

ASKUL 事業・リサーチ専門チーム、全国の仕事場におけるニーズを探る

「職場の災害対策と新たな防災概念〈フェーズフリー〉」に関する実態調査

～日本の職場の約半数が災害対策「備蓄品の準備」を実施、東日本大震災後の「2011年～2014年」に開始が35.8%～
 ～〈フェーズフリー〉の認知率は、「内容を知っている」は7.4%の少数に留まるが、「教育」や「介護・福祉」でやや高い傾向～
 ～地域別認知率は、「中国・四国」が15.3%で最も高く「北関東・甲信越・北陸」で11.4%、最も低いのは「東海」で3.1%～

アスクル株式会社（本社：東京都江東区、代表取締役社長：吉岡晃）はこの度、事業所向け（BtoB）サービス「ASKUL」（<https://www.askul.co.jp/>）に登録している事業所を対象に、「職場の災害対策と新たな防災概念〈フェーズフリー〉」に関する調査を実施しました。

本調査では、年々地震や台風等の災害が頻発する中で、全国の仕事場においての非常時備蓄など災害対策のほか、防災の新しい概念〈フェーズフリー〉についての認知度と取り組み具合について ASKUL 事業リサーチ専門チームが全国 753 の事業所から回答を得たものです。〈フェーズフリー〉の調査については、通常の企業規模・業種別の分析に「地域別」の視点を加えた分析としました。

ASKUL



【調査方法】インターネット調査

【調査対象】事業所向け（BtoB）サービス「ASKUL」に登録している 25 超の業種

【調査エリア】全国

【調査期間】2021年10月4日（月）～10月8日（金）

【回収サンプル数】753

【設計・実施・分析】ASKUL 事業本部 リサーチ&ビジネスサポート

■ サマリー

【職場の災害対策について】

- ✓ 職場の災害対策として、「備蓄品の準備」は約 5 割
- ✓ 備蓄開始時期で最も多いのは、東日本大震災後の「2011年～2014年」で 35.8%
- ✓ 職場の災害対策の課題では、「職場内の家具や備品などの転倒防止対策が不十分」が最も多く、約 4 割
- ✓ 災害対策については、従業員規模が大きいほど、何らかの対策を行っている傾向がある

【〈フェーズフリー〉について】

- ✓ 〈フェーズフリー〉の認知率は、「内容を知っている」は 7.4% の少数に留まるが、「言葉は聞いたことがあるが、内容は知らない」まで拡大すると、3 割近くに達する
- ✓ 「教育」や「介護・福祉」でやや認知が高い傾向
- ✓ 〈フェーズフリー〉の概念への関心度は、約 6 割 (TOP2)
- ✓ 職場での取り組み率は、全体の 0.7% で、「検討している段階」まで拡大すると 7.6%
- ✓ 〈フェーズフリー〉に取り組んだ(組もうとした)きっかけは、「平常時でも価値があると思ったから」が 49.1% で最も多い
- ✓ フェーズフリー商品の購入意向度では、54.3% (TOP2)

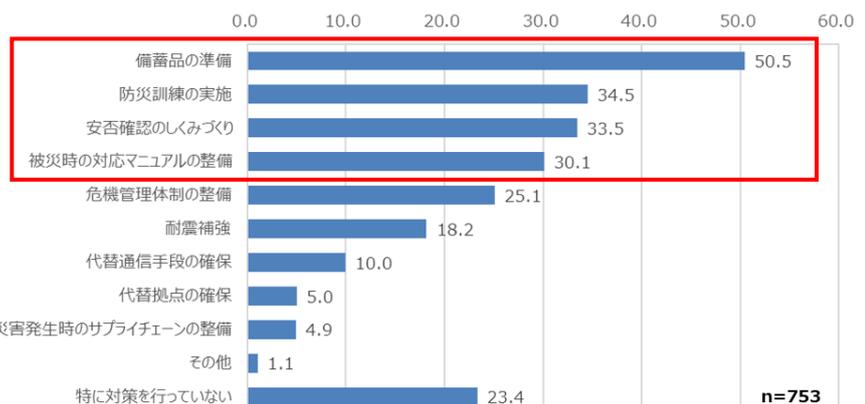
■ 調査内容

【Q1】職場の災害対策について

あなたのお勤め先で、現在、防災対策として取り組まれている内容をお聞かせください。
 当てはまるものを全てお選びください。

【結果】

- ・職場の災害対策として、「備蓄品の準備」は約 5 割
- ・続いて、「防災訓練の実施」「安否確認のしくみづくり」「被災時の対応マニュアルの整備」が 3 割台

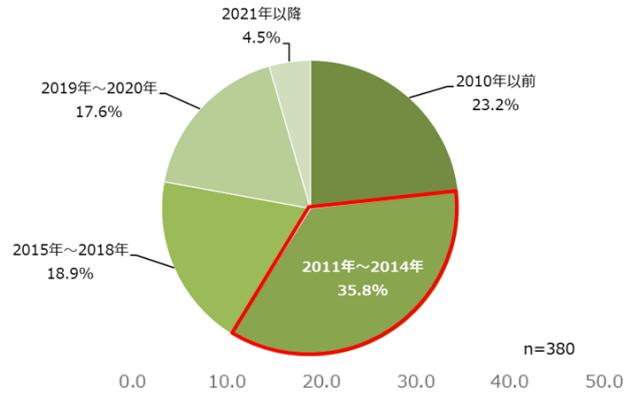


【Q2】

あなたのお勤め先で、防災用品を備蓄しはじめた時期はいつからですか。
当てはまるものを1つお選びください。

【結果】

- ・今回アンケート回答者の防災用品の備蓄時期で最も多いのは、東日本大震災後の「2011年～2014年」で35.8%

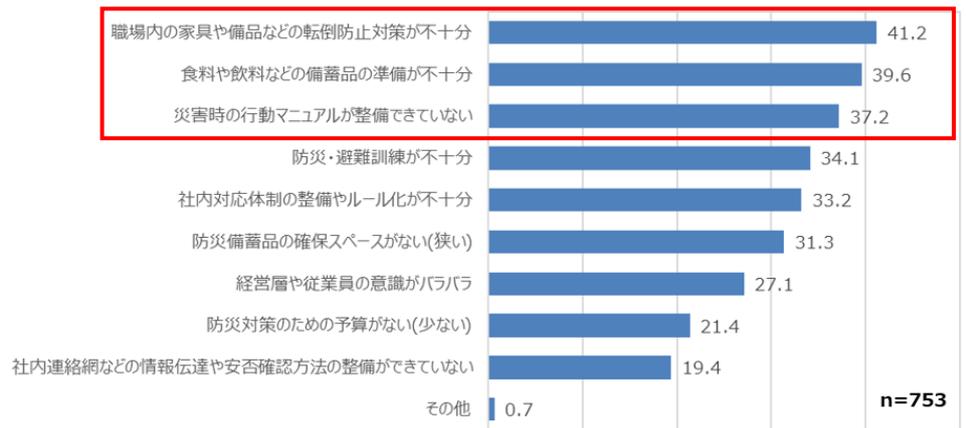


【Q3】

あなたのお勤め先における防災対策の課題として当てはまるものを全てお選びください

【結果】

- ・職場の災害対策の課題では、「職場内の家具や備品などの転倒防止対策が不十分」が最も多く、約4割
- ・続いて、「食料や飲料などの備蓄品の準備が不十分」が39.6%、「災害時の行動マニュアルが整備できていない」が37.2%

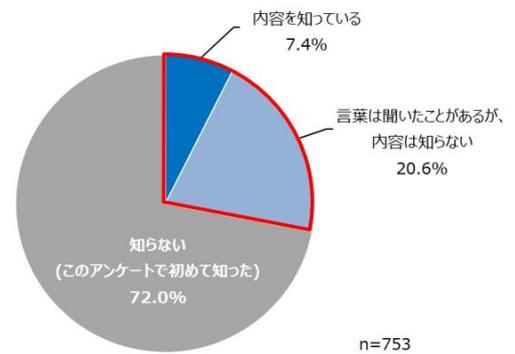


【Q4】〈フェーズフリー〉について

あなたは、〈フェーズフリー〉という言葉を知っていますか？
当てはまるものを1つお選びください。

【結果】

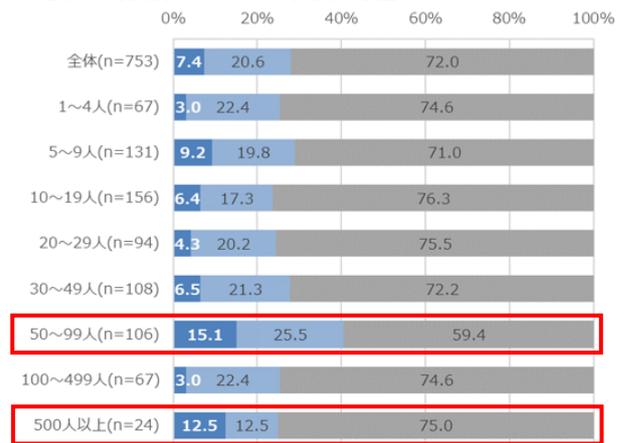
- ・「内容を知っている」は、7.4%の少数に留まる
- ・「言葉は聞いたことがあるが、内容は知らない」まで拡大すると、3割近くに達する
- ・業種別では、「教育」や「介護・福祉」において、認知(内容を知っている)がやや高い傾向で1割を超える
- ・従業員規模別では、傾向はまちまちで、最も高いのは50～99人規模で約15%、また参考値となるが、500人以上も12.5%と1割を超える
- ・地域別では、「中国・四国」が15.3%で最も高い認知率で、続いて「北関東・甲信越・北陸」で11.4%
- ・逆に最も低いのは「東海」で3.1%
- ・設立年数別では、特に目立った傾向はない



●業種別※n=20以上のみ



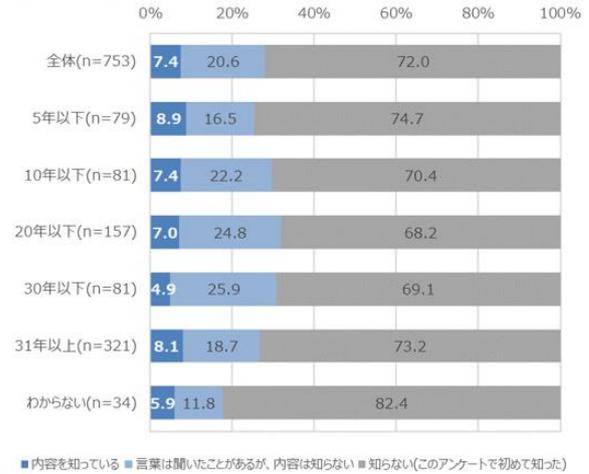
●従業員規模別※n=30以下は参考値



●地域別



●設立年数別

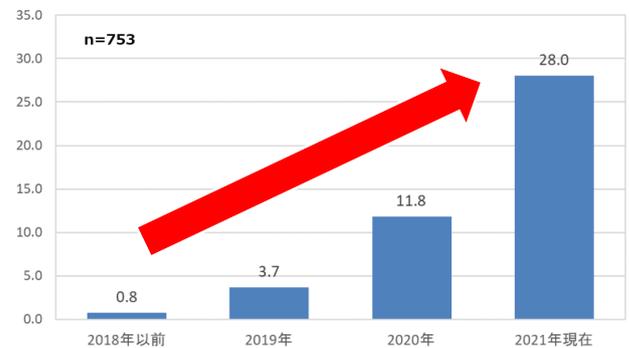


【Q5】

あなたは、「フェーズフリー」という言葉をいつ頃知りましたか？
当てはまるものを1つお選びください。

【結果】

- ・認知率の推移では、2018年以前が0.8%であり、以降で3.7%→11.8%と上昇し、2021年現在で28.0%
- ※認知率の例として、例えば2018年以前に認知している場合は、以降も認知は継続していたものと計算して、以降の年度に積み上げ



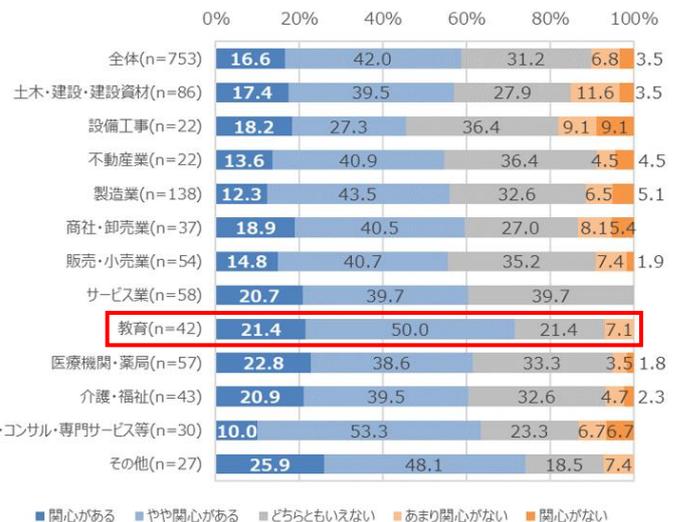
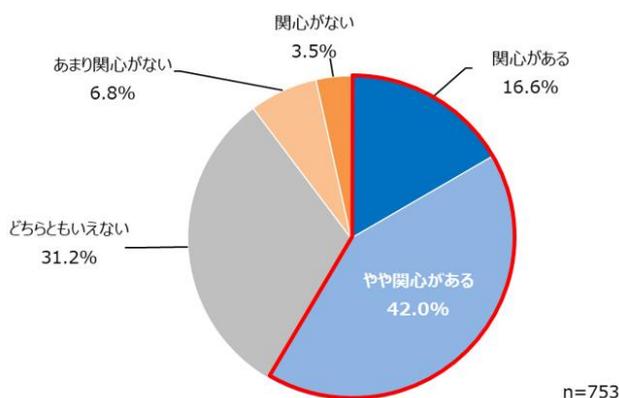
【Q6】

あなたは、「フェーズフリー」について、どの程度関心がありますか？当てはまるものを1つお選びください。

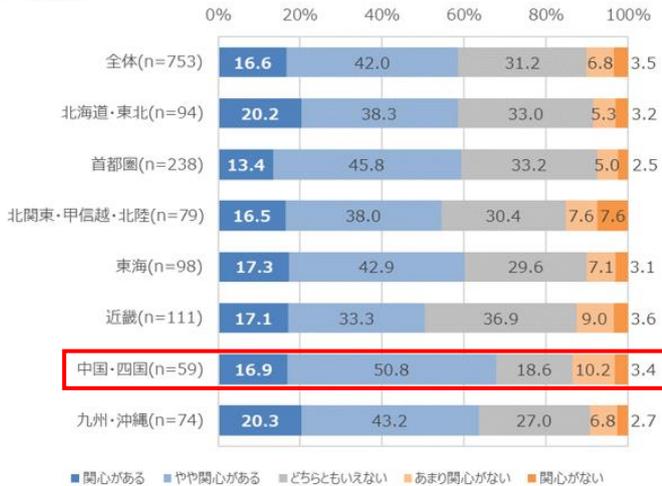
【結果】

- ・「フェーズフリー」の関心度では、58.6%が関心があると回答(TOP2)
- ・業種別では、最も関心度が高いのは「教育」で約7割(TOP2)※その他除く
- ・従業員規模別では、各層にバラつきがあるものの、参考値となるが、500人以上で最も高い(TOP2)
- ・地域別では、最も関心度が高いのは「中国・四国」で67.7%(TOP2)
- ・設立年数別では、各層にバラつきがあるものの、最も高いのは「20年以下」で65.0%(TOP2)

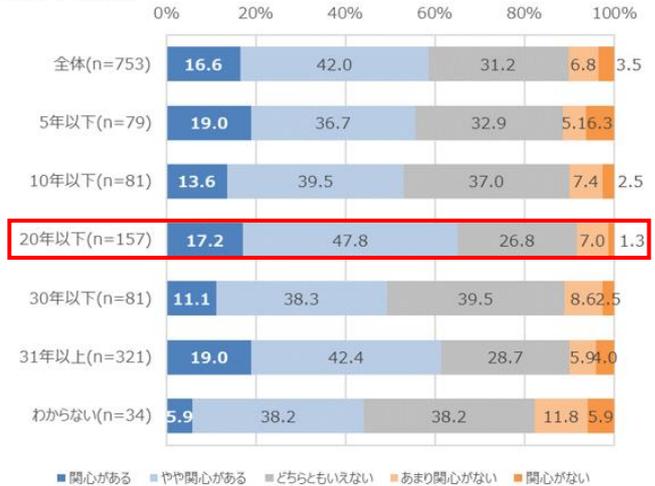
●業種別※n=20以上のみ



●地域別



●設立年数別

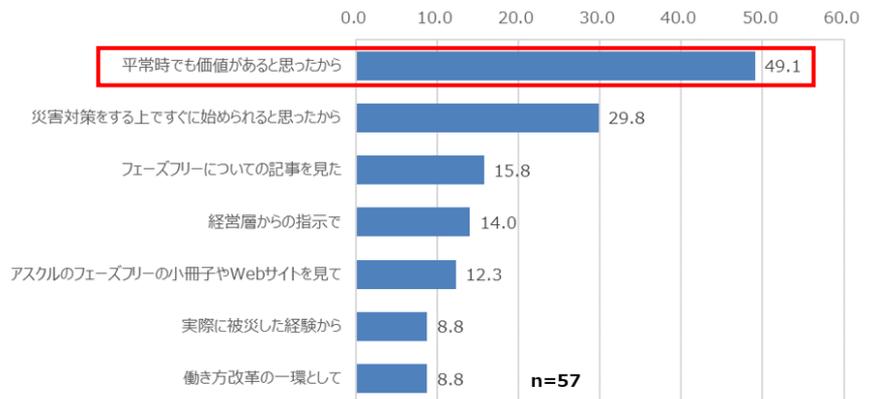
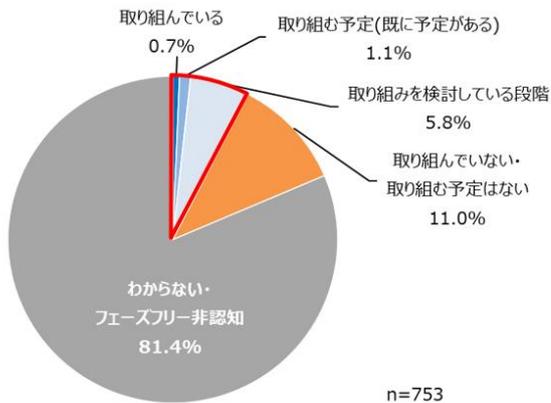


【Q7】

あなたのお勤め先では、〈フェーズフリー〉について、どの程度取り入れたり、導入したりしていますか？
当てはまるものを1つお選びください。

【結果】

- ・職場の〈フェーズフリー〉への取組みでは、実際に「取り組んでいる」のは、全体の0.7%
- ・「検討している段階」まで拡大すると7.6%となるが、そもそもの認知度が低いことも影響し、少数に留まる
- ・〈フェーズフリー〉に取り組んだきっかけは、「平常時でも価値があると思ったから」が49.1%で最も多い
- ・続いて、「災害対策をする上ですぐ始められると思ったから」が約3割

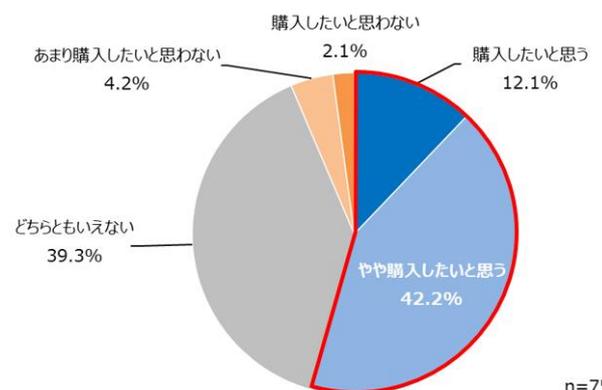


【Q8】

あなたは、〈フェーズフリー〉の商品を購入したいと思いますか？
当てはまるものを1つお選びください。
※フェーズフリーのページを閲覧してもらった上で回答

【結果】

- ・フェーズフリー商品の購入意向度では、54.3%(TOP2)



アスクルは今後も、働くすべての人たちのインフラであるとの認識のもと、変わり続ける時代のニーズにあわせてより一層お客様からご支持を得られる「エシカル e コマース」を目指し、引き続きサービスの向上に努めてまいります。

■フェーズフリーとは (<https://phasefree.net/>)

一般社団法人フェーズフリー協会により提唱された防災の考え方で、日常時（いつも）や非常時（もしも）などのフェーズ（社会の状態）に関わらず、適切な生活の質を確保しようとする概念です。災害大国である日本での「防災にコストや手間をかけられない」という声に対して、身のまわりにあるモノやサービスが、ふだんはもちろん、いざという時にも役立ち身を守ることができるという新たな考え方です。



【関連プレスリリース】

●2020年2月21日：オフィスでも避難所でもカタチを変えて活躍する「フェーズフリー」認証商品が新登場！

<https://pdf.irpocket.com/C0032/vTQq/AXMy/kRqL.pdf>

●2019年8月21日：防災の新たな考え方「フェーズフリー」に賛同、認証商品を販売開始

<https://pdf.irpocket.com/C0032/PMqI/u684/TXZY.pdf>

【関連 URL】

●アスクル株式会社コーポレートサイト：

<https://askul.disclosure.site/ja/themes/113>

■ASKUL 事業・リサーチ専門チームによる調査結果公開ページ：<https://www.askul.co.jp/f/special/survey/>



※本リリースに掲載の情報は発表日現在のものです。その後予告なしに変更されることがございますので、あらかじめご了承ください。