防災用品にかけた費用は「10,000円以下」が34.5%で最多、65.9%の人が定期的に見直し
- 防災用品を準備していない理由は「何を準備してよいかわからない」「準備が面倒」

アート引越センター株式会社のシンクタンクである『0123引越文化研究所』はこの度、直近5年で引越をした全国20代~60代の男女400名を対象に、新居探しや引越時の防災意識に関するアンケートを実施いたしました。

地震や台風をはじめ、自然災害の多い日本だからこそ防災に対する意識は高く、多くの人がその備えに取り組まれていると思います。当社でも阪神・淡路大震災以降、地震による家具などの転倒を防ぐ耐震マットの設置を引越をされるお客さまに推奨しております。今回、『0123引越文化研究所』では、9月1日の「防災の日」、そして9月・10月と引越が多くなる時期に先駆けて、現在取り組む防災対策だけでなく、新居探しや引越時の防災対策についてもお聞きし、これから引越をする方の防災対策に少しでも役に立つ情報を発信するためにアンケートを行いました。

先日初めて南海トラフ地震臨時情報(巨大地震注意)が発表されたこともあり、災害に対する意識は更に高まっています。このアンケート結果の新居探しや引越時の防災意識の傾向から、これから引越をする人たちが意識した方が良い防災意識の内容が明らかになってきました。

■ 本件に関するお問合せ先 ■

0123引越文化研究所 事務局 森岡・中川・永野 電話 06-6946-0143

■ リリース配信に関するお問合せ先 ■

共同ピーアール株式会社 広報事務局 杉浦 電話 03-6260-4860

1. 新居探し・引越時の防災意識について

新居探しの際に53.8%の人が防災を考慮

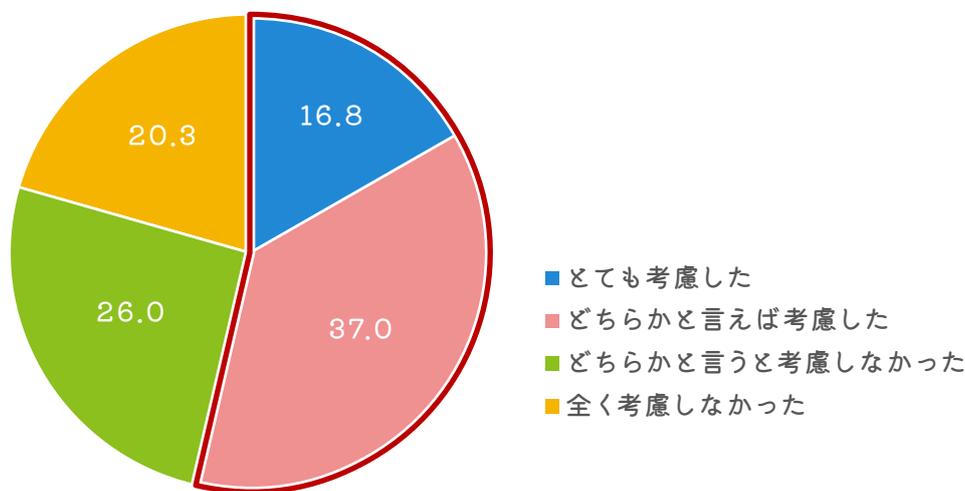
具体的には「ハザードマップ」「耐震性」「築年数/構造」などの防災を考慮

新居選びの際に、防災について考慮したかを聞いたところ、「とても考慮した」が16.8%、「どちらかと言えば考慮した」が37.0%と、半数以上の方が新居選びの際に防災に関することを考慮していました。

考慮したと回答した人に対して、具体的に考慮したポイントを聞いたところ、「ハザードマップの確認」が55.8%で最も多く、次いで「建物の耐震性」52.1%、「築年数、構造（鉄筋・木造など）」46.5%と続きました。

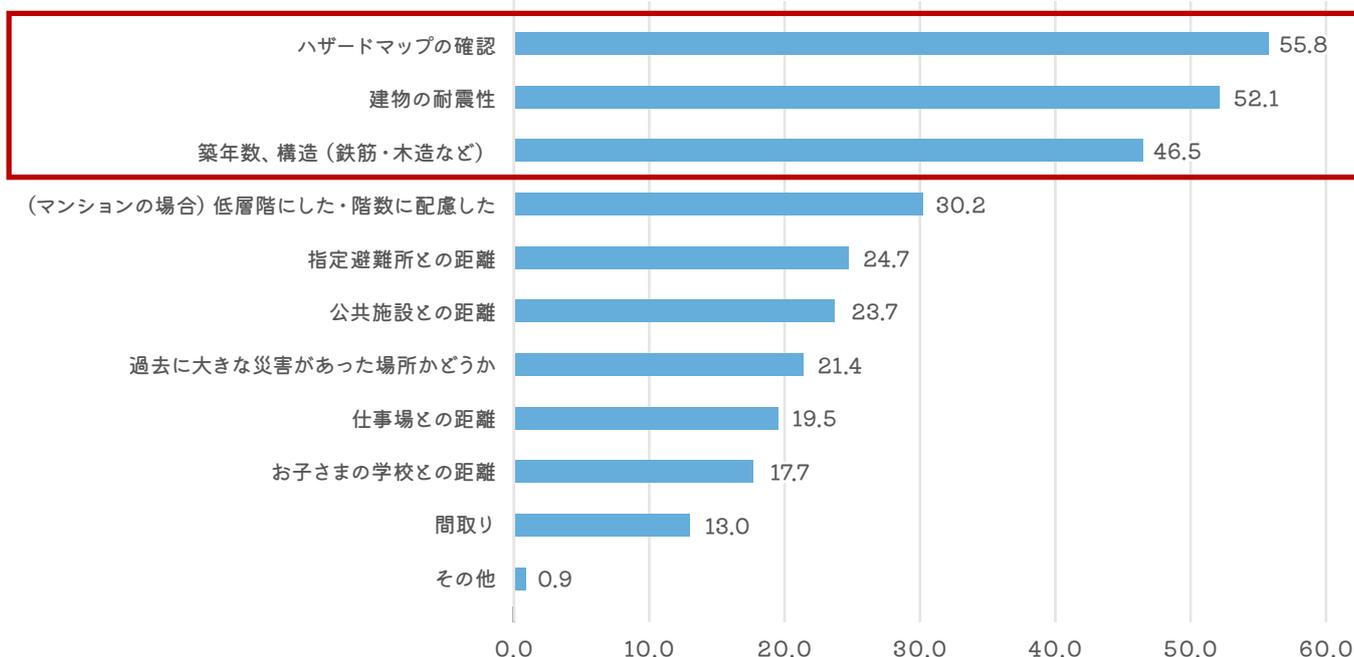
質問 『新居選びの際に、防災について考慮しましたか？ (SA)』

n=400 <単位：%>



質問 『新居選びの際に、防災面で考慮したことは何ですか？ (MA)』

n=215 <単位：%>



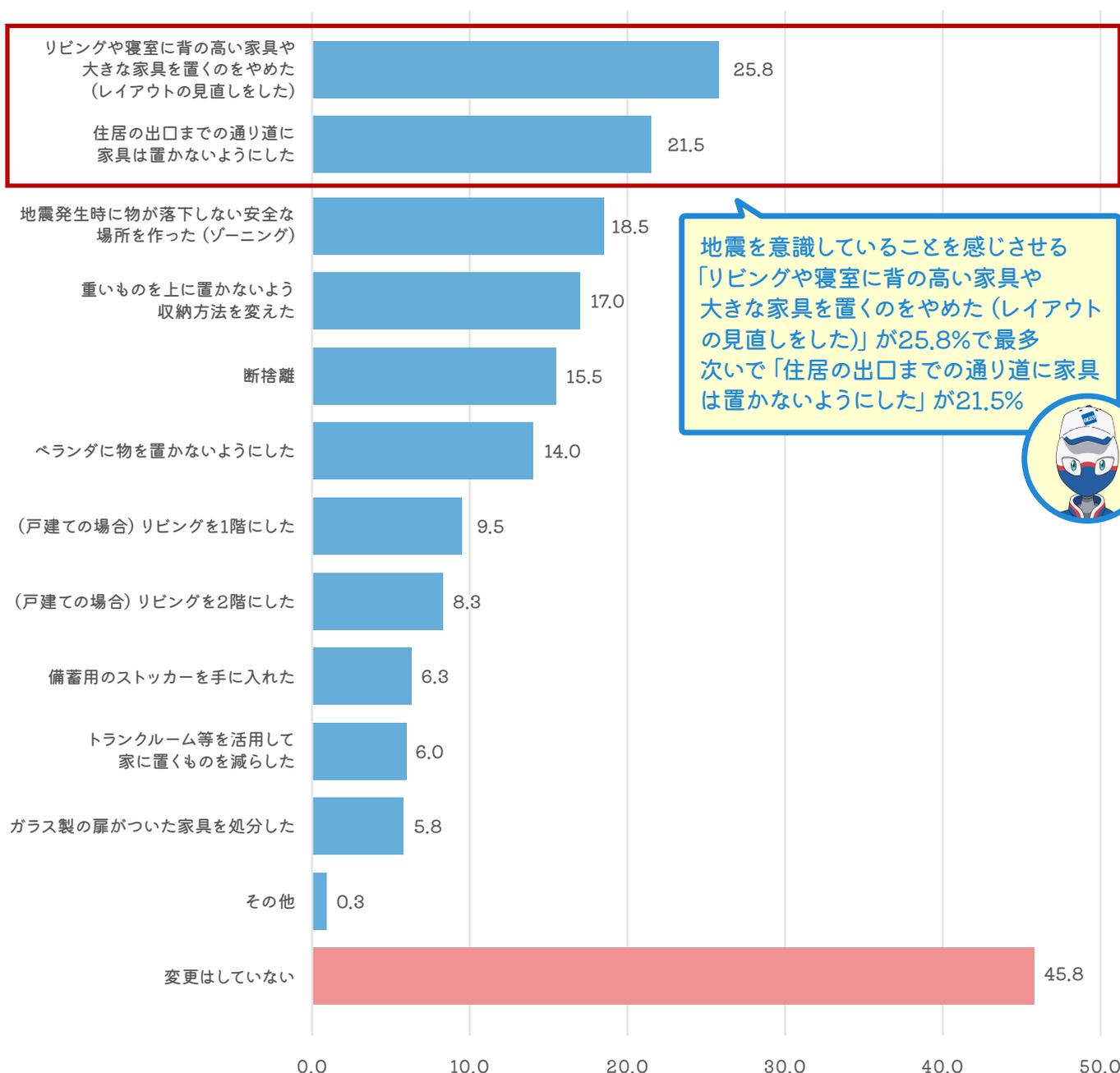
防災の観点から家具のレイアウトの決定・変更をしたかについては「背の高い/大きな家具を置くのをやめた」「出口までの通り道に家具は置かない」などの回答が多い

新居へ引越の際に、防災の観点を取り入れて家具のレイアウトの決定・変更をしたかについては、地震を意識していることを感じさせる「リビングや寝室に背の高い家具や大きな家具を置くのをやめた（レイアウトの見直しをした）」が25.8%で最多となりました。

次いで「住居の出口までの通り道に家具は置かないようにした」が21.5%、「地震発生時に物が落下しない安全な場所を作った（ゾーニング）」が18.5%などが多く回答されていました。

質問 『お引越の際に防災の観点から、家具のレイアウトの決定・変更をしましたか？ (MA)』

n=400 <単位：%>



防災の観点から生活スタイルの変更や家具を選定・決定したかについては「つっぱり式の家具に変えた」「オール電化にした」「背の低い家具に変えた」などの回答が多い

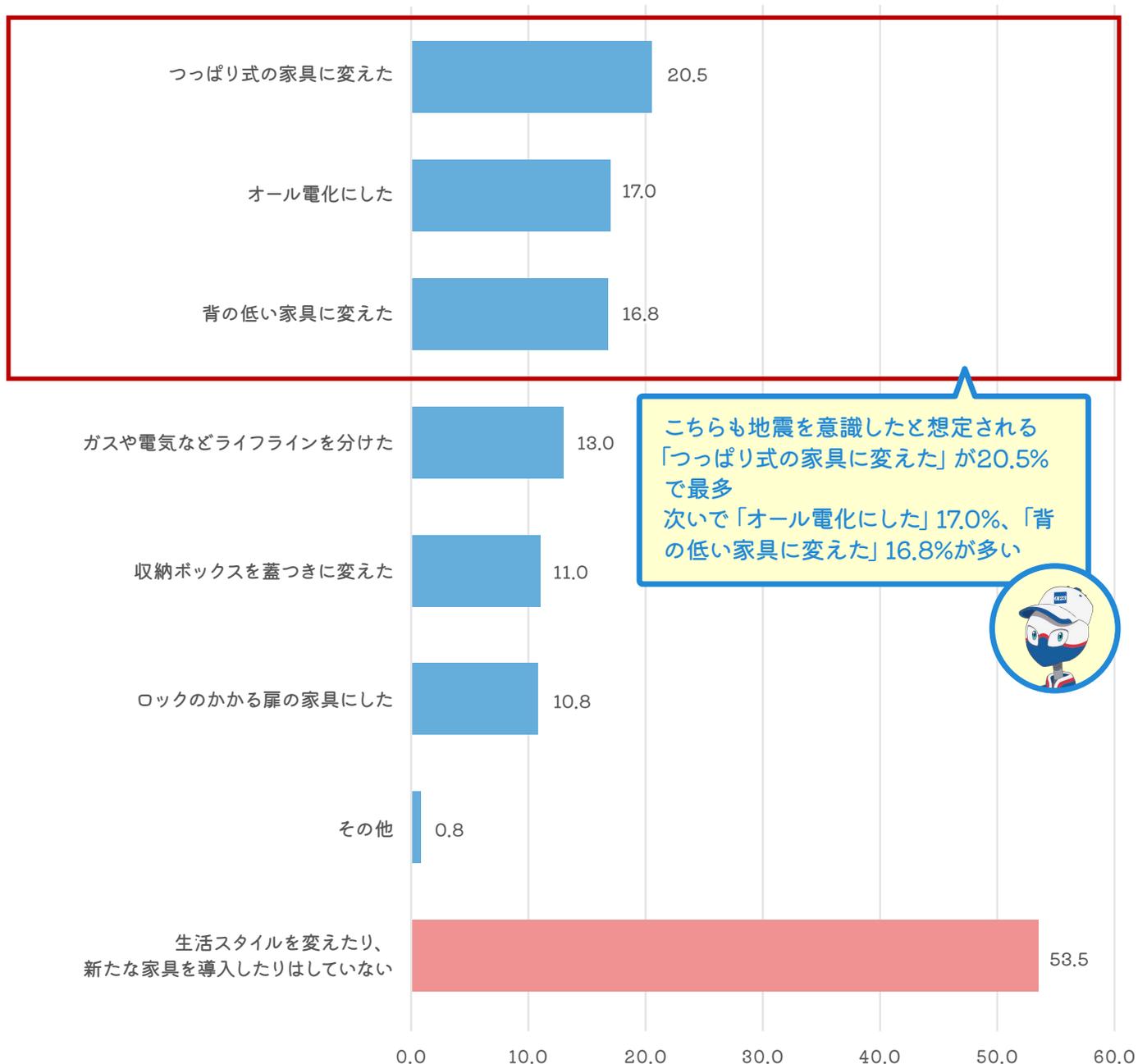
新居へ引越の際に、防災の観点を取り入れて生活スタイルを変えたり、新たな家具を導入した経験がある人の中では、こちらも地震を意識したと想定される「つっぱり式の家具に変えた」が20.5%で最多となりました。

次いで「オール電化にした」17.0%、「背の低い家具に変えた」16.8%が多く回答されていました。

質問

『お引越の際に防災の観点から、生活スタイルを変えたり、新たな家具を導入しましたか？(MA)』

n=400 <単位：%>



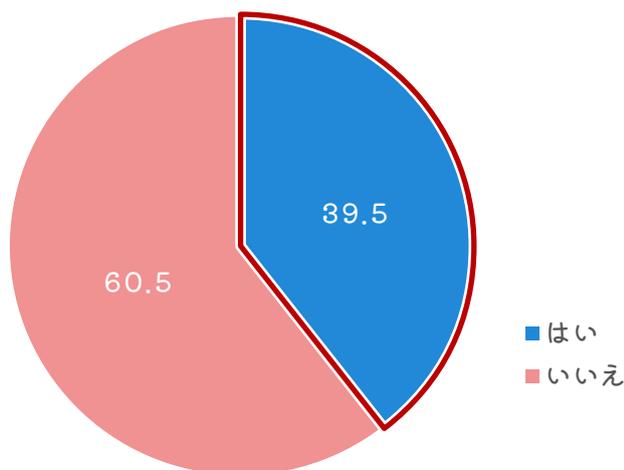
「災害・防災の観点」が引越をするきっかけに入っていた人は39.5% 「テレビで大きな被害を見た」ことがきっかけの1つになっている人が半数

引越をするきっかけの中に「災害・防災の観点」が入っていたかを聞いたところ、39.5%が「はい」と回答。具体的なきっかけについて質問をしたところ、「テレビで大きな被害を見たから」が51.3%で最多となり、実際に起きた災害の様子やその被害を目の当たりにしたことが引越を考えるきっかけの1つになっていたことがわかりました。

次いで「ハザードマップを見直したから」が33.5%、「建物の耐震性が不安だったから」が32.9%など、それまで居住していた建物やエリアに対する不安も引越のきっかけになっていることが読み取れます。

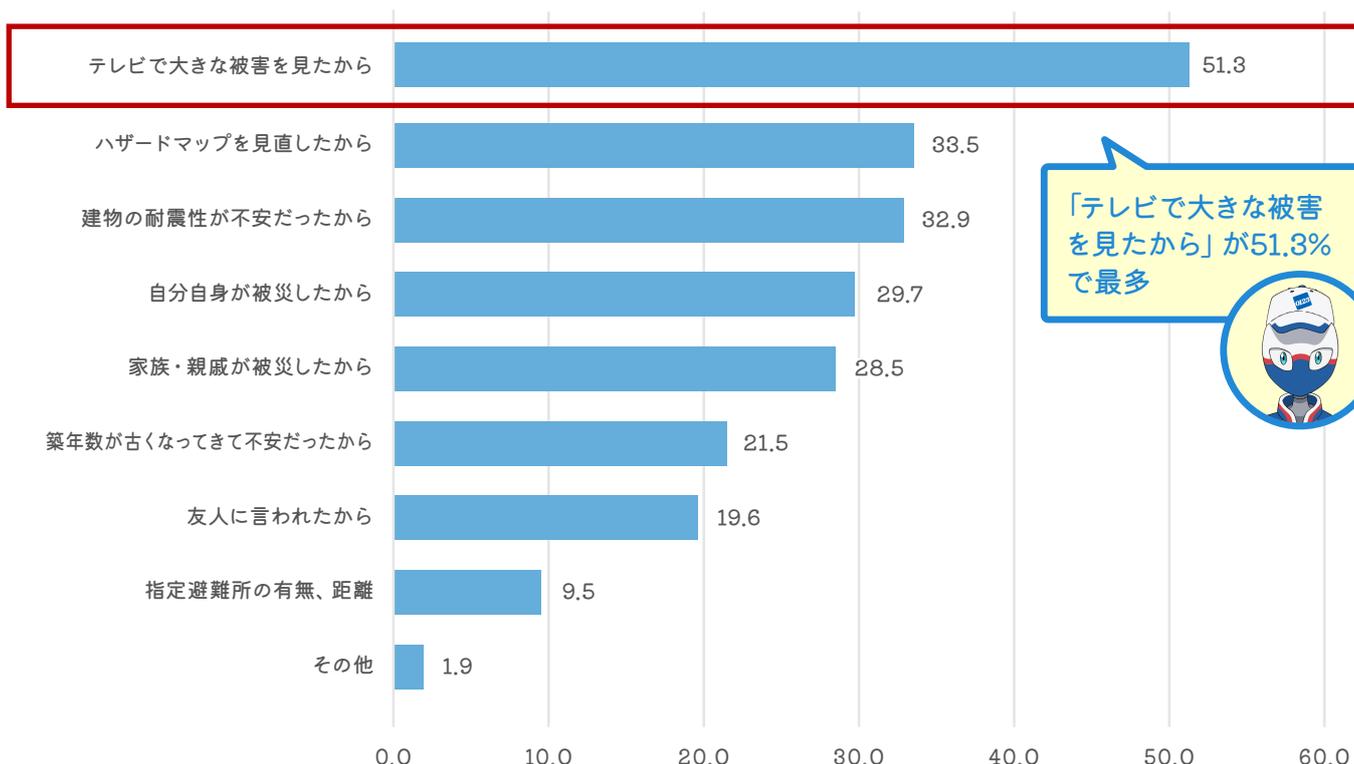
質問 『引越しをするきっかけに、「災害・防災の観点」は入っていましたか？(SA)』

n=400 <単位：%>



質問 『それはどのようなきっかけですか。(MA)』

n=158 <単位：%>



2.基本的な防災意識について

防災に関心があると回答した人は70.8%で関心を持つきっかけとなったのは
1位「東日本大震災」51.6%、2位「水害の報道」38.2%

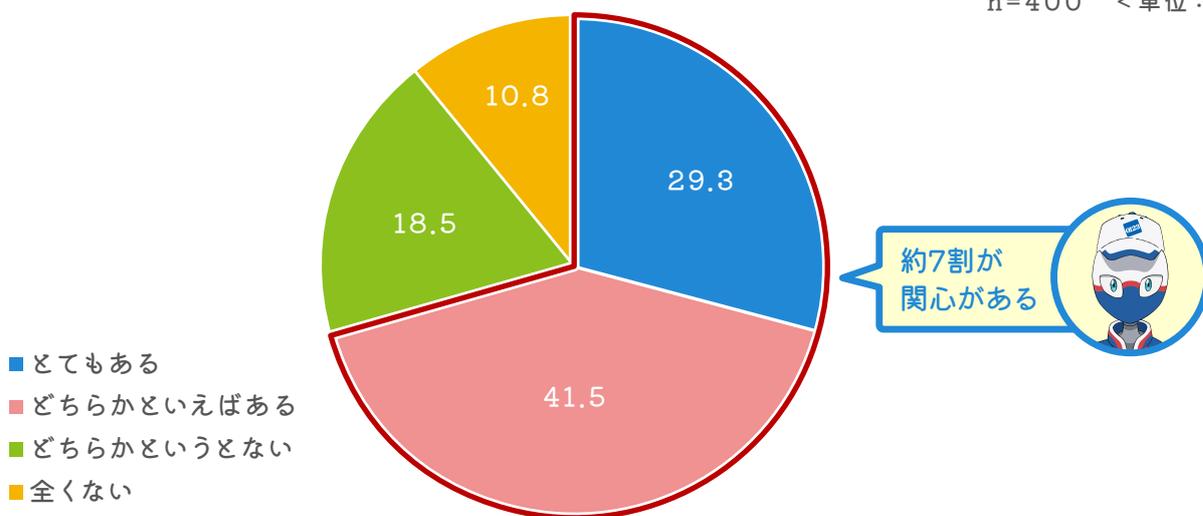
ではそもそも、引越に限らず通常時の基本的な防災意識についてはどうかを確認するために、防災への関心度を聞いたところ、約7割が関心があると回答。

さらに防災について関心を持ったきっかけは、「東日本大震災」が51.6%と最多となりました。

次いで「豪雨・大雨などの水害の報道を見て」が38.2%、「テレビで災害の特集をやっているのを見て」が30.0%、「台風の報道を見て」が20.5%と災害報道がきっかけになったという声が続きました。

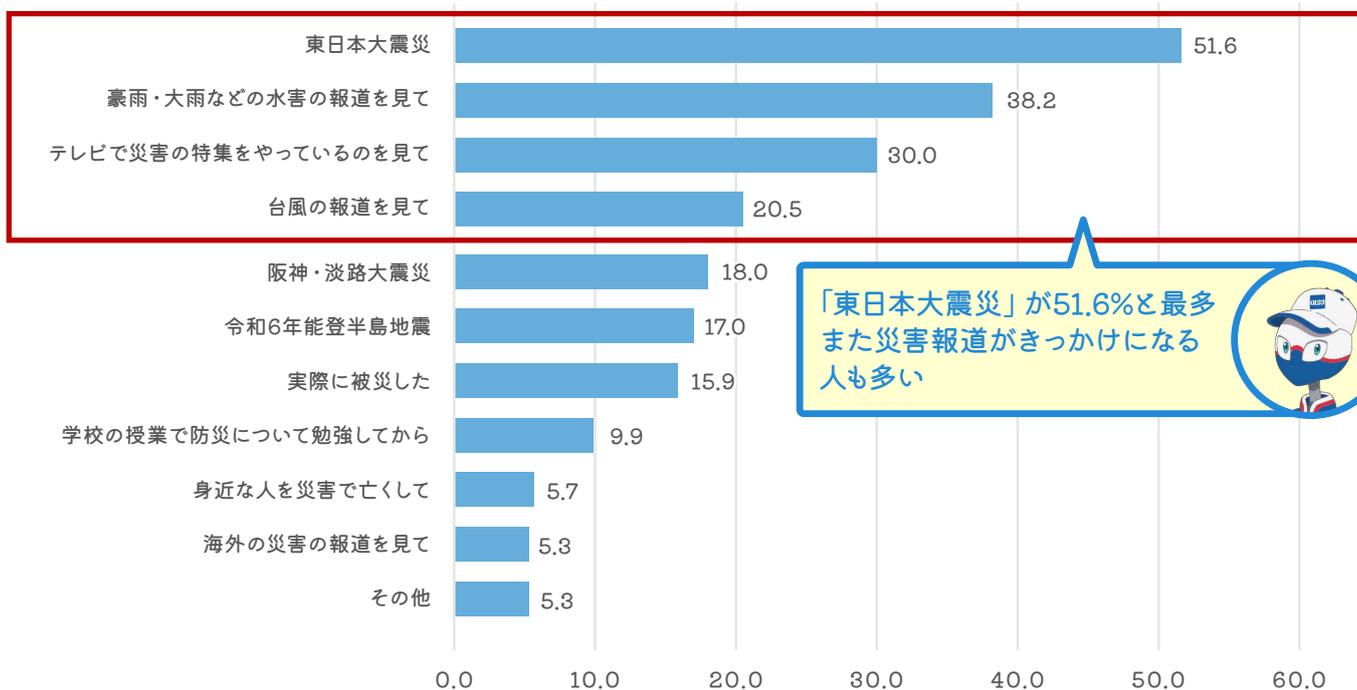
質問 『あなたは「防災」について関心がありますか？(SA)』

n=400 <単位：%>



質問 『防災について関心を持つきっかけは何でしたか？(MA)』

n=283 <単位：%>



現在取り組んでいる防災・災害対策は、 「防災用品を持っている」が37.5%で最多 2位は「避難場所をチェックしている」で36.3%

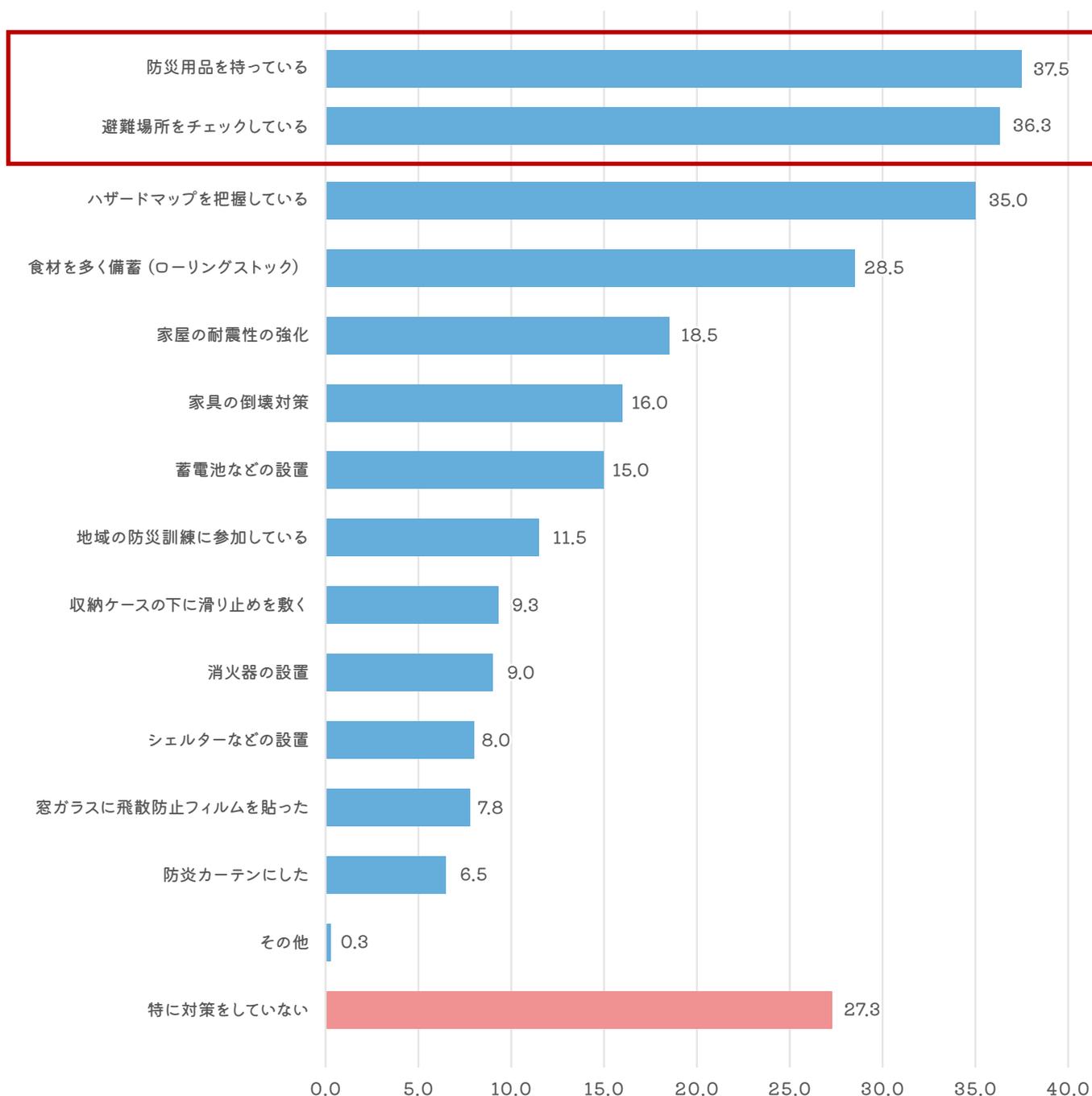
現在取り組んでいる防災・災害対策を聞いたところ、有事の際に直接的に役に立つ「防災用品を持っている」が37.5%で最多となりました。

2位には「避難場所をチェックしている」が36.3%、3位には「ハザードマップを把握している」が35.0%など、いざという時に役に立つ情報収集にも積極的に取り組んでいる人が多いようです。

4位に「食材を多く備蓄（ローリングストック）」で28.5%と多く回答されています。

質問 『あなたは現在どのような対策をしていますか？ (MA)』

n=400 <単位：%>



防災用品にかけた費用は「10,000円以下」が34.5%で最多、 65.9%の人が定期的に見直し

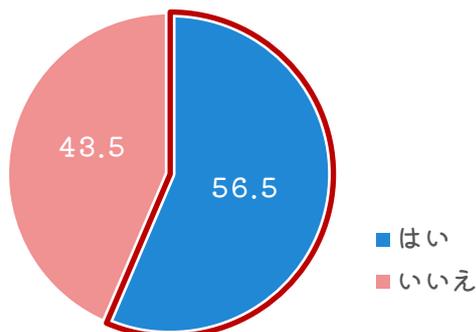
改めて、何か防災用品を準備しているかどうかを聞いたところ、56.5%の人が準備していると回答。

防災用品にかけた費用は「10,000円以下」の34.5%が最も多く、まずは手軽に揃えられるものから準備しているようです。

なお、防災用品を持っている人の65.9%は防災用品を定期的に見直していると回答しており、半数以上の方が購入後もいざという時に備えて防災用品を見直していることがわかります。

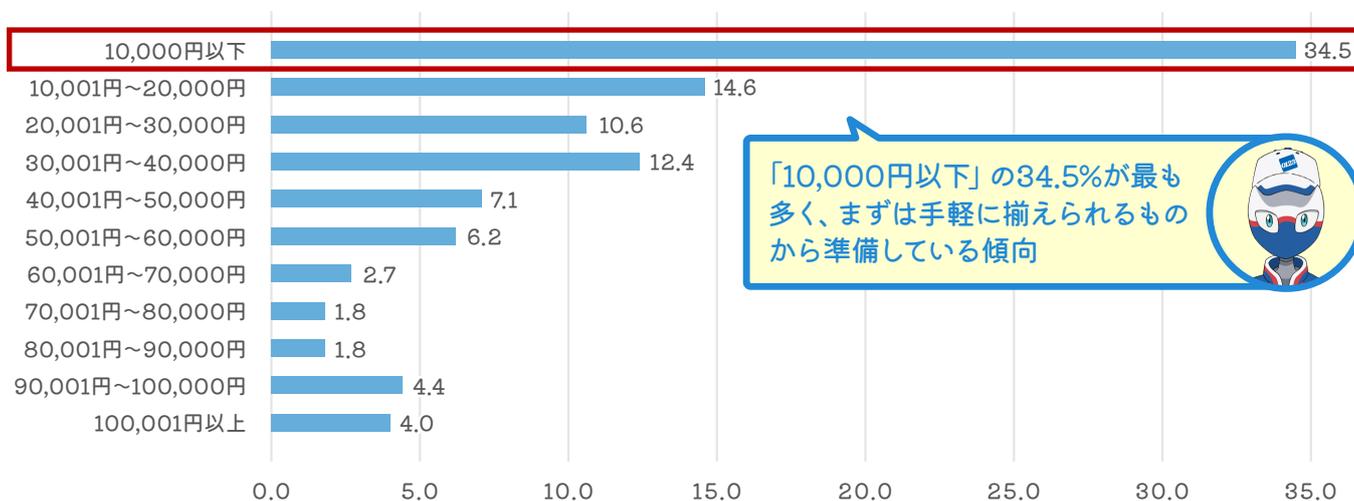
質問 『あなたは防災用品を準備していますか？ (SA)』

n=400 <単位：%>



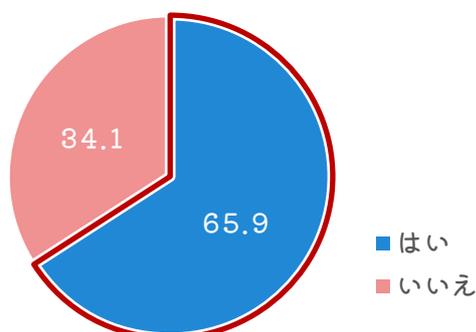
質問 『防災用品は総額どのくらいしましたか？ (MA)』

n=226 <単位：%>



質問 『防災用品は定期的に見直していますか？ (SA)』

n=226 <単位：%>



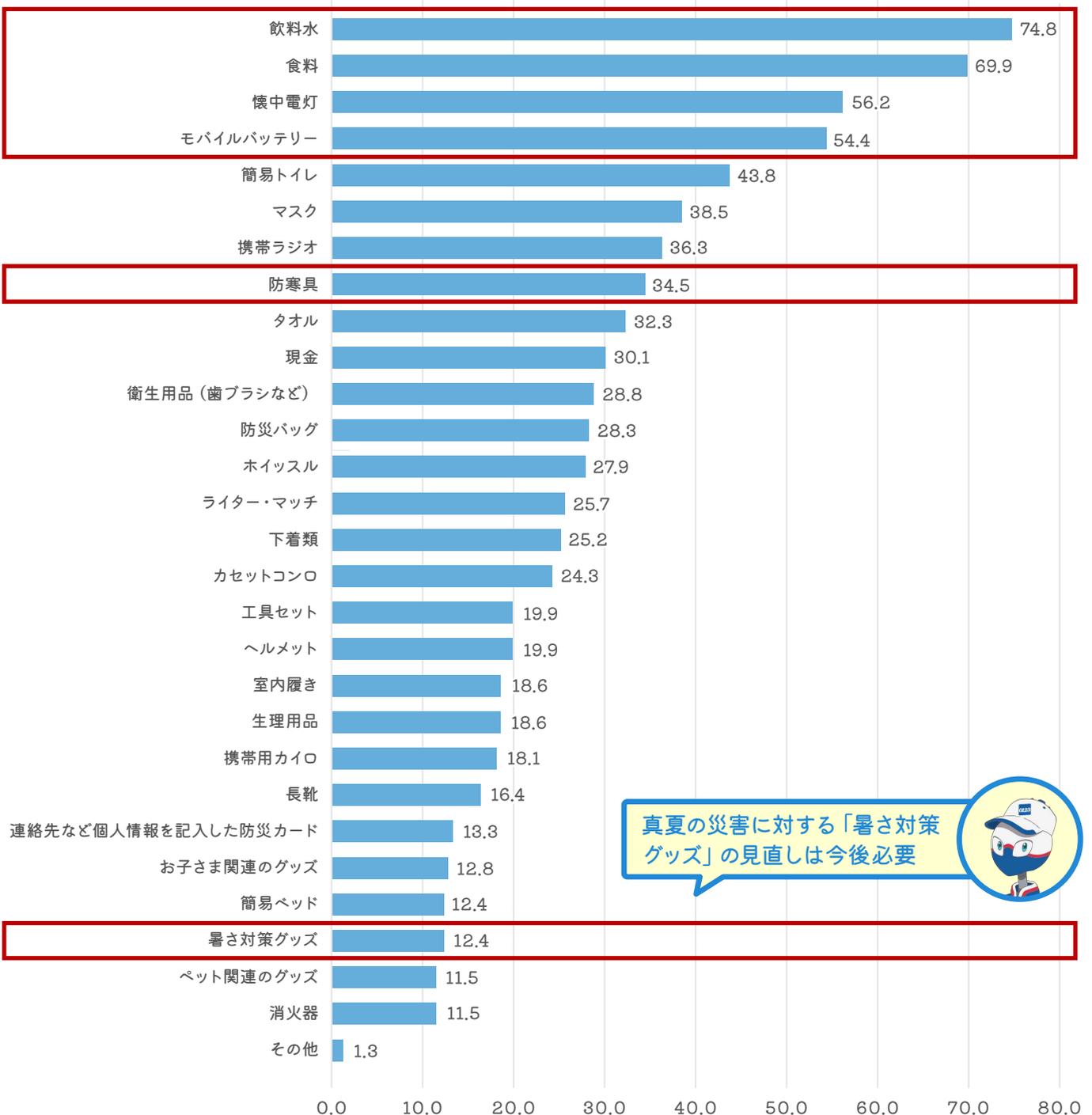
続いて実際に持っている防災用品を聞いたところ、「飲料水」「食料」は約7割の人が備えており、次いで「懐中電灯」が56.2%、スマホの利用に欠かせない「モバイルバッテリー」が54.4%と飲食物と電気にかかわる用品が上位に並びます。

一方で、「防寒具」は34.5%が回答しているのに対し、「暑さ対策グッズ」は12.4%と低い数字となっており、これまで大きな災害が起こった時期が冬に多いことも回答に差が出た要因と考えられます。

このアンケートを実施したのは2024年7月下旬と暑い時期ですが、夏の災害対策の意識が比較的低い結果となりました。ここ数年は猛暑に関する事象も注目されており、また8月に南海トラフ地震臨時情報（巨大地震注意）が発令されたことも踏まえ、真夏の災害に対する「暑さ対策グッズ」の見直しは今後進める必要性がありそうです。

質問 『あなたはどのような防災用品をお持ちですか？(MA)』

n=226 <単位：%>

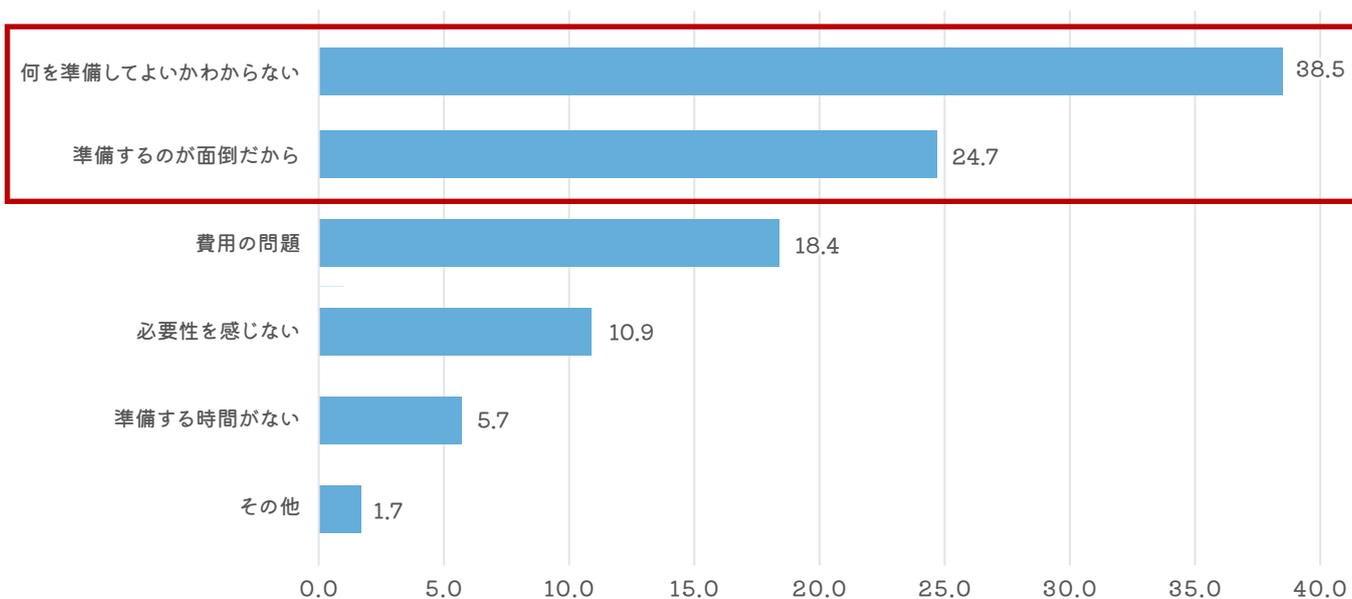


防災用品を準備していない理由は「何を準備してよいかわからない」「準備が面倒」

防災用品を準備していないと回答した人に対して、その主な理由を聞いたところ、「何を準備してよいかわからない」が38.5%で最も多い結果となりました。次いで「準備するのが面倒だから」が24.7%で多く、どのようなものを用意すべきか、またそれがどこで手軽に準備することができるのかが分かれば、今以上に防災に関して意識する人が増えるのではないかと想定されます。

質問 『防災用品を準備しない理由は何ですか？（SA）』

n=174 <単位：%>



<調査概要>

- 【調査方法】 インターネット調査
- 【調査対象者】 直近5年で引越をした全国20代~60代の男女
- 【調査人数】 400名
- 【調査時期】 2024年7月下旬



「0123引越文化研究所」とは

アート引越センター株式会社（本社：大阪府大阪市、代表取締役社長：寺田 政登）のシンクタンクである0123引越文化研究所は、「引越」を生活文化の側面からとらえたさまざまな研究活動を推進するとともに、「引越」に限らず、さらに幅広い分野において「人・夢・暮らし」についての情報収集、研究分析活動などを多様な角度からおこなっていきます。

具体的には、アンケート活動を主体とした実態調査、消費傾向や関心事、現状の問題点などの把握と分析などに幅広く取り組んでいきます。調査・研究結果については、アートグループの取り組む多様な生活サービスの質的向上に活かされるだけでなく、みなさんに有意義に役立てていただけるよう、広く社会還元を図ってまいります。