

報道関係各位

2026年8月18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%と昨年と変わらず 7割が避難訓練の必要性を感じているが、訓練参加率は低水準

－ 防災に関する調査（2026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、代表取締役社長兼CEO：五十嵐 幹）は、2026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（2026年） 備え・実践編」を行いました。令和8年熊本地震や令和8年8月千葉豪雨と続けて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、火災保険・地震保険の加入状況、避難訓練の必要性和直近1年間の訓練参加経験に着目し分析をしました。

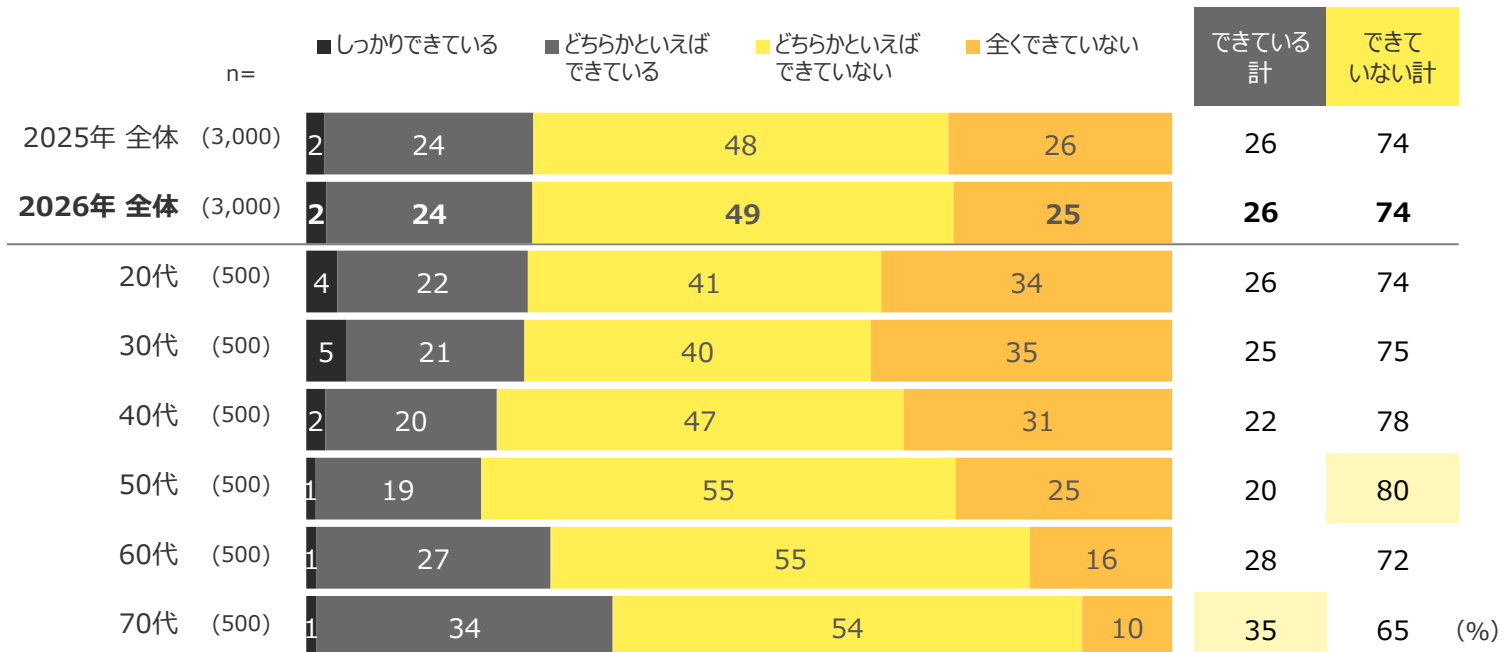
※本件は、令和8年熊本地震発生前の調査結果となります。

■ 調査結果（一部抜粋）

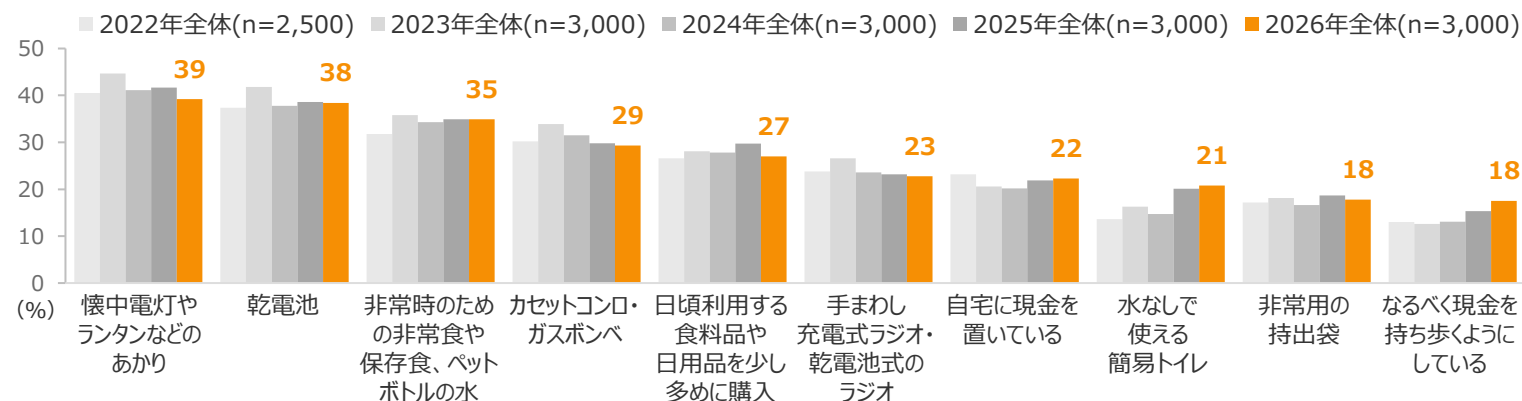
- ✓ **【災害への備え】** 災害に対する家庭内の備えは、「できている計」は26%、「できていない計」は74%と多くを占め、特に20～40代の「全くできていない」は3割台と高い。災害は各地で毎年発生しているが、家庭での防災の備えは昨年同様に進んでいない結果となった。＜図1＞ 防災対策の“物の備え”は、「懐中電灯やランタン」「乾電池」「非常食・保存食・ペットボトルの水」が3割台。＜図2＞ “室内・室外の備え”は、「自宅近くの避難場所の確認」が3割台。＜図3＞ “コミュニケーションの備え”は「固定電話の契約」が3割を切り、減少傾向が続いている。＜図4＞ 物、室内・室外、コミュニケーションの備えは、いずれもこの5年間で大きく伸びているものはない。
- ✓ **【避難場所の確認と移動時間の把握】** 自宅近く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、「どこにあるかわからない」が63%と最も高い。避難場所までの移動時間を把握している人は34%にとどまり、昨年と同様な結果であった。＜図5＞
- ✓ **【火災保険・地震保険の加入／避難訓練の必要性和参加】** 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30%、「火災保険のみ加入」は23%。保険の加入率は年代が上がるほど高まり、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6＞ 避難訓練の必要性は、とても＋ややそう思う合わせて69%に達する。どの世代も避難訓練の必要性の意識はあり、60～70代は他年代よりやや高い。＜図7＞ 直近1年間の避難訓練への参加は、地域が11%、勤務先と学校は26%の低水準となっており、意識と実態に乖離が見られた。＜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/20260818bousai>

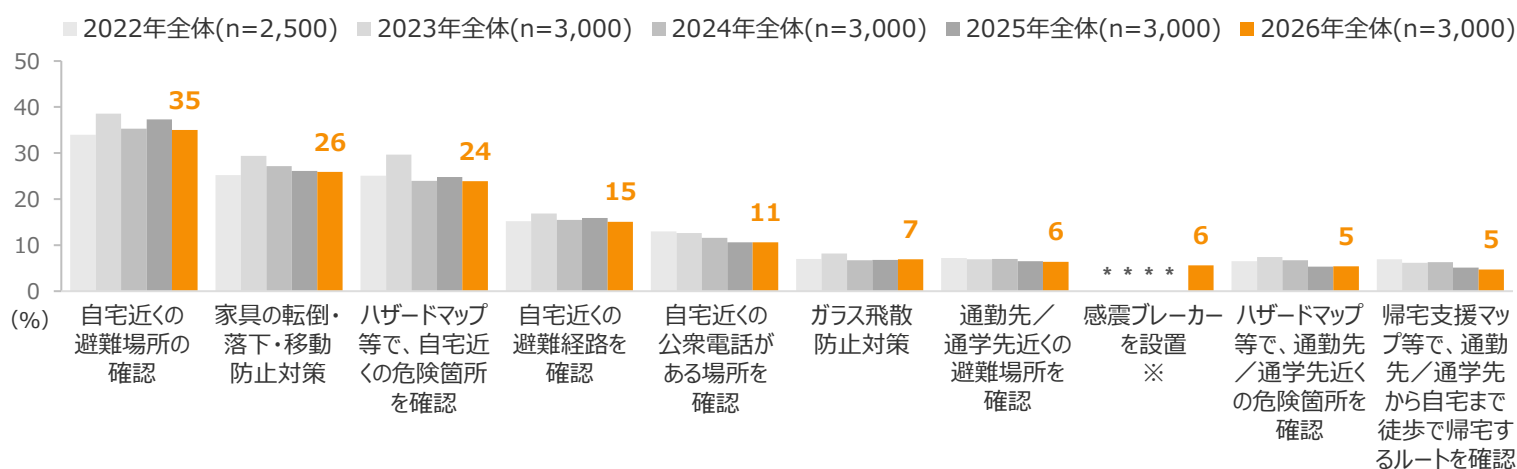
＜図1＞ 自然災害に対する家庭内の備え（単一回答）



＜図2＞ 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

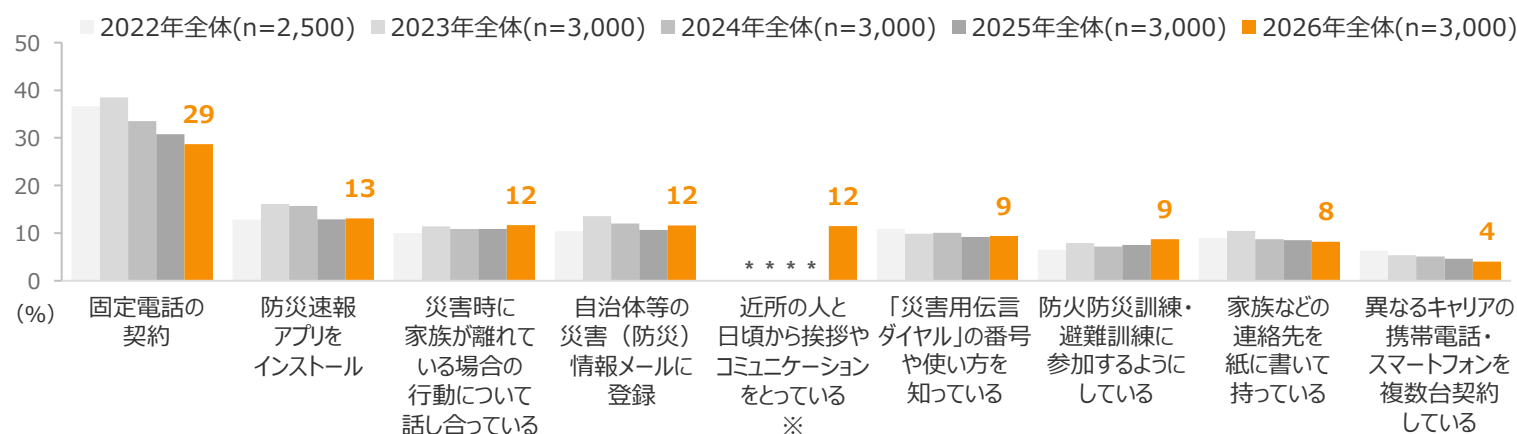


＜図3＞ 家庭で実施している防災対策／室内・室外の備え（複数回答）※上位10項目を抜粋



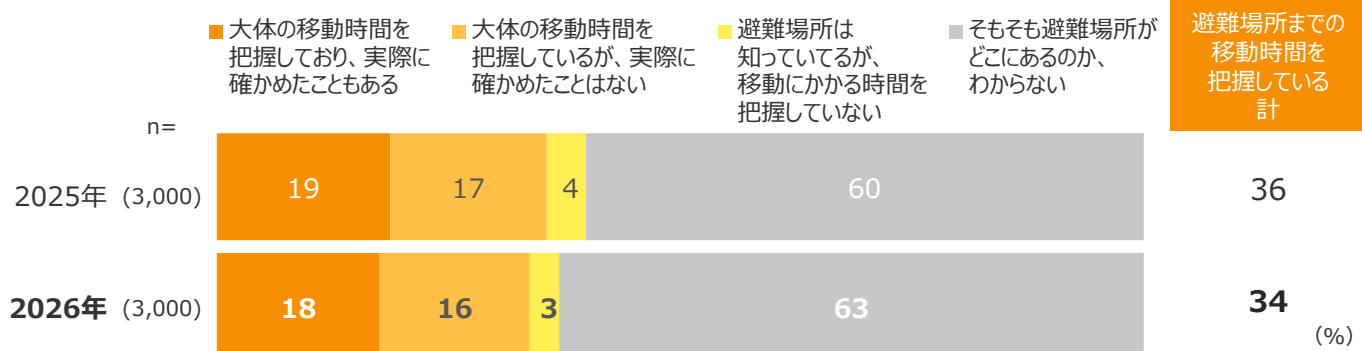
※2026年より聴取

＜図4＞ 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）

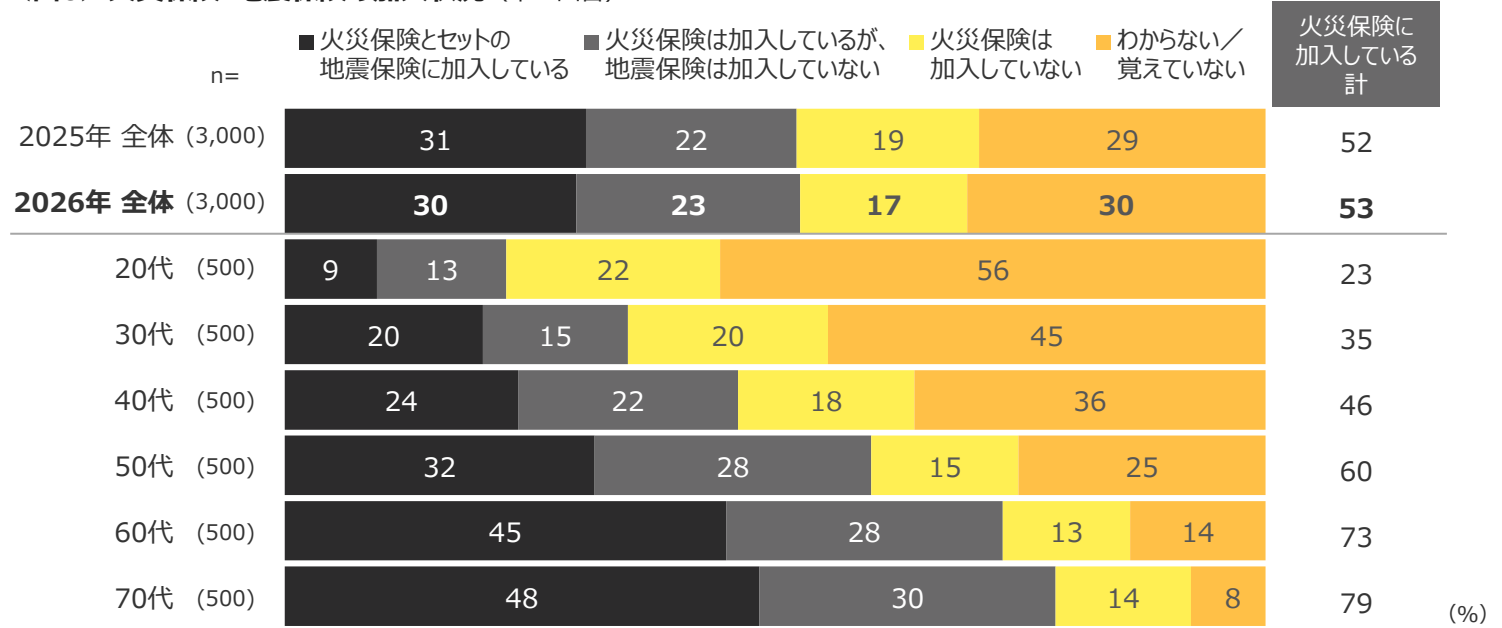


※2026年より聴取

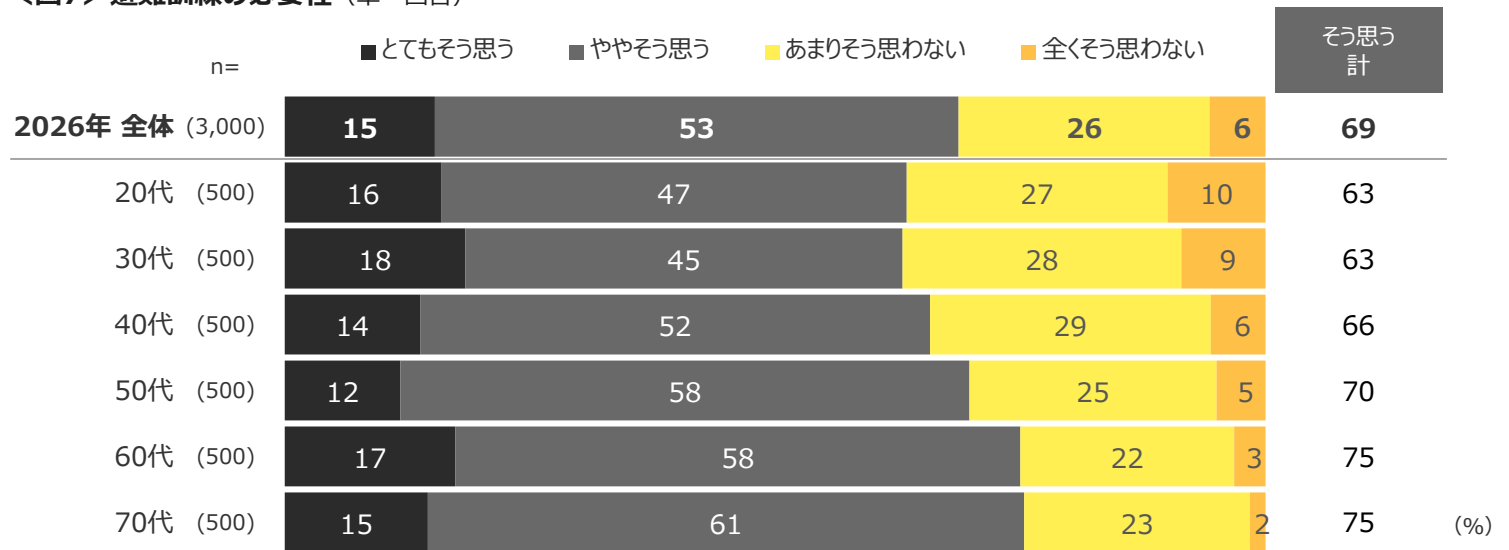
＜図5＞ 自宅近くの避難場所の確認と移動時間の把握（単一回答）



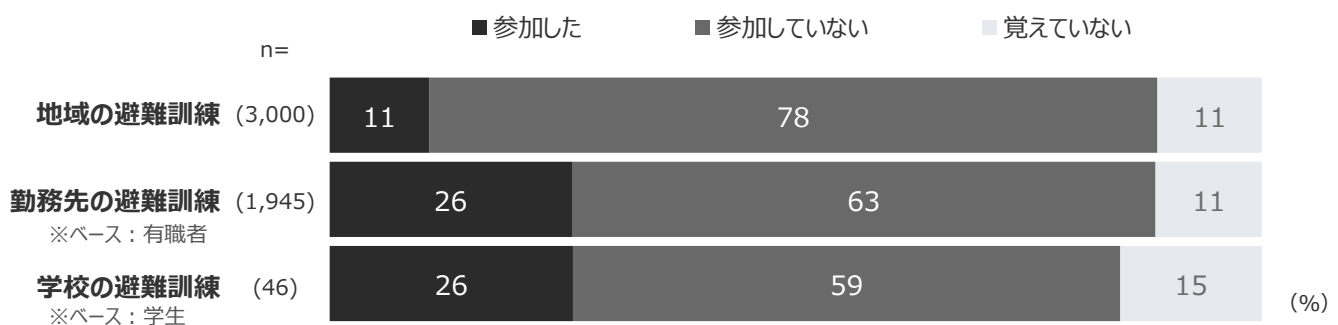
<図6> 火災保険・地震保険の加入状況（単一回答）



<図7> 避難訓練の必要性（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

◆レポートのダウンロードはこちらから

<https://www.cross-m.co.jp/report/20260818bousai>

■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） 2023年：7月14日（金）～ 16日（日） 2024年：7月12日（金）～ 14日（日） 2025年：7月16日（水）～ 18日（金） 2026年：7月15日（水）～ 17日（金）
調査地域	： 全国47都道府県 ※2023年は、7月の豪雨被災地の一部配信対象外	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
調査対象	： 20～79歳の男女 ※2022年：20～69歳の男女		

※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ィング

◆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

≪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…」