

塩の利用に関するアンケート調査結果

眞壁優美, 鴨志田智之

A survey on People's Attitudes Toward Select and Use of Edible Salt

Yumi MAKABE and Tomoyuki KAMOSHIDA

1. 緒言

市販塩のパッケージには、商品が特定の調理に向いているという記述がされている場合がある¹⁾。また、書籍およびインターネット上には、料理人、飲食店および販売店などによる調理における塩の使い分けについての情報が見られる²⁾。しかし、一般消費者が実際にどのような基準で塩を選び、調理においてどのような塩を使用しているかについて詳細に調査されたデータは見られない。そこで、一般消費者を対象に購入時の塩の選択および調理における用途ごとに使用される塩の特徴に関して、詳細に調査することを目的としてアンケートを実施した。

2. 方法

2.1 アンケート方法

2008年7月～11月に小田原市近郊の消費者544名に対し、購入時の塩の選択、調理における塩の利用方法についてアンケートを実施した。アンケートでは、以下に示す項目について、選択形式で回答して頂いた。

(1) 個人の属性

- ・性別：男性，女性
- ・年代：10代，20代，30代，40代，50代，60代，70代以上
- ・塩へのこだわりの程度：かなりある，ほどほどにある，さほどない，全くない

(2) 購入時の塩の選択基準（複数回答可）

- ・表示：商品名，価格，容量，原産国（原産地），製造方法，製造者，成分表示
- ・中身：塩化ナトリウムの量，にがりの量，しっとりしている，さらさらしている，塩の粒の大きさ，塩の粒の形，添加物の有無，添加物の種類，塩の色，塩の味
- ・容器・包装袋：形状，素材，パッケージデザイン，キャッチコピー
- ・その他：いつも使っている，CM等で知っている

(3) 使用している塩の商品数

1種類，2種類，3種類，4種類以上

(4) 用途別の塩の特徴（複数回答可）

用途別に使用する塩の特徴について選択していただいた。用途および塩の特徴は、以下に示す。

- ・用途：食卓用，調理用（ゆで物，炒め物，煮物，焼き物，下味），漬物用（浅漬け，長期漬け）
- ・塩の特性：にがりの量が少ない塩・多い塩，さらさらしている塩・しっとりしている塩，粒が小さい塩・大きい塩，無添加の塩・添加物入りの塩

2.2 解析方法

塩へのこだわりの程度と購入時の塩の選択基準，および用途別に使用する塩の特性との関係について整理し，解析した。塩へのこだわりの程度については、「かなりある」「ほどほどにある」と回答した人をこだわりありグループ、「さほどない」「全くない」と回答した人をこだわりなしグループとした。

3. 結果および考察

3.1 個人の属性

性別，年代構成，塩へのこだわりの程度の集計値を **Tables 1～3** に，性別のこだわりの程度の割合を **Table 4** に，年代別のこだわりの程度の割合を **Table 5** に示す。

全544件のうち，こだわりの程度について未記入の回答が36件あり，集計可能な有効回答率は93.4%であった。女性は，男性と比較してこだわりありグループの割合が高く，また，年代が高い方がこだわりありグループの割合が高くなる傾向があった。

3.2 購入時の商品選択基準

3.2.1 表示

Fig. 1 に，表示に関する事項におけるこだわりの程度別の回答率を示す。全体としては，「原

Table 1 性別

	人数(人)
男性	130
女性	301
未記入	113
合計	544

Table 2 年代構成

	人数(人)
10代	3
20代	17
30代	82
40代	82
50代	51
60代	144
70代以上	160
未記入	5
合計	544

Table 3 こだわりの程度

	人数(人)
かなりある	51
ほどほどにある	257
さほどない	167
全くない	33
未記入	36
合計	544

Table 4 性別のこだわりの程度の割合

	こだわりあり*1(%)	こだわりなし*2(%)
男性	41.5	53.0
女性	64.4	28.9

*1 こだわりの程度が「かなりある」, 「ほどほどにある」と回答した人

*2 こだわりの程度が「さほどない」, 「全くない」と回答した人

Table 5 年代別のこだわりの程度の割合

	こだわりあり*1(%)	こだわりなし*2(%)
20代	29.4	52.9
30代	48.8	45.1
40代	64.6	34.1
50代	68.6	27.5
60代	61.1	34.7
70代以上	53.1	37.5

*1 こだわりの程度が「かなりある」, 「ほどほどにある」と回答した人

*2 こだわりの程度が「さほどない」, 「全くない」と回答した人

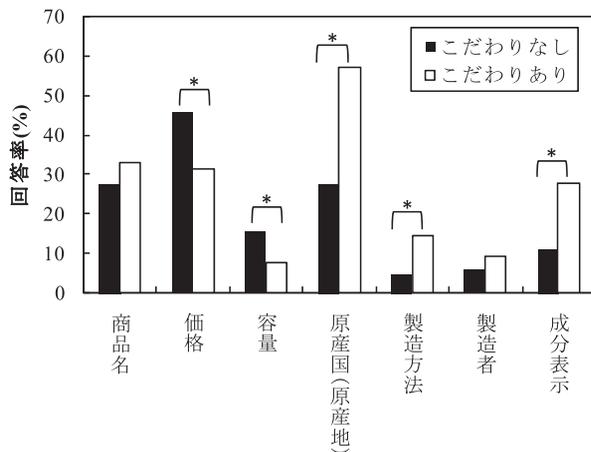


Fig. 1 表示に関する事項の回答率
*1%の有意水準で有意差あり

産国(原産地)」「価格」「商品名」の回答率が高かった。

こだわりなしグループは、こだわりありグループと比較して「価格」「容量」に、こだわりありグループは、こだわりなしグループと比較して「原産国(原産地)」「製造方法」「成分表示」に関心が高いことがわかった。

3.2.2 中身

Fig. 2 に、中身に関する事項におけるこだわりの程度別の回答率を示す。全体としては、「添加物の有無」「さらさらしている」の回答率が高かった。

こだわりなしグループは、こだわりありグループと比較して「さらさらしている」に、こだわりありグループは、こだわりなしグループと比較して「にがりの量」「添加物の有無」「添加物の種類」に関心が高いことがわかった。

3.2.3 容器・包装袋

Fig. 3 に、容器・包装袋に関する事項におけるこだわりの程度別の回答率を示す。全体としては、「素材」の回答率が高かった。

こだわりありグループは、こだわりなしグループと比較して「素材」に関心が高いことがわかった。

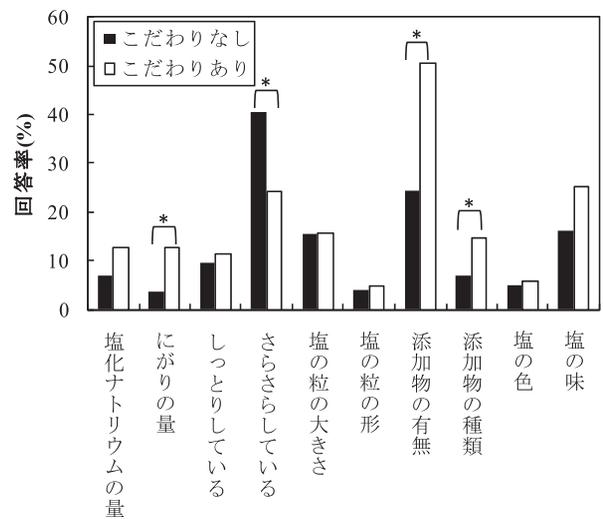


Fig. 2 中身に関する事項の回答率
*1%の有意水準で有意差あり

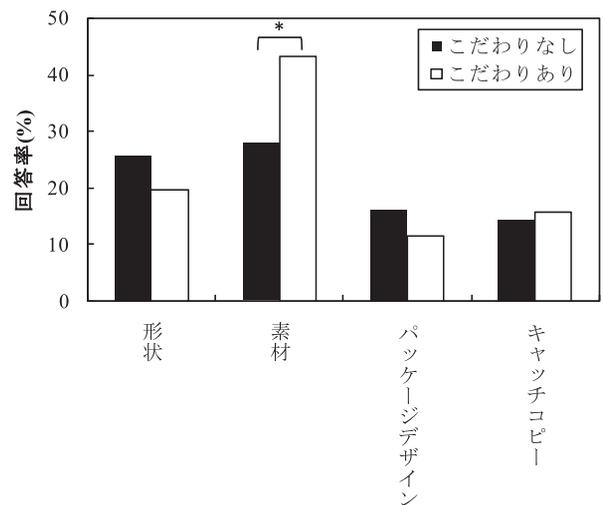


Fig. 3 包装・容器に関する事項の回答率
*1%の有意水準で有意差あり

3.2.4 その他

Fig. 4 に、その他の事項におけるこだわりの程度別の回答率を示す。全体としては、「いつも使っている」の回答率が高く、こだわりの程度による回答率の違いは見られなかった。

以上の結果より、購入時の塩の選択基準は、塩へのこだわりの程度によって異なり、こだわりなしグループでは、主に「いつも使っている」「価格」「さらさらしている」、こだわりありグループでは、主に「原産国(原産地)」「添加物の有無」「いつも使っている」が選択基準であることがわかった。

3.3 使用している塩の商品数

Fig. 5 に、使用している塩の商品数のこだわりの程度別の回答率を示す。全体としては、2種類が最も多かった。こだわりがあるグループは、こだわりなしグループと比較して使用している商品数が多くなる傾向が見られた。

3.4 用途別の塩の特徴

Figs. 6 ~ 8 に、食卓用、調理用、漬物用に使われる塩の特徴を示す。いずれの用途においても、こだわりありグ

ループは、こだわりなしグループと比較して「無添加の塩」の回答率が高かった。また、調理用と漬物用においては、有意差はなかったが、いずれの用途についてもこだわりありグループは、こだわりなしグループと比較して「さらさらしている塩」の回答率が低くなる傾向が見られた。以下に、用途別に塩の特徴について記す。

3.4.1 食卓用

食卓用では、「さらさらしている塩」の回答率が最も高かった。「さらさらしている塩」、「無添加の塩」以外については、こだわりの程度による回答率の違いはなかった。

3.4.2 調理用

いずれの調理法においても「さらさらしている塩」の回答率が最も高かった。また、煮物用については、焼き物用や炒め物用と比較して「しっとりしている塩」の回答率が高かった。下味用については、こだわりありグループは、こだわりなしグループと比較して「にがりの量が少ない塩」の回答率が高かった。

3.4.3 漬物用

浅漬け用については、「さらさらしている塩」「しっとりしている塩」の回答率が高く、長期漬け用については、「しっとりしている塩」「粒が大きい塩」の回答率が高かった。

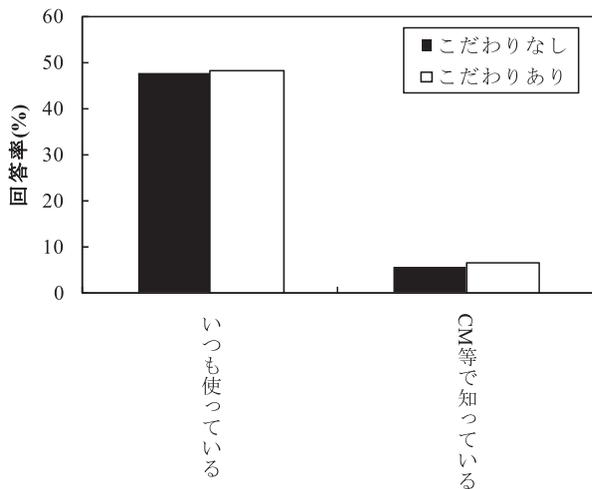


Fig. 4 その他の事項の回答率

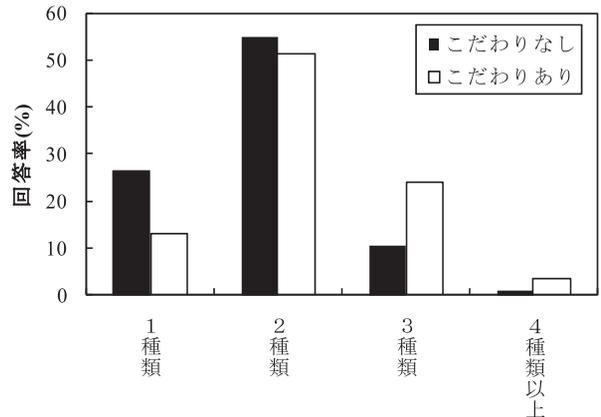


Fig. 5 使用している塩の商品数

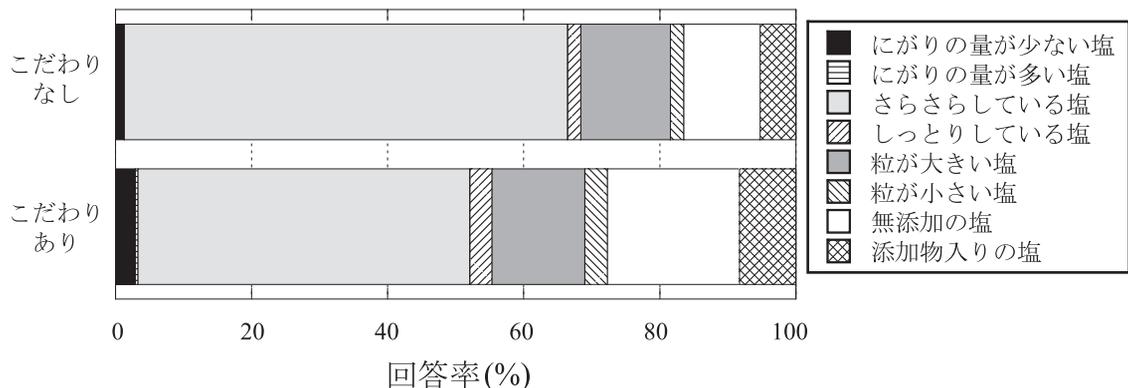


Fig. 6 食卓用に使われる塩の特徴

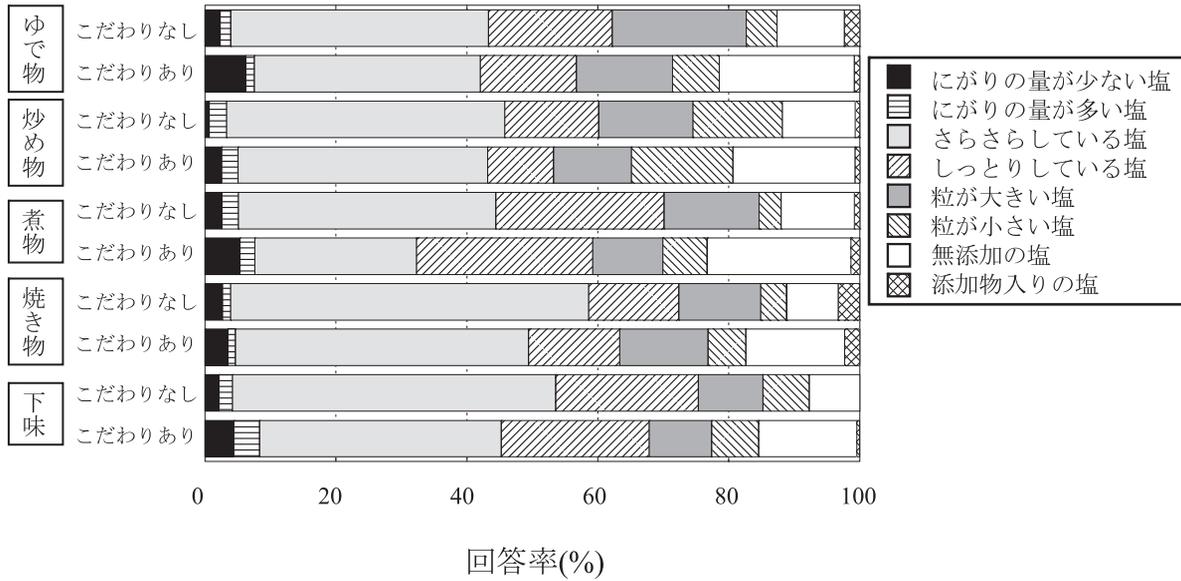


Fig. 7 調理用に使われる塩の特徴

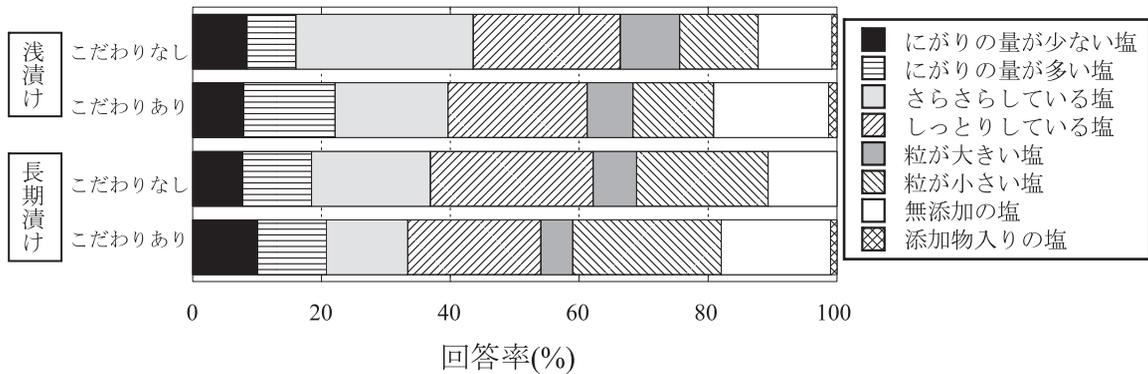


Fig. 8 漬物用に使われる塩の特徴

また、漬物用の塩は、食卓用および調理用の塩と比較して「にがりの量が多い塩」の回答率が高く、「さらさらした塩」の回答率が低くなる傾向が見られた。浅漬け用については、こだわりありグループは、こだわりなしグループと比較して「にがりの量が多い塩」の回答率が高かった。

以上の結果より、食卓用および調理用には、「さらさらしている塩」が主に使用されていた。漬物用では、食卓用や調理用と異なり、「さらさらしている塩」の使用割合が少なくなり、「にがりの量が多い塩」や「粒が大きい塩」の使用割合が高くなった。こだわりありグループは、「無添加の塩」の回答率が高くなり、「さらさらしている塩」の回答率が低くなる傾向が見られたが、それ以外の項目については、こだわりの程度による違いはあまり見られなかった。

4. 結 言

一般消費者を対象に購入時の塩の選択および用途ごとに

使用される塩の特徴に関するアンケートを実施した。

家庭では、2種類程度の塩が使用されており、購入時の塩の選択基準は、塩へのこだわりの程度によって主に塩の表示や中身に関する事項において異なることがわかった。

用途ごとに使用される塩の特徴については、塩へのこだわりの程度により添加物の有無に関しては回答率に違いは見られたが、にがりの量、粒径、流動性に関しては回答率に違いは見られなかった。また、食卓用、調理用に使われる塩と漬物用に使われる塩の特徴は互いに異なった。本アンケートでは、家庭においても用途により塩を使い分けていることが確認された。

引用文献

- 1) 財団法人塩事業センター，“市販食用塩データブック” 財団法人塩事業センター（2004）
- 2) 玉井恵，“塩とニガリがよくわかる本”，東京書籍，pp.144-208（2004）