

令和6(2024)年度 気象情報の利活用状況等に関する調査（結果概要）

本調査では、一般における気象情報の利活用状況を把握し、今後の気象業務の改善に資するため、令和6年11月に全国の20歳から79歳の男女2,000人を対象に（年齢、性別、居住地の分布は、令和2年国勢調査を元に割付）、気象庁が発表する様々な情報の認知度、利用度、満足度、期待などについて調査しました。

本結果を踏まえ、今後も気象情報の普及啓発を行っていくとともに、より分かりやすく利用しやすい情報となるよう改善に努め、各種取組を推進していきます。

以下、調査結果をкаいつまんで紹介します。本調査の結果の詳細は、調査結果全体をご覧ください。

1. 調査結果概要

（1）気象庁から発表される防災情報の入手手段

大雨警報や台風情報など気象庁から発表される防災情報の入手手段は、「テレビ、ラジオ」が73.6%、「ホームページ（お住まいの自治体、気象庁など）」が45.3%、「X、フェイスブック、LINEなどのソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）」が26.9%と主要な手段となっている（問20）。こうした情報入手手段を令和3年度調査と比較すると、「ツイッター、フェイスブック、LINEなどのソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）」（6.7ポイント上昇）の存在が大きくなっている。

（2）線状降水帯に関する情報

線状降水帯の予測情報の認知度（「見聞きしたことがあり、どのような情報か知っている」。以降同様）は60.1%、線状降水帯の発生情報（顕著な大雨に関する気象情報）の認知度は58.9%である（問1）。

線状降水帯の予測情報が自分のいる地域または近隣地域に発表されたことがあるかについては、「発表されたことがある」が30.1%、「発表されたことがない」が37.8%、「おぼえていない」が32.1%となっている（問2）。線状降水帯の発生情報についても同様の傾向であった（問5）。

自分のいる地域または近隣地域で、線状降水帯の予測情報により、大雨災害が発生する危機感が高まったかについては、「危機感が高まった」が47.7%、「やや危機感が高まった」が44.9%で、両者を合わせた92.6%が“危機意識”を抱いたことになる（問3、標本の大きさn=602）。線状降水帯の発生情報についても同様の傾向であった（問6、n=656）。

線状降水帯に関する情報が自分のいる地域または近隣地域に発表されたときの行動については、「自宅が安全だったので自宅にいた」は予測情報が54.0%、発生情報が52.3%と最も高く、次いで「ハザードマップを確認した」は予測情報が33.7%、発生情報が33.1%、「避難先、避難ルートを確認した」は予測情報が23.3%、発生情報が22.9%となっている。また、直接的な避難行動である「自宅の2階以上に移動した」は予測情報が6.6%、発生情報が8.7%、「自宅以外に避難した」は予測情報が2.8%、発生情報が3.0%となっている（問4、予測情報、n=602。問7、発生情報、n=656）。このように、線状降水帯に関する情報が自分のいる地域または近隣地域に発表されたときの行動については、直接的な避難行動で発生情報が予測情報をやや上回ったものの、予測情報と発生情報で概ね同じような傾向となった。

(3) キキクル

キキクル(危険度分布)の認知は、「どのようなものであるか知っている」が13.6%、「名前は聞いたことがあるが、詳しくは知らない」が22.3%、「知らない」が64.2%と、約半数以上の人が「知らない」と回答しており、認知度が非常に低い状況である(問1)。

自分のいる地域または近隣地域で、キキクルの情報により、大雨災害が発生する危機感が高まったかについては、「危機感が高まった」が51.0%、「やや危機感が高まった」が47.1%で、両者を合わせた98.1%が“危機意識”を抱いたことになる(問10、n=255)。

キキクルにおいて、お住まいの地域または近隣地域で危険度が高まったと回答した方(n=255)の行動としては、「ハザードマップを確認した」が53.3%と最も高く、次いで、「自宅が安全だったので自宅にいた」が45.1%、「避難先、避難ルートを確認した」が37.6%となっている(問11)。また、割合は少ないが、直接的な避難行動になる「自宅の2階以上に移動した」は13.3%、「自宅以外に避難した」は6.3%となっている。

(4) 台風情報

台風情報を見聞きした際の行動は、「テレビ、ラジオ等から最新、詳細な気象情報(雨の状況や警報の発表状況など)を確認した」が60.1%、「インターネットから最新、詳細な気象情報(雨の状況や警報の発表状況など)を確認した」が52.9%、「外出を控えた」が46.3%と上位を占める(問17)。経年で比較すると、令和3年度調査に比べると「テレビ、ラジオ等から最新、詳細な気象情報(雨の状況や警報の発表状況など)を確認した」が低下し、「レジャーや旅行の計画の変更又は継続について検討を行った」などが大きく増加している。

近年、台風情報を見聞きした際の行動の変化については、「自分自身の防災意識が向上したため、変化した」が42.8%と最も高く、次いで「変化していない」が33.7%、「公共交通機関の計画運休や店舗等の休業が早期に公表されたため、変化した」が31.8%となっており、近年、台風情報を見聞きした際の行動が変化した割合は66.3%となっている(問18、n=1,741)。

なお、重視する台風情報については、「進路の予報(予報円)」が77.5%と最も高く、次いで「強度の予報(風速や中心気圧)」が62.3%、「雨の予報」が60.2%となっている(問12)。

台風情報に期待することについては、予報期間の短い台風情報(現在～1週間程度)では「台風の進路や強度の予報精度向上」が71.5%と最も高い。一方、予報期間の長い(1週間程度～)台風情報については、「台風が発生する1週間前～1か月前から提供される、発生・接近に関する見通し」が62.2%となっている(問13、15)。

(5) 防災についての意識

防災意識を向上させるための平時からの備えの状況については、「気象庁からの情報を確認する」が55.0%と最も高く、次いで「お住まいの市区町村からの情報を確認する」が42.1%、「特段、何もしていない」が26.9%となっている(問19)。

(6) 比較的先(数週間～数か月)の予測情報に関する意識

季節予報情報の主な利用理由については、各季節予報情報において「防災対策や災害への備え」、「旅行やレジャーの計画」、「衣替えや健康管理の参考」が高くなっている。

しかし、『エルニーニョ監視速報』では、「利用していない」が77.5%と、他の季節予報情報と比較して高くなっている（問21）。

将来新たに極端な現象が発生する可能性についての情報で利用したい内容については、「2週間程度先までの、大雨、大雪、暴風の可能性」が49.3%と最も高く、次いで「2週間程度先までの、季節外れの高温・低温の可能性、熱中症の危険性のあるような猛暑になる可能性」が46.7%となっている（問23）。

（7）気候変動

文部科学省と気象庁が共同で公表した刊行物「日本の気候変動2020」については、「聞いたことがあり、概要版・本編・詳細版のいずれかを既に読んだことがある」が4.2%、「聞いたことがあり、読んだことはないが、どのような資料か知っている」が7.2%、「聞いたことはあるが、読んだことはなく、どのような資料かも知らない」が17.4%、「聞いたことがない」が71.5%となっている（問32）。

気候変動が引き起こす問題を理解するために必要な情報の関心度については、「とても関心がある」が19.4%、「関心がある」が55.1%となっている。防災意識を向上させるための平時からの備えの状況別にみると、何らかの備えをしている層は「とても関心がある」と「関心がある」の合計が86.7%となっている（問26）。

気候変動を感じる事象としては、「猛暑、熱帯夜、夏の暑さ」が77.2%、「大雨、豪雨、激しく降る雨」が70.6%と2大事象となっている（問27）。

将来考えられる気候変動の影響等の予測で最も知りたいこととしては、「真夏日、猛暑日の変化」が22.3%、「平均気温の変化」が20.6%で上位になっており、将来考えられる気候変動の影響等の予測でもっとも知りたいことでは、「2030年頃に予測される変化（現在から約10年後）」が84.0%を占めている（問29、n=1,686）。

また、気候変動に関する情報への期待としては、「これから気候変動がどう進むのか、地域毎のより詳細な情報」が44.8%で最も高く、これに「より正確かつ詳細な天気予報（明日・明後日、週間、台風）」が38.5%、「これまでに気候変動がどのくらい進んでいるのか、地域毎のより詳細な情報」が34.3%、「大雨等の極端な現象への気候変動の影響（これまで、これから共に）」が33.3%と続いている（問30）。

（8）緊急記者会見

気象庁が行う緊急記者会見を見聞きする際に最も利用する媒体については、「テレビ」が67.8%と最も高く、次いで「緊急記者会見自体を知らない」が12.3%、「インターネット（気象庁公式SNS）」が10.0%となっている（問34）。

また、自分のいる地域、関係する地域の緊急記者会見を見聞きして感じた危機感については、「気象庁が伝えたい危機感が、伝わってきた」が62.9%と最も高く、次いで「自分のいる地域または関係する地域を対象にした緊急記者会見を見たことがない」が27.0%、「気象庁が伝えたい危機感は、伝わってこなかった」が10.1%となっている（問35、n=1,752）。

自分のいる地域または関係する地域の緊急記者会見を見聞きして感じた危機感を、最も利用する媒体別に見ると、テレビで「気象庁が伝えたい危機感が、伝わってきた」が64.9%となっている。また、ラジオやインターネットと比較すると9ポイントほど高くなっている（問35）。

(9) 津波フラッグ

「津波フラッグ」の認知度については、「津波フラッグ」を知っていて、その意味も知っている」が4.0%、「津波フラッグ」は知らないが、津波について伝える旗があることは知っている」が6.7%、「津波フラッグ」は知っているが、その意味は知らない」が7.7%、「知らない」が81.6%となっている。令和2年度調査では、津波フラッグとその意味を知っている割合は4.6%、津波を伝える旗があることを知っている割合は8.9%、津波フラッグは知っているがその意味は知らない割合は5.1%、知らないと答えた割合は81.5%であり、その傾向は大きく変わっていない（問36）。

「津波フラッグ」の使用場面の認知度については、「津波フラッグ」を知っている、または津波を伝えている旗があることを知っている方（n=368）のうち、「大津波警報が発表されたとき」が34.2%、「津波警報が発表されたとき」が45.4%、「津波注意報が発表されたとき」が25.5%、「分からない」が28.8%となっている。令和2年度調査では、大津波警報発表時と回答した割合は38.5%、津波警報発表時と回答した割合は46.6%、津波注意報発表時と回答した割合は30.7%、分からないと回答した割合は26.4%であり、こちらも傾向に大きな変化はみられない（問37）。

「津波フラッグ」を知ったきっかけについては、「テレビ」が67.1%と最も高く、次いで「YouTube、X、Instagram等のソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）」が20.1%、「自治体広報誌」が9.8%となっている（問38）。

2. 今後の防災情報の更なる理解度向上に向けて

本アンケートの結果をみると、各防災情報の認知度や理解度は、年齢層によってばらつきがみられた。高年層ほど各防災情報の認知度や理解度は高く、若年層ほど各防災情報の認知度や理解度は低い傾向にあった。

台風情報を例にみると、過去1年間に台風情報を見聞きした場合の行動については、「テレビ、ラジオ等から最新、詳細な気象情報（雨の状況や警報の発表状況など）を確認した」は60代以上が76.1%、「インターネットから最新、詳細な気象情報（雨の状況や警報の発表状況など）を確認した」は50代が61.1%と高年層で高い。しかし、「特段何も行動を取らなかった」は年代が低いほど高くなる傾向がみられ、台風情報への認知度や理解度が低いことが読み取れる。防災情報の認知度や理解度が低い層にも災害リスクを抱えている人が一定数含まれているはずであり、いざ災害が発生した際に、各防災情報の認知度や理解度が低いために適切な行動がとれない可能性があることは否定できない。これらの層の防災情報に対する認知度・理解度のボトムアップにつとめることが、国民全体の防災情報に対する認知度・理解度の向上及び均等化につながり、減災の観点からも効果的であると考えられる。

一方、防災に関する情報を得る媒体については、全体では「テレビ、ラジオ」が73.6%と最も高いが、年代別にみると、「X、フェイスブック、LINEなどのソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）」が20代では44.9%、30代では38.8%と、年代が低いほど利用率が高くなる傾向がみられる。上記のことから、各防災情報の認知度や理解度が低い傾向の若年層にアプローチする手段として、X、フェイスブック、LINEなどのソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）を活用することが効果的であると考えられる。若年層の防災情報の認知度や理解度を向上させることにより、国民全体の防災情報に対する認知度・理解度が高まっていくと考えられる。

付録 気象庁の取組に対するご意見・ご要望（自由回答、主な意見）

【情報の精度や的確な情報発信について】

- ・予報の精度をいま以上に上げていくことを期待します（男性・60代以上・宮崎県）
- ・局地的な豪雨、雷、雹、突風の予測がさらに正確になるとありがたいです。（女性・40代・群馬県）
- ・30年前から言うとは段に予報精度は高くなっているが、もっと、もっと精度を上げてください。（男性・60代以上・高知県）
- ・予想外を減らせるよう頑張ってもらいたい（男性・40代・茨城県）
- ・できれば災害が起こる数日前に実害がどのくらいになるかわかるといいと思います（女性・60代以上・群馬県）

【情報発信の迅速性について】

- ・危険と思われる情報については、なるべく早めに注意喚起をしてもらい、普段より備えるきっかけにしたい。（男性・50代・千葉県）
- ・空振りでも良いので早めに情報を知りたいです（女性・50代・奈良県）
- ・いつも早い情報提供に感謝しています（女性・20代・熊本県）
- ・土砂災害も多いので、危険な事項は早めに伝えてほしい（女性・30代・滋賀県）
- ・重大な危険を伴いそうな気象の場合は早めにあらゆる媒体を利用して報告してほしい（女性・60代以上・愛知県）

【情報のわかりやすさについて】

- ・台風の強度がわかりやすい指標があると嬉しい（男性・40代・東京都）
- ・1時間降水量など分かりやすいですが、子供でも分かりやすく説明してくれる番組が増えればと思います。（女性・40代・兵庫県）
- ・気象庁のホームページ内の説明をもっと分かりやすく書いてほしい。（男性・40代・東京都）
- ・どっちみち予想が当たらないことが多いので、詳細な情報ではなくシンプルでわかりやすい情報提供で良い。その方がわかりやすい（男性・40代・兵庫県）
- ・一般人が理解しやすい言葉で説明してほしい（女性・60代以上・北海道）

【情報発信のあり方について】

- ・警戒心の過剰な高まりを防ぐ予報をお願いします（男性・50代・千葉県）
- ・もう少し狭い地域についても情報発信が欲しい（女性・60代以上・北海道）
- ・外れても良いので、危機が迫っていると予測され得た場合は、しっかりとその地域の住民に伝わるようにしてほしい。（女性・50代・群馬県）
- ・危機がせまっていても、不安を煽ることなく冷静・沈着な報道姿勢の維持。（男性・60代以上・北海道）
- ・会見をしていたことを知らなかったので次回は見てみようと思った。（女性・50代・大阪府）

【情報発信の方法について】

- ・インターネットですぐに確認できるといいと思いました。(男性・50代・愛知県)
- ・データ更新間隔を短い間隔に(男性・60代以上・大阪府)
- ・同じ報告を繰り返すことになっても良いのでコマーシャル無しで気象情報をメディアで伝えてほしい(女性・50代・広島県)
- ・気象会社が多くなっている昨今、全国の天気も必要だが、より地域密着の情報が、HPなどで、見られるとよい。(女性・60代以上・千葉県)
- ・ホームページのデザインや情報配置見やすくしてほしい(男性・40代・新潟県)

【気象庁への期待、励まし、感謝等】

- ・いつも、適切な情報提供をありがとうございます(男性・40代・石川県)
- ・激しく変動する気候、災害等に対処いただきありがとうございます。メディアも想定外と言わず、何が起こってもおかしくない地球環境の危機を発信すべき、そのための研究、リーダーシップを望みます。(女性・60代以上・愛媛県)
- ・予報も多岐にわたり見やすくなりました。ありがとうございます(男性・50代・山梨県)
- ・気象庁の雨雲レーダー、なうキャストの性能がよく、利用している。大変お世話になっている。(男性・20代・栃木県)
- ・日本の気象予報は世界一だと思っています。これからも頼りにしています。(女性・50代・福岡県)