

2025 年 9 月 16 日

**「在宅避難」の言葉と意味を、約7割が「知らない」
～『暮らしの防災対策に関する意識調査』を実施～**

パナソニック ホームズ株式会社は、このたび、全国の 20 歳～69 歳の男女(学生を除く)を対象に実施した『暮らしの防災対策に関する意識調査』の結果をまとめました。

今回の調査では、自然災害の発生時、避難所ではなく自宅にとどまりたいと回答した人が 50%超いる一方、70%弱の人が「在宅避難」の言葉と意味を「知らない」と回答したほか、防災対策の実施状況によって「在宅避難」の認知率に大きな差があることが判明しました。また、避難所生活に対する不安について男性と女性でその意識に比較的大きな差があることが浮き彫りになりました。

自然災害発生時の避難所生活では、利用者同士のプライバシー確保をはじめ、トイレ・風呂等の衛生環境、長期滞在による体調悪化等が問題視されています。内閣府や地方自治体は、安全な場所にいる人まで避難場所に行く必要はないという考え方にに基づき、自宅・車中等に避難する「分散避難」を推奨しています。また、行政の支援方針は、これまでの「場所(避難所)の支援」から「人(避難者等)の支援」に転換され^{※1}、「分散避難」の選択肢のひとつとして、自宅で安全を確保しながら避難生活を送る「在宅避難」が注目されています。

当社では、1995 年以降に起きた最大震度7の大地震における“倒壊ゼロ^{※2}”の実績をもとに、分散避難の選択肢のひとつである「在宅避難」の認知拡大に努めます。また、災害時に生命と財産を守るシェルターとしての役割だけでなく、「在宅避難」の拠点として被災後も安心して暮らせる「防災持続力を備えた住まい」の開発に注力していきます。

■『暮らしの防災対策に関する意識調査』結果サマリー(n=550)

- ① 自然災害時、避難勧告などが出していない時点での避難行動の意向について、
「自宅にとどまりたい」と回答した人が 54.2%
 - ✓「必ず自宅にとどまりたい」と回答した人は 16.7%
 - ✓「できれば自宅にとどまりたい」と回答した人は 37.5%
 - ✓「自宅にとどまりたい」や「状況によって判断したい」と回答した人の性別による割合差は少ない一方、「避難所に行きたい」と回答した人は、男性(18.1%)が女性(8.0%)を大きく上回った。
- ② 自宅で安全を確保しながら避難生活を送る「在宅避難」という言葉と意味の両方を知らない人は 67.7%
 - ✓「在宅避難」の言葉を知らないと回答した人は 38.4%
 - ✓「在宅避難」の言葉は知っているが意味はわからないと回答した人は 29.3%
 - ✓「防災対策^{※3}をしている」と回答した人(40.7%)のうち、「在宅避難の言葉を知らない」と回答した人は全体のわずか 8.4%にとどまったが、「防災対策をしていない」と回答した人(59.3%)のうち、「在宅避難の言葉を知らない」と回答した人は全体の 30.0%を占めた。

③ 避難所生活に対する不安は、男性に比べ女性の方が大きい。

✓避難所生活に対する不安として、全体では、1位は「プライバシーの確保」(47.1%)、2位は「衛生環境」(42.7%)、3位は「周囲の人への気遣い」(38.4%)となった。

✓特に女性において、トイレや風呂などの「衛生環境」に不安と回答した人(48.7%)や「周囲への気遣い」に不安と回答した人(42.9%)が男性と比較して多い結果となった。

■調査概要

調 査 名 : 『暮らしの防災対策に関する意識調査』
対 象 : 全国の男女(20 歳～69 歳・学生除く)
サ ン プ ル 数 : 550 名
調 査 期 間 : 2025 年 8 月 15 日(金)～17 日(日)＜3 日間＞
調 査 方 法 : Web アンケート調査
調 査 機 関 : 株式会社 市場開発研究所

◎ ホームページ「繰り返す地震に強い家が、家族との日常を守り続ける。防災士・蓬萊大介」はこちら
https://homes.panasonic.com/ad_lp/anshin/

※1: 「避難生活の環境変化に対応した支援の実施に関する検討会 とりまとめ」(2024年6月内閣府発行)

<https://www.bousai.go.jp/kaigirep/kentokai/hinanseikatsu/pdf/torimatome.pdf>

※2: 最大震度7かつマグニチュード7.0以上を記録した阪神・淡路大震災と、東日本大震災、熊本地震、令和6年能登半島地震で被災した当社住宅の対象棟数177,897棟のうち、倒壊した住宅は0棟(当社調べ)。

※3: ハザードマップでのリスク確認、家具の固定、非常持ち出し袋の準備、避難場所と経路の確認、家族との安否確認方法を決めることなど。

* 本件に関するお問い合わせ先 *

パナソニック ホームズ株式会社 宣伝・広報部 ブランド宣伝・広報課 相澤・澗随(かんずい)

相澤 携帯:080-7515-6016 / E-mail: aizawa.masako@panasonic-homes.com

澗随 携帯:080-8544-4376 / E-mail: kanzui.naho@panasonic-homes.com

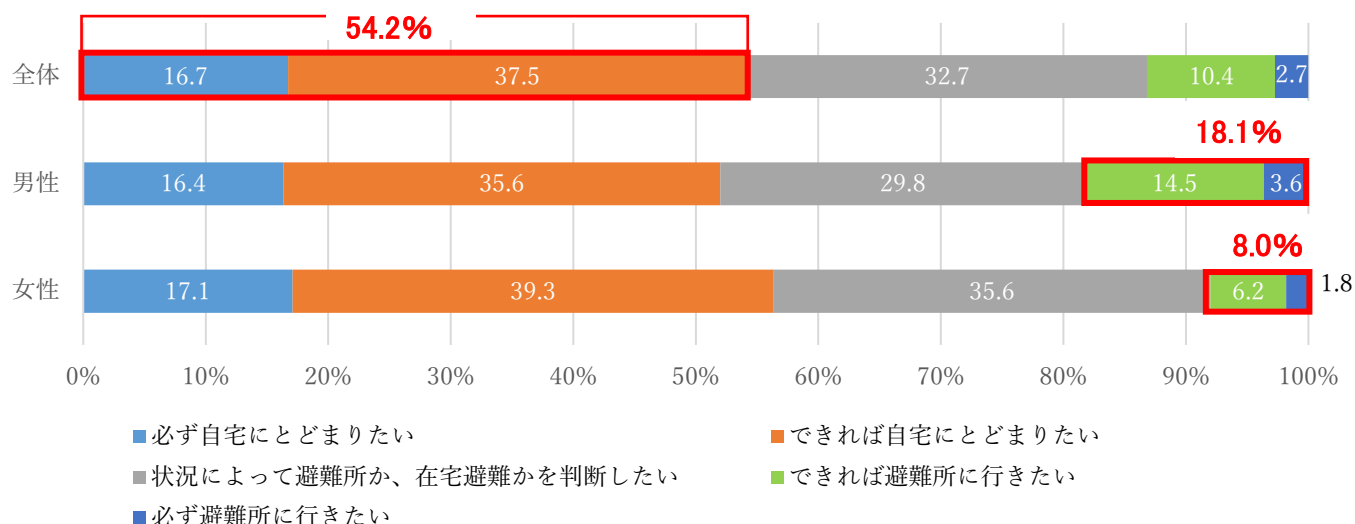
HP: <https://homes.panasonic.com/company/news/release/>

ご参考

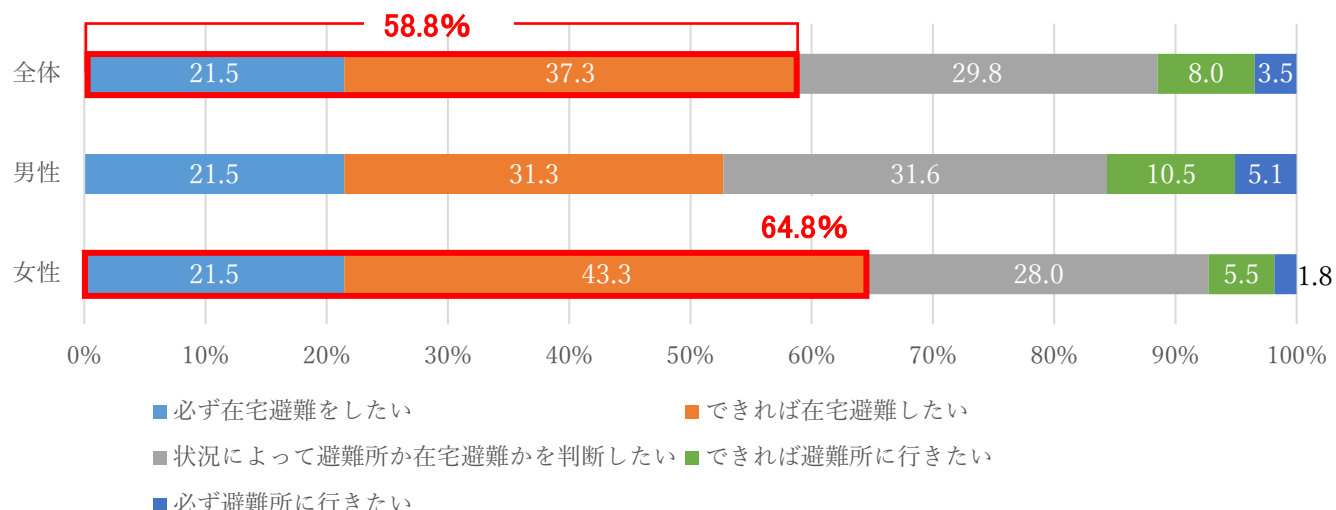
■『暮らしの防災対策に関する意識調査』 結果詳細

①-1 自然災害時、避難勧告などが出ていない時点での避難行動の意向について

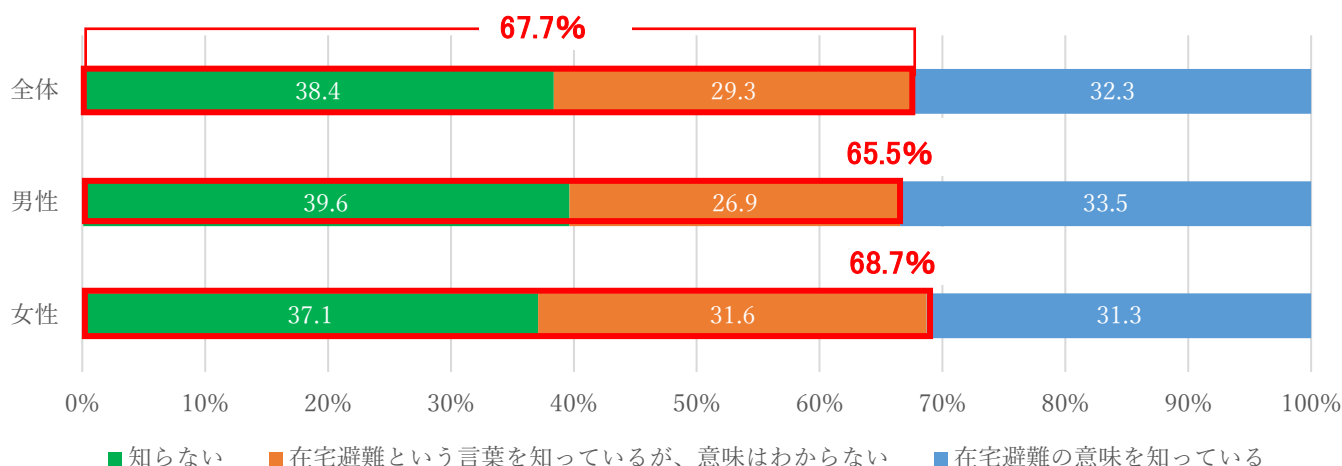
「自宅にとどまりたい」と回答した人が 54.2%。男女とも半数以上が「自宅にとどまりたい」と回答した一方で、「できれば避難所に行きたい」「必ず避難所に行きたい」と回答した人は、男性は 18.1%、女性は 8.0%であり、2 倍以上の差がある。(n=550)



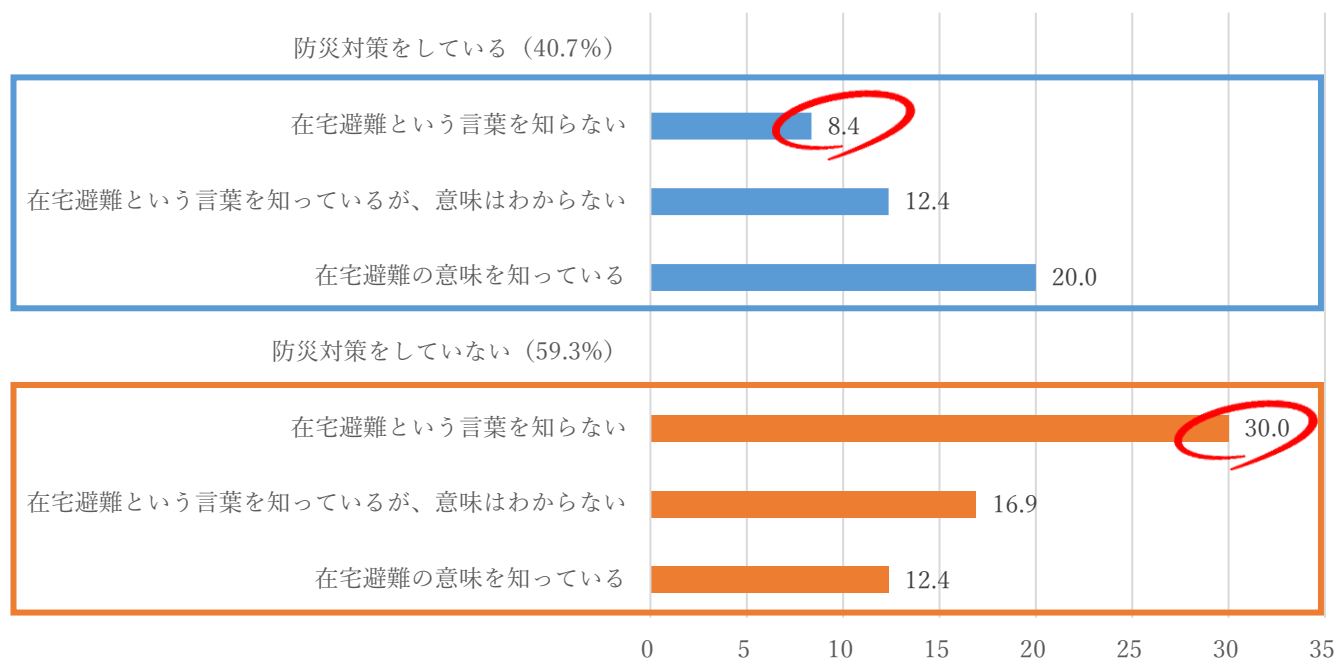
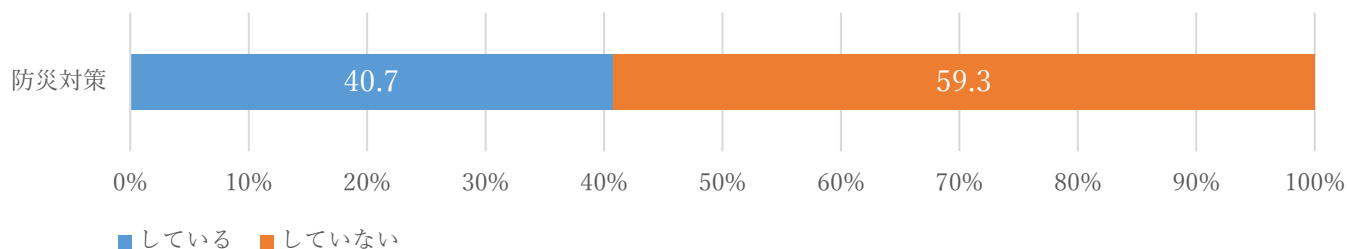
①-2 「在宅避難」について言葉の意味を説明後、改めて自然災害時、避難勧告などが出ていない時点での避難行動の意向を聞いた場合は、「自宅にとどまりたい」が全体の 58.8%に伸長。とりわけ女性は 8.4 ポイント上昇して 64.8%に。(n=550)



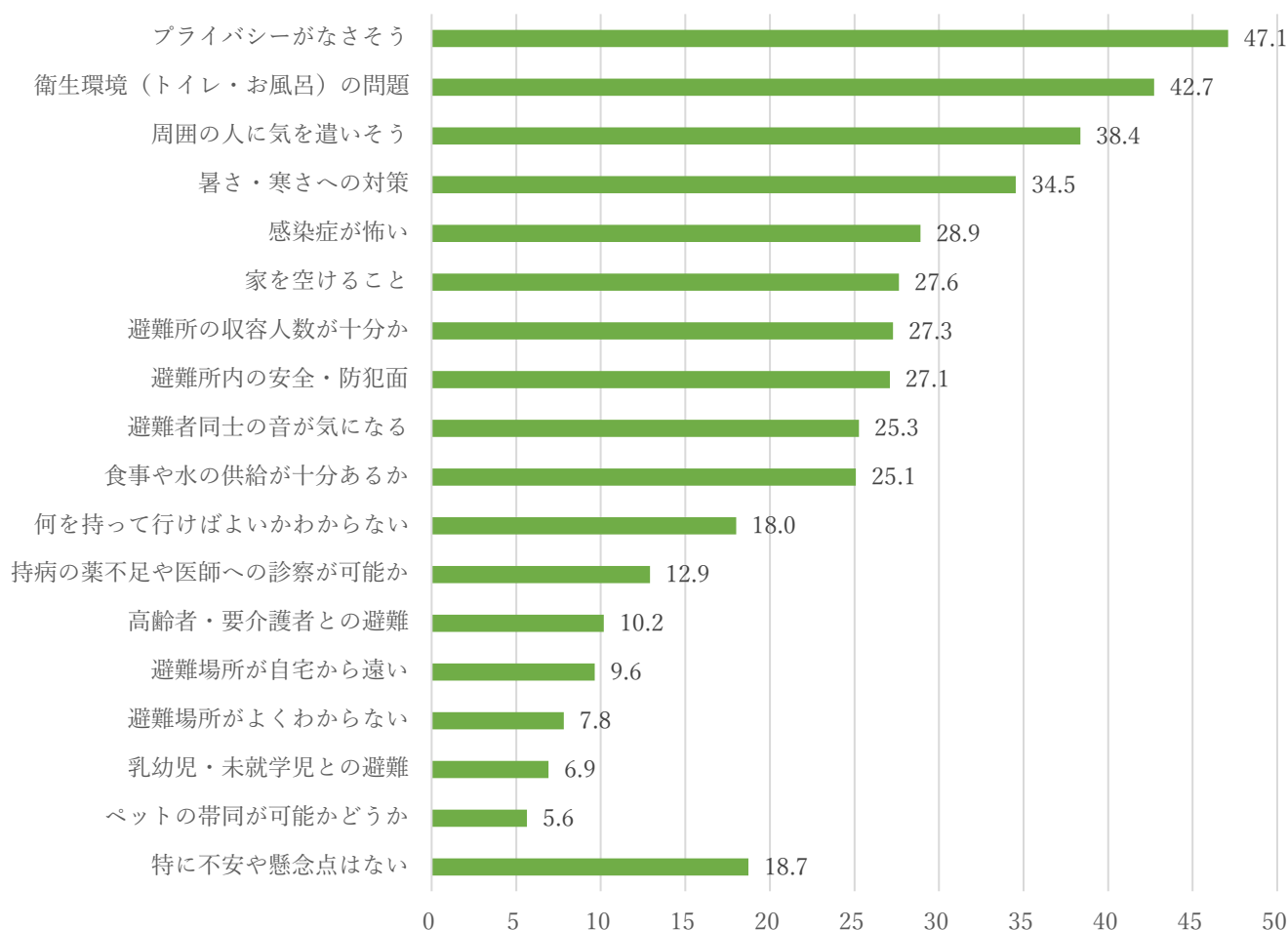
②-1 「在宅避難」という言葉と意味の両方を知らない人は 67.7%。男女別に見ると、男性は 65.5%、女性は 68.7%で、女性の認知が若干低い。(全体:n=550、男性、女性:n=275)



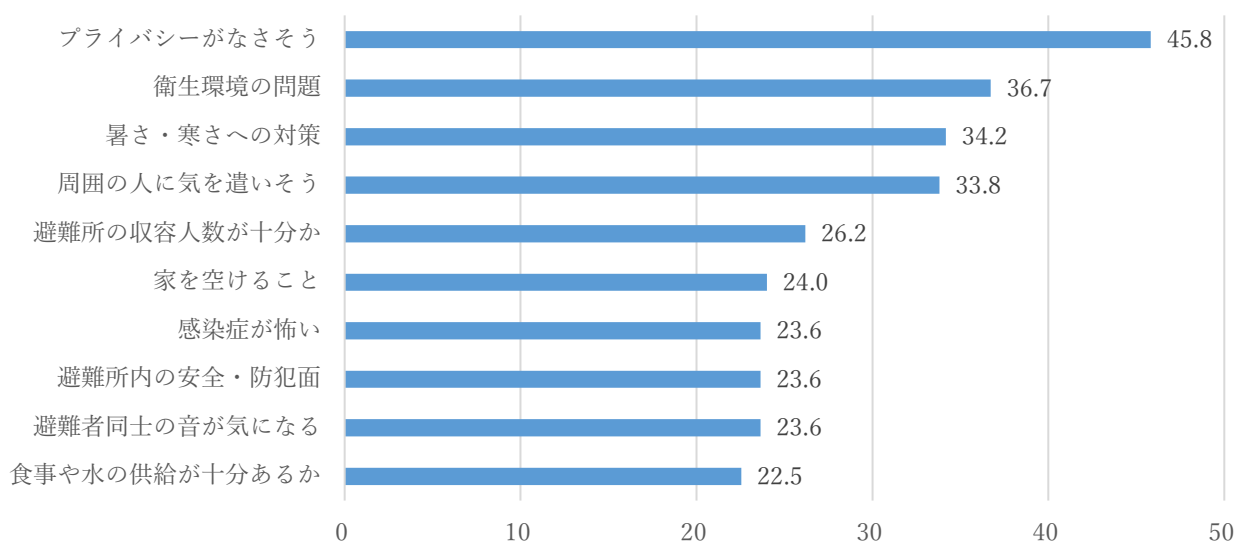
②-2 自宅で食料や水の備蓄、家具の固定など、災害への備えとして防災対策をしている人は 40.7%、していないは 59.3%。(n=550)
 防災対策をしている人のうち、「在宅避難」の言葉を知らない人はわずか 8.4%だが、
 防災対策をしていない人では、言葉を知らない人が 30.0%も存在。
 (防災対策をしている人:n=224・していない人:n=326)



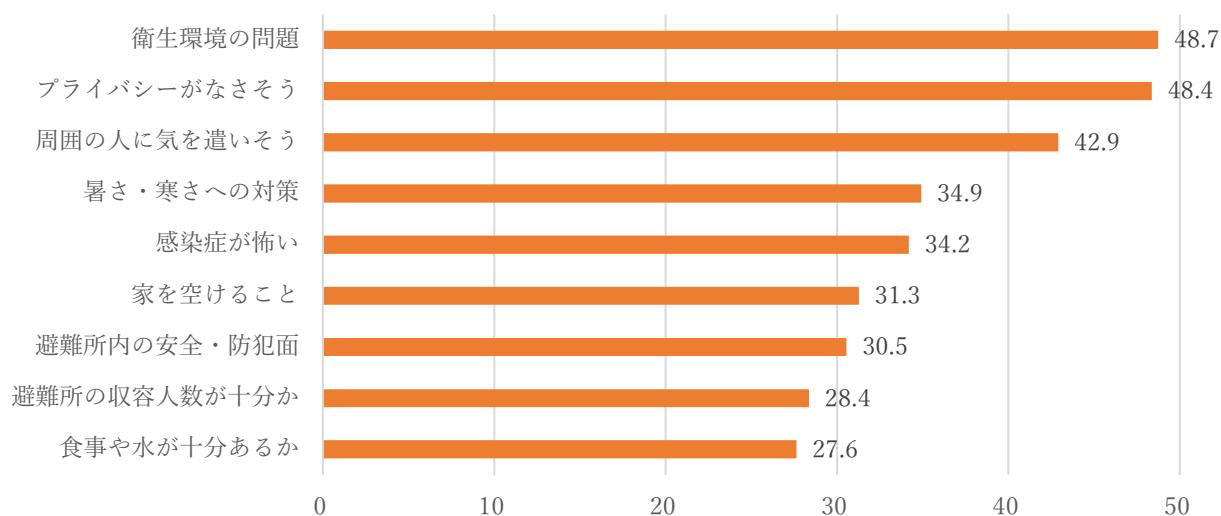
③ 避難所生活に対する不安は、全体では、1 位「プライバシーがなさそう」(47.1%)、
2 位「衛生環境(トイレ・お風呂)の問題」(42.7%)、3 位「周囲の人に気を遣いそう」(38.4%)。
(n=550)



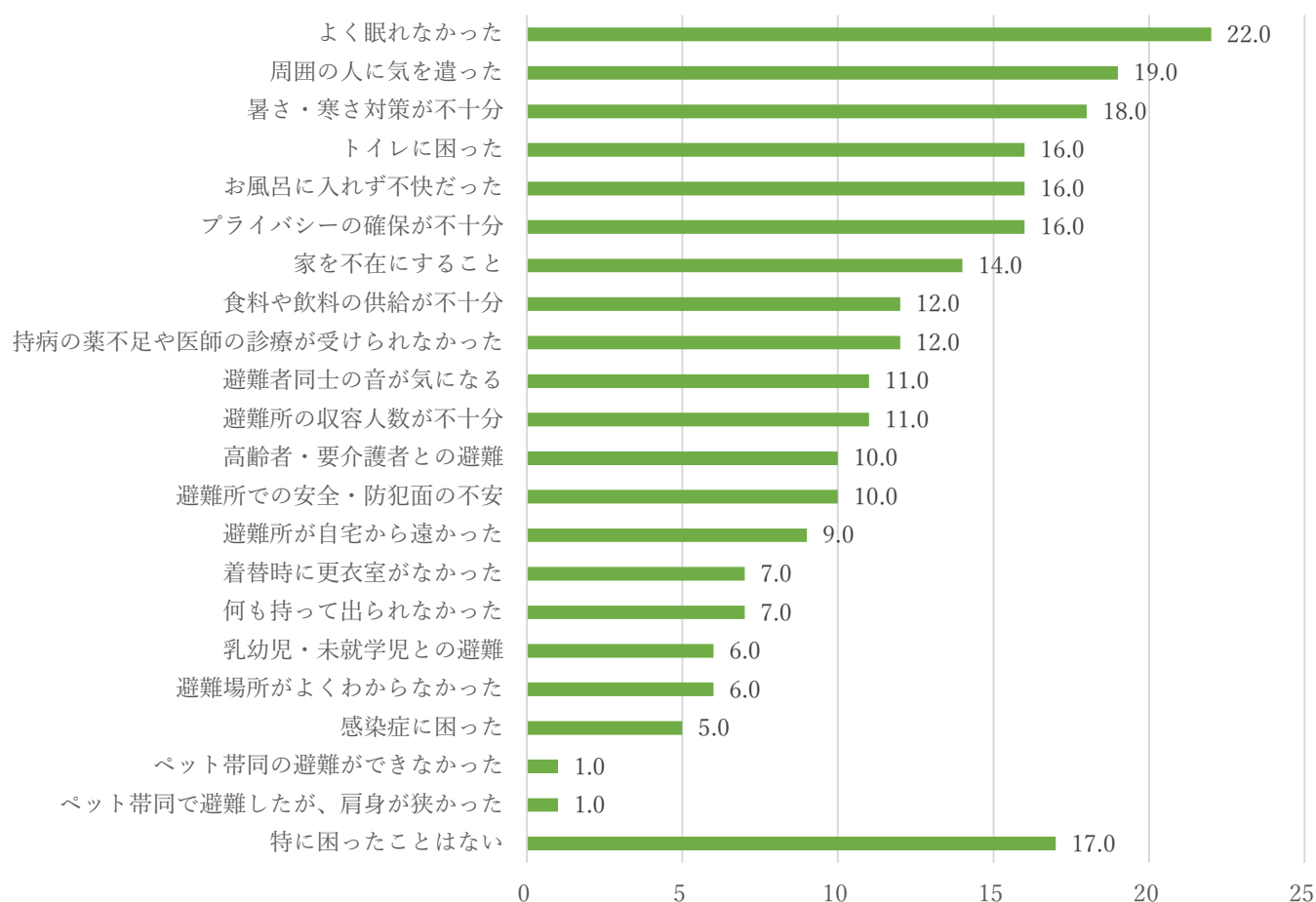
男女別に見ると、男性は全体の傾向とほぼ変わらず、1 位「プライバシーがなさそう」(45.8%)、
2 位「衛生環境(トイレ・お風呂)の問題」(36.7%)、3 位「暑さ・寒さへの対策」(34.2%)。
(n=275)



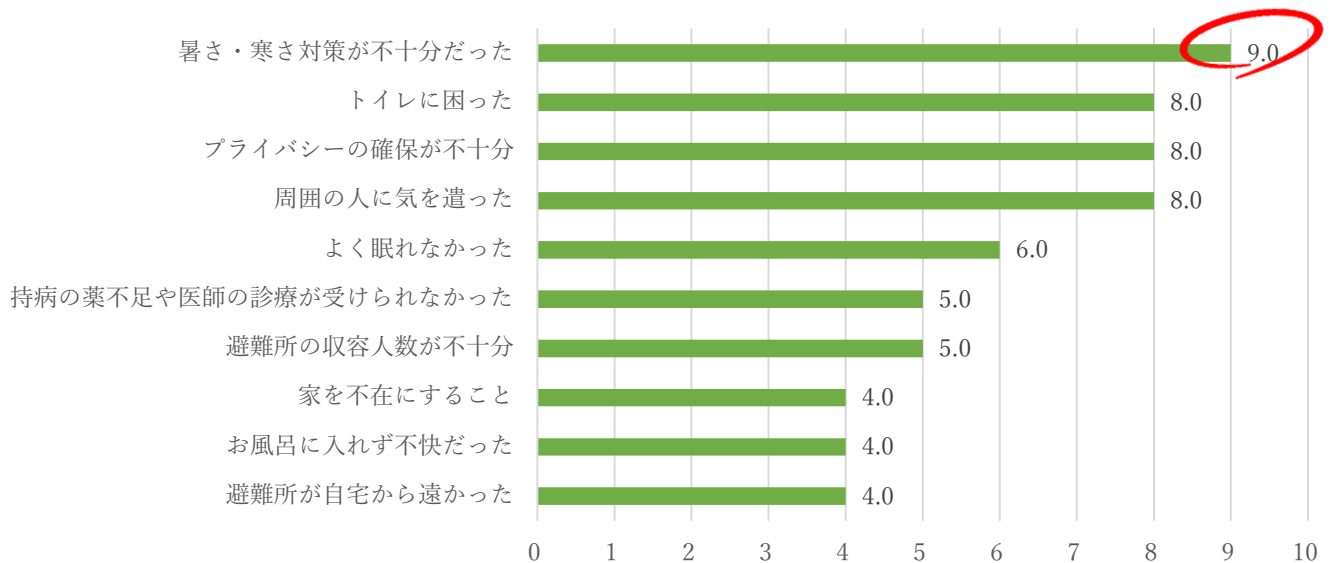
女性では、1 位「衛生環境の問題」(48.7%)、2 位「プライバシーがなさそう」(48.4%)、3 位「周囲の人に気を遣いそう」(42.9%)で、衛生環境への不安の方が大きい。(n=275)。



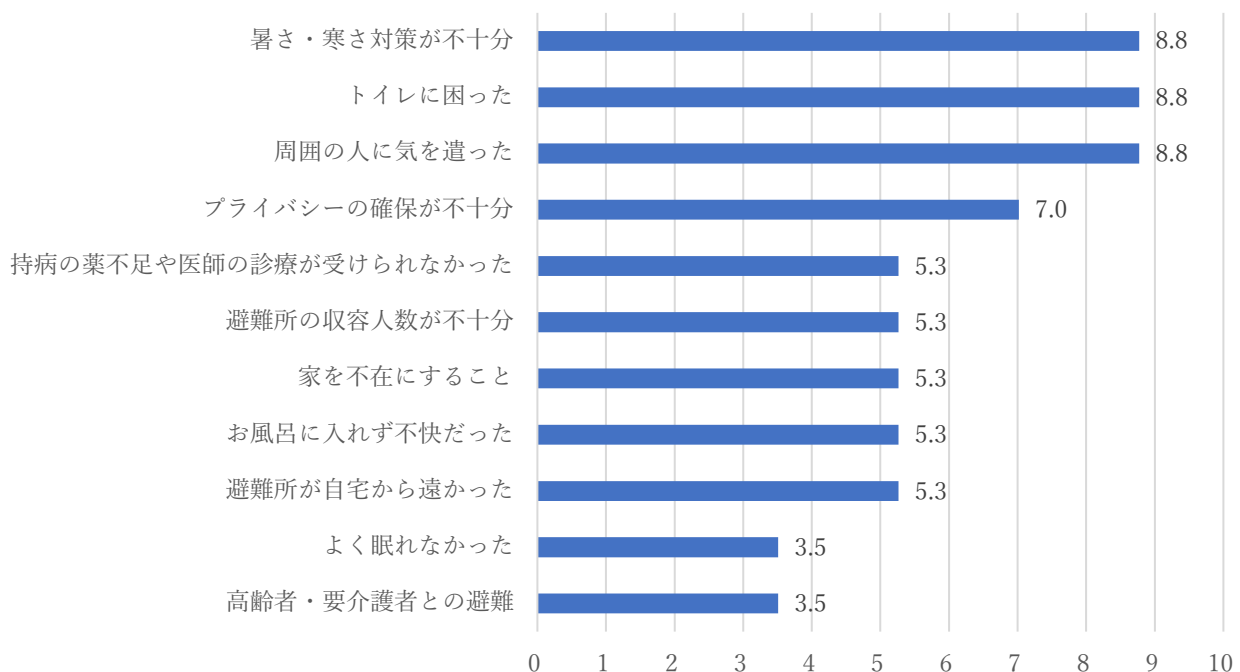
④ 一方、避難所生活の経験がある人に、実際に困ったことについて聞くと、トイレやお風呂などの衛生環境よりも「よく眠れなかった」(22.0%)が 1 位に。2 位は「周囲の人に気を遣った」(19.0%)、3 位は「暑さ・寒さ対策が不十分」(18.0%)。(n=100)



また、避難所生活で最も困ったことを1つだけ選んだ場合、
1位は「暑さ・寒さ対策が不十分だった」(9.0%)、同率2位(8.0%)は、「トイレに困った」、
「プライバシーの確保が不十分」、「周囲の人に気を遣った」であった。(n=100)



男女別に見ると、男性は全体の傾向とほぼ変わらず、
同率1位(8.8%)は「暑さ・寒さ対策が不十分」、「トイレに困った」、「周囲の人に気を遣った」。
(n=57)



女性では、同率 1 位(9.3%)は「暑さ・寒さ対策が不十分」のほか、「プライバシーの確保が不十分」、「よく眠れなかった」。また、全体や男性では上位に挙がらなかった回答として、「避難所での安全・防犯面の不安」、「食料・飲料の供給が不十分」が同率 6 位(4.7%)となった。
(n=43)

