

Press Release

『防災の日』に合わせ、フレッシュが定期調査を実施！ コロナ禍での“在宅避難”の意識や「ローリングストック法」の認知度が上昇 ～ウォーターサーバーを活用し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。2021年は東日本大震災から10年の節目の年でもあります。コロナ禍でも毎年のように起こる災害時に、安全を確保しながら避難所へ行かず自宅で生活続ける「在宅避難」への意識も高まっています。

そこで改めて災害対策への意識、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、今回は2,588名のFRECIIOUSユーザーの方にアンケートを実施し調査を行いました。

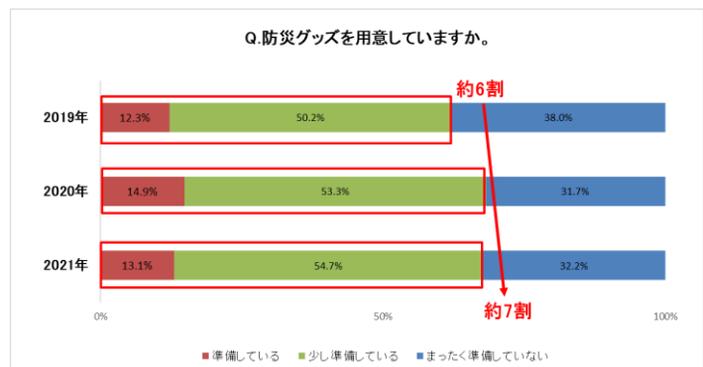
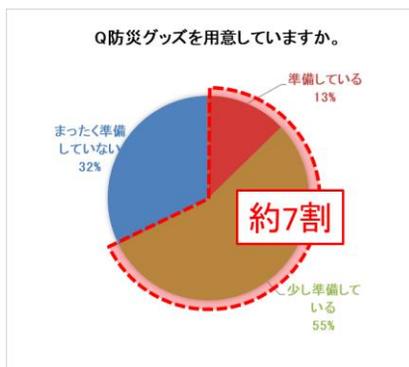
【調査サマリー】

- ◆ **コロナ禍の“在宅避難”の意識も影響か…約7割が防災グッズを準備**
60代では約8割も。20代も今年初めて過半数を超え、防災意識が高まっている結果に
- ◆ **使いながら備える「ローリングストック法」の認知度上昇約5割に！実践には課題も**
- ◆ **ローリングストックを実践しているものは「飲料水」が約9割で1位に。**
その内7割が「ウォーターサーバー」でローリングストックを実践
- ◆ **防災情報の収集はTVやネットを併用し、能動的に取得している**

■ コロナ禍の“在宅避難”の意識も影響か…約7割が防災グッズを準備

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、昨年からはほぼ横ばいの約7割となりました。

2019年以前は約6割程度でしたが、2020年を機に約7割へと引き上げられています。全国各地で頻発する気象災害への危機感や、コロナ禍で避難所へ行くことへの抵抗感や密を避ける意識から“在宅避難”をするための備えも防災意識の高まりにつながっているのかもしれませんが。

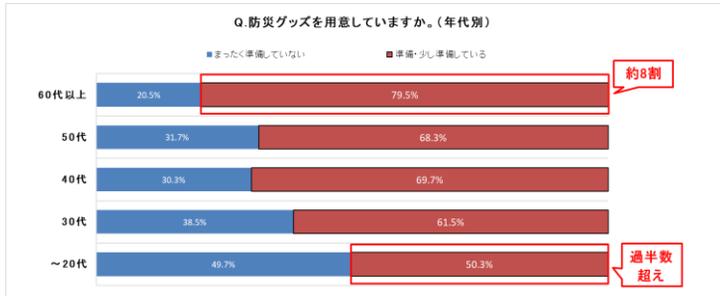


Press Release

■ 防災グッズの準備、60代では約8割も。20代の防災意識向上で2人に1人が防災グッズを準備

防災グッズの準備について年代別に調査したところ、「準備している」「少し準備している」と回答した割合は、前年に比べ40代、50代以外の年代で増加傾向となりました。60代以上では約8割で、年々その他の年代との差が大きくなっています。

さらに、これまで他の年代に比べ大きく差が出ていた20代において、今年は初めて過半数を超える結果となり、若い世代でも、2人に1人は防災グッズを用意するなど防災意識が高まっていることがわかりました。



▼(年代別)「準備している」「少し準備している」と回答した割合

	~20代	30代	40代	50代	60代以上
2019年	42.5%	58.7%	60.9%	69.1%	70.9%
2020年	47.1%	60.6%	70.4%	72.3%	77.3%
2021年	50.3%	61.5%	69.7%	68.3%	79.5%

■ 使いながら備える「ローリングストック法」の認知度は約5割に上昇！実践には課題も

「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。昨年から全国で発生する気象災害への備えや、コロナ禍で外出自粛の影響や自宅療養への対策としても、一層注目が高まっています。

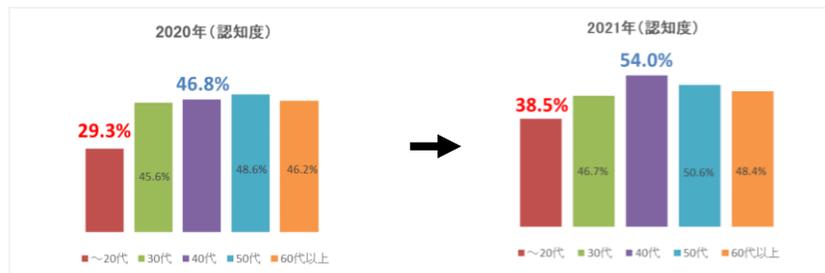
今回、「ローリングストック法」の認知度は、全体で約5割。2018年から実施している当アンケートで最も高い結果となりました。

特に年代別にみると、20代では昨年29.3%から今年38.5%と大幅に上昇、さらに40代では昨年46.8%から、今年54%と過半数を超える認知の高まりがありました。

▼全体の認知度と実践度

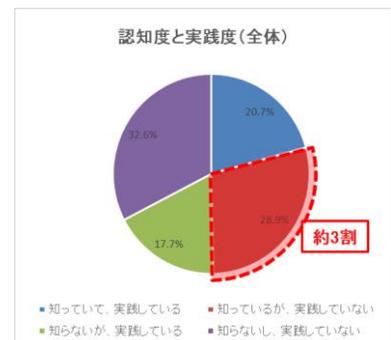
	認知度	実践度
2018年	43.4%	41.3%
2019年	39.3%	35.4%
2020年	45.8%	41.3%
2021年	49.7%	38.5%

▼ローリングストック法の認知度(年代別)



一方、実践度についてみると「知っているが実践していない」割合は全体で約3割となっており、認知度と実践度は比例しないことがわかりました。

今注目される“在宅避難”の備えとしても活用できる「ローリングストック法」について、具体的なローリングストック術を提案するなど、認知度向上とともに実践度を上げていくことも課題となっています。

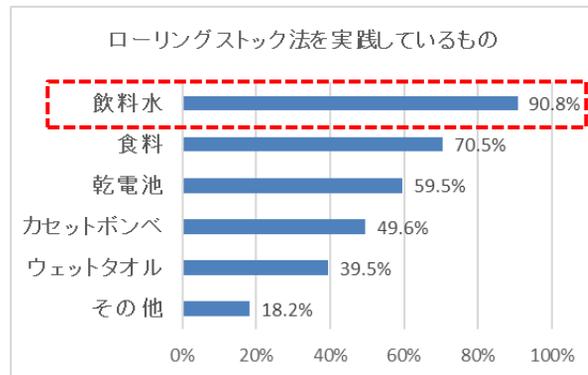


Press Release

■ローリングストックを実践しているものは「飲料水」が約9割で1位に

「ローリングストック法」を実践しているものを質問したところ、約9割が「飲料水」を選択。次いで食料、カセットボンベ、乾電池など、ライフラインである水道、ガス、電気などが止まった際に必要になるものを用意していることが分かります。

2018年の調査開始以来、実践度の順位に変動はありませんが、今年はフリー回答に「トイレ用品」が多く挙げられたほか、コロナ禍ならではの「マスク」という回答も目立ちました。



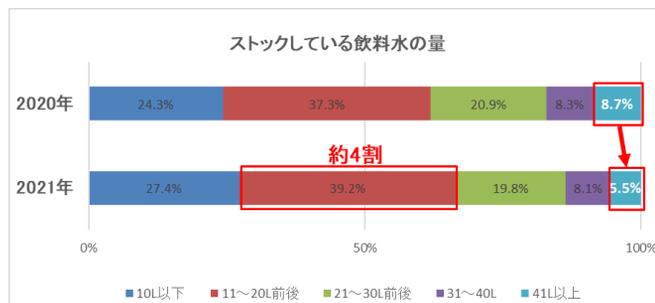
■飲料水は「ウォーターサーバー」でローリングストックを実践、ストックは10～20Lが最多

飲料水のローリングストックを実践していると答えた人に、どのように買い置きをしているかを質問したところ、ウォーターサーバーが73%と最も多く、ペットボトルは66%となりました。

さらに、ローリングストックをしている飲料水の量は、10～20Lと回答した割合が最も高く、4割近い数値となりました。その分41L以上ストックしている割合が減少しており、備蓄するのではなく、使用しながら備えるローリングストック術を実践できているのではないかと考えられます。

▼飲料水のストック方法

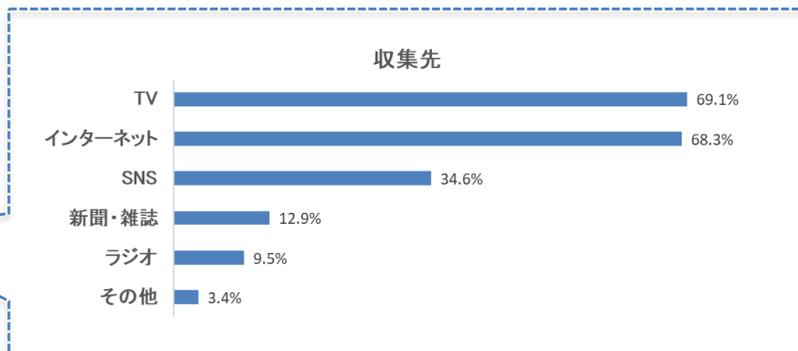
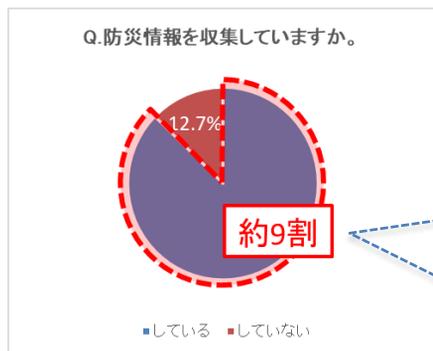
	2020年	2021年
ウォーターサーバー	72.0%	73.2%
ペットボトル	62.3%	66.4%
その他	1.9%	1.2%



■防災情報の収集はTVやネットを併用し、能動的に取得している

防災情報の収集をしているかという問いには、約9割近くが「している」と回答しました。

またその収集先については、「TV」が約7割と最も高い結果となり、昨年の1位だった「インターネット」を逆転する形となりました。その他3割ほどがSNSも活用しており、フリー回答では、防災関連アプリや、居住地の行政からの情報を収集しているという回答が得られました。



Press Release

【調査概要】

- 調査名：FRECIIOUS 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FRECIIOUS利用者
 - 回答者数：2,588名（男性33.5% / 女性66.5%）
 - 年齢：20代 187名、30代 499名、40代 766名、50代 741名、60代 395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：2021年7月30日～8月8日（10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“「FRECIIOUS」調査”と明記ください。

《参考》賞味期限の管理や保管スペース確保の負担を軽減！ ウォーターサーバーを活用した「ローリングストック法」

気象災害が度重なり、さらにコロナ禍で家で過ごす時間も増えるなど、日常的に使用/消費しながら防災対策をする「ローリングストック法」の注目が高まっています。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が、「FRECIIOUS」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。

◇定期配送で備蓄と消費を効率よく。賞味期限も管理

賞味期限が近くなると、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、「FRECIIOUS」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のウォーターパックで備蓄を省スペースに

「FRECIIOUS」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32cmx32cm、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、昨年からテレワークや外出自粛が引き続き、備蓄として「ローリングストック法」の認知の高まりがみられました。さらに若い世代での防災意識の向上や、能動的に防災情報を収集していることが伺える結果となりました。

ローリングストック法の実践度については課題も見られ、ウォーターサーバー利用でのローリングストック術など、より一層具体的な提案の必要性を感じる結果となりました。

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。

・フレッシュHP：<https://www.frecious.jp/>

■ 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むため家庭用不燃ごみとして捨てられます。

サイズ：横幅290mm / 奥行363mm / 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、ミルクピーチ、パールブルー、ローズトープ



■ 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に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250mm/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、カッパーブラウン



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。



<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：松田・大内・石井

TEL：03-6261-7413

FAX：03-6701-7543

E-Mail: info@kmcpr.co.jp