

# 緊急地震速報本運用にあたって 必要となる「事前」啓発 ～ 生活者意識調査より ～

2006年12月22日

電通 IMCプランニング・センター ソーシャル・マーケティング部  
**dentsu**

## はじめに

- 電通IMCプランニング・センター ソーシャル・マーケティング部とは
  - 企業・官公庁の多種多様な課題を解決するために、さまざまなコミュニケーション手法の提案・実施を行うIMCプランニング・センター。
  - その中で、社会課題、企業の社会的評価、企業が社会にあたえる影響など、「社会」という視点から、コミュニケーションを考え実施するソーシャル・マーケティング部。
  
- ソーシャル・マーケティング部における「減災」への取り組み
  - 緊急性の高いテーマとして、約1年前にプロジェクトをスタート。
  - 減災に取り組むNPOや団体、個人のネットワークを作りながら、情報を蓄積し、コミュニケーション課題として研究。
  - 「緊急地震速報」は、生活者に提供されることになる新しい情報であり、生活者の減災リテラシーを高めるきっかけになるのではないかと考え、この9月に自主調査を実施。

# 「緊急地震速報」に関する一般生活者意識調査(電通実施)

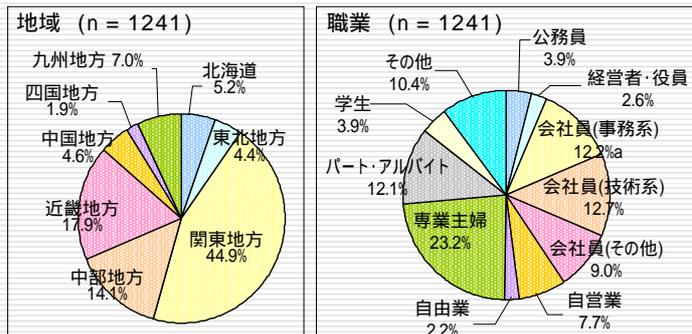
□ 調査期間： 2006年9月22日(金)～9月24日(日)

□ 調査エリア： 全国

□ 調査対象者： 20-69歳男女 1241ss

	男性					女性				
	20-29才	30-39才	40-49才	50-59才	60-69才	20-29才	30-39才	40-49才	50-59才	60-69才
サンプル数	125	133	114	136	110	121	130	113	141	118

□ 調査方法： インターネット調査



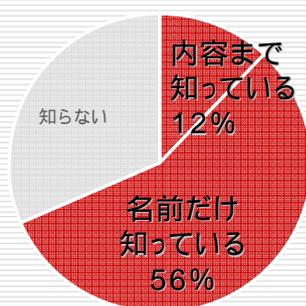
2006/12/22

2  
dentsu

## 一般生活者は予想以上に「緊急地震速報」に関心を持っている。

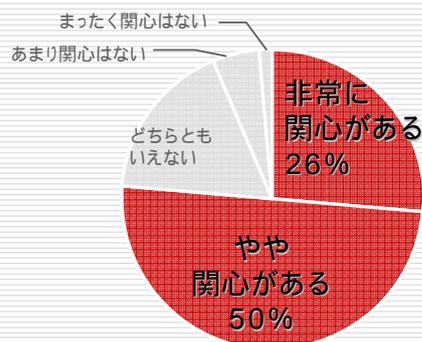
- 2 / 3 以上は、「緊急地震速報」を知っている。
- 3 / 4 以上は、「緊急地震速報」に関心がある。
- 4 / 5 以上は、「緊急地震速報」を受け取りたいと思っている。

「緊急地震速報」をご存知ですか？ N=1241



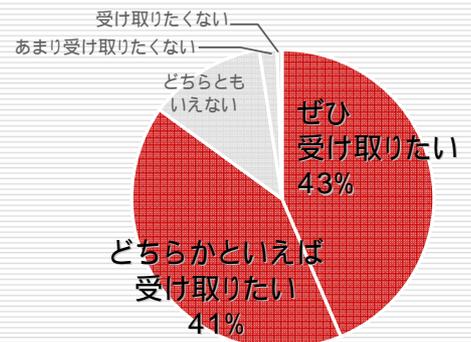
「知っている」計68.2%

「緊急地震速報」に関心がありますか？ N=1241



「関心がある」計76.5%

(説明呈示後)  
「緊急地震速報」をどの程度受け取りたいですか？ N=1241



「受け取りたい」計85.1%

2006/12/22

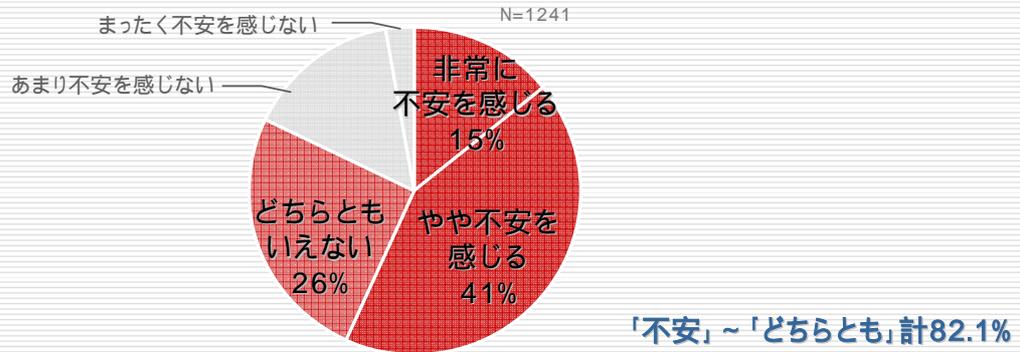
資料2-2

3  
dentsu

しかし多くの方が「不安」をおぼえているのも事実。

「緊急地震速報」に不安を感じないのは2割弱。  
残りの人は「不安」もしくは「わからない」。

「緊急地震速報」を受け取ることに不安はありますか？



▶ なぜ、どのような不安を感じているのか？

2006/12/22

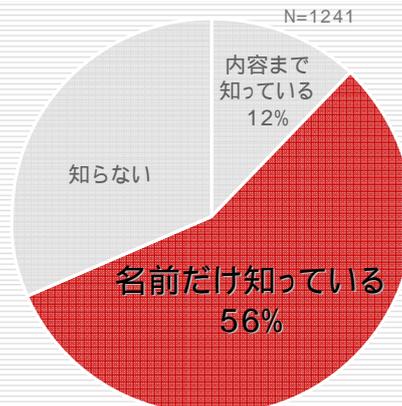
4  
dentsu

「不安」のインサイト

過半数は名前しか知らない。(誤認もありそう。)

「聞いたことはあるけれど、どんなものだからよくわからない。」  
「地震情報をもっと速くなるの？」

「緊急地震速報」をご存知ですか？



2006/12/22

資料2-3

5  
dentsu

## 「不安」のインサイト

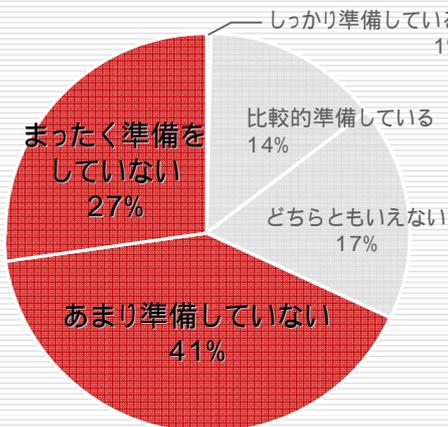
7割の人は自分のそなえに自信がない。  
 やっていることは知っていることの半分以下。

### 「震災への備え」認知率と実行率

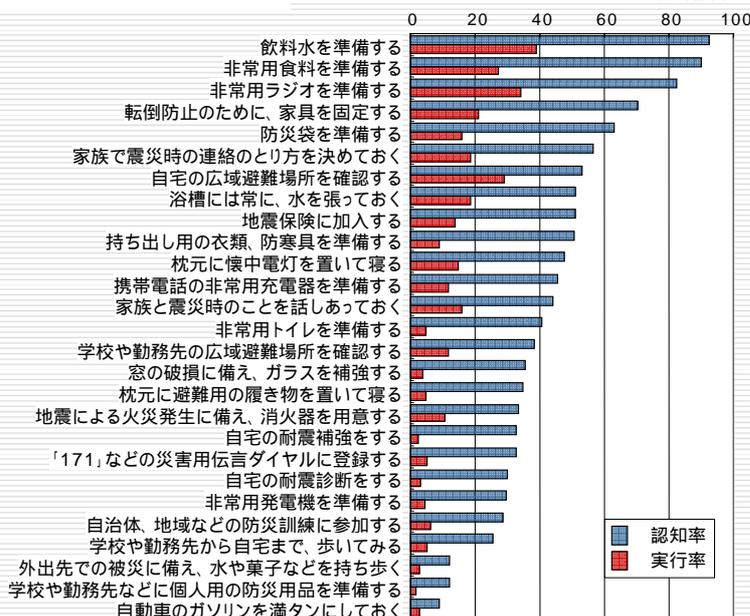
N=1241

### 震災のための準備をどの程度していますか？

N=1241



「準備していない」計68.0%



2006/12/22

6  
dentsu

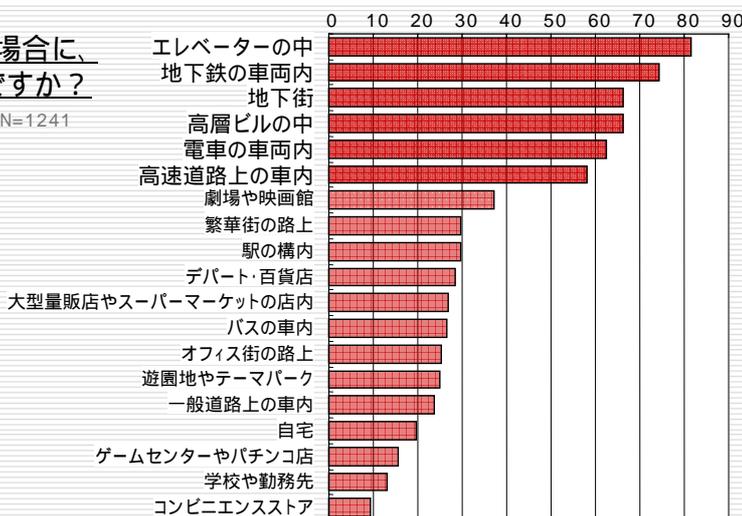
## 「不安」のインサイト

### 地震への不安が特に強いのは「閉所」。

- 「『地震が来る!』とわかって、何をどうすればよいのかわからない。」
- 「自分は大丈夫でも、集団パニックに巻き込まれてしまうのではないか？」
- 「『緊急地震速報』というより、エレベーターや地下にいる時に地震が起こることが不安。」
- 「エレベーターで、あと10秒でできることがあるなら教えてほしい。」

### 「緊急地震速報」が発信された場合に、特に不安を感じる場所はどこですか？

N=1241

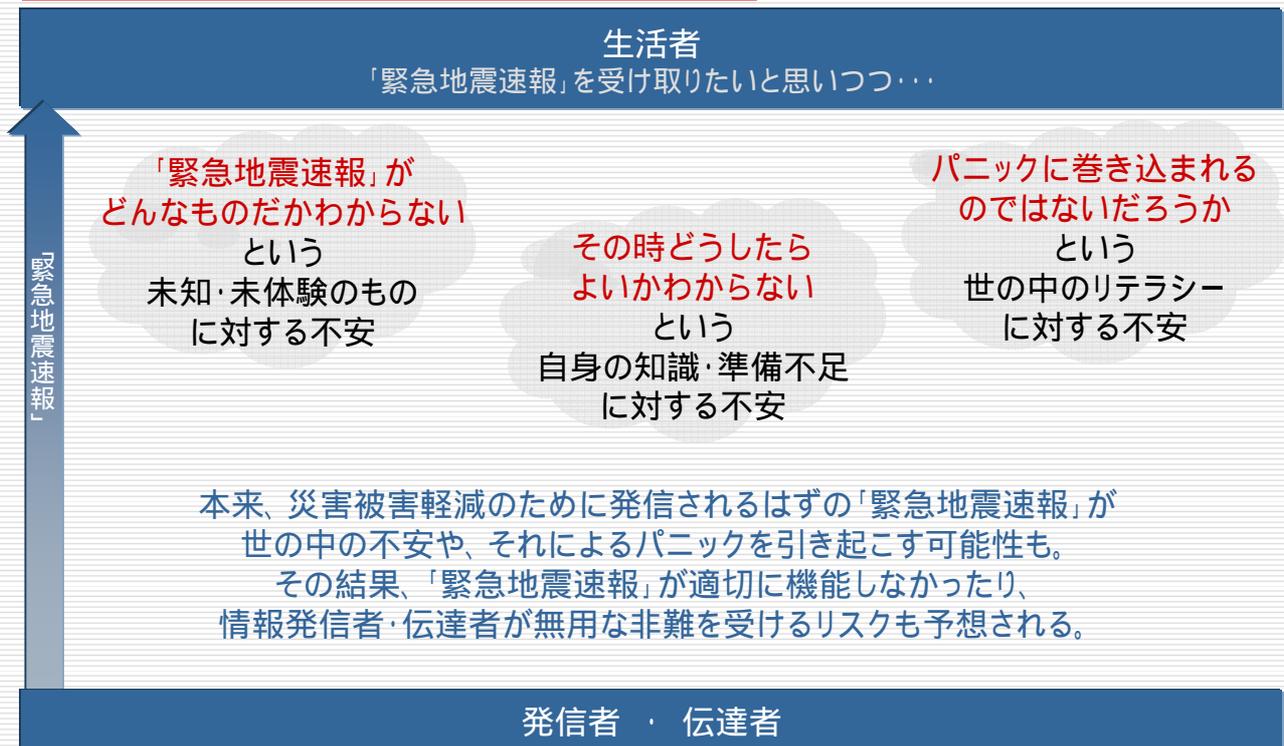


2006/12/22

資料2-4

7  
dentsu

## 「緊急地震速報」に対する生活者の3つの不安



2006/12/22

8  
dentsu

## 緊急地震速報本運用にあたって必要なこと

受け止める生活者が活用できてこそ、情報は“生きた情報”になる。

事前に { ・緊急地震速報本運用の前に、  
・緊急地震速報が発信される前、本当の地震が起こる前に、

「緊急地震速報」という“命に関わる新しい情報”の存在  
「緊急地震速報」の内容(特に受信方法、メリットと限界)  
「緊急地震速報」受信時の対応(場合・場面別)

を知らせ、ひとりでも多くの生活者を啓発しておくことが、  
緊急地震速報本運用による減災効果の最大化につながる。

### 事前周知コミュニケーションのポイント:

「ここで地震が起こったら・・・」と不安が強い場所は、特に優先されるべきコンタクトポイント™。  
できるだけ多様な生活シーン・場所で、事前周知情報に接触すること。  
同時多発的な情報接触が、ひとつの社会的な動きとして見えること(例えば共通のシンボルマークなど)。  
どのような音や言葉で速報を受け取るのか、生活者が事前に模擬体験する機会が提供されるとよい。

2006/12/22

資料2-5

9  
dentsu