

テーマ

震災の"情報"や震災支援に対する生活者の思いと行動

導入

令和6年能登半島地震から1ヵ月経った2月上旬に、「震災の情報」や「震災支援」に対する生活者の思いと行動を探るため、定量調査を行いました。

トピック

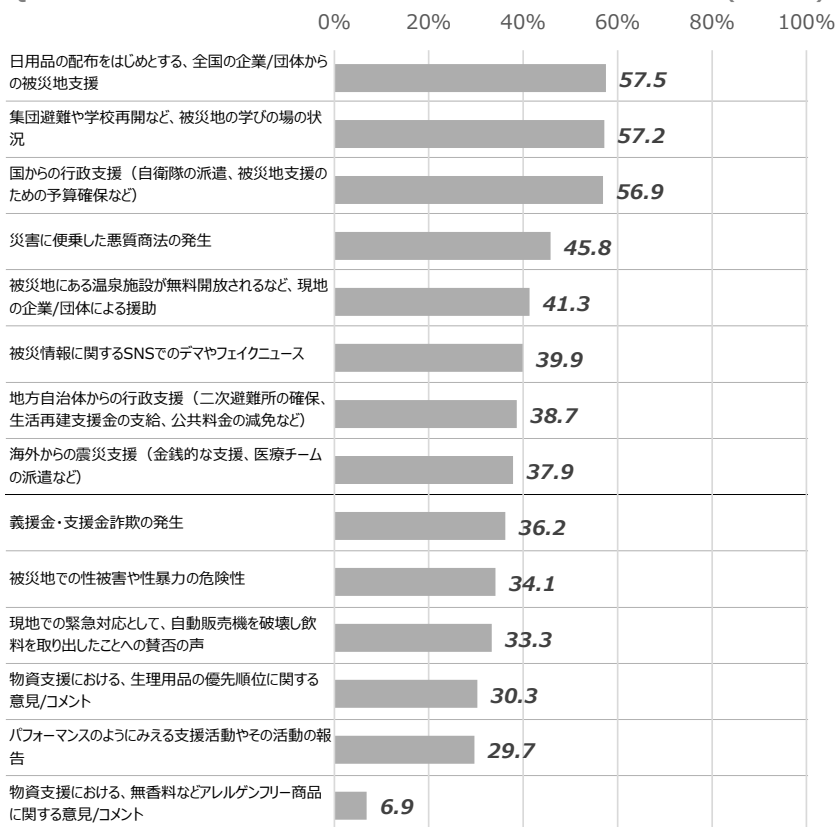
1. デマやフェイクニュースだけじゃない。「支援」に関する前向きなニュースも
2. 行政の支援が「安堵」を、民間の企業/団体や海外からの支援が「感動」「感謝」の輪を広げている
3. 震災支援の意向は9割に迫るが、実際の行動は6割弱に
4. 支援したくてもできない生活者の本音とは
葛藤や困惑がありつつも、できる支援を模索する生活者も存在

詳細

デマやフェイクニュースだけじゃない。「支援」に関する前向きなニュースも。

令和6年能登半島地震に関連する情報では、「全国の企業/団体からの被災地支援」を筆頭に、「被災地の学びの場の状況」や「SNSでのデマやフェイクニュース」など、多くの情報が目にされています。

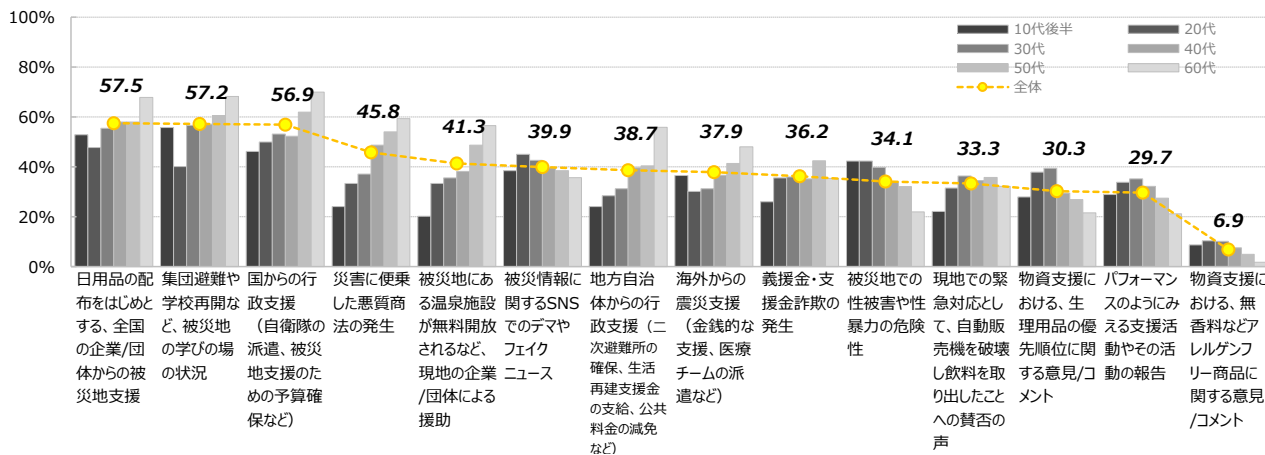
Q.令和6年能登半島地震に関連して、あなたが見聞きした情報をすべて選んでください。(複数回答)



【図 1-1】令和6年能登半島地震に関連して、見聞きしたことがある情報 <n=1,500>

年代別でみると、「被災地支援」などの情報を中心に、年代が上がるにつれてスコアが高くなる項目が多くみられました。一方、「被災地での性被害や性暴力の危険性」や「物資支援における、生理用品の優先順位に関する意見/コメント」は、10代後半～30代などの若年層を中心に高く、項目によって傾向が異なる様子がみとれます。その中で、「SNSでのデマやフェイクニュース」については、他の情報ほど年代差がなく、年代問わず同程度に届いていると解釈できます。

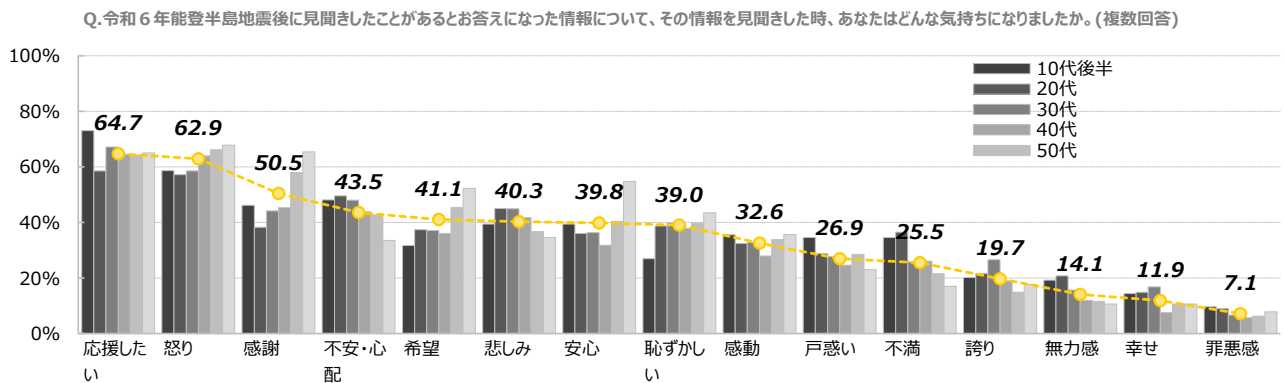
Q.令和6年能登半島地震に関連して、あなたが見聞きした情報をすべて選んでください。(複数回答)



【図 1-2】令和6年能登半島地震に関連して、見聞きしたことがある情報（年代別）

行政の支援が「安堵」を、民間の企業/団体や海外からの支援が「感動」「感謝」の輪を広げている。

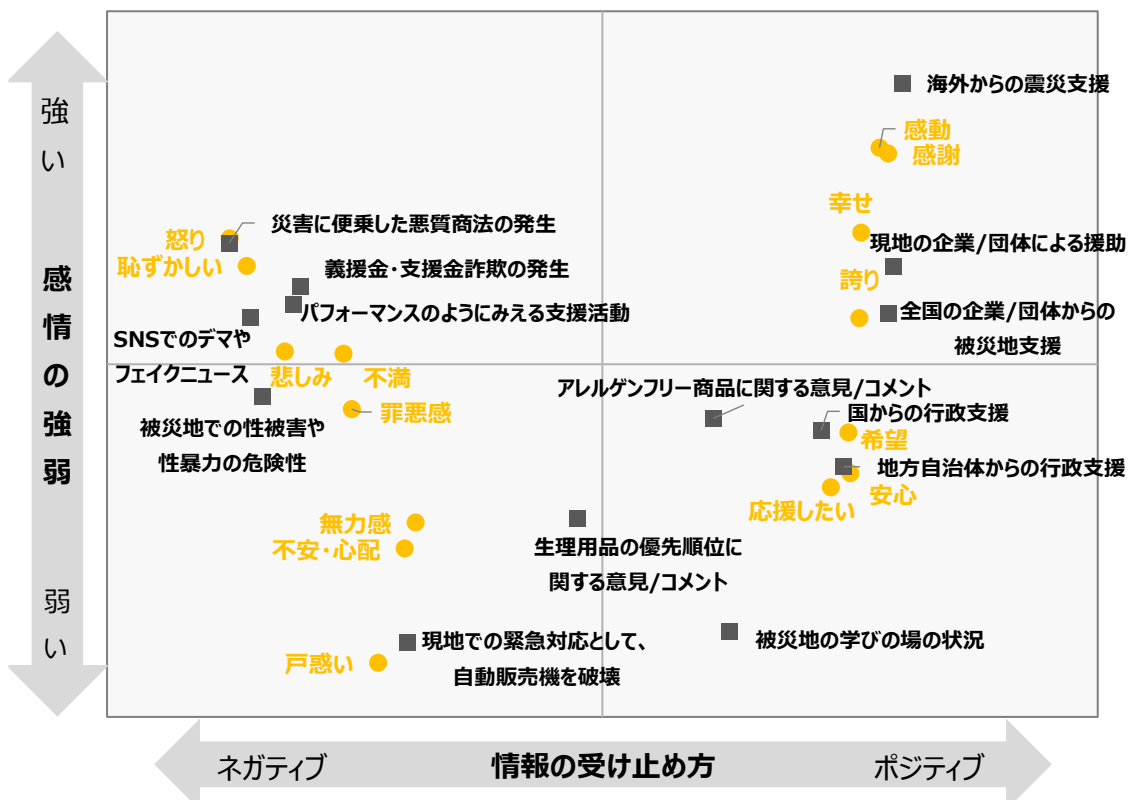
見聞きしたことがある情報について、どのような感情を抱くのかを聴いてみました。一番は「応援したい」で、どの年代でも6割前後まで達しています。



【図 2-1】見聞きしたことがある情報への感情（見聞きした情報の中で、1つでもその感情を選択した割合）

<n=1,500> ※非認知者も含めて、全ベースで集計

各情報と抱く感情のコレスポネンス分析の結果をみると、国や地方自治体など行政からの支援に対しては「安心」や「希望」といった“安堵の気持ち”が、民間の企業/団体や海外からの支援に対しては「幸せ」や「誇り」、そして「感謝」「感動」といった気持ちが、それぞれより強く芽生えていることが確認できます。



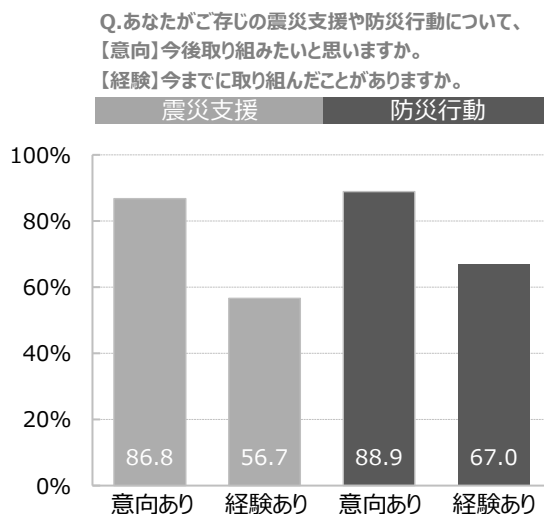
【図 2-2】見聞きしたことがある情報への感情（コレスポネンス分析）

印象に残った情報	その情報に対する気持ち
・ 台湾からの多額の寄付金	海外でこんなにも日本を助けてくれる国があることに驚いたし、とても感動しました。(16 歳女性)
・ ペットと共に避難できるスペースを作った	ペットも家族なので素敵だと思った(19 歳女性)
・ 個人収益のために嘘の救助要請情報が主に SNS を通して拡散されたこと	本当に救助を必要としていた人、助かって欲しいと思い拡散した人、救助のために動いていた人に対して全てに失礼で侮辱している行動であると感じた。(23 歳女性)
・ 日本の避難所の運用や管理体制、設備が現地に委ねられていて、プライバシーや安全面が確保されていないこと	被災時の不安と、行政や社会に不満を感じた。(34 歳女性)
・ SNS での災害地への救援に行った人への書き込みについて	閲覧だけでも心が疲弊した。自分のスタンスは守っていかうと思った。(50 歳女性)
・ 被災地での盗難被害について	人が苦しんでいる状況で自分の利益を求めることが同じ日本人として恥ずかしい。(20 歳男性)
・ 自販機破壊のニュース	強盗なのかと思い怖いと思った。ただ後で頼まれてやったことと知ったけど周知が不足しているなと思った(36 歳男性)
・ 旅館の開放 観光業界も大変な中被災した人達がお風呂で温まれてゆっくり眠れるのは素晴らしい事	人の持つ優しさを感じた(63 歳男性)

【表 2-3】生活者にとって印象深い情報とそれに対する気持ち（生声）

震災支援の意向は 9 割に迫るが、実際の行動は 6 割弱に

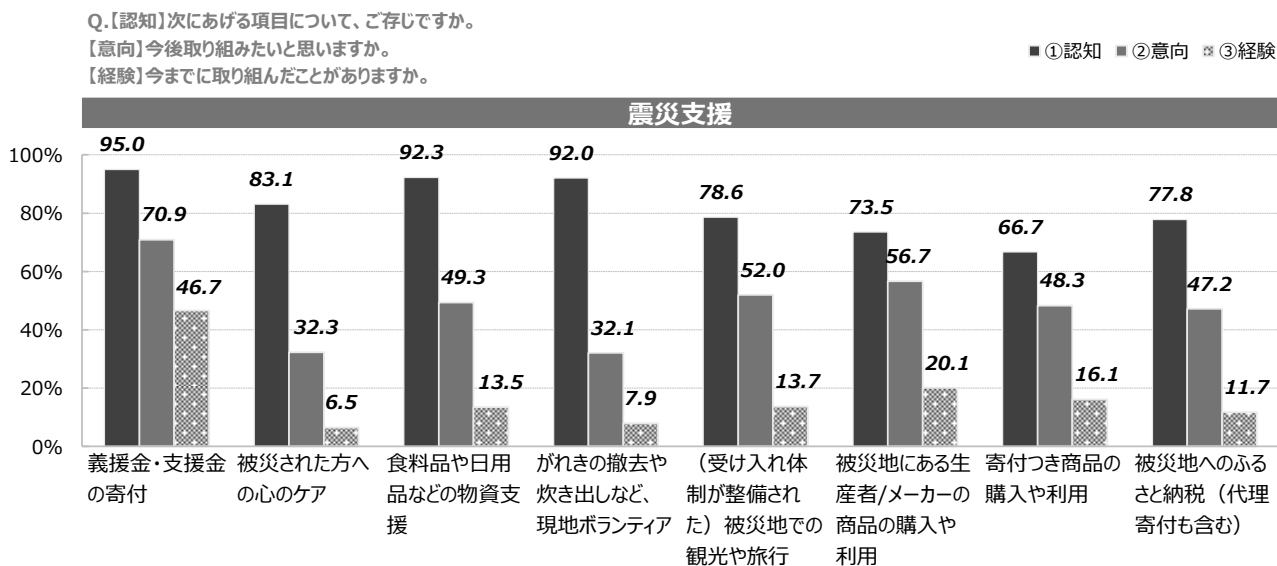
震災支援 8 項目と防災行動 6 項目（具体的な項目は図 3-2/3-3 の通り）について、認知（知っているか）・意向（やりたい気持ちがあるか）・経験（実際にやったことがあるか）を聴いてみました。震災支援・防災行動ともに、意向は 9 割に迫りますが、経験は震災支援だと 6 割弱、防災行動だと 7 割弱に留まっており、やりたい気持ちと実際の行動には差があるようです。



【図 3-1】震災支援と防災行動への、今後の意向とこれまでの経験（各項目のいずれか計）

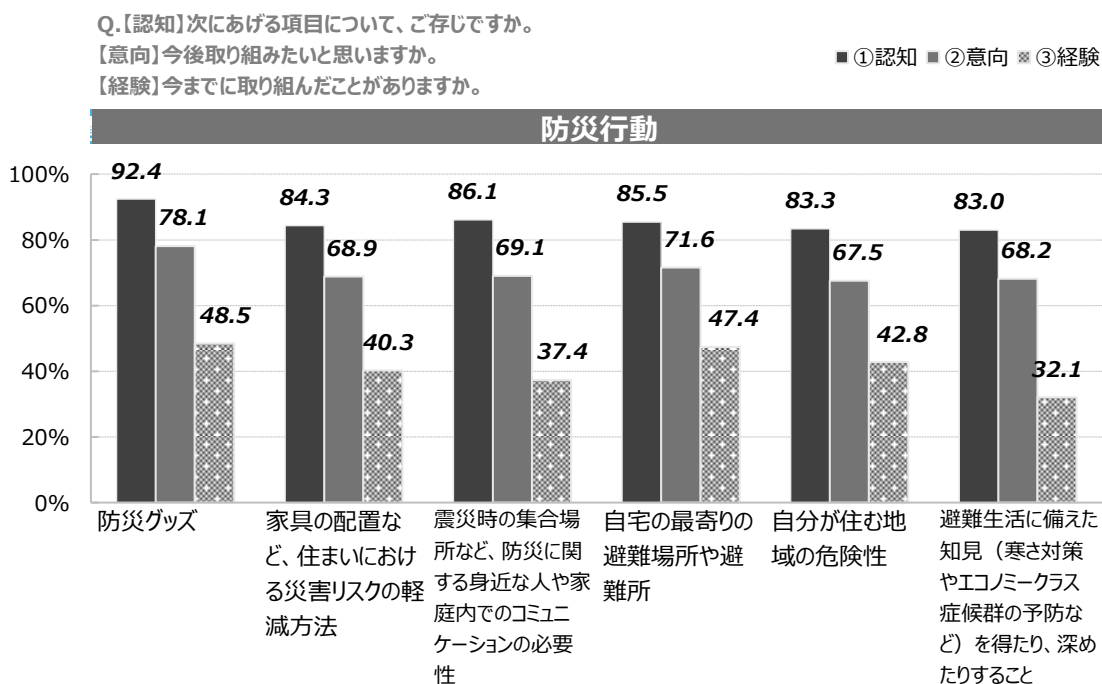
<n=1,500> ※非認知者も含めた全ベースで集計

具体的な項目をみると、震災支援では、いずれの項目も全体の 2/3 以上が認知していますが、9 割以上の「義援金・支援金の寄付」や「物資支援」と比べると、「被災地での観光」「被災地へのふるさと納税」といった被災地の経済を潤す項目は 6～7 割台で大きく下回りました。ですが、これからの項目を中心に、全体の 2 人に 1 人は意向があることも確認できます。



【図 3-2】震災支援への認知・意向・経験 <n=1,500>

防災行動は、震災支援よりも概ね経験率が高く、3～4 割台でした。また意向も、いずれの項目でも 7 割前後となっており、生活者の関心の高さがうかがえます。



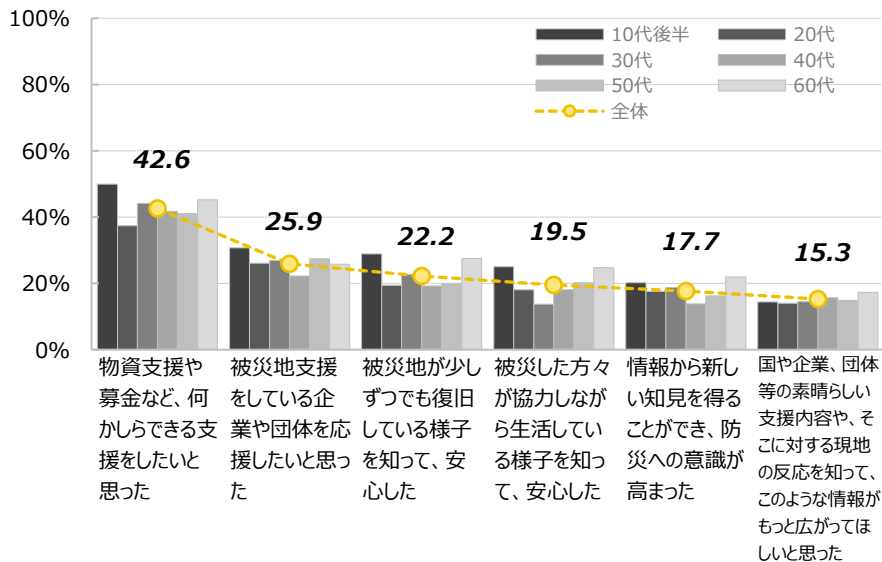
【図 3-3】防災行動への認知・意向・経験 <n=1,500>

支援したくてもできない生活者の本音とは。

葛藤や困惑がありつつも、できる支援を模索する生活者も存在

震災に関連する情報に触れる中で感じたことや思ったことを聞いてみました。ポジティブな項目では、10代後半を筆頭に「何かしらできる支援をしたい」や「被災地支援をしている企業や団体を応援したい」が上位となり、先ほどの「応援したい」という気持ちがここでもみとれます。一方、ネガティブな項目では、「国や社会として、過去の震災経験を十分に生かし切れていないと思った」のほか、若年層を中心に「支援のために行動できていない自分に、不甲斐なさを感じた」「正しい情報を把握したり、判断したりすることが難しいと感じた」「情報が多すぎて、何を信じてよいのか戸惑った」という回答も一定数あり、国や社会に対してだけでなく、自分自身への罪悪感や無力感を抱く生活者もいたようです。

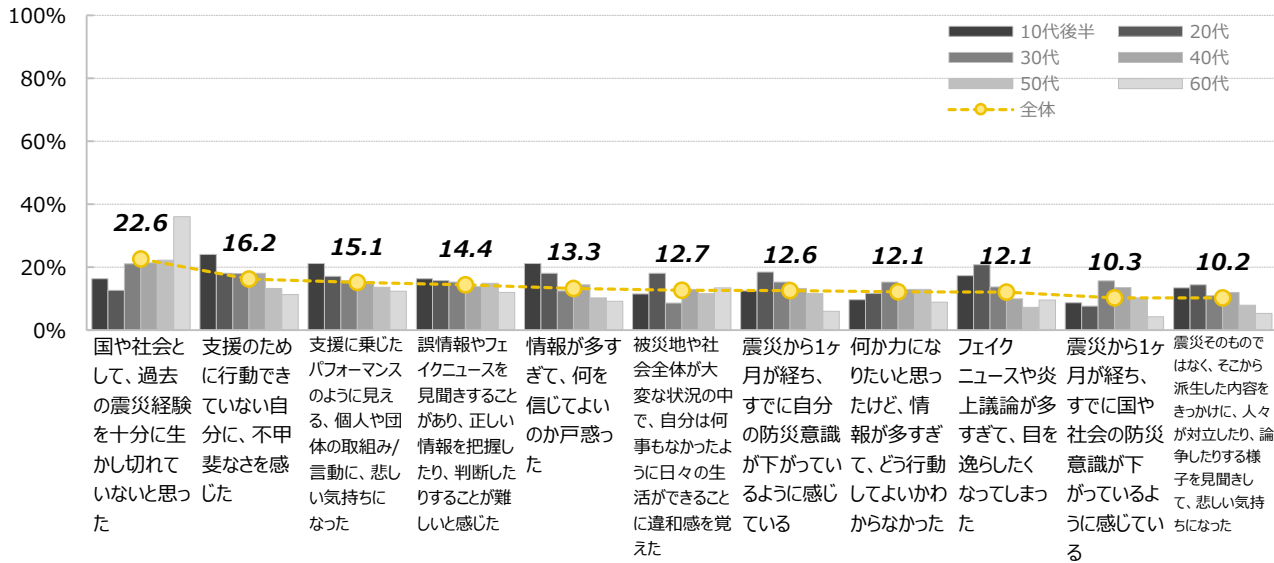
Q.令和6年能登半島地震に関連する情報に触れる中で、
どのようなことを思ったり、どのような行動をしましたか。(複数回答)



【図 4-1】震災の情報に触れる中であてはまるもの <ポジティブ項目> (n=1,500)

※全体の回答率が10%以上のものを抜粋

Q.令和6年能登半島地震に関連する情報に触れる中で、どのようなことを思ったり、どのような行動をしましたか。(複数回答)



【図 4-2】震災の情報に触れる中であてはまるもの<ネガティブ項目> (n=1,500)

※全体の回答率が10%以上のものを抜粋

震災に関連した情報に触れる中で、どのようなことを考えたのか、行動したのかを自由に回答してもらいました。

寄せられた生声からは、「支援したいが、経済的な面や子育て等の理由から自分の生活でいっぱい」といった支援が難しい実情や、「情報が錯綜しており、適切な判断ができない」「同じ情報でも、周りを受け止め方が違った」といった困惑・戸惑い、さらに「支援できないことが申し訳ないと思う」といった罪悪感などがみられ、“心の疲弊・疲れ”が読み取れます。一方で、「被災地の食材の購入」や「被災地への旅行」など、自分ができる支援のカタチを模索している声も寄せられており、悲観的ばかりではない生活者の姿もみえてきました。

支援したくてもできない

- ・ 寄付を考えていても、できる場所がない(18 歳女性)
- ・ 産後、子育て中で仕事もしていないし余裕がないから自分たちのことだけで精一杯(28 歳女性)
- ・ 募金をもっと多くのお金をやりたいが、自分の生活を考えると増やすことはできなかった(29 歳女性)
- ・ もっと義援金をもっとしたが、昨今の値上げラッシュで余裕がなく、少ししかできなかった(55 歳女性)
- ・ 寄付金などは少額でも参加したいと思いますが、
申し訳ないことに自分の生活でいっぱいいっぱい出来ていない(65 歳女性)
- ・ 被災地の情報を十分に知る報道などに触れている時間が取れない(62 歳女性)
- ・ 募金が、自分のみで限界で、お金が無くてできなかった(16 歳男性)
- ・ 昨年で定年退職し年金生活になり、余裕が無くなった(65 歳男性)

情報の判断が難しい

- ・ 寄付はどここの団体に送って良いのか悩んでしまう。送ったお金が何に使われるのか知りたい(46 歳女性)
- ・ かつて別の災害の時に支援したことあるけど、本当に支援が届いたのか不明だったから、何もできなかった(51 歳女性)
- ・ 誤情報を鵜呑みにしてしまった(30 歳男性)

- ・ フェイクニュースを読んで半ば信じてしまった(66 歳男性)

情報に触れすぎた、慣れた影響

- ・ 震災に関する情報に溢れた SNS などを見過ぎてしまい、情報疲れを起こしてしまった(15 歳女性)
- ・ 時間が経つにつれて危機感が薄れる(43 歳女性)
- ・ 地震当初より、関心が減っている自分自身を残念に思う(44 歳女性)
- ・ 時間が過ぎていくうちに情報慣れしてしまった(50 歳男性)

罪悪感・後悔

- ・ 何か行動したいのにどの様にしたらいいかわからず、結局何もしていない自分が少し嫌になっている(60 歳女性)
- ・ 困っている人がたくさんいるのに、自分は仕事もしないで美味しい物を食べていいのかなと(35 歳男性)
- ・ 本当に被災地に届くのか分からない、その辺の募金に寄付してしまった(36 歳男性)
- ・ 自分にできることを考えているが、なかなか具体的な行動ができない(58 歳男性)
- ・ ボランティア活動に参加したいが、業務で参加できず不甲斐ないと思った(61 歳男性)

周りとの情報の受け止め方の違いで困惑

- ・ 第一報時の NHK アナウンサーの報道の仕方は素晴らしいと感じたが、母親は過剰に煽っていて嫌だと言っており、その捉え方の違いに怒ってしまったこと(29 歳女性)
- ・ 震災支援や防犯に関する認識が身近な人と違ったとき、相手の認識が間違っていると考えてしまって、距離を置きたくなってしまった(32 歳女性)

自分でできる支援を検討中

- ・ 現地に出向くことは難しいが、少しでも支援ができる範囲で石川県の食材等購入したい(58 歳女性)
- ・ ボランティア活動や寄付は出来ないが、落ち着いたら旅行先に能登半島を選びたい(67 歳女性)
- ・ 石川県に住む友人を支援したい(47 歳男性)

【表 4-3】震災に関連した情報に触れる中で、感じたことや思ったこと（生声）

まとめ

令和 6 年能登半島地震が発生してから約 1 ヶ月間、生活者は明るい情報や悲しい情報、戸惑った情報など、実に様々な情報に触れており、「嬉しい」「悲しい」だけではない多くの感情を抱いていることがわかりました。国や地方自治体など行政からの支援に対しては「安心」や「希望」といった“安堵の気持ち”が、民間の企業/団体や海外からの支援に対しては「幸せ」や「誇り」、そして「感謝」「感動」といった気持ちも、それぞれより強く芽生えていたようです。

さらに、「応援したい」気持ちはあらゆる情報の中で特に強くみられ、「被災地や被災者のために何かしたい」という思いが読み取れます。また、具体的な震災支援や防災行動に注目すると、項目によって認知の偏りはあるものの、意向はそれぞれで一定数みられ、これも「応援したい」気持ちのあらわれかもしれません。一方で、意向はあっても、実際には行動できない/行動することが難しい実情もあり、自分にできる支援のカタチは何か？を悩んでいたりと、もしくは前向きに模索したりしている生活者の姿がみえてきました。

調査後記

元日の震災以降、私自身、「何か支援したいけど…」と気になっていてもなかなか行動に移せず、モヤモヤした気持ちを抱えて過ごしていました。

今回の調査から見てきたのは、生活者の多くも“被災地を応援したい”気持ちを抱えている一方で、実際に行動するにはハードルやジレンマがあるということです。それは、経済的な余裕がないことだけでなく、飛び交う情報の中から適切なものを判断できなかったり、震災の情報に慣れて関心が弱まってしまうたり、思うように行動できない自分への後悔や罪悪感があったりと、様々な理由があって支援に踏み出せない姿でした。しかし、そのような状況下でも、自分ができる範囲の支援を前向きに考えている方もいます。

そのことを知り、私も会社近くのコンビニで、少しばかりですが募金をしてみると、そのモヤッとした気持ちがいくらか晴れたように感じました。

被災地支援は、みんなが必ずしなくてはならないもの、とは考えていません。

ですが、「応援したい」「支援したい」という気持ちはあるのに、まだ一步を踏み出せない方に向けて、このレポートが、ご自身の支援を探るための後押しができれば、そして支援の輪が広がる一助になれば、とても幸せです。

調査概要

調査対象者：令和6年能登半島地震の被災が特に大きい4県(石川県/新潟県/富山県/福井県)を含めない、
全国43都道府県の男女15-69歳
※中学生以下は除く

回答者数・割付：計1,500s
※性別×年齢10歳刻み(10代後半のみ5歳刻み)12セルを
令和2年国勢調査の性年代構成比にあわせて割付

調査手法：インターネットリサーチ

調査期間：2024年2月2日(金)～3日(土)

調査会社：株式会社 H.M.マーケティングリサーチ