

【2023年度】災害時の情報取得に関する世代別調査を実施

Z世代はX (旧Twitter) での情報収集が主流に

「災害時のフェイクニュース」Z世代の45.6%がだまされた経験あり

災害伝言ダイヤル(171)利用経験は全体の15.5%(前年度14.3%)

171の利用方法を理解、全体の5.4%にとどまる

若年層ほど「印象に残っている地震・災害はない」が多い傾向に

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「防災の日」を前に、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、災害時の情報取得やフェイクニュースへの認識に関する調査を実施いたしました。

【調査背景】SNSの普及や情報取得方法の多様化に伴い、各世代が日常で利用するコミュニケーション手段も変化しています。緊急時における正確かつ迅速な情報取得は、生命を守り被害を最小限にとどめるためにも非常に重要です。日頃の防災の備えとともに、正しい情報を取得することの重要性に注目し、昨年より継続して調査を行っています。

【結果概要】

- 災害時の情報取得メディア、全世代でテレビ利用が最多(57.5%)
Z世代では昨年同様、X(旧Twitter)利用(51.6%)がテレビ利用(36.4%)を上回り最多
Z世代は、災害時の情報取得でテレビよりもX(旧Twitter)を利用しており、51.6%が利用。
一方、他の全ての世代ではテレビがトップ。情報の速報性や信頼性でもテレビが首位。
年配層は防災アプリの利用が高い傾向に。つながりやすさではLINEが首位(28.5%)、X(旧Twitter)は2位に。
- 家族と連絡が取れるSNSは、昨年に引き続きLINEが最多(66.1%)、2位はInstagram(9.6%)
Z世代では約5人に1人(18.6%)がInstagramで家族間連絡が可能と回答
- 災害用伝言ダイヤル(171)の利用経験は全体の15.5%(昨年から1.2ポイント上昇)
Z世代で25.2%、ミレニアル世代では22.0%と若年層ほど利用経験率が高い傾向に
- 171の利用方法を知っている割合、前年度比2.6ポイント上昇も全体の5.4%にとどまる(前年度2.8%)
- 災害時の「フェイクニュース」全体の3人に1人がだまされてしまった経験あり
全世代の34.2%がだまされてしまった経験があると回答、Z世代では45.6%と顕著(昨年の40.8%よりも増加傾向)
- 地震や災害に関する印象、若年層ほど「印象に残っている地震・災害はない」が多い傾向に(19.6%)

災害時の情報取得メディア、Z世代ではX(旧Twitter)がテレビを上回り最多(51.6%)

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合計で最も多かった回答は「テレビ(57.5%)」で、次いで「ヤフーニュースなどのポータルサイト(41.2%)」「X(旧Twitter)(33.8%)」と続きました。世代別に見ると、Z世代では「X(旧Twitter)」が51.6%と最も多く、昨年同様、X(旧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。また新SNSである「Threads」で取得するというユーザーも3.1%いました。

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) <18~28歳>		ミレニアル世代(n=250) <29~43歳>		ジェネレーションX(n=250) <44~58歳>		新人類・ベビーブーマー(n=250) <59~77歳>	
1位	テレビ	57.5%	X(旧Twitter)	51.6%	テレビ	50.4%	テレビ	62.8%	テレビ	80.4%
2位	ヤフーニュースなどのポータルサイト	41.2%	テレビ	36.4%	X(旧Twitter)	43.6%	ヤフーニュースなどのポータルサイト	49.2%	ヤフーニュースなどのポータルサイト	56.8%
3位	X(旧Twitter)	33.8%	LINE	23.6%	ヤフーニュースなどのポータルサイト	37.2%	X(旧Twitter)	27.2%	防災系アプリ	30.4%

あなたは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ですか？当てはまるものを全てお答えください。

	テレビ	ヤフーニュースなどのポータルサイト	X(旧Twitter)	LINE	防災系アプリ	ラジオ	新聞	Youtube	Instagram	Facebook	防災無線	Tiktok	Threads	2chなどの掲示板	mixi	WhatsApp	上記以外のSNS	その他
2022年(n=1,000)	57.2%	42.9%	32.6%	19.6%	16.9%	15.9%	12.5%	15.6%	8.9%	7.1%	6.1%	4.8%	-	4.6%	2.1%	1.9%	0.3%	0.4%
2023年(n=1,000)	57.5%	41.2%	33.8%	21.6%	16.7%	14.2%	13.6%	13.8%	10.5%	6.9%	5.3%	4.5%	3.1%	2.7%	1.7%	1.0%	0.3%	0.2%

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=932)		Z世代(n=222) <18~28歳>		ミレニアル世代(n=233) <29~43歳>		ジェネレーションX(n=231) <44~58歳>		新人類・ベビーブーマー(n=246) <59~77歳>	
1位	テレビ	29.8%	X (旧Twitter)	45.0%	X (旧Twitter)	30.0%	テレビ	32.9%	テレビ	43.5%
2位	X (旧Twitter)	24.7%	テレビ	20.3%	テレビ	21.5%	X (旧Twitter)	20.8%	ヤフーニュースなどのポータルサイト	21.5%
3位	ヤフーニュースなどのポータルサイト	15.5%	ヤフーニュースなどのポータルサイト	6.3%	ヤフーニュースなどのポータルサイト	15.0%	ヤフーニュースなどのポータルサイト	18.2%	防災系アプリ	16.7%

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=932)		Z世代(n=222) <18~28歳>		ミレニアル世代(n=233) <29~43歳>		ジェネレーションX(n=231) <44~58歳>		新人類・ベビーブーマー(n=246) <59~77歳>	
1位	テレビ	35.6%	テレビ	25.2%	テレビ	27.9%	テレビ	42.4%	テレビ	45.9%
2位	X (旧Twitter)	12.4%	X (旧Twitter)	24.3%	X (旧Twitter)	14.6%	ヤフーニュースなどのポータルサイト	14.3%	防災系アプリ	14.6%
3位	ヤフーニュースなどのポータルサイト	12.2%	ヤフーニュースなどのポータルサイト	8.1%	ヤフーニュースなどのポータルサイト	14.2%	X (旧Twitter)	10.8%	ヤフーニュースなどのポータルサイト	12.2%

情報の即時性、信頼度などでも「X (旧Twitter)」がテレビに次ぐ結果に

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29.8%で最も多く、次いで「X (旧Twitter) (24.7%)」、「ヤフーニュースなどのポータルサイト (15.5%)」と続きました。回答を世代別に見ると、「X (旧Twitter)」がZ世代では最多で45.0%、ミレニアル世代でも30.0%で最多となりました。

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、全体では「テレビ」が35.6%で、全世代共通して同じ結果となりました。

※メディアに関する選択肢はX (旧Twitter)、Facebook、Instagram、Threads、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

緊急時などに最もつながりやすい（接続が安定している）と思うSNS

	全世代(n=930)		Z世代(n=237) <18~28歳>		ミレニアル世代(n=239) <29~43歳>		ジェネレーションX(n=230) <44~58歳>		新人類・ベビーブーマー(n=224) <59~77歳>	
1位	LINE	28.5%	X (旧Twitter)	29.5%	X (旧Twitter)	27.2%	LINE	30.9%	LINE	32.6%
2位	X (旧Twitter)	20.0%	LINE	29.1%	LINE	21.8%	X (旧Twitter)	16.5%	X (旧Twitter)	5.8%
3位	Youtube	6.3%	Youtube	8.9%	Youtube	7.1%	Youtube	5.7%	Youtube	3.6%

災害時に最もつながりやすいと思うSNSはLINE

Z世代とミレニアル世代では「X (旧Twitter)」が首位に

普段SNSを利用していると回答した930名を対象に、災害時に最もつながりやすい（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 (28.5%)」で、次いで「X (旧Twitter) (20.0%)」、「YouTube (6.3%)」と続きました。世代別に見ると、Z世代とミレニアル世代ではX (旧Twitter) がLINEを上回り、それぞれ29.5%、27.2%となりました。

家族と連絡が取れるSNS

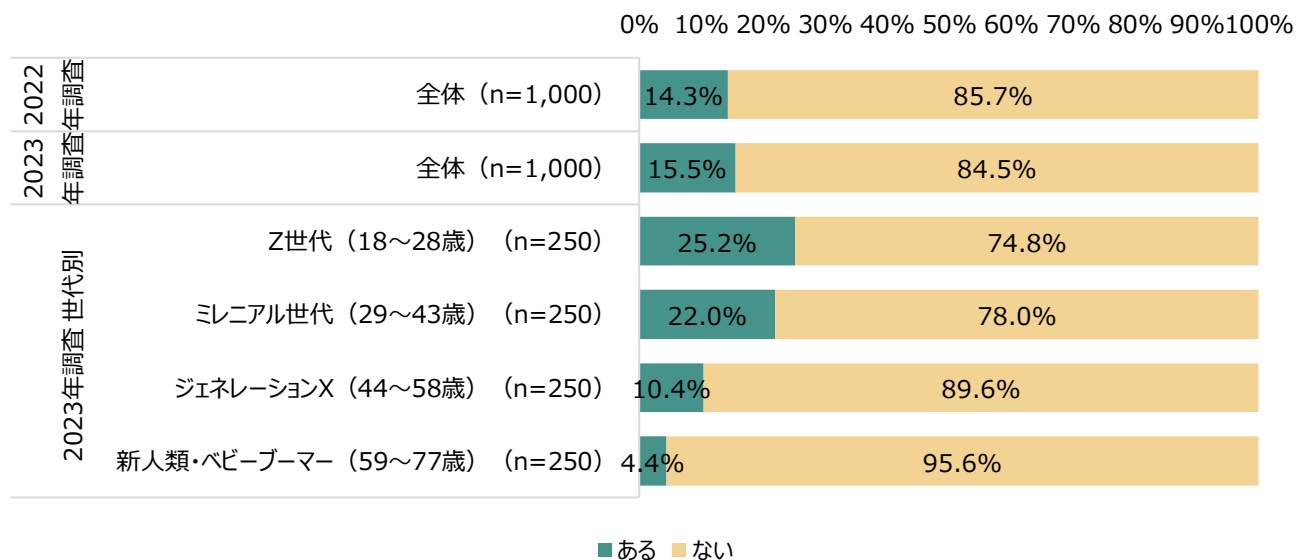
	全世代(n=930)		Z世代(n=237) <18~28歳>		ミレニアル世代(n=239) <29~43歳>		ジェネレーションX(n=230) <44~58歳>		新人類・ベビーブーマー(n=224) <59~77歳>	
1位	LINE	66.1%	LINE	65.0%	LINE	59.4%	LINE	70.9%	LINE	69.6%
2位	Instagram	9.6%	Instagram	18.6%	X (旧Twitter) Instagram (同位)	9.6%	X (旧Twitter)	7.8%	Facebook	5.4%
3位	X (旧Twitter)	8.6%	X (旧Twitter)	13.1%	Youtube	Youtube	Instagram	7.0%	X (旧Twitter)	3.6%

家族と連絡が取れるSNSはLINEが最多、若年層はInstagram、年配層はFacebookも利用

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66.1%と最も多い結果となりました。世代別に見ると、Z世代とミレニアル世代ではInstagramが2位に上がり、それぞれ18.6%、9.6%となりました。

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

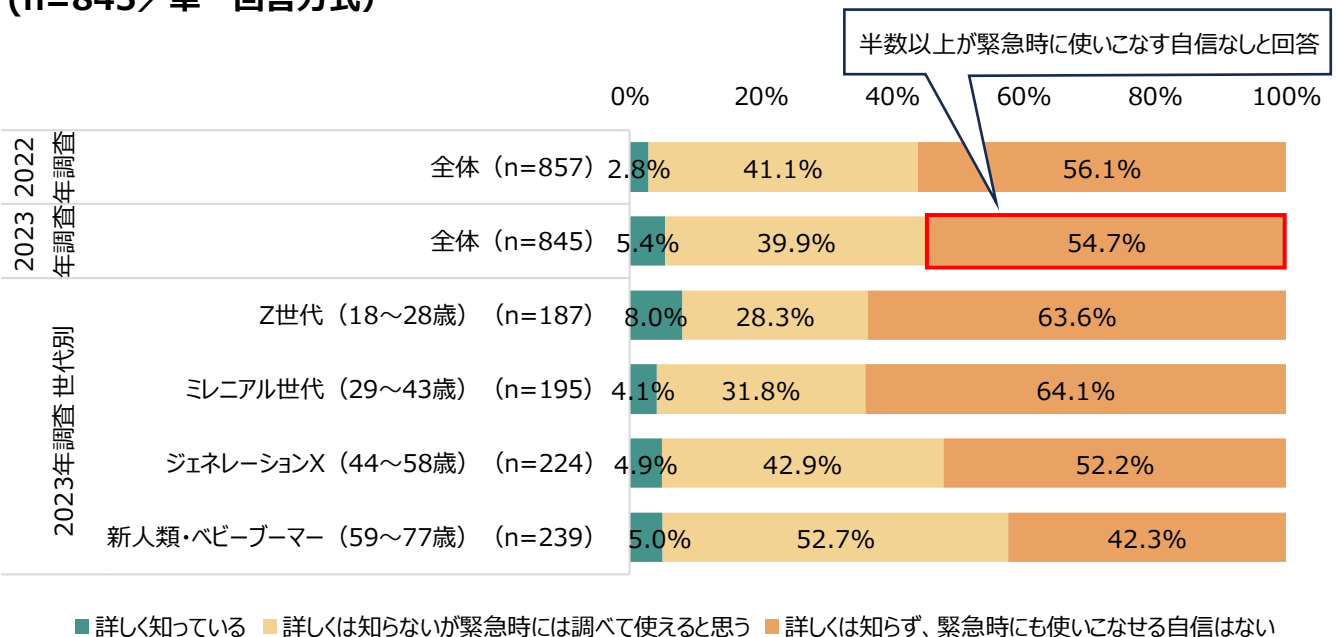
Q.あなたは災害時の「災害用伝言ダイヤル（171）」を利用したことがありますか？ (n=1,000／単一回答方式)



災害用伝言ダイヤル利用率は全体で15.5%、世代別ではZ世代が25.2%と最も高い結果に

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15.5%という結果となりました。世代別ではZ世代の利用率が25.2%と最も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=845／単一回答方式)

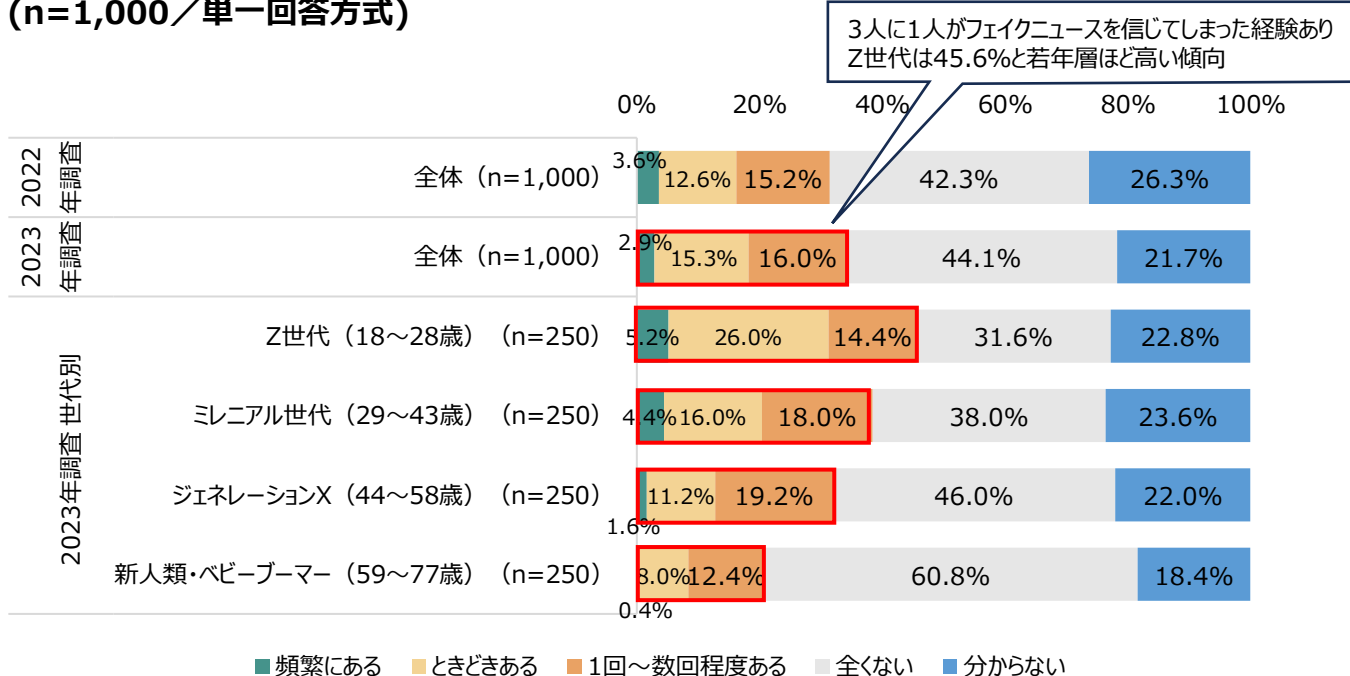


「災害用伝言ダイヤル」未利用者の半数以上が、緊急時に使いこなす自信なし

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845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、2022年調査時の2.8%から2.6ポイント増加したものの、全世代では5.4%にとどまり、「詳しくは知らないが緊急時には調べて使えらと思う」が39.9%、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54.7%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す。

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)

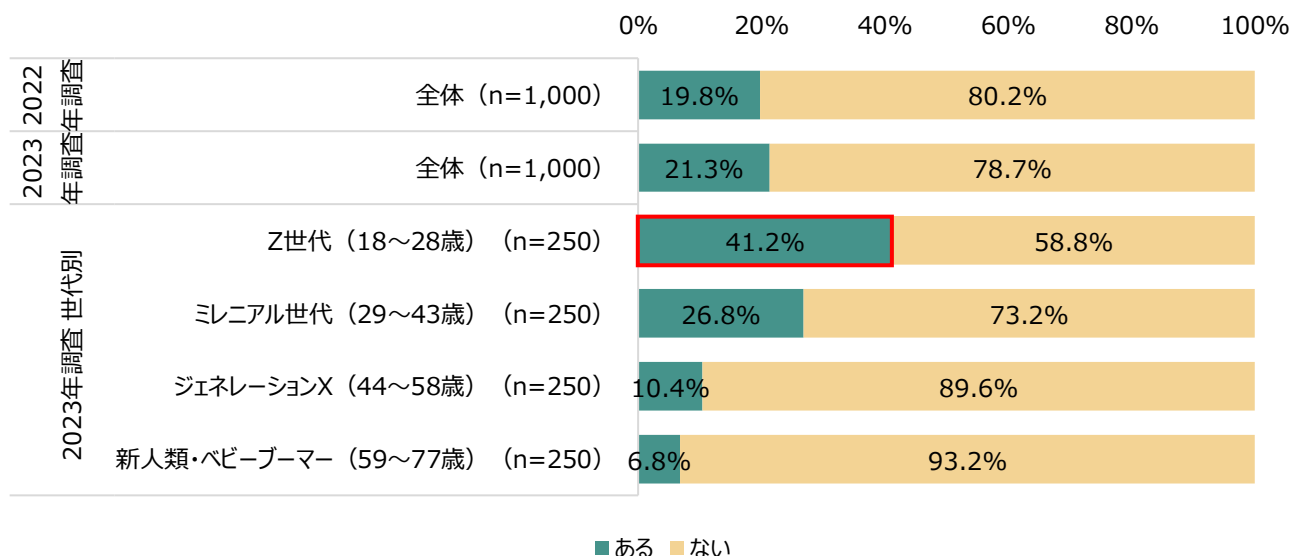


3人に1人は「災害時のフェイクニュース」にだまされてしまった経験あり Z世代では45.6%と、若年世代ほど信じてしまった割合が多い結果に

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2.9%、「ときどきある」が15.3%、「1回～数回程度ある」が16.0%で、合わせて34.2%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。

世代別では若年層ほどフェイクニュースを信じてしまった割合が高く、Z世代では1度以上信じてしまった割合が45.6%と最も高い結果となりました。

Q.あなたは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でも受けた経験がありますか？ (n=1,000/単一回答方式)



フェイクニュース対策の教育を受けた経験 21.3% (Z世代は41.2%)

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、だま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、昨年から1.5ポイント上昇し、全体の21.3%が教育や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41.2%という結果となりました。

教育や家族の話などを通じて、印象に残っている地震や災害をお教えてください

	n	関東大震災 (1923年)	阪神淡路大 震災 (1995 年)	東日本大震 災 (2011 年)	熊本地震 (2016年)	東海地震 (予測されて いる未来の地 震)	南海トラフ地 震 (予測され ている未来の 地震)	その他	印象に残って いる地震・災 害はない
全体	1,000	17.9%	41.5%	58.1%	13.7%	9.1%	17.0%	0.8%	14.8%
Z世代 (18~28歳)	250	11.6%	28.0%	54.8%	15.6%	7.6%	17.2%	0.8%	19.6%
ミレニアル世代 (29~43歳)	250	13.6%	38.8%	47.6%	11.2%	10.8%	16.4%	0.4%	17.2%
ジェネレーションX (44~58歳)	250	19.2%	47.2%	66.4%	10.8%	7.6%	15.6%	1.2%	12.0%
新人類・ベビーブーマー (59~77歳)	250	27.2%	52.0%	63.6%	17.2%	10.4%	18.8%	0.8%	10.4%

強く印象に残っている地震や災害、最多は東日本大震災 (58.1%)

「印象に残っている地震・災害は特になし」は若年層で増加傾向、Z世代では19.6%

今年には関東震災から100年の節目となります。そこで教育や家族の話などを通じて、印象に残っている地震・災害を聞いたところ、最も多かったのは東日本大震災 (2011年) で58.1%という結果となりました。一方で、印象に残っている地震・災害はないと回答した割合が最も高かった世代はZ世代で、19.6%が回答しており他の世代に比べても高い数値となっています。

今回の調査から明らかとなったのは、全世代を通じてテレビが災害時の主要な情報収集方法として位置づけられることでした。一方、特にZ世代はX (旧Twitter) の活用が他の世代よりも高いということが明らかになりました。この傾向は昨年の調査時から変わらないことが確認されました。また、災害伝言ダイヤル (171) の利用経験は15.5%と少なく、多くの方々が緊急時にこのサービスを使いこなせる自信がないという点に課題が見られました。

フェイクニュースに関しては、Z世代の約半数がだまされた経験があるという回答があり、SNS時代やAIの普及に伴い、防災の新しい課題が浮かび上がっています。また、今年には関東大震災からの100年を迎えるという節目の年でありながら、若年層を中心に「印象に残っている地震・災害はない」との回答が約2割と比較的高かったのも気になる点です。

9月1日「防災の日」を迎えるにあたり、私たち一人ひとりが防災に対する備えを見直すと同時に、災害時に正確な情報を冷静に判断・取得するスキルや、ChatGPTやディープフェイクなどの新たなAIテクノロジーを背景とした、これからの情報収集方法の習得も重要となっているのではないのでしょうか。

<調査概要>

有効回答数 全国の18~77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~28歳) : 250名 (男性125名/女性125名)
- ミレニアル世代 (29歳~43歳) : 250名 (男性125名/女性125名)
- ジェネレーションX (44歳~58歳) : 250名 (男性125名/女性125名)
- 新人類・ベビーブーマー (59歳~77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 2023年8月1日~2023年8月7日

調査方法 インターネットリサーチ

※2022年の結果はこちらからご確認いただけます <https://ec.midori-anzen.com/img/event/3/press2022/press220823.pdf>

※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」と付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/

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/

ミドリ安全.com SNSアカウント

X (旧Twitter) https://twitter.com/midori_anzen

Facebook <https://www.facebook.com/profile.php?id=100064251901000>

【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>

■ Yahoo!ショッピング店 <https://store.shopping.yahoo.co.jp/midorianzen-com/>

■ 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