



Press Release

【報道関係各位】

全国 20 万人防災意識調査

災害時に「自宅で避難生活」希望者が 73%も、「在宅避難」を理解する人はわずか 15%にとどまる

2026 年 10 月 20 日

株式会社マクロミル

株式会社マクロミル（本社：東京都港区、代表取締役社長 CEO：佐々木徹 以下当社）は、全国 20 万人を対象とした「災害や防災に関する調査」を実施しました。その中から、国や自治体などが、避難方法の選択肢の一つとして公式に推奨・推進する「在宅避難」に関する最新の調査結果を発表します。

■ 調査結果 トピックス

1. 大規模災害による被災直後、自宅に危険性がない場合に「在宅避難」を希望する人は 73%
2. 在宅避難を「詳しく理解している」は 15%にとどまる。残り 85%への知識や備えなど「啓発活動」が不可欠
3. 大規模災害に被災した人が実際に困ったこと、
1 位「食料・水の確保」、2 位「ライフラインの停止」、3 位「精神的ストレス」

■ 調査背景・目的

7 月 28 日に発生した熊本地震から間もなく 3 カ月が経過します。熊本地震後も、千葉県、富山県、石川県、福井県の大雨に伴う災害などが続く中、11 月 2 日には防災・減災および災害応急対策などの管理体制強化に向けた「防災庁」が設置されます。防災意識が高まる状況下、マーケティングリサーチを生業とする当社にできる活動として本調査を実施しました。今後起こり得る災害への備えに貢献することを目的に、生活者の防災意識の現在地と、新たな防災対策に関する意識をデータで明らかにしました。

今回は、「在宅避難」についてフォーカスします。「在宅避難」とは、災害発生時に自宅やその周辺に危険性がない場合、避難所へ移動せずそのまま自宅で避難生活を送るという避難方法で、避難所の混雑緩和や避難者のストレス緩和などのメリットから、国や自治体などが推奨・推進しています。

■ 本チャリティーの取り組みについて

本調査は「チャリティーアンケート」として、当社のアンケートパネル会員であるマクロミルモニタの皆さまにご協力を依頼し、20 万人の方々にご回答いただきました。回答いただいたポイント（本来は回答者の皆さまに進呈されるもの）を還元し、当社より日本赤十字社を通じて、令和 8 年熊本地震、令和 8 年千葉豪雨、令和 8 年富山県・石川県・福井県の大雨による被災地へ全額寄付いたします。

過去の取り組み：<https://www.macromill.com/sustainability/donation-record.html>

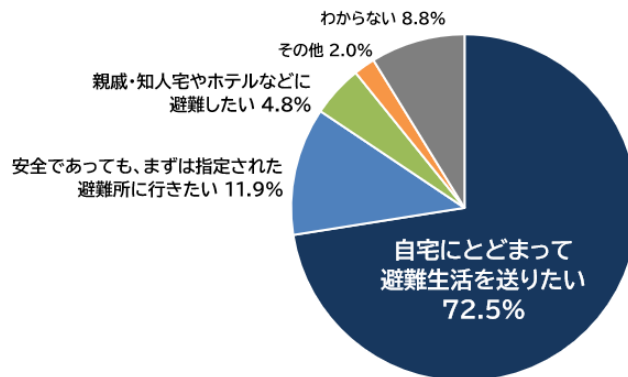
■ 調査結果 詳細

1. 大規模災害による被災直後、自宅に危険性がない場合に「在宅避難」を希望する人は 73%

大規模災害に被災し、自宅倒壊や浸水などの危険がない場合、「自宅にとどまって避難生活を送りたい」と回答した人が7割を超えました。自宅の安全が確保されている状況においては、過半数を大きく超える人が「在宅避難」を選択したい意向を示しています【図表 1】。

●大規模災害による被災の直後、自宅に危険性がない場合に希望すると思う避難行動

回答者：全国200,000人／単一回答



【図表 1】大規模災害による被災直後、自宅に危険性がない場合に、望ましい・希望すると思う避難行動

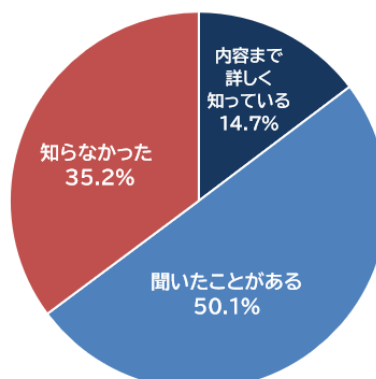
2. 「在宅避難」を詳しく理解している人は 15%にとどまる。残り85%への具体的な知識や備えに関する「啓発活動」が不可欠

避難方法の一つに「在宅避難」という選択肢があることを知っているか尋ねたところ、具体的な備えや行動手順といった「内容まで詳しく知っている」層は14.7%にとどまりました。一方、「聞いたことがある」が50.1%で最多となり、言葉の認知は広がっている様子がうかがえます。なお、言葉自体を「知らなかった」層も35.2%にのびりました【図表 2】。

大規模災害時に72.5%の人が「自宅での避難生活」を希望【図表 1】する一方で、85.3%の人が「在宅避難」に関する具体的な理解が追いついていないのが現状です。避難者の心身の負担軽減や避難所の混雑緩和に向けた実践的な啓発活動が求められています。

●避難方法の一つ、「在宅避難」の認知状況

回答者：全国200,000人／単一回答



【図表 2】避難方法の一つ、「在宅避難」の認知状況

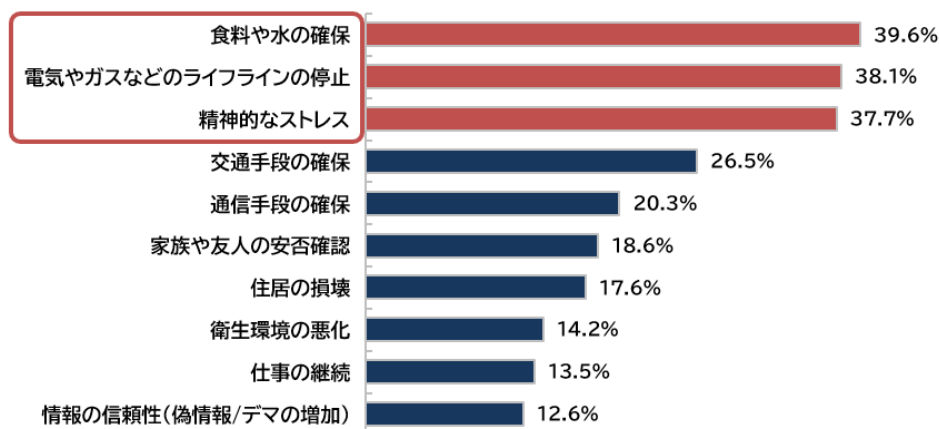
3. 大規模災害に被災した人が実際に困ったこと、1 位「食料・水の確保」、2 位「ライフラインの停止」、3 位「精神的ストレス」

避難指示をともなう大規模災害の経験者（34,002 人）に対し、実際にどのようなことに困ったかを尋ねたところ（複数回答）、最多は「食料や水の確保（39.6%）」、次いで「ライフライン（38.1%）」、「精神的なストレス（37.7%）」が上位となりました【図表 3】。

在宅避難の実践には「家庭での自立した備蓄」や「インフラ代替手段の準備」が不可欠です。また、避難所生活で生じやすいプライバシーの欠如や衛生環境悪化によるストレスを回避できるという観点からも、「在宅避難」が推奨されています。このように、被災経験者のリアルな声からも、正しい在宅避難の知識向上と環境づくりの推進が急務であることが浮き彫りとなりました。

●避難指示がともなう大規模災害の経験者が、実際に困ったこと（上位10）

回答者：大規模災害（避難指示あり）経験者 34,002 人／複数回答



【図表 3】避難指示がともなう大規模災害の経験者が、実際に困ったこと（上位 10）

■ 総括コメント

大規模災害が発生した際の避難方法として、「自宅での避難生活」を希望する割合と、「在宅避難」への理解率との間に大きな乖離が見られました。これは、今後の防災啓発における重要な課題であると捉えております。11 月の「防災庁」設置を控え、本調査結果から明らかになった生活者の防災意識の現在地が、各種防災対策の見直しやご家庭での備え強化につながることを願っております。

本調査にご参加いただいた 20 万人ものモニタの皆さまのご協力に深く感謝申し上げますとともに、寄せられた想いを寄付金として被災地の皆さまへ確実にお届けし、支援の一助としてまいります。（広報担当）

■ 調査レポート

本調査結果のフルレポートは以下よりご覧いただけます。

https://www.macromill.com/wp-content/uploads/files/press/release/pdf/20261020_macromill.pdf



■ 調査概要

調査方法 : インターネットリサーチ
調査地域 : 全国
調査対象 : 全マクロミルモニタ会員
有効回答数 : 200,000 人
割付方法 : 割付なし（全数回収）
調査期間 : 2026 年 9 月 4 日（金）～2026 年 9 月 15 日（火）

※本文の数値は小数点第 2 位で四捨五入しています。そのため合計が 100%とならない場合があります。

以 上

■ 株式会社マクロミルについて

マクロミルは「Build your Data Culture」をビジョンに掲げ、創業以来培ってきたデータネイティブな発想を活かし、お客様のビジネスに成功をもたらす Data Culture 構築の原動力となることを目指しています。世界 90 以上の国と地域で 1.3 億人、日本国内では 3,600 万人に及ぶ業界トップクラスの規模と品質を誇るパネルネットワークを強みに、リサーチをはじめとする多様なデータから生活者の深いインサイトを導き出し、マーケティング課題に対する最適なソリューションを提供します。

【株式会社マクロミル 会社概要】

代表者 : 代表取締役社長 CEO 佐々木徹
本社 : 東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー 11F
創業 : 2000 年 1 月 31 日
事業内容 : マーケティングリサーチおよびデジタル・マーケティング・ソリューションの提供
URL : <https://www.macromill.com>

※引用・転載時のお願い

本リリースの著作権は、株式会社マクロミルが保有します。引用・転載される際は、必ず「マクロミル調べ」と出典を明記いただけますようお願い申し上げます。またその際は、掲載先・掲載内容について以下お問い合わせ先までご一報ください。

－ 本件に関するお問い合わせ先 －

株式会社マクロミル 広報・ブランドマネジメント部 度會
TEL : 03-6716-0707 MAIL : press@macromill.com
URL: <https://www.macromill.com>