

報道関係各位

 2025年8月7日  
 株式会社クロス・マーケティング

## 家庭内の防災の備えは「できていない」が74% 避難場所は、自宅近くが6割、通勤・通学先は9割が「わからない」

– 防災に関する調査（2025年）備え・実践編 –

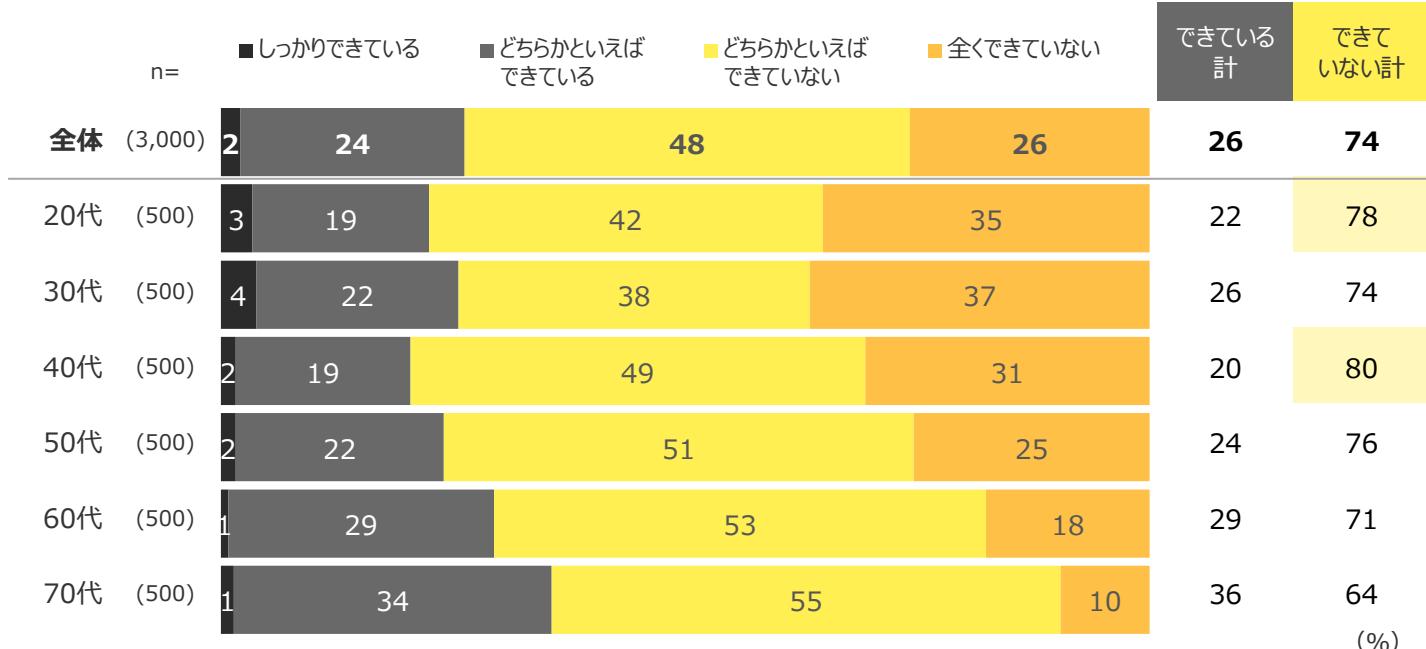
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2025年7月、全国20～79歳の男女3,000名を対象に「防災に関する調査（2025年）備え・実践編」を行いました。今年はすでに世界各地で地震、山火事、洪水、熱波といった自然災害が発生しています。今回は、備えの実施や備えている物やこと、避難場所の確認と移動時間の把握、災害発生時から数日後までの情報収集源、火災保険・地震保険の加入状況、避難訓練への参加に着目し分析をしました。

### ■調査結果（一部抜粋）

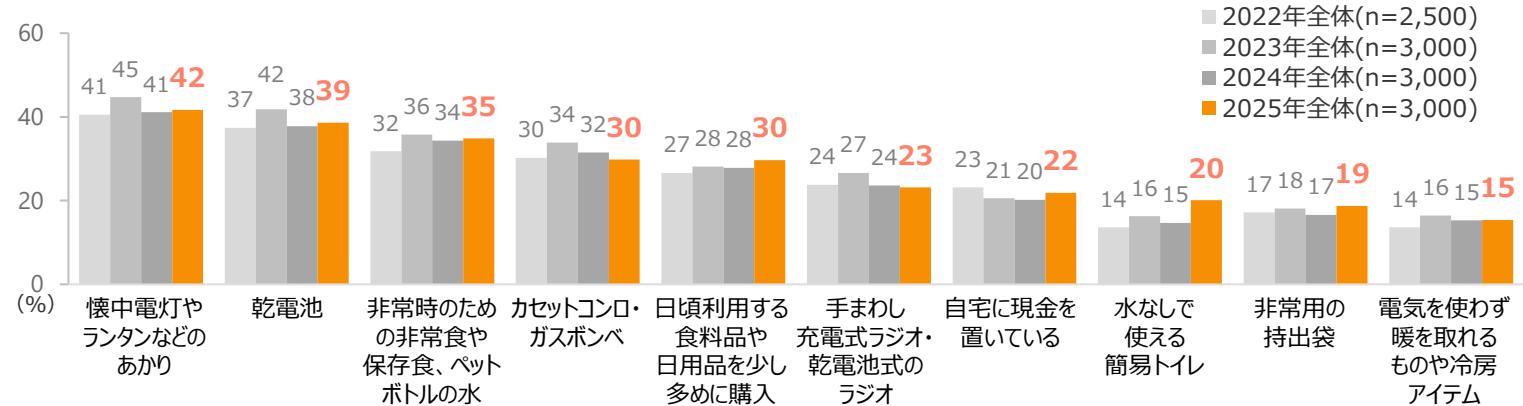
- ✓ 【災害への備え】 災害に対する家庭内の備えは、「できている計」は26%、「できていない計」は74%と多くを占めた。20～40代の「全くできていない」は3割台が高い。<図1> 防災対策として“物の備え”では、「懐中電灯やランタン」4割台、「乾電池」「非常食・保存食・ペットボトルの水」「カセットコンロ・ガスボンベ」「日頃利用する食料品や日用品を少し多めに購入」が3割台である。この4年間で大きな変わりはないものがほとんどであるが、「水なしで使える簡易トイレ」は昨年より5pt上昇。<図2> “室内・室外の備え”は、「自宅近くの避難場所の確認」、「コミュニケーションの備え」は「固定電話の契約」が3割台でTOPにあがる。「固定電話の契約」は減少傾向にある。<図3・4>
- ✓ 【避難場所の確認と移動時間の把握】 最寄りの避難場所の確認と移動時間の把握を聴取した。自宅近くの避難場所は、「どこにあるのかわからない」が60%と最も高く、次いで「大体の移動時間を把握しており、実際に確かめたこともある」19%、「大体の移動時間を把握しているが、実際に確かめたことはない」17%。避難場所までの移動時間を把握している人は36%。有職者と学生において、勤務先／通学先近くの避難場所は、「どこにあるのかわからない」が89%と多数、避難場所までの移動時間を把握しているのはわずか9%であった。<図5>
- ✓ 【情報収集源／火災保険・地震保険の加入／避難訓練の参加】 災害発生から、直後・数時間後・数日後までの情報収集源を確認した。災害発生から数日後までは「テレビ」が最も多く、「ラジオ」「市町村など自治体のインターネットサイト」と続く。<図6> 火災保険・地震保険の加入状況は、「火災保険とセットの地震保険に加入」は31%、「火災保険のみ加入」は22%。保険の加入率は年代が上がるほど顕著に高まり、60～70代の「火災保険とセットの地震保険に加入」は4割台。<図7> 直近1年間の避難訓練の参加は、地域が12%、勤務先は24%、学校は27%と低水準であった。<図8>

◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。<https://www.cross-m.co.jp/report/20250807bousai>

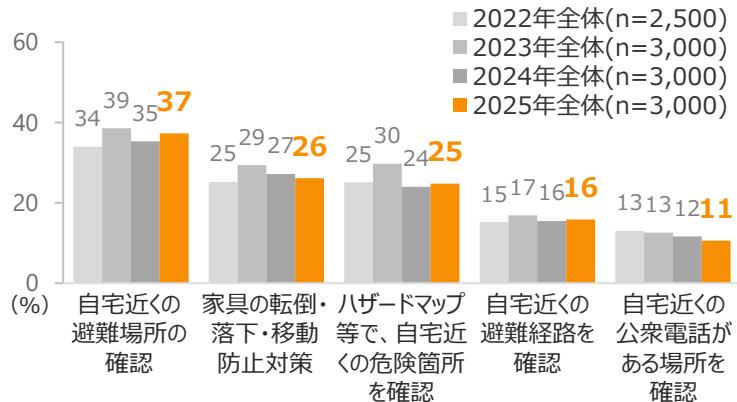
<図1> 自然災害に対する家庭内の備え（単一回答）



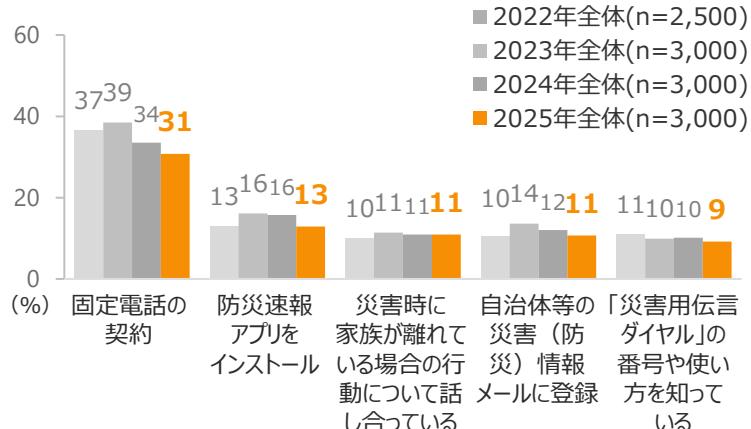
&lt;図2&gt; 家庭で実施している防災対策／物の備え（複数回答）※上位10項目を抜粋



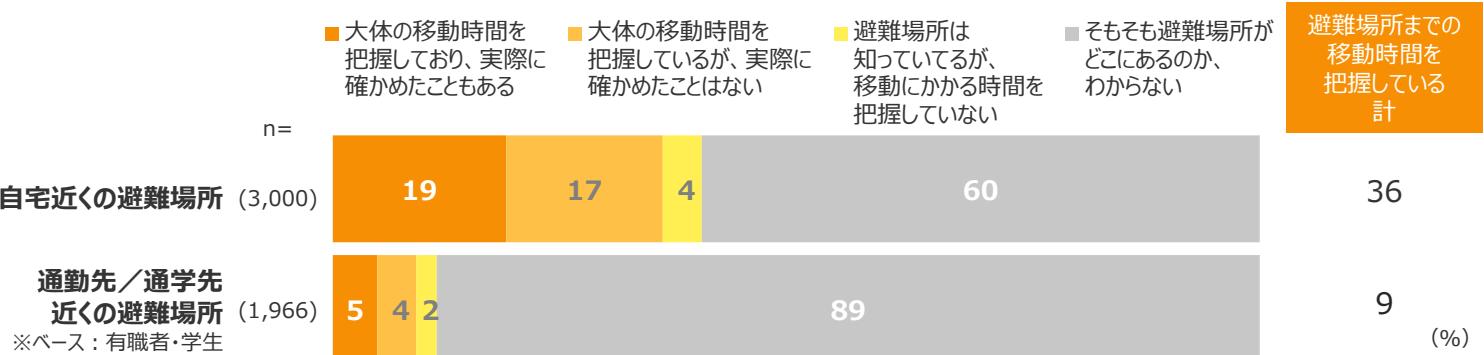
&lt;図3&gt; 家庭で実施している防災対策／室内・室外の備え（複数回答）※上位5項目を抜粋



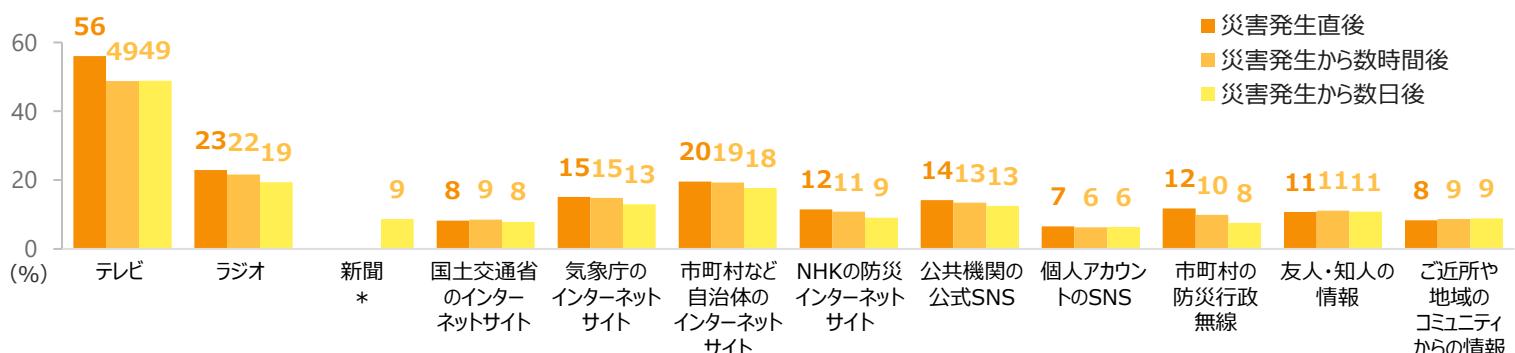
&lt;図4&gt; 家庭で実施している防災対策／コミュニケーションの備え（複数回答）※上位5項目を抜粋

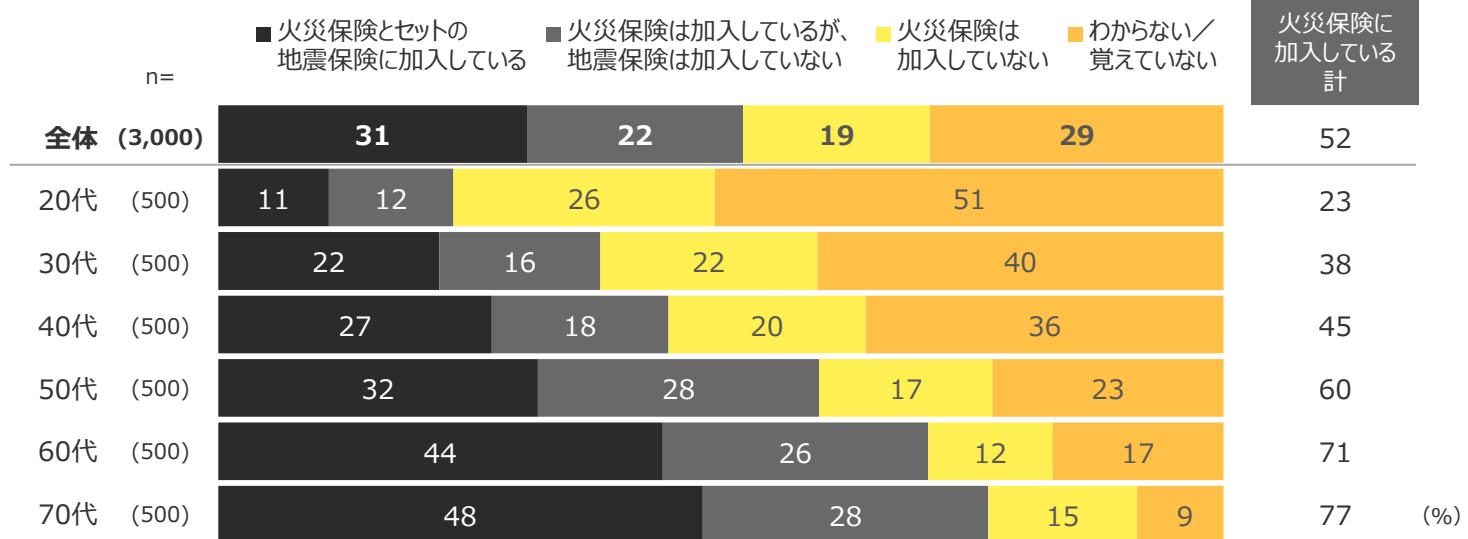
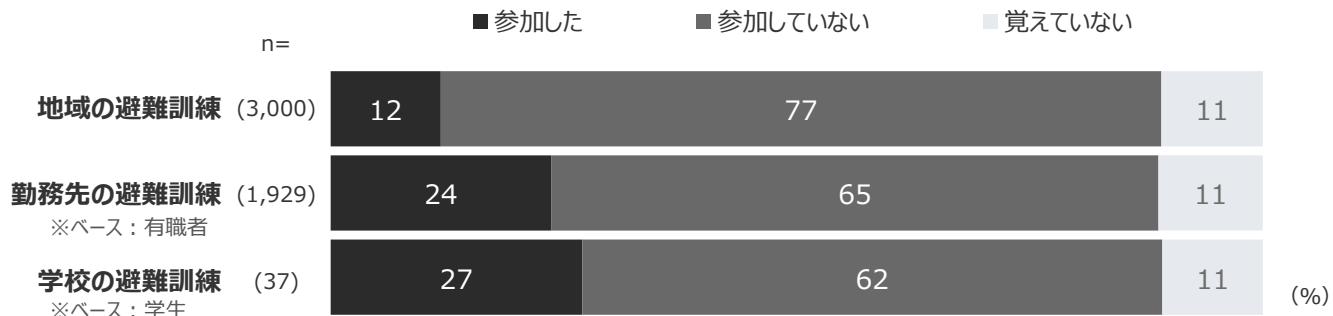


&lt;図5&gt; 避難場所の確認と移動時間の把握（単一回答）



&lt;図6&gt; 災害発生時の情報収集源（複数回答：n=3,000）※上位12項目を抜粋



**<図7> 火災保険・地震保険の加入状況（単一回答）**

**<図8> 直近1年間の避難訓練への参加経験（単一回答）**

**■レポート項目一覧**

- 調査結果サマリー
- 属性設問
  - (性別/年代/居住地/地域予報区分/婚姻状況/子どもの有無/同居家族人数/同居家族構成/同居子どもの年齢/世帯年収/職業/ペットの飼育状況/現在の住まい/階数/現在の住まいの築年数/居住年数/現在の住まいの周辺環境/現在の住まいの地形/現在の住まいの土地・地形の成り立ち/運転免許の保有/自家用車の保有/自家用車の保有理由/固定電話の契約状況/固定電話を契約している理由/携帯電話の保有台数/契約しているキャリア/複数台保有している理由/ポテンシャル・ニーズ・クラスター)
  - 実施している防災対策（物の備え／コミュニケーションの備え）
    - 防災の備えのきっかけ
    - 防災対策ができていない理由
    - 防災対策で準備しておいて良かったもの
    - 準備しておいて良かったもの具体的なエピソード（自由回答抜粋）
    - 防災対策で備えておけば良かったと後悔したもの
    - 備えておけば良かったと後悔したもの具体的なエピソード（自由回答抜粋）
    - 防災セットの用意の有無／置き場所
    - 防災に関する普段の情報収集源
    - 災害発生時の情報収集源（発生直後／数時間後／数日後）
    - 火災保険・地震保険の加入状況

**▼防災対策について**

- 自然災害への対策状況
- 実施している防災対策（室外・室内の備え）
- 避難場所の確認と移動時間の把握
  - (自宅近く／通勤先・通学先)

**▼避難訓練について**

- 過去1年の避難訓練への参加経験（地域／勤務先／学校）
- 避難訓練の必要性

**▼参考資料**

- ポテンシャル・ニーズ・クラスター（PNCL）について

## ■調査概要

調査手法	： インターネットリサーチ	調査期間	： 2022年：7月15日（金）～17日（日）
調査地域	： 全国47都道府県		2023年：7月14日（金）～16日（日）
	※2023年は、7月の豪雨被災地の一部配信対象外		2024年：7月12日（金）～14日（日）
調査対象	： 20～79歳の男女 ※2022年：20～69歳の男女		2025年：7月16日（水）～18日（金）
有効回答数			： 本調査3,000サンプル ※2022年：本調査2,500サンプル
※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります			

## 【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>  
所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F  
設立 : 2003年4月1日  
代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹  
事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルテーション

### ◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275  
E-mail : [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp)

### «引用・転載時のクレジット表記のお願い»

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

＜例＞「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると…」