

「家庭用塩の消費実態に関する調査」

平成27年11月

公益財団法人 塩事業センター

目 次

I.	調査の概要	1
II.	標本抽出方法	2
III.	調査結果の概要	4
	1. 回答者の特性	4
	2. 調査結果の概要	8
	(1) 「塩」を選ぶときや使うときのこだわり	8
	(2) 「塩」を買うときの重視度	12
	(3) 使っている「塩」の種類数	15
	(4) 料理を作るときに使用する「塩」	17
	(5) 「塩」を購入する際のきっかけ	20
	(6) 塩に関する表示について	30
	(7) 「塩」の保存方法	31
	(8) 最近1年間に購入した「塩」	35
	(9) 家庭でつけものを食べる頻度	47
	(10) 家庭でつけものを作る頻度	51
	(11) 家庭で作るつけものの種類	53
	(12) つけものに使う「塩」を選ぶ理由	59
	(13) つけものを作るときに、使い勝手がいいと思う「塩」	64
	(14) 食品を購入する際のきっかけ	68
	(15) 自身も含めた同居者の職業	76
	(16) 1週間に食事を作る頻度	76
	(17) 自家消費野菜作り	77
	(18) 外食費を含まない1カ月の食費	77
	(19) 家庭でよく作る食事	78
	(20) 家庭でよく使う調味料	79
	(21) 家庭で好みの味付け	79
	(22) 家庭で多い味付け	80
	(23) 健康状態に気をつけて食事をしているか	80
	(24) 食品に関する情報の入手方法	81
IV.	付録（調査票）	82

I. 調査の概要

1. 調査の目的

当財団は、生活用の塩を供給することをその業務の一としているが、生活用の分野（主に小売店で販売されている塩）の塩の消費の実態（消費量、シェア、具体的な使用用途等）は、現時点では必ずしも明らかではないことから、生活用の分野の中でも大きな割合を占めていると推定される「家庭用塩（家庭で消費される塩）」の実態を明らかにすることを目的とした。

2. 調査の時期

平成26年11月上旬～12月下旬

3. 調査の対象

全国の2人以上の一般世帯

4. 調査の方法

調査票を郵送し、記入の上返送してもらった（郵送調査）

（1）調査票の発送 平成26年11月上旬

（2）回収締め切り 平成26年12月下旬

（3）有効回収数 1,024通 回収率41.0%

5. 本書を読む際の注意

（1）比較の数値は、小数点以下第1位までとしている。

（2）図表においては、回答文の一部（原則として後半部分）を省略している場合がある。正確な回答文は回答番号によって確かめられたい。

II. 標本抽出方法

母集団	:	全国の二人以上一般世帯
標本数	:	2,500世帯
地点数	:	125地点
抽出方法	:	層化2段無作為抽出法

[層 化]

1. 全国の市区町村を、都道府県を単位として次の10地区に分類した。

(地 区)

北海道：北海道

東北：青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島

関東：茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川、山梨、長野

北陸：新潟、富山、石川、福井

東海：岐阜、静岡、愛知、三重

近畿：滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山

中国：鳥取、島根、岡山、広島、山口

四国：徳島、香川、愛媛、高知

九州：福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島

沖縄：沖縄

2. 各地区においては、さらに都市規模によって次のように分類し、計28層に層化した。

*大都市

(東京都区部、札幌市、仙台市、さいたま市、千葉市、横浜市、川崎市、相模原市、新潟市、静岡市、浜松市、名古屋市、京都市、大阪市、堺市、神戸市、岡山市、広島市、北九州市、福岡市、熊本市)

*その他の市

*町村

(注) ここでいう市とは、平成26年3月末現在市制施行の地域である。

(注) 前回調査と比較すると、政令指定都市として、熊本市が加わっている。

3. 各地区・都市規模の層別に、さらに平成22年国勢調査時の調査区特性の分類基準により、次のように層化した。

[標本数の配分及び調査地点数の決定]

地区・都市規模別各層における推定母集団の大きさ(平成25年3月31日現在の二人以上普通世帯数)により2,500の標本数を比例配分し、各調査地点の標本数が20になるように調査地点を決めた。

〔抽出〕

1. 第1次抽出単位となる調査地点として、平成22年国勢調査時に設定された調査区を使用した。
2. 調査地点（調査区）の抽出は、調査地点が2地点以上割り当てられた層については、

$$\text{抽出間隔} = \frac{\text{層における22年国勢調査時の二人以上普通世帯数}}{\text{層で算出された調査地点数}}$$

を算出し、等間隔抽出法によって該当人数番目の者が含まれる調査区を抽出した。また、層内での調査地点数が1地点の場合には、乱数表により無作為に抽出した。

3. 抽出に際しての各層内における市区町村の配列順序は、平成22年国勢調査時の市区町村コードに従った。
4. 調査地点における対象者の抽出は、住民基本台帳の抽出の起点から、等間隔抽出法によって抽出した。

〔結果〕

以上の抽出作業の結果得られた地区別標本数・調査地点数は次のとおりである。

地区・都市規模別標本数及び地点数

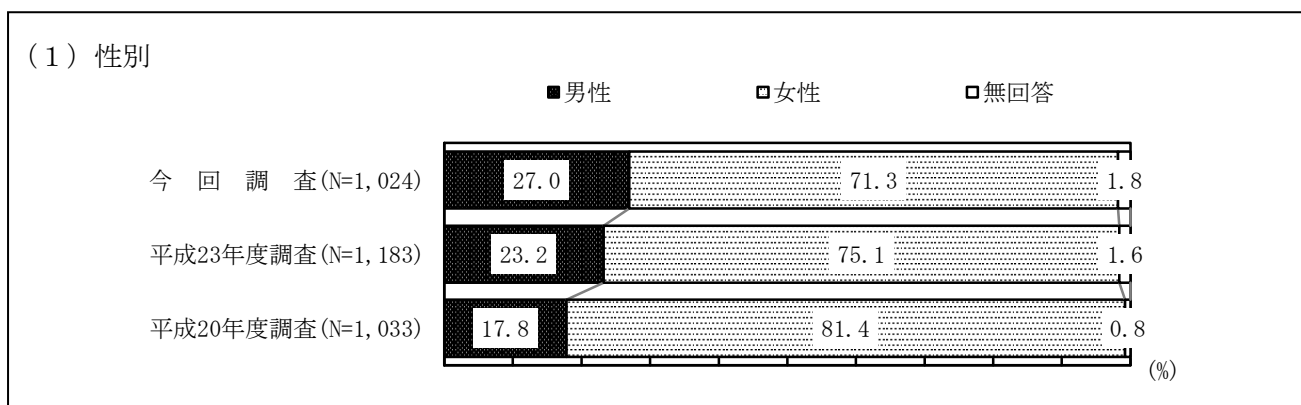
	21大市	その他の市	町村	合計
北海道	536818 40(2)	736192 60(3)	302565 20(1)	1575575 120(6)
東北	276073 20(1)	1730403 120(6)	455529 20(1)	2462005 160(8)
関東	4547083 320(16)	7262828 520(26)	698251 40(2)	12508162 880(44)
北陸	216654 20(1)	1098873 80(4)	114561 20(1)	1430088 120(6)
東海	1017563 80(4)	2764697 200(10)	323648 20(1)	4105908 300(15)
近畿	1749520 120(6)	3722485 260(13)	334769 20(1)	5806774 400(20)
中国	513022 20(1)	1401500 100(5)	164784 20(1)	2079306 140(7)
四国		928503 60(3)	182540 20(1)	1111043 80(4)
九州	840499 60(3)	2283225 160(8)	488620 40(2)	3612344 260(13)
沖縄		284528 20(1)	82067 20(1)	366595 40(2)
合計	9697232 680(34)	22213234 1580(79)	3147334 240(12)	35057800 2500(125)

凡例

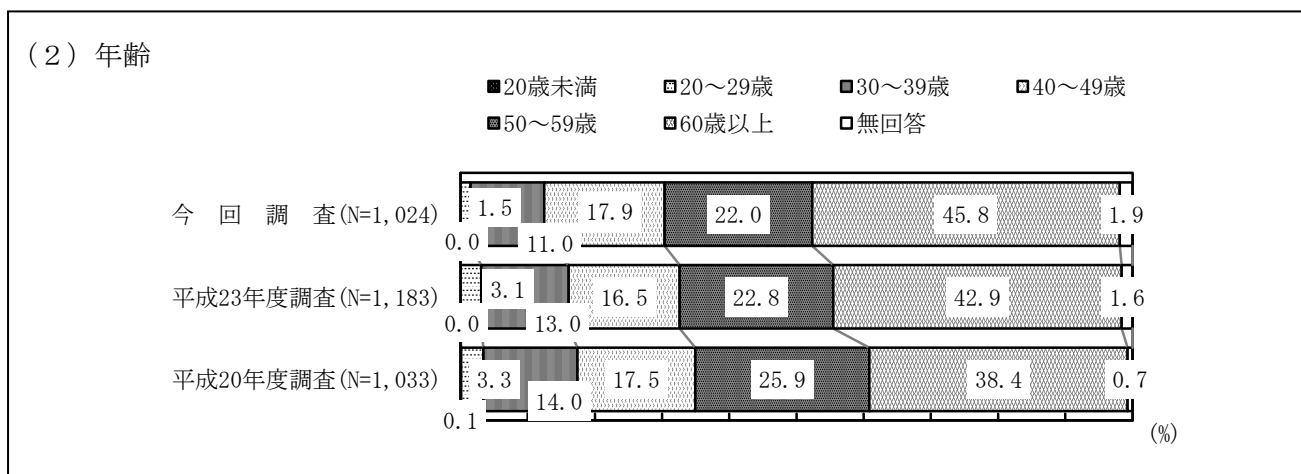
推定母集団 標本数（調査地点数）

Ⅲ. 調査結果の概要

1. 回答者の特性



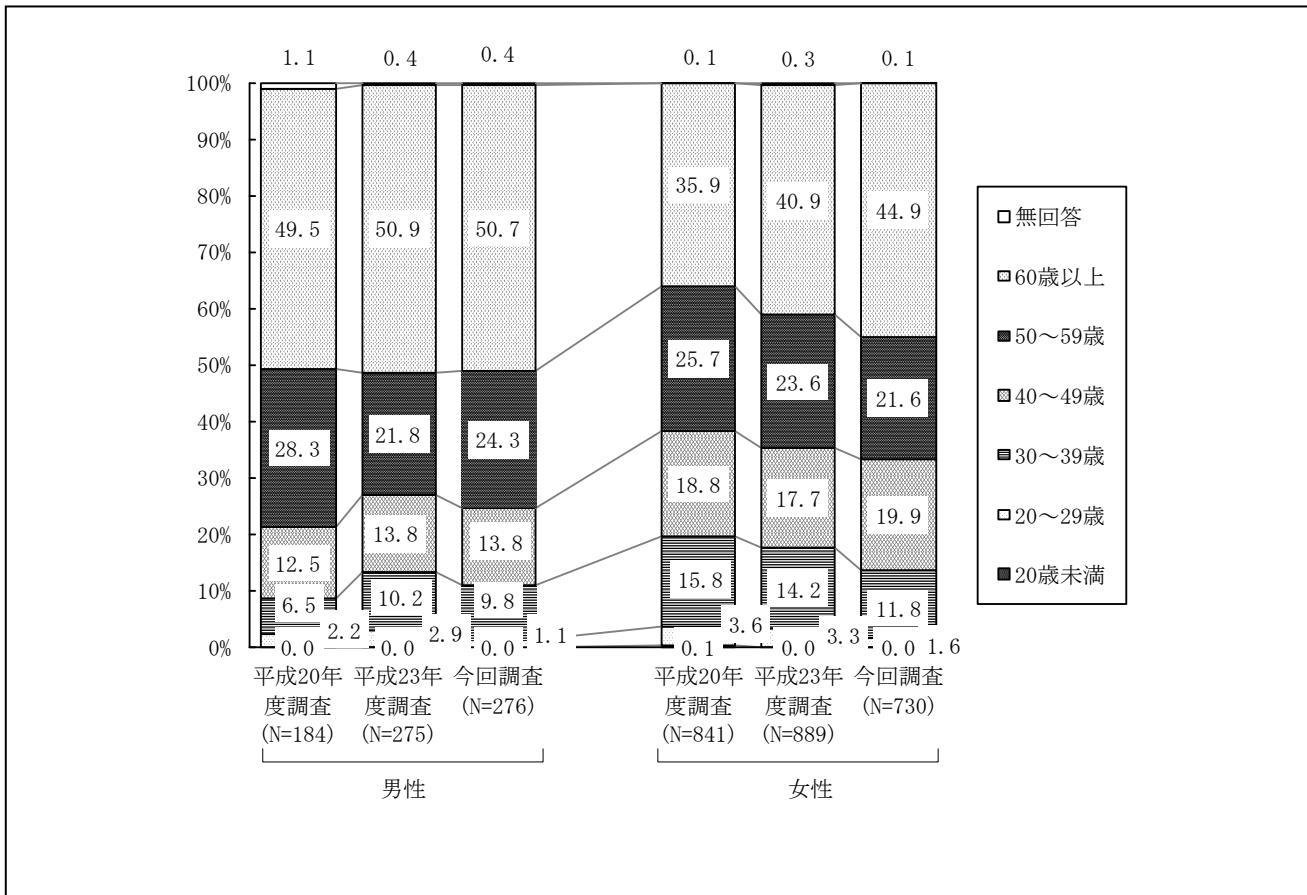
回答者を性別にみると、男性が 27.0%、女性が 71.3%となっている。前回調査と比較すると、男性の割合が 4ポイント増え、女性の割合が 4ポイント減っている。



回答者を年齢別にみると、20歳代が 1.5%、30歳代が 11.0%、40歳代が 17.9%、50歳代が 22.0%、60歳以上が 45.8%となっている。なお、回答者全体の平均年齢は 56.7歳である。

前回調査と比較すると、60歳以上の割合が 3ポイント増えている。

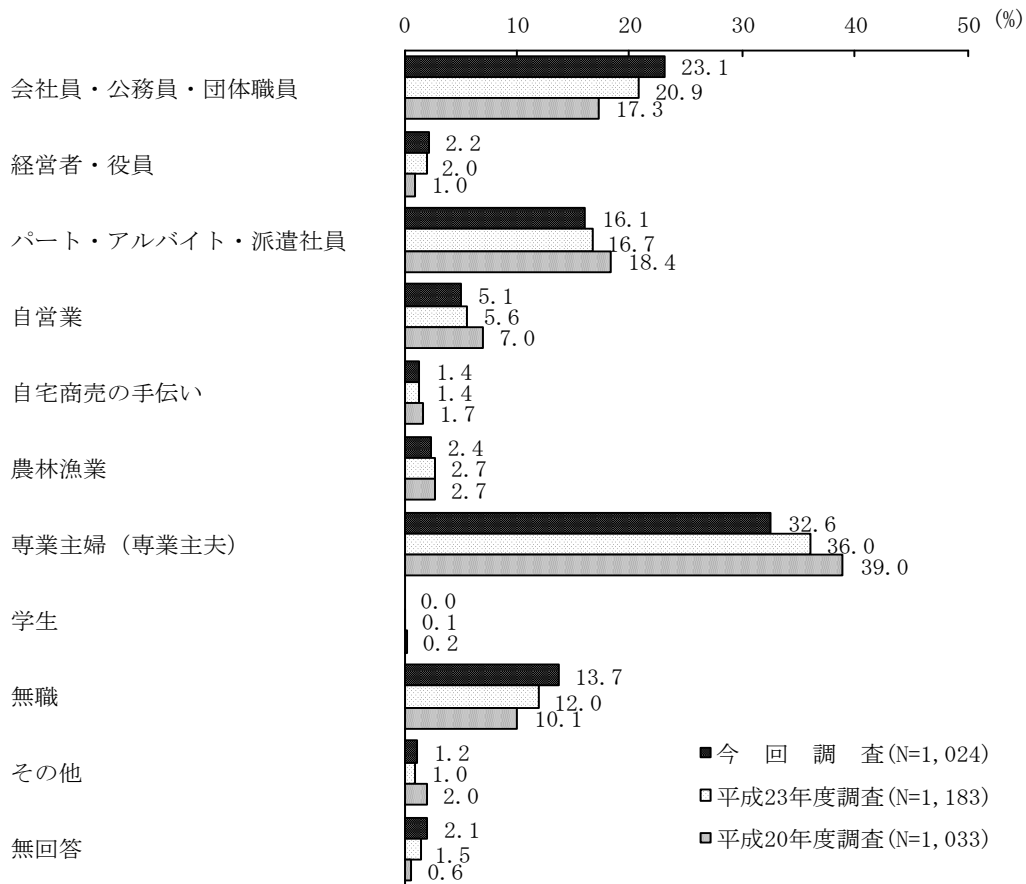
(3) 性別×年齢



回答者を性・年齢別にみると、男性では20歳代が1.1%、30歳代が9.8%、40歳代が13.8%、50歳代が24.3%、60歳以上が50.7%となっている。女性では、20歳代が1.6%、30歳代が11.8%、40歳代が19.9%、50歳代が21.6%、60歳以上が44.9%となっている。

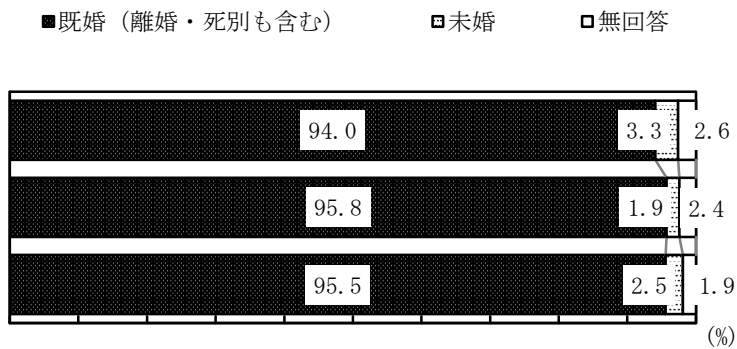
前回調査と比較してみると、女性では、60歳以上が4ポイント増えている。

(4) 職業



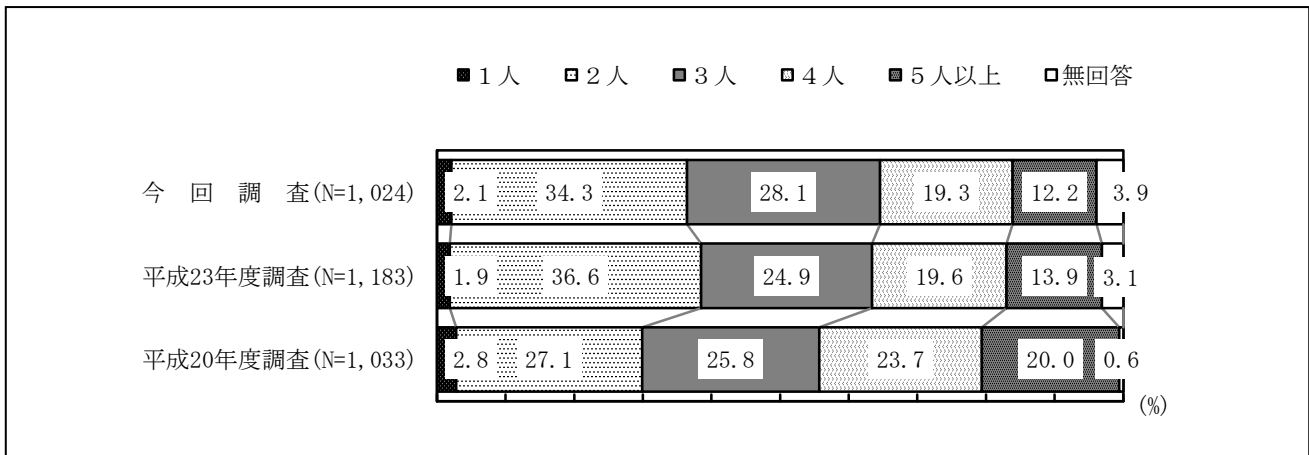
回答者を職業別にみると、専業主婦（専業主夫）が32.6%と最も多い。続いて、会社員・公務員・団体職員が23.1%、パート・アルバイト・派遣社員が16.1%となっている。前回調査と比較すると、専業主婦（専業主夫）が3ポイント減っている。一方、会社員・公務員・団体職員は2ポイント増えている。

(5) 未既婚



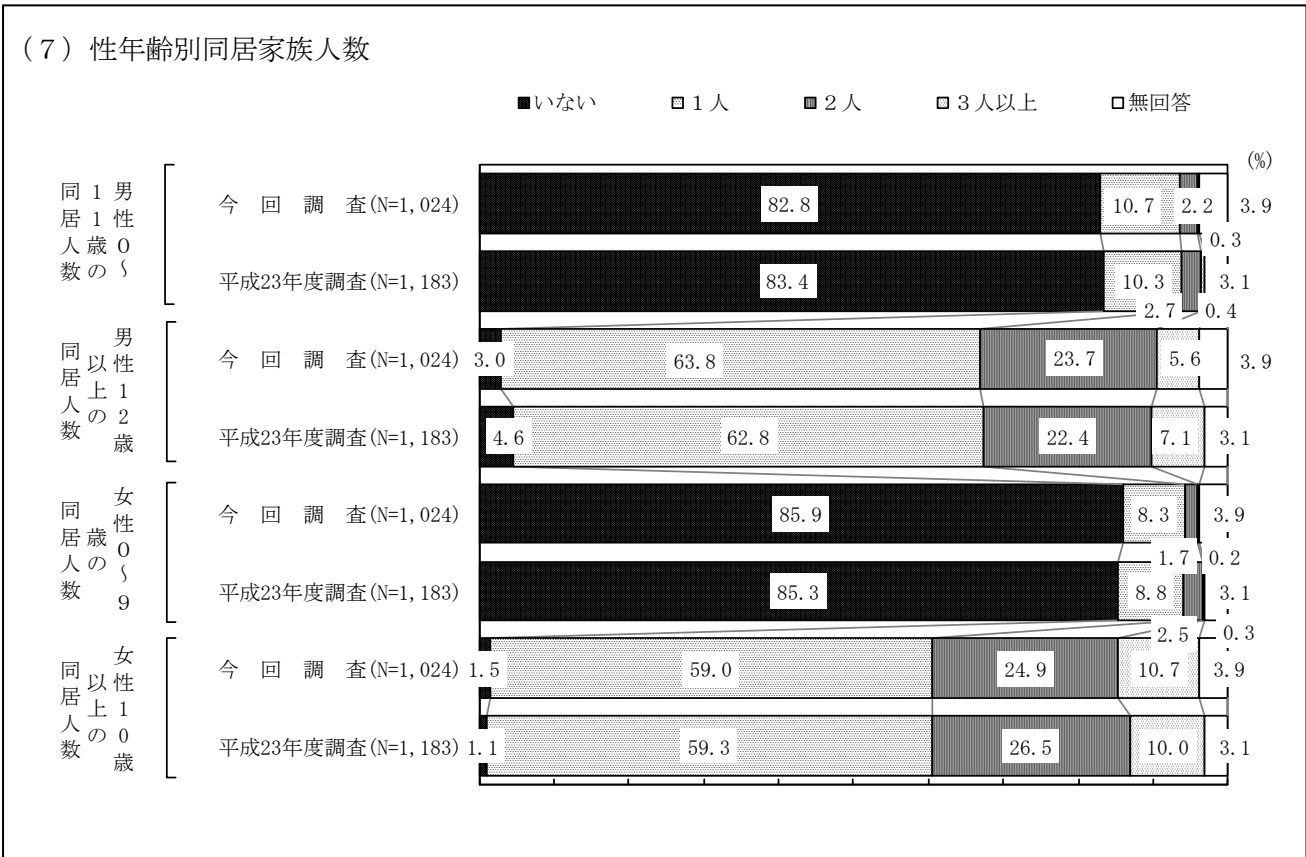
回答者を未既婚別にみると、既婚（離別・死別も含む）が94.0%を占めている。

(6) 自身も含めた同居家族人数



回答者を同居人数別にみると、2人が34.3%と最も多く、次いで3人が28.1%となっている。前回調査と比較してみると、2人と答えた者の割合が2ポイント減っており、3人と答えた者の割合が3ポイント増えている。

(7) 性年齢別同居家族人数



同居家族人数について、性・年齢別にみると、男性の0～11歳については、同居家族が「いない」と答えた者が82.8%となっている。つづいて1人が10.7%、2人が2.2%となっている。男性の12歳以上については、1人が63.8%、2人が23.7%、3人以上が5.6%となっている。

女性の0～9歳については、「いない」と答えた者が85.9%となっている。つづいて1人が8.3%、2人が1.7%となっている。女性の10歳以上については、1人が59.0%、2人が24.9%、3人以上が10.7%となっている。

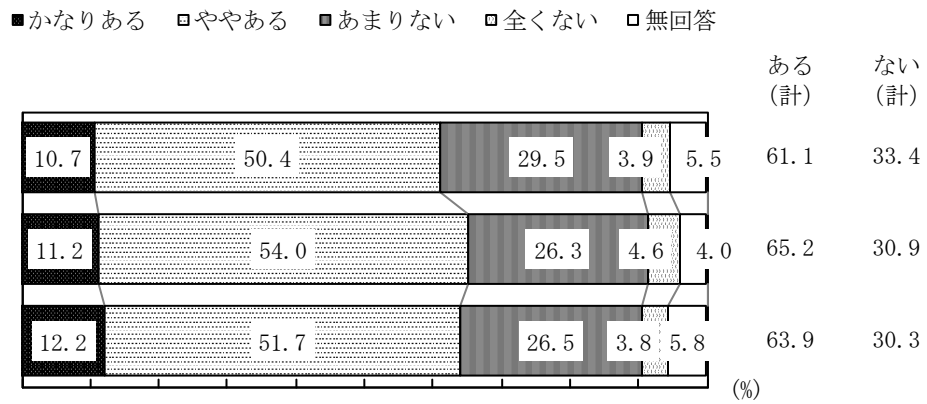
前回調査と比較してみると、ほとんど変化はみられない。

※厚生労働省の年齢別食塩摂取目標量に基づき、年齢を区分している。

2. 調査結果の概要

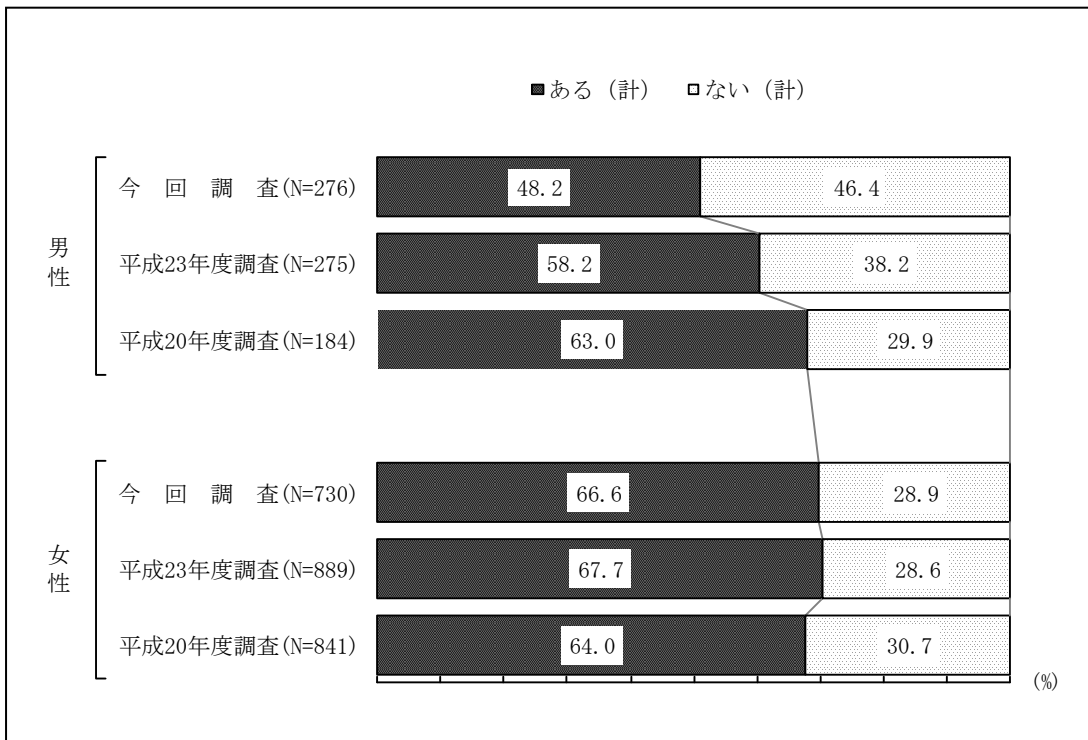
(1) 「塩」を選ぶときや使うときのこだわり

問1. あなたは、「塩」を選ぶときや使うときにこだわりがある方だと思いますか。
次の中からあなたのお考えに最も近いものを1つ選んで○をつけてください。



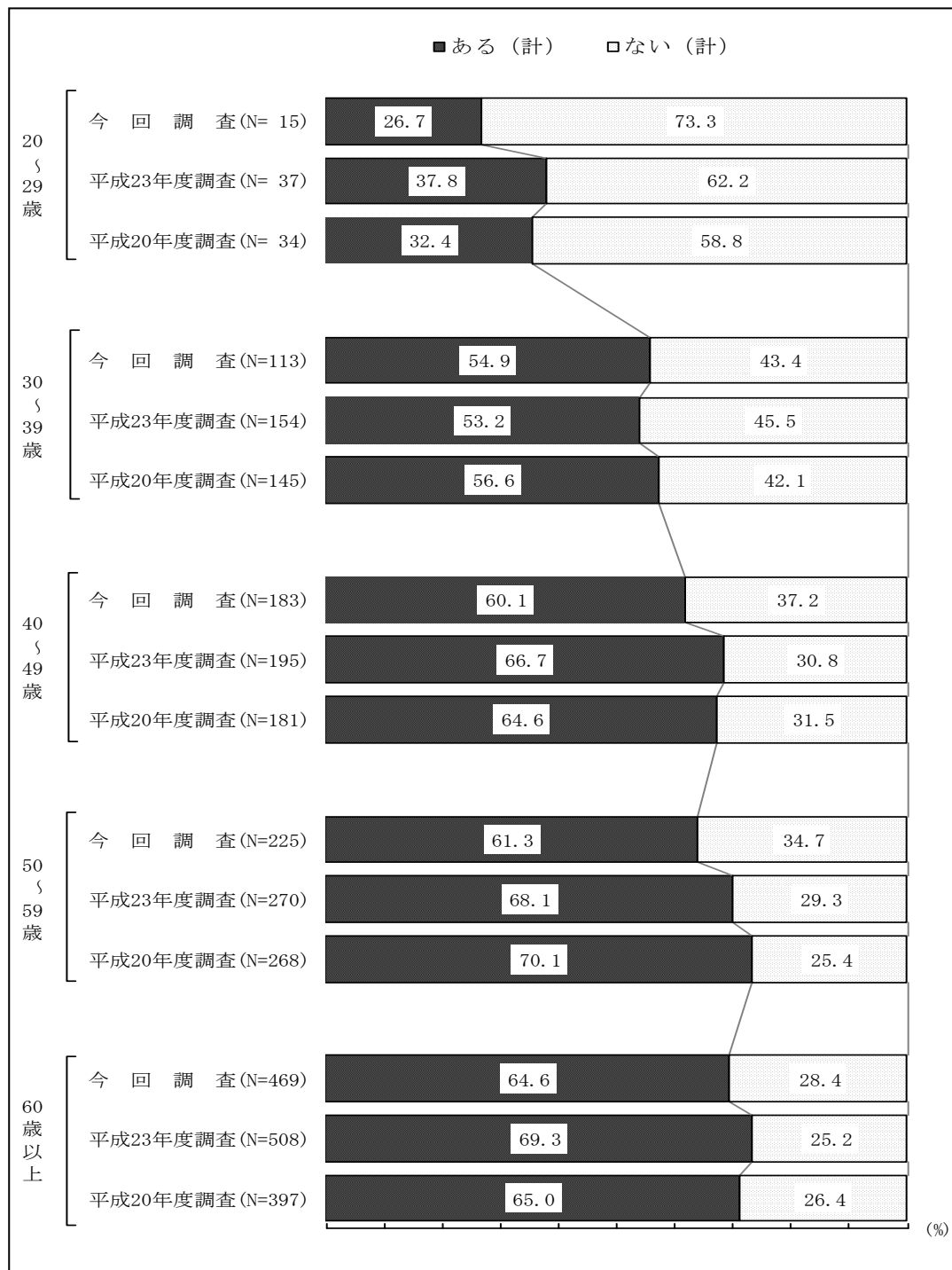
「塩」を選ぶときや使うときにこだわりがあるかを聞いたところ、『ある』（「かなりある」10.7%+「ややある」50.4%）と答えた人が61.1%、『ない』（「あまりない」29.5%+「まったくない」3.9%）と答えた人が33.4%となっている。前回調査と比較してみると、『ある』と答えた割合が4ポイント減っている。

【性別】



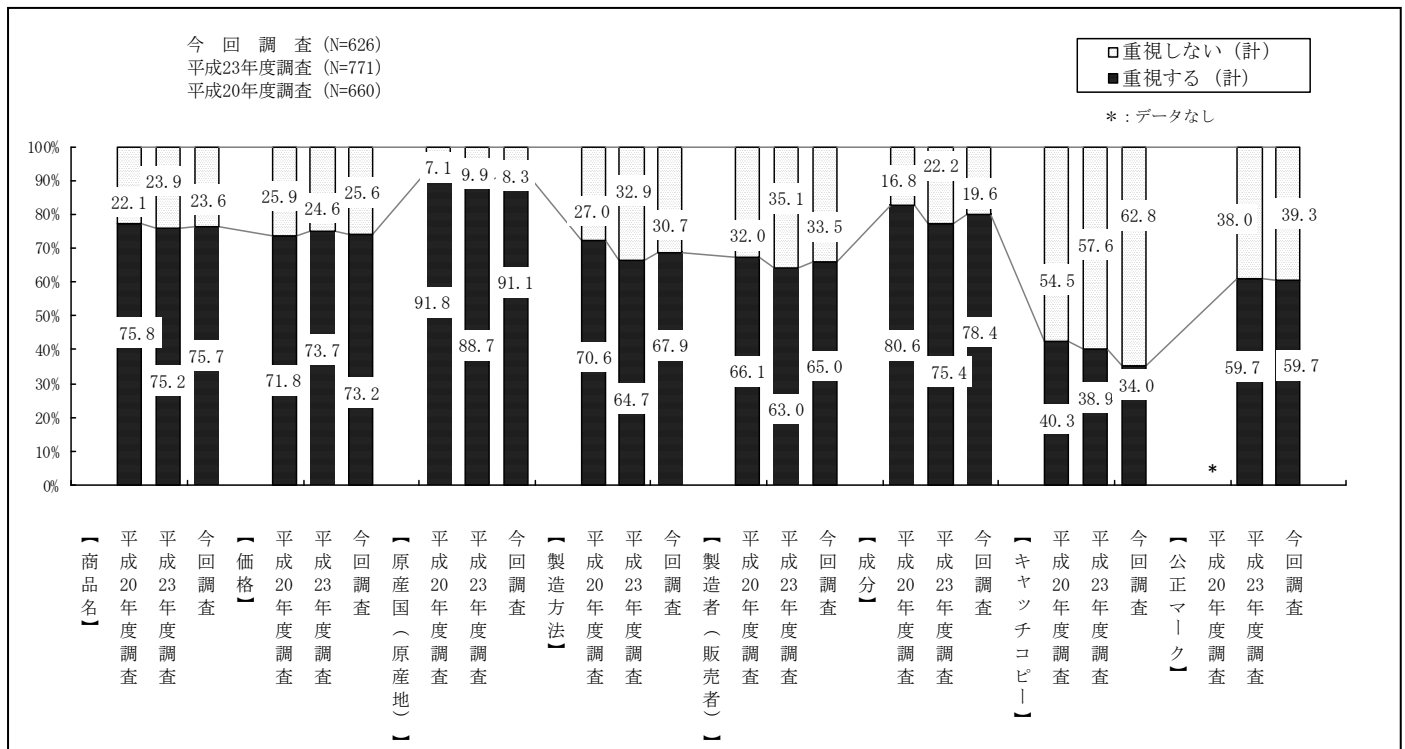
性別にみると、男性では48.2%、女性では66.6%がこだわりが『ある』と答えており、女性の方が18ポイント高い。前回調査と比較してみると、こだわりが『ある』と答えた男性の割合が10ポイント減っている。

【年代別】



年代別にみると、20歳代はこだわりが『ある』層が26.7%、30歳代では54.9%、40歳代では60.1%、50歳代では61.3%、60歳以上では64.6%と、年代が上がるにつれ、こだわりが『ある』層の割合が増える傾向にある。

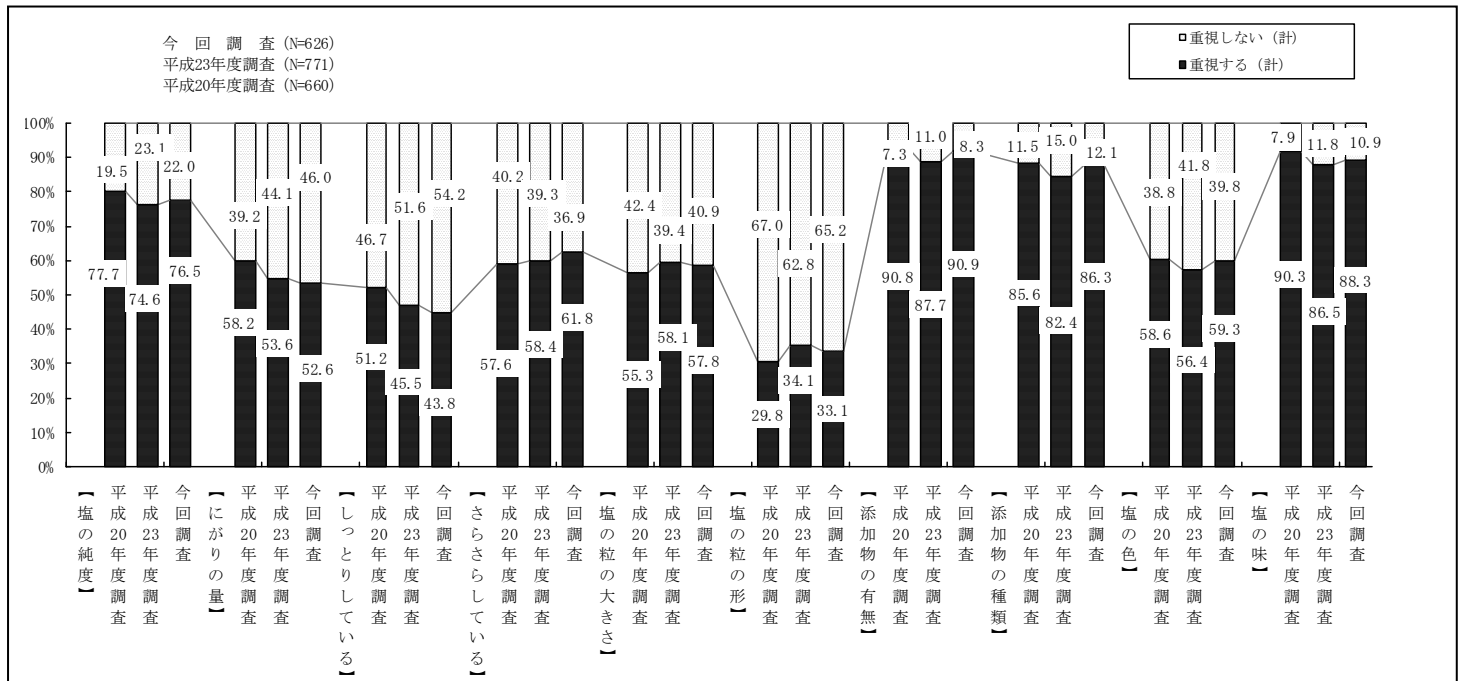
【こだわりが『ある』層における、塩を買うときの各項目の重視度（表示について）】



塩を選ぶときや使うときにこだわりが『ある』層について、塩を買うときの重視度（表示について）をみると、「原産国（原産地）」を重視すると答えた者が91.1%と最も多く、次いで「成分」が78.4%、「商品名」が75.7%、「価格」が73.2%となっている。「キャッチコピー」は重視すると答えた者が34.0%で、唯一、重視しないと答えた者の割合が、重視すると答えた者より多くなっている。前回調査と比較すると、上位4項目に大きな変化はみられない。

注)「*」は調査時に選択肢がなく、データが存在していない。

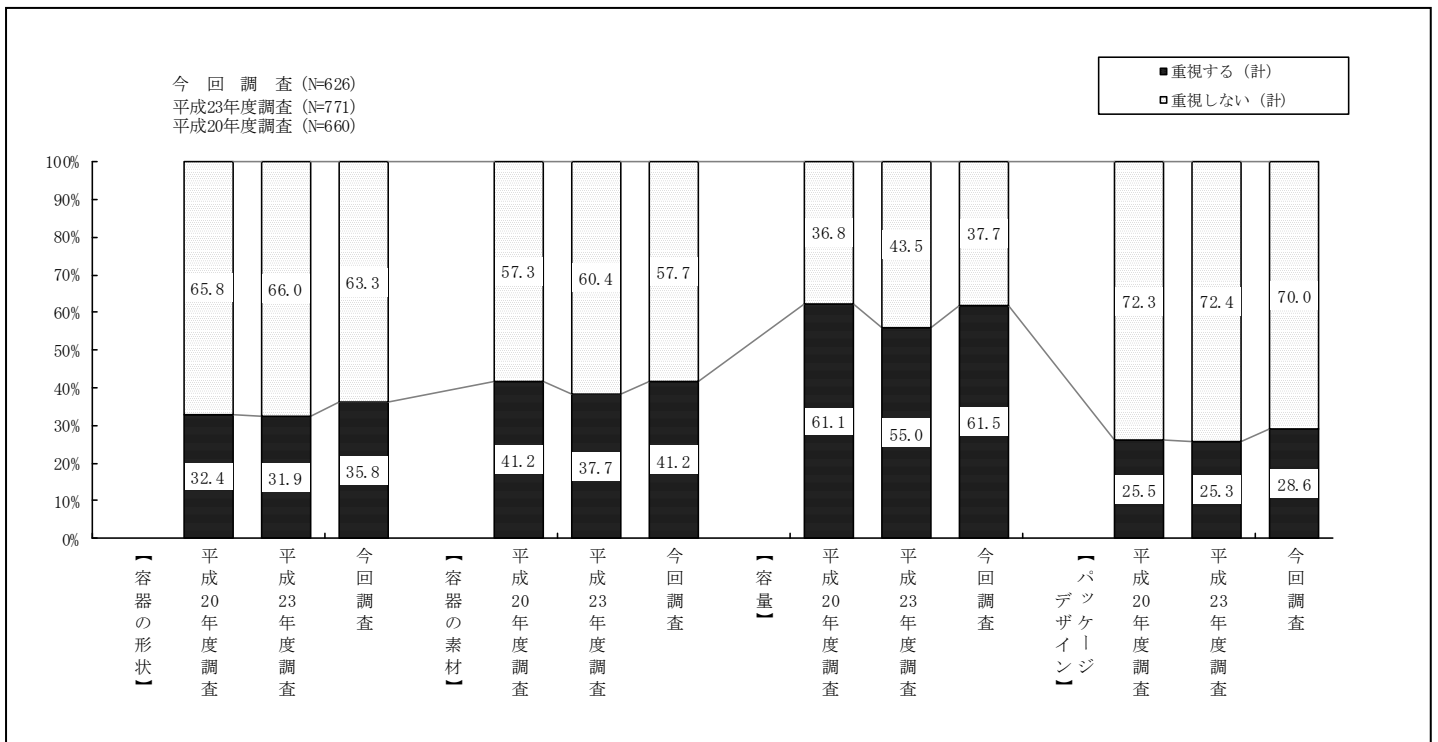
【こだわりが『ある』層における、塩を買うときの各項目の重視度（内容について）】



塩を選ぶときや使うときにこだわりが『ある』層について、塩を買うときの重視度（内容について）をみると、「添加物の有無」を重視すると答えた者が90.9%と最も多く、次いで「塩の味」が88.3%、「添加物の種類」が86.3%、「塩の純度」が76.5%となっている。「しっとりしている」を重視すると答えた者は43.8%、「塩の粒の形」は33.1%となっており、重視しないと答えた者の方が、重視すると答えた者より多い。

前回調査と比較してみると、「添加物の種類」は4ポイント、「添加物の有無」は3ポイント、「塩の色」は3ポイント「塩の味」は2ポイント、それぞれ増えている。前回調査と比較すると、上位4項目に大きな変化はみられない。

【こだわりが『ある』層における、塩を買うときの各項目の重視度（容器について）】

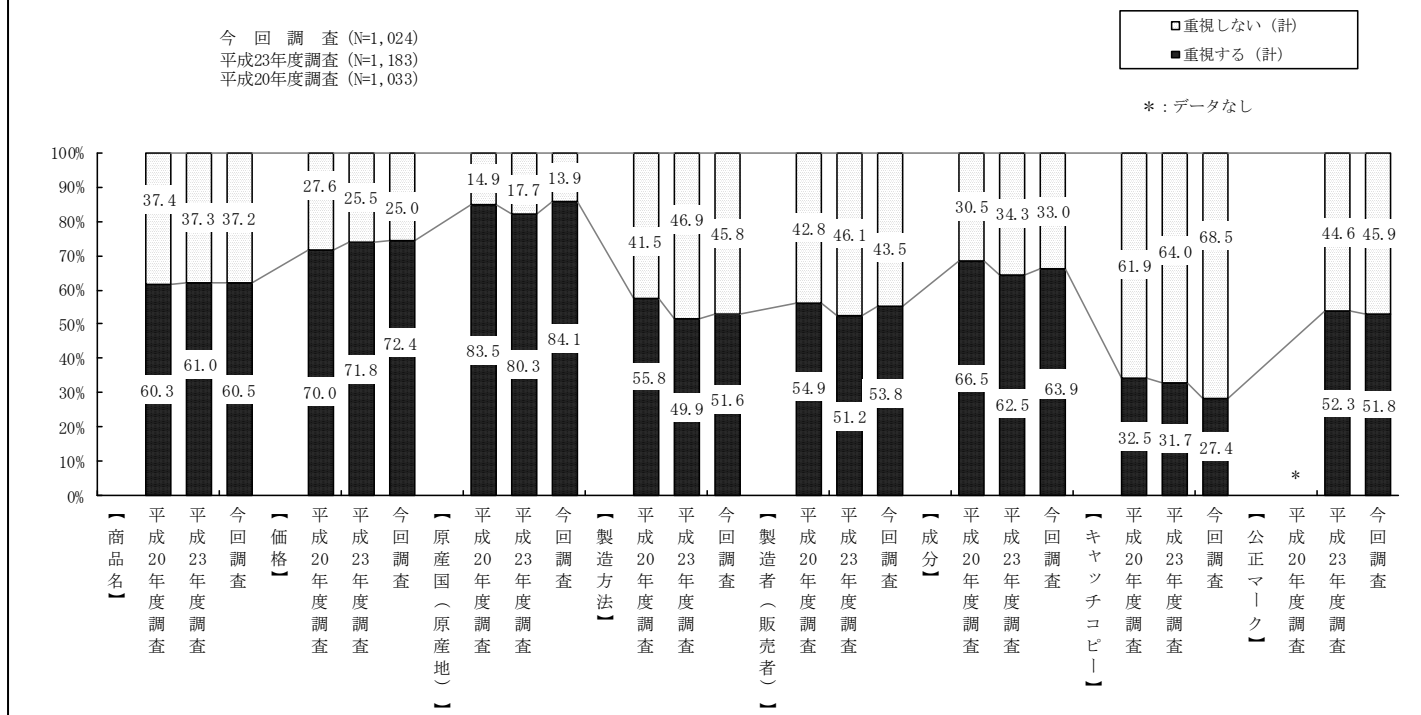


塩を選ぶときや使うときにこだわりが『ある』層について、塩を買うときの重視度（容器について）をみると、「容量」を重視すると答えた者が61.5%と最も多く、ついで「容器の素材」が41.2%、「容器の形状」が35.8%となっている。前回調査と比較してみると、「容量」を重視すると答えた者が、7ポイント増えている。

(2) 「塩」を買うときの重視度

問2. あなたは、「塩」を買うときに次のことをどの程度重視しますか。

(A) まず、表示についてはどうでしょうか。(ア)～(ク)それぞれの項目について、あなたのお考えに最も近い番号を1つ選んで○をつけてください。

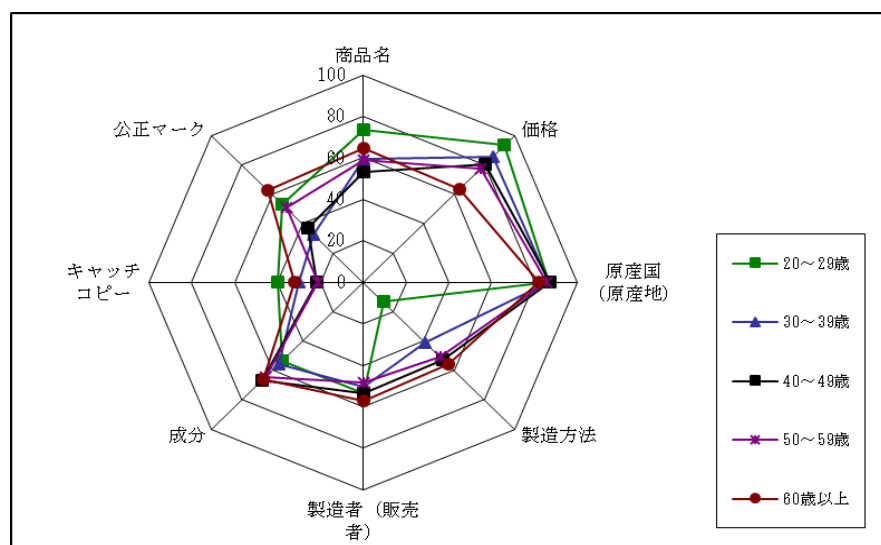


「塩」を買うときに表示についてどの程度重視するかを聞いたところ、重視すると答えた者の割合が最も高かったのは「原産国 (原産地)」の84.1%で、つづいて「価格」が72.4%、「成分」が63.9%、「商品名」が60.5%となっている。一方、重視しないと答えた者は「キャッチコピー」で68.5%と多くなっている。

前回調査と比較してみると、重視すると答えた者の割合は、「原産国 (原産地)」で4ポイント増えている。

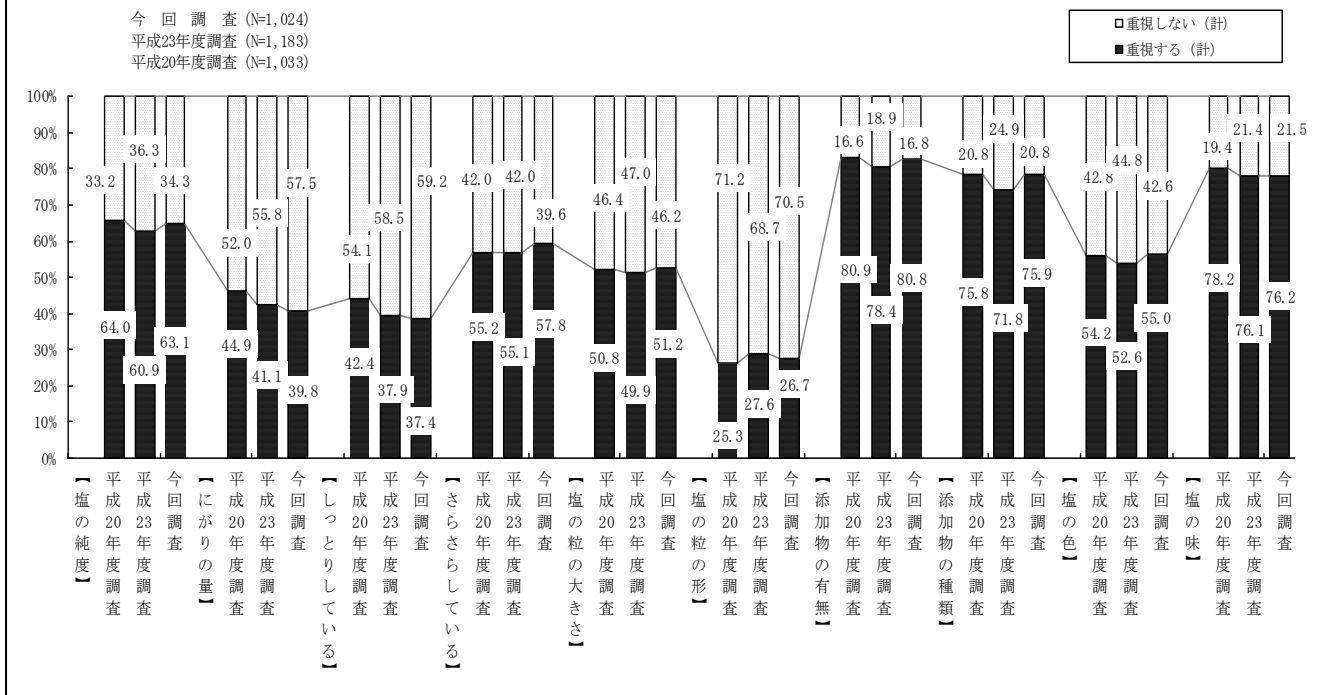
注) 「*」は調査時に選択肢がなく、データが存在していない。

【『重視する』×年代別】



重視する層を年代別にみると、「価格」は年代が低いほど重視される傾向にある。「キャッチコピー」は全年代ともあまり重視されていない。公正マークは60歳以上で重視されている。

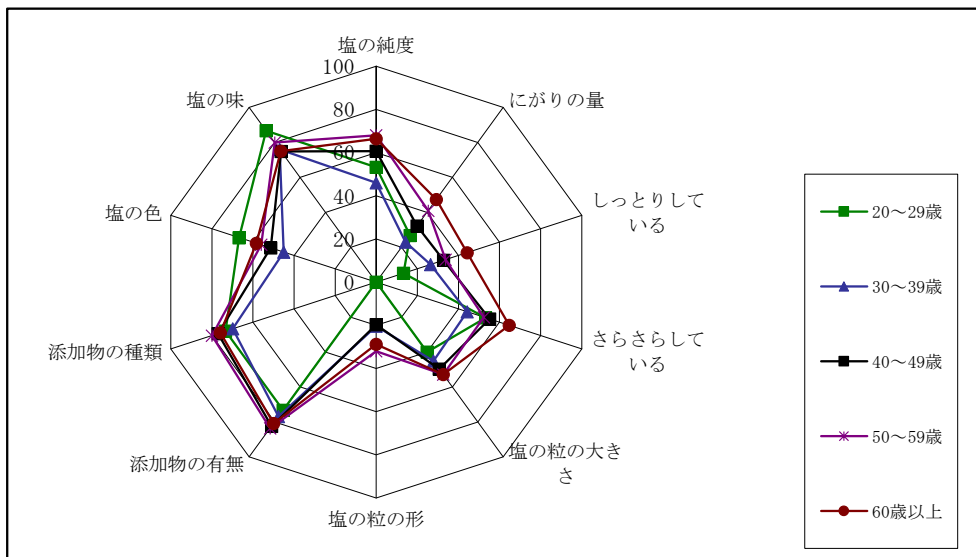
(B) 次に、内容については、どうでしょうか。(ア)～(コ)それぞれの項目について、あなたのお考えに最も近い番号を1つ選んで○をつけてください。



次に、内容についてどの程度重視するかを聞いたところ、重視すると答えた者の割合が最も高かったのは「添加物の有無」の80.8%で、つづいて「塩の味」が76.2%、「添加物の種類」が75.9%、「塩の純度」が63.1%となっている。一方、重視しないと答えた者は、「塩の粒の形」で70.5%と多くなっている。つづいて、「しっとりしている」が59.2%、「にがりの量」が57.5%となっている。

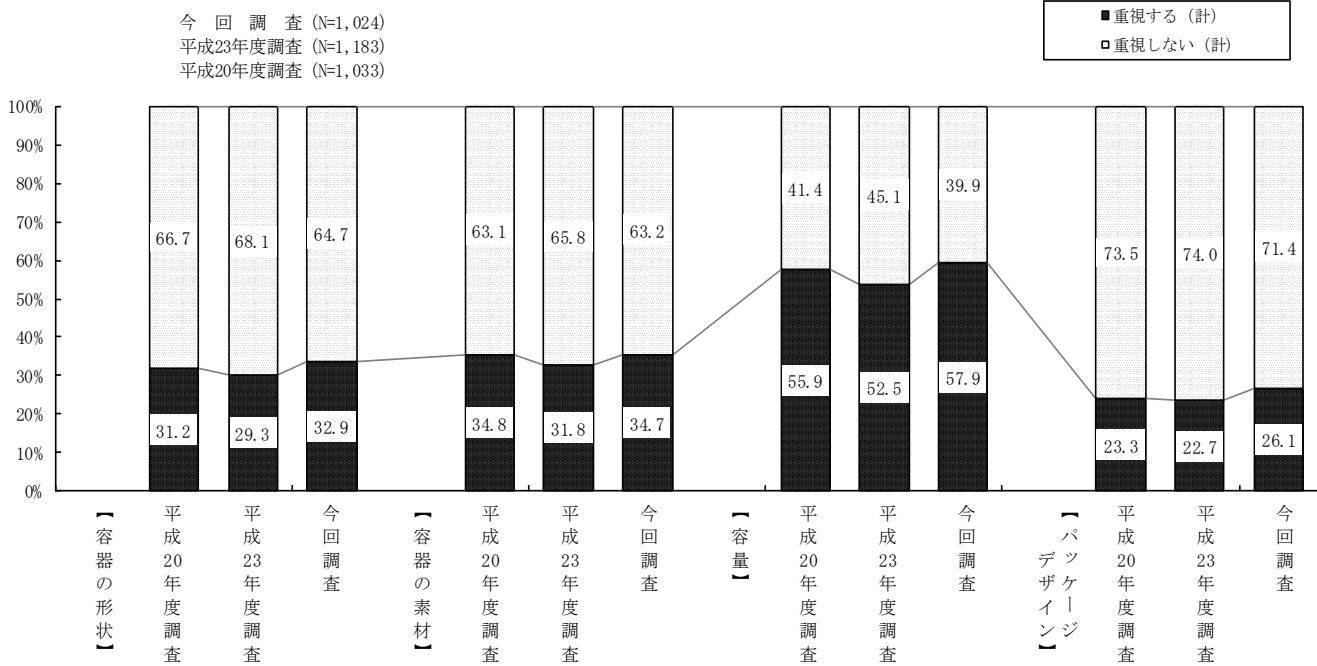
前回調査と比較してみると、上位4位の順位に変化はみられない。

【『重視する』×年代別】



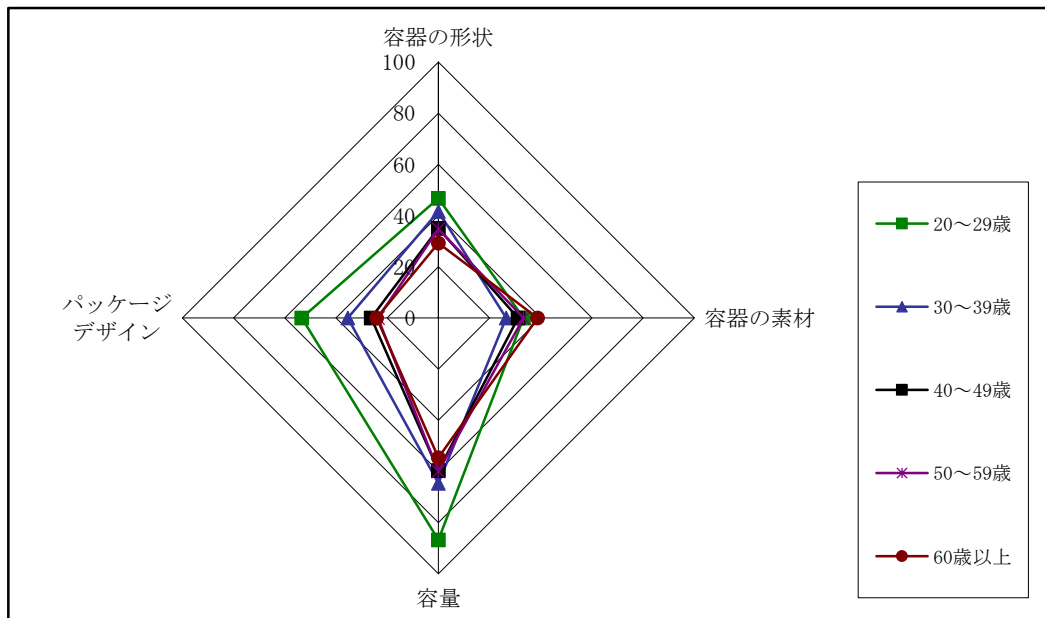
重視する層を年代別にみると、「添加物の種類」、「添加物の有無」は年代を問わず重視されている。「にがりの量」、「しっとりしている」、「塩の粒の形」は全年代ともあまり重視されていない。

(C) それでは、以下についてはどうでしょうか。2ページと同様に(ア)～(エ)それぞれの項目について、あなたのお考えに最も近い番号を1つ選んで○をつけてください。



次に容器についてどの程度重視するか聞いたところ、重視すると答えた者の割合が最も高かったのは「容量」の57.9%だった。一方、重視しないと答えた者の割合は「パッケージデザイン」の71.4%で、つづいて「容器の形状」が64.7%、「容器の素材」が63.2%となっている。前回調査と比較してみると、順位に変化はみられない。

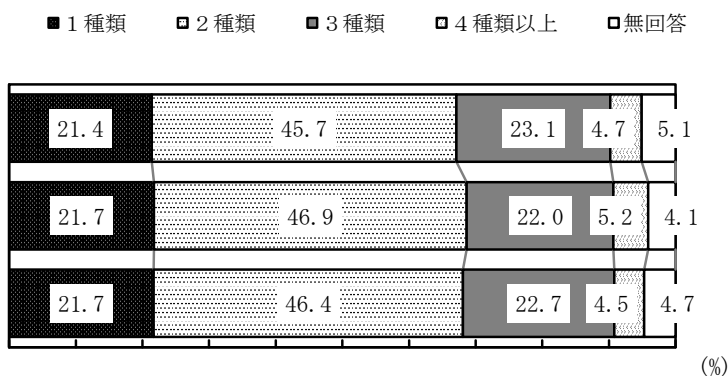
【『重視する』×年代別】



重視する層を年代別にみると、年代が若くなるほど「容量」、「容器の形状」を重視する割合が多くなっている。

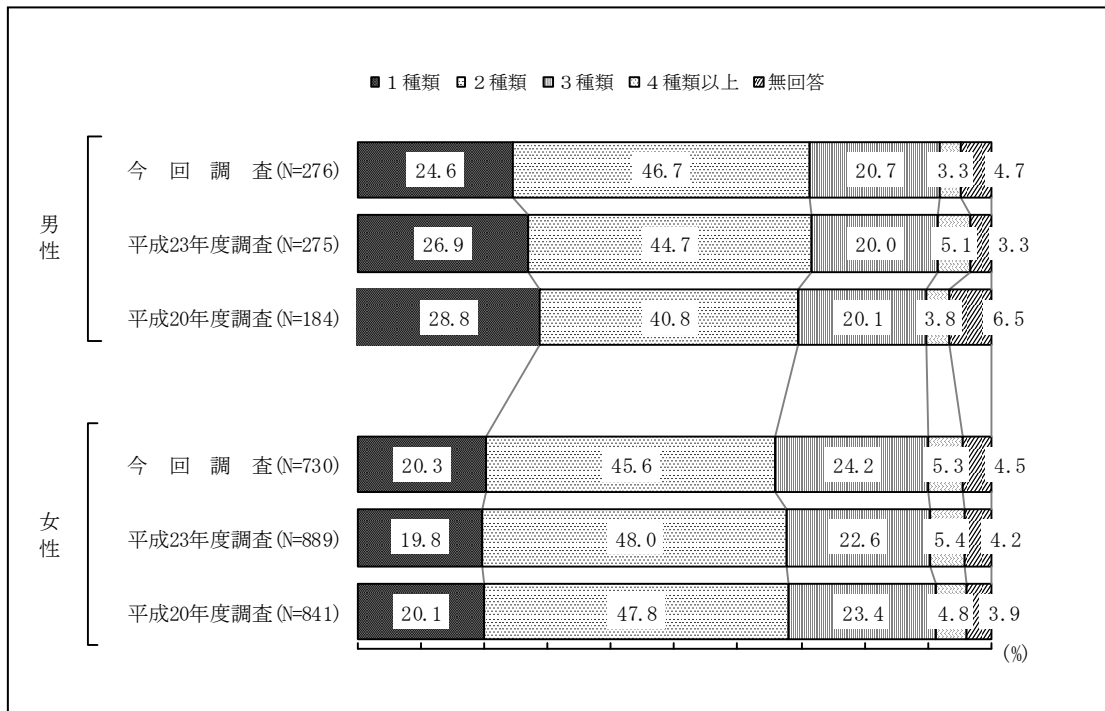
(3) 使っている「塩」の種類数

問3. 現在、ご家庭で何種類の塩を使われていますか。次の中からあてはまる番号を1つ選んで○をつけてください。



現在、家庭で何種類の塩を使っているか聞いたところ、「2種類」が45.7%と全体の半数近くを占め、最も多い。つづいて「3種類」が23.1%、「1種類」が21.4%、「4種類以上」が4.7%の順となっている。前回調査と比較してみると、大きな変化はみられない。

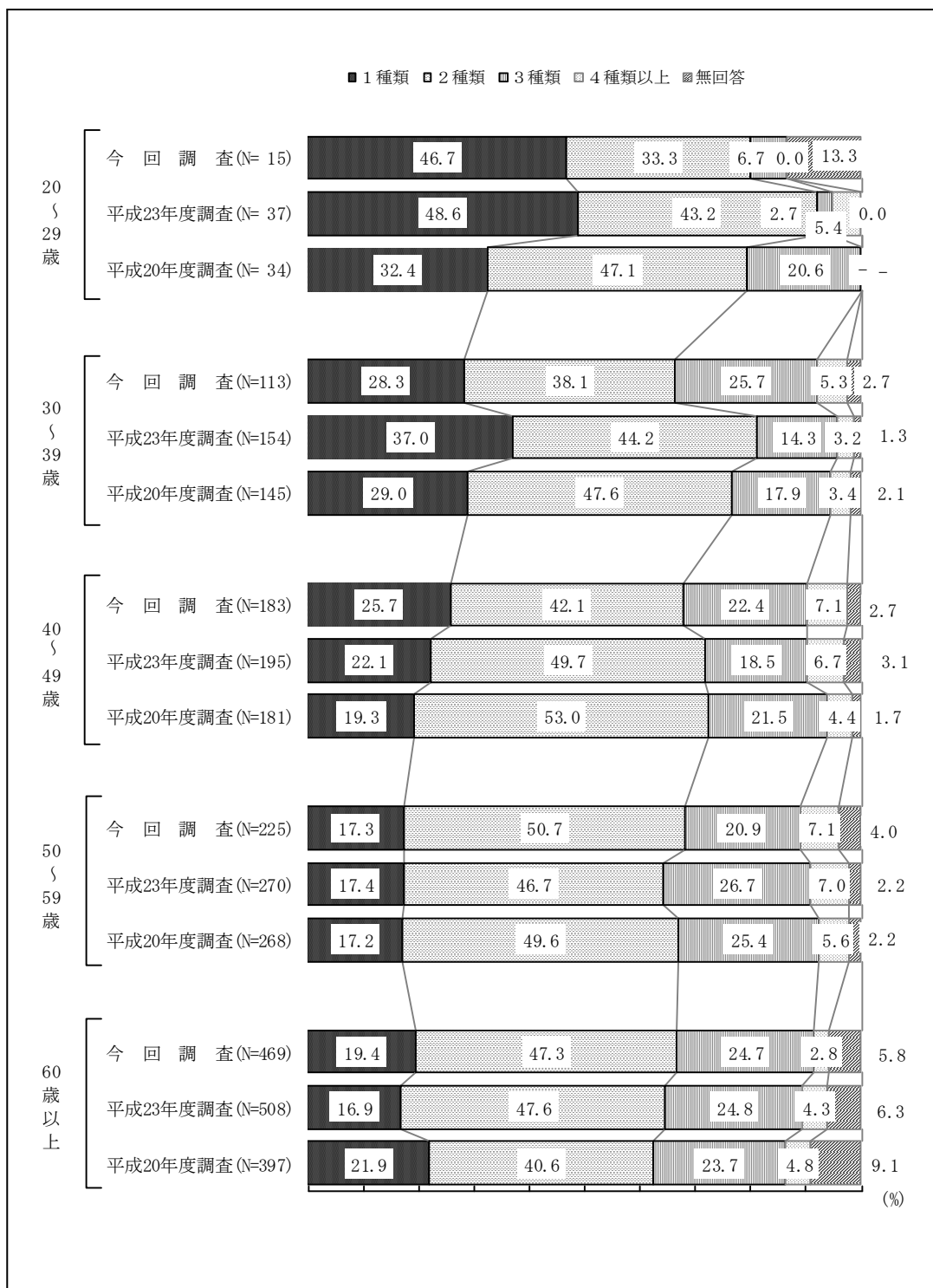
【性別】



性別にみると、男性、女性共に「2種類」と回答した者が最も多くなっている（男性 46.7%、女性 45.6%）。また、男性の方が「1種類」と回答した者の割合が4ポイント多くなっている。

前回調査と比較してみると、男性では、1種類と答えた者の割合が2ポイント減り、2種類と答えた者の割合が2ポイント増えている。一方、女性については大きな変化はみられない。

【年代別】



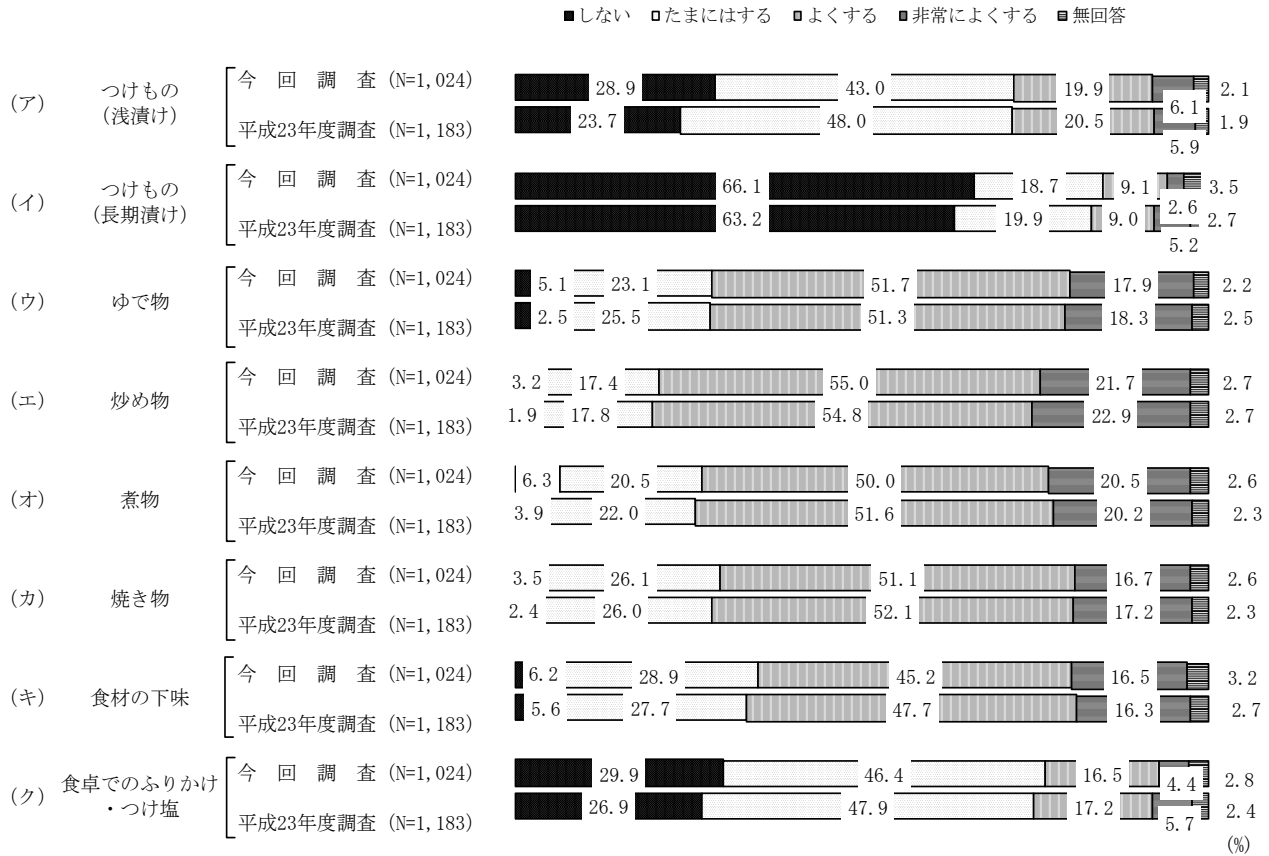
年代別にみると、1種類と答えた者の割合は、20歳代では46.7%、30歳代では28.3%、40歳代では25.7%、50歳代では17.3%、60歳以上では19.4%になっている。

前回調査と比較してみると、30歳代で1種類と答えた者の割合が9ポイント、2種類と答えた者の割合は6ポイント減り、3種類と答えた者の割合は11ポイント増えている。

(4) 料理を作るときに使用する「塩」

問4. ご家庭では、以下のような料理を作るときに、どのような「塩」をお使いですか。(ア)～(ク)それぞれの項目について、まず(1)料理の頻度に○をつけてください。「しない」以外を選んだ方は、(2)にがり、(3)水分、(4)粒、(5)添加物について、それぞれ「1」か「2」を選んでください。

(1) 料理の頻度



家庭で料理を作るときに、どのような塩を使っているか聞くために、まず項目ごとにその料理をつくるかどうか質問したところ、(ア) つけもの(浅漬け)では、「しない」と答えたのは28.9%、「たまにはする」と答えたのは43.0%、「よくする」と答えたのは19.9%だった。

(イ) つけもの(長期漬け)では、「しない」と答えたのは66.1%、「たまにはする」と答えたのは18.7%だった。

(ウ) ゆで物では、「たまにはする」と答えたのは23.1%、「よくする」と答えたのは51.7%「非常によくする」と答えたのは17.9%だった。

(エ) 炒め物では、「たまにはする」と答えたのは17.4%、「よくする」と答えたのは55.0%、「非常によくする」と答えたのは21.7%だった。

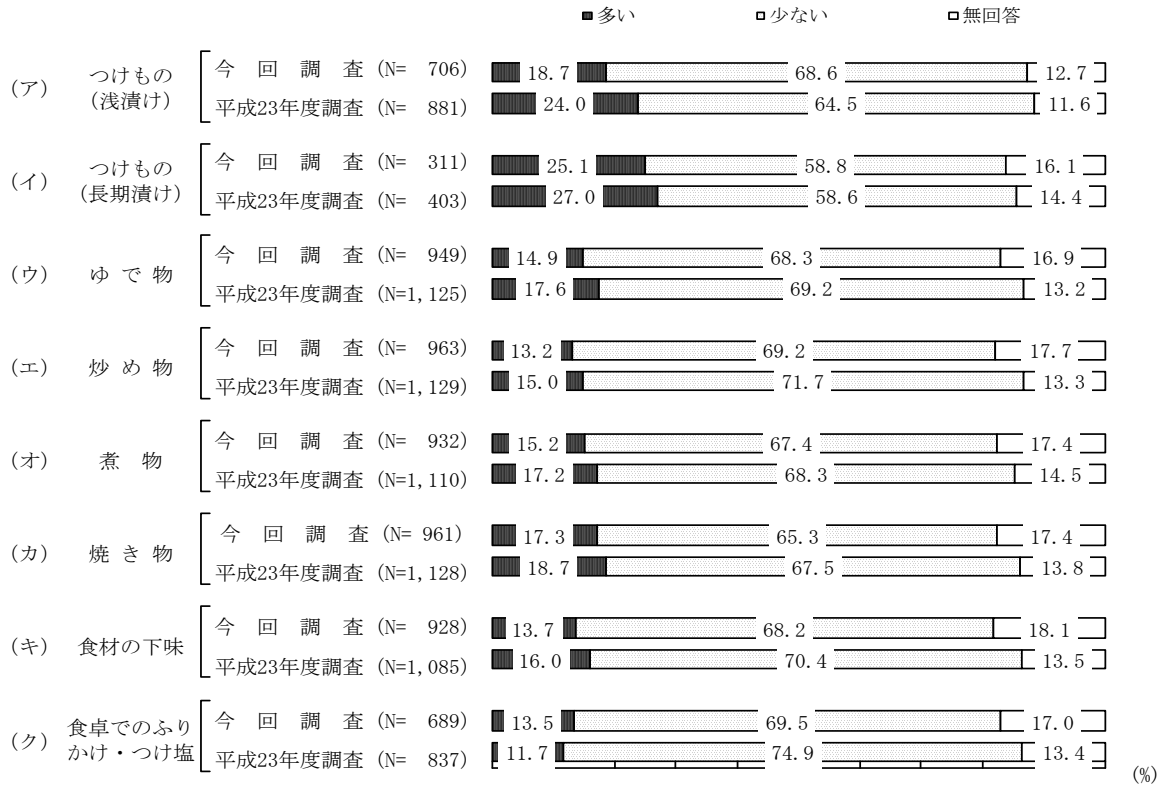
(オ) 煮物では、「たまにはする」と答えたのは20.5%、「よくする」と答えたのは50.0%、「非常によくする」と答えたのは20.5%だった。

(カ) 焼き物では、「たまにはする」と答えたのは26.1%、「よくする」と答えたのは51.1%、「非常によくする」と答えたのは16.7%だった。

(キ) 食材の下味では、「たまにはする」と答えたのは28.9%、「よくする」と答えたのは45.2%、「非常によくする」と答えたのは16.5%だった。

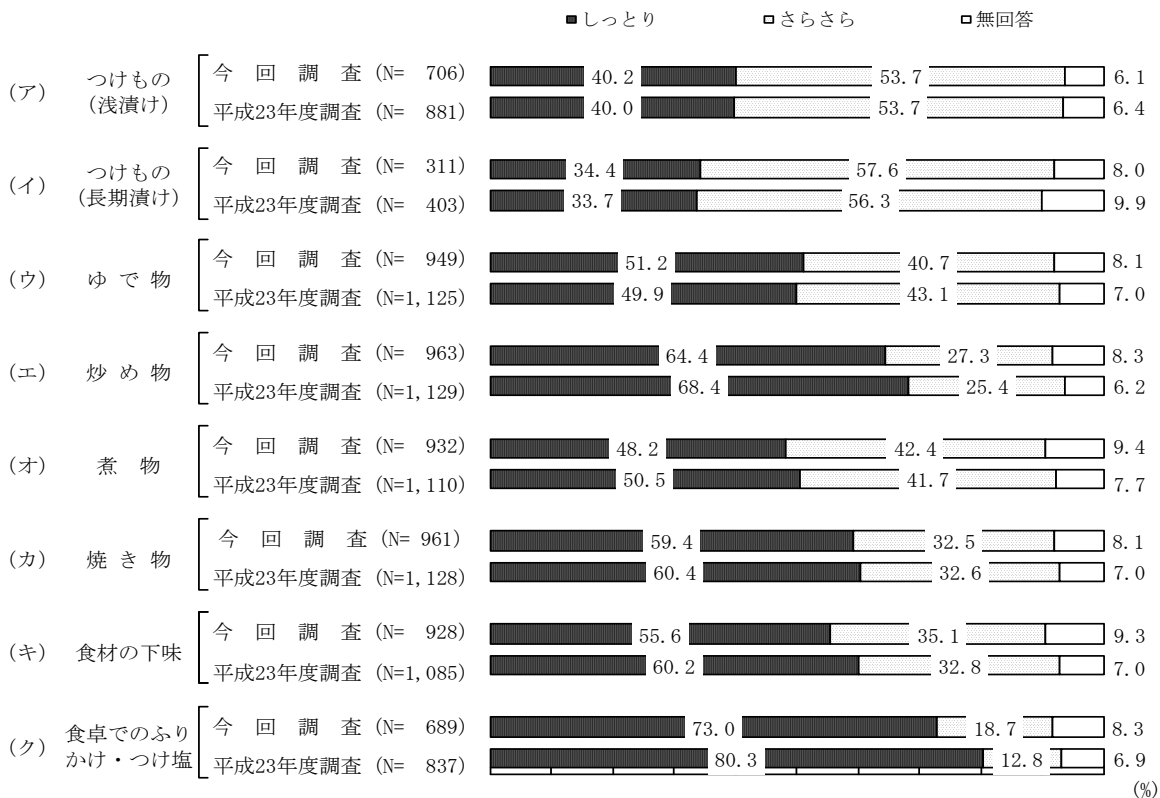
(ク) 食卓でのふりかけ・つけ塩では、「しない」と答えたのは29.9%、「たまにはする」と答えたのは46.4%、「よくする」と答えたのは16.5%だった。

(2) にがり



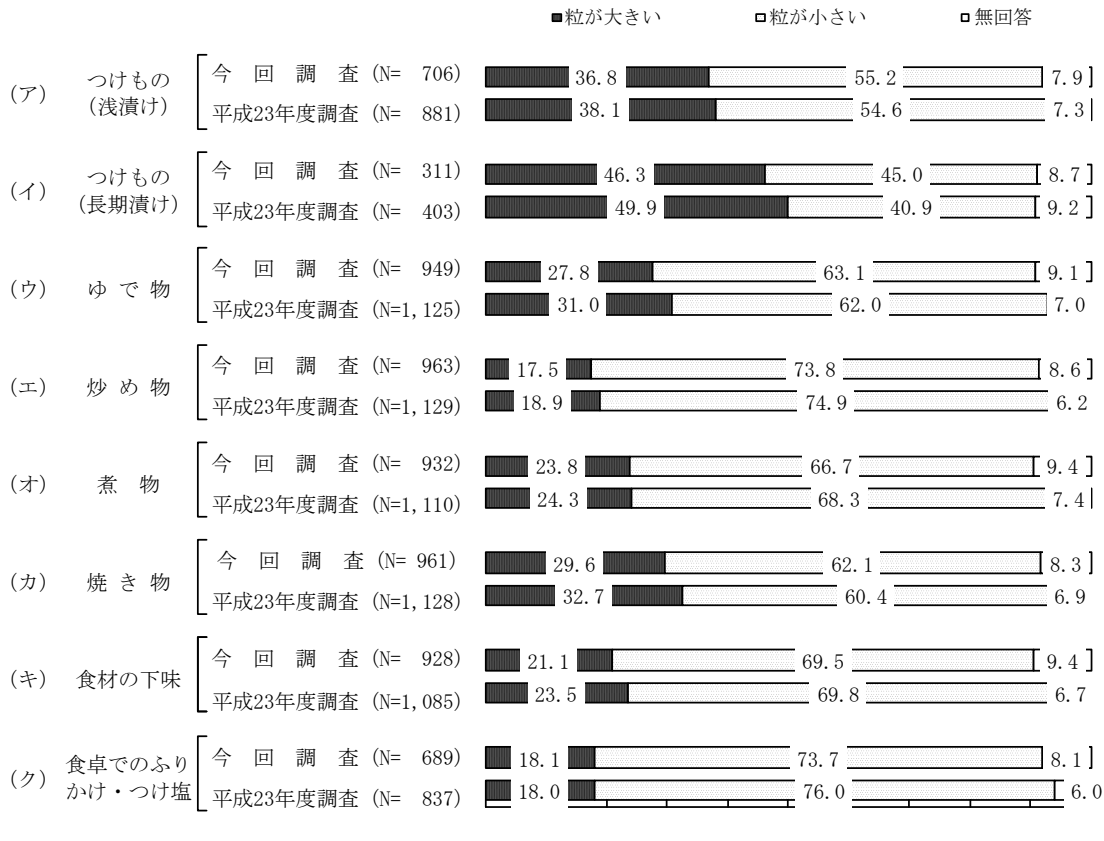
料理項目ごとに、「たまにはする」、「よくする」、「非常によくする」と答えた者に対して、具体的にはどのような塩を使っているか質問したところ、「にがり」については、(イ) つけもの(長期漬け)を除いたすべての料理項目において「少ない」と答えた者の割合が6割を超えている。

(3) 水分



水分については、(ク) 食卓でのふりかけ・つけ塩で「しっとりしている」が73.0%となっている。また、(ウ) ゆで物、(エ) 炒め物、(オ) 煮物、(カ) 焼き物、(キ) 食材の下味、(ク) 食卓でのふりかけ・つけ塩で、「しっとりしている」が「さらさらしている」を上回っている。「さらさらしている」と答えた者の割合が多い項目の上位3位は、(イ) つけもの(長期漬け)、(ア) つけもの(浅漬け)、(オ) 煮物となっている。

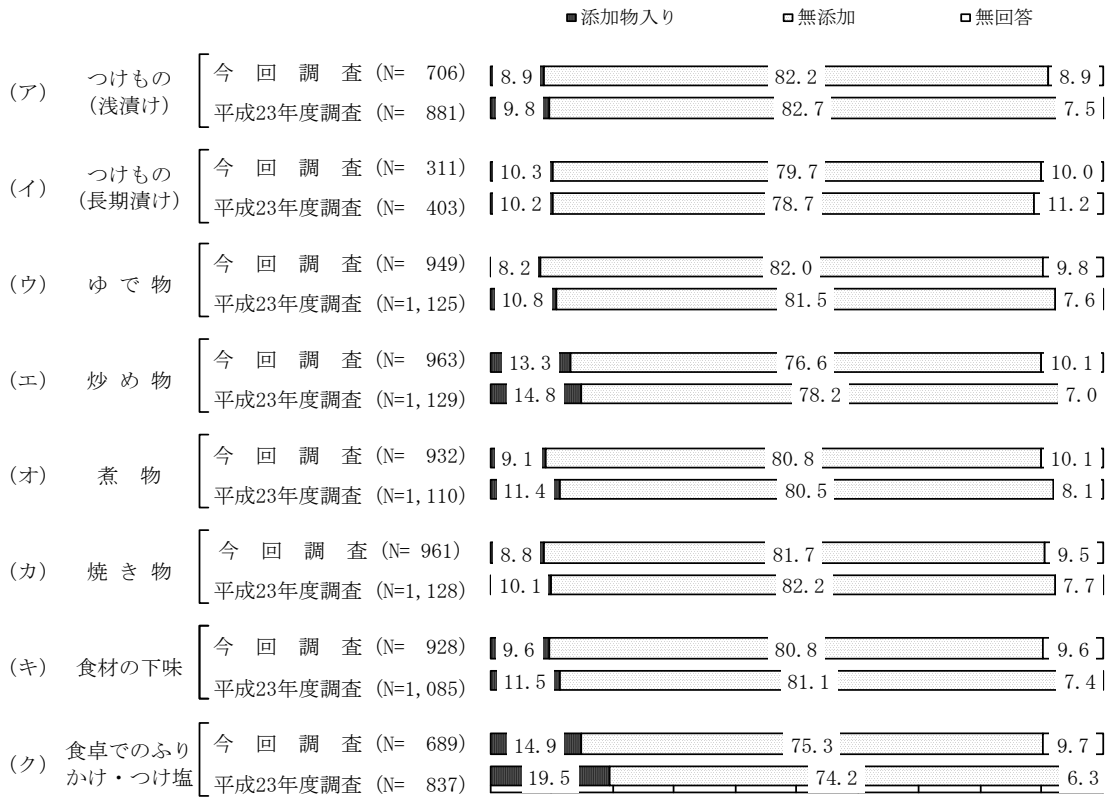
(4) 粒



(%)

粒については、(イ) つけもの (長期漬け) 以外のすべての項目で、「粒が小さい」と答えた者の割合が「粒が大きい」と答えた者の割合より高くなっている。

(5) 添加物

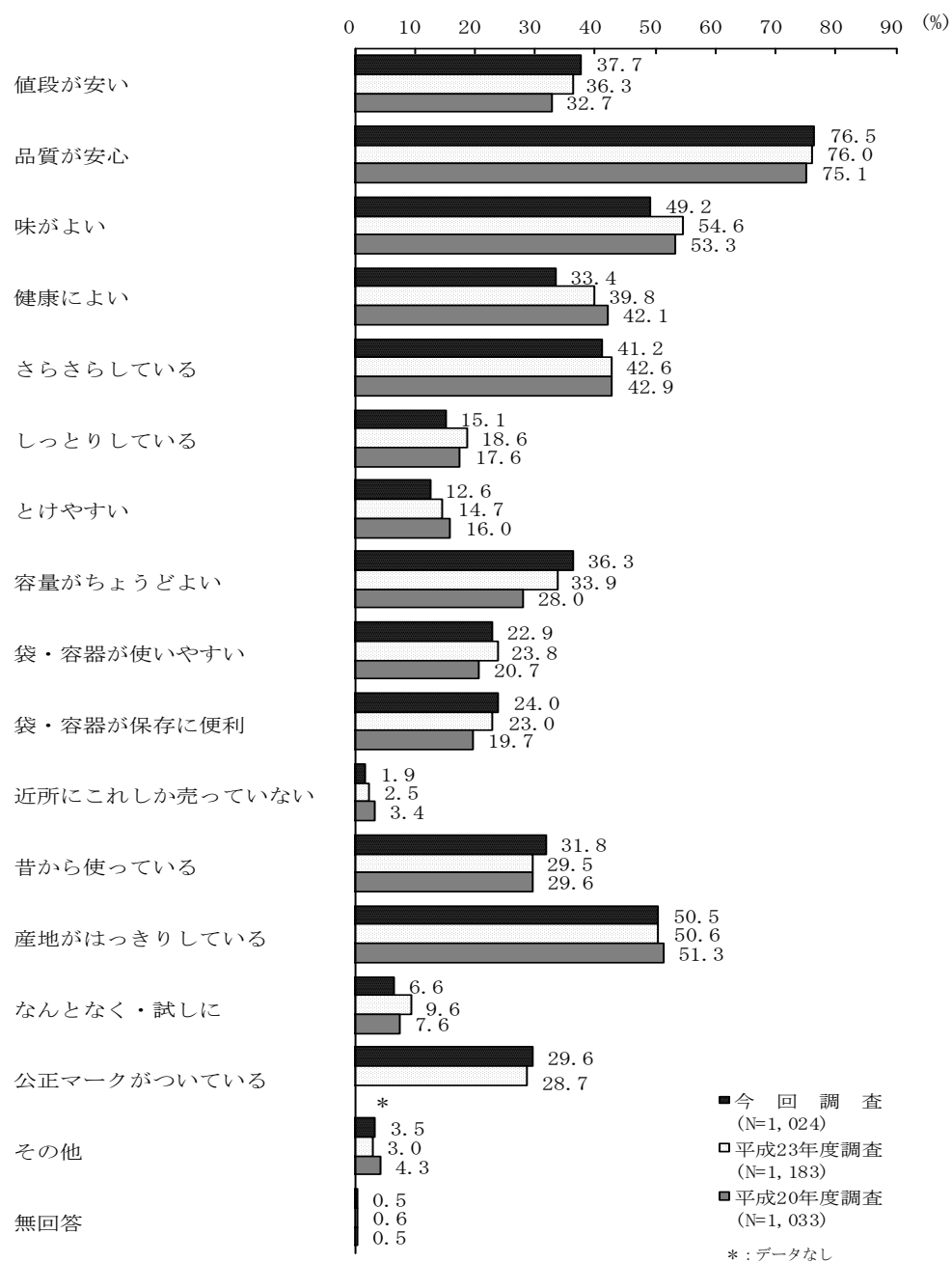


(%)

添加物については、すべての料理項目で7割以上の者が「無添加」と答えている。

(5) 「塩」を購入する際のきっかけ

問5. ご家庭で、「塩」を購入する際にきっかけとなることはどのようなものですか。
次の中からあてはまる番号をすべて選んで○をつけてください。

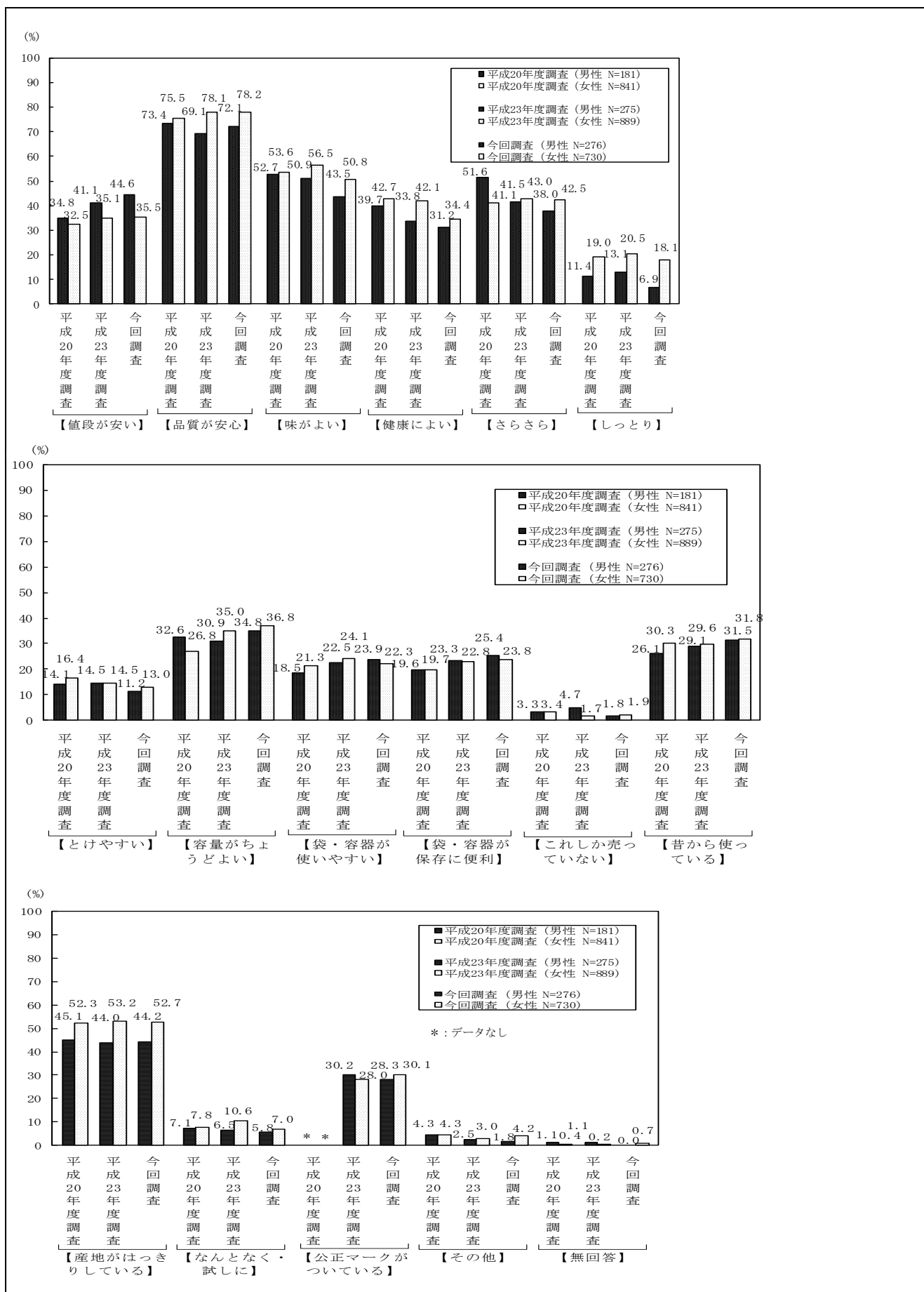


家庭で、「塩」を購入する際にきっかけとなることを聞いたところ、「品質が安心」が76.5%で最も多く、つづいて、「産地がはっきりしている」が50.5%、「味がよい」が49.2%となっている。前回調査と比較してみると、上位3項目については、「味がよい」が5ポイント減っており、第2位から第3位に下がっている。一方、「産地がはっきりしている」が第3位から第2位に繰り上がりとなっているが、回答の割合に大きな変化はみられない。

なお、前回調査より加わった「公正マークがついている」については、今回調査では29.6%の者が「塩」を購入する際のきっかけになると答えており、前回調査と比較してみると、1ポイント増えている。

注)「*」は調査時に選択肢がなく、データが存在していない。

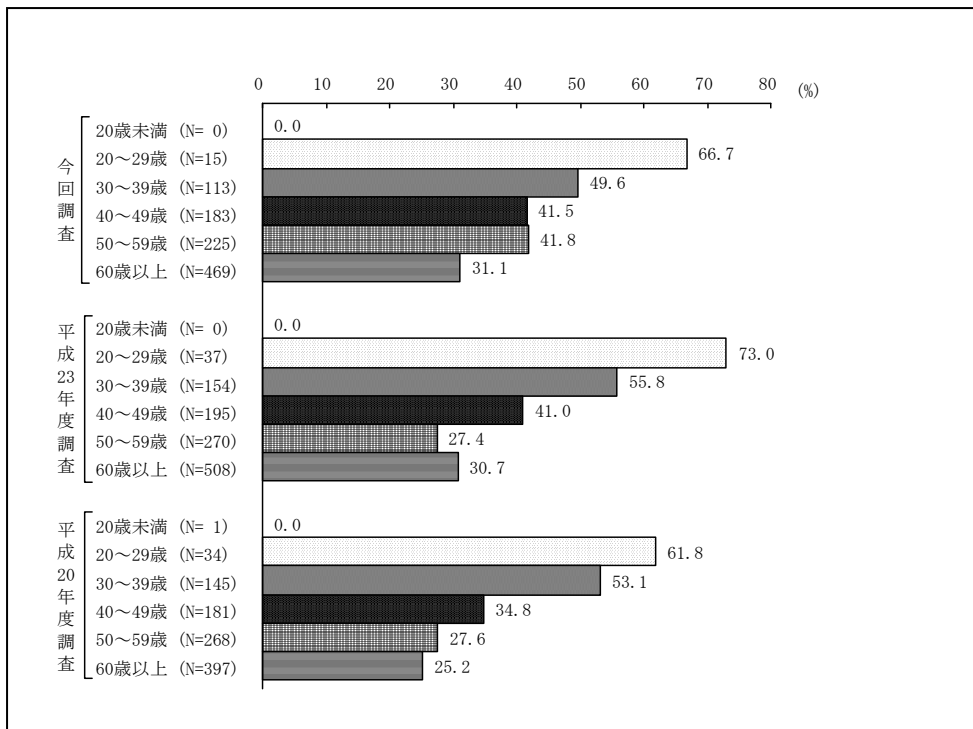
【性別】



性別にみると、「しっとりしている」「産地がはっきりしている」と答えた者の割合は女性で、「値段が安い」は男性で高い傾向にある。

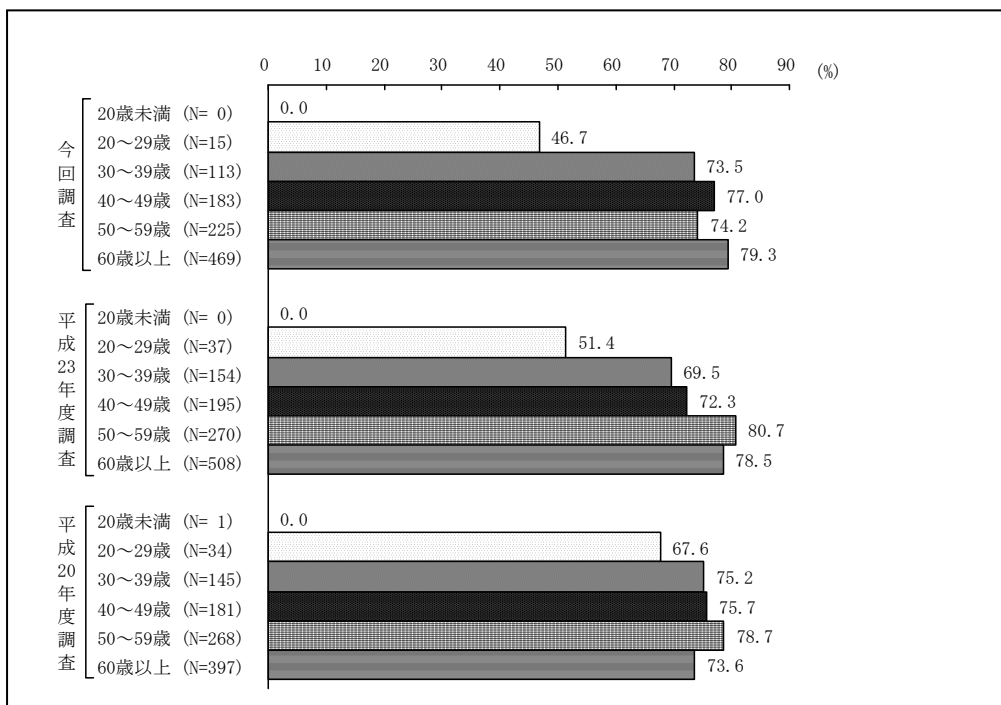
注)「*」は調査時に選択肢がなく、データが存在していない。

【年代別・値段が安い】



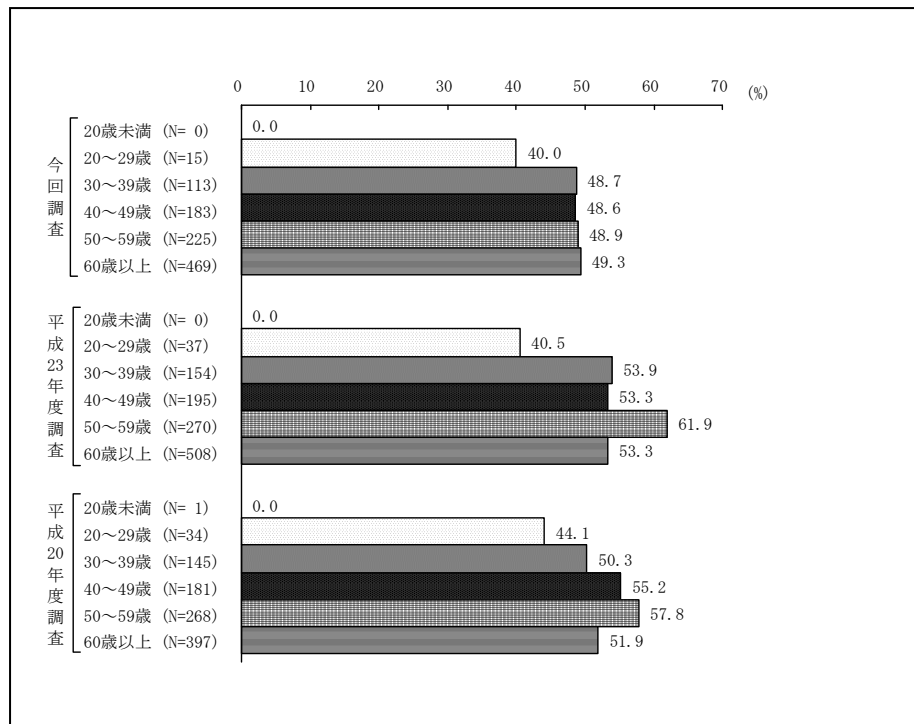
「値段が安い」について年代別にみると、年齢が高いほど購入のきっかけとなった者の割合が低い傾向にある。

【年代別・品質が安心】



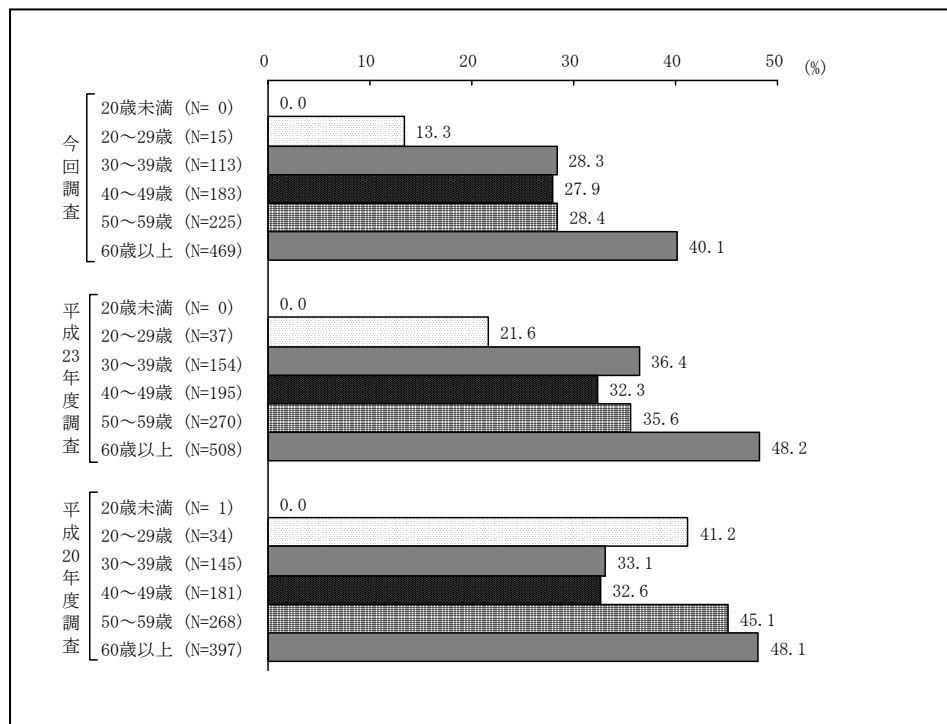
「品質が安心」について年代別にみると、購入のきっかけとなった者の割合は今回調査では30～39歳、40～49歳、50～59歳、60歳以上で7割を超えている。

【年代別・味がよい】



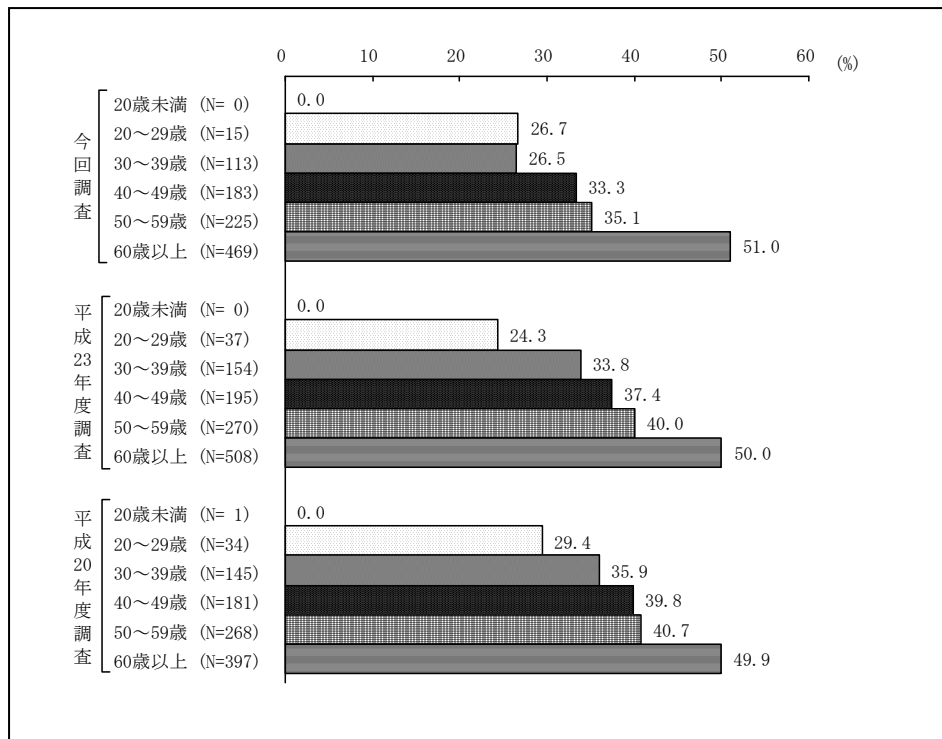
「味がよい」について年代別にみると、購入のきっかけとなった者の割合は半数近くを占めている。

【年代別・健康によい】



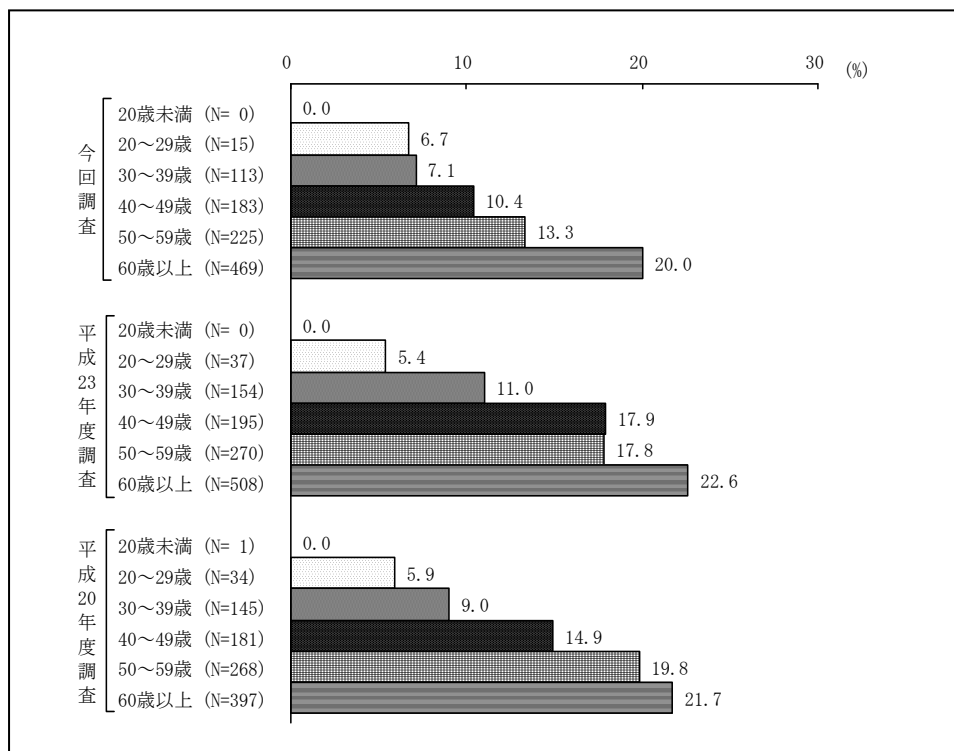
「健康によい」について年代別にみると、購入のきっかけとなった者の割合は60歳以上で最も高くなっている。

【年代別・さらさらしている】



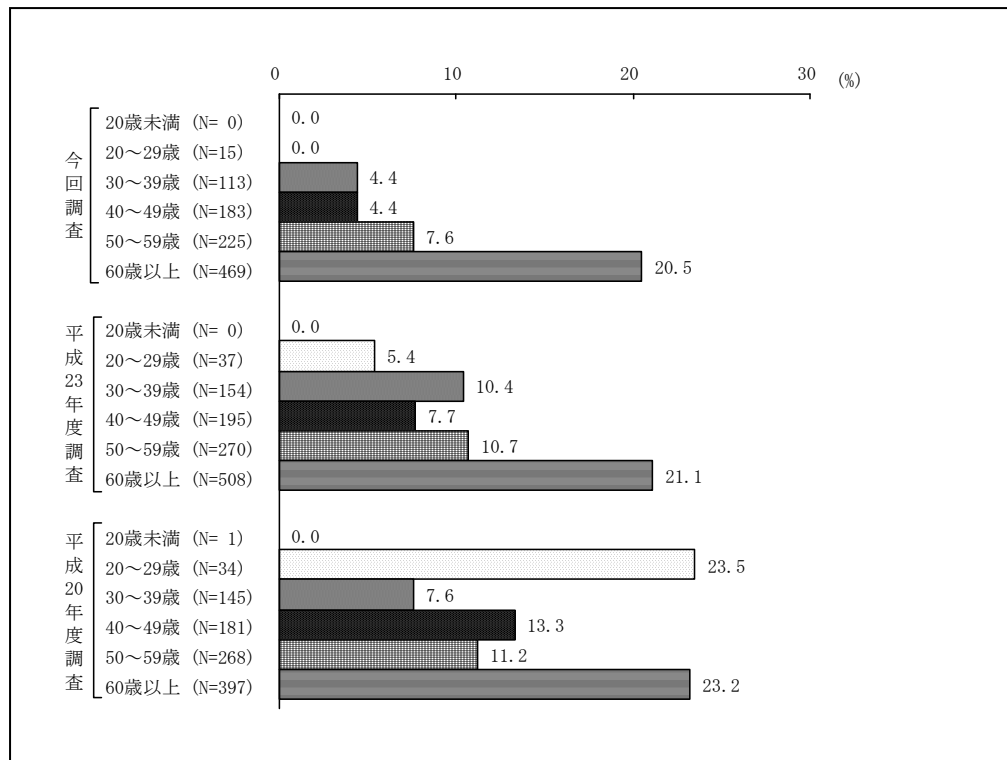
「さらさらしている」について年代別にみると、購入のきっかけとなった者の割合は60歳以上で最も高くなっている。

【年代別・しっとりしている】



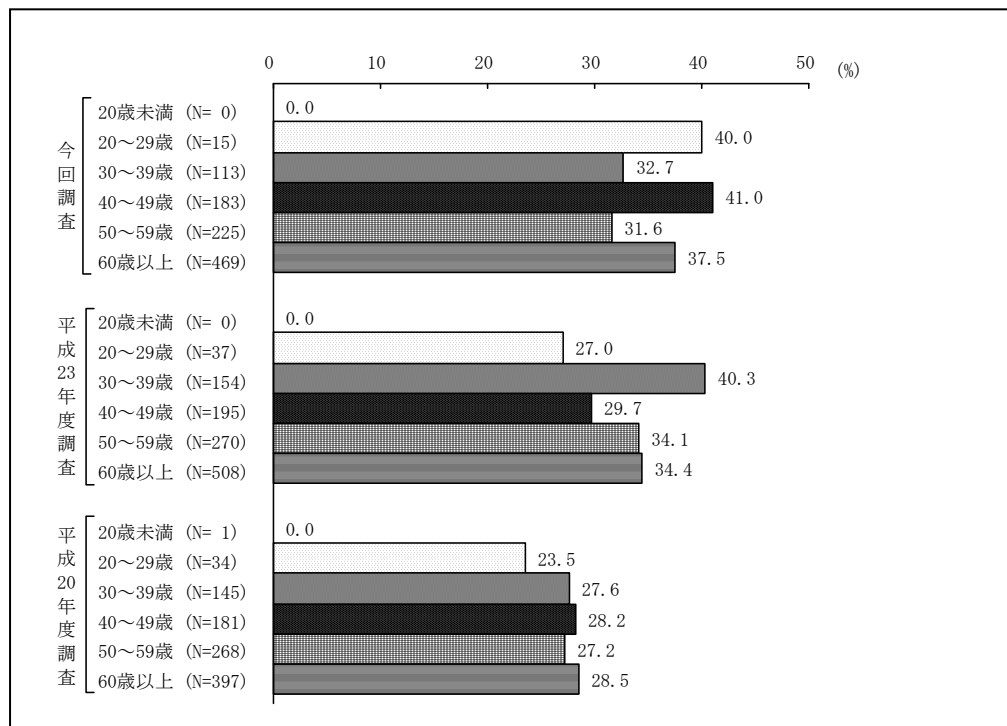
「しっとりしている」についてみると、購入のきっかけとなった者の割合は60歳以上で最も高くなっている。

【年代別・とけやすい】



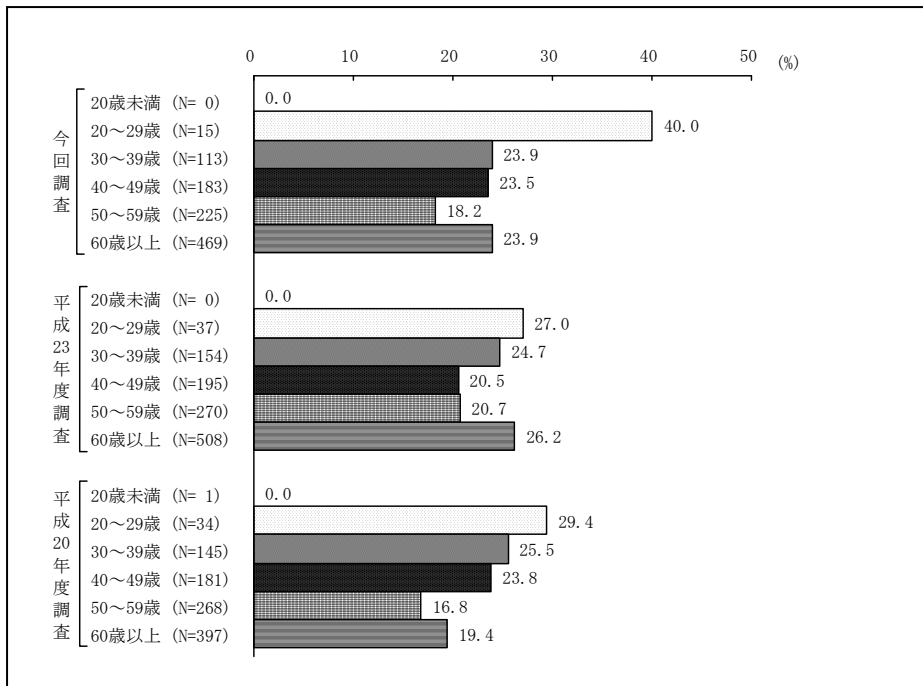
「とけやすい」についてみると、購入のきっかけとなった者の割合は60歳以上で3カ年とも2割を超えている。

【年代別・容量がちょうどよい】



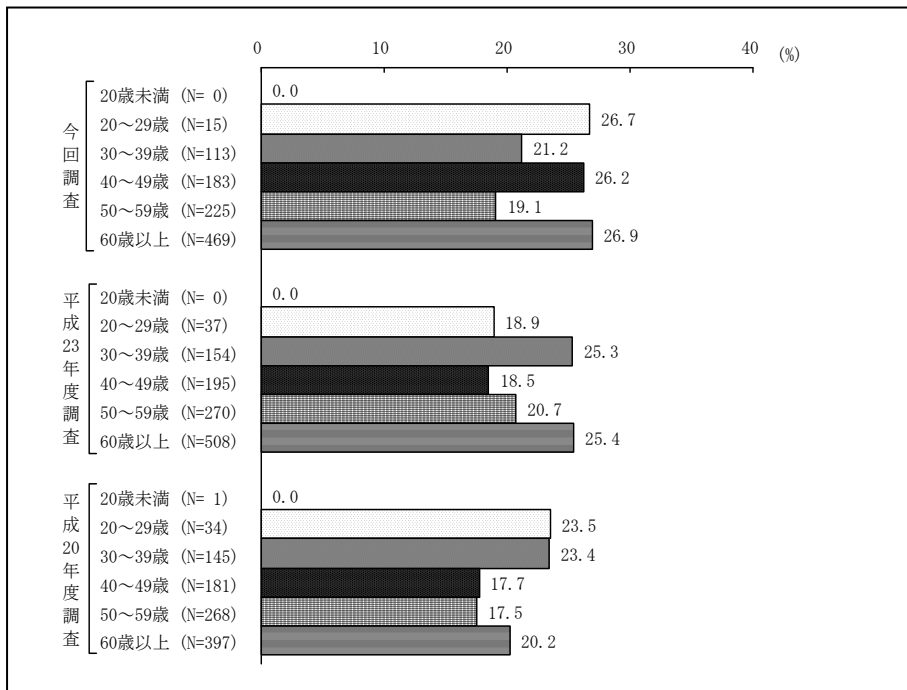
「容量がちょうどよい」についてみると、購入のきっかけとなった者の割合は約3割から4割となっている。

【年代別・袋・容器が使いやすい】



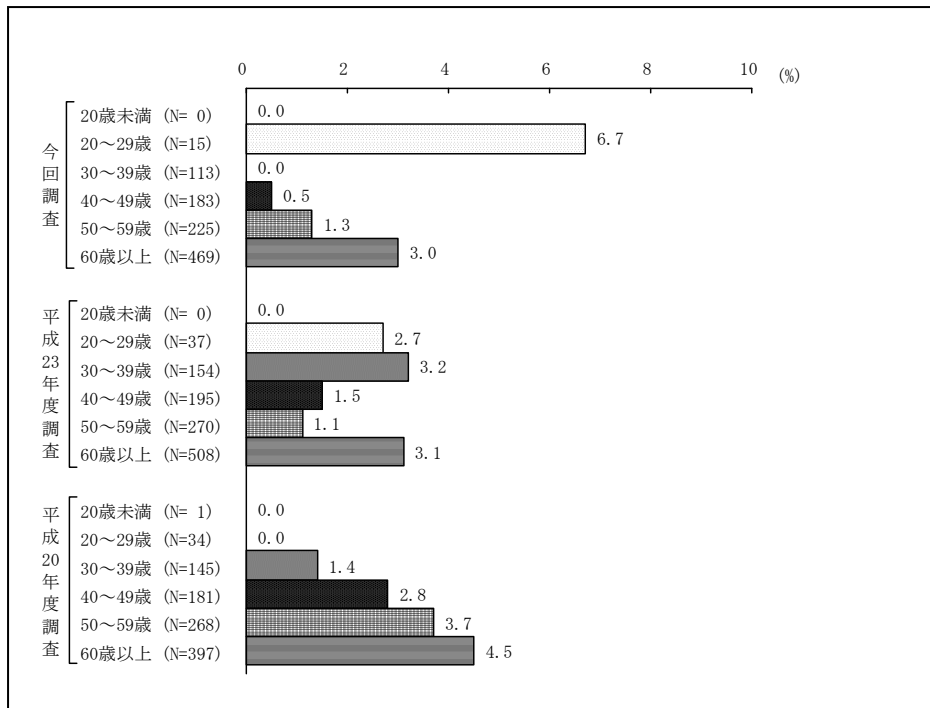
「袋・容器が使いやすい」について年代別にみると、購入のきっかけとなった者の割合は1割から2割台が中心となっている。

【年代別・袋・容器が保存に便利】



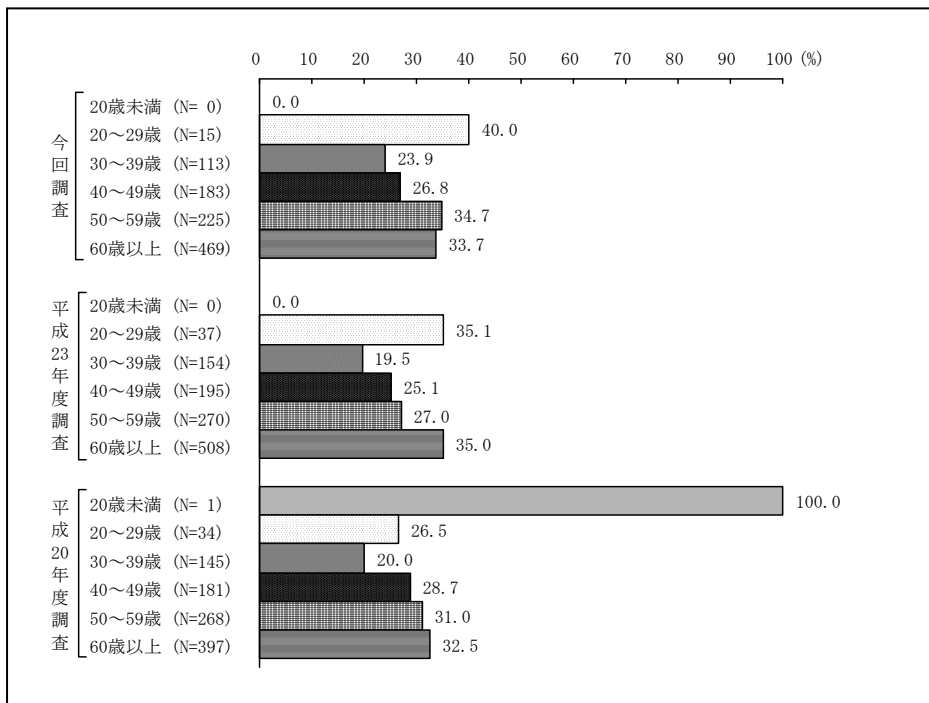
「袋・容器が保存に便利」についてみると、購入のきっかけとなった者の割合は1割から2割台となっている。

【年代別・近所にこれしか売っていない】



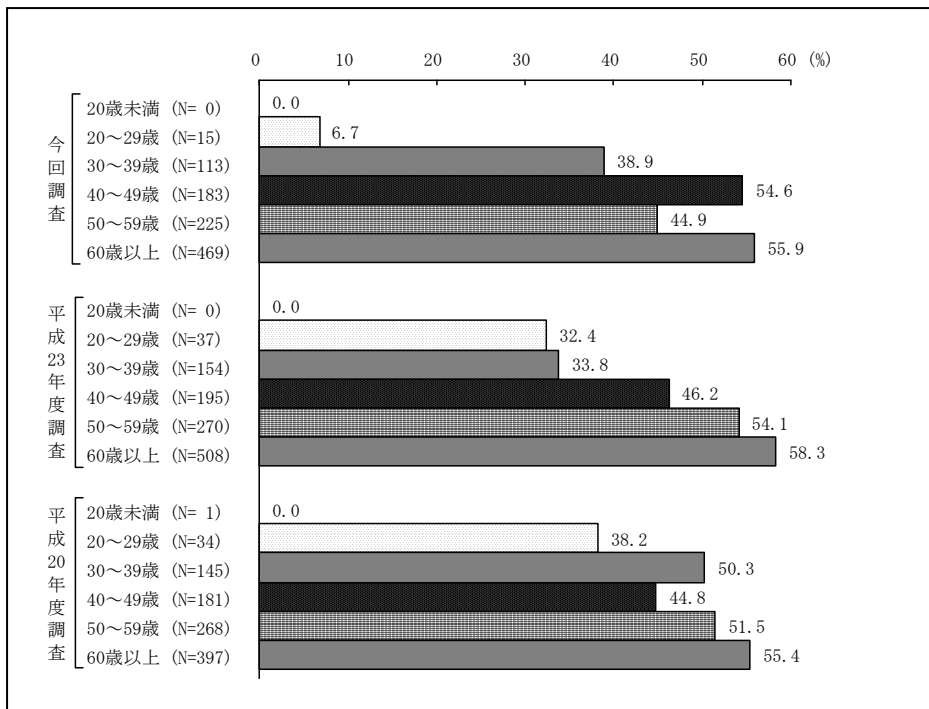
「近所にこれしか売っていない」について年代別にみると、購入のきっかけとなった者の割合は1割未満となっている。

【年代別・昔から使っている】



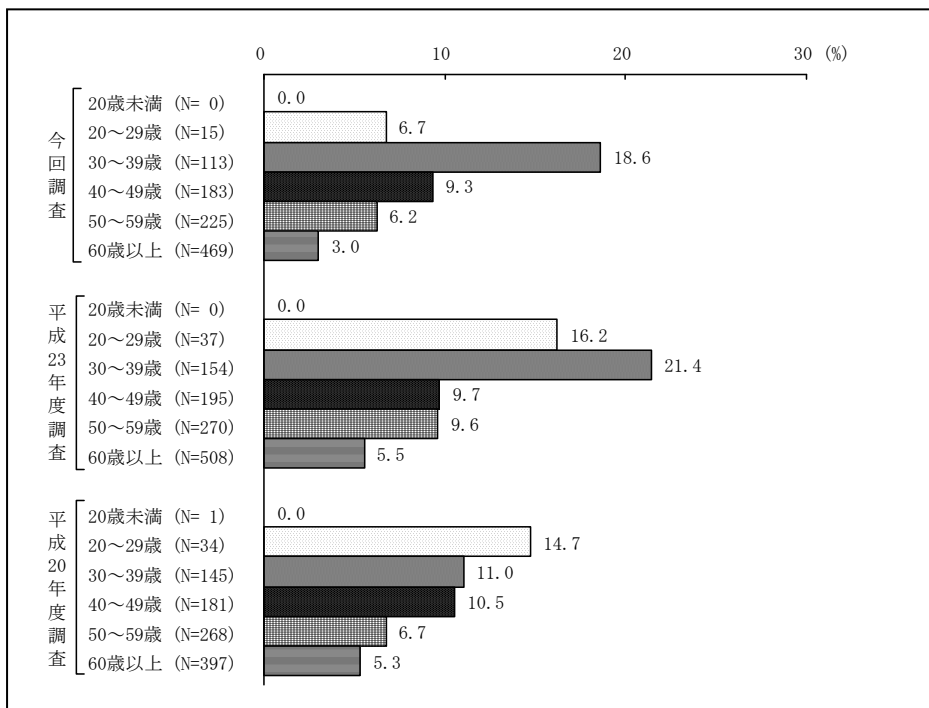
「昔から使っている」について年代別にみると、購入のきっかけとなった者の割合は、2割から3割台が中心となっている。

【年代別・産地がはっきりしている】



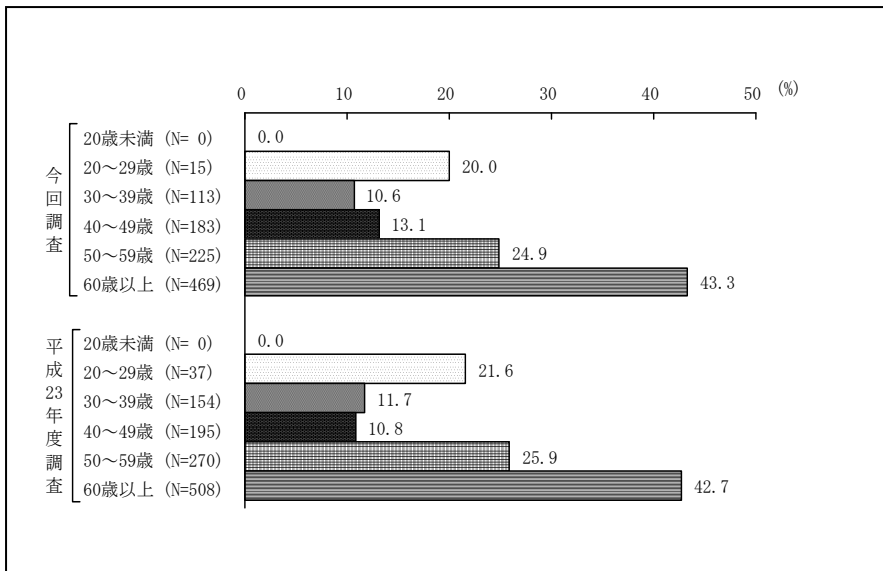
「産地がはっきりしている」について年代別にみると、購入のきっかけとなった者の割合は 40～49 歳、50～59 歳、60 歳以上で 3 カ年とも 4 割を超えている。

【年代別・なんとなく・試しに】



「なんとなく・試しに」についてみると、購入のきっかけとなった者の割合は、今回調査ではすべての年代で 2 割以下となっている。

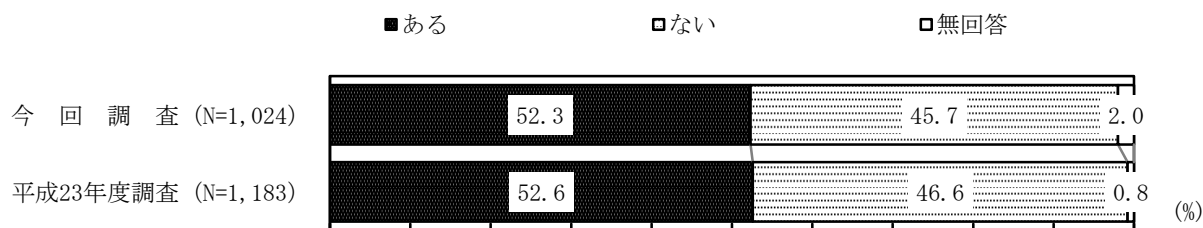
【年代別・公正マークがついている】



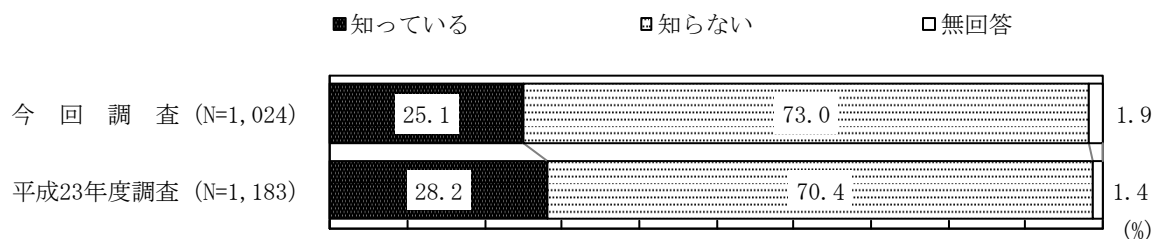
「公正マークがついている」についてみると、購入のきっかけとなった者の割合は 60 歳以上で最も多くなっている。

(6) 塩に関する表示について

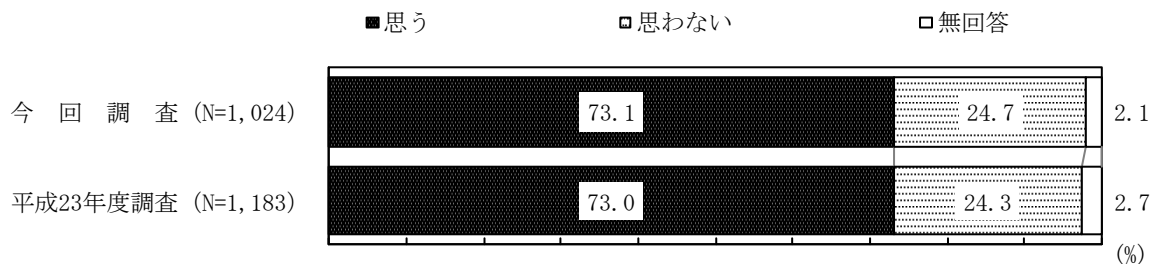
問6-1. あなたはこのマーク（公正マーク）を見たことがありますか。



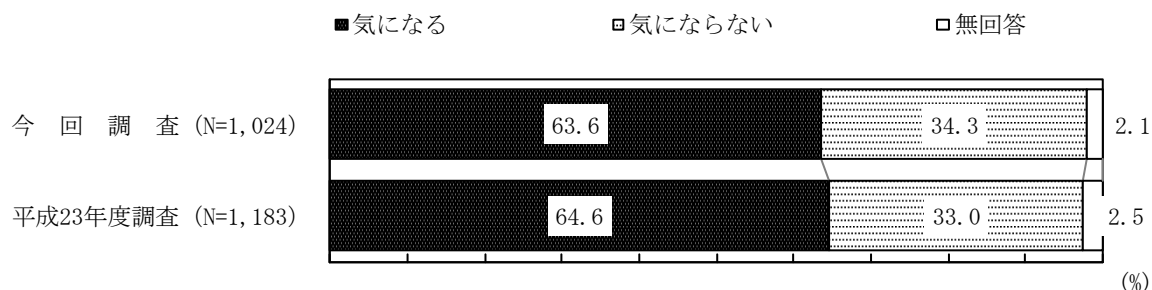
問6-2. このマーク（公正マーク）が何のマークか知っていますか。



問6-3. このマーク（公正マーク）の意味を知りたいと思いますか。



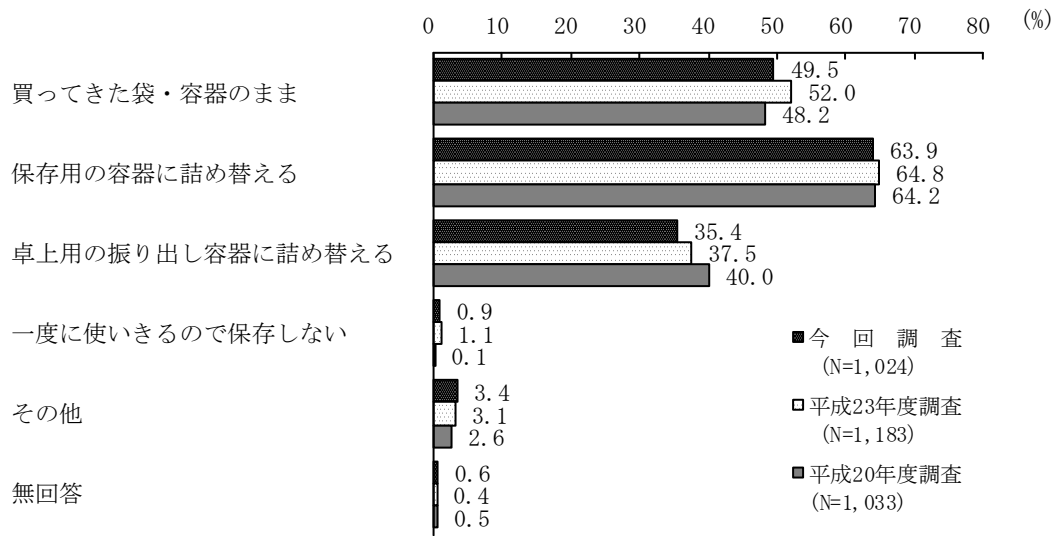
問6-4. 塩にこのマーク（公正マーク）が付いていたら何のマークか気になりますか。



公正マークについて質問したところ、「見たことがある」と回答した者は半数を超えているが、「知っている」と回答した者は3割未満に留まった。また「マークの意味を知りたい」と回答したものは7割台、「何のマークか気になる」と回答した者は6割台となっており、前回調査と同様の傾向となった。

(7) 「塩」の保存方法

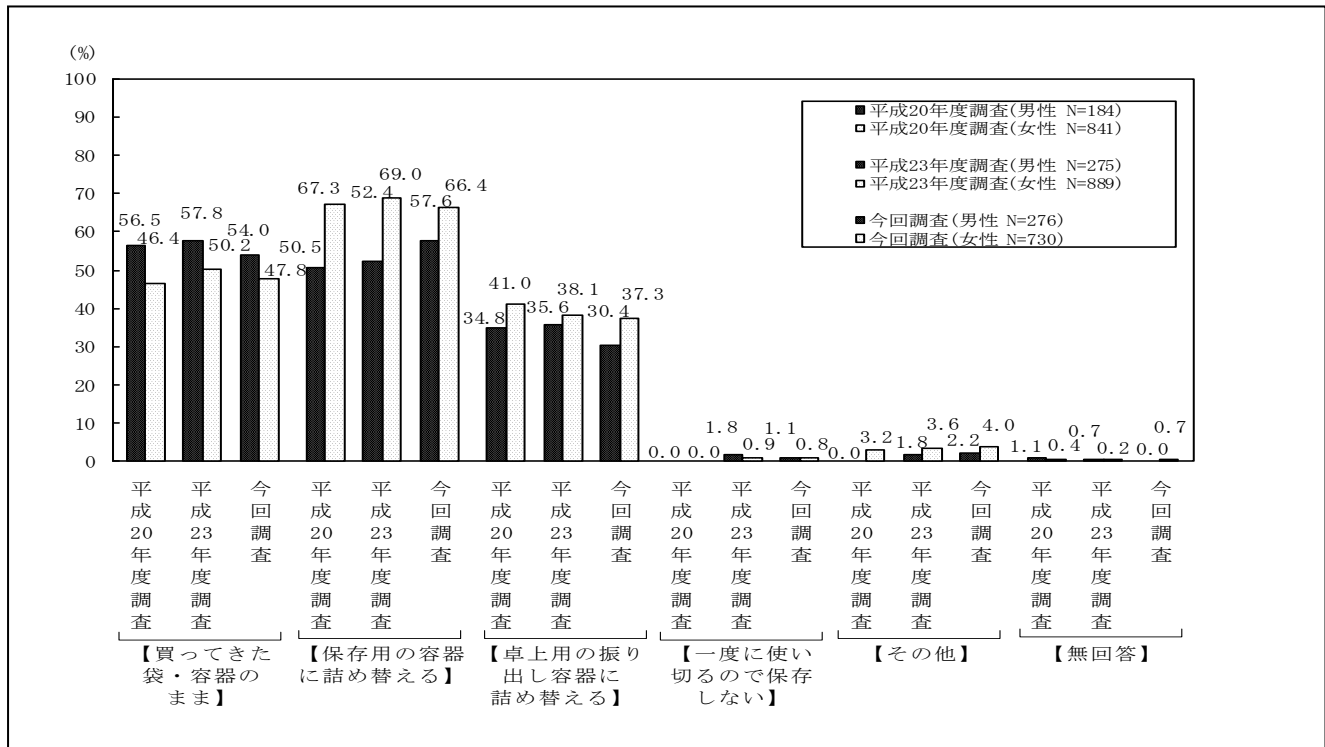
問7. ご家庭で、「塩」を保存する方法をお答えください。次の中からあてはまる番号をすべて選んで○をつけてください。



家庭での塩の保存方法について聞いたところ、「保存用の容器に詰め替える」をあげた者の割合が63.9%と最も多かった。ついで、「買ってきた袋・容器のまま」が49.5%、「卓上用の振り出し容器に詰め替える」が35.4%となっている。

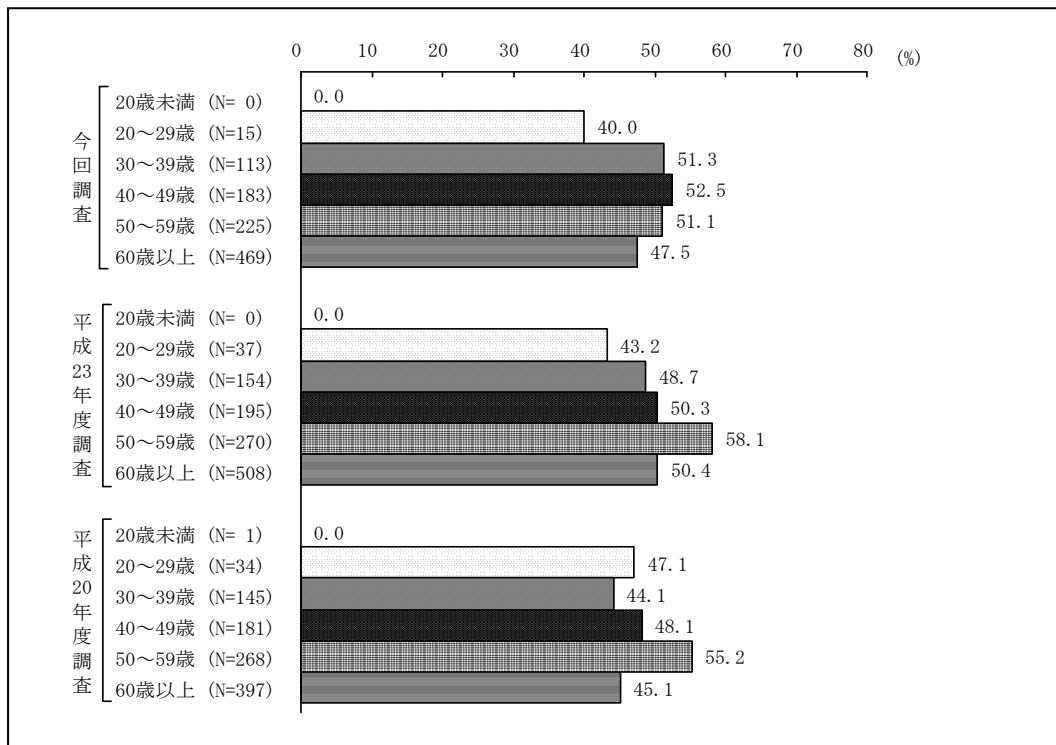
前回調査と比較してみると、大きな変化はみられない。

【性別】



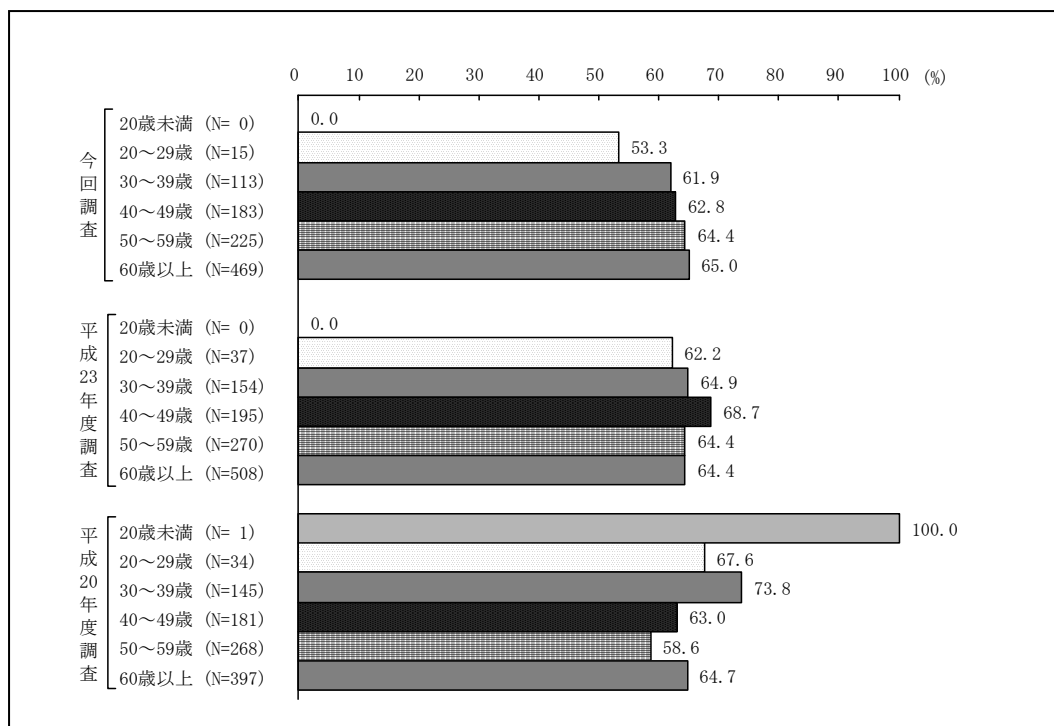
性別にみると、「買ってきた袋・容器のまま」をあげた者の割合は男性で、「保存用の容器に詰め替える」、「卓上用の振り出し容器に詰め替える」をあげた者の割合は女性で、それぞれ高くなっている。

【年代別・買ってきた袋・容器のまま】



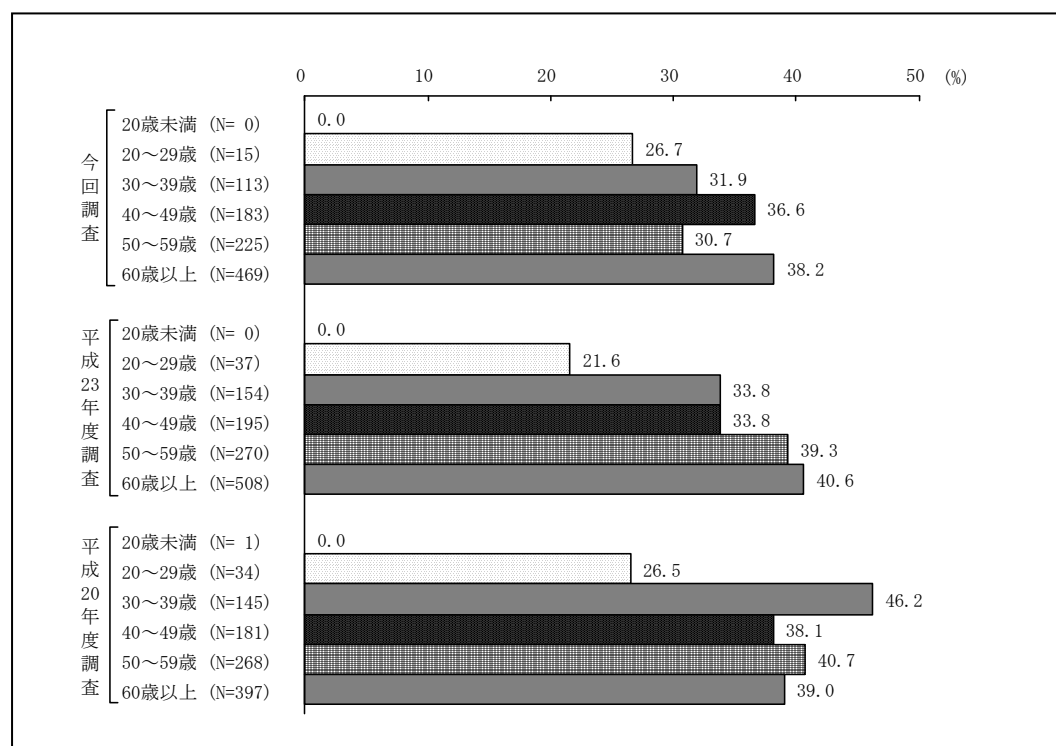
「買ってきた袋・容器のまま」についてみると、あげた者の割合はすべての年代で4割から5割台が中心となっている。

【年代別・保存用の容器に詰め替える】



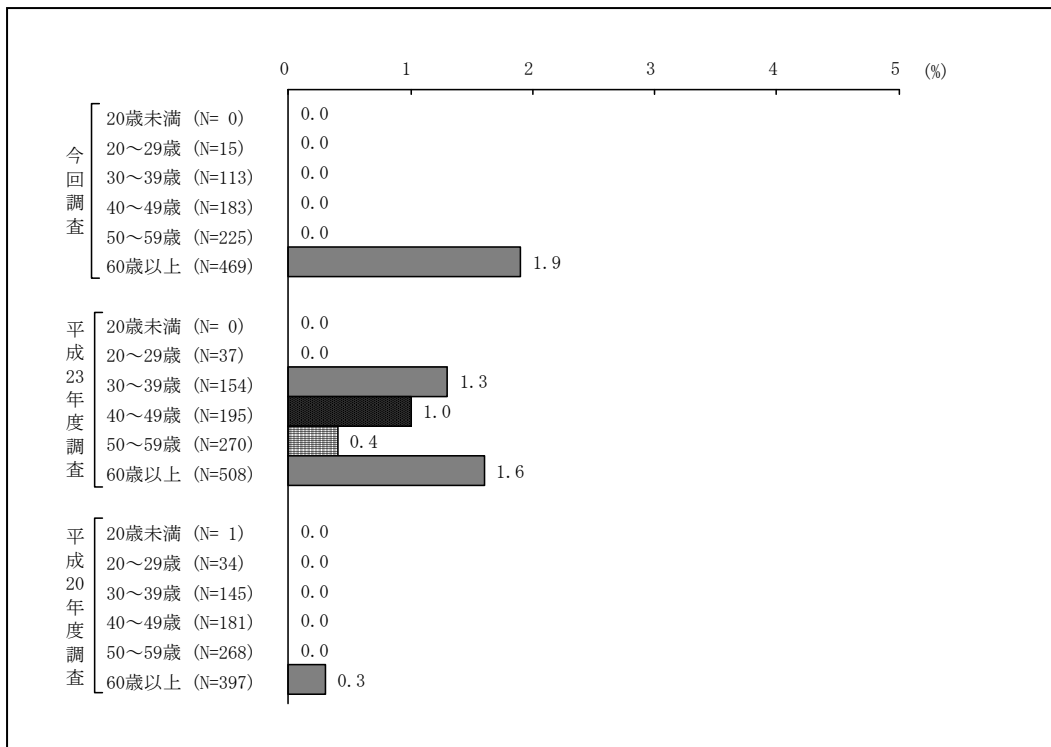
「保存用の容器に詰め替える」についてみると、あげた者の割合は6割台が中心となっている。

【年代別・卓上の振り出し容器に詰め替える】



「卓上の振り出し容器に詰め替える」についてみると、あげた者の割合は今回調査では3割台が中心となっている。

【年代別・一度に使い切るので保存しない】

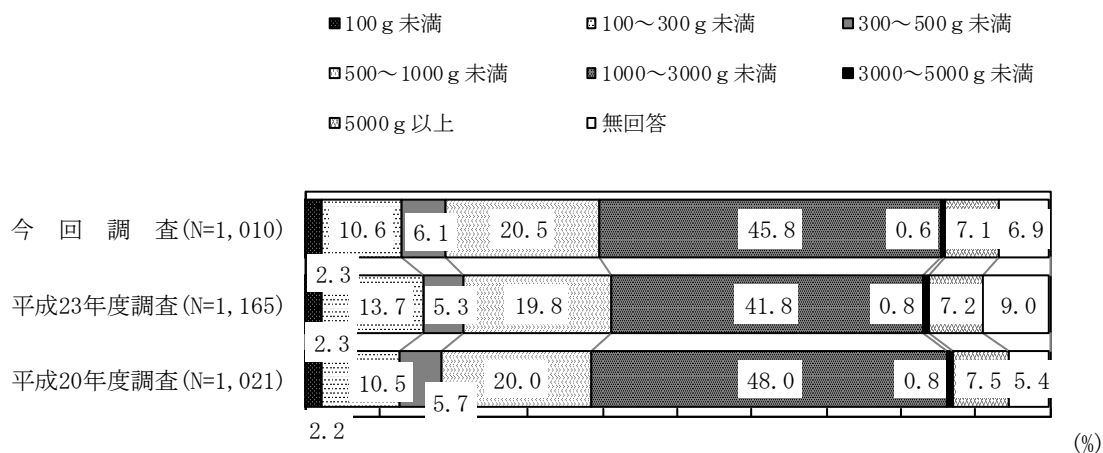


「一度に使い切るので保存しない」についてみると、あげた者の割合はすべての年代で2%未満となっている。

(8) 最近1年間に購入した「塩」

問8. ご家庭で、最近1年間に購入した「塩」についてお答えください。最も多く購入*した「塩」の順番に、(ア)内容量、(イ)1年間に購入した個数、(ウ)つかいみち、(エ)性質、(オ)購入場所、(カ)購入理由、(キ)満足度をそれぞれについてお答えください。
内容量、個数は四角の中に数字で、つかいみち、性質、購入理由はあてはまる番号すべてに○をつけて、満足度は1から5で最高を5としてお答えください。

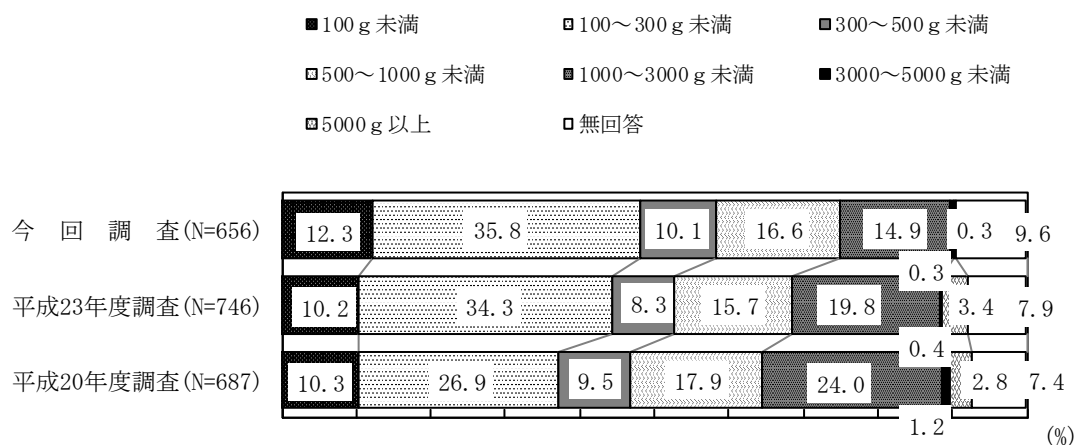
(ア) 内容量 (1番多く購入した塩)



家庭で最近1年間に購入した「塩」を最も多く購入した順番に3つまで答えてもらった。内容量については、1番多く購入した塩では「1000~3000g未満」が45.8%で最も多くなっている。前回調査と比較してみると、「100~300g未満」と答えた者の割合が3ポイント減っており、「1000~3000g未満」と答えた者の割合が4ポイント増えている。

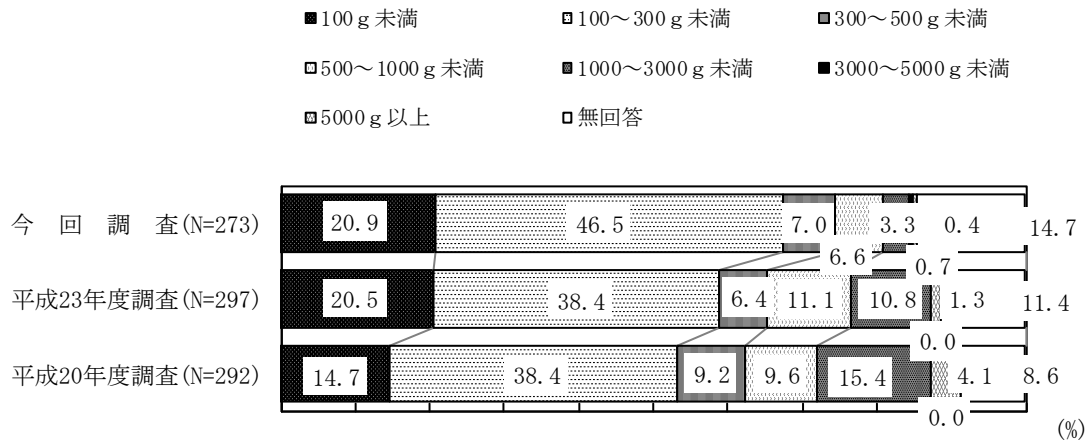
注) 1年間に購入した塩の合計重量が最も重いものを「1番多く購入した塩」としています。

(ア) 内容量 (2番目に多く購入した塩)



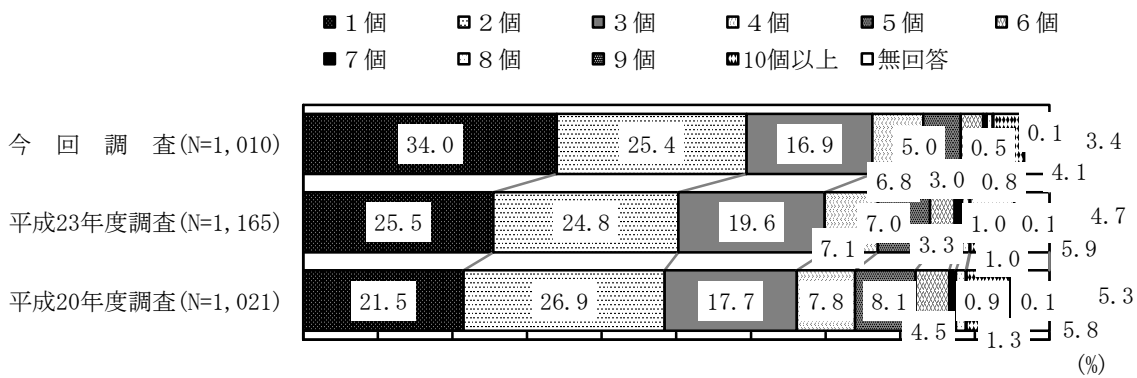
2番目に多く購入した塩では、「100~300g未満」が35.8%で最も多くなっている。

(ア) 内容量（3番目に多く購入した塩）



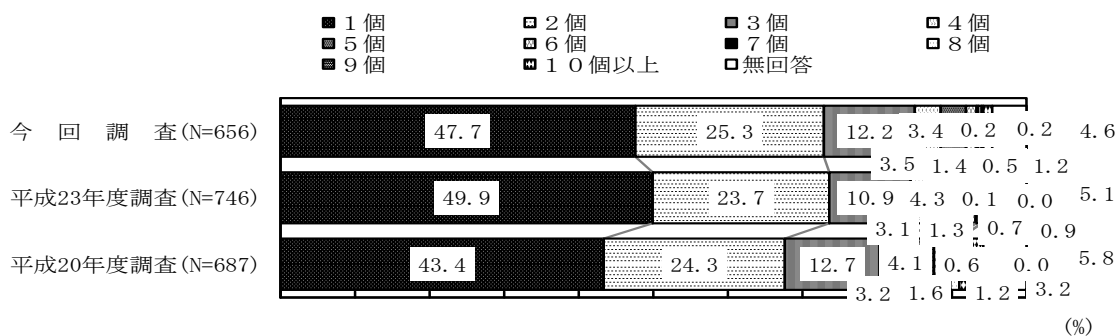
3番目に多く購入した塩では、「100～300g」が46.5%と最も多くなっている。

(イ) 年間購入個数（1番多く購入した塩）



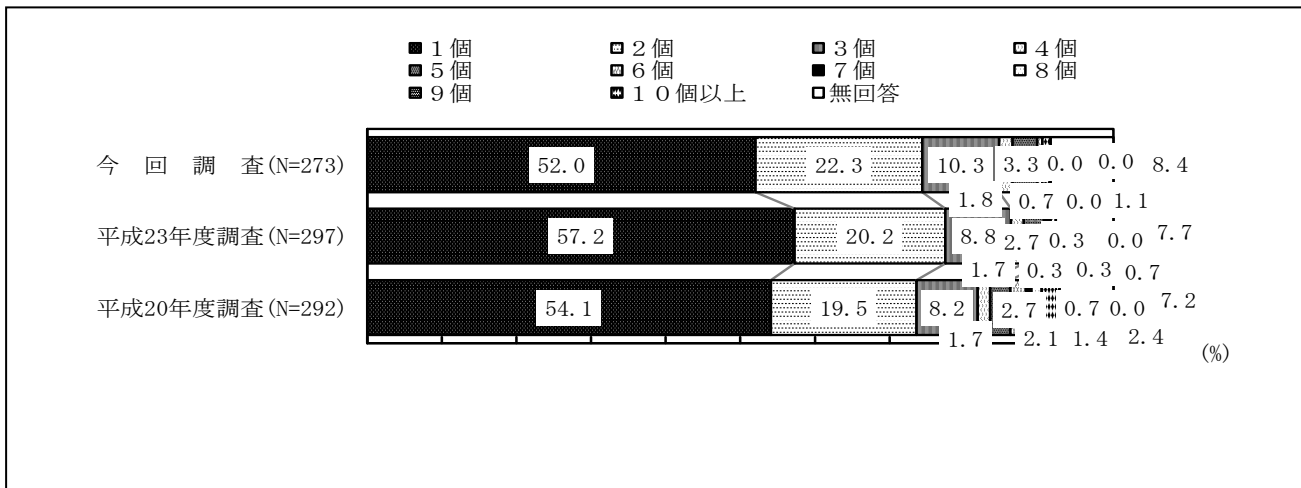
次に、年間購入個数について聞いたところ、1番多く購入した塩では、今回調査では1個と答えた者の割合が34.0%と最も多く、ついで2個と答えた者の割合が25.4%、3個と答えた者の割合が16.9%となっている。前回調査と比較してみると、1個と答えた者の割合が9ポイント増えている。

(イ) 年間購入個数（2番目に多く購入した塩）



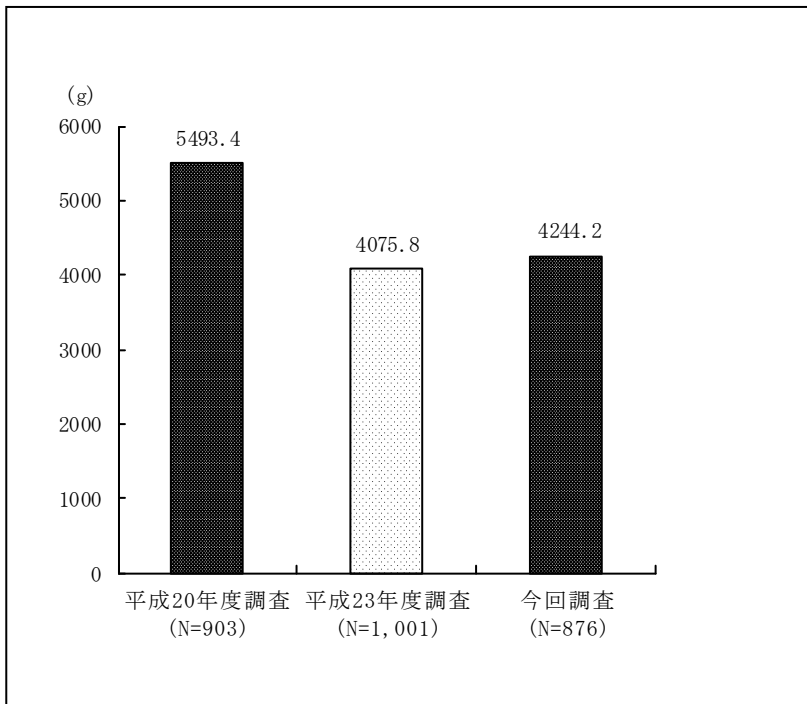
2番目に多く購入した塩では、1個と答えた者の割合が47.7%と最も多くなっている。

(イ) 年間購入個数（3番目に多く購入した塩）



3番目に多く購入した塩では、1個と答えた者の割合が52.0%と最も多くなっている。

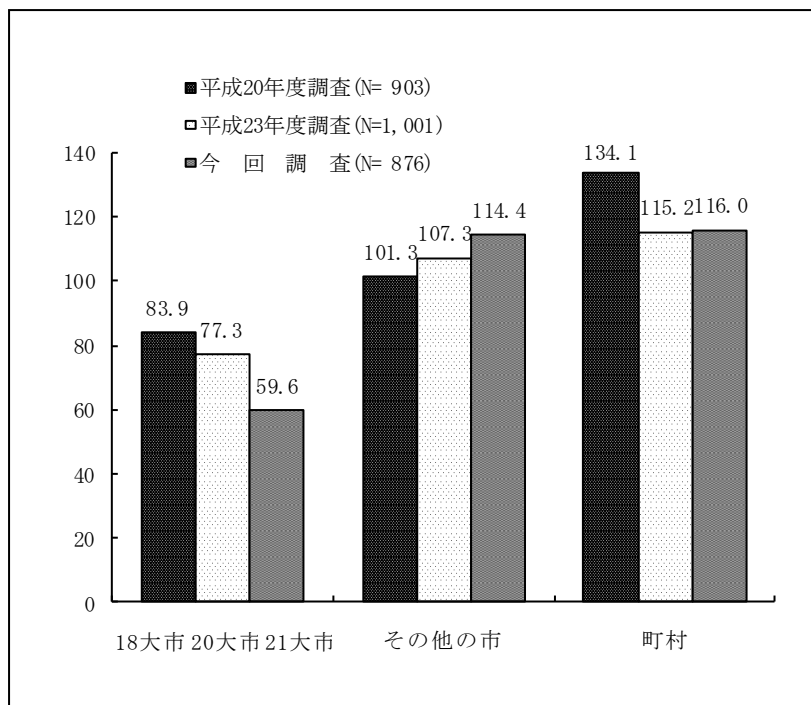
【年間購入量】



問8「最近1年間に購入した塩の」の(ア)内容量×(イ)購入個数の合算を回答者数で割ったところ、ひと家庭あたりの総量は、4244.2グラムとなっている。なお、(ア)内容量、(イ)購入個数の両方を答えている者のみ集計し、どちらかが無回答の者は除いている。

前回調査と比較してみると、168.4グラム増えている。

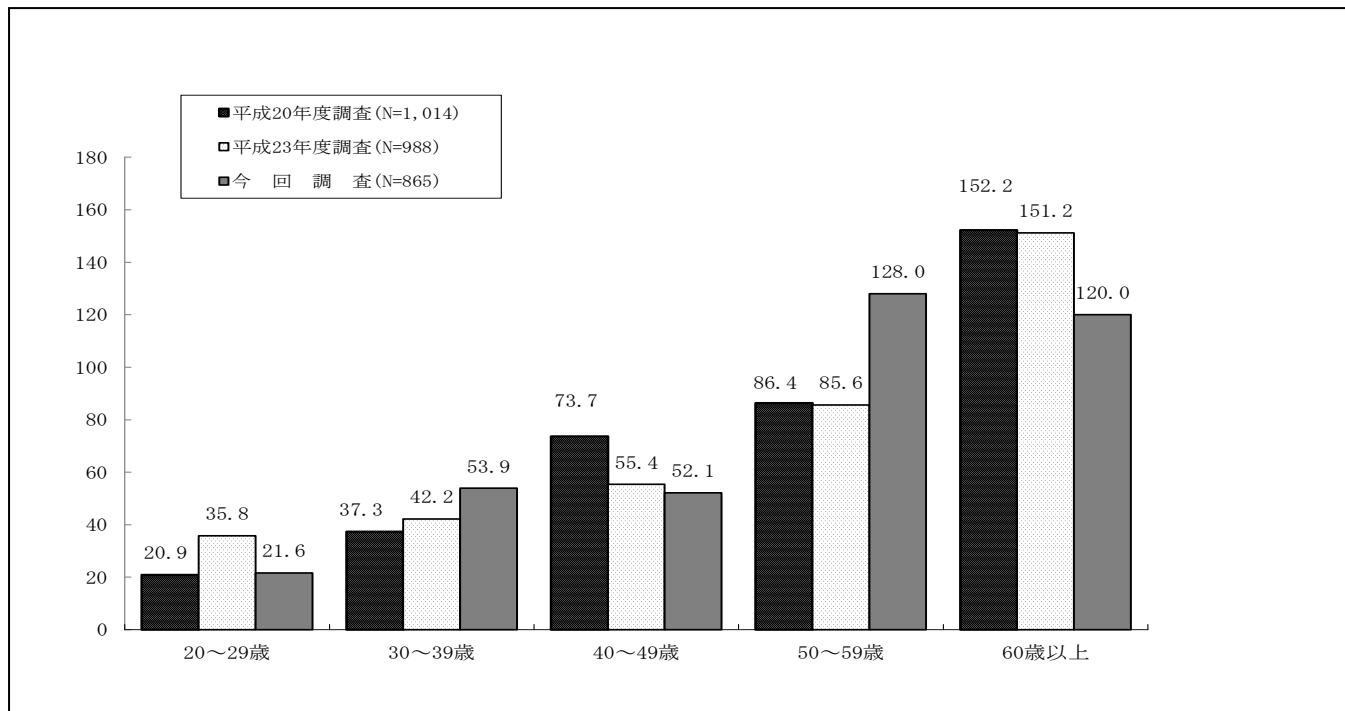
【年間購入個数と内容量・都市規模別】
(全国平均を100とした場合)



塩の年間購入量の全国平均を100とした場合、都市規模別にみると、21大都市では59.6となっている。その他の市では114.4、町村においては116.0となっている。

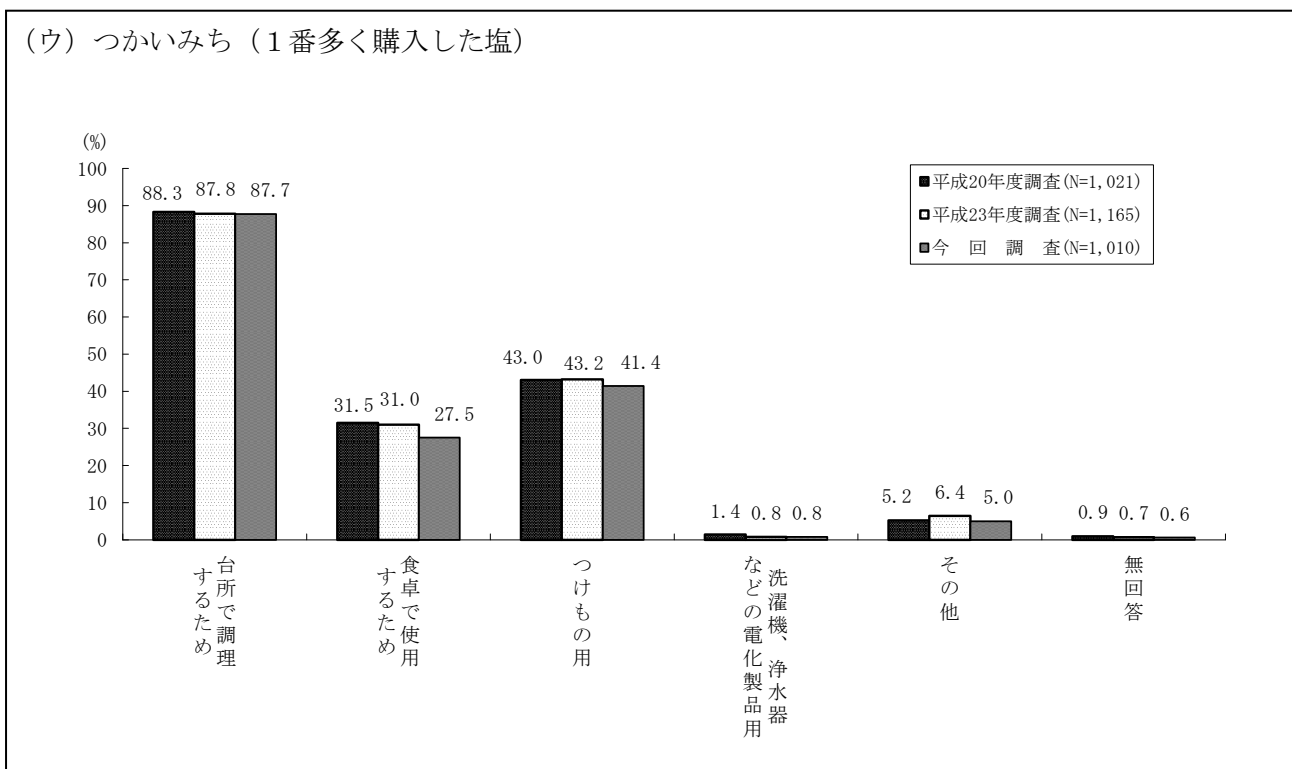
前回調査と比較してみると、21大都市（前回調査時には20大都市）において平均よりも低い傾向に変化はない。

【年間購入個数と内容量・年代別】
 (全国平均を100とした場合)



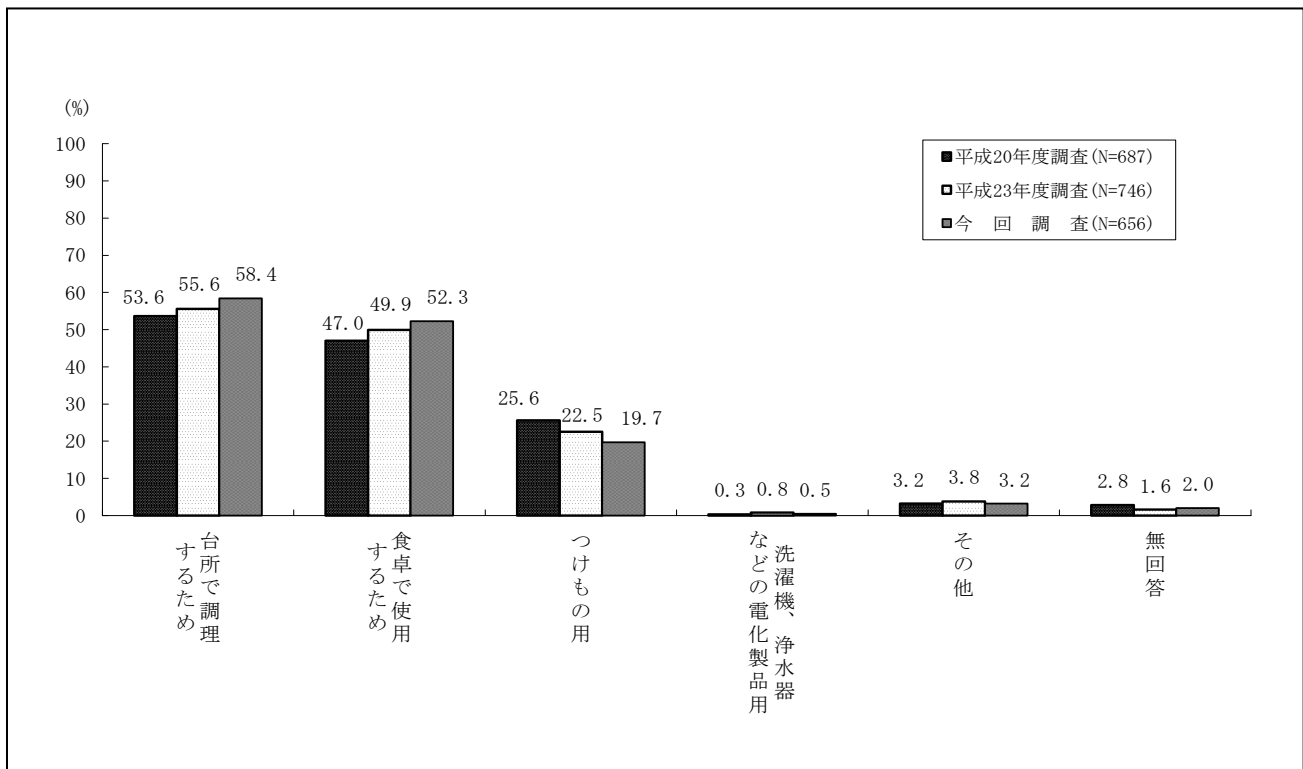
塩の年間購入量の全国平均を100とした場合、年代別にみると、20～29歳では21.6、30～39歳では53.9、40～49歳では52.1、50～59歳では128.0、60歳以上では120.0となっている。

(ウ) つかいみち (1番多く購入した塩)



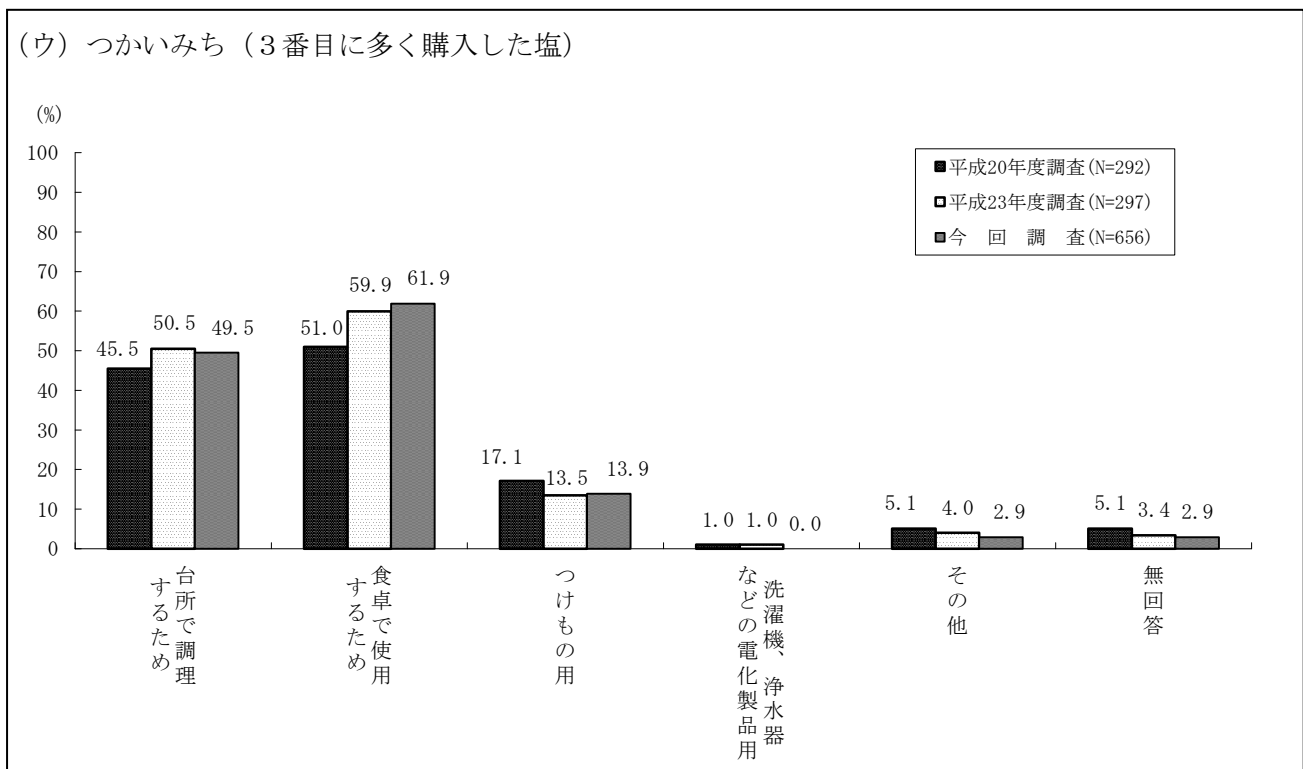
つかいみちに関して、1番多く購入した塩についてみると、「台所で調理するため」をあげた者の割合が87.7%と最も多い。つづいて、「つけもの用」が41.4%、「食卓で使用するため」が27.5%となっている。前回調査と比較してみると、「食卓で使用するため」が4ポイント減っている。

(ウ) つかいみち (2番目に多く購入した塩)

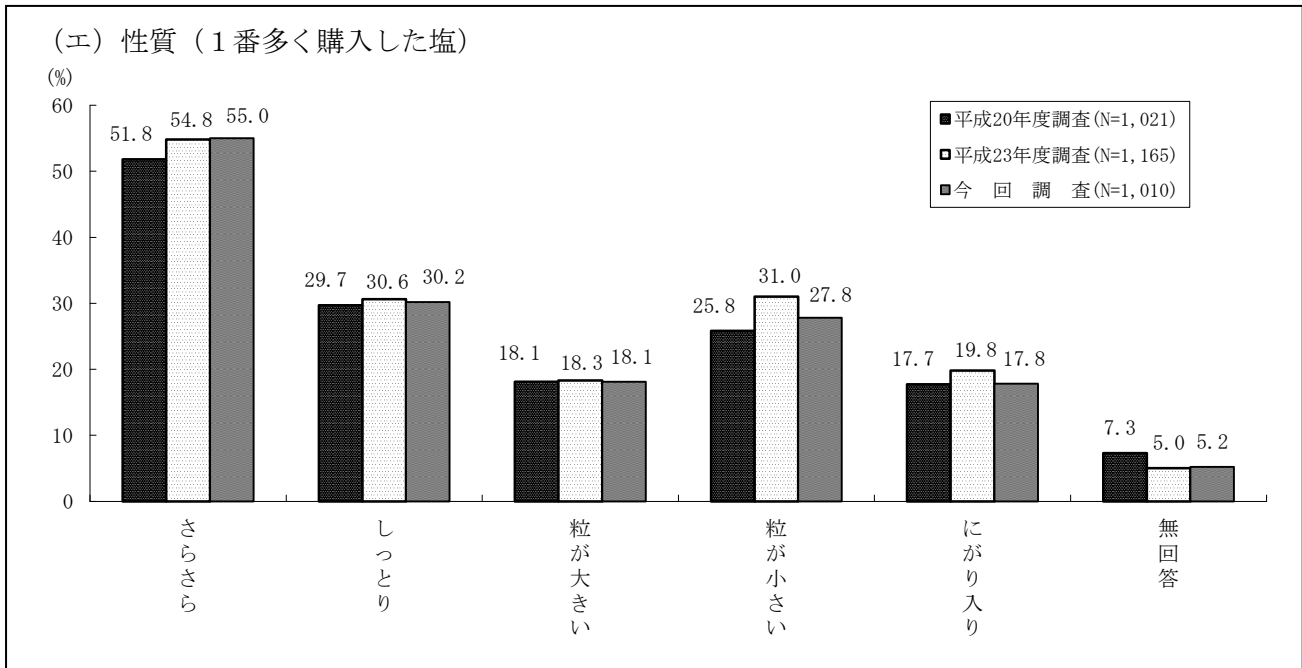


2番目に多く購入した塩では、「台所で調理するため」をあげた者の割合が58.4%と最も多い。つづいて、「食卓で使用するため」が52.3%、「つけもの用」が19.7%となっている。

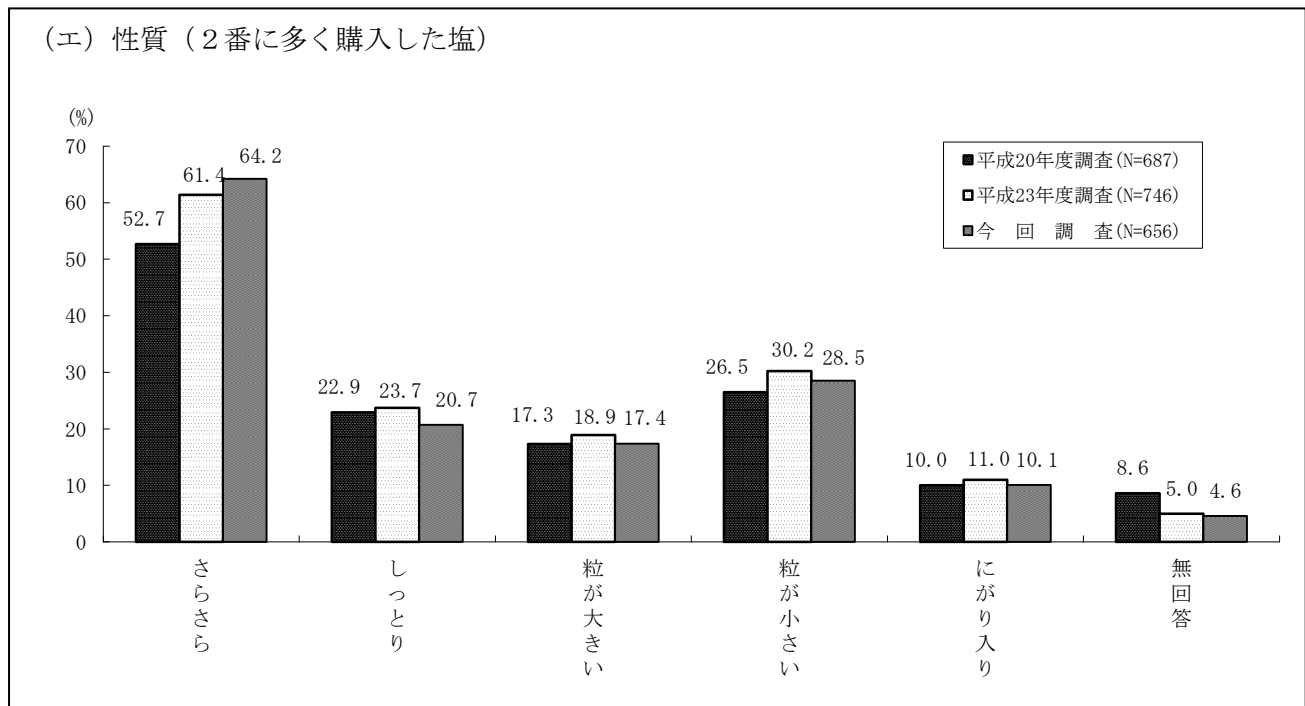
(ウ) つかいみち (3番目に多く購入した塩)



3番目に多く購入した塩では、「食卓で使用するため」が61.9%と最も多い。つづいて「台所で調理するため」が49.5%、「つけもの用」が13.9%となっている。

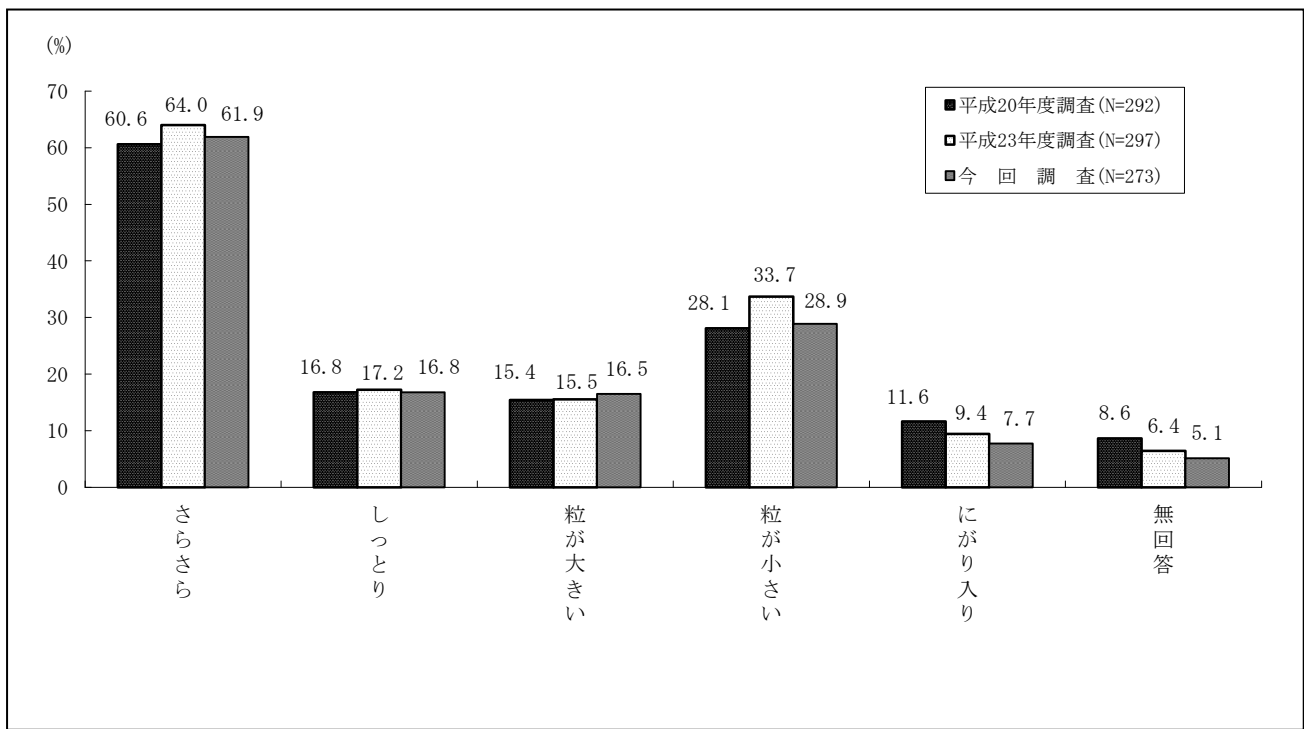


性質に関して、1番多く購入した塩についてみると、「さらさら」をあげた者の割合が55.0%と最も多くなっている。つづいて、「しっとり」が30.2%、「粒が小さい」が27.8%、「粒が大きい」が18.1%、「にがり入り」が17.8%となっている。前回調査と比較してみると、「粒が小さい」が3ポイント、「にがり入り」が2ポイント減っている。



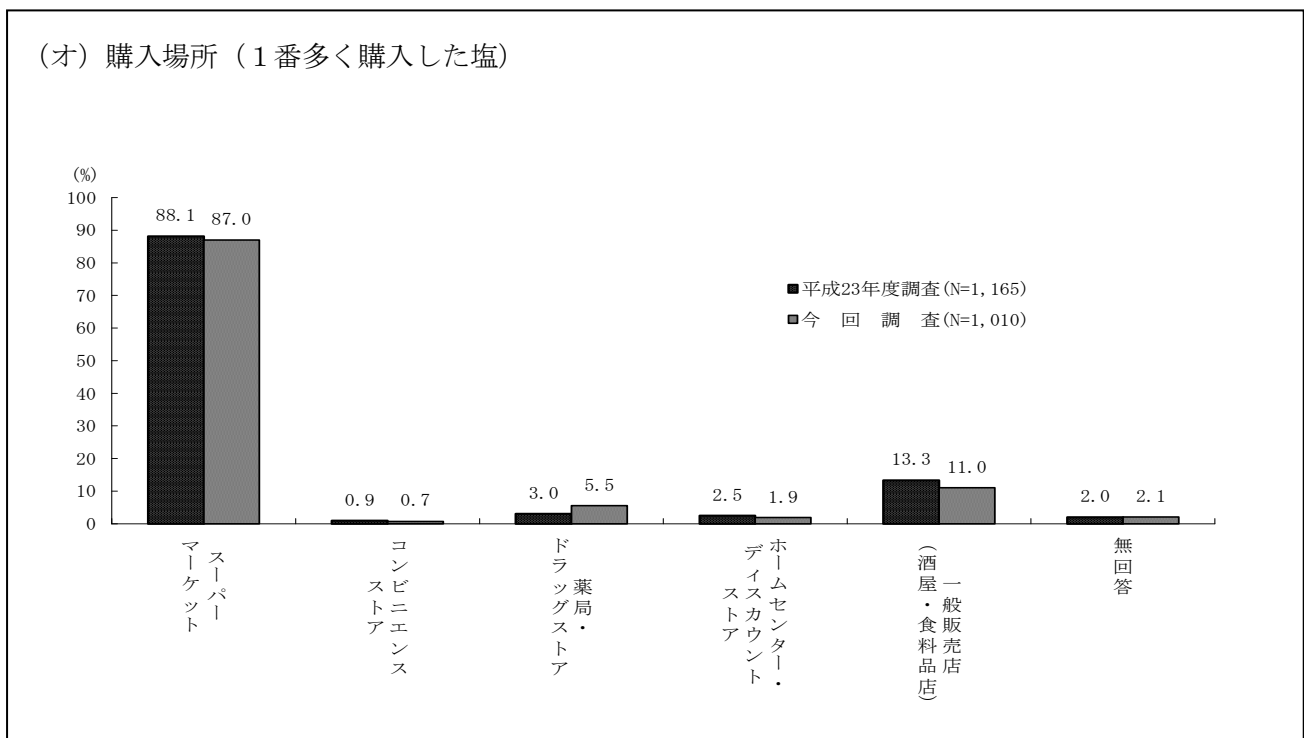
2番目に多く購入した塩についてみると、「さらさら」をあげた者の割合が64.2%と最も多くなっている。つづいて、「粒が小さい」が28.5%などとなっている。

(エ) 性質（3番に多く購入した塩）



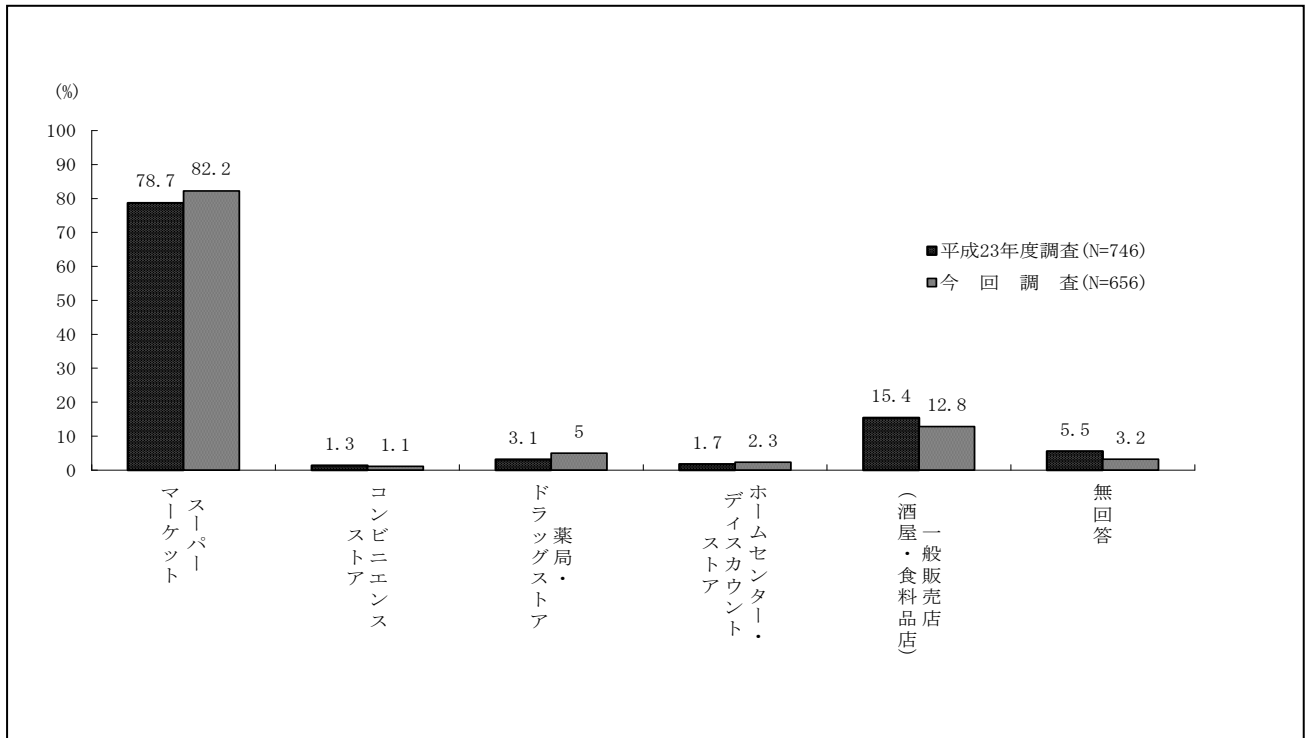
3番目に多く購入した塩についてみると、「さらさら」をあげた者の割合が61.9%と最も多くなっている。つづいて、「粒が小さい」が28.9%などとなっている。

(オ) 購入場所（1番多く購入した塩）



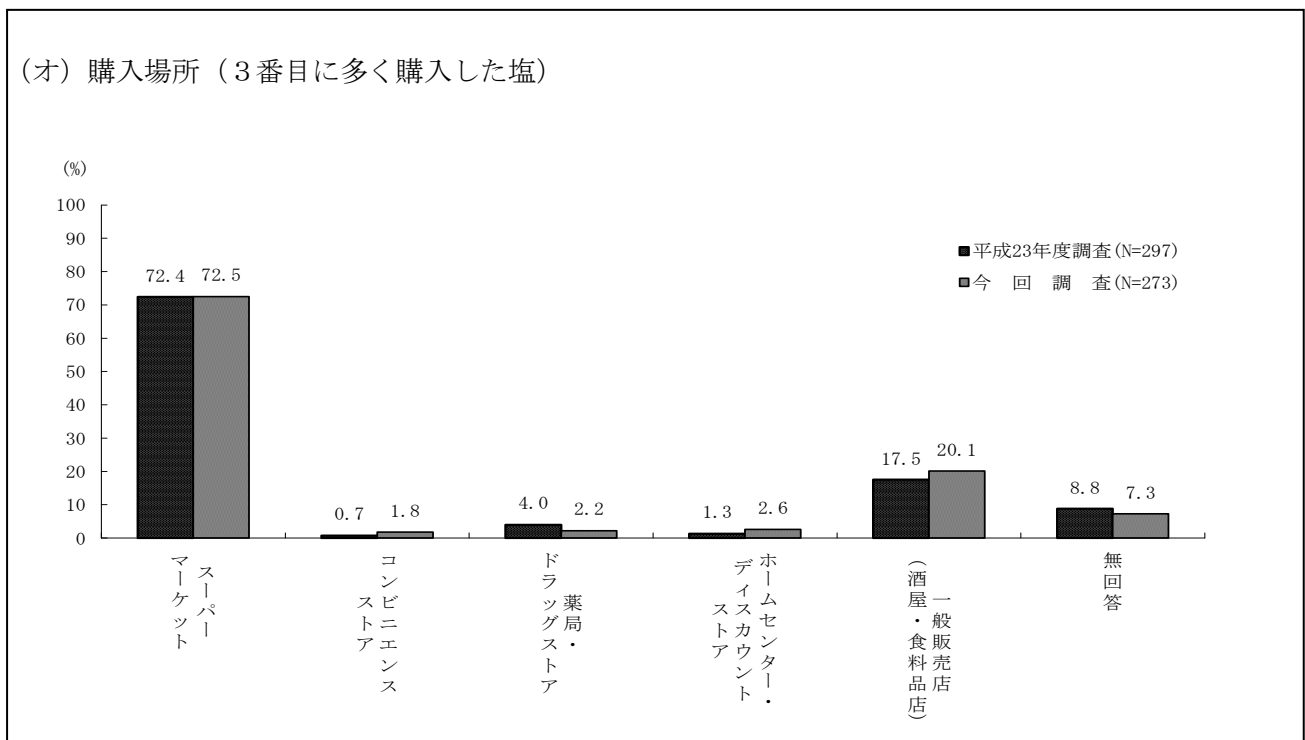
購入場所に関して、1番目に多く購入した塩についてみると、「スーパーマーケット」が87.0%となっている。つづいて、「一般販売店（酒屋・食料品店）」が11.0%となっている。前回調査と比較してみると、大きな変化はみられない。

(オ) 購入場所（2番目に多く購入した塩）



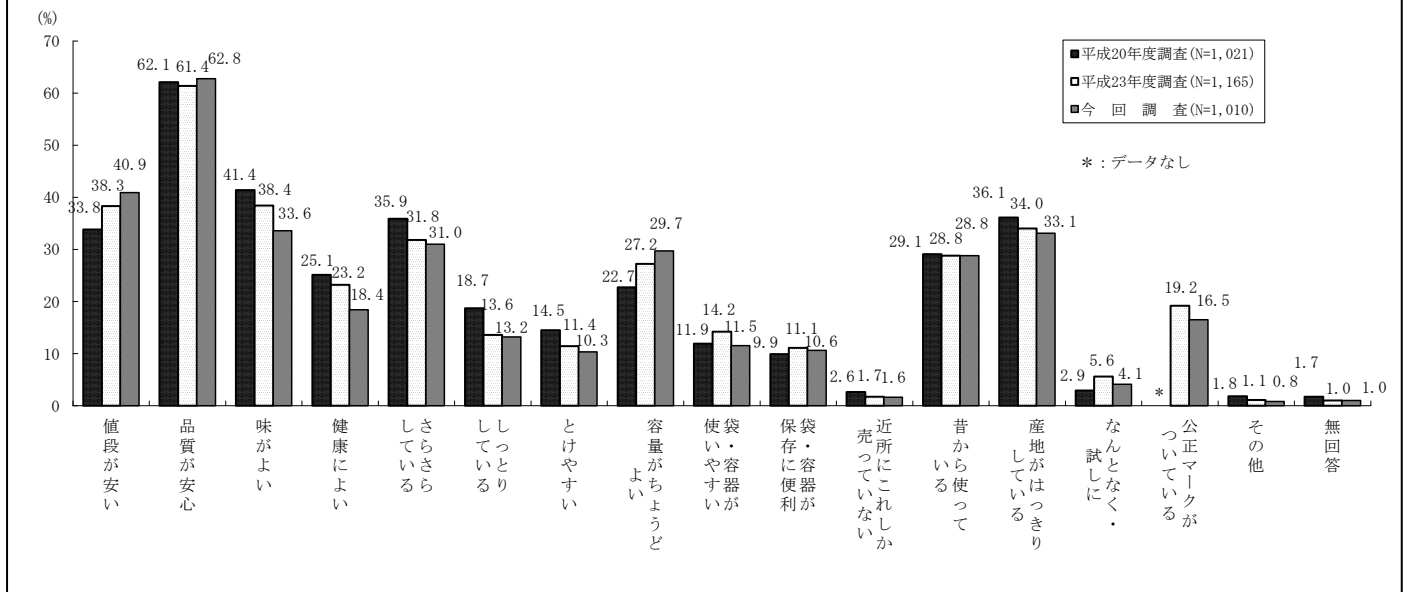
2番目に多く購入した塩についてみると、「スーパーマーケット」が82.2%となっている。

(オ) 購入場所（3番目に多く購入した塩）



3番目に多く購入した塩についてみると、「スーパーマーケット」が72.5%となっている

(カ) 購入理由（1番多く購入した塩）

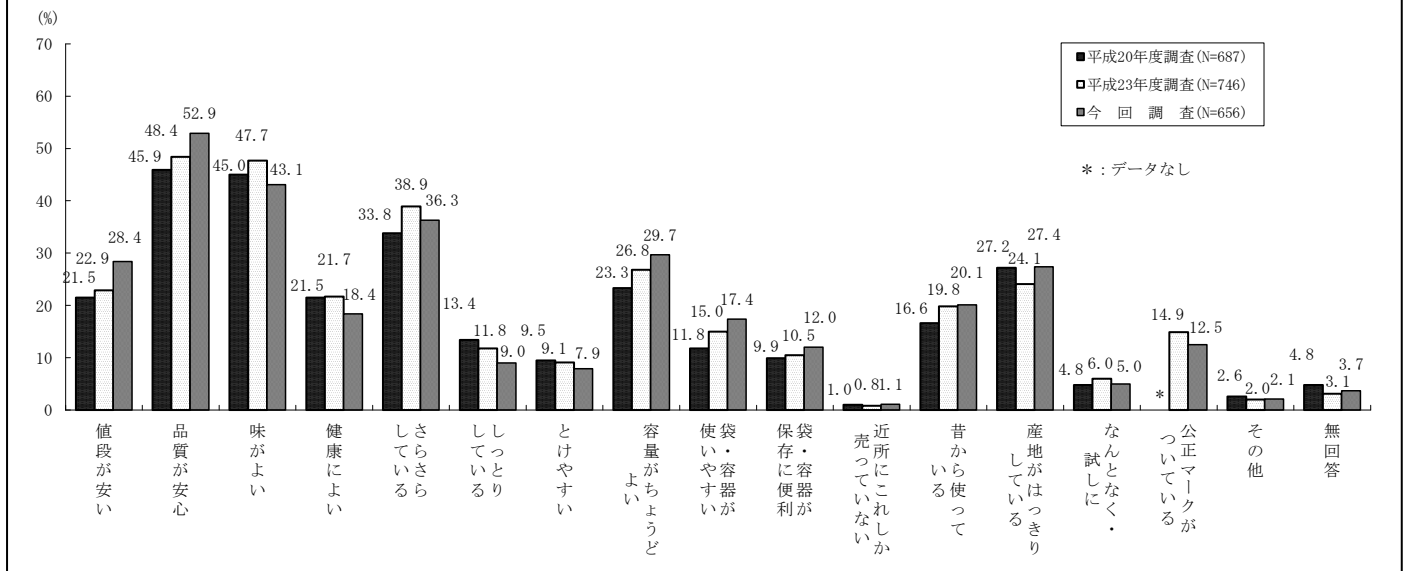


購入理由に関して、1番多く購入した塩についてみると、「品質が安心」をあげた者の割合が62.38%と最も多くなっている。つづいて、「値段が安い」が40.9%、「味がよい」が33.6%、「産地がはっきりしている」が33.1%、「さらさらしている」が31.0%となっている。

前回調査と比較してみると、最も回答が多かった項目は今回調査と変わらず、「品質が安心」である。「値段が安い」については3ポイント増えている。また、「味がよい」については5ポイント減っている。

注)「*」は調査時に選択肢がなく、データが存在していない。

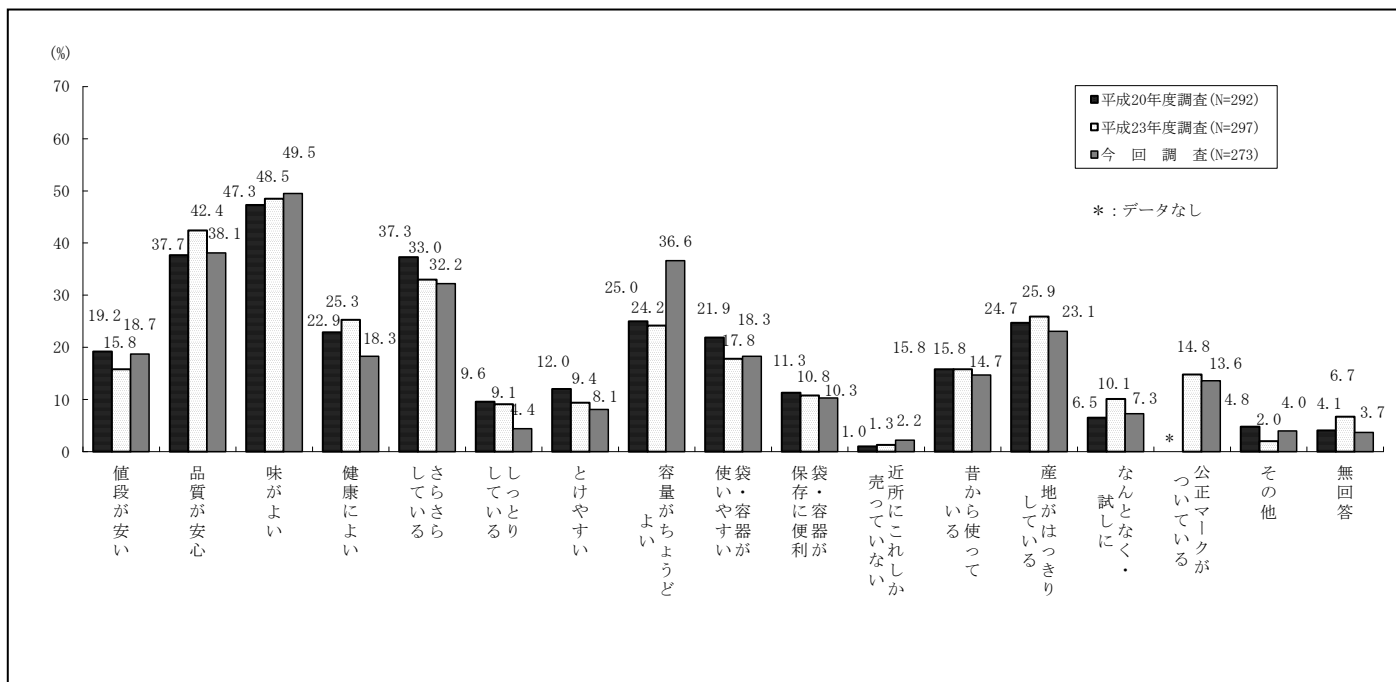
(カ) 購入理由（2番目に多く購入した塩）



2番目に多く購入した塩についてみると、「品質が安心」をあげた者の割合が52.9%と最も多くなっている。つづいて、「味がよい」が43.1%などとなっている。

注)「*」は調査時に選択肢がなく、データが存在していない。

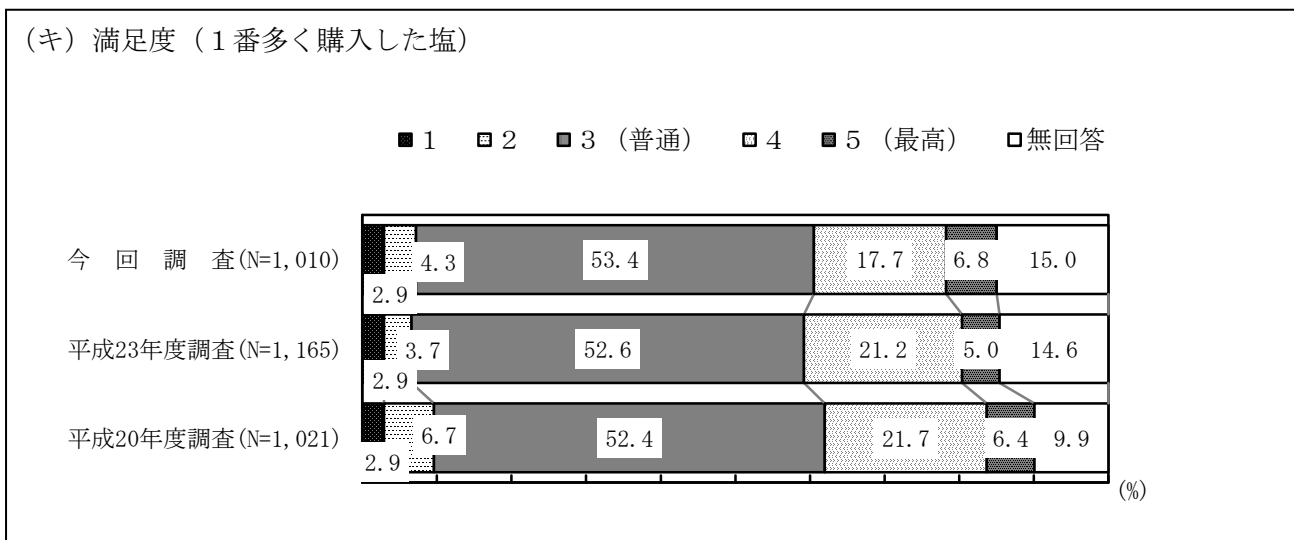
(カ) 購入理由（3番目に多く購入した塩）



3番目に多く購入した塩についてみると、「味がよい」をあげた者の割合が49.5%と最も多くなっている。つづいて、「品質が安心」が38.1%などとなっている。

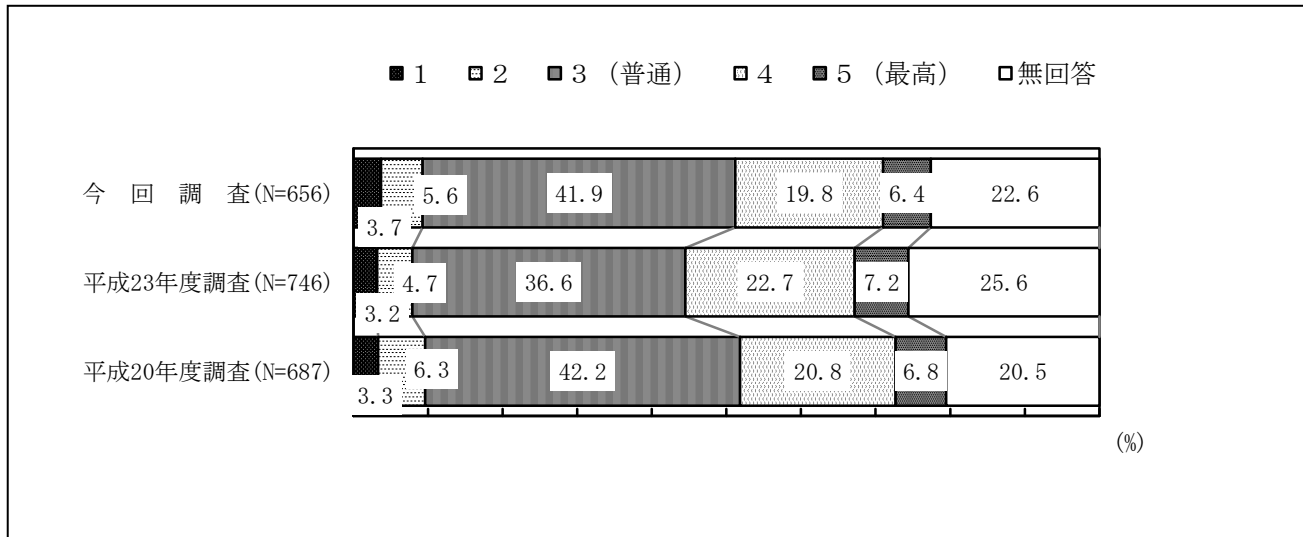
注)「*」は調査時に選択肢がなく、データが存在していない。

(キ) 満足度（1番多く購入した塩）



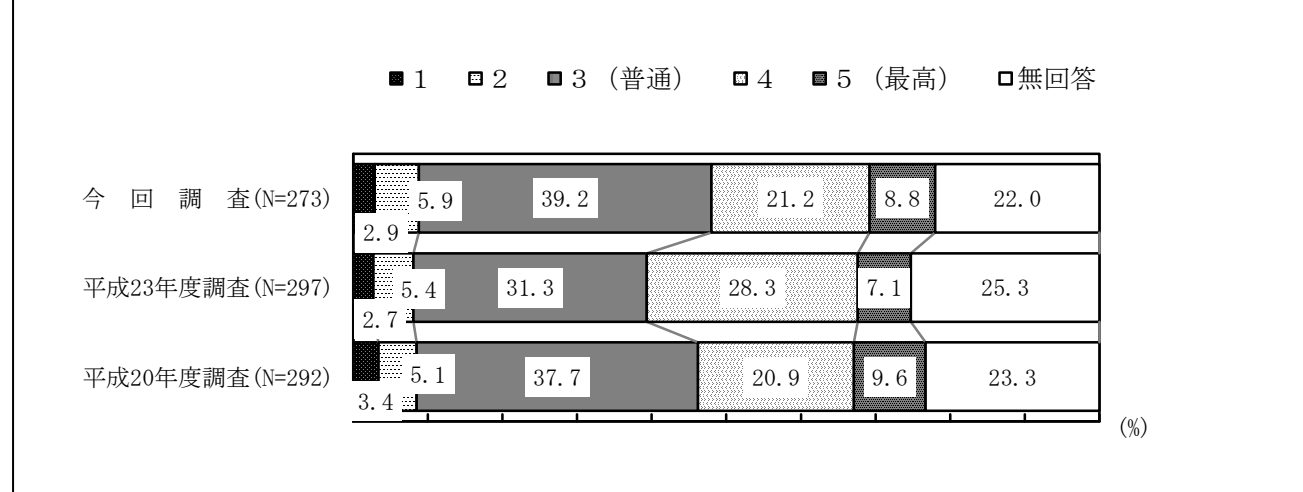
満足度に関して、1番多く購入した塩についてみると、53.4%が「3（普通）」と答えている。前回調査と比較してみると、評価の高い「4」、「5」と答えた者があわせて2ポイント減っている。

(キ) 満足度（2番目に多く購入した塩）



2番目に多く購入した塩についてみると、41.9%が「3（普通）」と答えている。

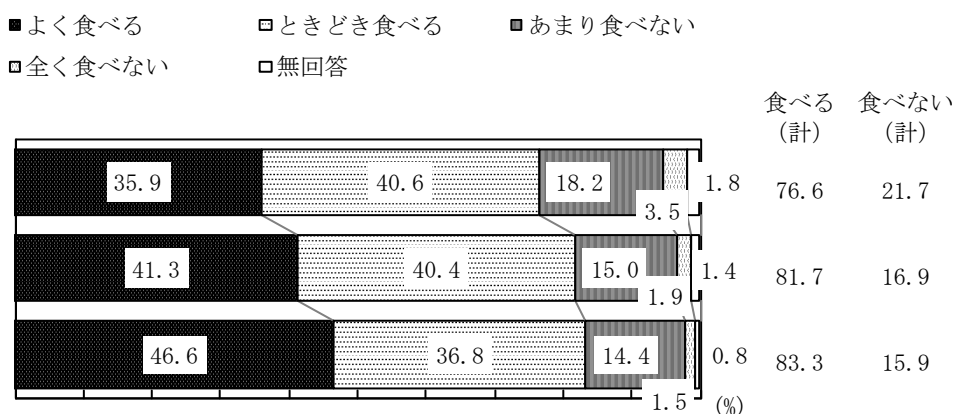
(キ) 満足度（3番目に多く購入した塩）



3番目に多く購入した塩についてみると、39.2%が「3（普通）」と答えている。

(9) 家庭でつけものを食べる頻度

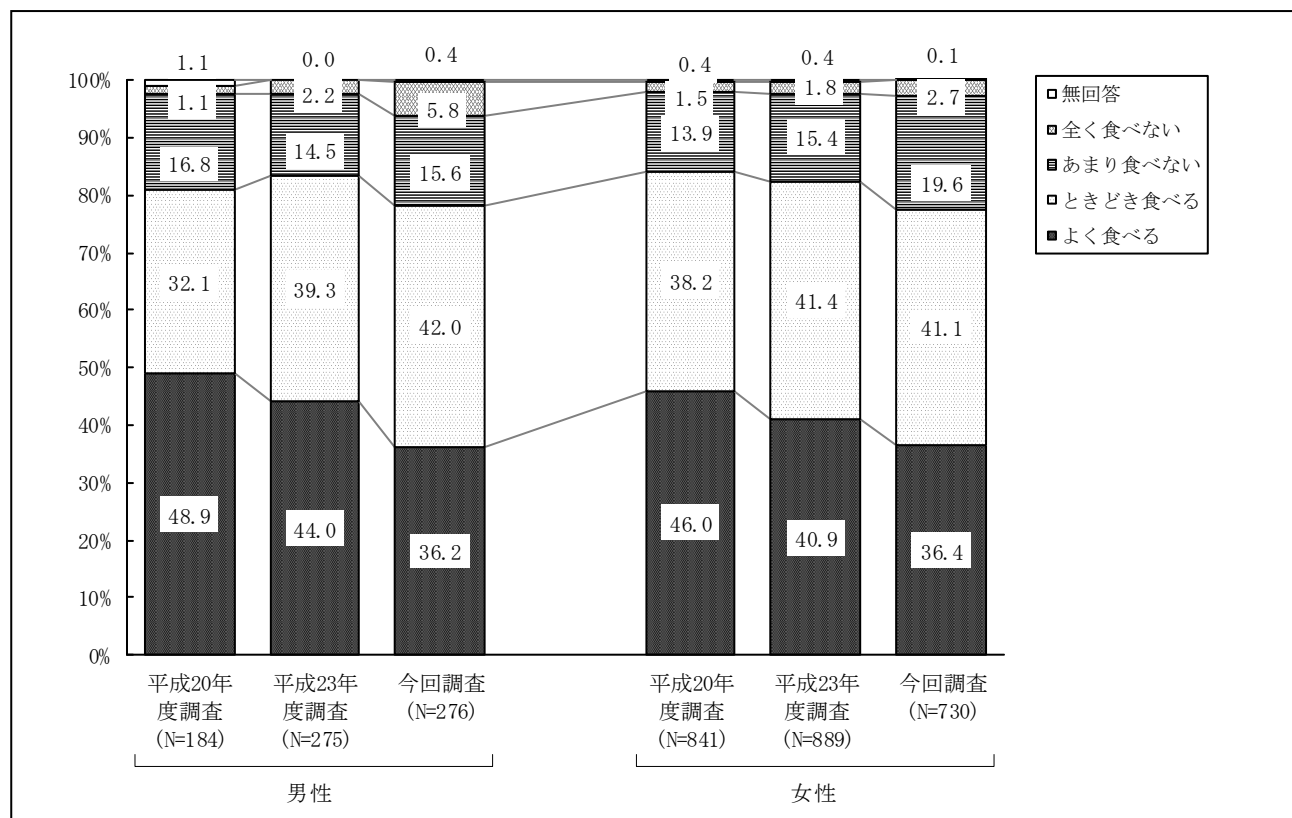
問9. ご家庭では、つけものを食べますか。次の中であてはまる番号を1つ選んで○をつけてください。



家庭でつけものを食べるか聞いたところ、「よく食べる」35.9%と「ときどき食べる」40.6%を合わせた家庭でつけものを『食べる』層は76.6%となっている。一方、「あまり食べない」は18.2%、「全く食べない」は3.5%で、両者を合わせた家庭でつけものを『食べない』層は21.7%となっている。

前回調査と比較してみると、「よく食べる」と答えた者の割合が5ポイント減っている。「あまり食べない」と答えた者の割合は、3ポイント増えている。

【性別】

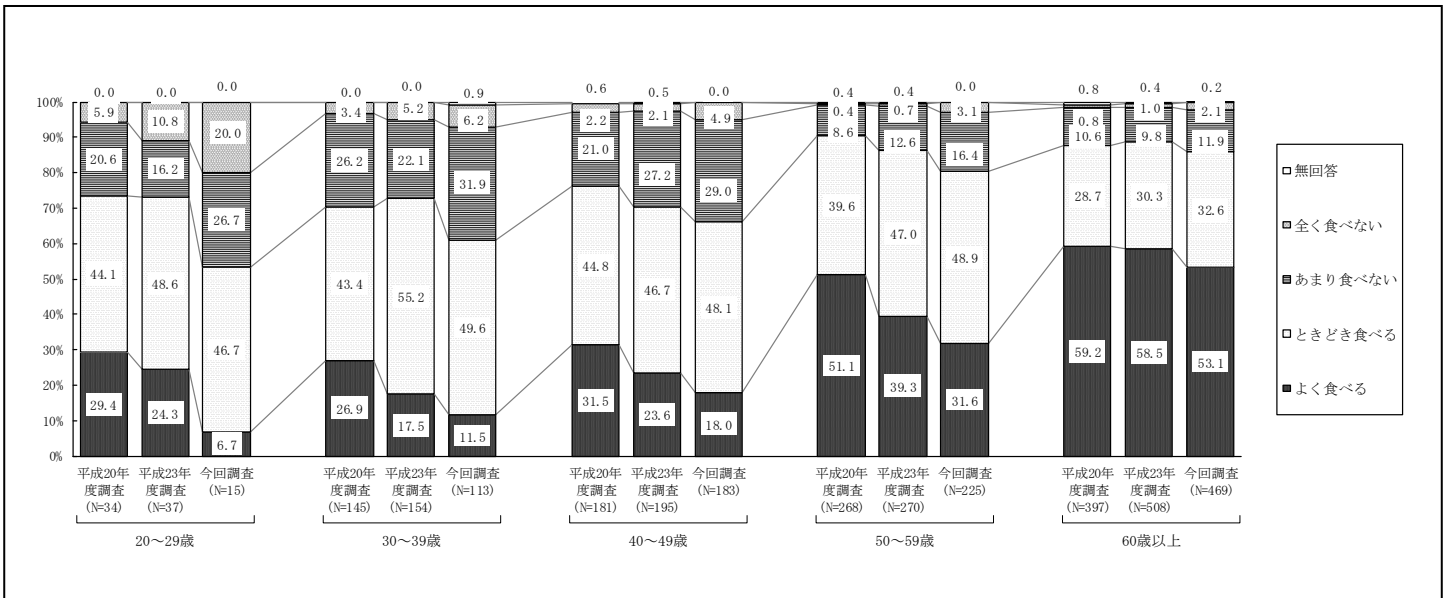


家庭でつけものを食べる頻度を性別にみると、つけものを「よく食べる」と回答した者は、男性で36.2%、女性で36.4%となっている。「ときどき食べる」は男性で42.0%、女性で41.1%となっている。

前回調査と比較してみると、「よく食べる」と答えた者の割合は男性で8ポイント、女性で5ポイント減っている。一方、「ときどき食べる」と答えた者の割合は男性で3ポイント増えている。

前回調査と比較してみると、つけものを『食べる』（「よく食べる」+「ときどき食べる」）と答えた者の割合は、男女ともに5ポイント減っている。

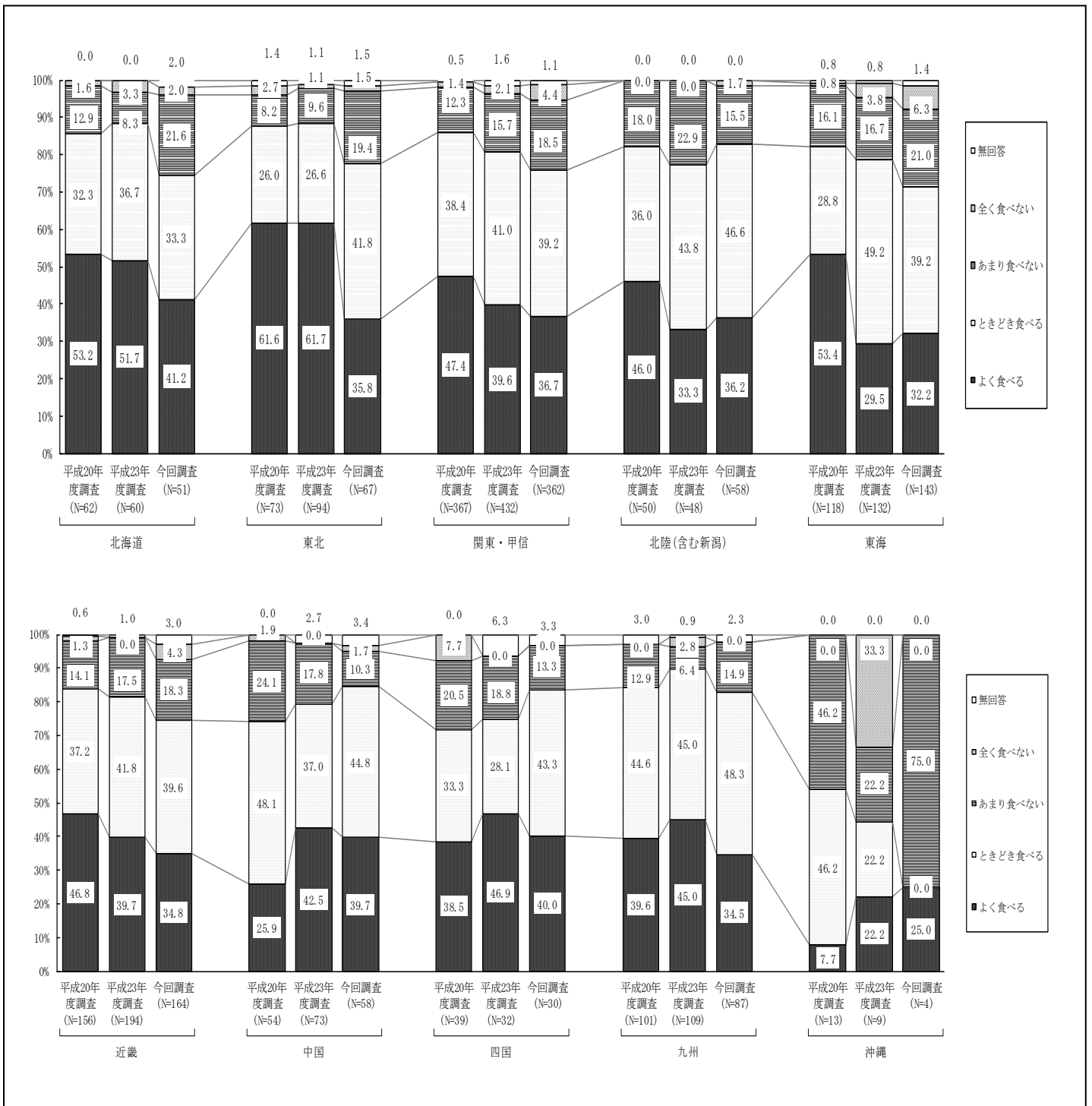
【年代別】



年代別にみると、つけものを「よく食べる」と答えた者の割合は60歳以上で最も高く、53.1%となっている。つづいて50歳代が31.6%となっている。つけものを『食べる』層（「よく食べる」+「ときどき食べる」）についてみると、50歳代で80.5%、60歳以上で85.7%と、他の年代よりも高くなっていることが分かる。

前回調査と比較してみると、「よく食べる」と答えた者の割合は、すべての年代において、減っている（20歳代で18ポイント、30歳代で6ポイント、40歳代で6ポイント、50歳代で8ポイント、60歳以上で5ポイント）。一方、「ときどき食べる」と答えた者の割合は50歳代で2ポイント、60歳以上で2ポイント増えている。

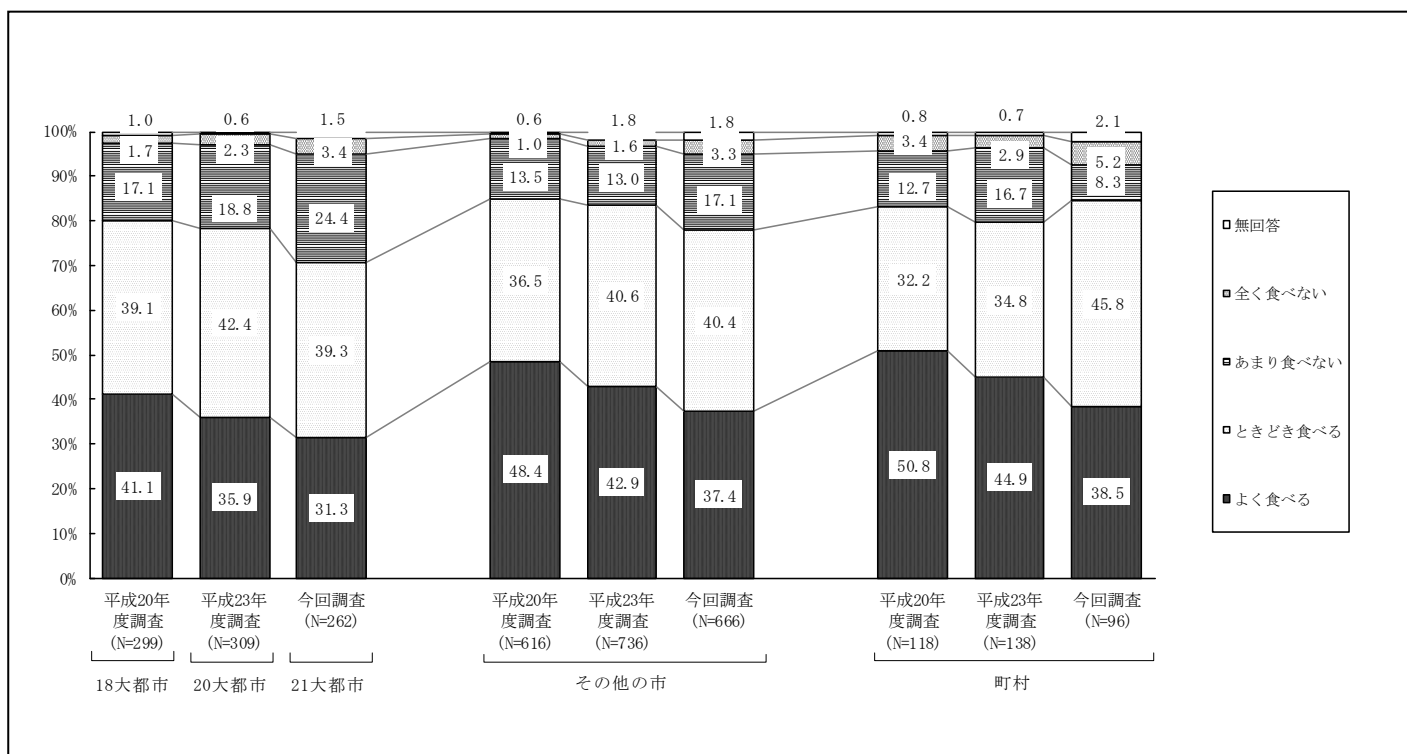
【地域別】



地域別にみると、「よく食べる」は北海道で41.2%と4割を超え多くなっている。つづいて四国が40.0%、中国が39.7%、関東・甲信が36.7%となっている。

前回調査と比較してみると、つけものを『食べる』層が増えているのは、北陸(含む新潟)、中国、四国であり、逆に減っているのは北海道、東北、関東・甲信、東海、近畿、九州、沖縄である。

【都市規模別】

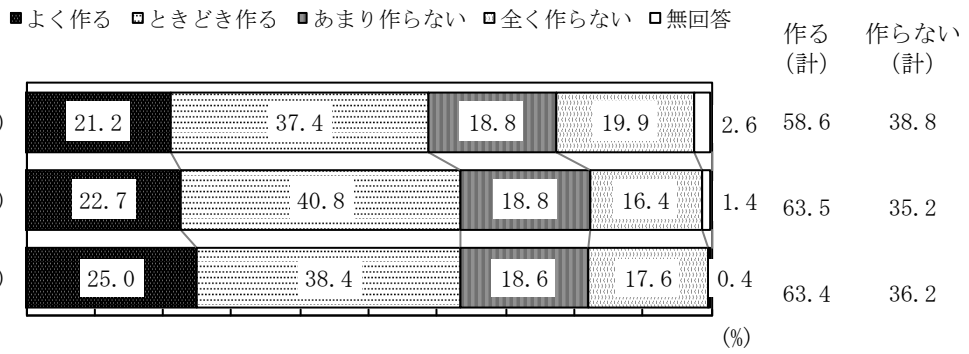


都市規模別にみると、「よく食べる」は市郡規模が小さくなるにつれ増加している。「よく食べる」と「ときどき食べる」を合わせたものを『食べる』層も、同様に、市郡規模が小さくなるにつれ増加している。

前回調査と比較してみると、都市規模にかかわらず「よく食べる」と回答した者の割合は減っている（21 大都市で5ポイント、その他の市で6ポイント、町村で6ポイント）。一方、「ときどき食べる」と回答した者の割合は、21 大都市で3ポイント減っており、町村で11ポイント増えている。

(10) 家庭でつけものを作る頻度

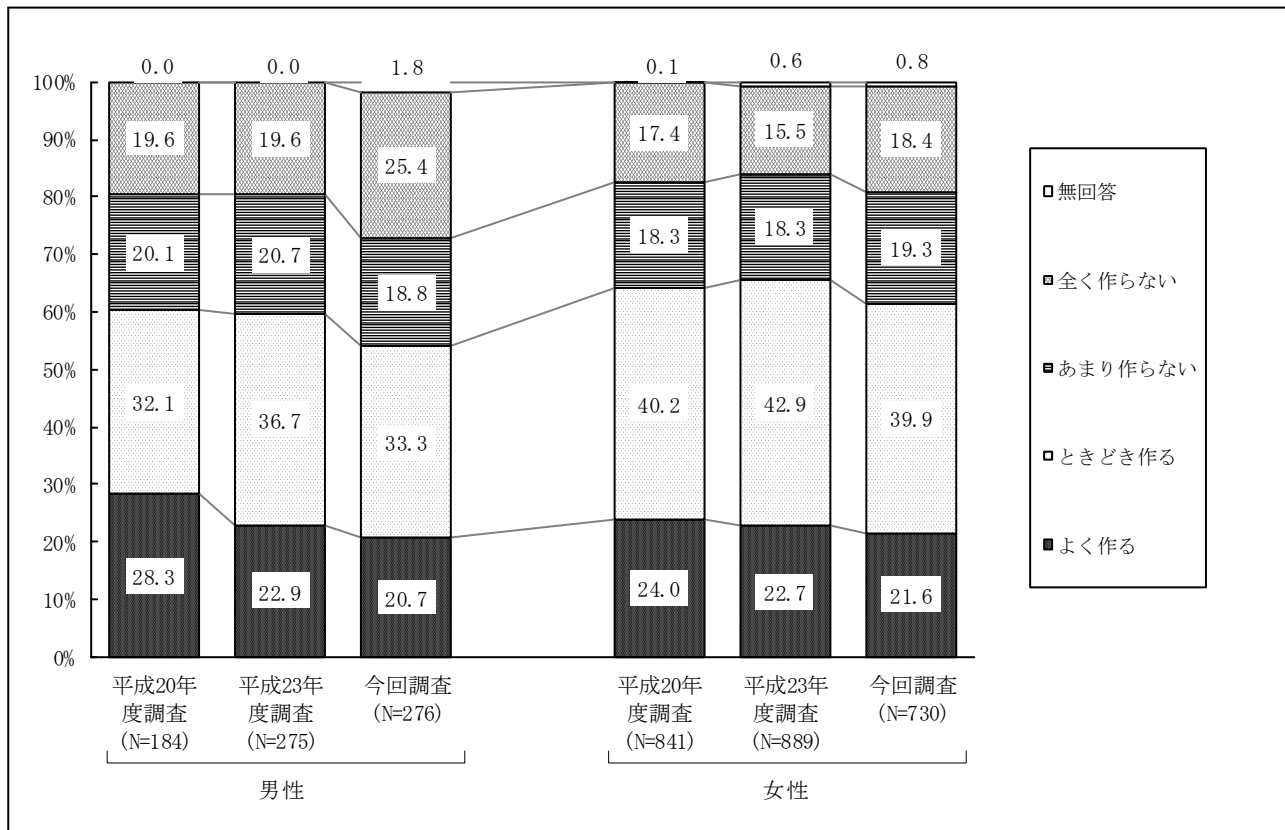
問 10. ご家庭では、つけものを作りますか。次の中であてはまる番号を1つ選んで○をつけてください。



家庭でつけものを作るか聞いたところ、「よく作る」21.2%と「ときどき作る」37.4%を合わせたつけものを『作る』層は58.6%となっている。一方、「あまり作らない」18.8%と「全く作らない」19.9%とを合わせたつけものを『作らない』層は38.8%となっている。

前回調査と比較してみると、『作る』層の割合が5ポイント減っており、『作らない』層の割合が4ポイント増えている。

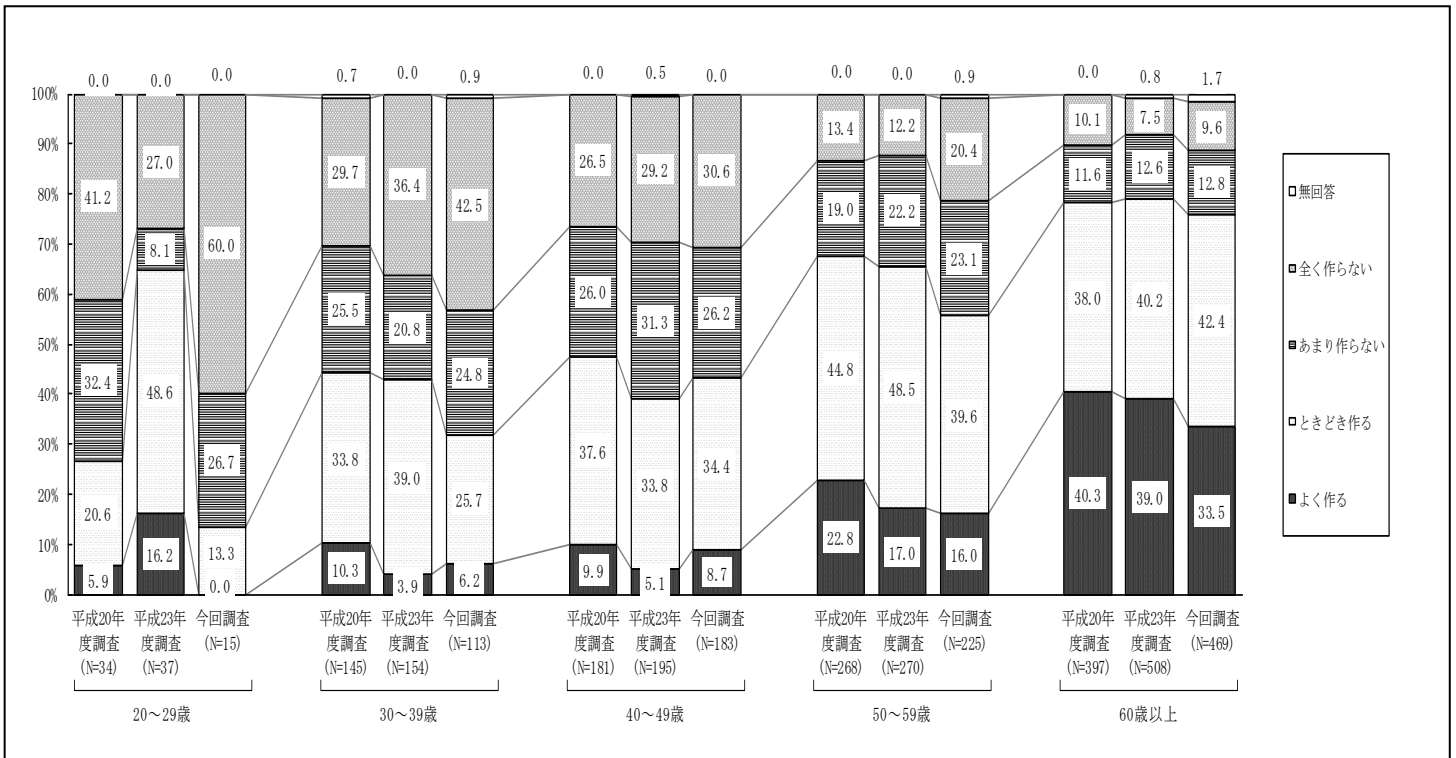
【性別】



家庭でつけものを作る頻度を性別にみると、つけものを『作る』（「よく作る」+「ときどき作る」）層は、男性が54.0%、女性は61.5%と女性の方がやや多くなっている。

前回調査と比較してみると、「よく作る」と答えた者の割合は男性で2ポイント、女性で1ポイント減っている。一方、「ときどき作る」と答えた者の割合は、男性で3ポイント、女性で3ポイント減っている。

【年代別】



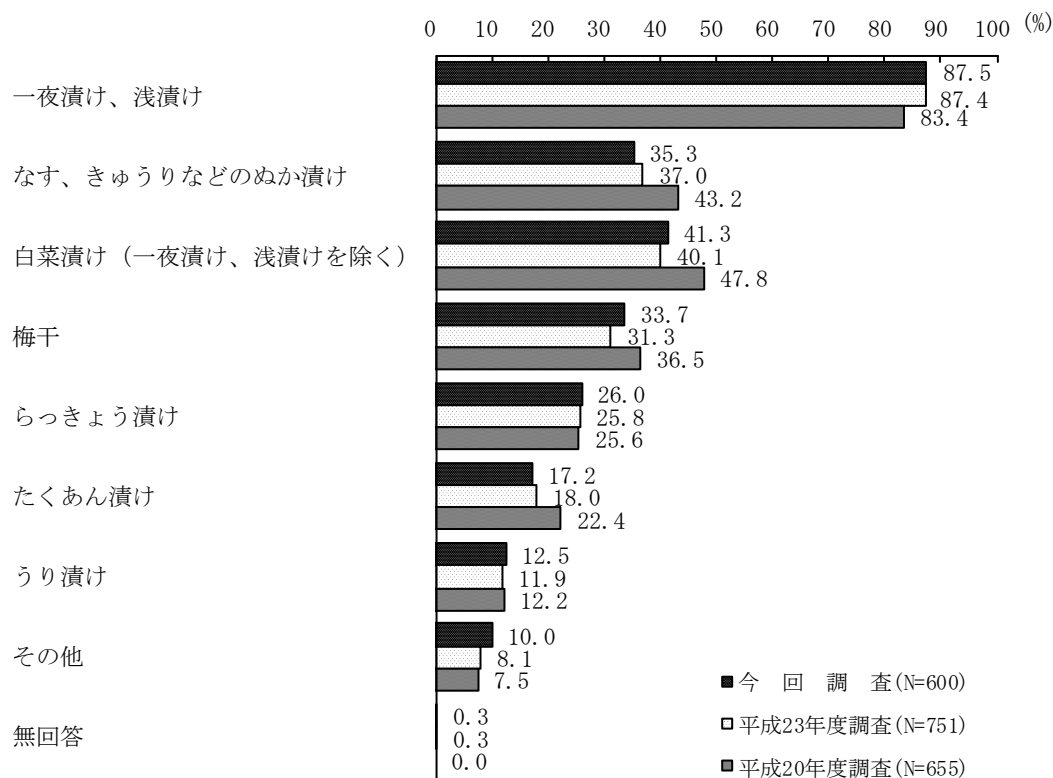
年代別にみると、60歳以上では「よく作る」と回答した者が33.5%であり、「ときどき作る」と答えた者42.4%と合計すると、7割以上の者が家庭でつけものを作っていることがわかる。50歳代では「よく作る」16.0%、「ときどき作る」39.6%を合計すると、5割以上の者が家庭でつけものを作っていることがわかる。

前回調査と比較してみると、年代が上昇するにつれ、家庭で漬物を「よく作る」、「ときどき作る」と回答した者が増える傾向に変わりはない。

(11) 家庭で作るつけものの種類

【問 10 で、「1 よく作る」「2 ときどき作る」と答えた方にお伺いします。】

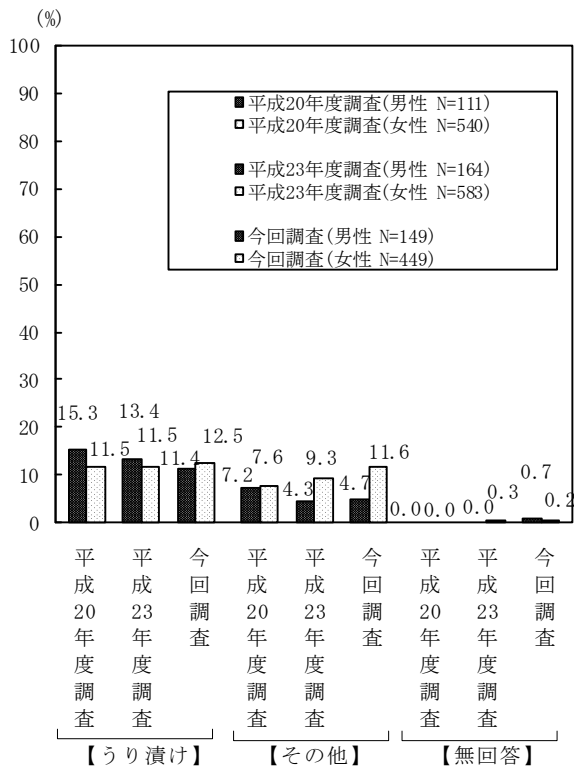
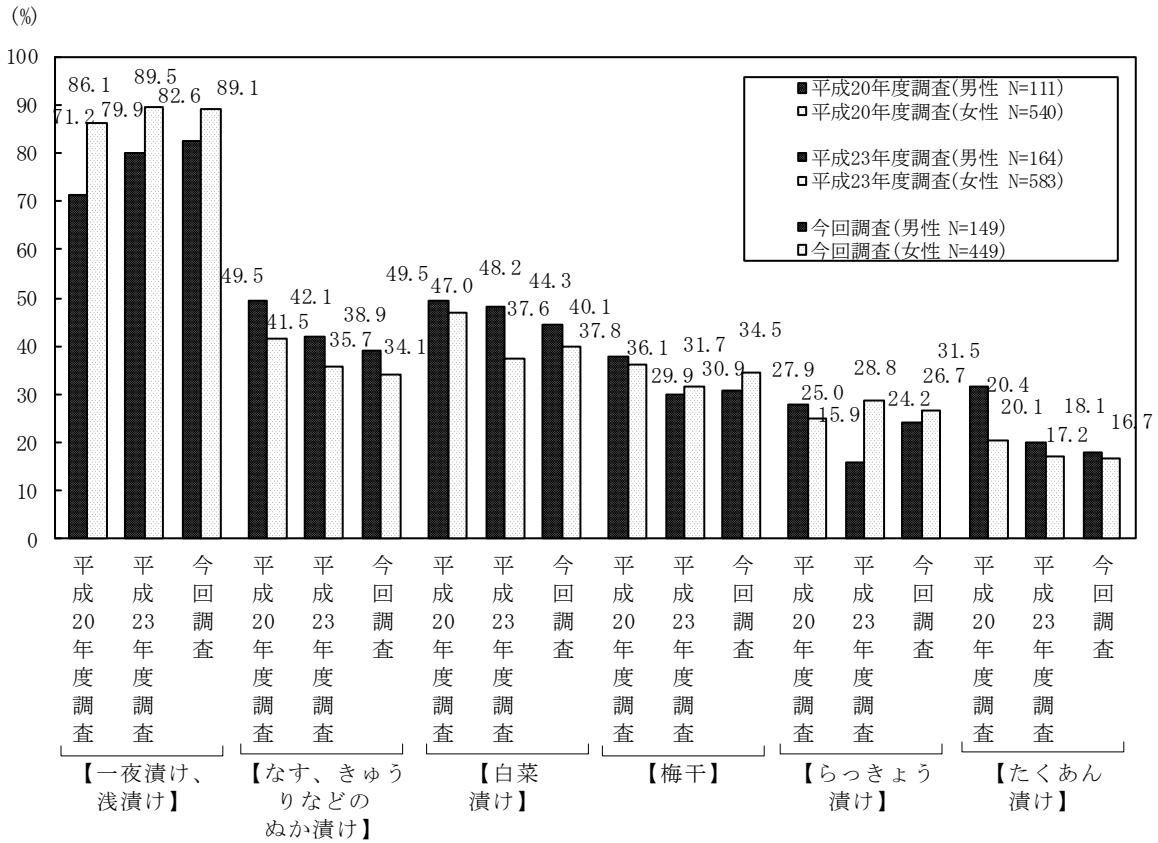
付問 1. ご家庭では、どのようなつけものを作りますか。次の中からあてはまるものをすべて選んで○をつけてください。



家庭でつけものを作ると答えた人（600人）にどのようなつけものを作るか聞いたところ、「一夜漬け、浅漬け」が87.5%と最も多く、つづいて、「白菜漬け（一夜漬け、浅漬けを除く）」が41.3%、「なす、きゅうりなどのぬか漬け」が35.3%、「梅干」が33.7%となっている。

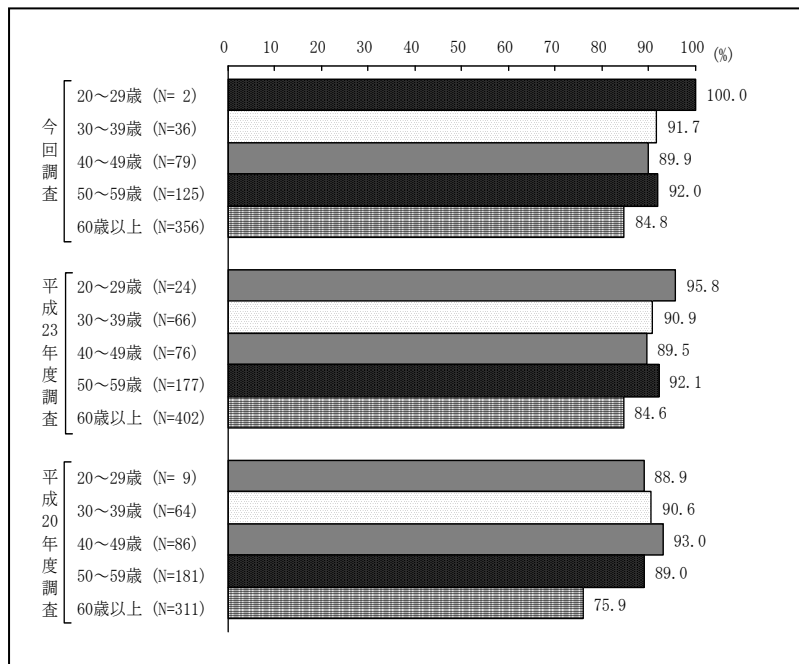
前回調査と比較してみると、上位3項目の順位に変化はみられない。

【性別】



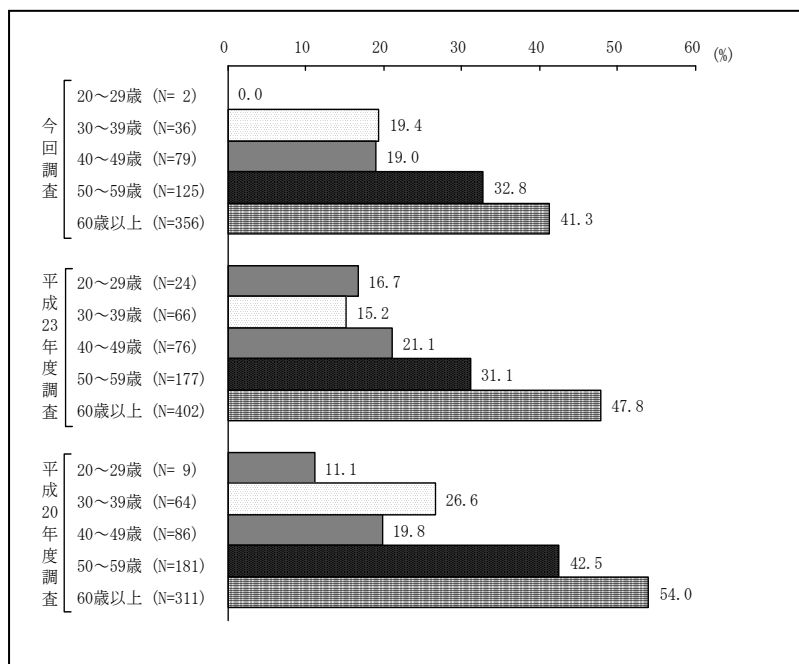
家庭で作るつけものの種類を性別にみると、「一夜漬け、浅漬け」をあげた者の割合は女性で高くなっている。

【年代別・一夜漬け、浅漬け】

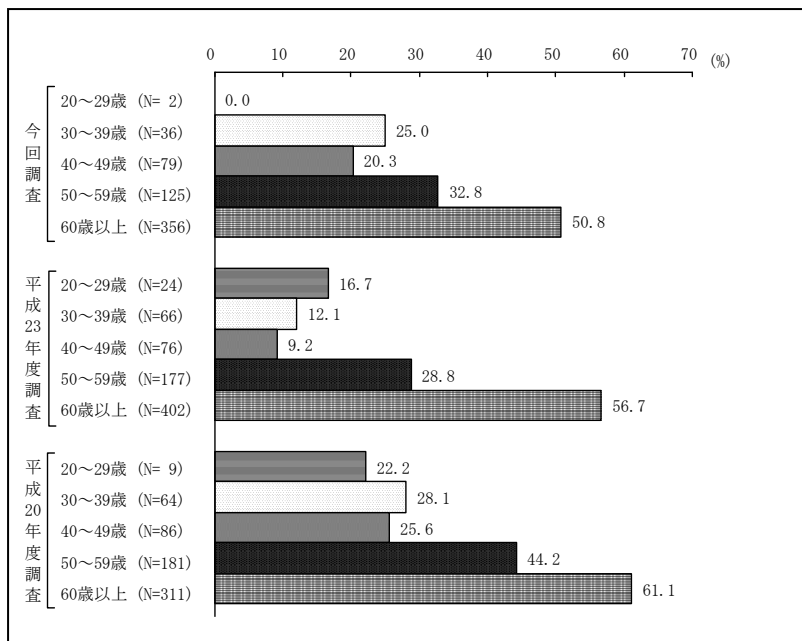


「一夜漬け、浅漬け」について年代別にみると、あげた者の割合はすべての年代で8割を超えている。その他については年齢が高いほど多くつける傾向にあり、回答状況は以下の図のとおりとなった。

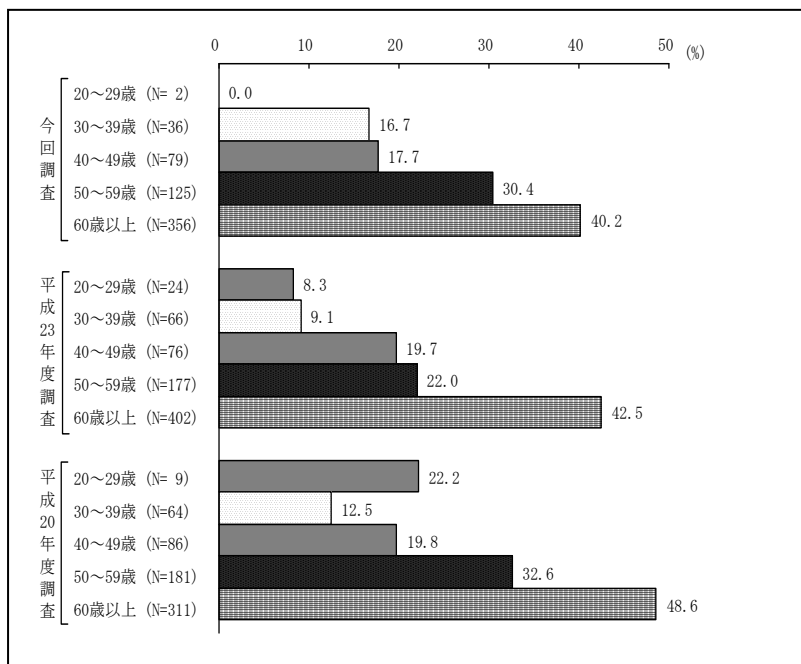
【年代別・なす、きゅうりなどのぬか漬け】



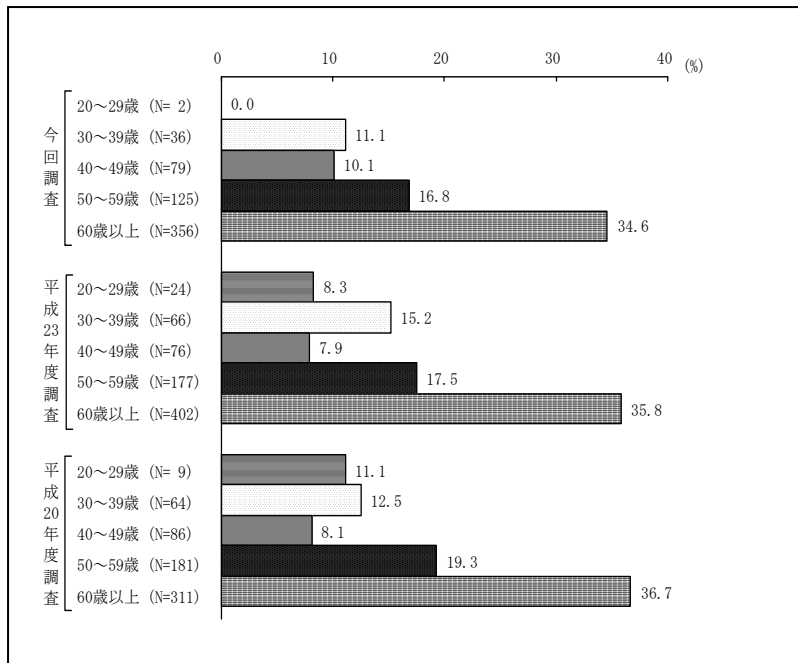
【年代別・白菜漬け】



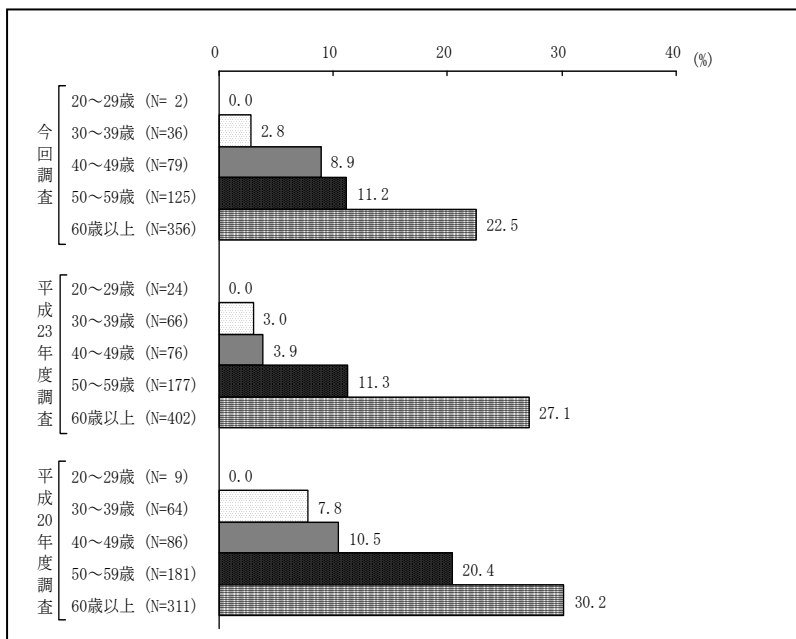
【年代別・梅干】



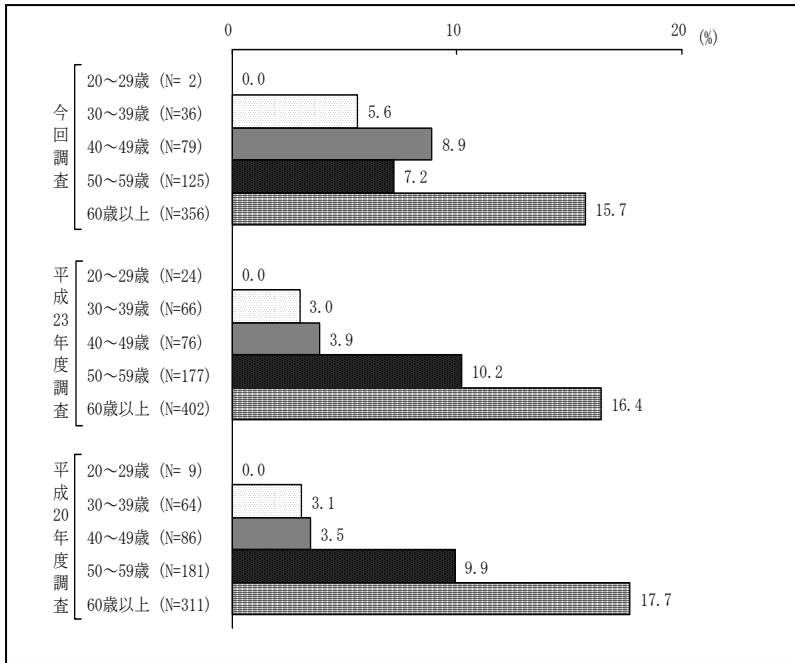
【年代別・らっきょう漬け】



【年代別・たくあん漬け】

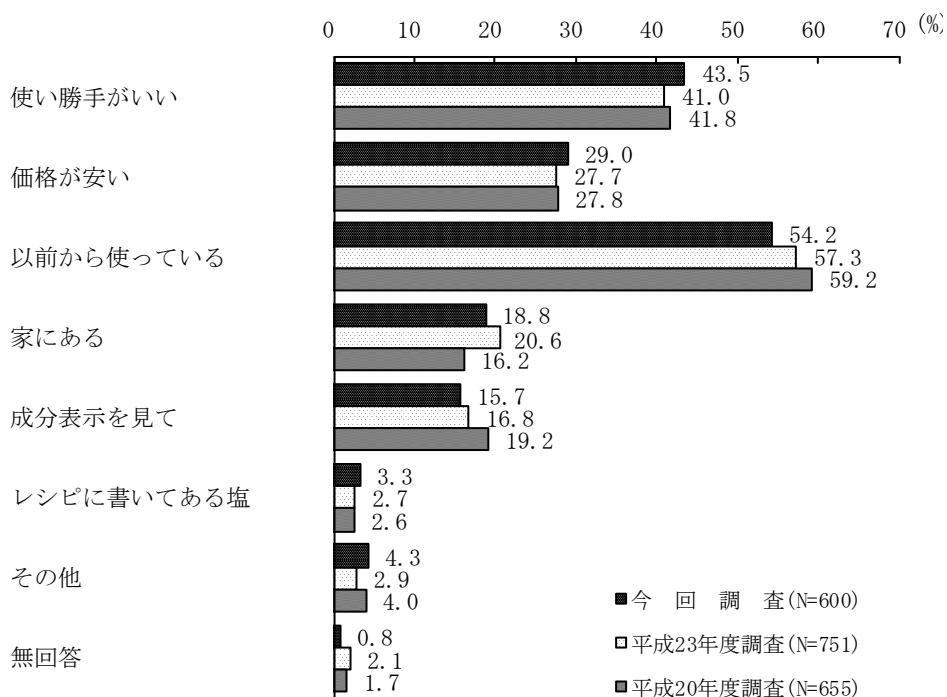


【年代別・うり漬け】



(12) つけものに使う「塩」を選ぶ理由

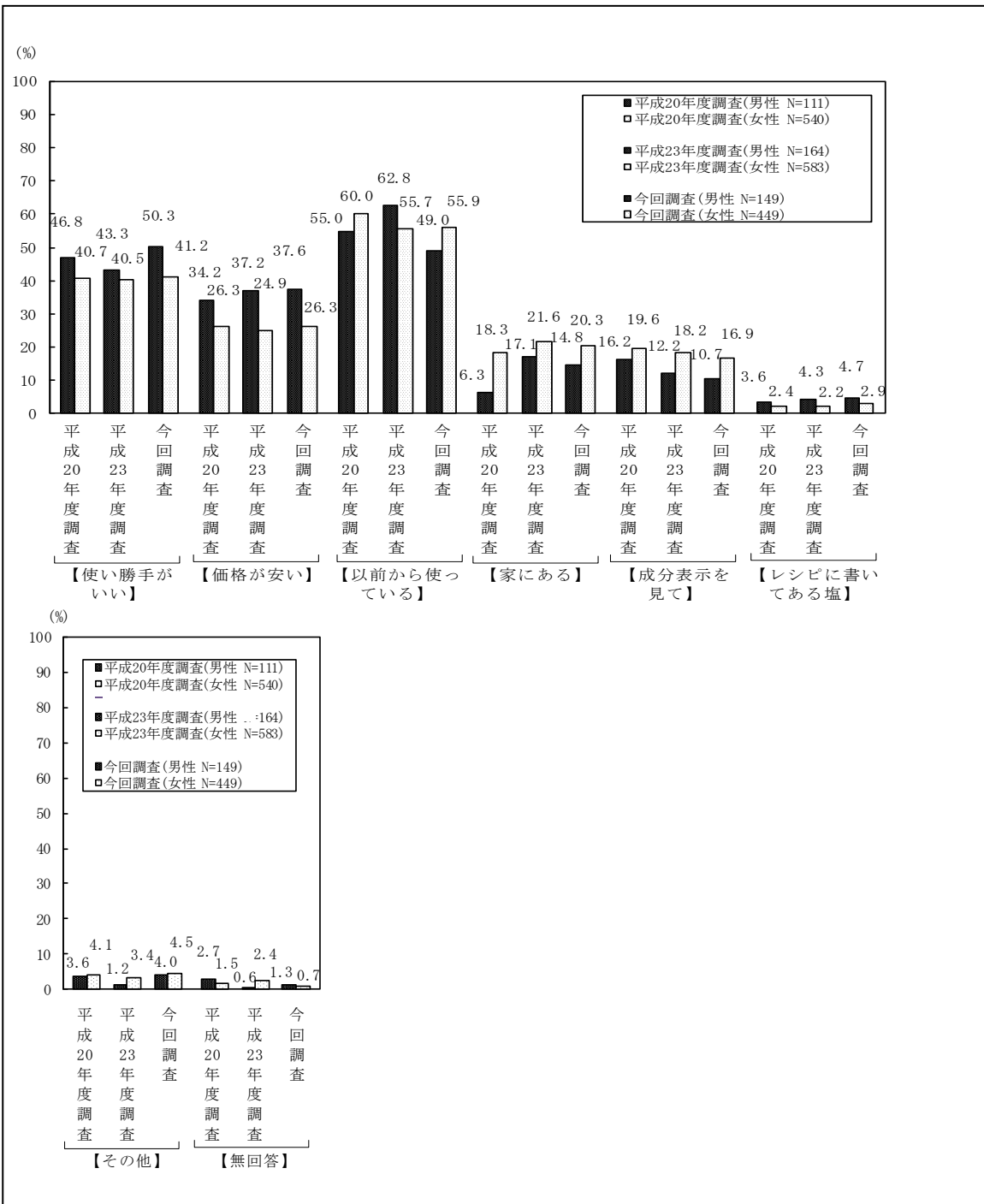
付問2. つけものに使う「塩」はどのような理由で選んでいますか。次の中からあてはまる番号をすべて選んで○をつけてください。



つけものに使う「塩」はどのように選んでいるか聞いたところ、「以前から使っている」が54.2%で最も多く、つづいて、「使い勝手がいい」が43.5%、「価格が安い」が29.0%、「家にある」が18.8%となっている。

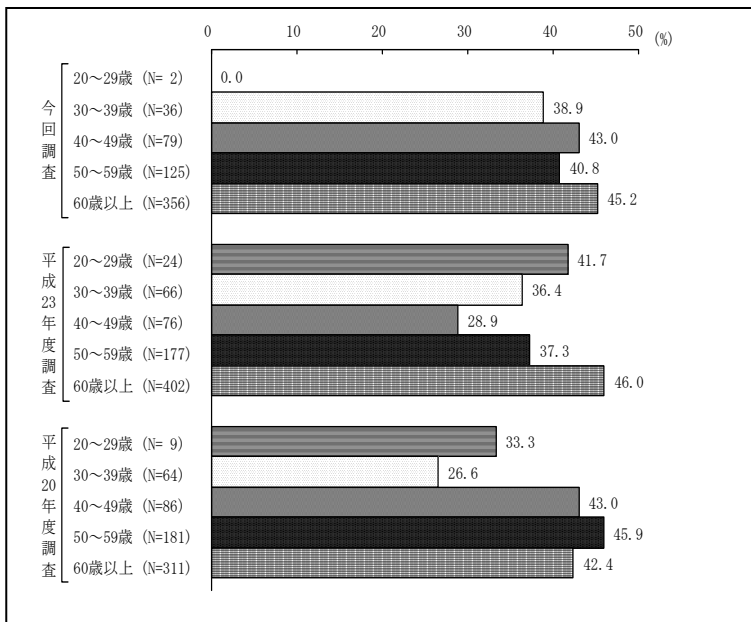
前回調査と比較してみると、「以前から使っている」が3ポイント減っているものの、最も多い回答となっている。「使い勝手がいい」、「価格が安い」を含めて、上位3項目の順位に変化はみられない。

【性別】



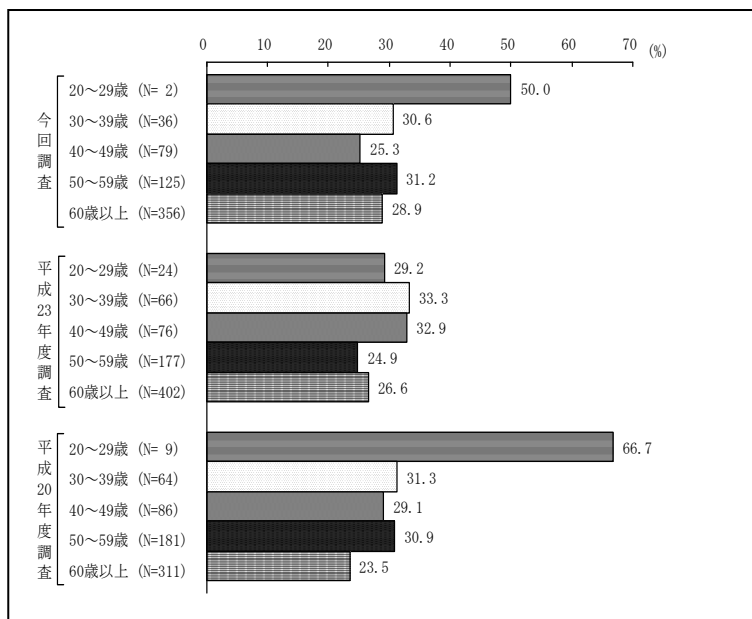
性別にみると、「使い勝手がいい」をあげた者の割合は男性で高くなっている。

【年代別・使い勝手がいい】



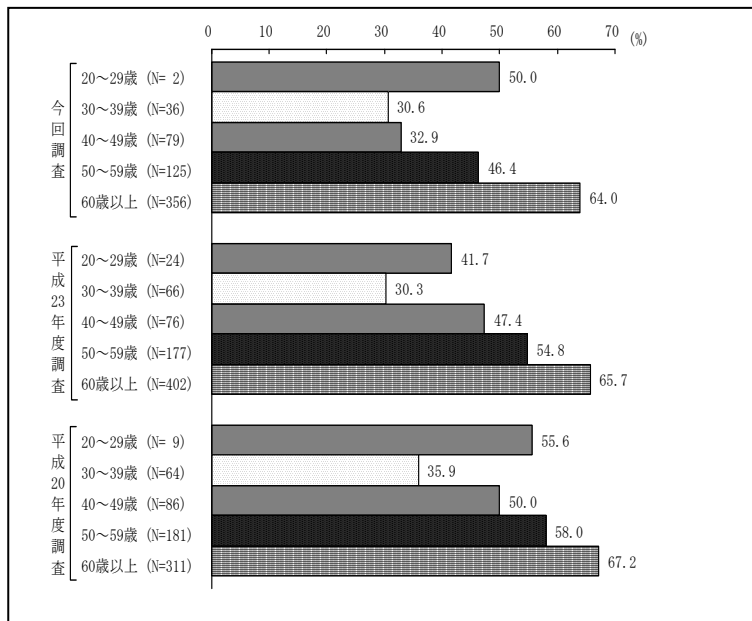
「使い勝手がいい」について年代別にみると、あげた者の割合は今回調査では40～49歳、50～59歳、60歳以上で4割を超えている。

【年代別・価格が安い】



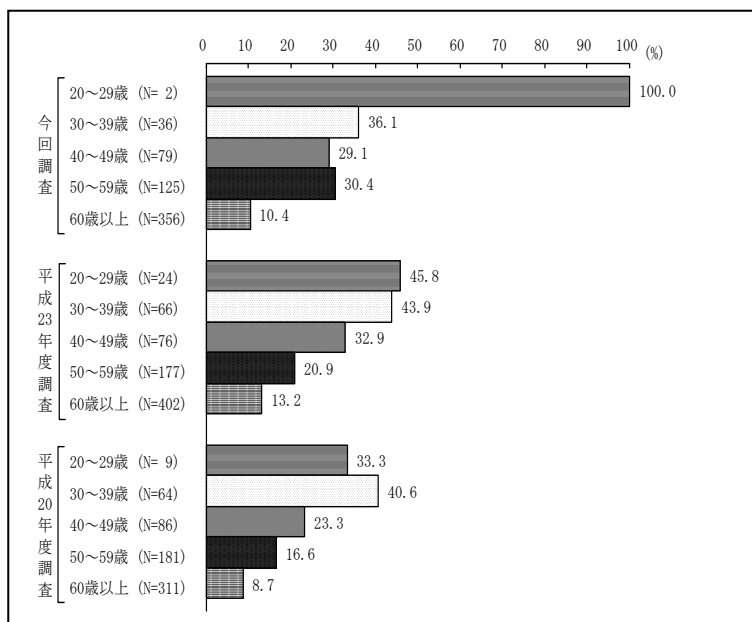
「価格が安い」について年代別にみると、あげた者の割合は2割から3割台が中心となっている。

【年代別・以前から使っている】



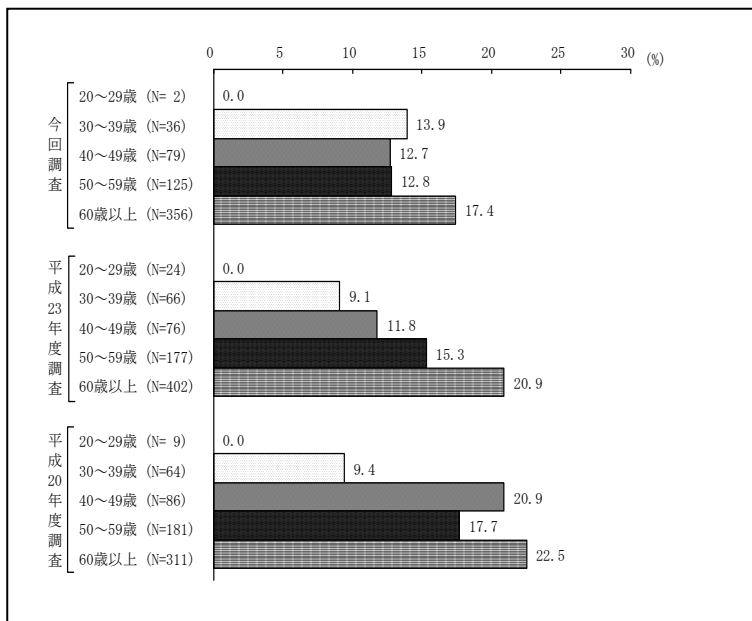
「以前から使っている」について年代別にみると、あげた者の割合は50～59歳で4割から5割台なのに対し、60歳以上では6割を超えている。

【年代別・家にある】



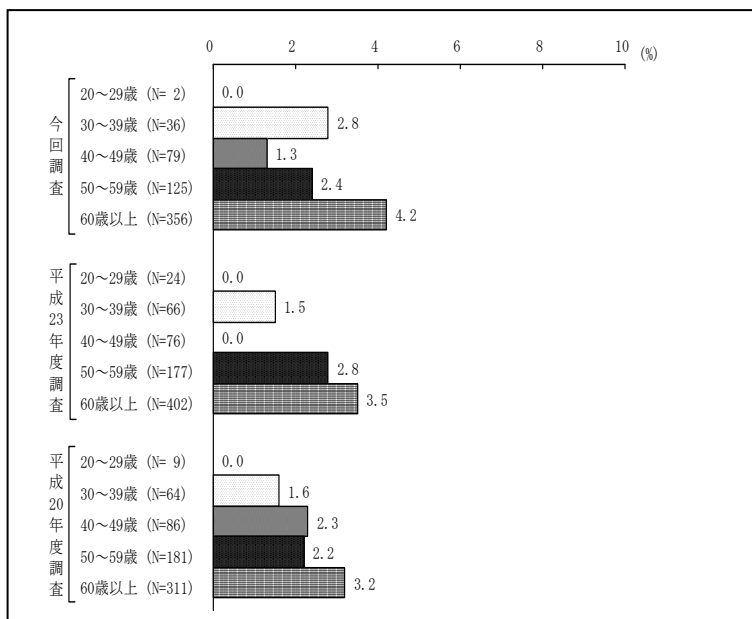
「家にある」について年代別にみると、あげた者の割合は50～59歳で1割から3割台なのに対し、60歳以上では1割台かそれ以下となっている。

【年代別・成分表示をみて】



「成分表示をみて」について年代別にみると、あげた者の割合は3カ年とも60歳以上で最も高くなっている。

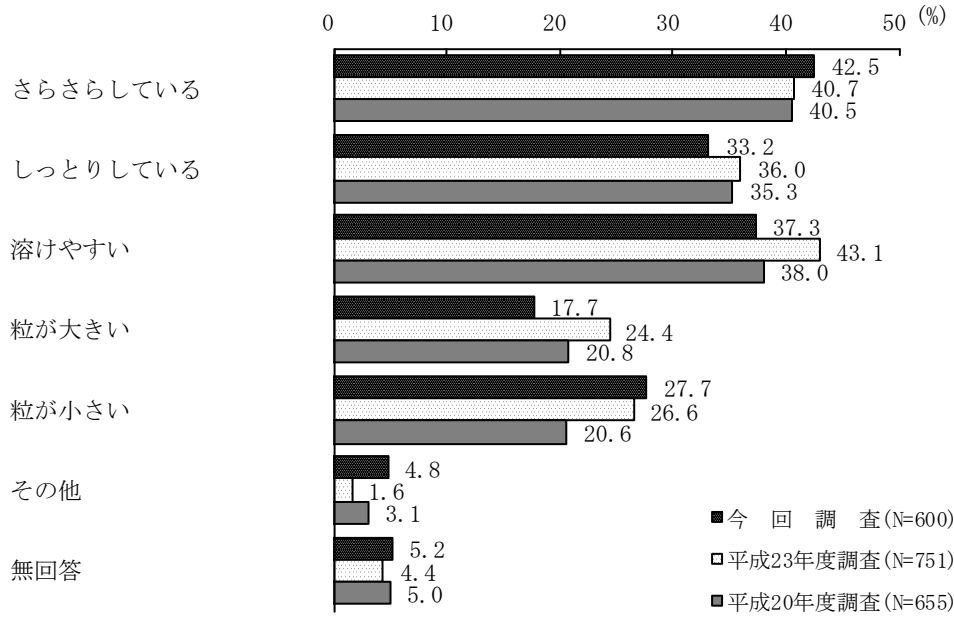
【年代別・レシピに書いてある塩】



「レシピに書いてある塩」について年代別にみると、あげた者の割合はすべての年代で5%を下回っている。

(13) つけものを作るときに、使い勝手がいいと思う「塩」

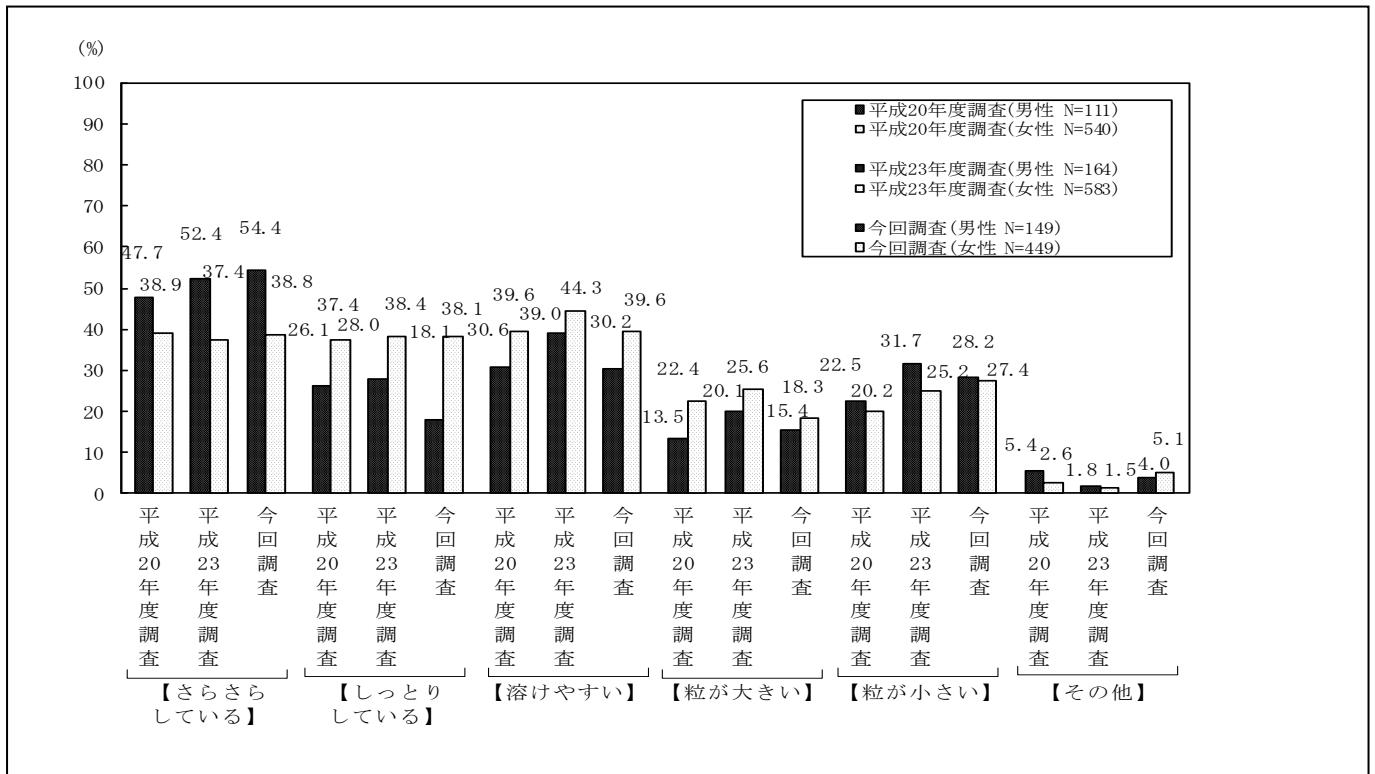
付問3. つけものを作るときには、どのような「塩」が使い勝手がいいと思いますか。次の中からあてはまる番号をすべて選んで○をつけてください。



つけものを作るときには、どのような「塩」が使い勝手がいいと思うか聞いたところ、今回調査では「さらさらしている」が42.5%と最も多く、つづいて「溶けやすい」が37.3%、「しっとりしている」33.2%の順となっている。

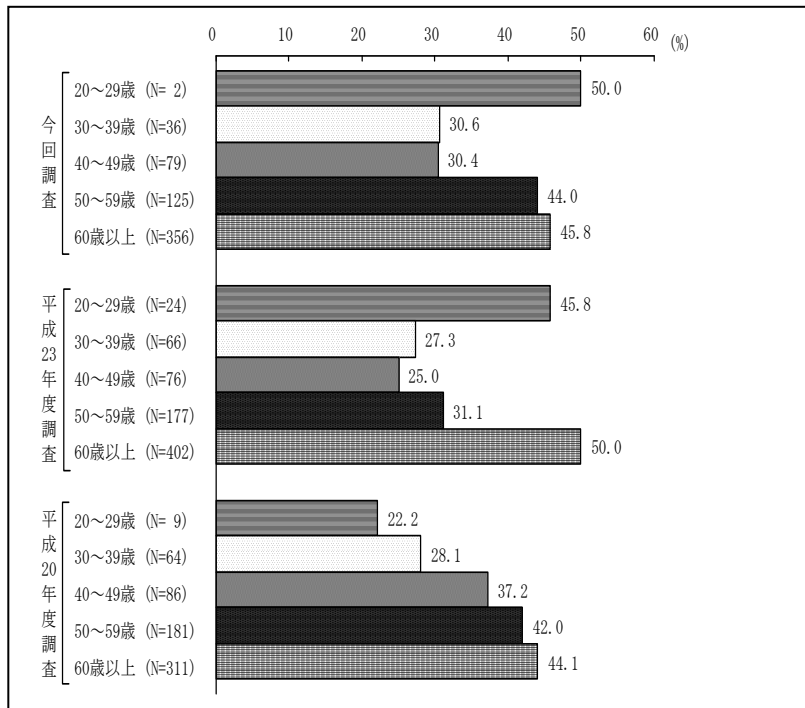
前回調査と比較してみると、「さらさらしている」が2ポイント増え、第1位となっており、「溶けやすい」が6ポイント減って、第2位となっている。

【性別】



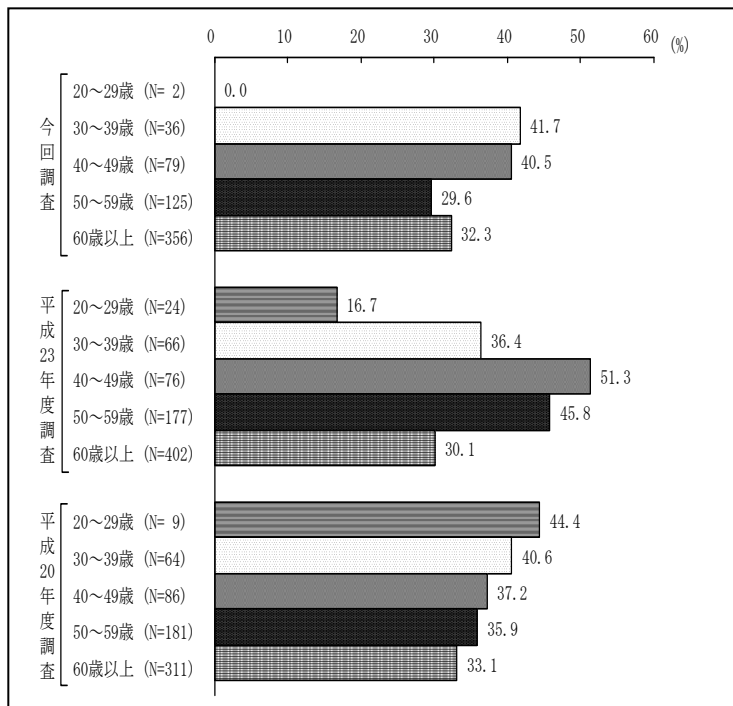
性別にみると、「さらさらしている」は男性で、「しっとりしている」、「溶けやすい」、「粒が大きい」は女性で、それぞれ高くなっている。

【年代別・さらさらしている】



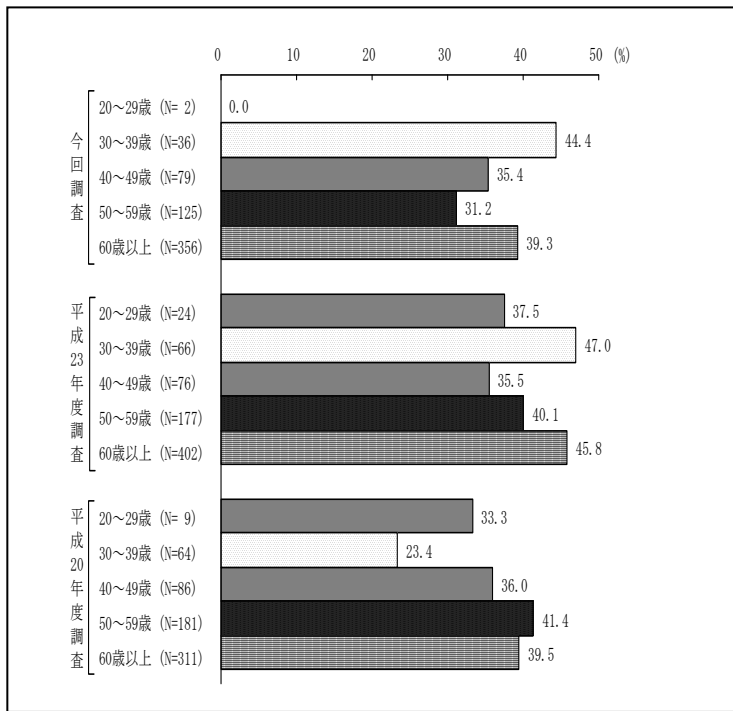
「さらさらしている」について年代別にみると、60歳以上であげた者の割合は4割を超えている。

【年代別・しっとりしている】



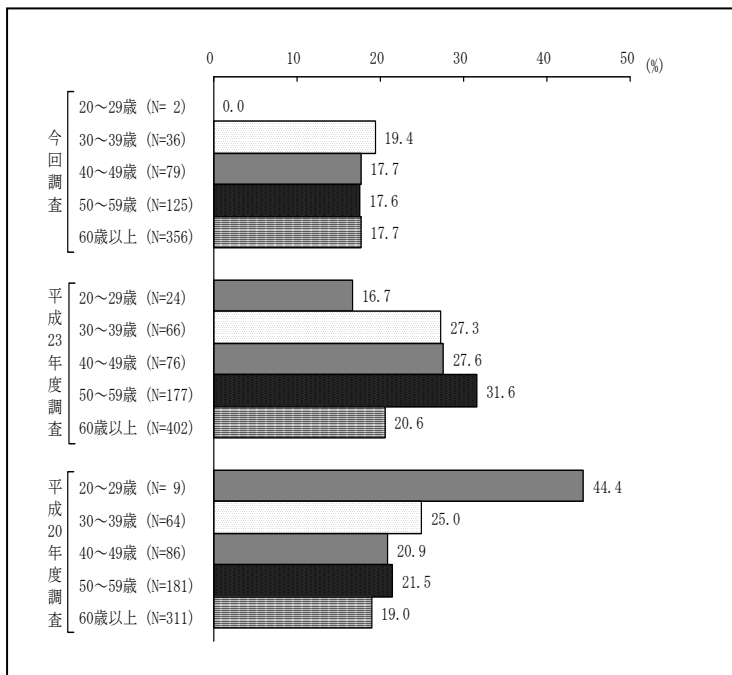
「しっとりしている」について年代別にみると、あげた者の割合は60歳以上で3割台となっている。

【年代別・溶けやすい】



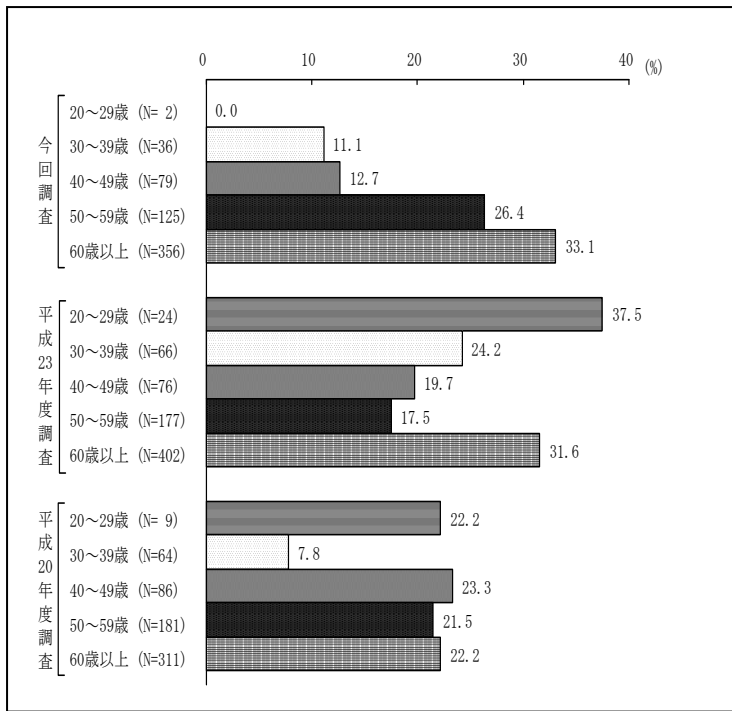
「溶けやすい」について年代別にみると、あげた者の割合は40～49歳、50～59歳、60歳以上で3割から4割台となっている。

【年代別・粒が大きい】



「粒が大きい」について年代別にみると、あげた者の割合は1割から2割台が中心となっている。

【年代別・粒が小さい】

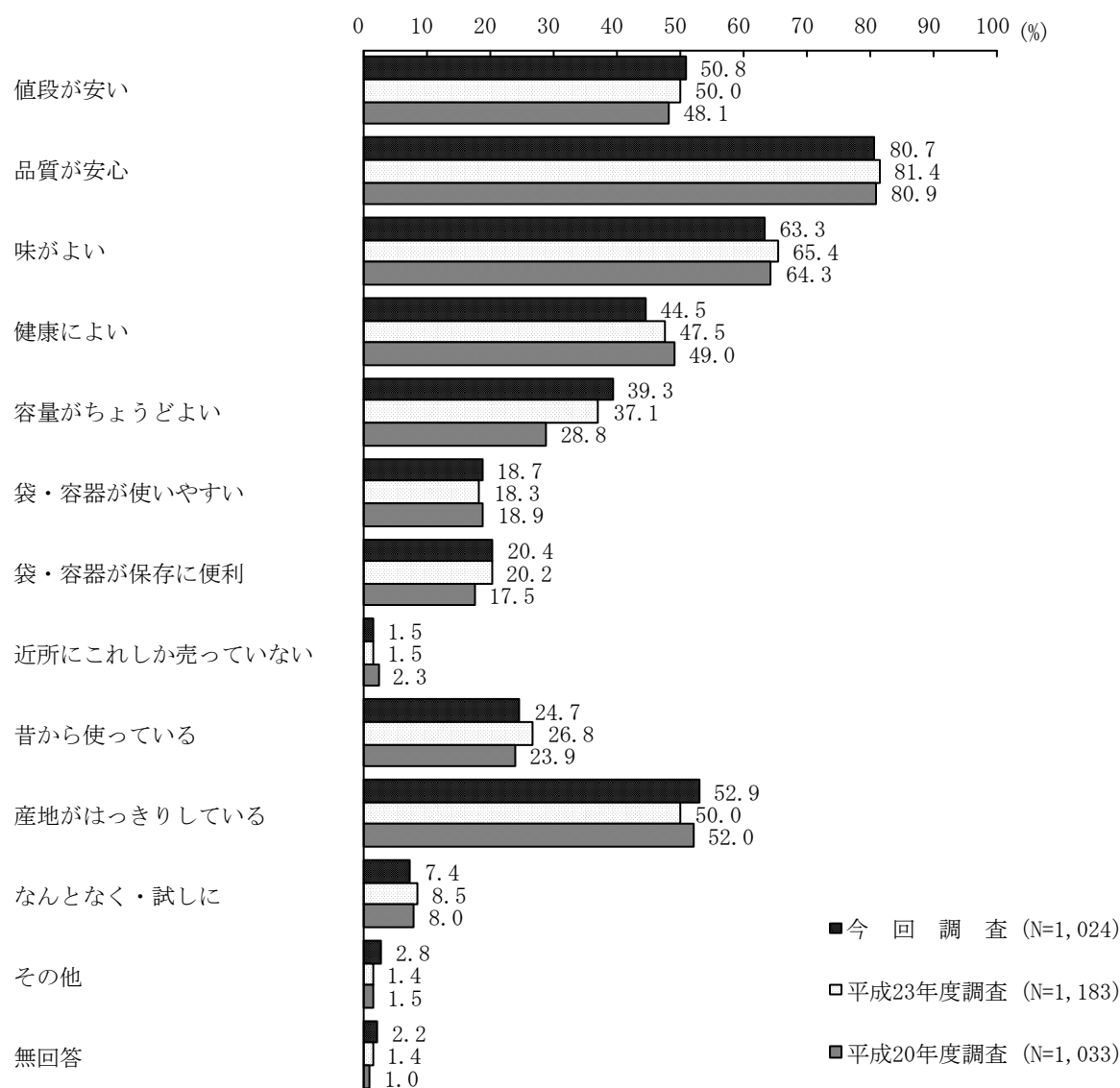


「粒が小さい」について年代別にみると、あげた者の割合は2割から3割台が中心となっている。

(14) 食品を購入する際のきっかけ

【全員の方へ】

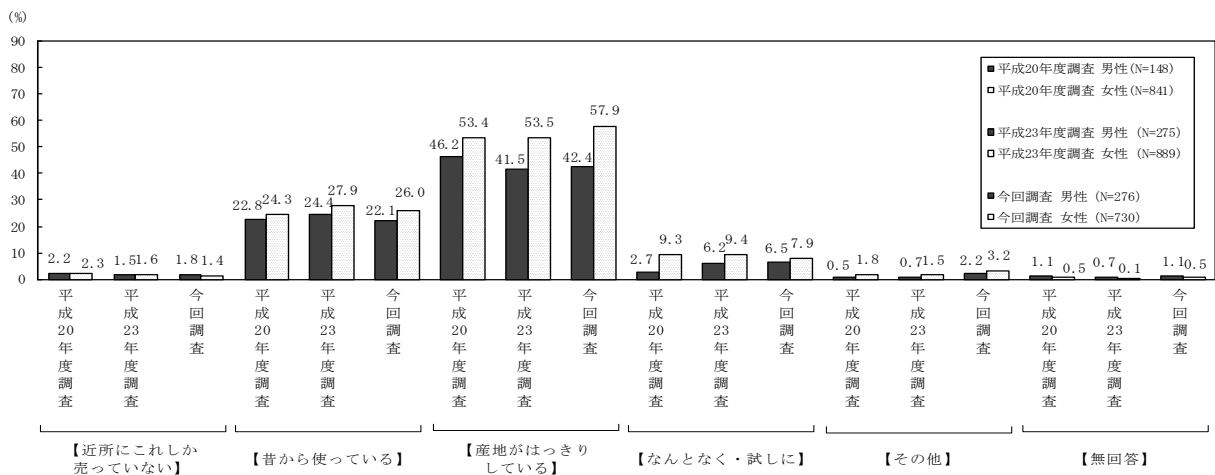
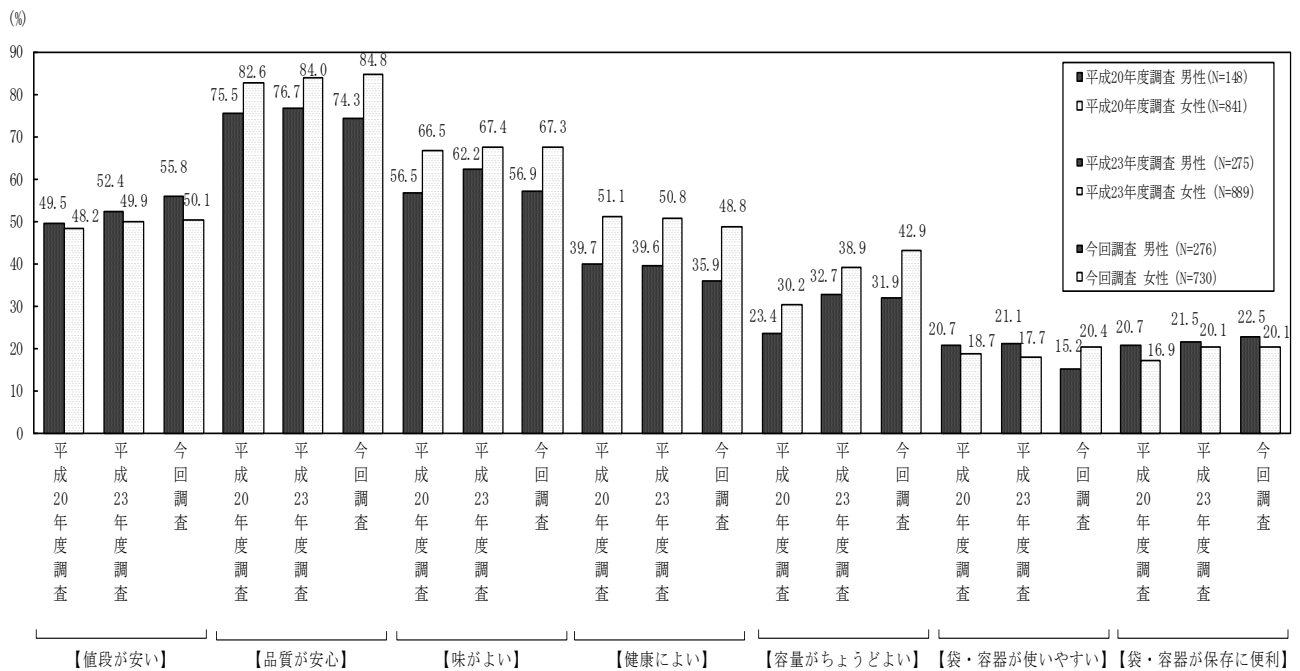
問 11. 食品を購入する際にきっかけとなることはどのようなものですか。次の中からあてはまる番号をすべて選んで○をつけてください。



食品を購入する際のきっかけとなることはどのようなものか聞いたところ、「品質が安心」が80.7%で最も多く、つづいて、「味がよい」が63.3%、「産地がはっきりしている」が52.9%、「値段が安い」が50.8%となっている。

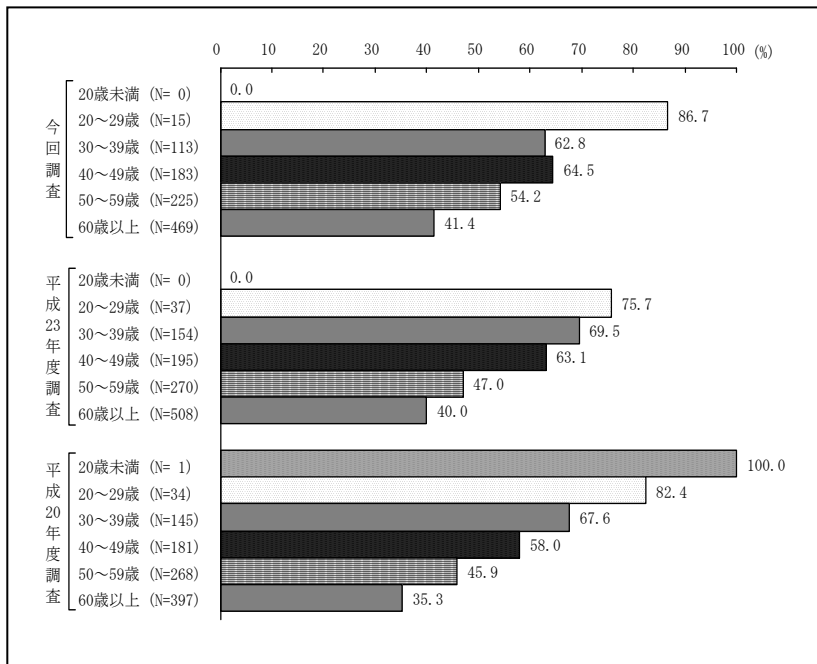
前回調査と比較してみると、「品質が安心」が第1位、「味がよい」が第2位と、上位2項目に変化はない。

【性別】



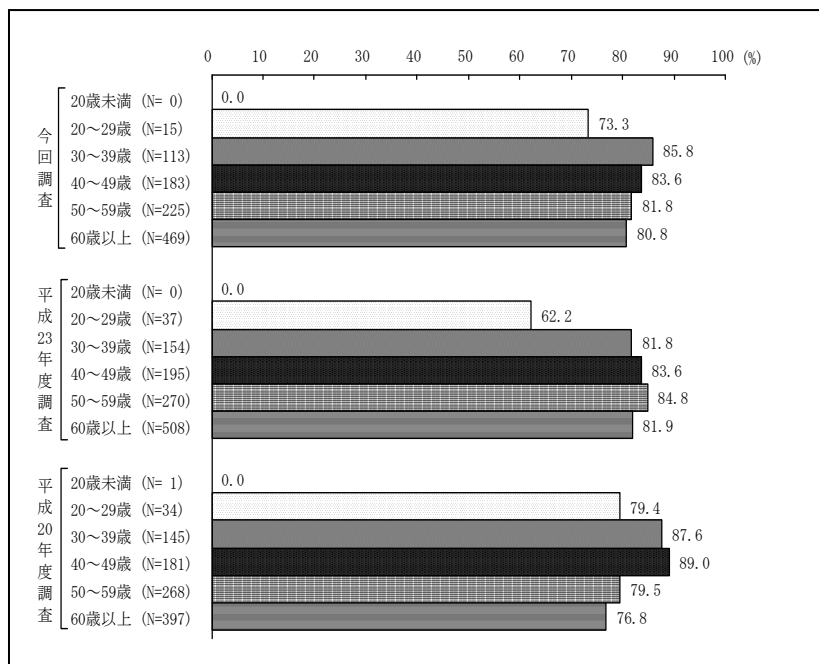
性別にみると、「値段が安い」、「袋・容器が保存に便利」、「近所にこれしか売っていない」は女性より男性で多くなっている。それ以外の項目については、すべて女性の方が男性より多くなっている。

【年代別・値段が安い】



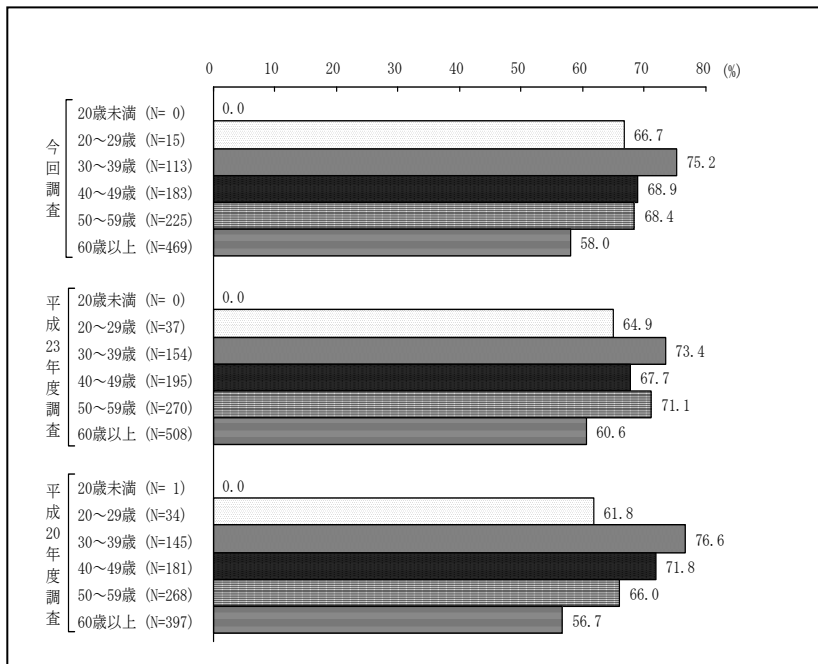
「値段が安い」について年代別にみると、年代が若いほどあげる者の割合が高い傾向にある。

【年代別・品質が安心】



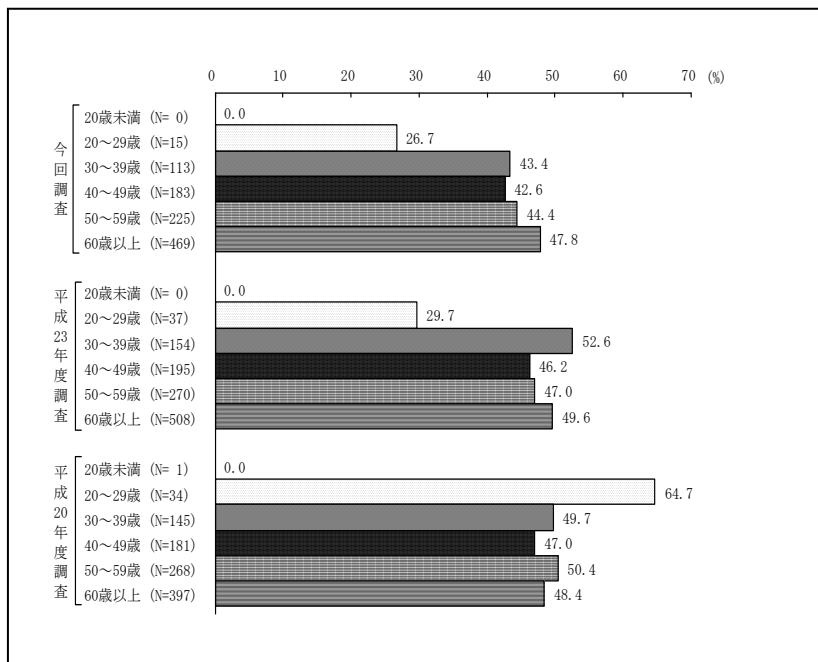
「品質が安心」について年代別にみると、あげた者の割合は7割から8割台が中心となっている。

【年代別・味がよい】



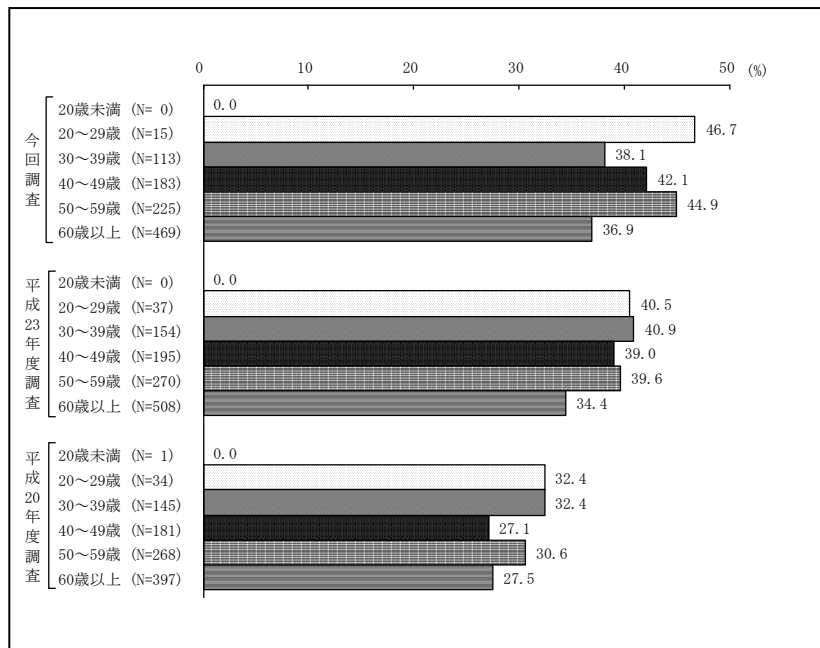
「味がよい」について年代別にみると、あげた者の割合は30～39歳で7割台、40～49歳、50～59歳で6割から7割台、60歳以上で5割台～6割台となっている。

【年代別・健康によい】



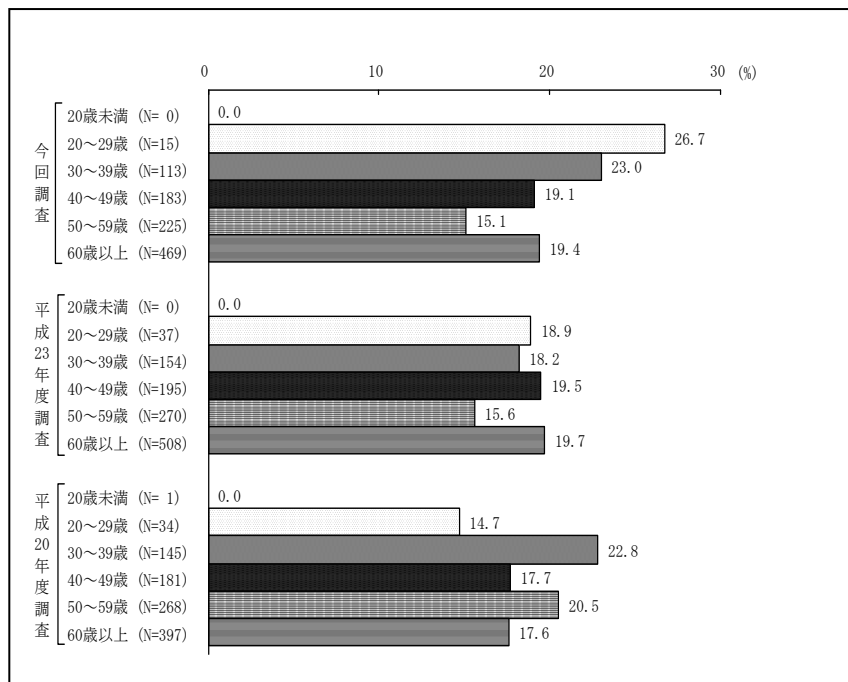
「健康によい」について年代別にみると、あげた者の割合は4割から5割台が中心となっている。

【年代別・容量がちょうどよい】



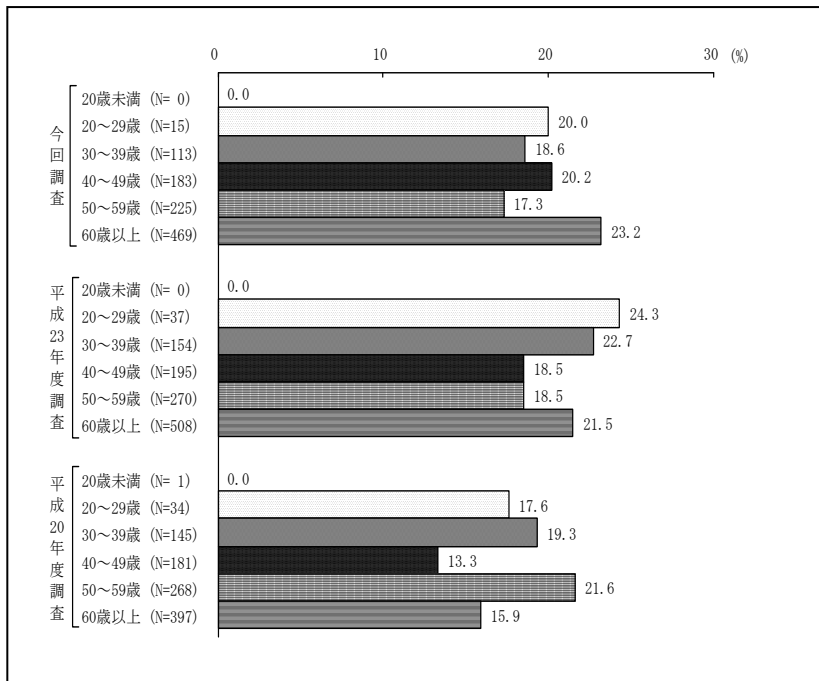
「容量がちょうどいい」について年代別にみると、あげた者の割合は2割から4割台が中心となっている。

【年代別・袋・容器が使いやすい】



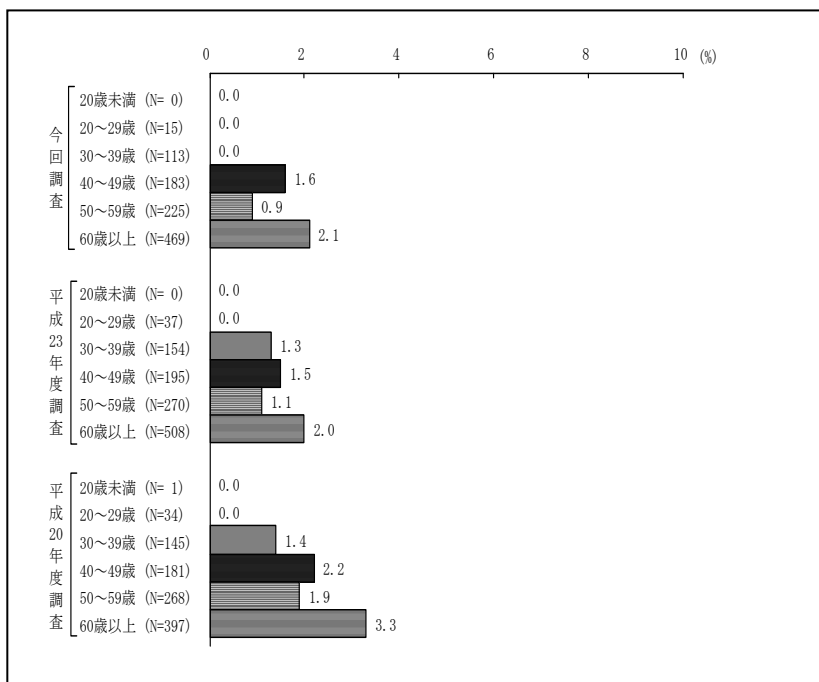
「袋・容器が使いやすい」についてみると、あげた者の割合は1割から2割台が中心となっている。

【年代別・袋・容器が保存に便利】



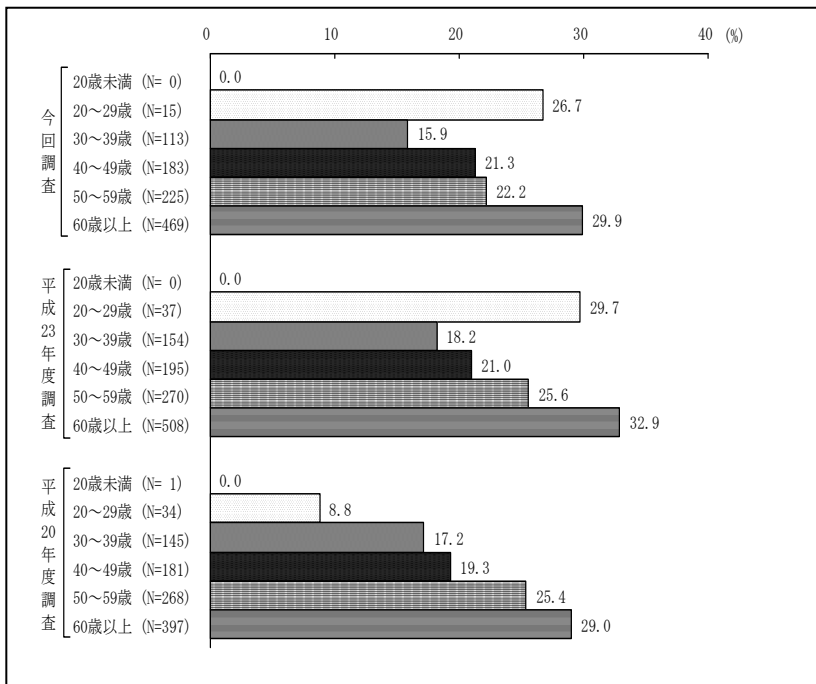
「袋・容器が保存に便利」についてみると、あげた者の割合は1割から2割台となっている。

【年代別・近所にこれしか売っていない】



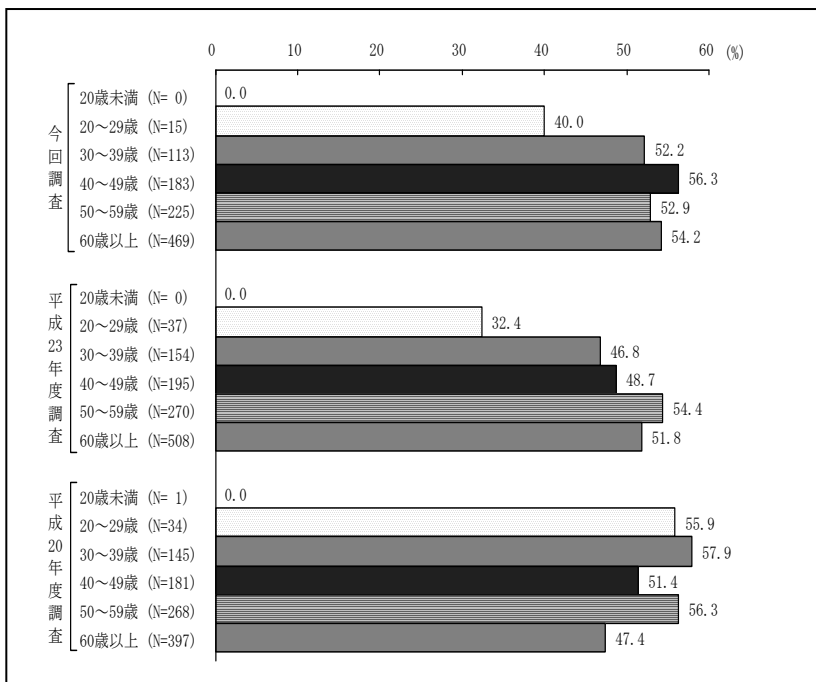
「近所にこれしか売っていない」についてみると、あげた者の割合は5%未満となっている。

【年代別・昔から使っている】



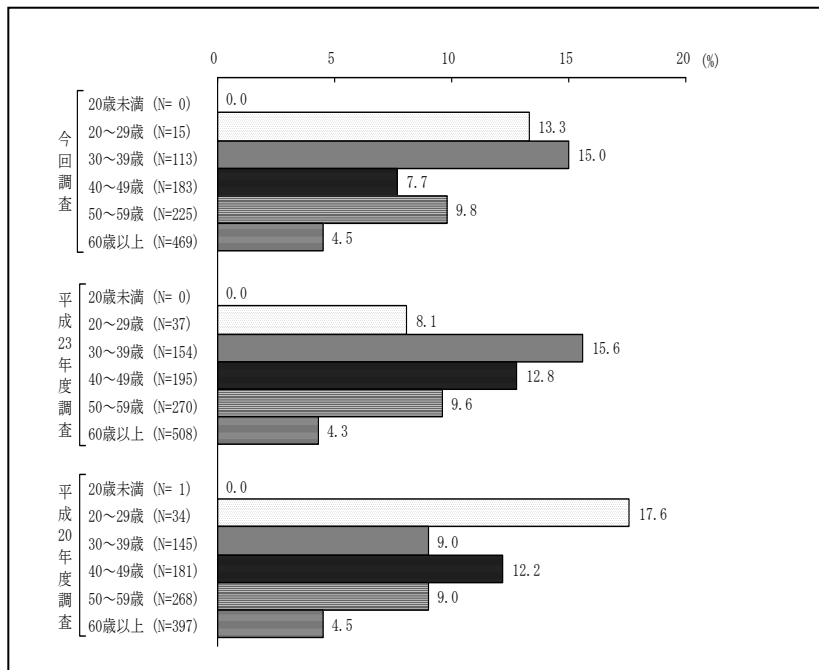
「昔から使っている」について年代別にみると、あげた者の割合は年代が高くなるにつれ、高くなる傾向がある。

【年代別・産地がはっきりしている】



「産地がはっきりしている」について年代別にみると、あげた者の割合は4割から5割台が中心となっている。

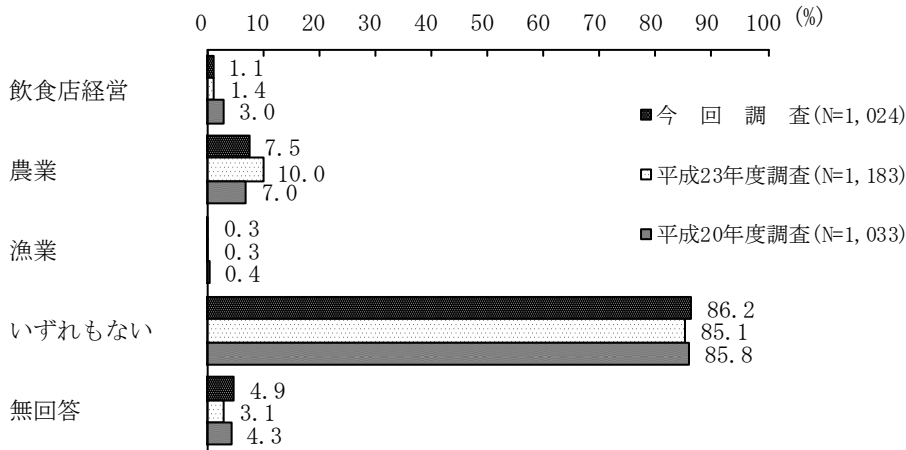
【年代別・なんとなく・試しに】



「なんとなく・試しに」について年代別にみると、あげた者の割合は50～59歳で10%以下、60歳以上で5%以下となっている。

(15) 自身も含めた同居者の職業

問15. あなたご自身も含め、一緒に暮らしている方の中に以下の職業に該当する方はいらっしゃいますか。次の中から当てはまる番号をすべて選んでください。



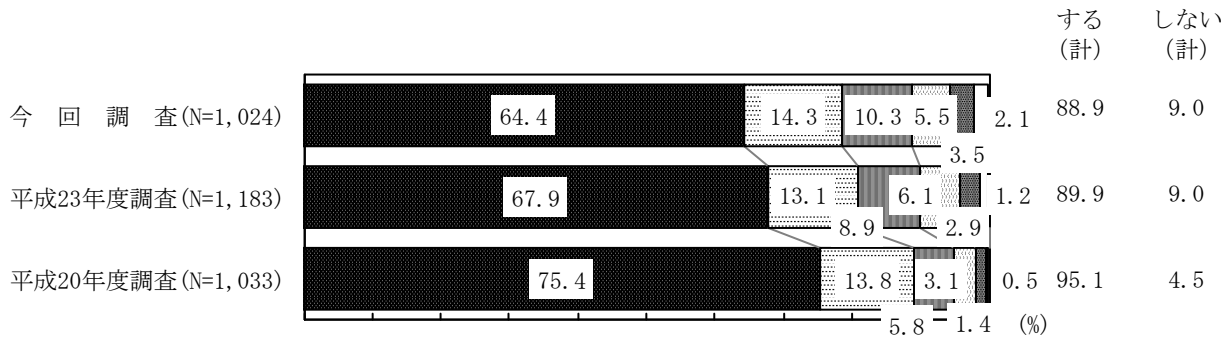
自分を含め、一緒に暮らしている者の中に以下の職業に該当する者がいるか聞いたところ、「いずれもない」が86.2%で最も多く、以下、「農業」7.5%、「飲食店経営」1.1%となっている。

前回調査と比較してみると、「農業」が3ポイント減っているものの、順位に変化はみられない。

(16) 1週間に食事を作る頻度

問18. あなたは1週間にどの程度食事を作りますか。次の中からあてはまる番号を1つ選んで○をつけてください。

- 毎日
- ときどき (週に2から3日)
- まったくしない
- ほとんど毎日 (週に4から5日)
- ほとんどしない (週に1日)
- 無回答

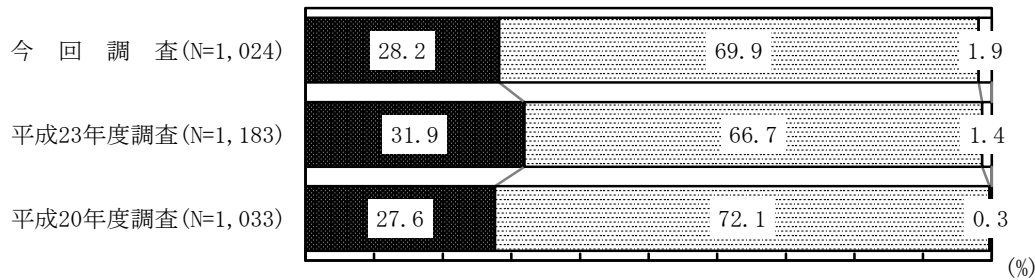


1週間にどの程度食事を作るか聞いたところ、「毎日」が64.4%で最も多くなっている。前回調査と比較してみると、「毎日」と答えた者の割合が4ポイント減っている。

(17) 自家消費野菜作り

問 19. あなたのご家庭では、自分の家で消費する野菜を作っていますか。
あてはまる番号を1つ選んで○をつけてください。

■ 作っている □ 作っていない □ 無回答

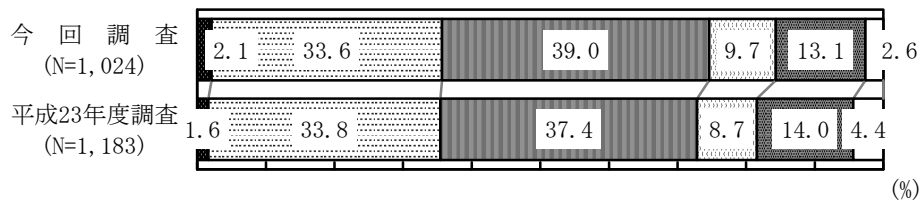


家庭では、自分の家で消費する野菜を作っているか聞いたところ、「作っている」が28.2%、「作っていない」が69.9%となっている。前回調査と比較してみると、「作っている」が4ポイント減っている。

(18) 外食費を含まない1ヵ月の食費

問 20. あなたのご家庭の食費は、外食費を含まないで、月にいくらぐらいですか。

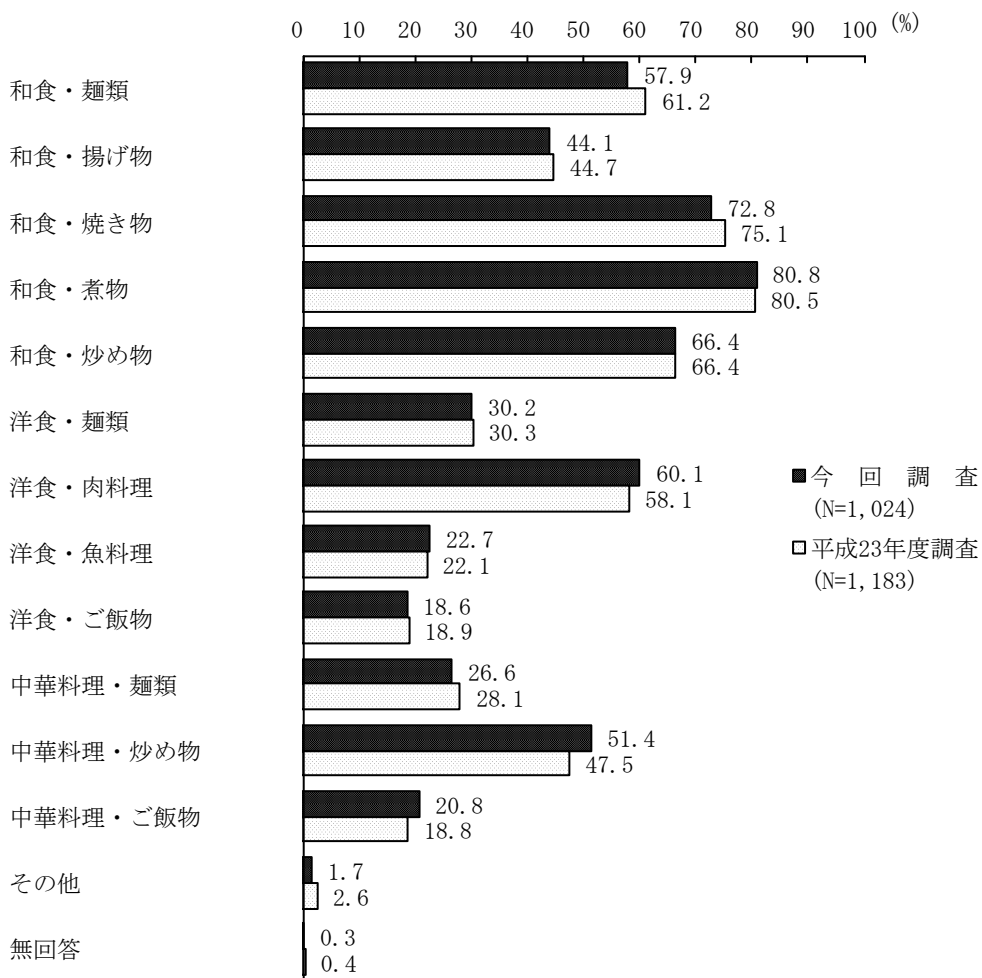
■ 2万円未満 □ 2万円～5万円未満 ■ 5万円～8万円未満
□ 8万円～10万円未満 ■ 10万円以上 □ 無回答



1ヶ月の食費（外食費を含まない）を聞いたところ、「2万円以上5万円未満」が33.6%、「5万円以上8万円未満」が39.0%、「8万円以上10万円未満」が9.7%、「10万円以上」が13.1%だった。前回調査と比較してみると、大きな変化はみられない。

(19) 家庭でよく作る食事

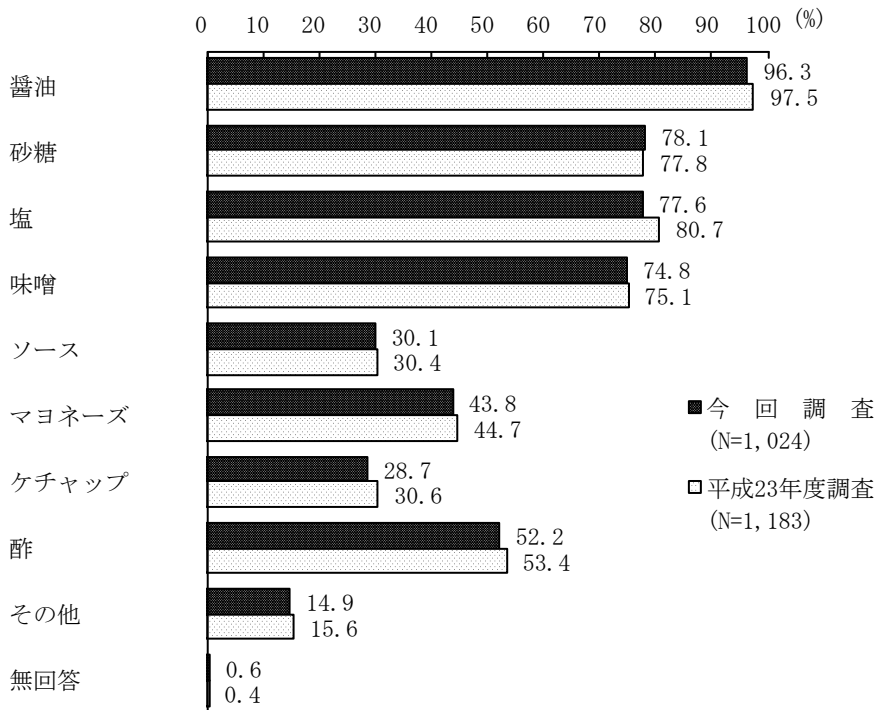
問 21. あなたのご家庭でよく作る食事は何ですか。
あてはまる番号をいくつでも選んで○をつけて下さい。



家庭でよく作る食事について聞いたところ、「和食・煮物」と答えた者の割合が80.8%と最も多く、つづいて、「和食・焼き物」が72.8%、「和食・炒め物」が66.4%、「洋食・肉料理」が60.1%、「和食・麺類」が57.9%となっている。前回調査と比較してみると、上位2項目に大きな変化はみられない。

(20) 家庭でよく使う調味料

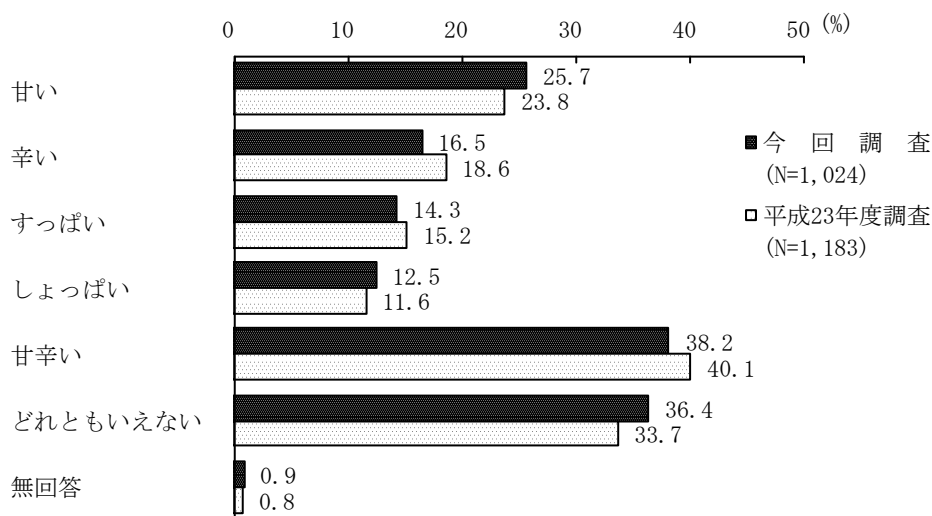
問 22. あなたのご家庭で作る食事の味付けでよく使う調味料はなんですか。
あてはまる番号をいくつでも選んで○をつけて下さい。



家庭でよく使う調味料について聞いたところ、「醤油」と答えた者の割合が96.3%と最も多く、つづいて「砂糖」が78.1%、「塩」が77.6%、「味噌」が74.8%、「酢」が52.2%、「マヨネーズ」が43.8%、「ソース」が30.1%、「ケチャップ」が28.7%だった。「醤油」、「砂糖」、「塩」、「味噌」については、70%を上回っている。前回調査と比較してみると、「塩」が3ポイント減って、第3位となっている。

(21) 家庭で好みの味付け

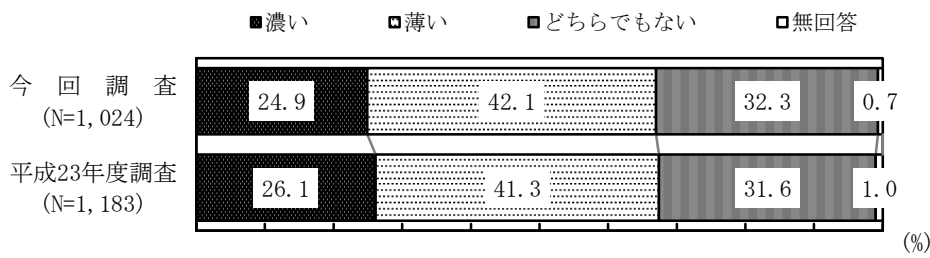
問 23. あなたのご家庭ではどのような味付けが好みですか。
あてはまる番号をいくつでも選んで○をつけて下さい。



家庭で好みの味付けについて聞いたところ、「甘辛い」と答えた者の割合は38.2%と最も多く、つづいて「甘い」25.7%、「辛い」16.5%、「すっぱい」14.3%、「しょっぱい」12.5%となっている。なお、「どれもいえない」は36.4%となっている。前回調査と比較してみると、大きな変化はみられない。

(22) 家庭で多い味付け

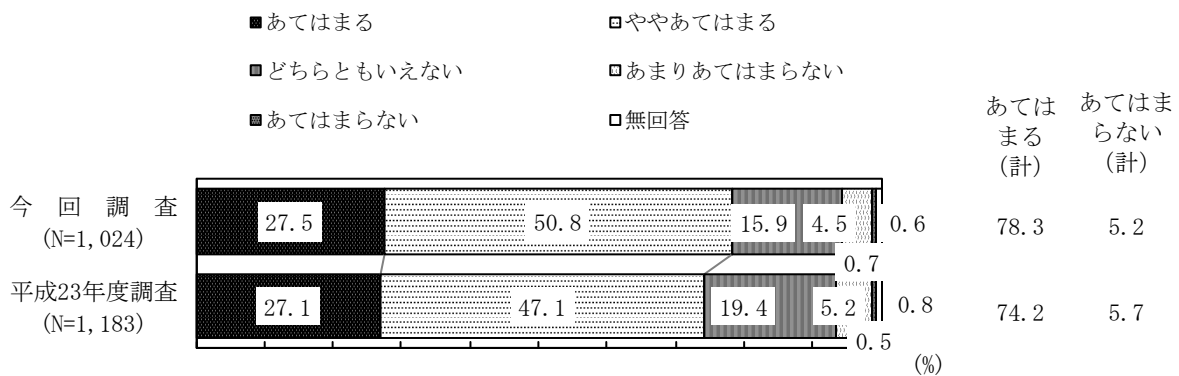
問 24. あなたのご家庭ではどのような味付けが多いと思いますか。
次の中からあてはまる番号を1つ選んで○をつけてください。



家庭でどのような味付けが多いか聞いたところ、「薄い」と答えた者が42.1%と最も多く、つづいて「どちらでもない」が32.3%、「濃い」が24.9%となっている。前回調査と比較してみると、大きな変化はみられない。

(23) 健康状態に気をつけて食事をしているか

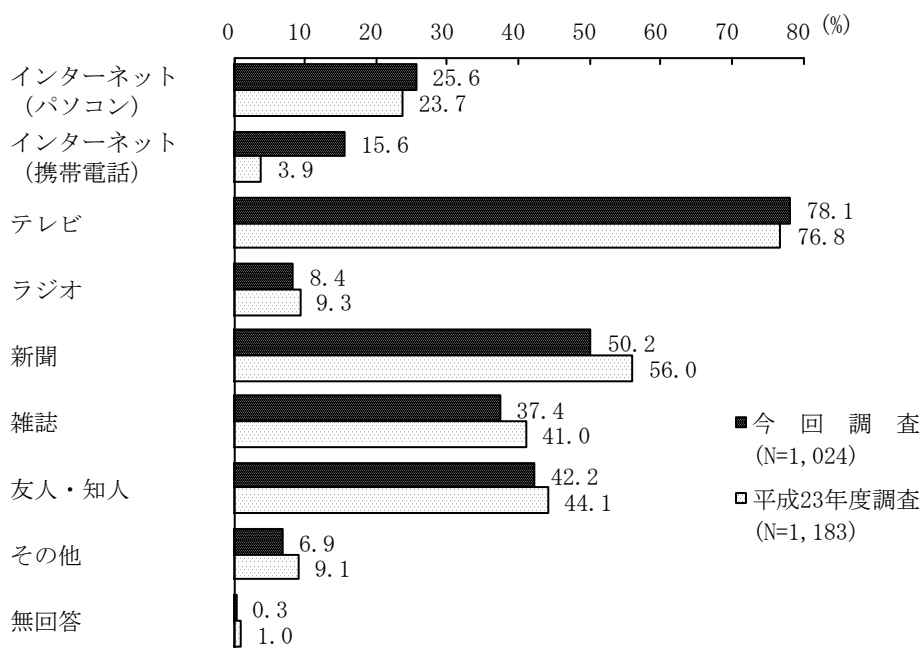
問 25. あなたはふだん、自分や家族の健康状態に気をつけて食事をしていると思いますか。
次の中からあてはまる番号を1つ選んで○をつけてください。



ふだん健康に気をつけて食事をしているかどうか聞いたところ、『あてはまる』（「あてはまる」+「ややあてはまる」）と答えた者の割合は78.3%で、『あてはまらない』（「あまりあてはまらない」+「あてはまらない」）と答えた者の割合は5.2%だった。前回調査と比較してみると、『あてはまる』が4ポイント増えている。

(24) 食品に関する情報の入手方法

問 26. あなたが食品に関する情報を入手する方法はなんですか。
次の中からあてはまる番号をいくつでも選んで○をつけてください。



食品に関する情報を入手する方法を聞いたところ、「テレビ」と答えた者の割合が78.1%と最も多く、つづいて「新聞」が50.2%、「友人・知人」が42.2%、「雑誌」が37.4%、「インターネット (パソコン)」が25.6%、「インターネット (携帯電話)」が15.6%となっている。前回調査と比較してみると、「新聞」が6ポイント、「雑誌」が4ポイント、「友人・知人」が2ポイント減っており、「インターネット (パソコン)」が2ポイント、「インターネット (携帯電話)」が12ポイント増えている。

IV. 付 録 (調 査 票)

「塩」の購入や消費についてのアンケート

この調査でご回答をお願いしたい方は、
ご家族の中で、「塩」を購入したり使用することの最も多い方です。

- ① ご記入は、最初のページから順番にお答えください。
- ② 質問は、基本的に複数の選択肢の中から、お考えや印象に最も近いものを選んでいただく「選択式」で構成されています。また、具体的な数字や文字をご記入いただく質問もあります。
- ③ 各質問の右側に記してある⑤⑥…などの数字は、データ処理上の番号ですから、気になさらないでご回答ください。
- ④ ご記入が終わりましたら、今一度記入漏れ等をご確認の上、同封の返信用封筒（切手は不要です）にて **12月12日（金）** までにご投函ください。
- ⑤ アンケートにご協力いただいた方には、後日 500 円相当の「図書カード」を漏れなく郵送させていただきます。

* お答えいただいた結果はすべて統計的に処理を行い、個人情報が入ることは一切ございません。この結果を研究以外の目的で使用することは決してありませんので、ご安心のうえアンケートにご協力くださいますようお願いいたします。

平成 26 年 11 月

(調査実施・お問合せ先)

〒104-0061 東京都中央区銀座 6-16-12
一般社団法人 中央調査社
0120-48-5351 (フリーダイヤル)
(平日 9 時～17 時)
ホームページ (<http://www.crs.or.jp>)

(調査企画)

公益財団法人 塩事業センター
〒140-0014 東京都品川区大井 1-47-1
03-5743-7713

はじめに、「塩」に対するご関心について伺います。

問1. あなたは、「塩」を選ぶときや使うときにこだわりがある方だと思いますか。次の中からあなたのお考えに最も近いものを1つ選んで○をつけてください。

- | | | | |
|-------|------|-------|------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| かなりある | ややある | あまりない | 全くない |

問2. あなたは、「塩」を買うときに次のことをどの程度重視しますか。

(A) まず、表示についてはどうでしょうか。(ア)～(ク)それぞれの項目について、あなたのお考えに最も近い番号を1つ選んで○をつけてください。

(A) 表示について	非常に重視する	やや重視する	あまり重視しない	全く重視しない
(ア) 商品名 _____→	1	2	3	4
(イ) 価格 _____→	1	2	3	4
(ウ) 原産国 (原産地) _____→	1	2	3	4
(エ) 製造方法 _____→	1	2	3	4
(オ) 製造者 (販売者) _____→	1	2	3	4
(カ) 成分 _____→	1	2	3	4
(キ) キャッチコピー _____→	1	2	3	4
(ク) 公正マーク _____→	1	2	3	4

(B) 次に、内容については、どうでしょうか。(ア)～(コ)それぞれの項目について、あなたのお考えに最も近い番号を1つ選んで○をつけてください。

(B) 内容について	非常に重視する	やや重視する	あまり重視しない	全く重視しない
(ア) 塩の純度 _____→	1	2	3	4
(イ) にがりの量 _____→	1	2	3	4
(ウ) しっとりしている _____→	1	2	3	4
(エ) さらさらしている _____→	1	2	3	4
(オ) 塩の粒の大きさ _____→	1	2	3	4
(カ) 塩の粒の形 _____→	1	2	3	4
(キ) 添加物の有無 _____→	1	2	3	4
(ク) 添加物の種類 _____→	1	2	3	4
(ケ) 塩の色 _____→	1	2	3	4
(コ) 塩の味 _____→	1	2	3	4

(C) それでは、以下についてはどうでしょうか。2ページと同様に(ア)～(エ)それぞれの項目について、あなたのお考えに最も近い番号を1つ選んで○をつけてください。

(C) 以下について	非常に重視する	やや重視する	あまり重視しない	全く重視しない
(ア)容器の形状 \longrightarrow	1	2	3	4
(イ)容器の素材 \longrightarrow	1	2	3	4
(ウ)容量 \longrightarrow	1	2	3	4
(エ)パッケージデザイン	1	2	3	4

次に、ご家庭で実際に購入する「塩」についてお伺いします。

お手元にお使いの塩をご用意して質問にお答えください。

問3. 現在、ご家庭で何種類の塩を使われていますか。次の中からあてはまる番号を1つ選んで○をつけてください。

1 1種類 2 2種類 3 3種類 4 4種類以上

問4. ご家庭では、以下のような料理を作るときに、どのような「塩」をお使いですか。(ア)～(ク)それぞれの項目について、まず(1)料理の頻度に○をつけてください。「しない」以外を選んだ方は、(2)にがり、(3)水分、(4)粒、(5)添加物について、それぞれ「1」か「2」を選んでください。

	(1) 以下の料理を				(2) にがり		(3) 水分		(4) 粒		(5) 添加物	
	しない	たまにはする	よくする	非常によくする	多い	少ない	さらさら	しっとり	粒が大きい	粒が小さい	添加物入り	無添加
(ア)つけもの(浅漬け) \longrightarrow	1	2	3	4	1	2	1	2	1	2	1	2
(イ)つけもの(長期漬け) \longrightarrow	1	2	3	4	1	2	1	2	1	2	1	2
(ウ)ゆで物 \longrightarrow	1	2	3	4	1	2	1	2	1	2	1	2
(エ)炒め物 \longrightarrow	1	2	3	4	1	2	1	2	1	2	1	2
(オ)煮物 \longrightarrow	1	2	3	4	1	2	1	2	1	2	1	2
(カ)焼き物 \longrightarrow	1	2	3	4	1	2	1	2	1	2	1	2
(キ)食材の下味 \longrightarrow	1	2	3	4	1	2	1	2	1	2	1	2
(ク)食卓でのふりかけ・つけ塩	1	2	3	4	1	2	1	2	1	2	1	2

問5. ご家庭で、「塩」を購入する際にきっかけとなることはどういったものですか。
次の中からあてはまる番号をすべて選んで○をつけてください。

- | | |
|--------------|------------------|
| 1 値段が安い | 10 袋・容器が保存に便利 |
| 2 品質が安心 | 11 近所にこれしか売っていない |
| 3 味がよい | 12 昔から使っている |
| 4 健康によい | 13 産地がはっきりしている |
| 5 さらにしている | 14 なんとなく・試しに |
| 6 しっとりしている | 15 公正マークがついている |
| 7 とけやすい | 16 その他 |
| 8 容量がちょうどよい | (具体的に：) |
| 9 袋・容器が使いやすい | |

塩に関する表示についてお伺いします。

各質問についてどちらかを選んで○をつけてください。

問6-1. あなたは右のマークを見たことがありますか。

- | | |
|----|----|
| 1 | 2 |
| ある | ない |



問6-2. このマークが何のマークか知っていますか。

- | | |
|-------|------|
| 1 | 2 |
| 知っている | 知らない |

問6-3. このマークの意味を知りたいと思いますか。

- | | |
|----|------|
| 1 | 2 |
| 思う | 思わない |

問6-4. 塩にこのマークが付いていたら何のマークか気になりますか。

- | | |
|------|--------|
| 1 | 2 |
| 気になる | 気にならない |

問7. ご家庭で、「塩」を保存する方法をお答えください。次の中からあてはまる番号をすべて選んで○をつけてください。

- 1 買った袋・容器のまま
- 2 保存用の容器に詰め替える
- 3 卓上用の振り出し容器に詰め替える
- 4 一度に使い切るので保存しない
- 5 その他 (具体的に：)

問8. ご家庭で、最近1年間に購入した「塩」についてお答えください。

最も多く購入した「塩」の順番に、(ア)内容量、(イ)1年間に購入した個数、(ウ)つかいみち、(エ)性質、(オ)購入場所、(カ)購入理由、(キ)満足度をそれぞれについてお答えください。

内容量、個数は四角の中に数字で、つかいみち、性質、購入理由はあてはまる番号すべてに○をつけて、満足度は1から5で最高を5としてお答えください。

	(ア) 内容量	(イ) 年間購 入個数	(ウ) つかいみち (○はいくつでも)	(エ) 性質 (○はいくつでも)	(オ) 購入 場所	(カ) 購入理由 (○はいくつでも)	(キ) 満足度
1 番多く 購入した 塩	<input type="text"/> g 入りを	1年間で <input type="text"/> 個 買った	1 台所で調理 するため 2 食卓で使用 するため 3 つけもの用 4 洗濯機、浄水器 などの電化製 品用 5 その他 (具体的：)	1 さらさら 2 しっとり 3 粒が大きい 4 粒が小さい 5 にがり入り	1スーパー マーケット 2コンビニエ ンスストア 3薬局・ドラッ グストア 4ホームセン ター・ディス カウントス トア 5一般販売店 (酒屋・ 食料品店)	1 値段が安い 2 品質が安心 3 味がよい 4 健康によい 5 さらさらしている 6 しっとりしている 7 とけやすい 8 容量がちょうどよい 9 袋・容器が使いやすい 10 袋・容器が保存に便利 11 近所にこれしか売っていない 12 昔から使っている 13 産地がはっきりしている 14 なんとなく・試しに 15 公正マークがついている 16 その他()	1 2 3 (普通) 4 5 (最高)
2 番目に多く 購入した 塩	<input type="text"/> g 入りを	1年間で <input type="text"/> 個 買った	1 台所で調理 するため 2 食卓で使用 するため 3 つけもの用 4 洗濯機、浄水器 などの電化 製品用 5 その他 (具体的：)	1 さらさら 2 しっとり 3 粒が大きい 4 粒が小さい 5 にがり入り	1スーパー マーケット 2コンビニエ ンスストア 3薬局・ドラッ グストア 4ホームセン ター・ディス カウントス トア 5一般販売店 (酒屋・ 食料品店)	1 値段が安い 2 品質が安心 3 味がよい 4 健康によい 5 さらさらしている 6 しっとりしている 7 とけやすい 8 容量がちょうどよい 9 袋・容器が使いやすい 10 袋・容器が保存に便利 11 近所にこれしか売っていない 12 昔から使っている 13 産地がはっきりしている 14 なんとなく・試しに 15 公正マークがついている 16 その他()	1 2 3 (普通) 4 5 (最高)
3 番目に多く 購入した 塩	<input type="text"/> g 入りを	1年間で <input type="text"/> 個 買った	1 台所で調理 するため 2 食卓で使用 するため 3 つけもの用 4 洗濯機、浄水器 などの電化 製品用 5 その他 (具体的：)	1 さらさら 2 しっとり 3 粒が大きい 4 粒が小さい 5 にがり入り	1スーパー マーケット 2コンビニエ ンスストア 3薬局・ドラッ グストア 4ホームセン ター・ディス カウントス トア 5一般販売店 (酒屋・ 食料品店)	1 値段が安い 2 品質が安心 3 味がよい 4 健康によい 5 さらさらしている 6 しっとりしている 7 とけやすい 8 容量がちょうどよい 9 袋・容器が使いやすい 10 袋・容器が保存に便利 11 近所にこれしか売っていない 12 昔から使っている 13 産地がはっきりしている 14 なんとなく・試しに 15 公正マークがついている 16 その他()	1 2 3 (普通) 4 5 (最高)

問9. ご家庭では、つけものを食べますか。次の中であてはまる番号を1つ選んで○をつけてください。

- | | | | |
|-------------------|---------------------|---------------------|--------------------|
| 1
よく食べる | 2
ときどき食べる | 3
あまり食べない | 4
全く食べない |
|-------------------|---------------------|---------------------|--------------------|

問10. ご家庭では、つけものを作りますか。次の中であてはまる番号を1つ選んで○をつけてください。

- | | | | |
|------------------|--------------------|---------------------|--------------------|
| 1
よく作る | 2
ときどき作る | 3
あまり作らない | 4
全く作らない |
|------------------|--------------------|---------------------|--------------------|

問11へ

【問10で、「1 よく作る」「2 ときどき作る」と答えた方にお伺いします。】

付問1. ご家庭では、どのようなつけものを作りますか。次の中からあてはまるものをすべて選んで○をつけてください。

- | | |
|----------------------------|---|
| 1 一夜漬け、浅漬け | 5 らっきょう漬け |
| 2 なす、きゅうりなどのぬか漬け | 6 たくあん漬け |
| 3 白菜漬け（一夜漬け、浅漬けを除く） | 7 うり漬け |
| 4 梅干 | 8 その他（具体的に： ） |

付問2. つけものに使う「塩」はどのような理由で選んでいますか。次の中からあてはまる番号をすべて選んで○をつけてください。

- | | |
|--------------------|---|
| 1 使い勝手がいい | 5 成分表示を見て |
| 2 価格が安い | 6 レシピに書いてある塩 |
| 3 以前から使っている | 7 その他（具体的に： ） |
| 4 家にある | |

付問3. つけものを作るときには、どのような「塩」が使い勝手がいいと思いますか。次の中からあてはまる番号をすべて選んで○をつけてください。

- | | |
|-------------------|---|
| 1 さらさらしている | 4 粒が大きい |
| 2 しっとりしている | 5 粒が小さい |
| 3 溶けやすい | 6 その他（具体的に： ） |

食品の購入についてのご意見をお伺いします。

【全員の方へ】

問11. 食品を購入する際にきっかけとなることはどういったものですか。次の中からあてはまる番号をすべて選んで○をつけてください。

- | | |
|---------------------|--|
| 1 値段が安い | 7 袋・容器が保存に便利 |
| 2 品質が安心 | 8 近所にこれしか売っていない |
| 3 味がよい | 9 昔から使っている |
| 4 健康によい | 10 産地がはっきりしている |
| 5 容量がちょうどよい | 11 なんとなく・試しに |
| 6 袋・容器が使いやすい | 12 その他（具体的に： ） |

問 20. あなたのご家庭の食費は、外食費を含まないで、月にいくらぐらいですか。

約 万 千円

問 21. あなたのご家庭でよく作る食事は何ですか。あてはまる番号をいくつでも選んで○をつけて下さい。

- | | | |
|----------|------------|-------------|
| 1 和食・麺類 | 6 洋食・麺類 | 11 中華料理・炒め物 |
| 2 和食・揚げ物 | 7 洋食・肉料理 | 12 中華料理・ご飯物 |
| 3 和食・焼き物 | 8 洋食・魚料理 | 13 その他 () |
| 4 和食・煮物 | 9 洋食・ご飯物 | |
| 5 和食・炒め物 | 10 中華料理・麺類 | |

問 22. あなたのご家庭で作る食事の味付けでよく使う調味料はなんですか。あてはまる番号をいくつでも選んで○をつけて下さい。

- | | | |
|------|---------|-----------|
| 1 醤油 | 4 味噌 | 7 ケチャップ |
| 2 砂糖 | 5 ソース | 8 酢 |
| 3 塩 | 6 マヨネーズ | 9 その他 () |

問 23. あなたのご家庭ではどのような味付けが好みですか。あてはまる番号をいくつでも選んで○をつけて下さい。

- | | | |
|------|---------|------------|
| 1 甘い | 3 すっぱい | 5 甘辛い |
| 2 辛い | 4 しよっぱい | 6 どれともいえない |

問 24. あなたのご家庭ではどのような味付けが多いと思いますか。次の中からあてはまる番号を1つ選んで○をつけてください。

- | | | |
|------|------|-----------|
| 1 濃い | 2 薄い | 3 どちらでもない |
|------|------|-----------|

問 25. あなたはふだん、自分や家族の健康状態に気をつけて食事をしていると思いますか。次の中からあてはまる番号を1つ選んで○をつけてください。

- | | | | | |
|-------|---------|-----------|------------|---------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| あてはまる | ややあてはまる | どちらともいえない | あまりあてはまらない | あてはまらない |

問 26. あなたが食品に関する情報を入手する方法はなんですか。次の中からあてはまる番号をいくつでも選んで○をつけてください。

- | | | | |
|------------------|-----------|---------|------------------|
| 1 インターネット (パソコン) | 4 ラジオ | 7 友人・知人 | 2 インターネット (携帯電話) |
| 5 新聞 | 8 その他 () | | |
| 3 テレビ | 6 雑誌 | | |

以上で質問を終わります。

ご協力いただき、大変ありがとうございました。

最後に、質問票を返信用封筒に入れて、**12月12日(金)まで**にご投函くださいますようお願い申し上げます。

※塩の「公正マーク」について

このマークは食用塩の表示に関する公正競争規約に基づき、製造方法等の表示が適正な商品につけられています。

