

「小売店で販売される塩の 実態に関する調査」

平成 16 年 9 月

財団法人 塩事業センター

～ 目 次 ～

I.	調査の概要	1
II.	塩の使用率、小売店からの購入率	3
III.	小売店から購入される塩の市場規模	5
IV.	1事業所当の小売店からの購入数量	6
V.	小売店から購入する理由	7
VI.	小売店からの購入の仕方	8
VII.	購入ルート	9
VIII.	小売店で購入する銘柄を決めているか	10
IX.	小売店で購入した塩の用途	11

I. 調査の概要

- ◎ 小売店で販売される塩のうち、家庭用以外のものの実態を明らかにすることを目的
- ◎ 小売店から塩を購入している可能性がある 10 業種の事業所から、8,000 サンプルを無作為抽出
- ◎ 8,000 サンプル中 2,416 件の回答を回収

今回実施した「小売店で販売される塩の実態に関する調査」の概要は、以下のとおりである。

- ・ 調査の目的：小売店で販売される塩のうち、一般家庭で消費されるもの（「家庭用」）以外のものの実態を明らかにすること（※）

（注）家庭用の塩については、別途、『家庭用塩の消費実態に関する調査』を実施

- ・ 調査対象：小売店から塩を購入している可能性があると予想された、表 1 の 10 業種の事業所（全 1,323 千事業所）

表 1 調査対象業種、内訳及び事業所数

業 種	内 訳	事業所数
食 品 製 造 業	畜産食料品製造業、水産食料品製造業、漬物・缶詰等製造業、調味料製造業、パン・菓子製造業、その他の食料品製造業	55,545
食 品 卸 売 業	食肉卸売業、生鮮魚介卸売業	19,405
食 品 小 売 業	食肉小売業、鮮魚小売業、菓子・パン小売業、料理品小売業	192,791
一 般 飲 食 店	一般食堂、日本料理店、西洋料理店、中華料理店、焼肉店、東洋料理店、そば・うどん店、すし店、喫茶店、お好み焼き店	429,408
遊 興 飲 食 店	料亭、バー・キャバレー・ナイトクラブ、酒場・ビヤホール	351,865
旅 館	旅館	56,824
洗 濯 業	洗濯業	86,036
医 療 業	病院、一般診療所	81,257
福 祉 業	老人福祉事業、障害者福祉事業	16,423
学 校	小学校、中学校	33,860
10 業種計	—	1,323,414

（注）1 業種の分類及び内訳は「事業所・企業統計調査」（総務省）に基づくが、名称は適宜省略、変更した。

2 事業所数は、平成 13 年 10 月 1 日現在。

3 学校のみ「公営事業所（公立校）」数、他は「民営事業所」数。

4 「事業所・企業統計調査」は「個人経営の農林漁家」を調査対象としていないため、「水産食料品製造業」、「漬物・缶詰等製造業」等には、個人経営の農林漁家を含まない。

- サンプルの抽出：「事業所・企業統計調査」に基づく「事業所名簿」から、表2のとおり計8,000サンプルを無作為抽出
- 調査方法：郵送調査
- 実施時期：平成15年11月に調査票を郵送、平成16年1月にかけて回収
- 回収状況：表2のとおり、8,000サンプル中2,416件の回答を回収

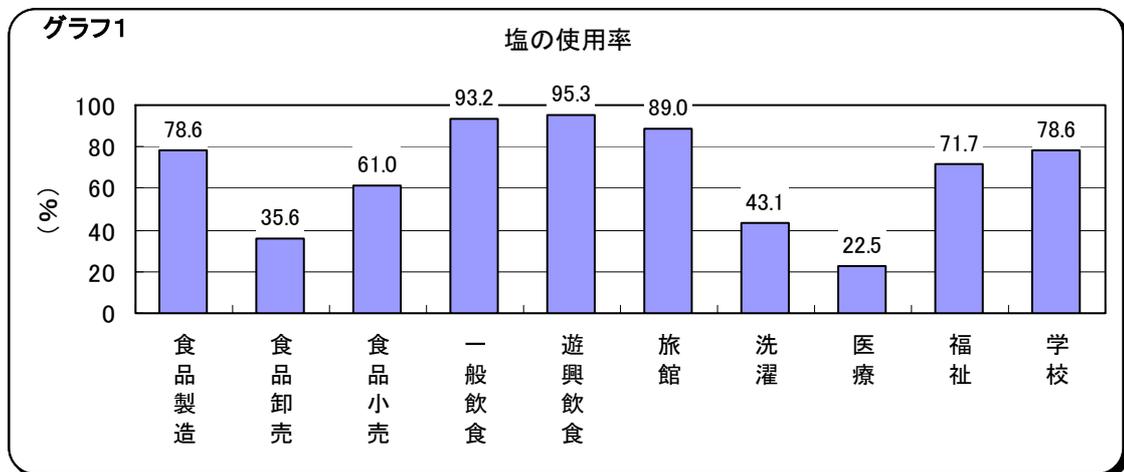
表2 抽出サンプル数、回収数及び回収率

業種	抽出 サンプル数	回収数	回収率
食品製造業	1,220	386	31.6%
食品卸売業	260	106	40.8%
食品小売業	1,090	319	29.3%
一般飲食店	2,750	771	28.0%
遊興飲食店	730	172	23.6%
旅館	320	100	31.3%
洗濯業	160	65	40.6%
医療業	340	77	22.6%
福祉業	490	151	30.8%
学校	640	269	42.0%
10業種計	8,000	2,416	30.2%

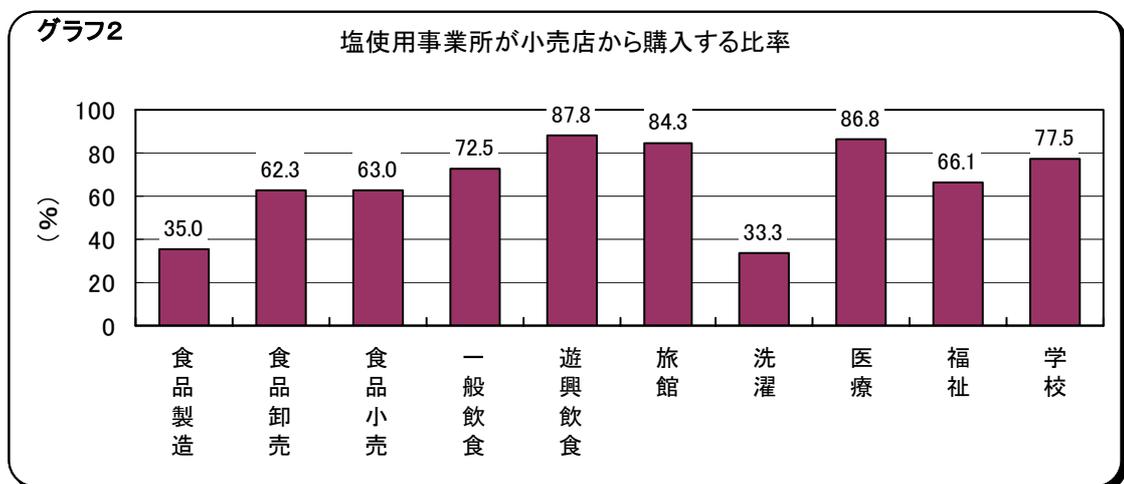
II. 塩の使用率、小売店からの購入率

- ◎ 塩の使用率は、「遊興飲食店」、「一般飲食店」及び「旅館」で最も高い
- ◎ 塩を使用する事業所が小売店から購入する比率は、「遊興飲食店」、「医療業」及び「旅館」で最も高い
- ◎ 10業種計の、小売店から塩を購入している事業所数は776千事業所。うち「遊興飲食店」及び「一般飲食店」が75%を占める

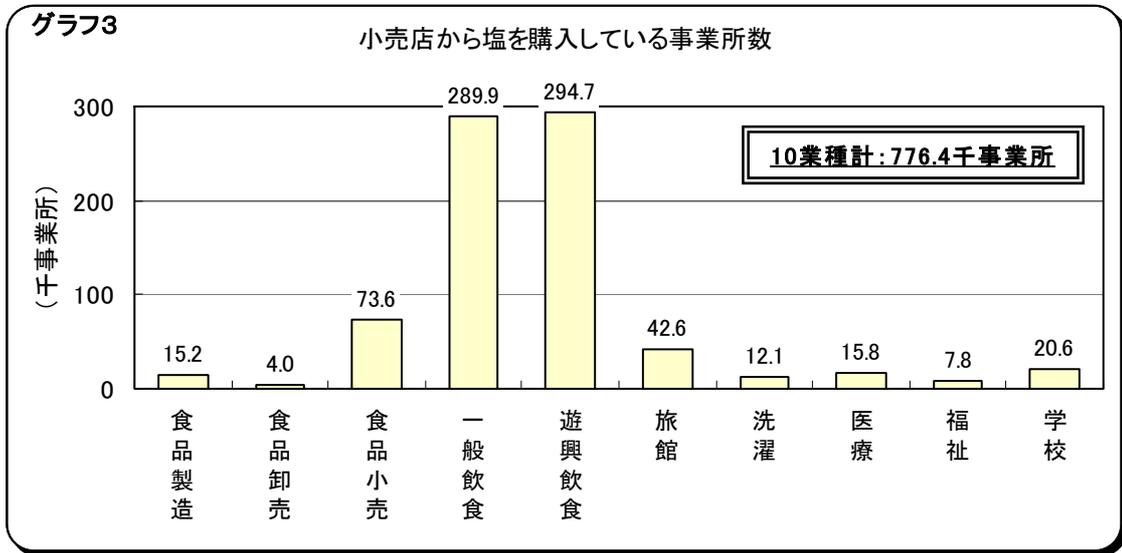
業種別に、塩を使用している事業所の比率（小売店から購入しているかどうかを問わない）を示すとグラフ1のとおりであり、「遊興飲食店」、「一般飲食店」及び「旅館」が約90%以上と最も高く、一方「医療業」、「食品卸売業」及び「洗濯業」は50%未満と最も低い。



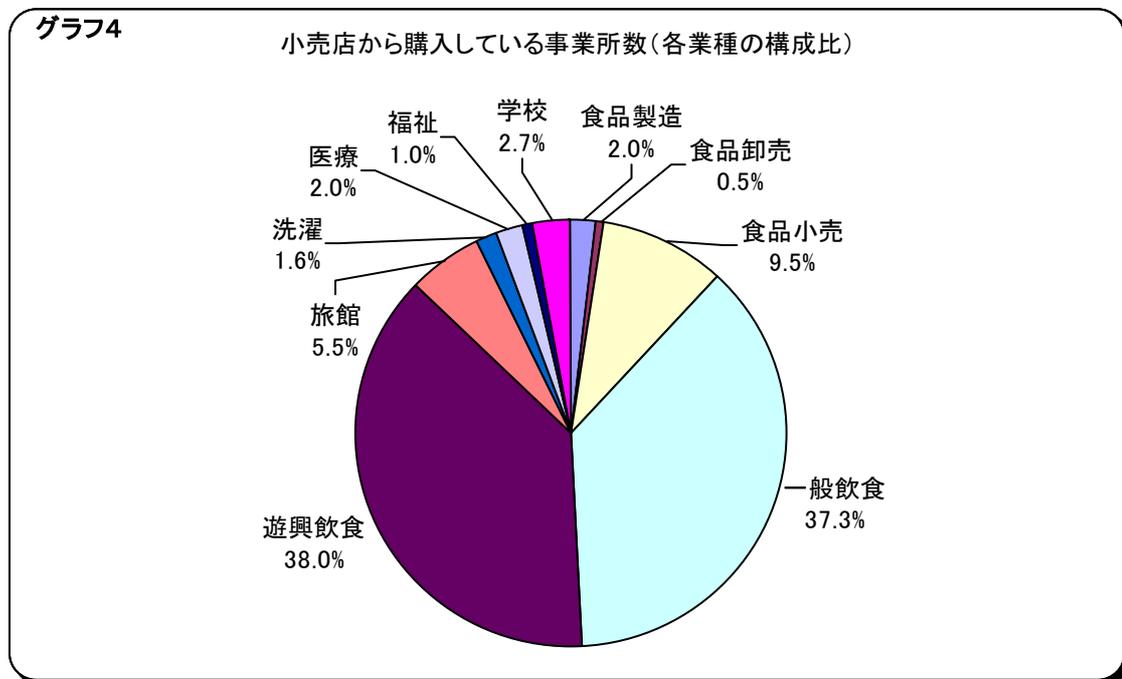
次に、塩を使用している事業所のうち小売店から購入しているものの比率を示すとグラフ2のとおりであり、「遊興飲食店」、「医療業」及び「旅館」が80%以上と最も高く、一方「洗濯業」及び「食品製造業」は40%未満と最も低い。



Iで示した事業所数、並びに塩の使用率及び小売店から購入する比率から、各業種の小売店から塩を購入している事業所数を推定するとグラフ3のとおりであり、「遊興飲食店」及び「一般飲食店」が約300千事業所と最も多い。



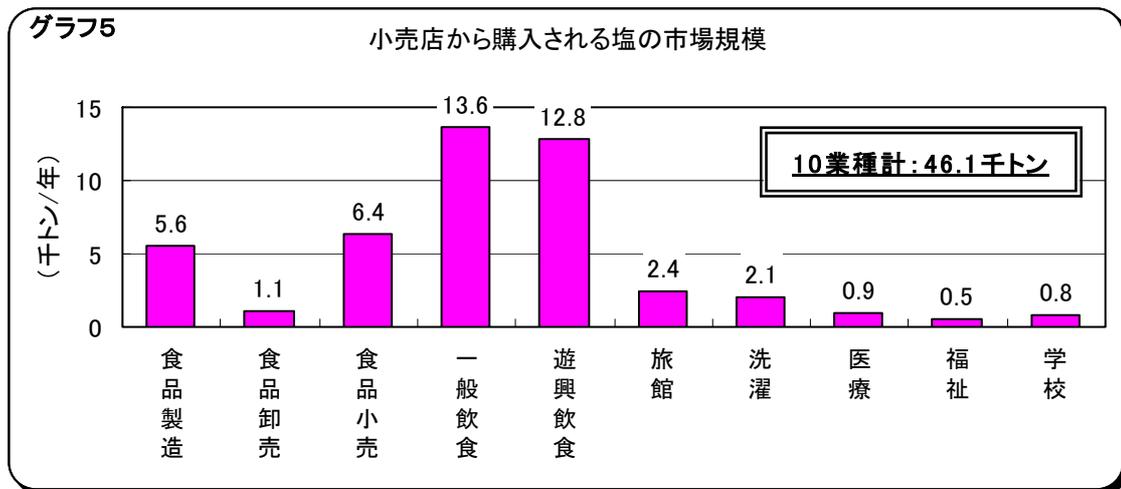
10業種計の小売店から塩を購入している事業所数は776千事業所と推定されるが、これに占める各業種の構成比を示すとグラフ4のとおりであり、「遊興飲食店」及び「一般飲食店」の2業種で、全体の75%を占めている。



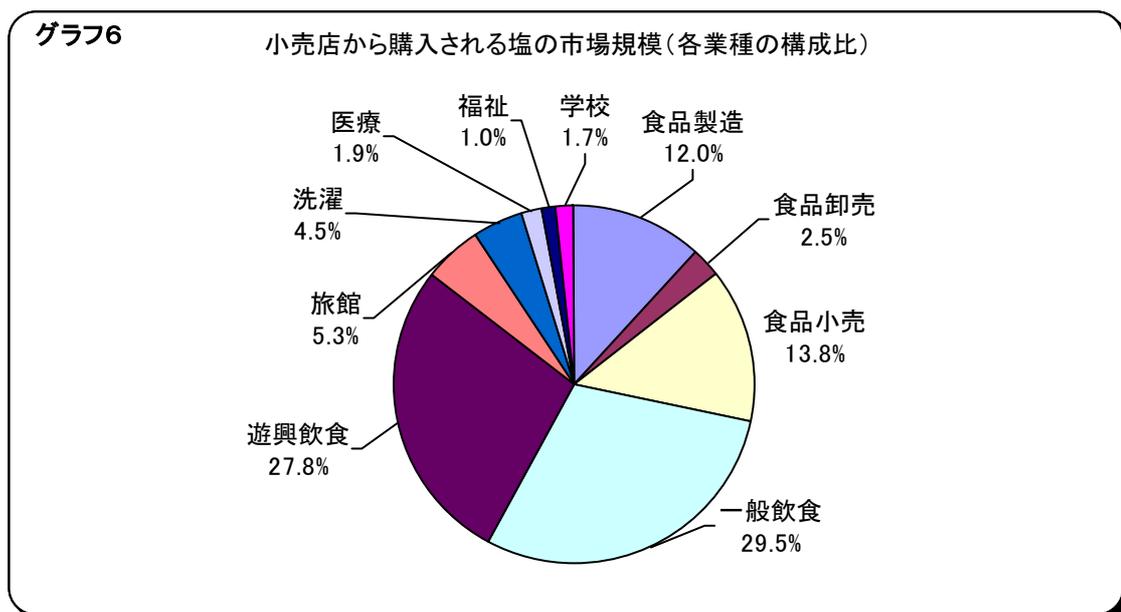
III. 小売店から購入される塩の市場規模

◎ 10業種計の、1年間に小売店から購入している塩の市場規模は46千トン。うち「一般飲食店」及び「遊興飲食店」が57%を占める

各業種が、1年間に小売店から購入している塩の市場規模（購入数量）を推定するとグラフ5のとおりであり、「一般飲食店」及び「遊興飲食店」が約13千トン／年と最も多い。



10業種計の市場規模は46千トン／年と推定されるが、これに占める各業種の構成比を示すとグラフ6のとおりであり、「一般飲食店」及び「遊興飲食店」の2業種で、全体の57%を占めている。

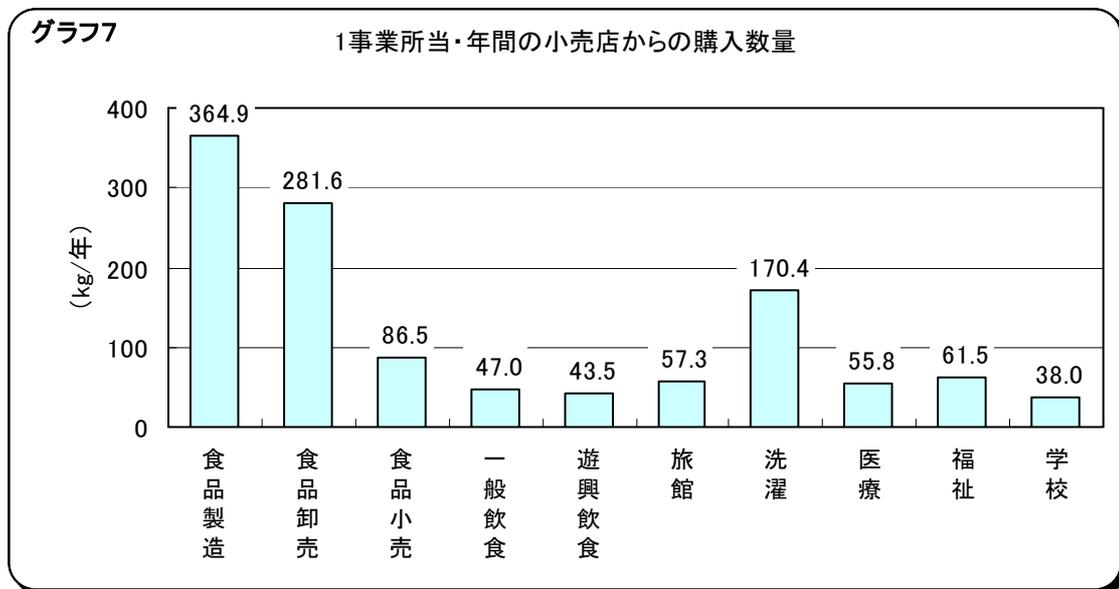


IV. 1事業所当の小売店からの購入数量

◎ 1事業所当・年間の小売店からの購入数量は、「食品製造業」で最も多く、「学校」、「遊興飲食店」及び「一般飲食店」で最も少ない

Ⅲで示した業種別の市場規模の内訳として、小売店から塩を購入している1事業所当・年間の小売店からの購入数量を示すとグラフ7のとおりであり、「食品製造業」が300kg/年超と最も多い。一方、「学校」、「遊興飲食店」及び「一般飲食店」は50kg/年未満と最も少ない。

したがって、「遊興飲食店」及び「一般飲食店」の市場規模の大きさは、1事業所当の購入数量の多さではなく、小売店から購入している事業所の絶対数の多さによるものであるといえる。



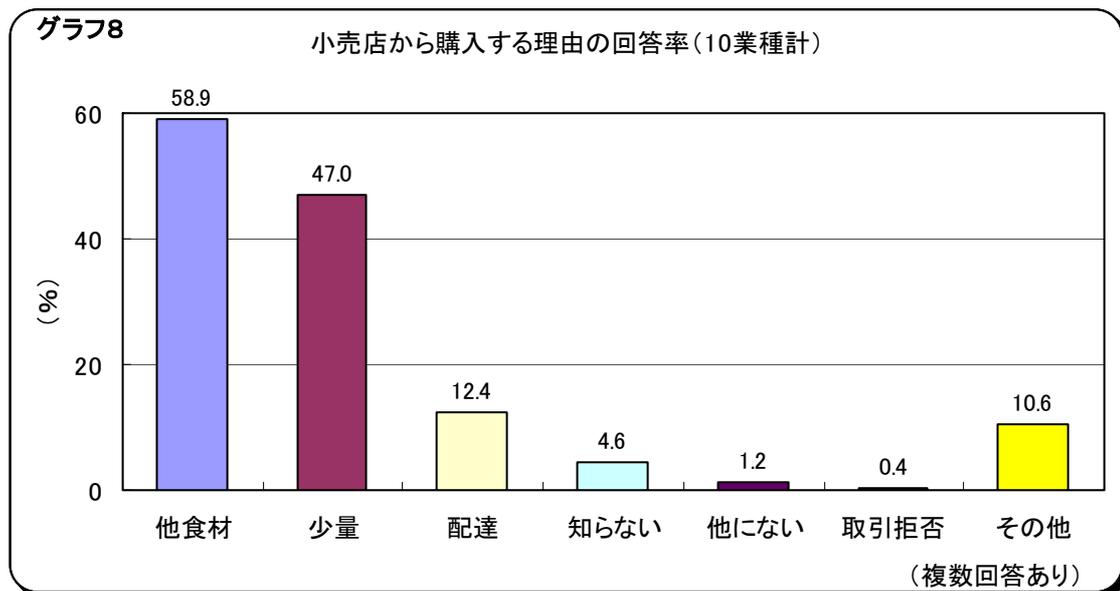
V. 小売店から購入する理由

- ◎ 小売店から塩を購入する主な理由は、
- ・ 「他の食材等と一緒に購入するから」
 - ・ 「少量なので、卸売業者等から購入するほどのことはないから」
 - ・ 「小売店が配達してくれるから」

小売店から塩を購入している各事業所が、なぜ（卸売業者等からではなく）小売店から購入しているのか、その理由の回答率を示すとグラフ8のとおりである（数値は10業種の合計）。

「他の食材等と一緒に購入するから（グラフの「他食材」）」が56%と最も高く、「少量なので、卸売業者等から購入するほどのことはないから（「少量」）」が47%、「小売店が配達してくれるから（「配達」）」が12%で続いている。

一方、「他に購入方法を知らないから（「知らない」）」、「小売店にしかない銘柄だから（「他にない」）」及び「少量なので、卸売業者等が取引してくれないから（「取引拒否」）」は、5%未満と低い。



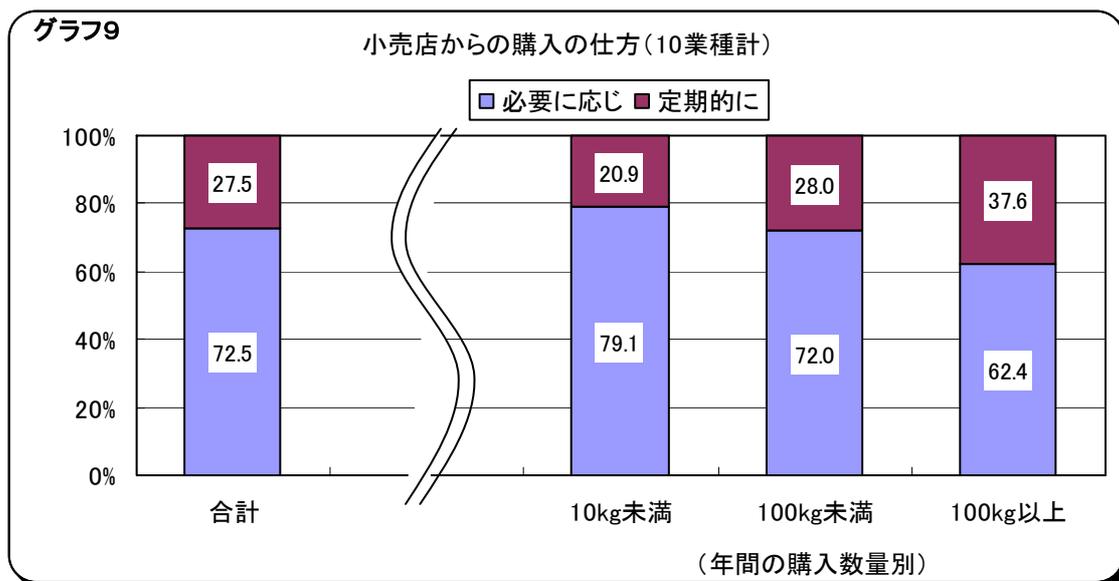
VI. 小売店からの購入の仕方

- ◎ 73%の事業所は、小売店から、「定期的に」ではなく「必要に応じて」購入
- ◎ 年間の購入数量が多い事業所ほど、「定期的に」購入することが多い

各事業所が、小売店から塩を「必要に応じて（なくなったら）」購入しているのか、それとも「定期的に」購入しているのかを、10業種の合計で示すとグラフ9のとおりである（左側は全事業所の合計、右側は年間の購入数量別）。

全事業所の合計では、73%の事業所が「必要に応じて」購入しており、「定期的に」購入しているのは27%である。

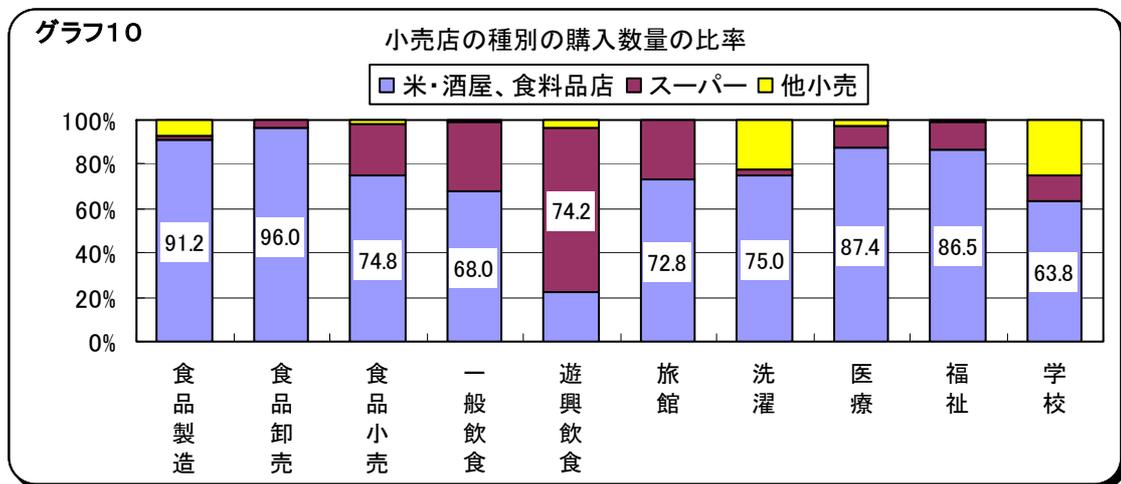
また、年間の購入数量別には、購入数量が多い事業所ほど、「定期的に」購入することが多くなっている。



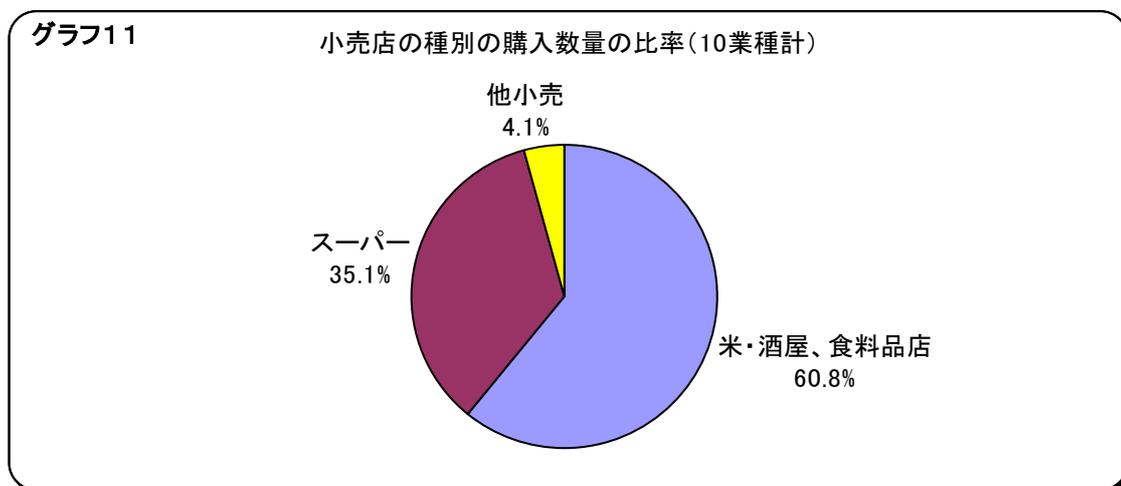
VII. 購入ルート

- ◎ 「遊興飲食店」以外の業種では、「米屋・酒屋・食料品店」からの購入の方が、「スーパー」からの購入よりも多い
- ◎ 10業種の合計では、「米屋・酒屋・食料品店」からの購入が61%、「スーパー」からの購入が35%

各事業所が、具体的にはどのような小売店から塩を購入しているのかを、小売店の種別の購入数量の比率で示すとグラフ10のとおりであり、「遊興飲食店」のみ「スーパーマーケット」からの購入の方が多いが、それ以外の業種では、「米屋・酒屋・食料品店」からの購入の方が多い。



続いて、10業種の合計で、小売店の種別の購入数量の比率を示すとグラフ11のとおりであり、「米屋・酒屋・食料品店」からの購入が61%、「スーパー」からの購入が35%である。



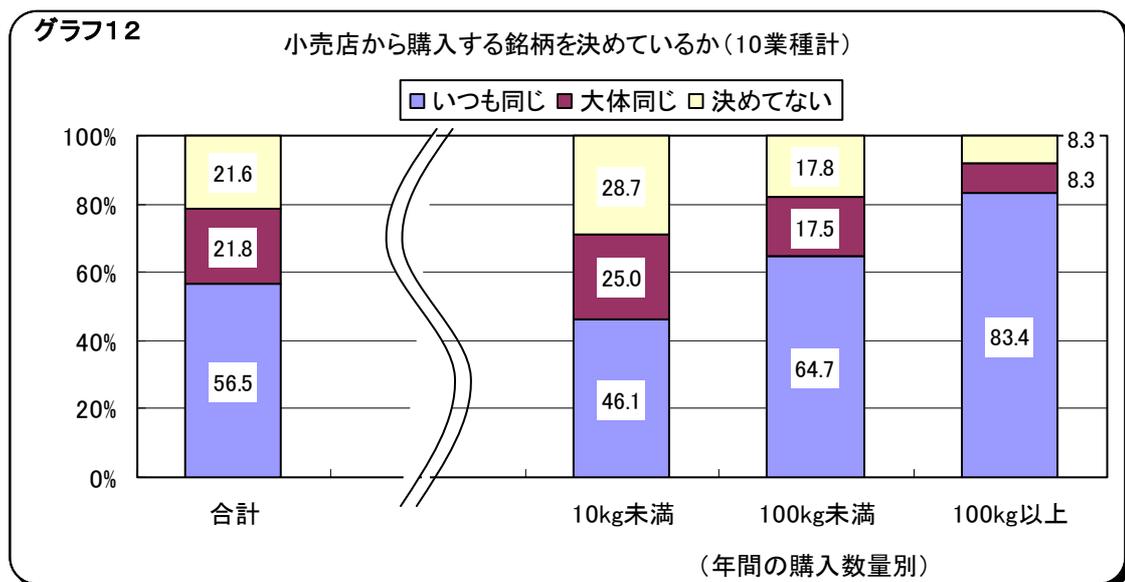
VIII. 小売店で購入する銘柄を決めているか

- ◎ 57%の銘柄は「いつも同じ」に、また 78%の銘柄は少なくとも「大体は同じ」に決められている
- ◎ 年間の購入数量が多い銘柄ほど、「いつも同じ」に決められていることが多い

各事業所が、小売店から購入する銘柄を、「いつも同じ」に決めているのか、「大体同じ」に決めているのか、それとも「決めてない」のかについての回答率を、10業種の合計で示すとグラフ12のとおりである（数値は、事業所数ではなく銘柄数ベース。左側は全銘柄の合計、右側は（銘柄単位の）年間の購入数量別に示したもの）。

全銘柄の合計では、57%の銘柄が「いつも同じ」に決められている。また「大体同じ」と合わせると、78%の銘柄は、少なくとも「大体は同じ」に決められている。

また、年間の購入数量別には、購入数量が多い銘柄ほど、「いつも同じ」に決められていることが多くなっている。



(注) 「(合計)」及び「10kg未満」の回答率の合計が100%にならないのは、グラフでは明示していない「本社・本部が決めている」(「合計」で0.1%、「10kg以下」で0.2%)のためである。

IX. 小売店から購入した塩の用途

- ◎ 小売店から購入した塩の主な用途は、
- ・ 「洗濯業」以外の業種では、食品の「製造・調理用」
 - ・ 「洗濯業」では、「ボイラー用」

各事業所が、小売店から購入した塩をどのような用途で使用しているかを示すとグラフ13のとおりである。

「洗濯業」以外の業種では、食品の「製造・調理用」での使用率が最も高い。また「洗濯業」では、「ボイラー用」(*)での使用率が最も高い。また、「旅館」、「一般飲食店」及び「遊興飲食店」では、約40%の事業所が、「食卓用」で使用している。

(注) 正確には、(ボイラー用の) 補給水処理装置のイオン交換樹脂の再生用と考えられる。

