

Press Release

『防災の日(9月1日)』に合わせ、フレッシュが行った定期調査で意識の変化が！ 巣ごもり生活において“ローリングストック法”が再注目！ ～ウォーターサーバーを使った水の備蓄法もご紹介～

ウォーターサーバーによる宅配水サービス「FRECIIOUS（フレッシュ）」を提供する富士山の銘水株式会社（本店・工場：山梨県富士吉田市、代表取締役社長：栗井英朗）は、9月1日の防災の日に合わせてFRECIIOUS利用者を対象に「防災に関する意識調査」を実施しました。

【調査背景】

毎年9月1日は「防災の日」として、災害についての理解を深めたり、災害への備えを確認する機会となっています。今回は4,519名のFRECIIOUSユーザーの方にアンケートを実施。災害対策への意識、ローリングストック法の認知度や実践度、そして重要なライフラインの一つである「水」の備えについても着目し、調査を行いました。

特に今年は、テレワークや休校など自宅で過ごす時間が長くなり、巣ごもりのための備蓄として「ローリングストック法」がより注目され、全体的に「備える」意識の向上が伺える結果となりました。

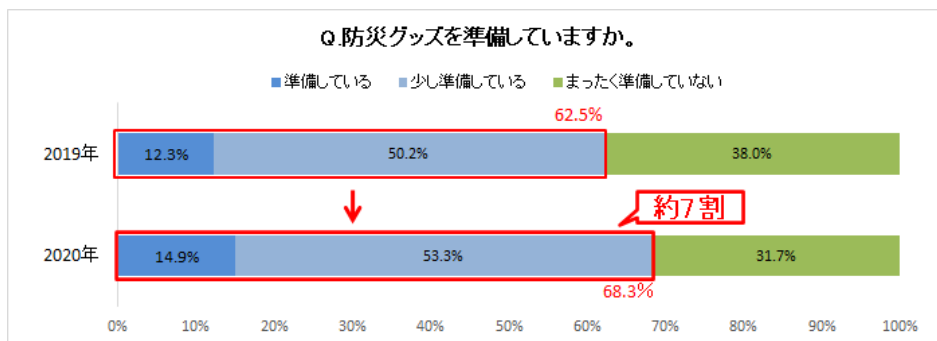
【調査サマリー】

- ◆ 約7割が防災グッズを何かしら準備していると回答。昨年に比べ増加傾向に
- ◆ 20代～60代以上の年代層すべてにおいて防災グッズを準備している人が増加
- ◆ 1年以内に防災グッズの見直しを行っている人は約6割に
- ◆ ローリングストック法は昨年に比べ認知度と実践度共に上昇
一方、20代の認知度・実践度は顕著に低い傾向に

■ “備える”意識が向上！約7割の人が防災グッズを何かしら準備していると回答

コロナ禍によって外出自粛が長期化し、生活様式が大きく変化している今、「巣ごもり生活」の中で、なるべく外出せず生活するための“備え”の意識が高まっています。さらに、近年の豪雨や洪水などの自然災害が増加しており、様々な緊急事態に備えるため、準備する防災グッズも多様化しています。

今回の調査では、防災グッズを「準備している」または「少し準備している」と答えた割合は7割近くまで増加し、防災への関心が高まったことが伺えます。

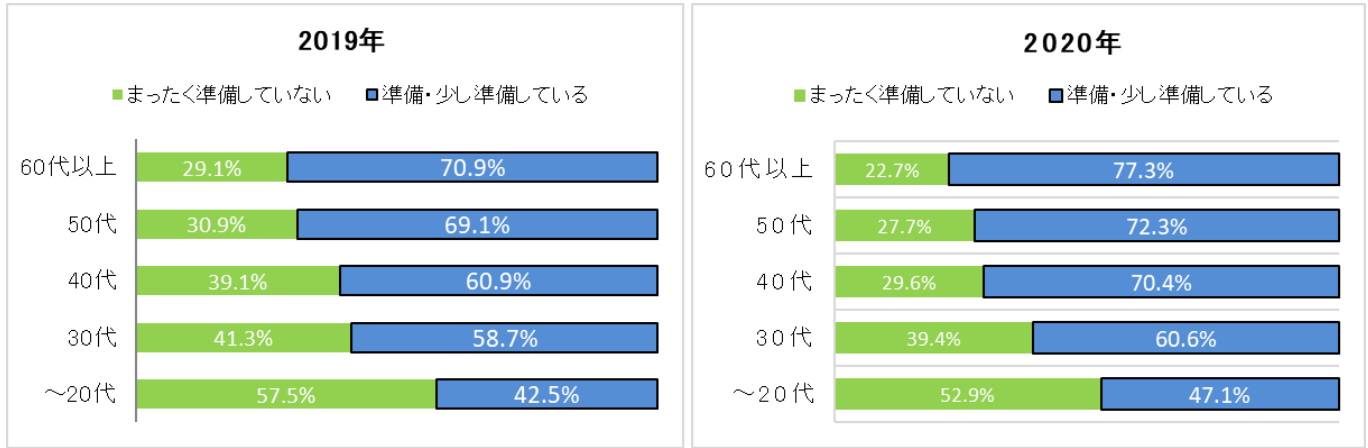


Press Release

■ 昨年と比べ、すべての年代において防災グッズを準備している人が増加

防災グッズの準備について年代別に調査したところ、どの年代においても「準備している」「少し準備している」と回答した割合が昨年に比べ増加している事がわかりました。

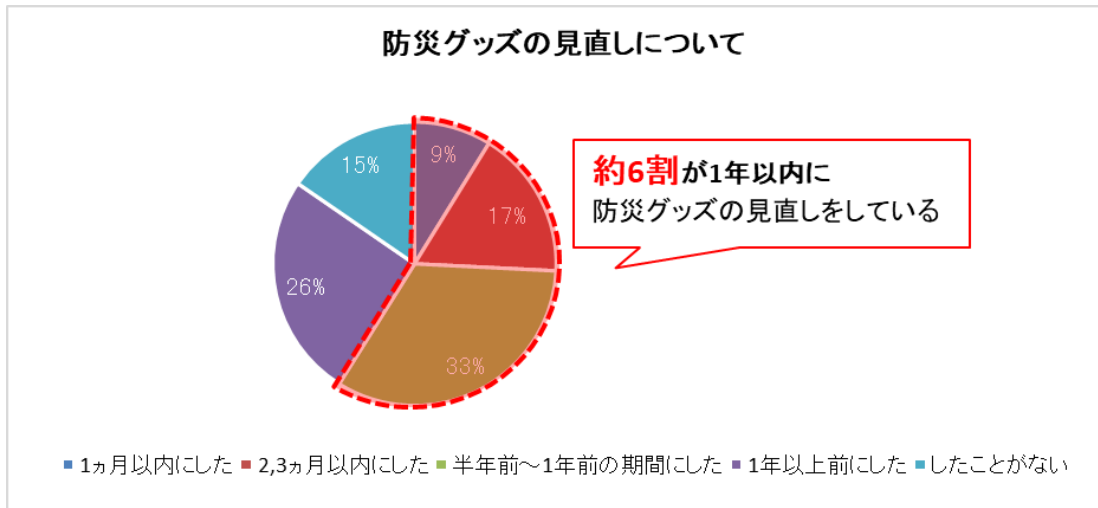
一方、20代では、「全く準備していない」と回答した割合が半数以上を占め、昨年同様、30代以降と防災意識の差が開く結果に。防災意識の高さが年代に比例することがわかりました。



■ 約6割の人が「1年以内」に防災グッズの見直しを行っている

防災グッズの見直しの頻度について調査したところ、最も多かった回答が「半年前～1年以内」で、「1～3ヶ月以内」と合わせると、約6割の人が1年以内に防災グッズの見直しをしているという結果になりました。特に今年は自宅で過ごす「おうち時間」が増えた方も多く、家庭での食材・生活用品の消費の回転率が上がり「見直す」機会に繋がっているようです。

防災意識の高いご家庭でも見逃しがちな「防災グッズの見直し」。いざ災害時に取り出すと賞味期限が大幅に過ぎていたという場合もあるため、準備するだけで満足せずに、定期的な見直しが必要です。

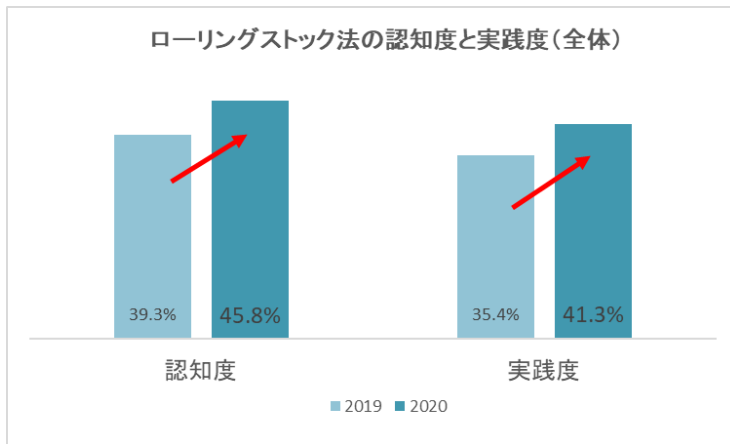


Press Release

■一定量を備蓄する「ローリングストック法」の認知度・実践度はともに前年より上昇

「ローリングストック法」は、日常生活で消費しながら常に一定量の食料や生活用品などを家に備蓄して災害へ備える方法です。コロナ禍によって、多くの方が不要不急の外出を控えた今年は、幅広い形で“備える”を考える人が増え、より一層注目が高まっています。

今回、「ローリングストック法」の認知度と実践度について調査したところ、「知っている」かつ「実践している」割合は約2割に留まるものの、昨年と比べ増加しています。認知度、実践度それぞれ全体の約4割以上を占め、こちらも昨年より上昇した結果となりました。

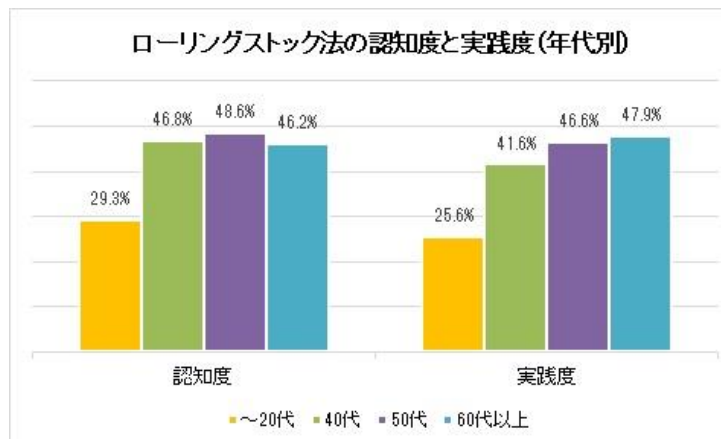


	2019年		2020年	
	回答数	回答率	回答数	回答率
知っている、実践している	365	15.25%	962	21.29%
知っているが、実践していない	575	24.02%	1107	24.50%
知らないが、実践している	482	20.13%	904	20.00%
知らないし、実践していない	972	40.60%	1546	34.21%

■ローリングストック法の認知度・実践度はおおそ年齢に比例、20代は半数以下に減少

ローリングストック法の認知度と実践度を年代別にみると、年代が高くなるにつれ、上昇傾向に。「知らない」または「実践していない」と答える割合は低くなり、認知度は上昇する結果となっています。

一方、20代においては約7割の人がローリングストック法を「知らない」または「実践していない」と回答しました。「知らない」かつ「実践していない」と回答した人は半数以上と、30代以降の認知度・実践度と比べると、防災意識の差が大きく現れた結果となりました。



Press Release

【調査概要】

- 調査名 : FRECIOUS 防災に関する意識調査
- 調査地域 : 全国
- 調査対象 : ウォーターサーバーFRECIOUS利用者
- 回答者数 : 4,519名 (男性35.70% / 女性64.30%)
- 年齢 : 20代 297名、30代 922名、40代 1,524名、50代 1,194名、60代 582名
- 調査方法 : インターネットを利用したクローズ調査
- 調査日 : 2020年8月7日～8月17日 (11日間)
- 調査主体 : 富士山の銘水

※本資料をご使用になる際は、富士山の銘水“「FRECIOUS」調査”と明記ください。

《参考》賞味期限確認も負担にならないウォーターサーバーを活用した「ローリングストック法」

農林水産省が発表した「災害時に備えた食品ストックガイド」^(※1)では、不要不急の外出を控える事ができる感染対策の1つとして「ローリングストック法」が再注目されていますが、お水にも賞味期限があるため定期的な見直しが必要です。「FRECIOUS」のウォーターサーバーは日常生活の中で省スペースで備蓄ができ、忘れがちな賞味期限の確認も負担になりません。

◇周期的な備蓄と消費で効率よく賞味期限を管理

賞味期限が近くなれば、気にして消費に回したり備蓄が負担になってしまうこともありますが、「FRECIOUS」では定期配送サービスによって指定した周期でお水が自宅に届き、新しく届いたものを備蓄用に回すことで効率よく保管・備蓄ができます。

◇災害時にも活用できるフレッシュスのウォーターパックで備蓄を省スペースに

「FRECIOUS」は水パックや水ボトルを採用しています。水パックであれば4パック(28.8リットル)一箱で届くので、約32cm x 32cm、雑誌一冊ほどの省スペースで保管ができます。また、潰せるクラッシュタイプのボトルも使用後はコンパクトにまとまる設計で、外気が入りにくいいため防災時でも衛生的に安心して使用できます。



今回の調査では、防災グッズを準備している家庭は7割以上と、昨年と比べ防災意識の向上が伺えました。また、巣ごもり生活における備蓄法の1つとして注目されるローリングストック法の認知度・実践度は共に上昇する結果となり、**ウォーターサーバー利用者の間でも、より一層、防災意識が高まる様子が伺えました。**

当社では、日常的な飲料水はもちろん、災害に備えた水の備蓄方法を啓蒙し、今後も美味しくて安心で安全な天然水を届ける企業として製品を提供してまいります。

Press Release

主な人気製品ラインアップ

ウォーターサーバーによる宅配水サービス「FRECIIOUS（フレッシュ）」を提供する富士山の銘水株式会社は、2010年に創業し、宅配水事業において成長を続けております。おいしくて安心安全な天然水をお客様に届けるため、徹底した衛生管理と品質管理に努めています。同時に、日本の住環境に馴染むデザインや機能性を考え、長く愛される、人に優しいウォーターサーバーを提供しています。

■ コーヒーメーカー内蔵の2 in1モデル

「FRECIIOUS Slat+cafe（フレッシュ・スラット+カフェ）」

UCCが独自開発した「DRIP POD®」システムが内蔵され、プロが淹れた本格ドリップコーヒーの味わいを1杯から気軽に楽しめます。ウォーターサーバーとコーヒーメーカーの一体化により、省スペースに。「DRIP POD®」専用カプセルのほか、お好みのレギュラーコーヒー（粉）でも抽出可能です。

サイズ：横幅290mm/奥行350mm/高さ1,110mm
 カラー（2色展開）：マットブラック、マットホワイト



■ デザイン性と機能性に富んだ人気モデル

「FRECIIOUS dewo（フレッシュ・デュオ）」

「デザイン性と機能性の両立」をコンセプトに掲げ、業界で初めて「グッドデザイン賞」&「キッズデザイン賞」を受賞。機能的でありながら、お部屋に馴染むシンプルさは幅広い層に支持されています。軽量7.2Lのウォーターパックを採用。使用後は小さく折りたたためて家庭用不燃ごみとして捨てられます。

サイズ：横幅50mm/奥行295mm/高さ1,125mm
 カラー（5色展開）：スカイグレー、メタリックブラック、ミルクベージュ、ナチュラルピンク、パールブルー



■ コンパクトな卓上型モデル

「FRECIIOUS dewo mini（フレッシュ・デュオミニ）」

キッチンカウンターなどでも使用できるようコンパクトに進化したウォーターサーバー。4.7Lと軽量ウォーターパックを採用し、一人暮らしにもちょうどよく、女性やシニアでも取り替えが簡単。使いやすさを追求した、ライフスタイルに寄り添うデザインが人気です。

サイズ：横幅50mm/奥行295mm/高さ470mm
 カラー（3色展開）：スカイグレー、メタリックブラック、銅ブラウン



天然水へのこだわり

富士山の銘水では、富士山の開発限界区域である標高1,000m地点の地下で採水したナチュラルミネラルウォーターを使用。徹底した衛生管理と、その品質の高さから食品安全マネジメントシステムの国際規格であるFSSC22000の認証を取得。本認証の取得は、日本国内のウォーターサーバー専門メーカーとして業界初となります。



・フレッシュHP：<https://www.frecious.jp/> ・フレッシュお客様サポートセンター：TEL 0120-800-026

＜本件に関する報道関係者からのお問合せ先＞

富士山の銘水 広報事務局 担当：馬場・石井

TEL：03-6261-7413

FAX：03-6701-7543

E-Mail: info@kmcpr.co.jp