

2026年8月26日

損害保険ジャパン株式会社

防災の日に向けた防災意識調査を実施 ～「フェーズフリー」の認知度は2割、一方で5割以上が日常生活で実践～

損害保険ジャパン株式会社(代表取締役社長:石川 耕治、以下「損保ジャパン」)は、9月1日の「防災の日」に先立ち、全国の男女1,036名を対象に、防災に関する意識調査を実施しました。

1. 調査実施の背景

近年、日本各地で自然災害が頻発しており、2026年には防災庁の新設が予定されるなど、社会全体で防災・減災への意識が高まっています。

こうした中、防災の考え方も「もしもの時だけ」の備えから、普段使いのモノやサービスを災害時にも役立てる「フェーズフリー※」へと広がりを見せています。しかし、この新しい防災の考え方がどの程度認知され、生活に浸透しているのかは、十分に明らかではありませんでした。そこで本調査では、フェーズフリーの認知・実践状況や、無理なく取り組める防災行動の実態を明らかにすることを目的に実施しました。

※日常時と非常時という2つの局面(フェーズ)を区別せず、普段利用しているモノやサービスを、災害時にも役立てるという新しい防災の考え方。

2. 調査結果のポイント

■「フェーズフリー」の認知度は2割、一方で5割以上は実践

「フェーズフリー」という言葉を知っている方は22.2%にとどまりました。一方で、日常生活でも災害時にも役立つグッズを保有している方は56.3%となり、多くの方が言葉は知らなくても、フェーズフリーを実践していることが分かりました。

■防災グッズは「ある」から「使い続ける」へ 最大の課題は「管理」 44.1%が管理を忘れがち

フェーズフリーを実践する上での課題として、「充電や消費期限などの管理を忘れがちになること」が44.1%で最も多く、防災グッズを保有するだけでなく、日頃から維持・管理することが新たな課題となっている実態が明らかになりました。

■在宅避難への備えは3～5日分が最多 長期化への備えには課題

防災グッズを備えている方のうち、現在の備蓄量で在宅避難できる期間は「3日～5日分」が46.6%で最多となりました。政府が推奨する1週間程度以上の備蓄を確保している方は限定的であり、長期間のライフライン停止への備えには課題が残る結果となりました。

■防災は「特別な備え」から「日常の習慣」へ

今後取り入れたい防災行動では、「ローリングストックやこまめな充電を習慣づける」が37.8%で最も多く、「災害時にも役立つ機能を意識して商品を選ぶ」(30.2%)、「家にある日用品を防災目線で見直す」(28.3%)と続きました。日常生活の延長線上で無理なく防災を取り入れようとする意識が広がっていることがうかがえる結果となりました。

3. 調査概要

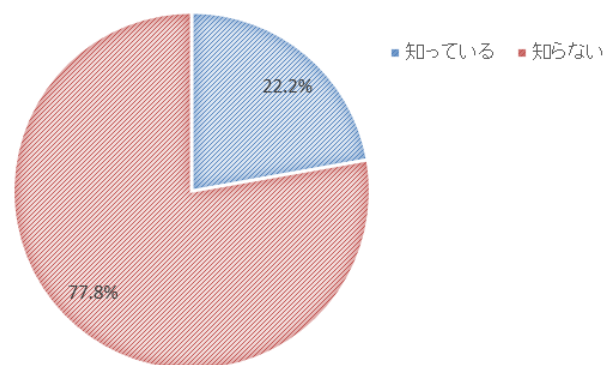
- (1)調査期間: 2026年7月16日～2026年7月22日
(2)調査方法: インターネット調査(無記名)
(3)調査対象地域: 全国47都道府県
(4)調査対象者(有効回答数): 全国の男女1,036人

4. 調査結果

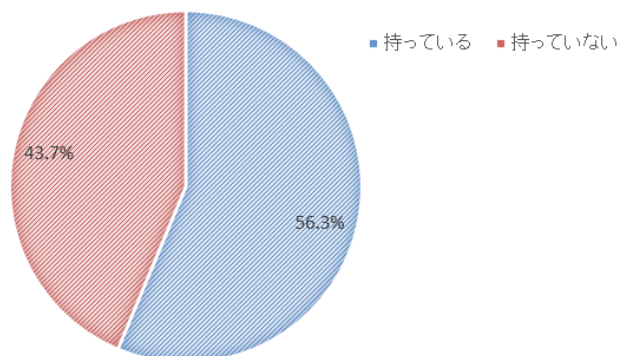
■「フェーズフリー」の認知度は2割、一方で5割以上は実践

「フェーズフリー」という言葉を知っているか尋ねたところ、「知っている」と回答した方は22.2%、「知らない」が77.8%となり、約8割が認知していないことが分かりました。一方で、「フェーズフリー」の代表的なグッズ(ポータブル電源、モバイルバッテリー、ローリングストック食品、カセットコンロ、懐中電灯など)を保有しているか尋ねたところ、「持っている」が56.3%となり、半数以上が保有していることが分かりました。つまり、多くの方は「フェーズフリー」という言葉は知らなくても、結果的に日常生活の中でフェーズフリーを実践していることが明らかになりました。

Q. 「フェーズフリー」という言葉を知っていますか？



Q. 日常生活でも使いながら、災害時にも役立つ「フェーズフリー」の主なグッズ(ポータブル電源、モバイルバッテリー、アウトドア用品、消費しながら備えている(ローリングストック)食料品・飲料水、カセットコンロ、蓋付きタンブラー、レジャーシート、懐中電灯など)を持っていますか？



<世帯構成別に見ると>

世帯構成別では、未就学児のいる子育て世帯では「フェーズフリー」という言葉の認知率が25.2%と全体(22.2%)を上回りました。一方、フェーズフリーグッズの保有率は、夫婦のみ世帯および子育て世帯で高い傾向が

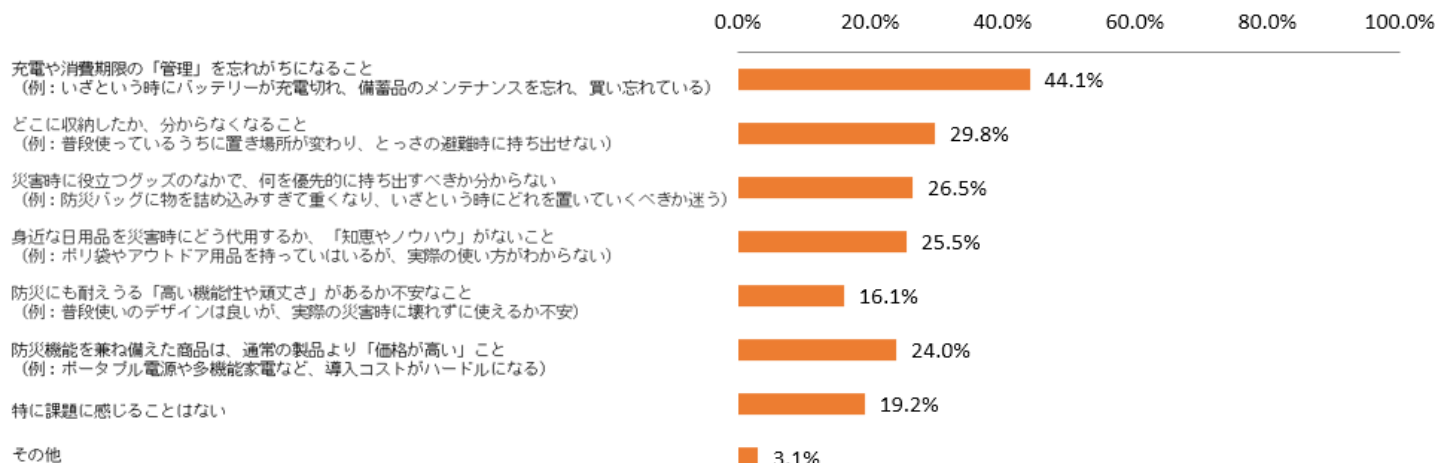
見られました。日常生活と災害への備えを両立させたいという意識が、子育て世帯を中心に広がっていることがうかがえます。

■フェーズフリー実践の最大の課題は「管理」

フェーズフリーを実践する上で課題と感ずることを尋ねたところ、「充電や消費期限などの管理を忘れがちになる」が44.1%で最も多くなりました。続いて、「どこに収納したか分からなくなる」が29.8%、「何を優先して持ち出せばよいか分からない」が26.5%、「日用品を災害時にどう代用するか、『知恵やノウハウ』がないこと」が25.5%、となりました。

近年は、防災用品を「持つこと」だけではなく、普段から使いながら適切な状態を維持することが重要になっていきます。今回の調査からも、防災の課題が「購入」から「運用・管理」へ移りつつある実態が明らかになりました。

Q. フェーズフリーを実践するうえで課題に感ずること



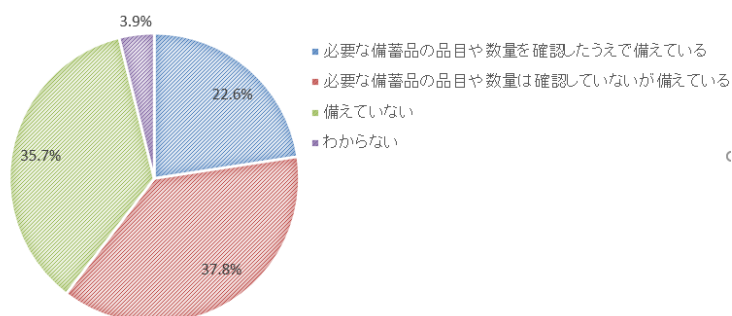
■在宅避難への備えは「3～5日分」が最多 長期化への備えには課題

現在備えている防災グッズで、ご家族全員が何日程度生活できると思うか尋ねたところ、「3日～5日分」が46.6%で最も多くなりました。一方、「1週間分」と回答した方は26.5%、「2週間以上分」は4.7%にとどまりました。

近年は、大規模災害発生時に「在宅避難」が重要な選択肢として位置付けられていますが、ライフラインが長期間停止するケースも想定すると、十分な備蓄量を確保できている家庭はまだ限定的であることが分かりました。

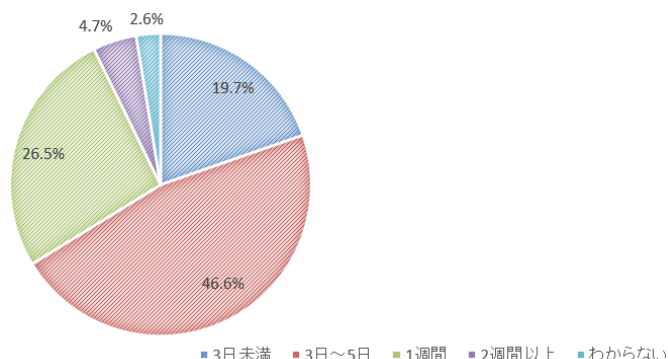
また、「防災グッズを備えている」と回答した方は60.4%となり、防災意識は一定程度浸透している一方、「必要な品目や数量まで確認した上で備えている」は22.6%にとどまりました。備えるだけではなく、「何を」「どれだけ」備えるかという質の向上も今後の課題と言えます。

Q. 防災グッズを備えていますか



Q. 以下を目安とした場合、自宅での在宅避難を想定して、現在備えている防災グッズ・備蓄品で、ご家族全員が何日程度生活できると思いますか。

<備蓄量目安(1人あたり・1日分)> ※在宅避難を想定 した備蓄量の一例です。 ・飲料水:3リットル ・食料(主食・副食):3食分 ・携帯(簡易)トイレ:5回分 ・カセットコンロ・ボンベ:温かい食事を作るための熱源 ※出典:新宿区「災害への備え(在宅避難の備蓄品)」を参考に作成。
--

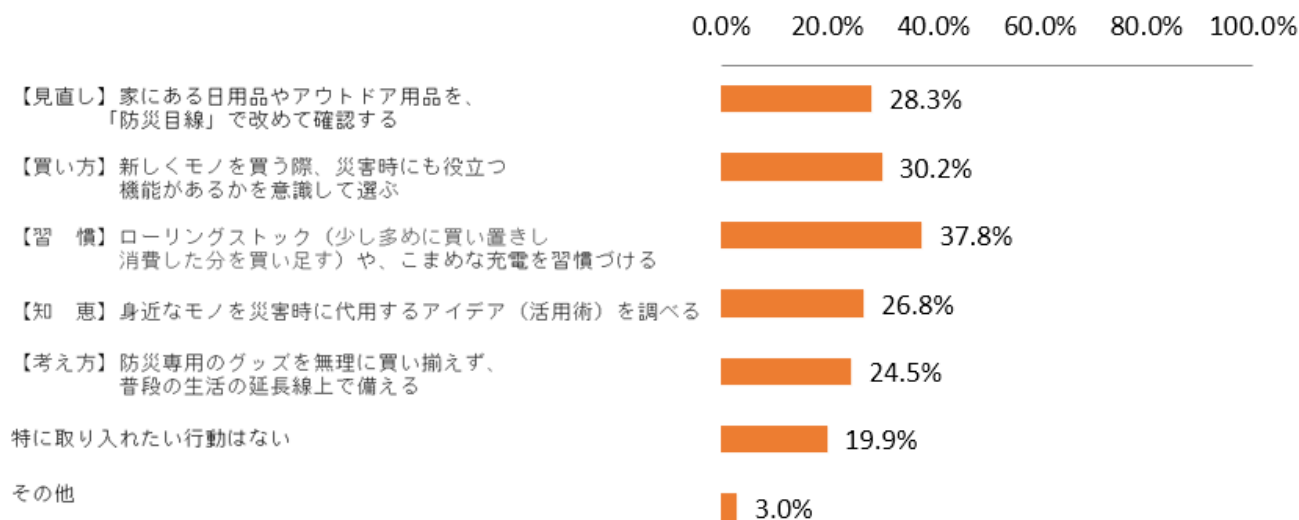


■防災は「特別な備え」から「日常の習慣」へ

今後取り入れてみたい防災行動について尋ねたところ、最も多かったのは「ローリングストックや、こまめな充電を習慣づける」(37.8%)でした。続いて、「災害時にも役立つ機能がある商品を選ぶ」が30.2%、「家にある日用品を防災目線で見直す」が28.3%、「身近なモノを災害時に代用するアイデアを調べる」が26.8%となりました。

従来の「災害時だけのために備える」という考え方だけでなく、日常生活の中で無理なく継続できる防災への関心が高まっていることがうかがえる結果となりました。

Q. 今後取り入れてみたいフェーズフリーの行動



5. 広報担当者コメント

今回の調査では、「フェーズフリー」という言葉の認知度は約2割にとどまる一方、5割以上の方が日常生活の中でフェーズフリーを実践していることが分かりました。これは、防災を特別なものとして意識しなくても、普段の生活の中で自然と災害への備えにつながる行動が広がり始めていることを示しています。

一方で、防災グッズの充電や消費期限の管理、備蓄量の不足など、日常的な「運用・管理」が課題となっていることも明らかになりました。防災は、一度備えて終わりではなく、日々の暮らしの中で無理なく続けることが重要です。

今回の調査をきっかけに、「フェーズフリー」という考え方を通じて、防災を特別なものではなく、毎日の暮らしの延長として取り入れ、一人でも多くの方が継続的に災害への備えを実践していただければ幸いです。

6. 損保ジャパンの自然災害への備えに関する取組み

損保ジャパンは、子どもたちとその保護者を対象として、災害から身を守るための知識や安全な行動を身に付けてもらうことを目的とした防災教育プログラム「防災ジャパンダプロジェクト」を実施しています。NPO法人プラス・アーツと愛知人形劇センターの企画協力のもと、防災を学ぶ様々なコンテンツを用意しています。

全国各地で自治体や企業の皆さまとともに開催する防災イベントなどにおいて、幅広い年齢層の方々も含めたワークショップを実施し、累計約186,000人(2026年3月末)に参加いただいています。

また、一部のワークショップは、損保ジャパン公式ホームページ(<https://www.sompo-japan.co.jp/csr/environment/eco/bousai/>)で紹介しており、いつでも、どこでも、誰もが防災について学べる機会を提供しています。

(1) 主なコンテンツ

① SOMPO流「逃げ地図」※づくりワークショップ

目標とする避難地点までの時間を色鉛筆で塗り分ける手作りの地図で、道路や通路が色塗りされることで直感的に危険な場所や逃げる方向を理解することができます。地域住民などが自ら作成すること、地図を見ながら参加者同士で話し合うことがワークショップの特徴で、地域課題の発見や世代間のリスクコミュニケーション促進にもつながります。

※「逃げ地図」は株式会社日建設計の登録商標です。



② 防災リュックを考えよう

災害時に自分が必要だと思うアイテムをパズルのピースから選び、楽しみながらオリジナルの防災リュックを完成させるパズルゲームです。ゲーム後には、主要な防災アイテムの解説や災害に備えて家族で考えておくことなどを記載したチラシと、氏名・住所・血液型・常備薬や持病等、緊急時に救援を受けるための手助けとなる情報を記入する「防災カード」を配布し、改めて家族で防災について考える機会を提供します。



③ SOMPOで学防ツチャ

「SOMPOで学防ツチャ(まなぼつちゃ)」は、年齢や性別、障害の有無に関わらず楽しめるパラスポーツ「ボツチャ」をもとに、避難生活で役立つアイテムを学ぶことができるツールです。災害時の自助を促すことを目的として、SOMPOちきゅう倶楽部の助成金を活用し、NPO法人石川バリアフリーツアーセンターと共同開発しました。地域防災力の向上に寄与するものとして様々なシーンでの活用が期待されています。



④ 防災ナゾときラリー

防災ナゾときラリーは、損保ジャパンと自動車販売会社が協力して運営する防災コンテンツです。LINEを用いてナゾを解きながら防災知識を身につける、周遊型防災ゲームです。



(2) 展開シーン

- ・自治体等が開催する防災の日のイベント
- ・自動車ディーラーでの集客イベントや企業のファミリーデー
- ・児童館や学校での防災教育
- ・商業施設、住宅団地入居者、高齢者施設などでのコミュニティ形成イベント

7. 今後について

今回の調査では、「フェーズフリー」という言葉の認知度はまだ高くない一方で、日常生活の中で防災につながる行動を実践している方が多いことが明らかになりました。

また、防災グッズの備蓄は進んでいるものの、備蓄量や日常的な管理には依然として課題があることも分かりました。

今後は、防災を「非常時のための特別な備え」として捉えるだけでなく、日常生活の中で無理なく継続できる取り組みとして定着させていくことが重要です。損保ジャパンは、本調査結果を広く発信するとともに、防災ジャパンダプロジェクトなどを通じて、防災・減災に関する情報提供や啓発活動を継続し、一人ひとりが自分らしい備えを実践できる社会の実現に貢献していきます。

以上