

Press Release

『防災の日(9月1日)』に合わせ、フレッシュが定期調査を実施！ 年代や家族形態による防災意識の差が明らかに！？水の備蓄量は増加傾向に。 ～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。近年、全世界的に環境問題や気候変動に関心が向けられている中、国内でも頻発する自然災害に対する防災意識の高まりが感じられるようになりました。さらに、その対策として、防災関連グッズの需要が高まりとともに、「防災消費」※と呼ばれる購買行動も注目を集めています。

そこで改めて災害意識や、実践的な対策“ローリングストック法”の認知度、そして最も重要なライフラインの一つである「水」の備えについてに着目し、2,360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。

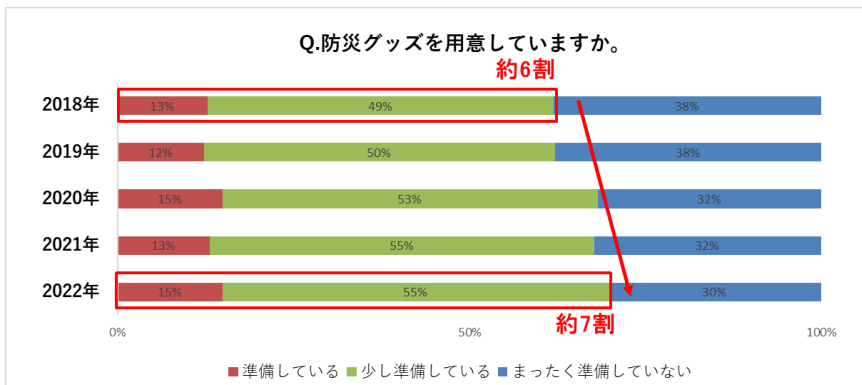
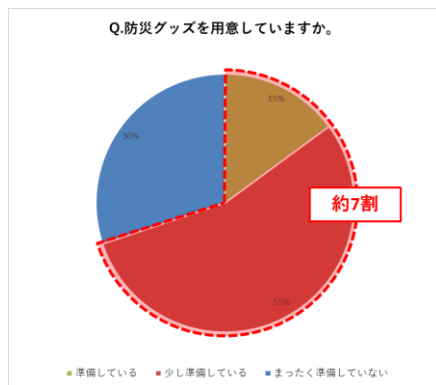
※防災消費とは…災害時だけでなく、普段使いやアウトドアなどでも汎用できるグッズで防災に備えること。

【調査サマリー】

- ◆約7割が防災グッズを用意！調査開始から微増を続け過去最多となる。
防災グッズの準備率は年代により大きく変動、家族形態による意識の差も明らかに。
- ◆「ローリングストック法」認知/実践ともに過去最多！認知度は初の5割超。
実践では、「飲料水」のローリングストックが浸透。その他でも防災消費の傾向。
- ◆「飲料水」の備蓄量が増加傾向に。20L以上ストックしている割合は全体の約4割まで上昇。
- ◆防災情報はテレビやネットのほか、SNSやアプリなども活用。多様かつ能動的に情報収集している。

■約7割が防災グッズを用意！調査開始から微増し続け過去最多に

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、約7割という結果に。2019年以前は約6割程度でしたが、微増を続け、約7割まで引き上げられています。環境問題や気候変動が大きな課題として取り上げられることが多くなり、気象災害を含む自然災害が国内でも頻発しているため、年々関心を高めていると推察されます。



Press Release

■防災グッズの準備率は年代により大きく変動、家族形態による意識の差も明らかに

防災グッズの準備について年代別に調査したところ、毎年増加を続けていた20代以下と30代、60代以上で「準備している/少し準備している」回答が初めて減少する結果に。昨年では、特に20代以下では半数、60代以上では約8割とそれぞれ過去最多の割合となっていました。

一方で、年代が上がるにつれて、「準備している/少し準備している」割合が高くなる傾向は変化ありませんでした。(図1)

さらに、年代を問わず「未就学児と同居」する家族形態をとる人は、そうでない人に比べ「準備している/少し準備している」割合が高いことも分かりました。

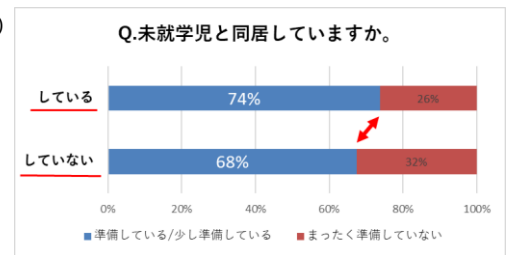
年代や家族形態などの環境により、防災意識への差があることが明らかとなりました。

(図1)

▼年代別・「準備している/少し準備している」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%
2022年	47.2%	61.1%	71.8%	73.0%	75.1%

(図2)



■「ローリングストック法」認知/実践ともに過去最多！認知度は初の5割超に。

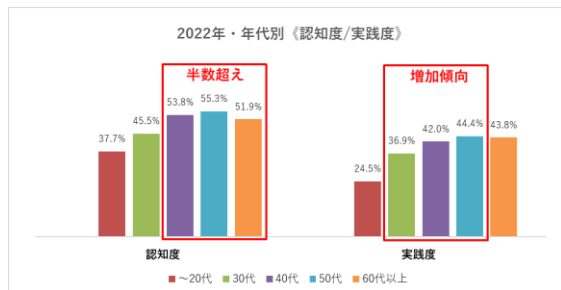
「ローリングストック法」は、日常生活で消費しながら常に一定量の食料や生活用品などを家に備蓄して災害へ備える方法です。認知度は、調査開始以来初の5割を超える結果となりました。実践度についても、大きな伸びではないものの、過去最高の割合となっています。(図1)

年代別にみると、認知度は40代以降が半数を超え、全体の割合を押し上げていることがわかります。実践度については、昨年と比較し30代～50代で増加、20代と60代では減少となっています。防災グッズの準備度と比例して、今年は20代、60代の防災意識が低下傾向にあることがうかがえる結果となりました。(図2)

(図1)

	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%
2022年	51.8%	41.5%

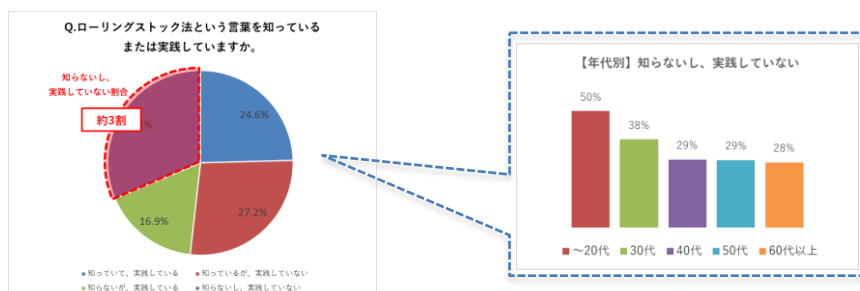
(図2)



コロナ禍を経て在宅避難や自宅療養への対策としても、一層注目が高まっている「ローリングストック法」ですが、「知らないし、実践していない」割合は、全体で3割程度となっています。年々減少傾向にはありますが、年代別にみると、若年層には特に普及の余地があると察せられます。(図3)

今後も、認知度を上げ、実践に促すため、年代ごとや家族形態ごとに異なるライフスタイルでも取り入れやすい具体的な方法を知ってもらい関心を高めることが必要だと考えます。

(図3)

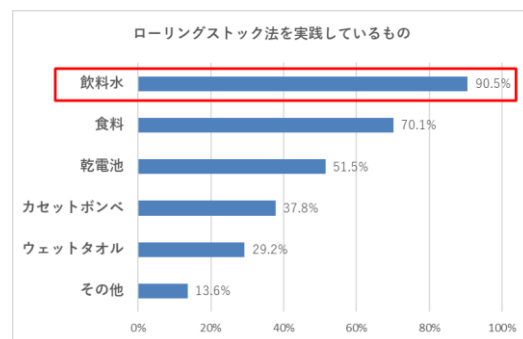


Press Release

■「飲料水」が最多でローリングストック法が浸透。その他でも防災消費の傾向。

「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、乾電池、カセットボンベなど、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。

「食料」も2020年を境に7割を超えており、コロナ禍以降の在宅避難や自宅療養なども影響していると考えられます。その他の項目でも、昨今ブームとなっているキャンプなどのアウトドアやレジャーなどにも活用できることもあり、“防災消費”が増えてきているのではないかと推察できます。



■「飲料水」の備蓄量が増加。ウォーターサーバーとペットボトルの併用の傾向も。

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、7割強の人が「ウォーターサーバー」と回答。次いで「ペットボトル」という結果になりました。さらに、ウォーターサーバーとペットボトルを併用してローリングストックしている割合は全体の4割程度となっています。（図1）

また、ローリングストックしている飲料水の量を質問したところ、20L以上を選択した割合の合計が、約4割まで増加していました。昨年の数字が例年と比べ低めだったものの、今年の割合は過去最高となっており、年々増加傾向にあることがわかります。（図2）

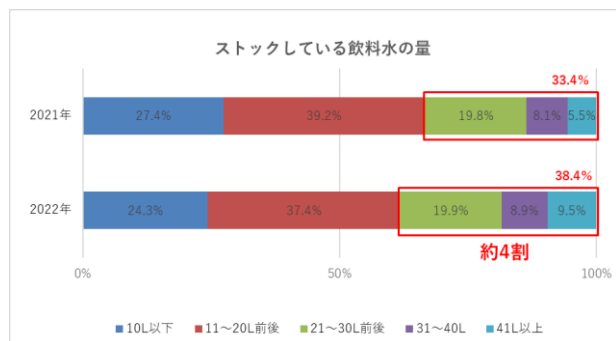
(図1)

▼飲料水の買い置き方法

	2022年
ウォーターサーバー	72.2%
ペットボトル	68.3%
その他	1.0%

併用は全体の約4割

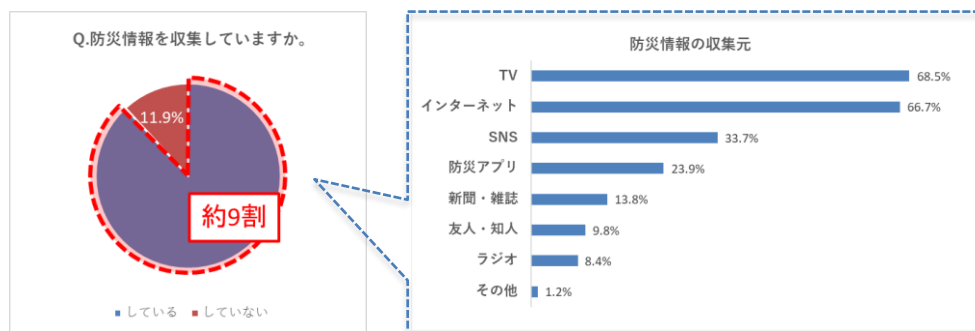
(図2)



■防災情報はテレビやネットのほか、SNSやアプリなどからも。多様かつ能動的に情報収集

防災情報の収集をしているかという問いには「している」という回答が、例年大きな変化はなく9割をキープ。その収集先について、最も多いのはTV、次いでインターネットとなりました。

昨年までのフリー回答で多かった「防災アプリ」「友人・知人」を選択肢に追加したところ、「防災アプリ」はSNSに次いで多く、「新聞・雑誌」より高い割合となりました。2位から4位はスマホなどで常時/即時的に情報を取得できる方法が選択されており、能動的に情報を集めている様子が見え始める結果となりました。



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：2,360名（男性38.5% / 女性61.5%）
 - 年齢：20代 106名、30代 396名、40代 666名、50代 747名、60代 445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：2022年7月26日～8月7日（13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」で防災を意識した消費を。

相次ぐ自然災害やコロナ禍を経て、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ス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、消費しながら備蓄する「ローリングストック法」の認知の高まりがみられました。一方で年代別には温度差も見られ、家族形態などライフスタイルの違いによる防災意識や関心の低さなどの課題も見られました。

さらにローリングストック法の実践度を高めるには、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、気軽さや利便性など、具体的なメリット提案を兼ね備える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 in 1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、ミルクベージュ、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