



災害情報の取得方法 経年変化と年代特性 ー2017年から2023年の定量調査結果ー

NTTドコモ モバイル社会研究所 水野一成

目的

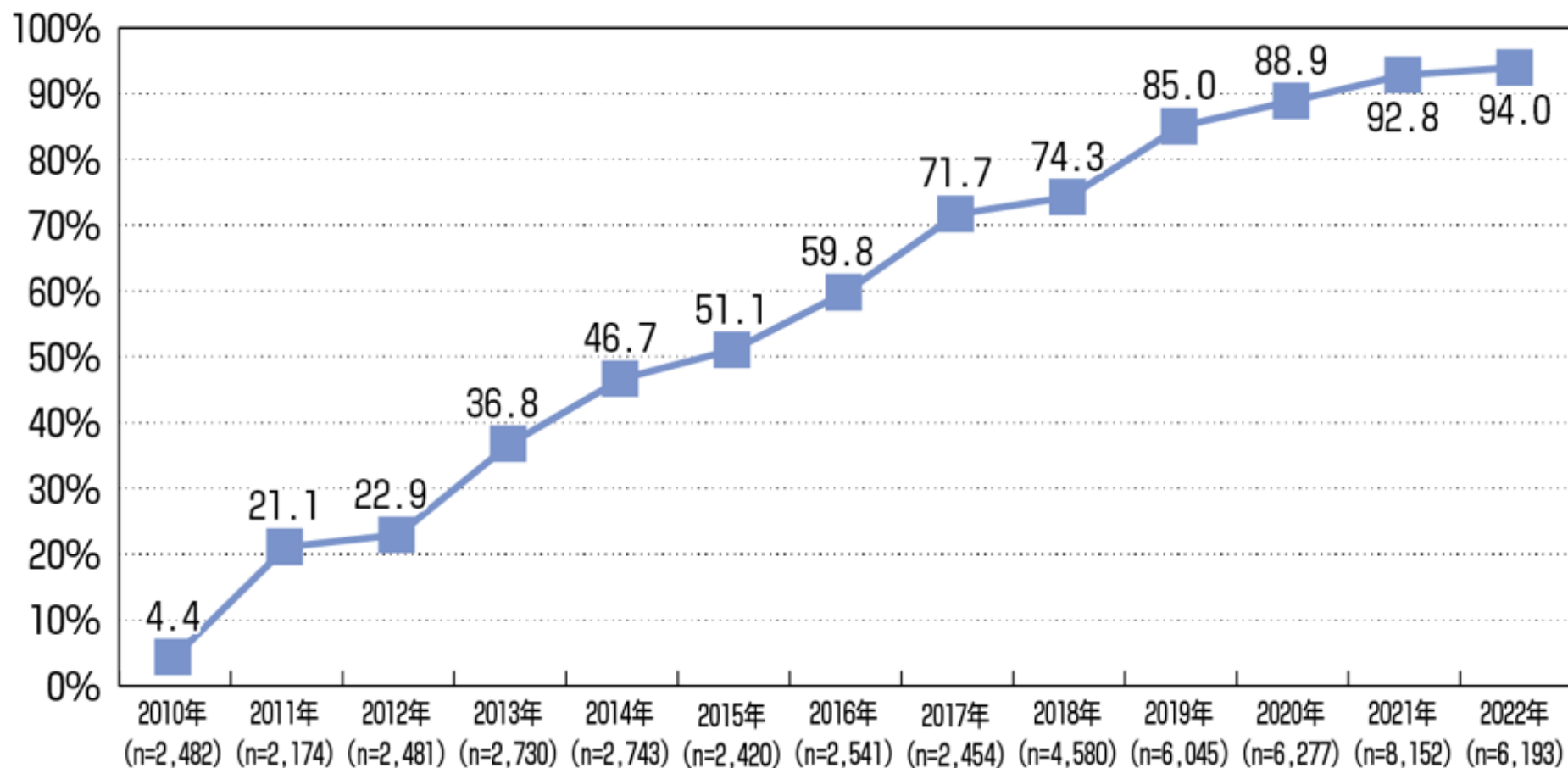
災害情報の取得方法の経年変化と年代特性を明らかにする

報告の流れ

- ①経年推移
- ②年代特性 数量化理論Ⅲ類

調査概要

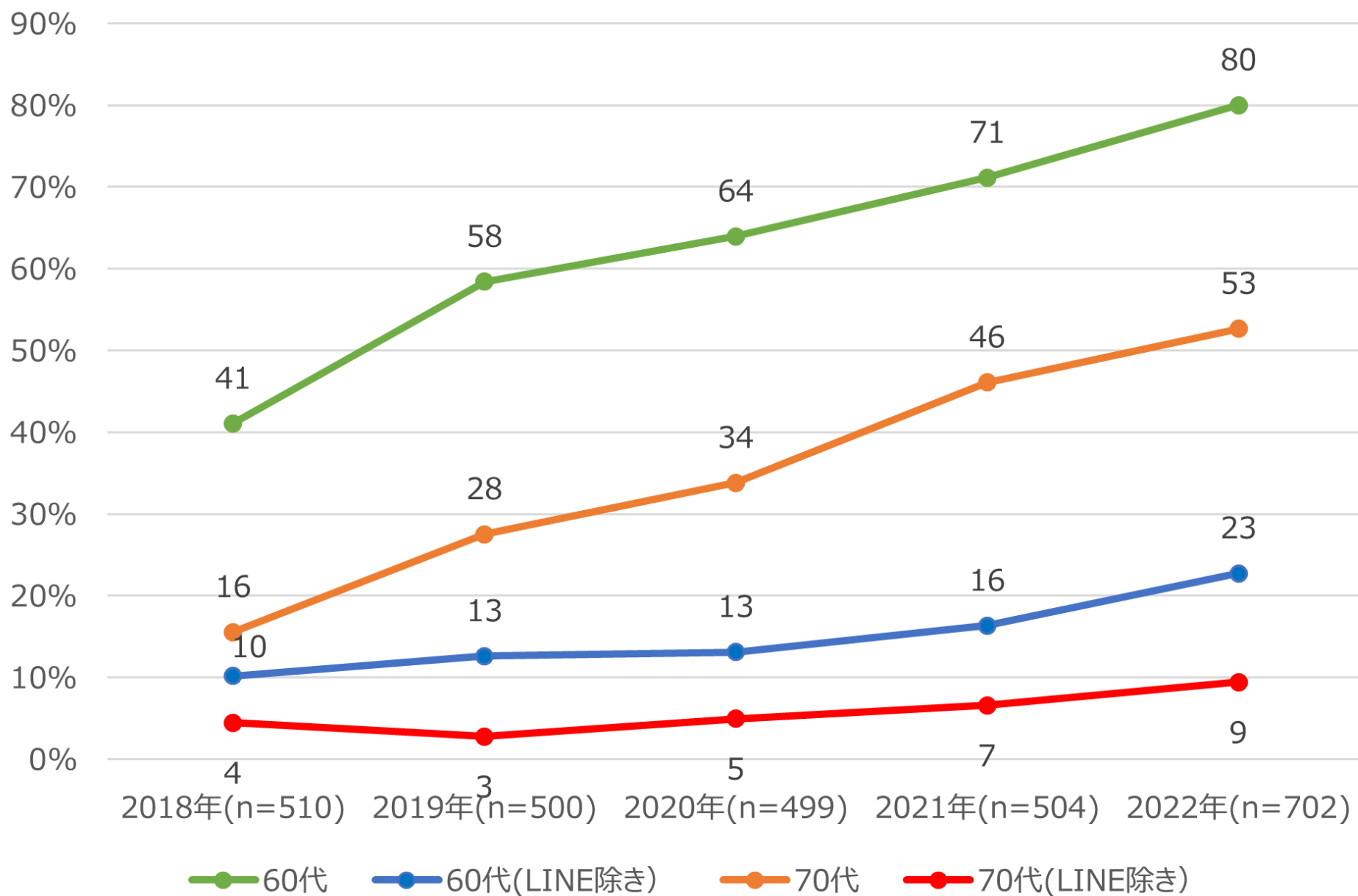
調査時期	2017～2023 毎年1月
調査方法	web調査法
調査対象	全国 15歳～79歳の男女
割付	性別・年齢・都道府県
サンプル数	6,000～9,000



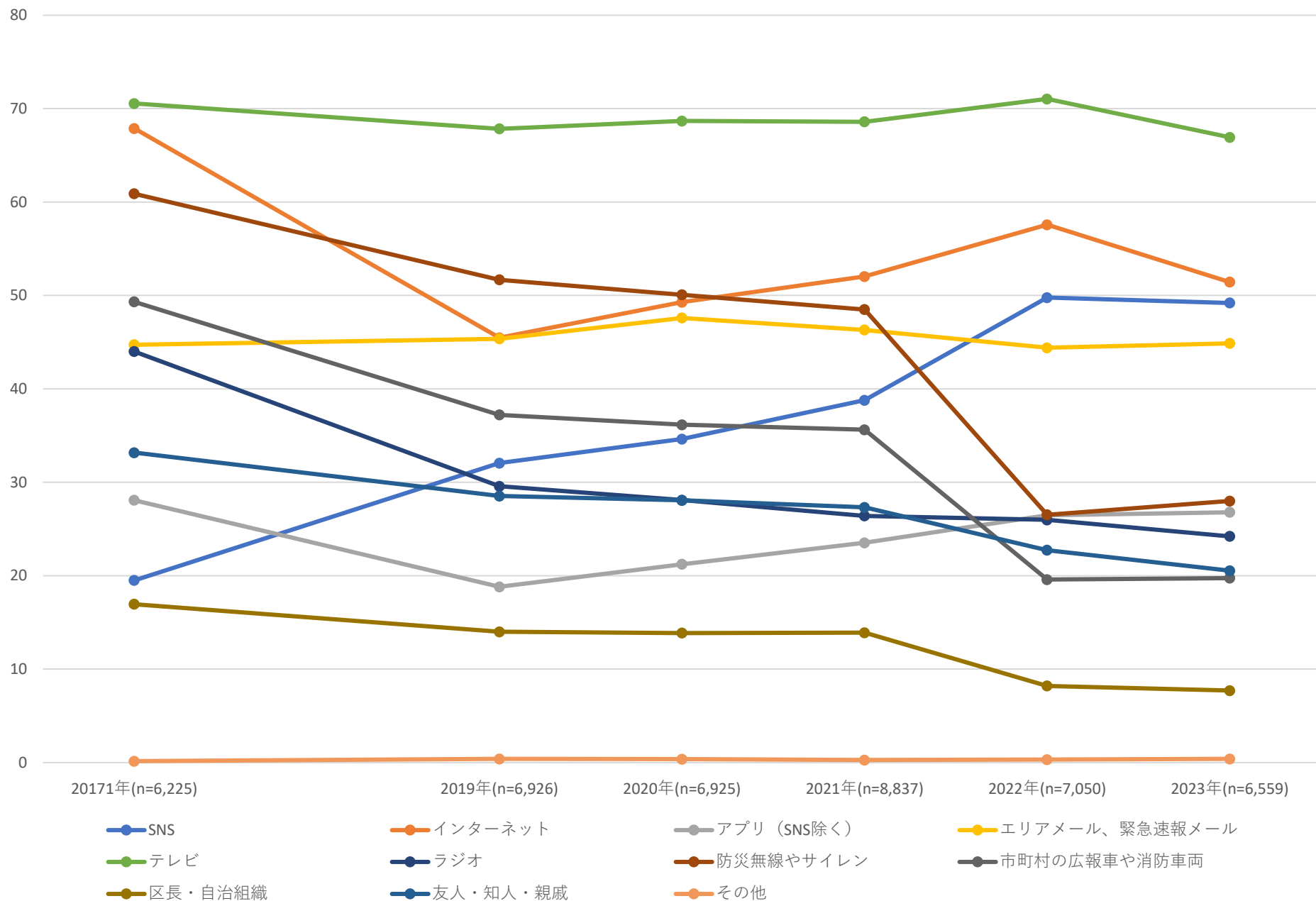
注1：携帯電話所有者が回答。

注2：1台目もしくは2台目にスマートフォン所有と回答した場合をスマートフォン所有として算出。

出典：2010年-2022年一般向けモバイル動向調査

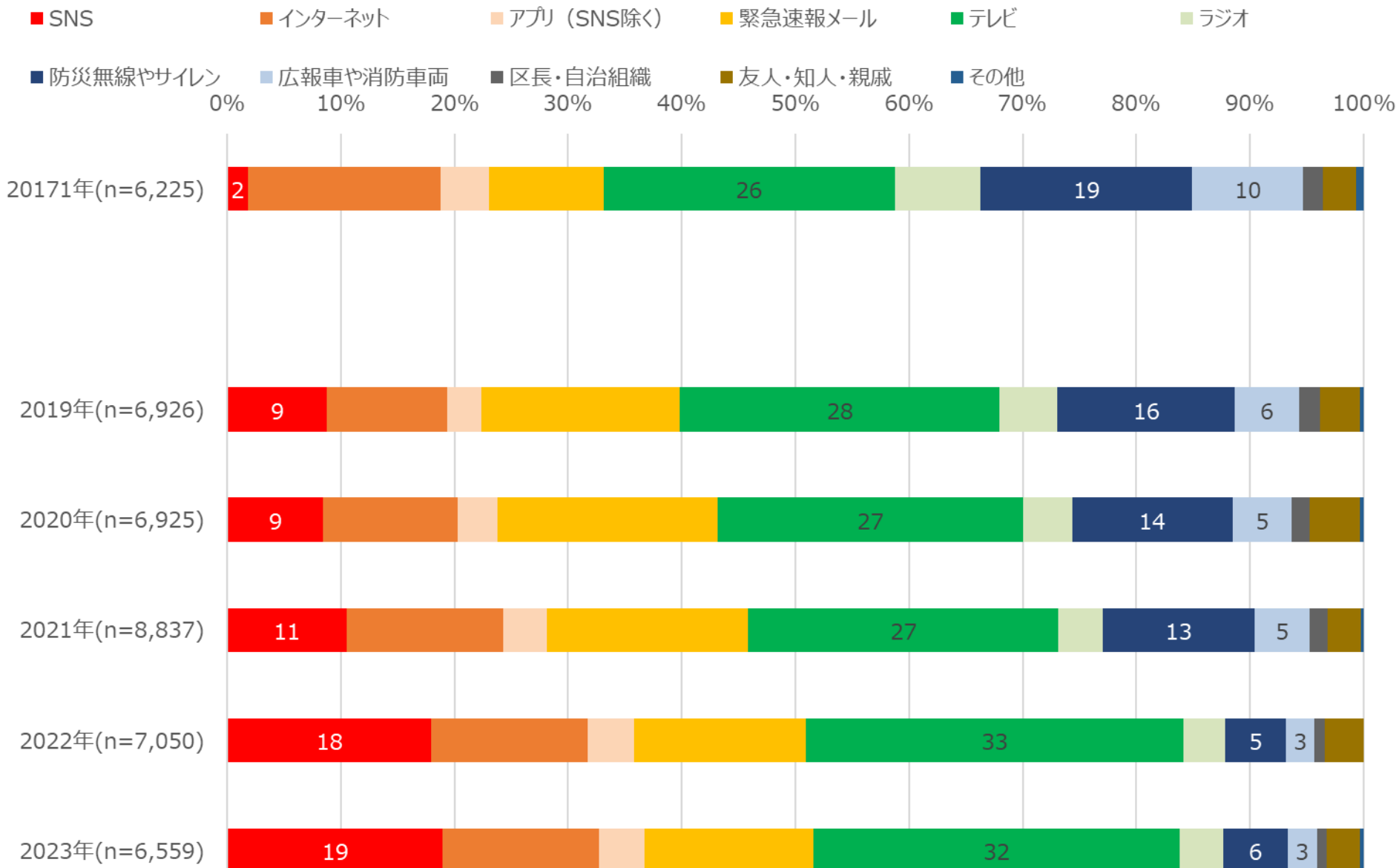


2.災害情報の取得方法（MA） 経年変化



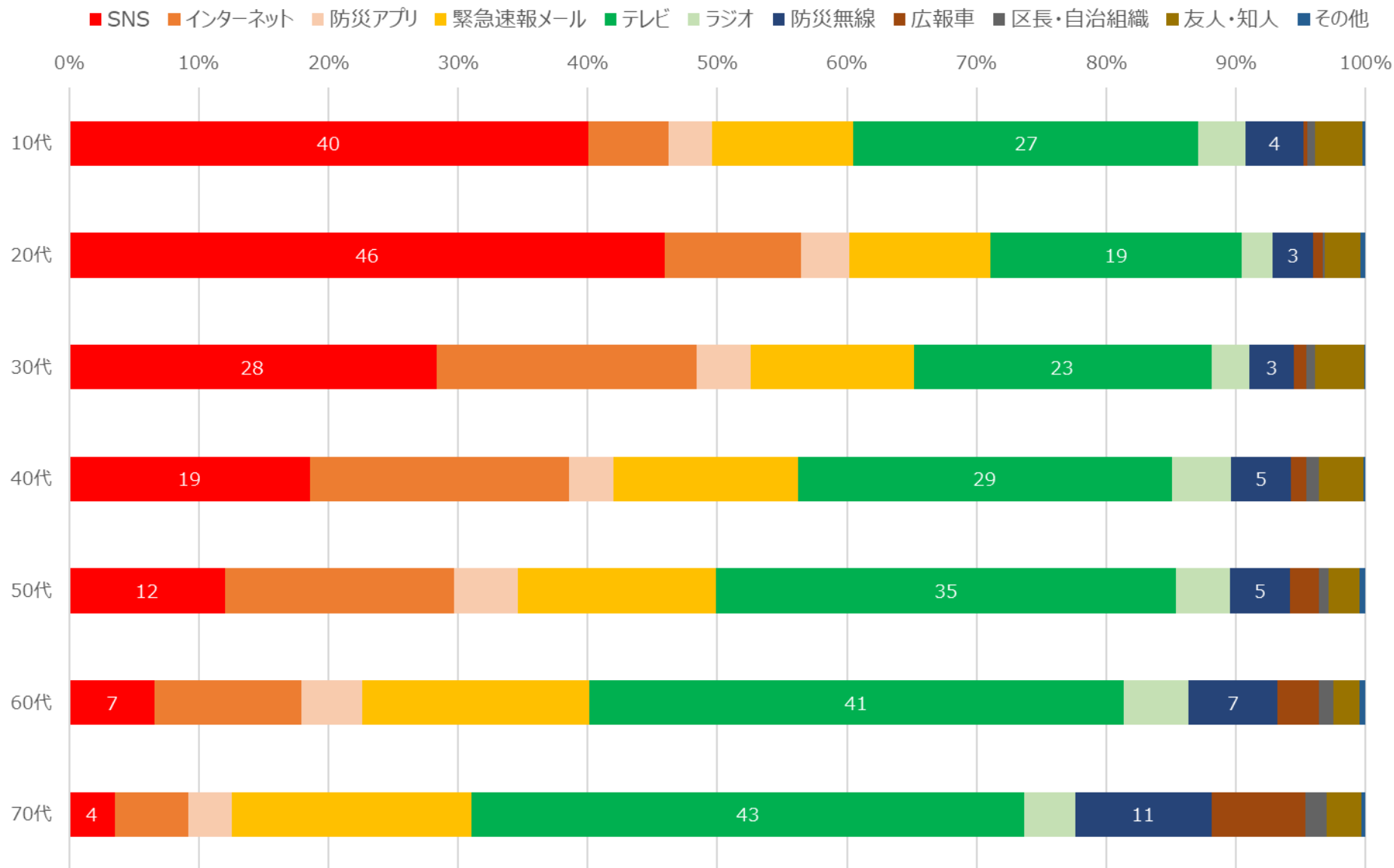
2.災害情報の取得方法（SA）経年変化

テレビが最も多く、やや増加傾向 SNSは増加 防災無線、広報車は減少



2.災害情報の取得方法（SA）年代別 2023年結果

10～30代はSNSが最も多い。40代以降はテレビが最も多い。

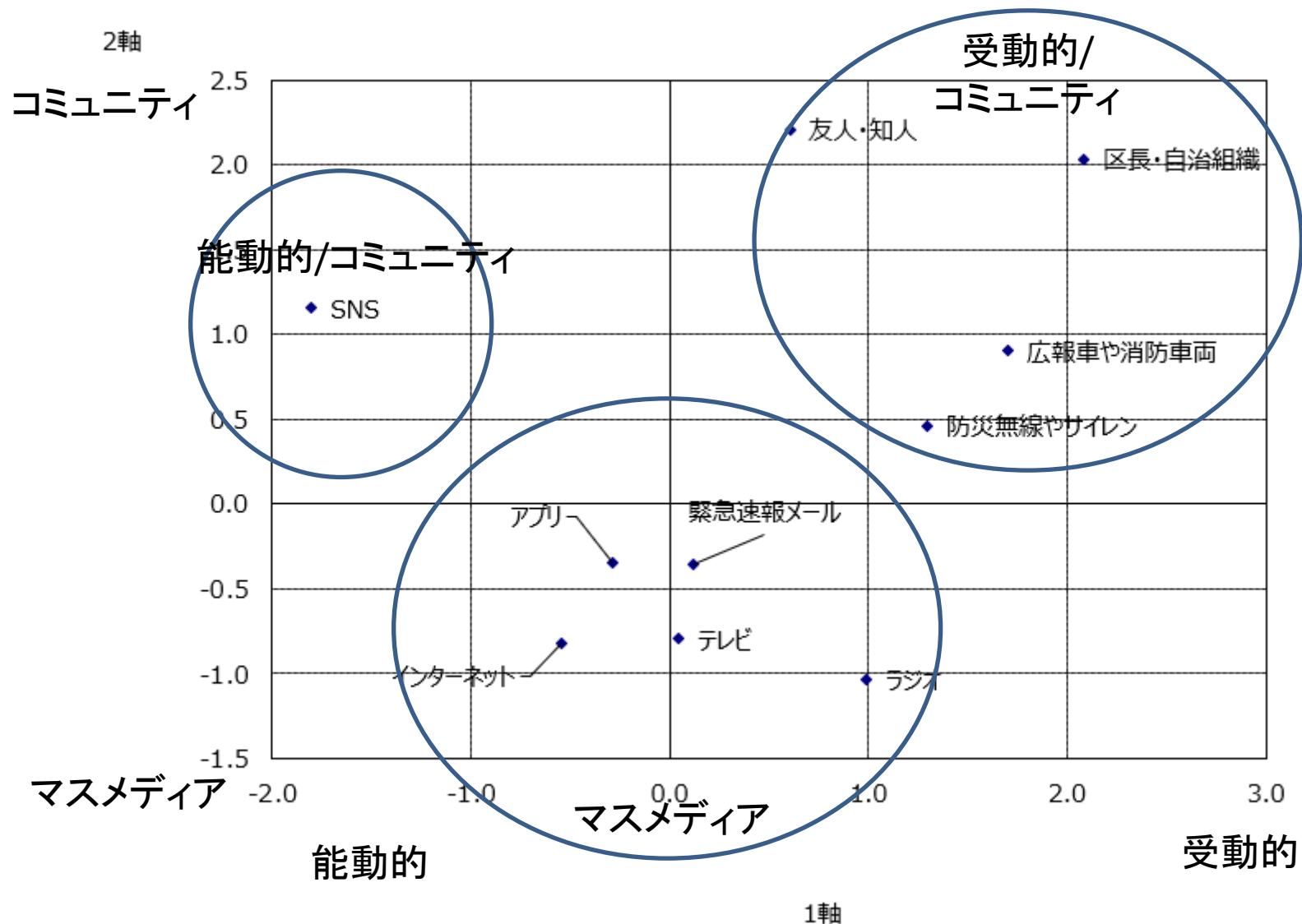


若中年層でSNS、シニア層でテレビが大きく増加。全年代で防災無線が減少。

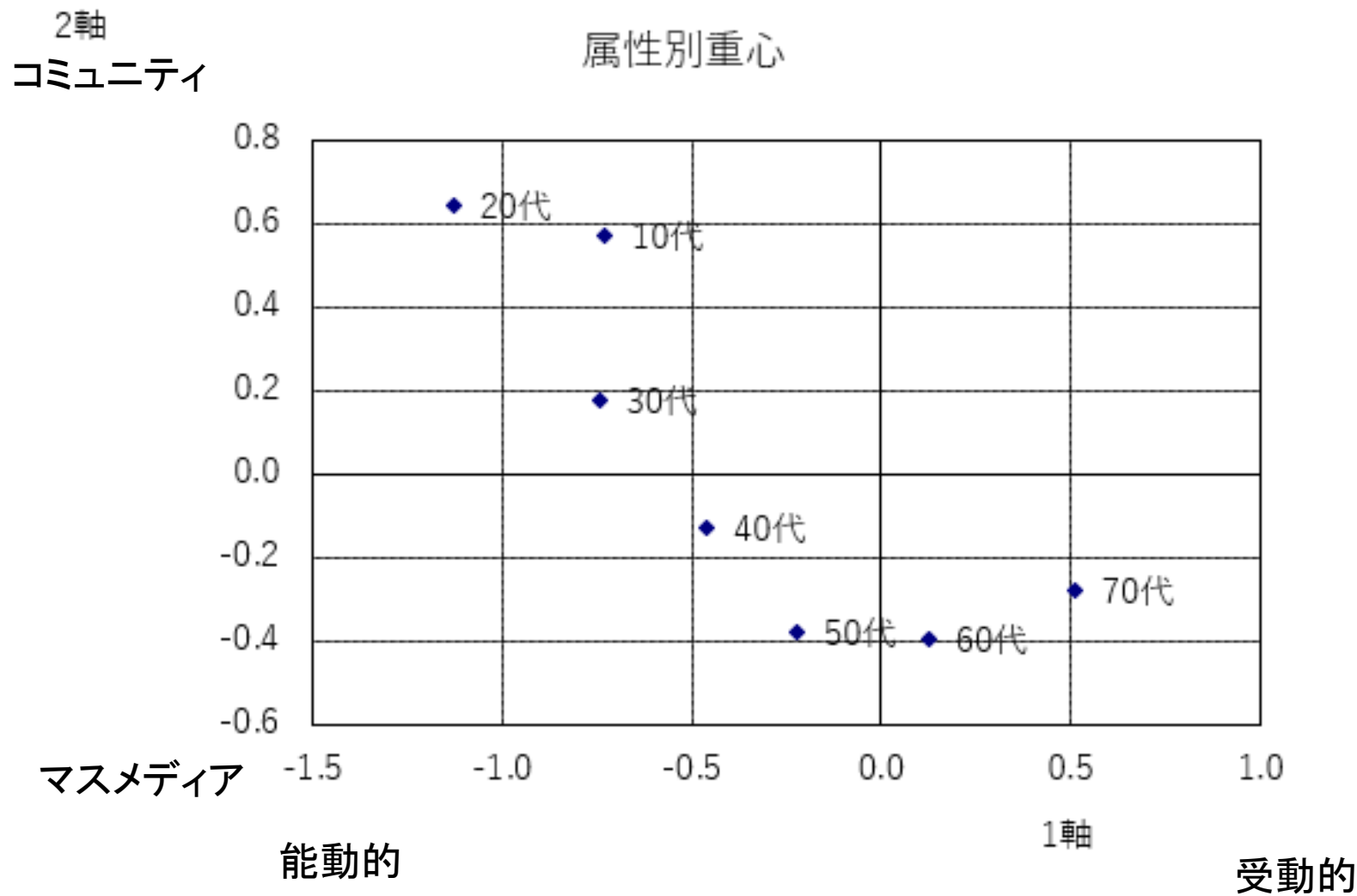
	10-30代		40-50代		60-70代	
	2023年	2017年	2023年	2017年	2023年	2017年
SNS	37	4	15	1	5	0
インターネット	14	23	19	17	8	10
防災アプリ	4	6	4	5	4	2
緊急速報メール	12	8	15	10	18	12
テレビ	22	22	32	26	42	29
ラジオ	3	6	4	8	4	8
防災無線	4	19	5	18	9	19
広報車	1	7	2	9	5	14
区長・自治組織	0	1	1	1	1	3
友人・知人	3	3	3	3	2	3
その他	0	1	0	1	0	0

■・・・+10ポイント以上増加 ■・・・-10ポイント以上減少

1軸は「能動⇔受動」 2軸は「コミュニティ⇔マスメディア」



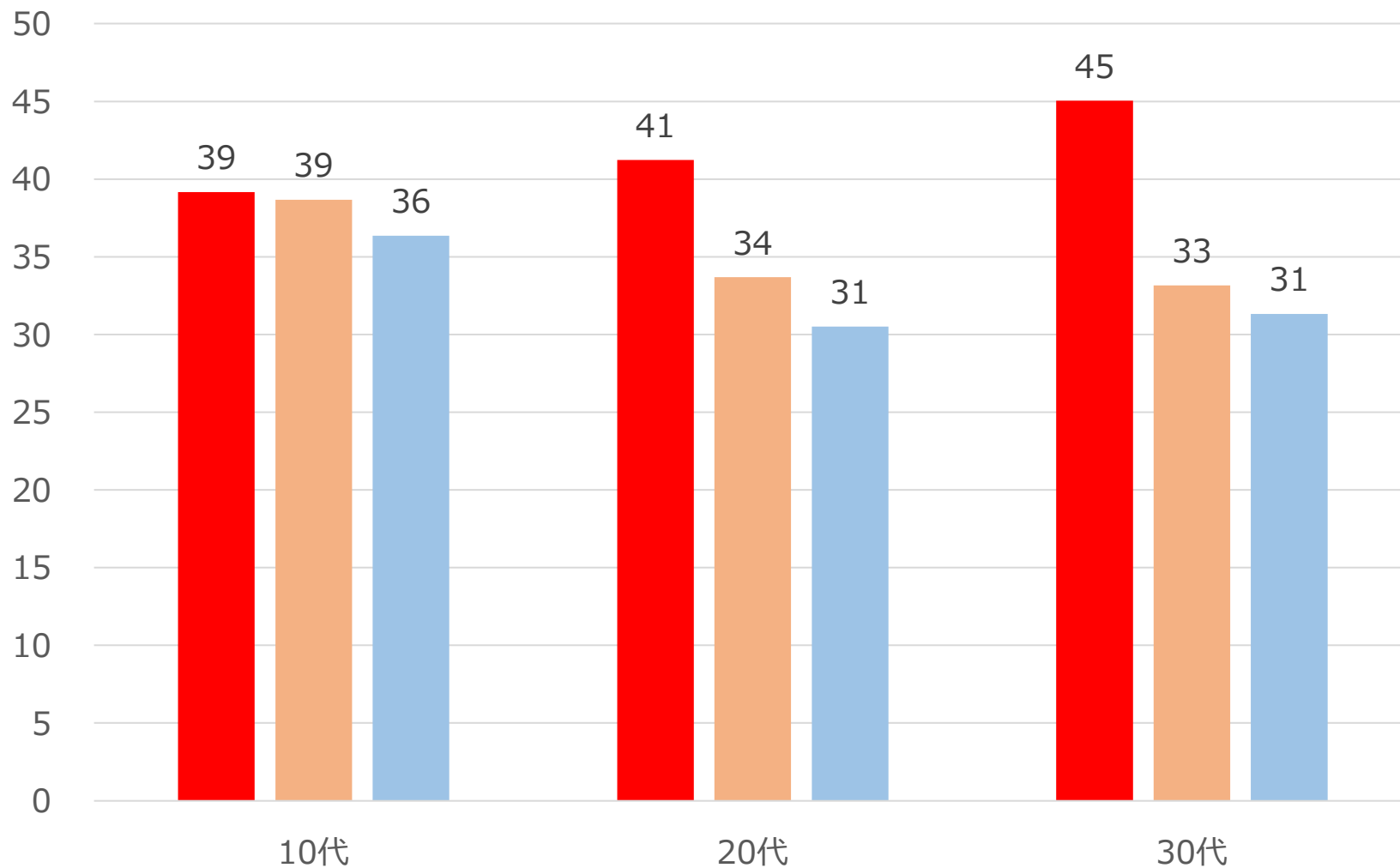
年代が上がると「コミュニティ/能動」から「マスメディア/受動」へと移る



若年層で能動的/コミュニティ（SNS）志向の人は自治体をアカウントしている率も高い

自治体をアカウントしている割合

■ 能動的/コミュニティ ■ マスメディア ■ 受動的/コミュニティ



結果

災害時の情報取得手段の特性

若中年層はSNSが増加。シニア層はテレビが増加。防災無線は減少。

年代が上がると「コミュニティ/能動」から「マスメディア/受動」へと移る

今後の研究

- ・SNSの利活用の実態及び信頼、情報モラル、情報リテラシー
- ・若年層の防災意識

- 社会調査を通し、ドコモユーザに特化せずライフスタイルを軸に調査・分析。
 - 経年モバイル動向調査（2010～）、シニア（2015～）、子ども（2018～）、防災（2017～）、ニューノーマル（2020～）、スマホ利用者行動（2021～）etc... 成果を、レポート・学会等で広く社会に発信、還元

モバイル社会研究所 🔍

<https://www.moba-ken.jp/>



▶ お問い合わせ [サイトご利用にあたって](#)

Google

検索

通信業界の直接の利害を越え、自由独立の立場から、モバイルICTがもたらす光と影の両面を解明し、その成果を社会に還元することを目的とする、NTTドコモの社会科学系の研究所です。

モバイル社会研究所
とは

モバイル社会白書
Web版

レポート

学会報告・
執筆実績

刊行物・活動

書籍とweb版を1年ごとに発
刊しています。



HP、
amazon等か
ら無料でDLで
きます！

レポートを多数執筆・発出して
います。
テレビ、新聞、ネットニュース等、
日々さまざまなメディアに引用さ
れています。

【スマホ出庫・販売済】
スマートフォン比率92.8%に：2010年は約4%ここ10年でいっ
きに普及（2021年4月14日）
（2021年4月14日）



様々学会に投稿、発表、社外
専門家とのディスカッションをと
おし、モバイルICTの社会課題
と向き合っています。



日本社会心理
学会



日本行動計量
学会

日本老年社会学会、日
本災害情報学会、日本自
然災害学会、...

データで見る防災ガイド等、
活用できるツールを作成して
います。

