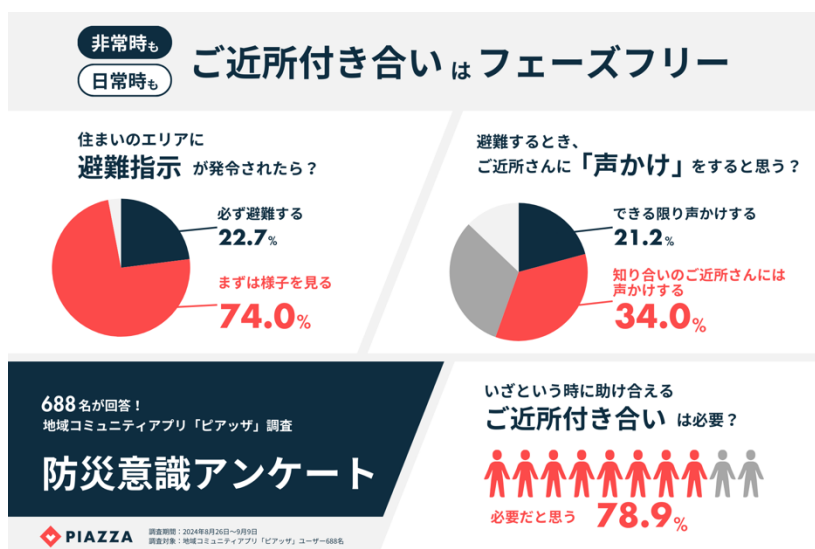


避難指示の発令後「まずは様子を見る」人が7割！ 避難時には近所の“知り合いのみ”声をかける人が最多、日常の関係性影響

PIAZZA、防災意識アンケート調査を実施。非常時に助け合えるご近所付き合い「必要」8割

地域コミュニティアプリ「ピアッツァ」を運営するPIAZZA株式会社（代表取締役 CEO:矢野 晃平、以下PIAZZA）は、9月の防災月間にあわせて「ピアッツァ」のユーザー688名を対象に「防災意識アンケート」調査を実施しました。



■ 調査結果のポイント

- **災害時の避難意識**：「避難指示」が発令されたら「まずは様子を見る」が7割。遠方に住む家族・親族よりも「近所の人」からの声かけで避難意識が高まる傾向。
- **避難時の声かけ行動**：「知り合いのご近所さんには声をかける」人が最多（34.1%）。知り合いに限らず声かけをする人は2割にとどまり、避難行動を促すためには日頃のご近所付き合いが重要に。
- **災害時の頼り先**：現在「頼れる人がいる」のは2割にとどまる。約8割の人が、いざという時に助け合える近所付き合いは「必要」と回答。30代から40代にかけて意識に変化が。

■ 調査背景

2024年8月に「南海トラフ地震臨時情報（巨大地震注意）」が初めて発表されたことで、大規模広域災害の発生リスクがより一層高まり、人々の防災意識が高まる機会となりました。また、近年は台風や豪雨による水害・土砂災害等も頻発化・激甚化しているため、日頃から災害に備えておく必要性が増しています。

災害被害を軽減するためには、「自助」に加えて、近所の人との助け合い等による「共助」の取り組みが必要となります*。そこで「人々が支え合える街をつくる」ことをミッションに掲げるPIAZZAは、東京・神奈川・愛知・大阪の都市圏を中心に全国99エリアで展開する地域コミュニティアプリ「ピアッツァ」のユーザー688名に、防災意識に関するアンケート調査を実施しました。

*参照元：内閣府「令和6年版防災白書」

報道関係者お問い合わせ先

PIAZZA 株式会社 広報（倉本） MAIL：pr@piazza-life.com TEL：03-4500-8609

■ 調査結果の詳細

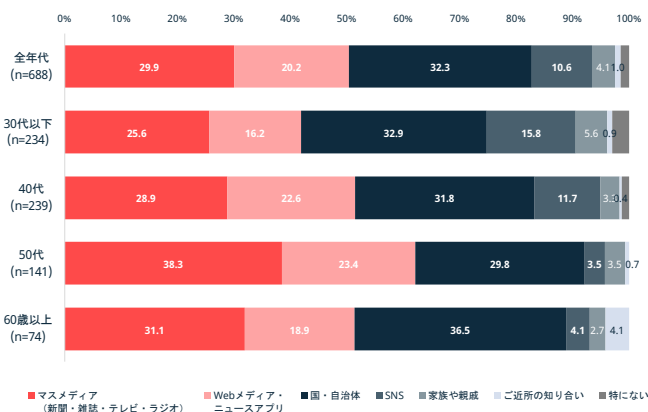
1. 災害時の情報収集

- 災害時に最優先する情報源は「マスメディア」と「Webメディア・アプリ」の2次情報が半数を占める

はじめに、災害時に最優先する情報収集手段を尋ねました。その結果、「国・自治体」(32.3%)からの1次情報を最優先する人よりも、「マスメディア」(29.9%)や「Webメディア・ニュースアプリ」(20.2%)の2次情報を最優先する人が50.1%と半数を占める結果となりました。

年代別でみると、30代以下では「SNS」からの情報収集を最優先する人が他の年代に比べてやや多く、マスメディアやWebメディア・ニュースアプリなど2次情報を最優先する割合が最も少ないことがわかりました。

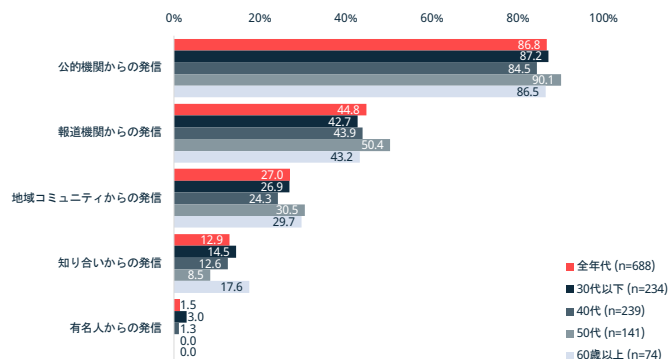
災害時に最優先する情報源は何ですか？



- 災害時の SNS 情報、約 9 割は「公的機関」による発信を信頼。2 位「報道機関」の約 2 倍

また、SNS 上で信頼できる情報発信源を聞いたところ、約 9 割の人が「公的機関」(86.8%)と回答しており、情報収集手段として半数が最優先していた「報道機関」(44.8%)の約 2 倍という結果となりました。SNS におけるデマやフェイクニュースが問題となっている中、1 次情報を得ようとする情報リテラシーの高さが伺えます。

信頼できる災害時の SNS 情報発信源は何ですか？



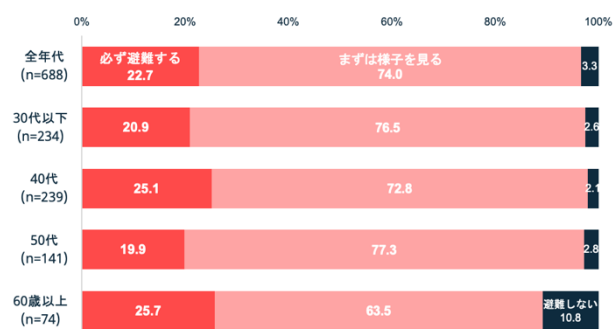
2. 災害時の避難意識

- 「避難指示」が発令されたら「まずは様子を見る」が 7 割

次に、住まいのエリアに「避難指示」が発令された場合の避難意識について尋ねたところ、「まずは様子を見る」と回答する人が 74.0%で最も多く、「必ず避難する」(22.8%)のは 5 人に 1 人という結果となりました。

特に、60 歳以上の約 6 割は「避難指示」が発令されても「まずは様子を見る」と回答しており、他の年代に比べて「避難しない」と回答する人が約 4 倍いることがわかりました。

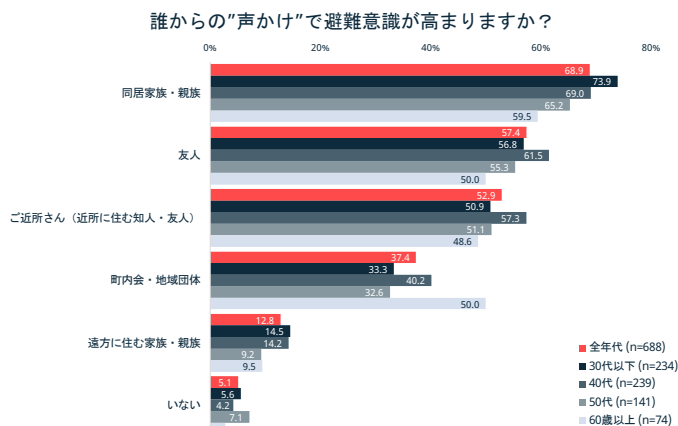
住まいのエリアに避難指示が発令されたら？



● 遠方に住む家族・親族よりも「近所の人」からの声かけで避難意識が高まる傾向

続いて、避難を促す「声かけ」による避難意識の変化について調査しました。誰からの声かけが避難意識を高めるかを尋ねたところ、「同居家族・親族」（68.9%）が最多で、次いで「友人」（57.4%）、「ご近所さん（近所に住む知人・友人）」（52.9%）となりました。

一方、「遠方に住む家族・親族」は12.8%にとどまり、災害時には同じ地域で暮らしている近隣住民同士による声かけの方が、避難意識を高め、命を守る行動につながりやすいと考えられます。

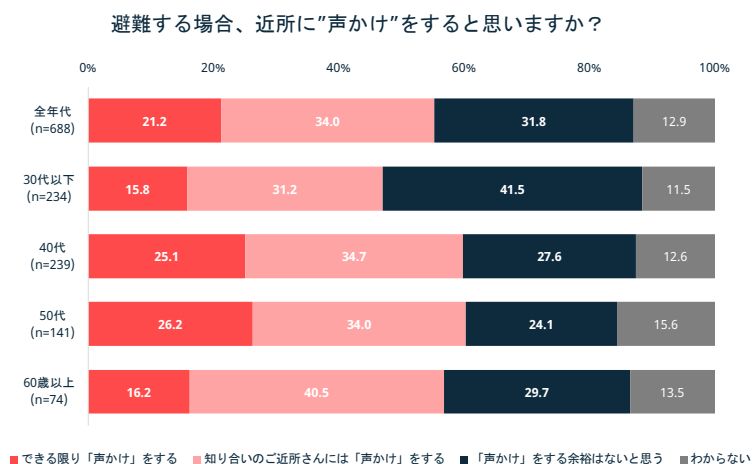


3. 避難時の声かけ行動

● 避難する場合、「知り合いのご近所さんには声かけする」という人が最多 34.8%

避難意識を高める「声かけ」行動について、実際に避難すること決めた場合、近所に声かけをしようか聞いたところ、「できる限り声かけをする」という人は約2割で、「知り合いのご近所さんには声かけする」（34.8%）人が最多となりました。

年代別でみると、40～50代の4人に1人が「できる限り声かけをする」と回答しており、知り合いのご近所さんへの声かけを含めると、40～50代の6割以上が積極的に声かけをする年代だと言えます。一方、乳幼児のいる家庭が多いとみられる30代以下では、「声かけをする余裕はない」が41.5%と最も多い割合となりました。



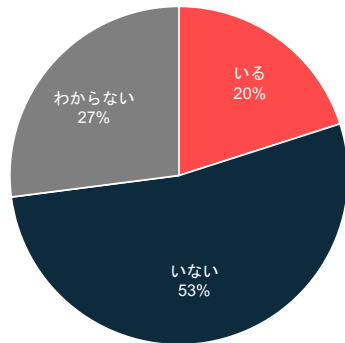
4. 災害時の頼り先

● 遠方に住む家族よりも「ご近所さん」を頼る人が40代以上で3割超え

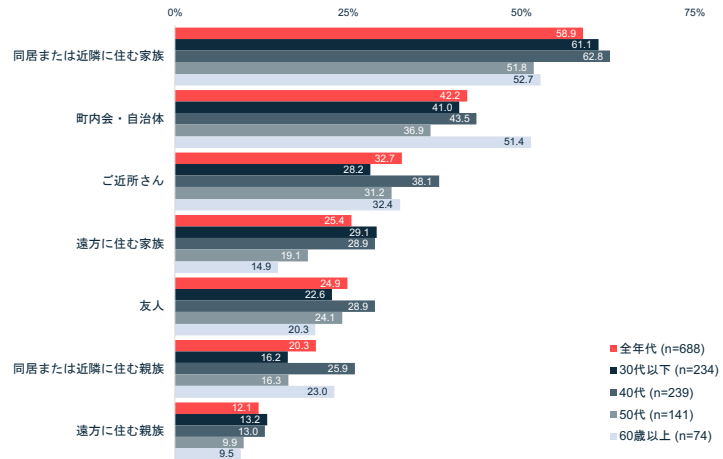
実際に災害に遭った場合、頼りにしている人・団体がいるかを調査しました。その結果、「いる」と回答する人は2割にとどまり、「いない」（52.9%）と「わからない」（27.0%）で8割を占めました。

災害時に頼りにしたい人・団体のトップ3は全体で「同居または近隣に住む家族」（58.9%）、「町内会・自治体」（42.2%）、「ご近所さん」（32.7%）でした。年代別で見ると、40代以上になると「遠方に住む家族」を頼るよりも「ご近所さん」を頼るようになることが見えてきます。

災害に遭った際に頼れる人・団体はありますか？
(n=688)



災害に遭った際に頼りにしたい人・団体はありますか？

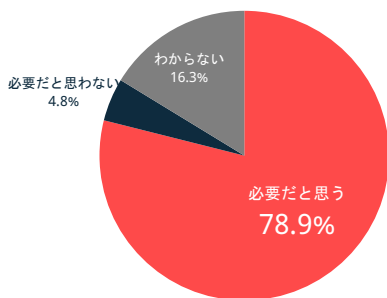


● いざという時に助け合えるご近所付き合い「必要」8割、30代から40代にかけて意識に変化

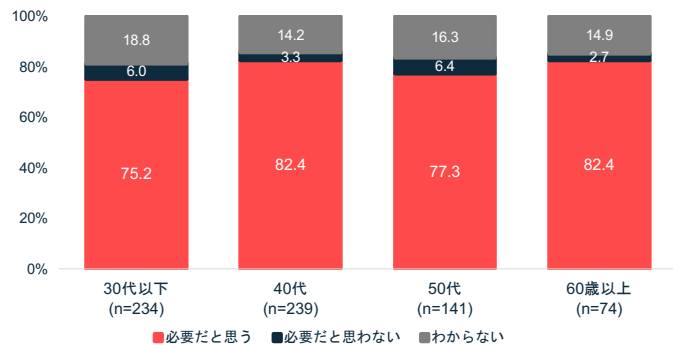
最後に、いざという時に助け合えるご近所付き合いは必要だと思うか聞いたところ、約8割の人が「必要」（78.9%）と回答しました。

年代別では、40代と60歳以上で「必要だと思う」割合が最多（ともに82.4%）で、30代以下（75.2%）から40代にかけて必要性をより実感すると考えられます。50代では「必要だと思う」割合が微減となりますが、60歳を超えると再びご近所付き合いを必要とする人が増加することがわかりました。

いざという時に助け合える
ご近所付き合いは必要だと思いますか？
(n=688)



いざという時に助け合える
ご近所付き合いは必要だと思いますか？
<年代別>



■ まとめ：非常時にこそ生きる、「ご近所付き合い」はフェーズフリー

今回の調査結果から、災害時など有事の際には、ご近所さん同士による地域での助け合い（共助）が人々の避難意識や行動を変えることがわかりました。日常的な「ご近所付き合い」が、非常時にも役立つフェーズフリーな防災対策になると言えます。

共働き世帯が増加し生活スタイルが多様化する現代において、日常的なご近所付き合いに求められるのは、目的のある緩やかなつながりです。PIAZZAが提供する地域コミュニティアプリ「ピアッツァ」は、日常生活における大小様々な問題や困りごと等があった時に、地域の人々で支え合えることを目指しています。今後は、ご近所さん同士の助け合いをさらに促進し、ご近所さんのお手伝いをきっかけに日常的な「ご近所付き合い」が生まれるサービスの開発・提供も進めていきます。

報道関係者お問い合わせ先

PIAZZA 株式会社 広報（倉本） MAIL：pr@piazza-life.com TEL：03-4500-8609

■ 「防災意識アンケート」調査概要

- 調査期間：2024年8月26日～9月9日
- 調査主体：PIAZZA 株式会社
- 調査方法：インターネット調査
- 調査対象：地域コミュニティアプリ「ピアッツァ」ユーザー
- 有効回答数：688名
- 回答者属性
 - ▽ 性別) 女性：73.8%／男性：25.0%／性別未回答：1.2%
 - ▽ 年代) 30代以下：34.0%／40代：34.7%／50代：20.5%／60歳以上：10.8%
 - ▽ 子ども有無) 子ども有り：75.7%／子ども無し：24.3%

※本調査における構成比の数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計値は必ずしも100%とならない場合があります。

■ PIAZZA 株式会社について

“人々が支え合える街をつくる”というミッションのもと、地域コミュニティアプリ「ピアッツァ」の開発・運営やコミュニティ施設を企画・運営し、地域の住民同士やそこで働くひとたちをつなぎ、リアルとデジタルを掛け合わせたまちづくりに取り組む。グローバルで進む都市化とともに、希薄化する地域内でのコミュニケーション、その受け皿となる地域コミュニティの減少を起因とした社会課題の解決を目指す。

社名：PIAZZA 株式会社 (<https://www.about.piazza-life.com/>)

所在地：東京都中央区日本橋茅場町1丁目10番8号 グリンヒルビル5階

代表者：代表取締役 矢野 晃平

設立日：2015年5月

ミッション：人々が支え合える街をつくる

事業内容：地域コミュニティアプリの開発・運営／コミュニティ型スペースの企画・運営／ローカルプロモーション支援／エリアマネジメント

報道関係者お問い合わせ先