

## ～災害時の情報収集方法を世代別に調査～

### 災害時の情報取得メディア、全世代ではテレビが最多 57.2%

### Z世代ではTwitterが最多の55.6%

### 「情報が早いメディア／信頼できるメディア」でもZ世代はTwitterが首位に

### 災害伝言ダイヤル(171)の利用経験は全体で14.3%

### 未利用者の56.1%が緊急時に使いこなせる自信なしと回答

### 「災害時のフェイクニュース」3人に1人が信じてしまった経験あり(若年層ほどリスク高)

安全靴や作業着等を販売する通販サイト、ミドリ安全.com (<https://midori-anzen.com/>) は、9月1日の防災の日に向けて、Z世代からベビーブーマー世代までの全国の男女1,000名を対象に、災害時の情報取得方法やフェイクニュースへの接触実態に関する実態調査を実施いたしました。

#### 【結果概要】

■ 災害時の情報取得メディア、全世代ではテレビが最多 (57.2%)

Z世代ではTwitter (55.6%) がテレビ (34.8%) を上回り最多、YouTube (31.2%) も3位に

※災害情報が最も早いと思うメディア／災害情報が最も信頼できるメディアでも、Z世代ではTwitterが首位に(それぞれ42.1%/24.0%)。緊急時に最も繋がりやすいと思うSNSメディアは、

Z世代・ミレニアル世代ではTwitter、ジェネレーションX・ベビーブーマー世代ではLINEが首位

■ 災害用伝言ダイヤル(171)の利用率は全体で14.3% (Z世代で28.0%、ミレニアル世代で16.4%と若年層が高い傾向)

171を利用したことの無い方の56.1%が「利用方法が分からず、緊急時に使いこなす自信なし」と回答

■ 災害時の「フェイクニュース」全体の42.6%が騙されない自信ありと回答

一方、3人に1人が実際に信じてしまった経験あり (Z世代では4割が信じてしまった経験あり)

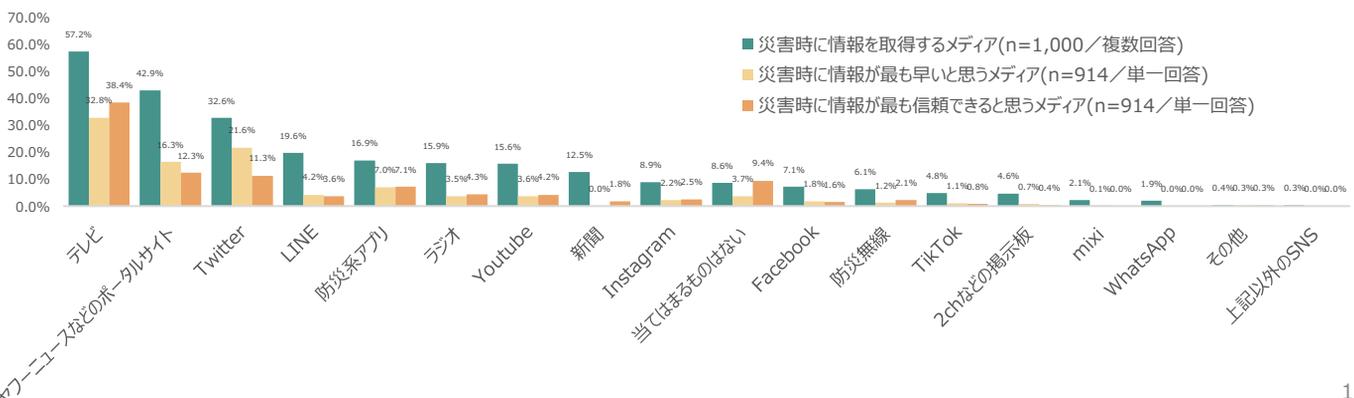
■ フェイクニュースの見分け方などのリテラシー教育を受けたことがある 全世代で19.8% (Z世代では40.0%と最多)

#### 地震や火事などの緊急災害発生時に情報を得ているメディア

	全世代(n=1,000)	Z世代(n=250) <18~27歳>	ミレニアル世代(n=250) <28~42歳>	ジェネレーションX(n=250) <43~57歳>	新人類・ベビーブーマー(n=250) <58~76歳>
1位	テレビ 57.2%	Twitter 55.6%	テレビ 52.4%	テレビ 64.8%	テレビ 76.8%
2位	ヤフーニュースなどのポータルサイト 42.9%	テレビ 34.8%	ヤフーニュースなどのポータルサイト 45.2%	ヤフーニュースなどのポータルサイト 57.2%	ヤフーニュースなどのポータルサイト 49.2%
3位	Twitter 32.6%	YouTube 31.2%	Twitter 39.2%	Twitter 25.2%	ラジオ 26.0%

#### 災害時の情報取得メディア、Z世代ではテレビをTwitterが上回る結果に

地震や火事などの緊急災害発生時に、どのメディアで情報を得ることが多いかを聞いたところ全世代で最も多かった回答は「テレビ (57.2%)」で、次いで「ヤフーニュースなどのポータルサイト (42.9%)」「Twitter (32.6%)」と続きました。世代別に見てみると、Z世代ではテレビ (34.8%) をTwitter (55.6%) が上回る結果となり、Twitterが災害時の重要な情報収集ツールとして使われていることが分かりました。



## 地震や火事などの緊急災害情報が最も早いと思うメディア

	全世代(n=914)		Z世代(n=221) <18~27歳>		ミレニアル世代(n=224) <28~42歳>		ジェネレーションX(n=229) <43~57歳>		新人類・ベビーブーマー(n=240) <58~76歳>	
1位	テレビ	32.8%	Twitter	42.1%	テレビ	27.2%	テレビ	38.9%	テレビ	48.8%
2位	Twitter	21.6%	テレビ	14.9%	Twitter	25.0%	ヤフーニュースなどのポータルサイト	22.7%	ヤフーニュースなどのポータルサイト	17.1%
3位	ヤフーニュースなどのポータルサイト	16.3%	YouTube	10.9%	ヤフーニュースなどのポータルサイト	19.6%	Twitter	13.1%	防災系アプリ	9.6%

## 地震や火事などの緊急災害情報が最も信頼できると思うメディア

	全世代(n=914)		Z世代(n=221) <18~27歳>		ミレニアル世代(n=224) <28~42歳>		ジェネレーションX(n=229) <43~57歳>		新人類・ベビーブーマー(n=240) <58~76歳>	
1位	テレビ	38.4%	Twitter	24.0%	テレビ	33.5%	テレビ	45.0%	テレビ	51.2%
2位	ヤフーニュースなどのポータルサイト	12.3%	テレビ	22.6%	ヤフーニュースなどのポータルサイト	16.5%	ヤフーニュースなどのポータルサイト	15.7%	ヤフーニュースなどのポータルサイト/防災系アプリ(同率)	9.6%
3位	Twitter	11.3%	YouTube	12.7%	Twitter	13.8%	当てはまるものはない	11.4%	ラジオ	7.5%

### 災害情報が早いと思うメディア、信頼できるメディアでも、Z世代ではTwitterが首位

災害時に地震や火事などの緊急災害発生時に情報を得ることが多いと回答したメディアの中で、最も情報が速いと思うメディアを聞いたところ、全世代では「テレビ」が32.8%で最も多く、次いで「Twitter (21.6%)」、「ヤフーニュースなどのポータルサイト (16.3%)」と続きました。回答を世代別に見ると、Z世代では「テレビ (14.9%)」を「Twitter (42.1%)」が大きく上回る結果となり、「YouTube」も10.9%と3位に上がりました。

また緊急災害情報が最も信頼できるメディアを聞いたところ、こちらも全体では「テレビ」が38.4%で最も多い結果となりましたが、Z世代ではテレビをTwitterが上回る同様の結果となりました。

※メディアに関する選択肢はTwitter、Facebook、Instagram、YouTube、TikTok、mixi、LINE、WhatsApp、上記以外のSNS、ヤフーニュースなどのポータルサイト、2chなどの掲示板、テレビ、新聞、ラジオ、防災系アプリ、防災無線、その他、当てはまるものはないから複数選択で回答

## 緊急時などに最も繋がりやすい(接続が安定している)と思うSNS

	全世代(n=890)		Z世代(n=235) <18~27歳>		ミレニアル世代(n=232) <28~42歳>		ジェネレーションX(n=225) <43~57歳>		新人類・ベビーブーマー(n=198) <58~76歳>	
1位	LINE	24.0%	Twitter	31.1%	Twitter	24.1%	LINE	28.9%	LINE	30.3%
2位	Twitter	21.2%	LINE	18.7%	LINE	19.4%	Twitter	16.9%	Twitter	11.1%
3位	YouTube	6.6%	YouTube	11.5%	YouTube	6.0%	YouTube	4.9%	YouTube	3.5%

### 災害時に最も繋がりやすいと思うSNSはLINEが最多

#### Z世代とミレニアル世代ではTwitterが首位に

普段SNSを利用していると回答した890人を対象に、災害時に最も繋がりやすい(接続が安定している)と思うSNSを聞いたところ、全世代で最も多かったのは「LINE (24.0%)」で、次いで「Twitter (21.2%)」、「YouTube (6.6%)」と続きました。世代別にみると、Z世代とミレニアル世代ではLINEを抑え、Twitterが首位(それぞれ31.1%、24.1%)となりました。

## 家族と連絡が取れるSNS

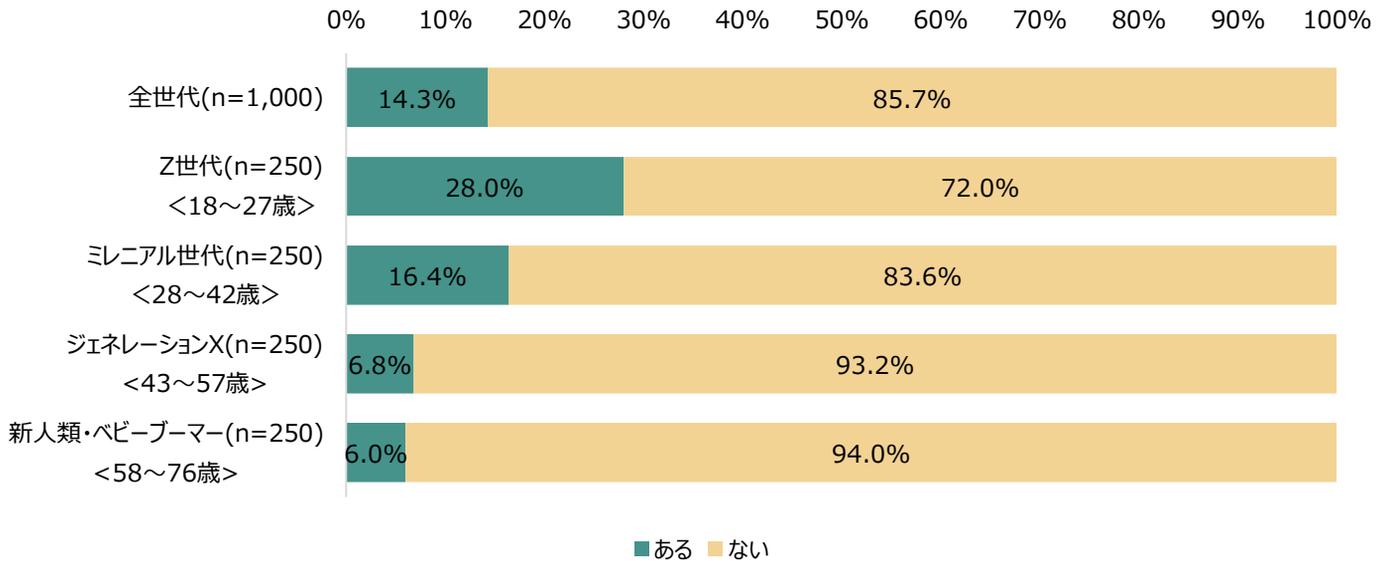
	全世代(n=890)		Z世代(n=235) <18~27歳>		ミレニアル世代(n=232) <28~42歳>		ジェネレーションX(n=225) <43~57歳>		新人類・ベビーブーマー(n=198) <58~76歳>	
1位	LINE	66.4%	LINE	63.8%	LINE	62.5%	LINE	70.2%	LINE	69.7%
2位	Twitter	9.6%	Twitter	16.2%	Twitter	12.5%	Twitter/Instagram(同率)	5.8%	Twitter/Instagram(同率)	2.5%
3位	Instagram	8.5%	Instagram	14.0%	Instagram	10.8%	Facebook	4.9%	Facebook	2.0%

### 家族と連絡が取れるSNSはLINEが最多、Z世代では16.2%がTwitterで家族と連絡可能

災害時に家族と連絡が取れるSNSを聞いたところ、全世代ではLINEが66.4%と最も多い結果となりました。Twitterで連絡が取れると回答した方も若年層で割合が高く、Z世代では16.2%と最も多い結果となりました。

※SNSに関する選択肢はTwitter、Facebook、Instagram、YouTube、TikTok、mixi、LINE、WhatsApp、その他のSNSから複数選択で回答

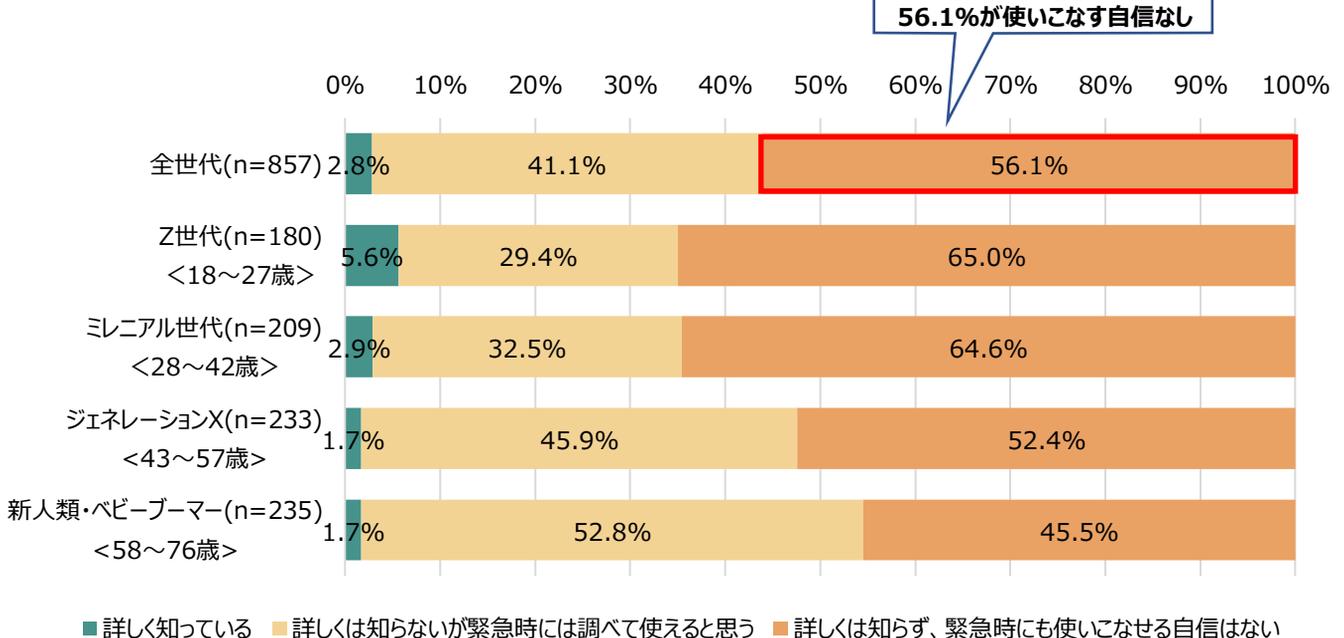
## Q.あなたは災害時の「災害用伝言ダイヤル（171）」を利用したことがありますか？ (n=1,000／単一回答方式)



### 災害用伝言ダイヤル利用率は全体で14.3%、Z世代では28.0%と高い結果に

災害時の災害用伝言ダイヤル（171）を利用したことがあるかを聞いたところ、利用率は全世代で14.3%という結果となりました。世代別ではZ世代の利用率が28.0%と高く、ミレニアル世代も16.4%と若い世代ほど利用率が高い結果となりました。

## Q.あなたは災害時の「災害用伝言ダイヤル（171）」の利用の仕方をご存知ですか？ (n=857／単一回答方式)



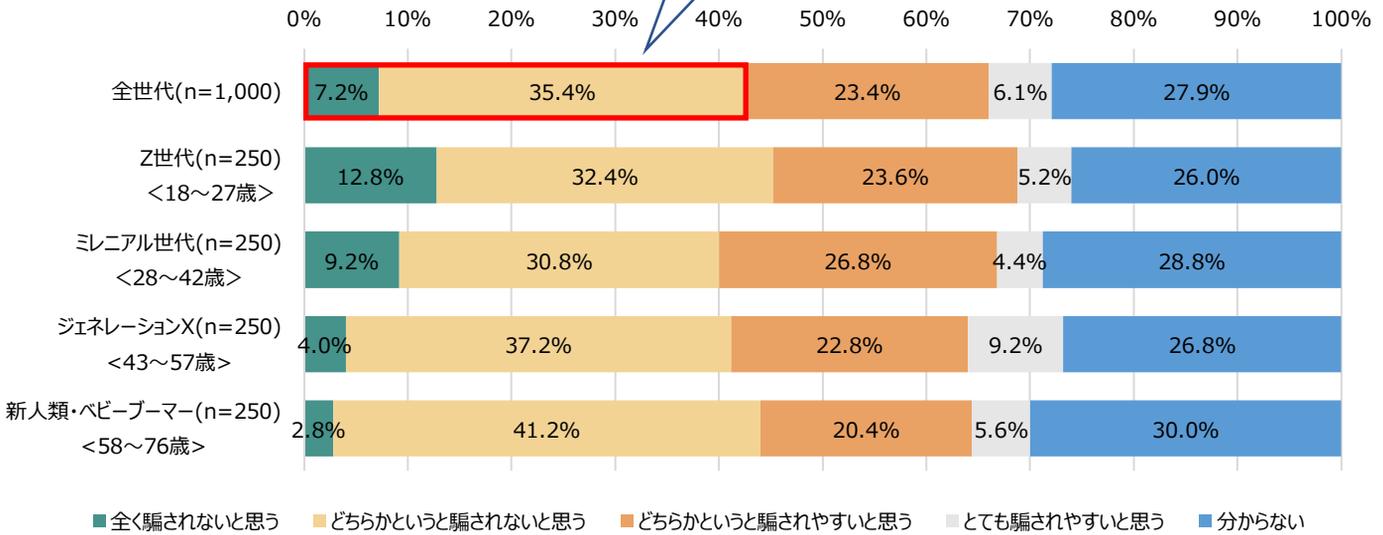
### 災害用伝言ダイヤルを利用したことの無い人の半数以上が「緊急時に使いこなす自信なし」

災害時の災害用伝言ダイヤル（171）を利用したことがないと回答した857名を対象に、利用の仕方を知っているか聞いたところ、「詳しく知っている」と回答したのは全世代では2.8%にとどまり、「詳しくは知らないが緊急時には調べて使えと思う」が41.1%、最も多かったのが「詳しくは知らず、緊急時にも使いこなせる自信はない」で56.1%という結果となりました。

いざという時にパニックにならず情報をやりとりするためにも、日頃から災害用伝言ダイヤルなどの操作方法を確認しておき、災害時の連絡方法などを家族などとも事前に共有しておくことも重要でしょう。

## Q.あなたは大きな地震などの災害時にフェイクニュースに騙されない自信はありますか？ (n=1,000/単一回答方式)

42.6%がフェイクニュースに騙されない自信ありと回答



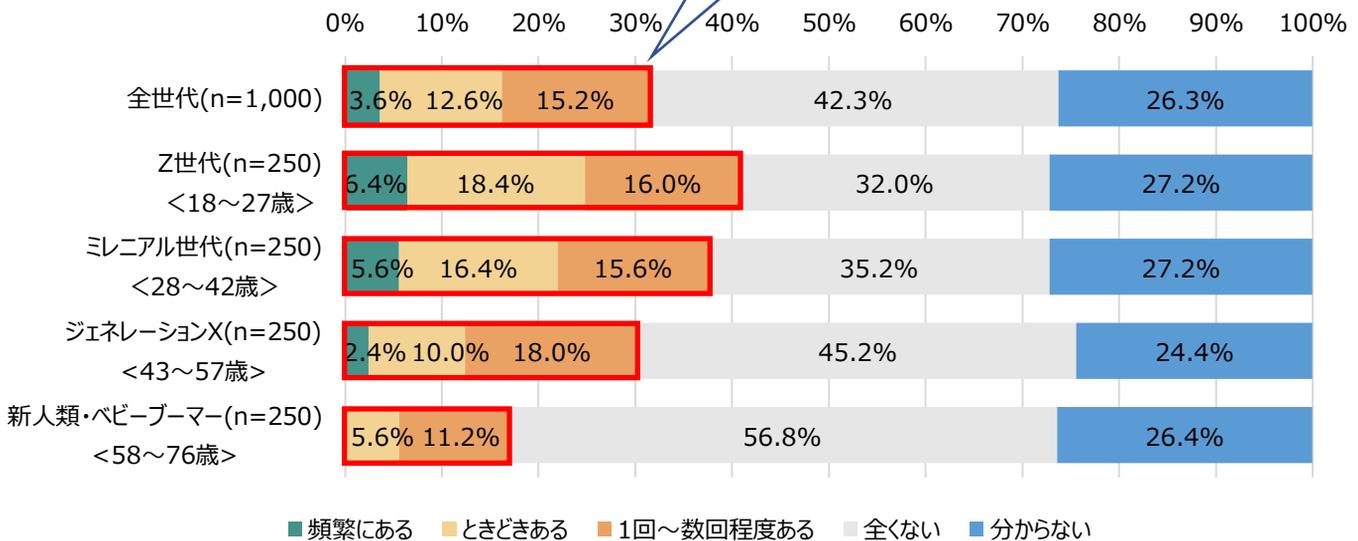
### 「災害時のフェイクニュース」42.6%が自分は騙されないと思うと回答

SNSなどが浸透し、災害時のフェイクニュースの拡散も問題となっています。そこで災害時にフェイクニュースに騙されない自信があるかどうかを聞いたところ、全世代では「全く騙されないと思う」が7.2%、「どちらかという騙されないと思う」が35.4%と合わせて42.6%が自分は騙されないと考えていることが分かりました。また「どちらかという騙されやすい」では23.4%、「とても騙されやすい」は6.1%という結果となりました。

世代別にみると「全く騙されないと思う」と回答した方はZ世代で12.8%と最も大きい結果となりました。

## Q.あなたは大きな地震などの災害時に、フェイクニュースを一時的でも信じてしまった経験がありますか？ (n=1,000/単一回答方式)

3人に1人がフェイクニュースを信じてしまった経験あり

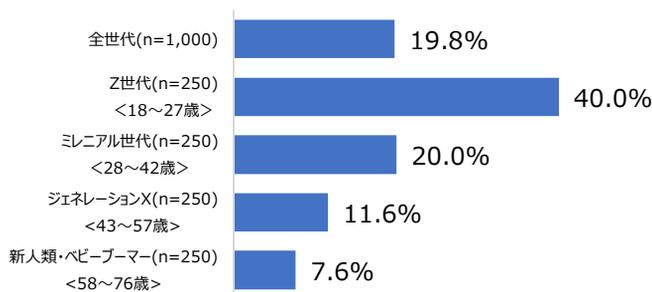


### 3人に1人は「災害時のフェイクニュース」を実際に信じてしまった経験あり Z世代では40.8%と、若年世代ほど信じてしまった割合が多い結果に

実際に災害時にフェイクニュースを信じてしまった経験を聞いたところ、全世代では「頻繁にある」と回答した方が3.6%、「ときどきある」が12.6%、「1回~数回程度ある」が15.2%で、合わせて31.4%と3人に1人が実際にフェイクニュースを1度でも信じてしまった経験があることが分かりました。

世代別では、フェイクニュースに自分は騙されないと回答した割合が最も高かったZ世代ですが、1回以上信じてしまったという方は40.8%と最も高く、騙されない自信とは裏腹に相反する結果となりました。

## フェイクニュースの見分け方など、メディアリテラシーの教育やレクチャーを一度以上受けたことがあると回答した割合(n=1,000)



## フェイクニュース対策の教育を

### 受けたことがある 19.8% (Z世代は4割に)

近年の巧妙なフェイクニュースを見分ける方法は容易ではなく、騙されないためにもメディアリテラシー教育やレクチャーを行うケースが増えてきています。そこで実際にどれくらいの方がフェイクニュース対策のリテラシー教育やレクチャーを受けているかを調べたところ、全体の19.8%と5人に1人がこうしたレクチャーを受けた経験があることが分かりました。特に若年層ほど割合は高く、Z世代では4割という結果となりました。

今回の調査では災害時の情報収集方法として、全世代でみるとテレビが最も多い結果となりましたが、特にZ世代ではTwitterの活用が他の世代と比べても高い傾向にあることが分かりました。災害伝言ダイヤル(171)に関しては、実際に利用したことのある方は14.3%にとどまり、緊急時にも活用する自信が無いという方が半数以上となるなど課題が残る結果となりました。また近年増加している災害時のフェイクニュースは、3人に1人がフェイクニュースを信じてしまった経験があることも分かりました。フェイクニュース対策のレクチャーを受けた経験も、世代間で大きな差がでており、災害対策として今後の新たな課題となることがうかがえます。

今年も9月1日「防災の日」などをきっかけに、防災の備えをしっかりと行うと共に、災害時にもパニックにならず正確な情報を見極めるスキルを身につけていくことも重要になるのではないのでしょうか。

### <調査概要>

有効回答数 全国の18~76歳までの男女1,000名(年齢ごとに大きく下記4つの世代に分け、男女ごとに均等割付)

- Z世代(18歳~27歳) : 250名(男性125名/女性125名)
- ミレニアル世代(28歳~42歳) : 250名(男性125名/女性125名)
- ジェネレーションX(43歳~57歳) : 250名(男性125名/女性125名)
- 新人類・ベビーブーマー(58歳~76歳) : 250名(男性125名/女性125名)

※調査時の年齢を基準とする

調査期間 2022年7月22日~2022年7月29日

調査方法 インターネットリサーチ

※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、個々の集計値の合計は必ずしも100%とはならない場合があります。

※当リリリースに記載されている会社名、商品名、サービス名等は、各社、各団体の商標または登録商標です。

※本リリリースの著作権はミドリ安全株式会社に帰属します。報道関係者におかれましては、本リリリースを掲載・報道または引用する場合には、「ミドリ安全調べ」と記記のうえご使用くださいますようお願い申し上げます。



ミドリ安全.comではWEBサイトにて、過去のアンケート結果のまとめや、各種防災グッズを紹介しています。お子様用や家族で使える折り畳み可能な防災ヘルメットや各種防災食、マスクや体温計などをセットにした感染対策セットなど、備えに役立つ各種グッズを販売しています。また特設ページでは、近年増加する水害・浸水への対策グッズを紹介しています。

ミドリ安全.com 防災グッズ・避難用防災特集

[https://ec.midori-anzen.com/shop/e/ef\\_bousai/](https://ec.midori-anzen.com/shop/e/ef_bousai/)

ミドリ安全.com 水害・浸水対策グッズ特集

[https://ec.midori-anzen.com/shop/e/erain\\_dis/](https://ec.midori-anzen.com/shop/e/erain_dis/)

### 【通販サイトURL】

- ミドリ安全.com <https://midori-anzen.com/>
- 楽天市場 <https://www.rakuten.ne.jp/gold/midorianzen/>
- Amazon <https://amzn.to/3l3OHVz>
- PayPayモール <https://paypaymall.yahoo.co.jp/store/midorianzen-com/top/>
- au PAY マーケット <https://wowma.jp/user/23824472>

プレスリリースに掲載されている内容、製品価格、仕様、サービス、お問い合わせ先、その他の情報等は発表時点の情報となります。その後予告なく変更となる場合がございますので、ご了承ください。販売状況など最新の情報は、ミドリ安全.com (<https://midori-anzen.com/>) でご確認ください。

### 【商品ご購入等に関するお問い合わせ先】

ミドリ安全.comコールセンター  
URL: <https://midori-anzen.com>  
TEL: 0120-310-355

### 【本プレスリリースに関する報道関係者からのお問い合わせ先】

ミドリ安全株式会社 Eコマース推進部  
担当: 古谷(ふるや)、染谷(そめや)  
TEL: 03-5650-3236 FAX: 03-5650-3237  
MAIL: [info-ec@midori-grp.com](mailto:info-ec@midori-grp.com)