

乳幼児ママ・プレママの 備蓄・防災に関する意識調査 2024

【調査方法】

調査時期：2024年10月29日～10月31日

調査手法：インターネットアンケート調査

調査対象者条件：以下の2つを満たすこと

- ① 20代から40代の女性
- ② 日本全国在住の第一子妊娠中、または末子年齢が2歳未満

有効回答数：「第一子妊娠中の女性」155名、「末子年齢が0歳以上2歳未満の女性」309名の計464名

※南海トラフ対象地域

「南海トラフ地震津波避難対策特別強化地域」として定められた千葉県、神奈川県、静岡県、愛知県、三重県、和歌山県、徳島県、愛媛県、高知県、大分県、宮崎県、鹿児島県
(ただし東京都、兵庫県は島しょ部のため除外)とする

【主な結果】

① 2024年は自然災害に多く見舞われたことで災害対策への意識は高まる傾向に

→全体の94.6%が「災害報道を見聞きして、災害への準備・対策を行いたい」と回答しました。また、大規模災害を想定した準備・対策を「十分できている」「それなりにできている」と回答した人は2023年に比べて12.5ポイント増加しました。

→南海トラフ地震臨時情報対象地域と非対象地域での意識の違いを比較したところ、非対象地域であっても「災害報道を見聞きして、災害への準備・対策を行いたい」という備えへの意向は高く、93.9%でした。備蓄意識の具体的なアクションについても、対象エリアに関係なく、「災害対策グッズについての情報を集め、関心を持つようになった」「備蓄する品目を増やした」「災害に関するニュースにより、注目するようになった」などの回答が上位となりました。

② 「フェーズフリー認証商品^{※1}を購入したい」と回答した人は73%

→フェーズフリー^{※2}について、「聞いたことがあり、意味も理解している」人は3.7%にとどまるものの、内容を理解したあと、「フェーズフリー認証商品を購入したい」と回答した人は73%でした。

③ 非常時にも活躍する液体ミルクを「日常で使用しながら備蓄している人」が増加

→0~2歳未満の子どもがいるご家庭のうち、液体ミルクを保管・備蓄している人は52.1%にのびりました。そのうち、「日常で使用しながら備蓄している」人は、2020年と比べて17.2ポイント増加しました。

※1 フェーズフリー協会が、商品やサービスの日常時および非常時の価値を審査し、審査の結果、確かにフェーズフリー性があると認められた商品に「PF認証マーク」の使用が認められます。

※2 「フェーズフリー」とは、「日常時」と「非常時」というフェーズ（社会の状態）をフリーにして、私たちの生活や命を守ってくれるモノ・サービスを、広く日常から普及させることによって、誰もが安心して豊かに暮らせる社会を作ることを目指していく概念です。

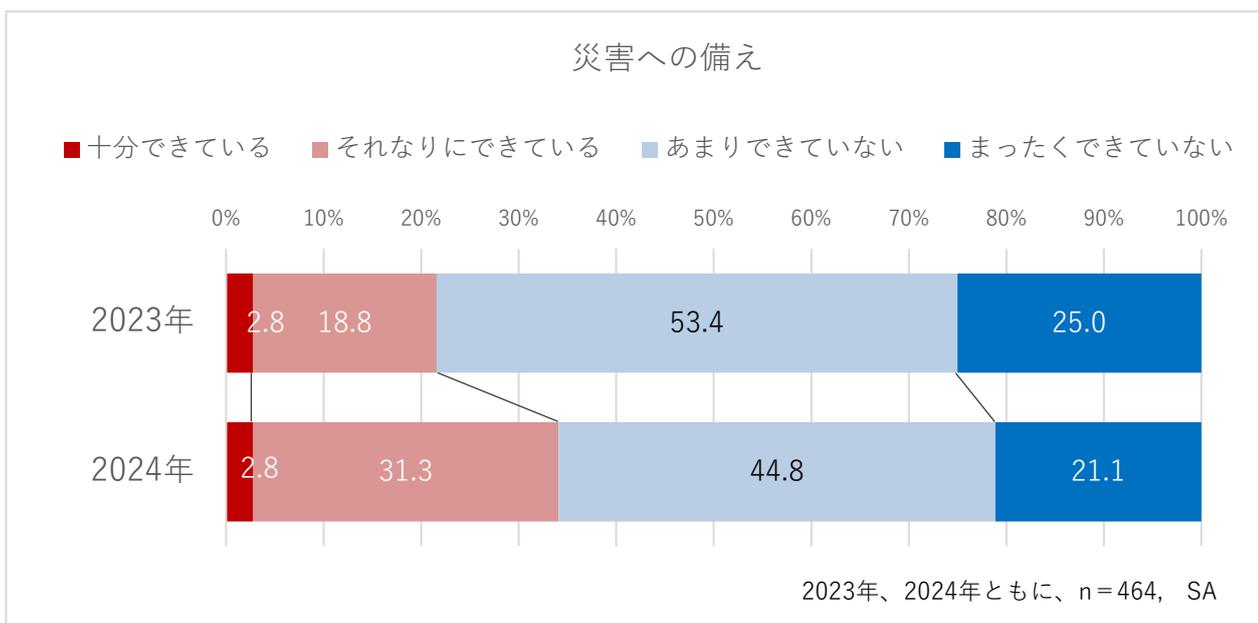
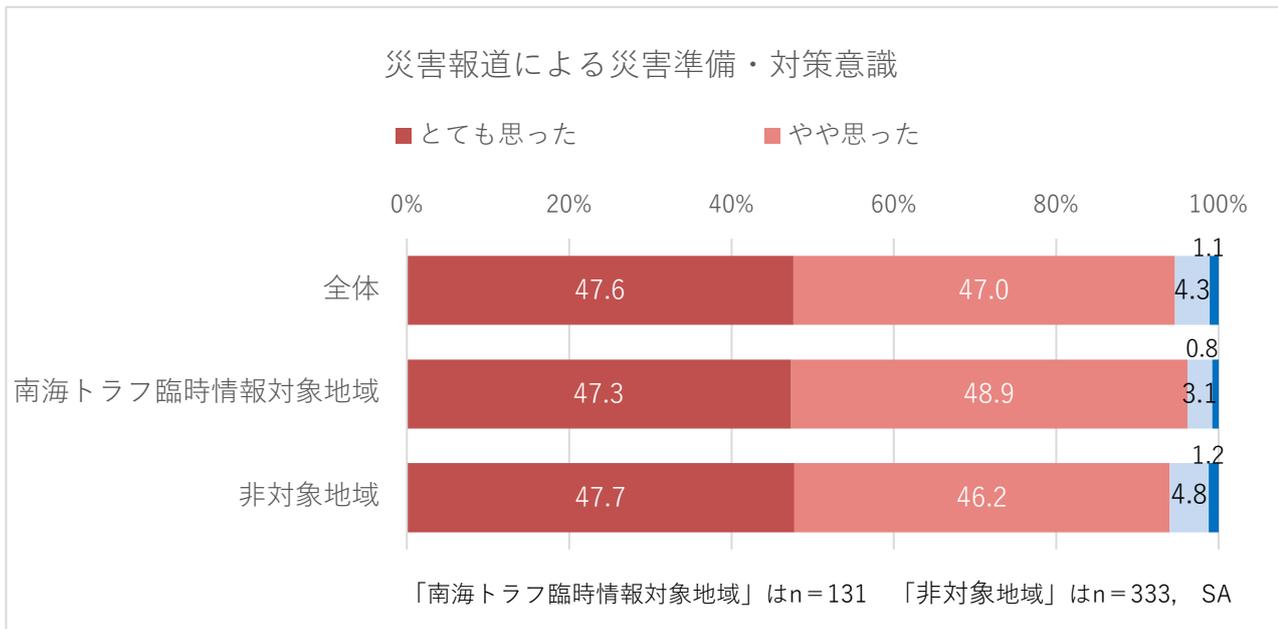
【調査結果概要】

1. 災害報道・災害時の意識変化

94.6%の乳幼児ママ・プレママが災害報道を見聞きして、災害への準備・対策を行いたいと回答しました。2024年は元日の能登半島地震をはじめ数々の自然災害に見舞われたことで災害に対する意識は高い結果となりました。また、災害に対する備えの意識は昨年比べて12.5ポイント上昇しました。

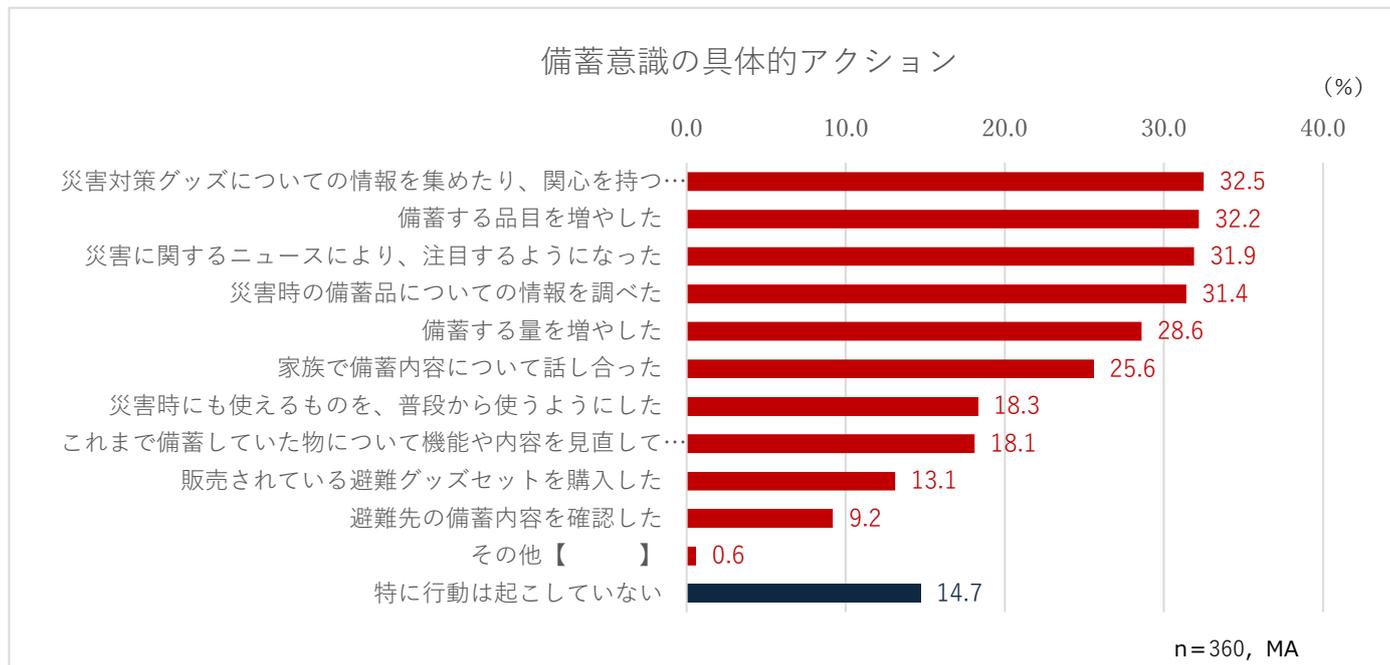
◆災害報道による災害準備・対策意識の変化

南海トラフ臨時情報対象地域にかかわらず、90%以上が「とても思った」「やや思った」と回答しています。南海トラフ地震臨時情報対象地域と非対象地域での意識の違いを比較しましたが、地域に関係なく、災害への意識の高まりが見受けられます。



◆備蓄意識の具体的なアクション

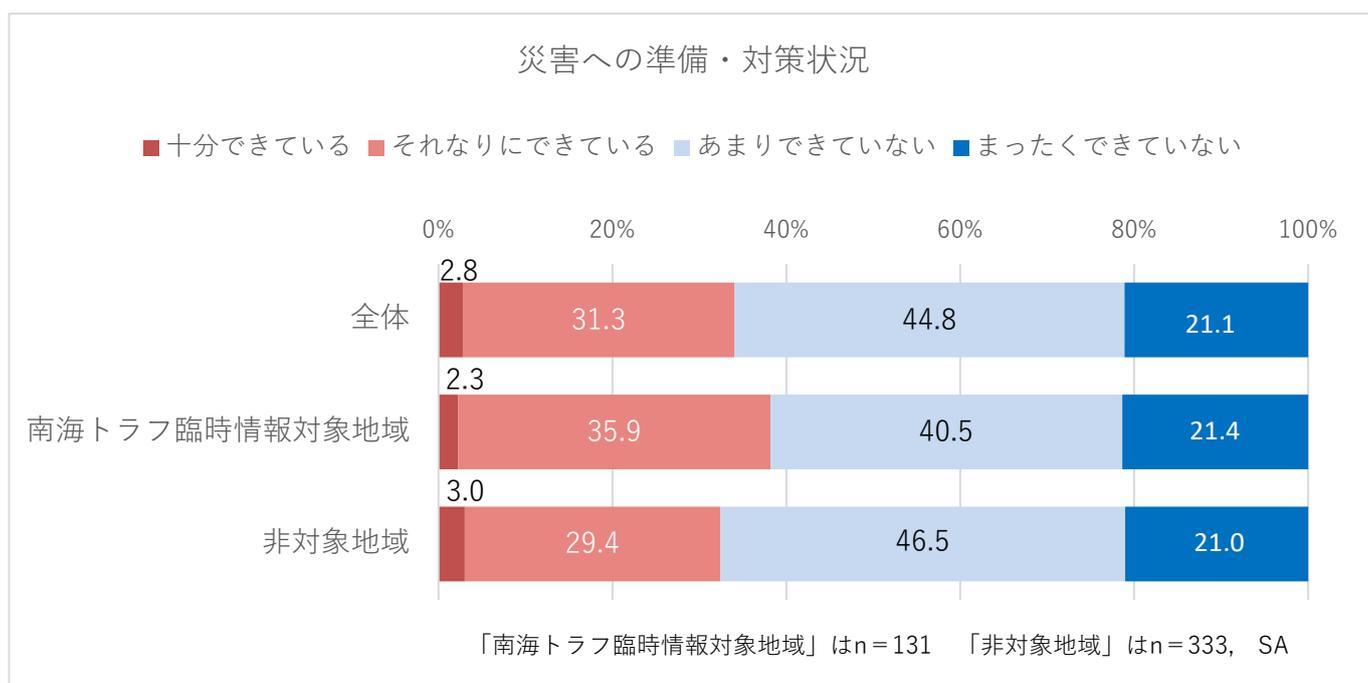
災害対策グッズについての情報収集やニュースなどへの関心、備蓄品目の増加が、災害意識の具体的なアクションとして多くみられました。



◆災害への準備・対策状況

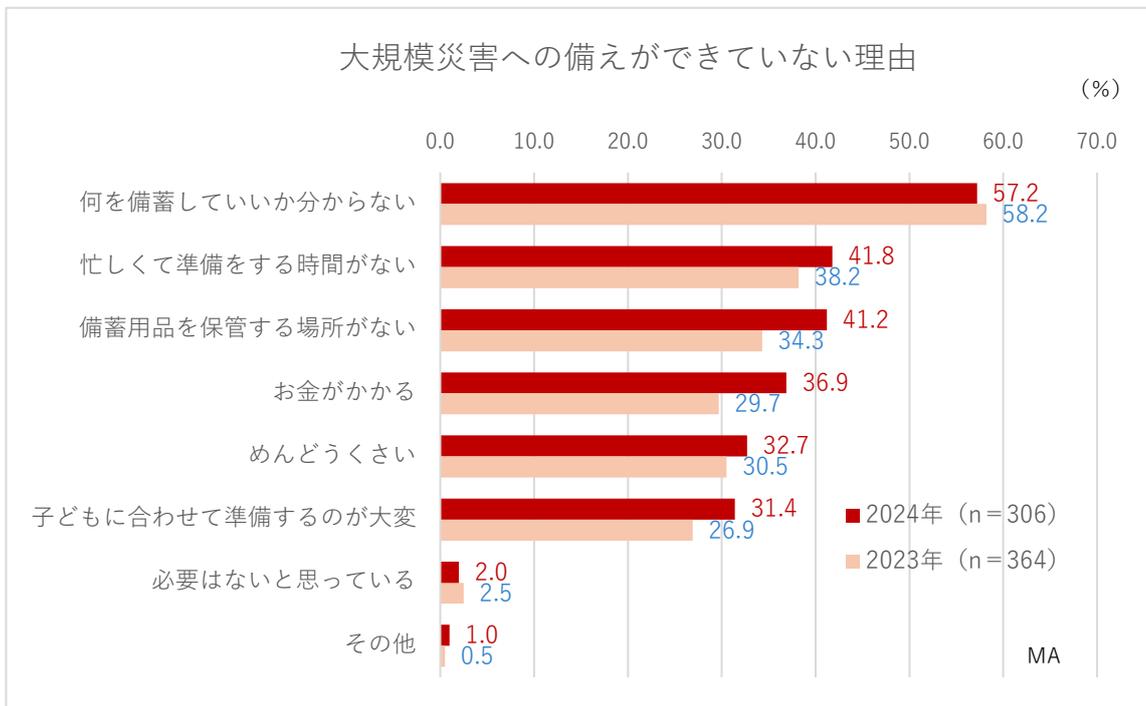
南海トラフ臨時情報対象地域にかかわらず、防災に関する意識は高まっている傾向にあるものの、準備・対策が「あまりできていない」「まったくできていない」との回答が65.9%ありました。

一方、準備・対策を「できている」との回答は南海トラフ臨時情報対象地域の方が5.8ポイント高く、より身近に災害を感じ、準備・対策をする行動に至ったと考えられます。



◆災害への準備・対策ができていない理由

前項の質問で準備・対策が「できていない」と回答した方に理由を聞いたところ、「何を備蓄していいかわからない」が57.2%近くと、準備・対策に関する知識は定着していないことがわかります。

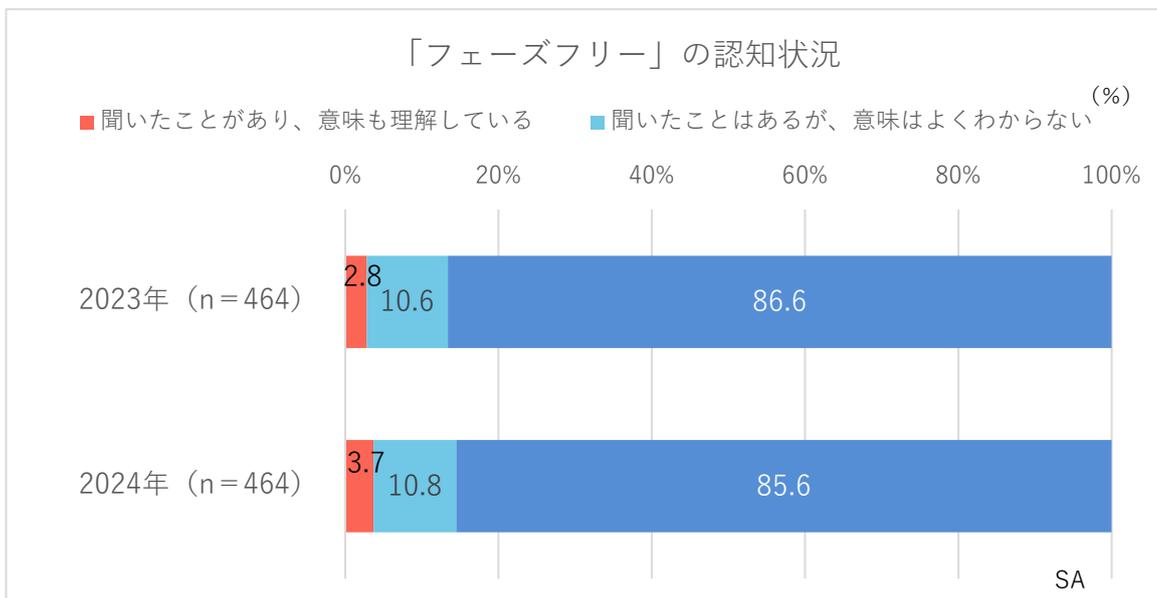


2. フェーズフリーについて

◆フェーズフリー認知状況

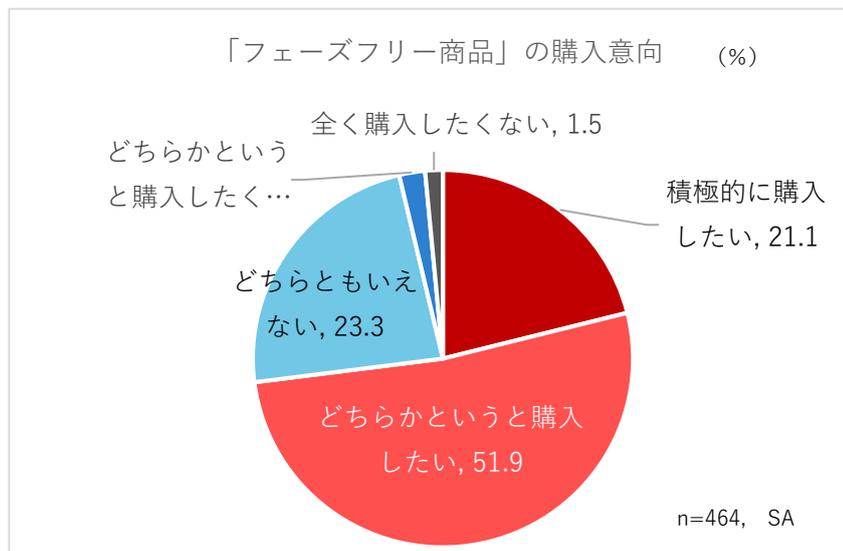
「フェーズフリー」とは、「日常時」と「非常時」というフェーズ（社会の状態）をフリーにして、私たちの生活や命を守ってくれるモノやサービスを、広く日常から普及させることによって、誰もが安心して豊かに暮らせる社会を作ることを目指していく概念です。

2024年は能登半島地震をはじめ、自然災害が多くあったことでフェーズフリーに関する報道が増えたこともあり、「フェーズフリーを聞いたことがある」と回答したのは14.5%で、2023年の13.4%に比べて微増でした。



◆フェーズフリー認証による購買意欲

先述の通りフェーズフリー認知はあがったのではないかと考えられるのに加え、73%がフェーズフリー認証商品を購入したいと回答しました。環境の変化に弱い赤ちゃんにとっては災害時にも使い慣れているものを活用できるため、フェーズフリーは大きな価値になると考えられます。

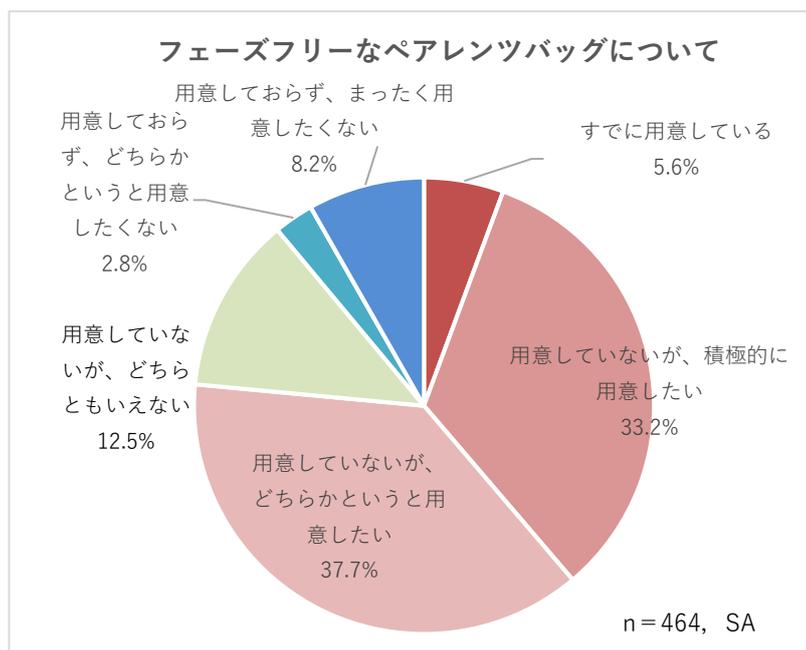


◆フェーズフリーなペアレンツバッグの準備意向

乳幼児を連れてお出かけする際に、出先で必要になるもの（おむつ、着替え、おくるみなど）をまとめて入れて持ち運ぶバッグを最近では「ペアレンツバッグ」と言います。普段使いで防災に生かせるアイテムは準備していないことがわかりました。

この「ペアレンツバッグ」に、非常時にも役立つアイテム（簡易ブランケットやタオル、ウェットティッシュ、マスク、液体ミルクなど）を入れておくことで、フェーズフリーになると考えられます。

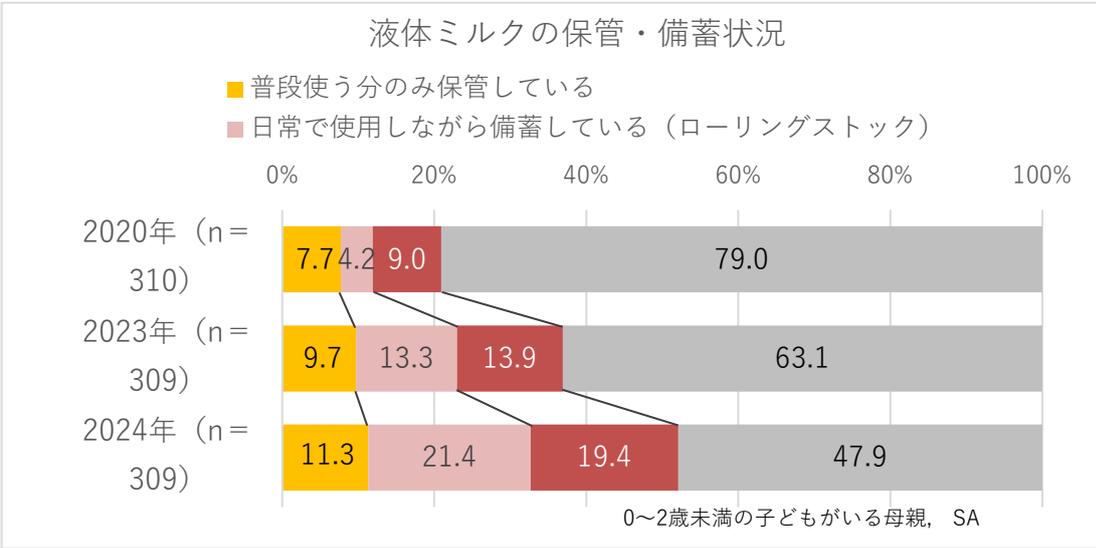
調査結果では、現在、フェーズフリーなペアレンツバッグを用意している方はわずか5.6%ではあったものの、今後「用意したい」という意向は70.9%となりました。



3. 液体ミルクについて

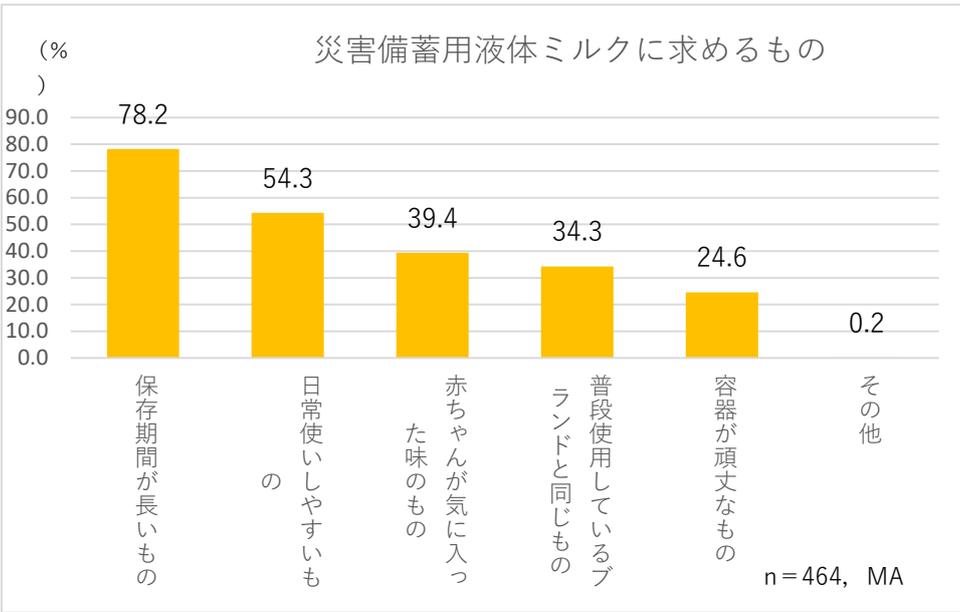
◆液体ミルクの保管・備蓄状況

0～2歳未満の子どもがいるご家庭のうち、災害時を意識して液体ミルクを保管・備蓄している家庭は40.8%と2020年に比べ27.6ポイント高く、2024年には乳幼児ママの52.1%が液体ミルクを保管・備蓄するようになりました。



◆災害備蓄用液体ミルクに求めるもの

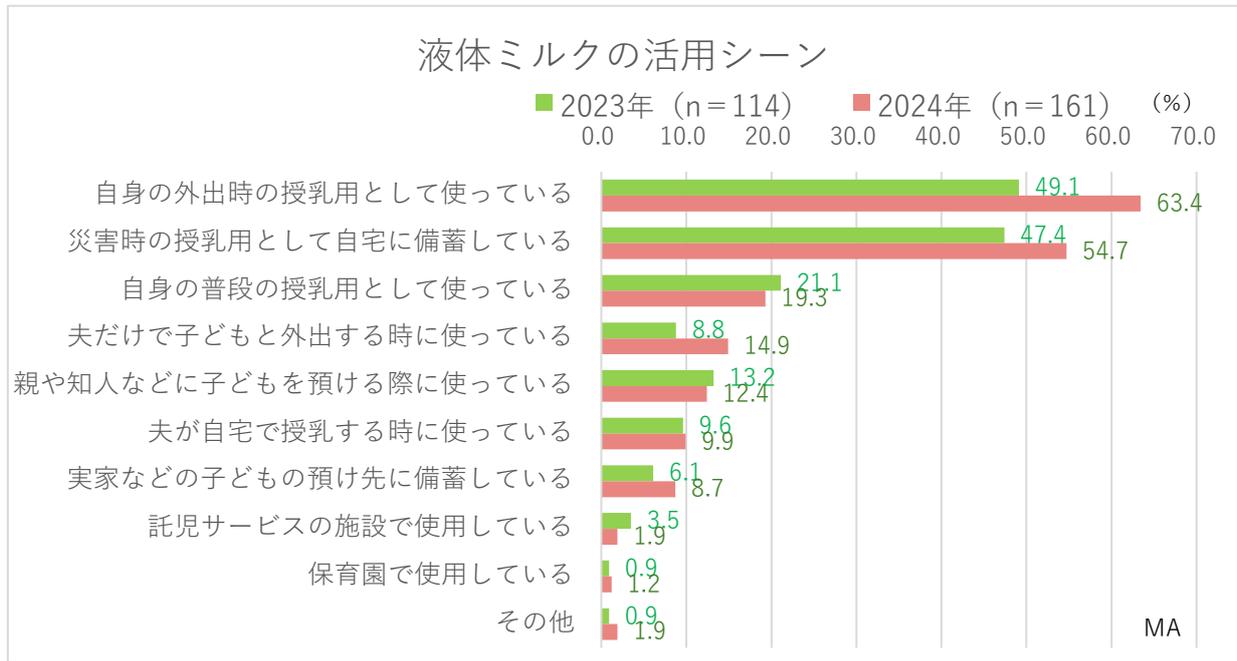
最も多い回答は「保存期間が長いもの」(78.2%)、その次に「日常使いしやすいもの」(54.3%)でした。「日常使いしやすいもの」は災害用の備蓄にとどまらず、日常生活でも役に立つため希望が高かったと考えられます。



◆液体ミルクの活用シーン

液体ミルクの購入経験者(全体の34.7%)を対象に、実際に液体ミルクを活用している場面を聞きました。

多くの回答が寄せられたのは「自身の外出時に授乳用として使っている」(63.4%)、「災害時の授乳用として自宅に備蓄している」(54.7%)でした。調乳不要な液体ミルクは衛生的な水が手に入りにくい災害時だけでなく、外出時など日常使いする人も多く、昨年に比べても 14.3 ポイント増えました。また、「夫だけで子どもと外出する時に使っている」が 14.9%と 2023 年に比べ、6.1 ポイント増加したことからパパも積極的に育児に参加するようになってきていると考えられます。



◆乳幼児用品の備蓄状況

先述の通り乳幼児用品の備蓄は、その多くが日常で使いながら備蓄されています。液体ミルクは「日常で使しながら備蓄している」(21.4%)と「災害時用としてのみ備蓄している」(19.4%)をあわせた備蓄率が 40.8%で 2023 年よりも 14 ポイント増加しました。どの用品を見ても年々備蓄率は高まっているため、日常での使用をはじめ、備蓄に対する関心度の高さが見受けられます。

