

2021年8月

Salt News

家庭における「塩」の消費について (その1)

- はじめに
- 家庭での購入数量
- 家庭での塩以外の調味料の購入
- 家庭での用途別の使用率
- 家庭での出現回数
- まとめ
- 公益財団法人塩事業センタープロフィール

はじめに

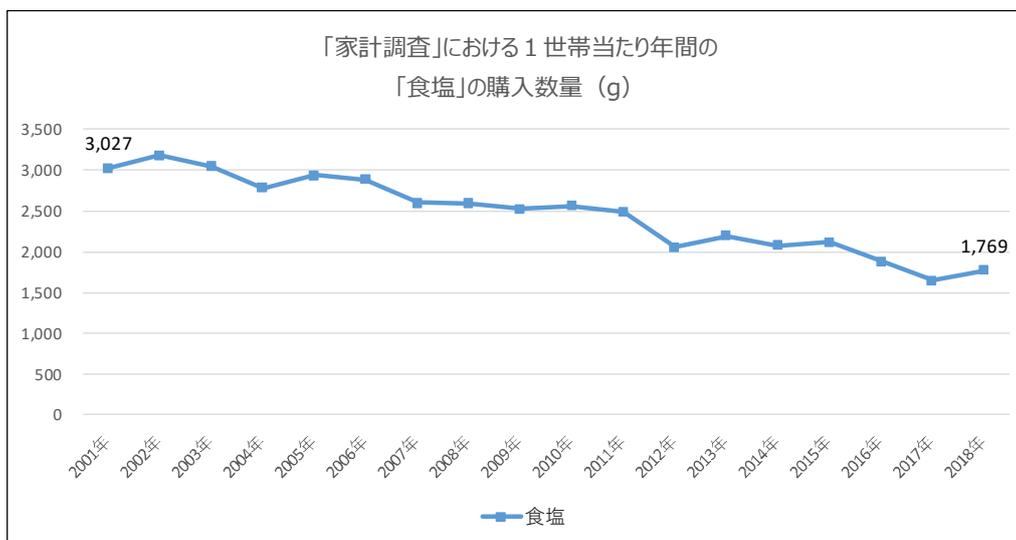
公益財団法人塩事業センターは、塩の製造、輸入及び流通に関する調査研究を行っており、その一環として塩の消費実態に関する調査や情報の収集などを実施しています。

このニュースレターでは、「家計調査」（総務省）や「食 MAP®」※という調査データ、また当センターが実施した調査から、家庭での塩の購入や消費の動向について見ていきます。

※ 「食 MAP®」：株式会社ライフスケープマーケティング(東京都千代田区)が提供している食に関する調査データ。首都圏 30km 圏内の約 400 世帯を対象に、食卓（メニュー・材料）、購買（商品）、家庭内在庫（商品）、意識情報などに関して調査したデータ。

家庭での購入数量

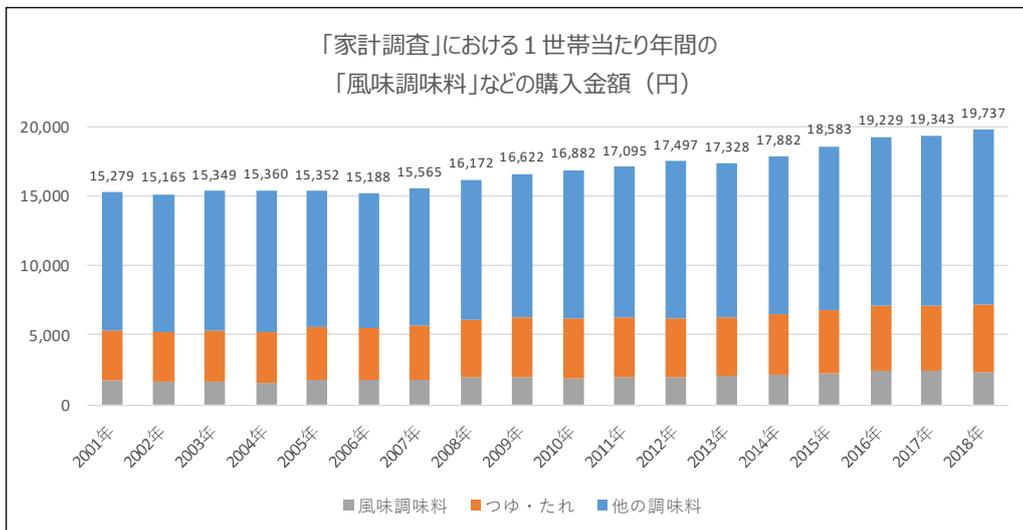
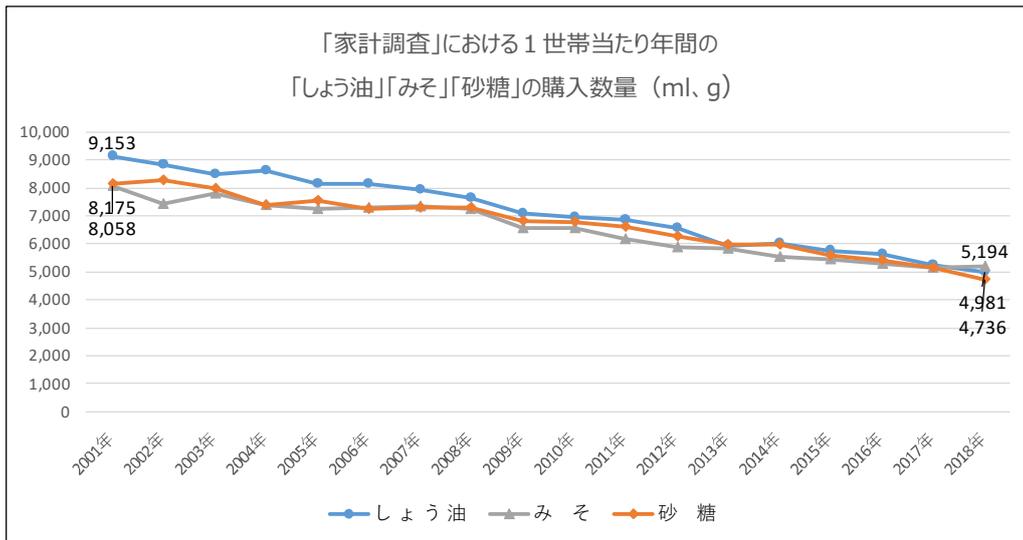
まずは、家庭で購入される塩の数量について「家計調査」のデータを見ていきます。1 世帯（二人以上の世帯）当たりの年間の「食塩」の購入数量（全国平均値）は、2001 年に 3,027g だったのに対し、2018 年は 1,769g と、ここ約 20 年で 4 割程度減少していることが判ります。



この「家庭で購入される塩の数量が減少している」ことについては、様々な要因が関係しているものと考えられますが、今回は、統計情報や調査データを参考に、その要因と思われるものをいくつか紹介していきます。

家庭での塩以外の調味料の購入

次に、「家計調査」における塩以外の調味料の動向について見ていきます。「食塩」に限らず、「しょう油」「みそ」「砂糖」などの基礎的な調味料の購入数量は、「食塩」と同様の減少傾向にあります。一方で、「風味調味料」（かつおだしやいりこだしなどを濃縮したものなど）や、「つゆ・たれ」（つゆの素、おでんのかつゆなど）、「他の調味料」（うま味調味料、ミートソースなど）の購入金額は、増加傾向にあります。

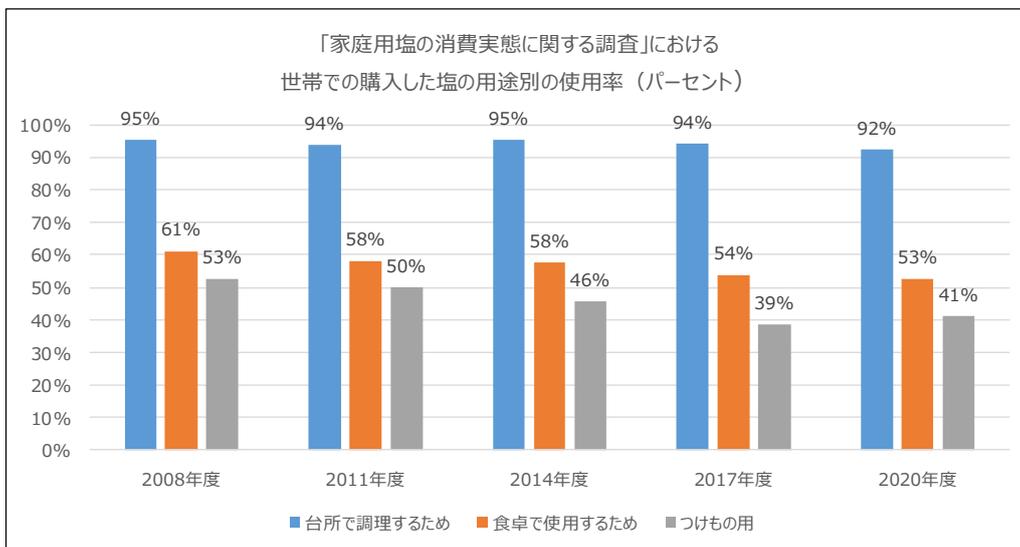


このように、「食塩」も含めた基礎的な調味料の購入数量が減少する中で、金額ベースではありますが「風味調味料」や「つゆ・たれ」などが増加していることから、相対的に基礎的な調味料は家庭で購入されなく(使用されなく)なっていることが伺え、このことは塩の購入数量の減少の要因の1つと推測されます。

家庭での用途別の使用率

続いて、家庭においてどのような用途で塩が使用されているかについて見ていきます。当センターが3年に1回実施している「家庭用塩の消費実態に関する調査」では、家庭での塩の使用用途に関するデータがあり、ここ約10年間の世帯ごとの用途別の塩の使用率[※]の推移を見ると、「台所で調理するため」は、毎回90%以上とあまり変化がありませんが、「食卓で使用するため」は約60%から50%に、「つけもの用」は約50%から40%と、それぞれ2割程度減少していることが判ります。

※ 用途別の塩の使用率：最近1年間に購入した塩（最大3銘柄）について、これらの用途での使用の有無を質問し、1銘柄でも、その用途で使用すると回答した世帯の割合。

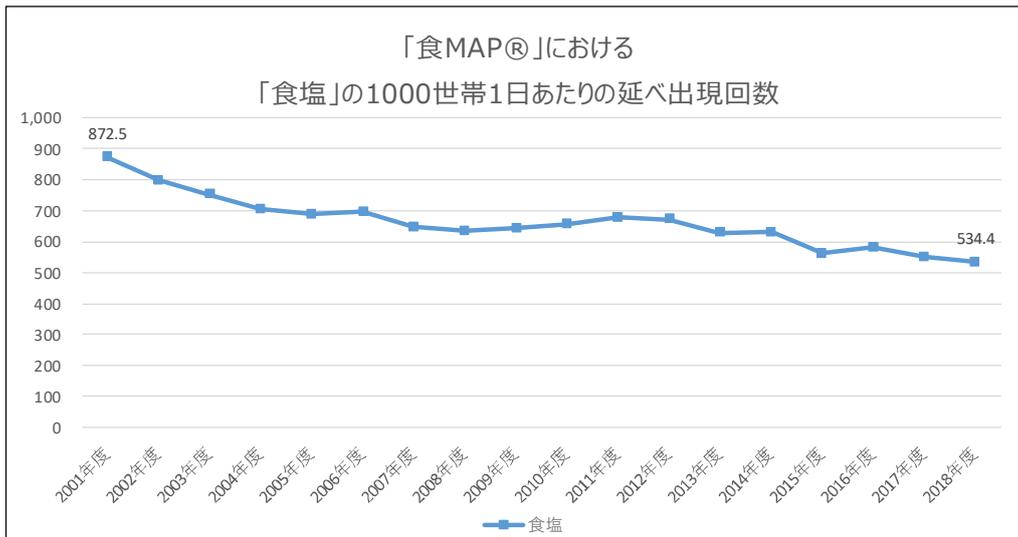


このデータは「その用途での使用有無」に関する調査のため、「使用する頻度」や「1回の使用で使われる数量」のことまでは詳しく判りませんが、「食卓」や「つけもの用」に塩を使用する世帯が減少していることも、塩の購入数量減少の要因の1つかもしれません。

家庭での出現回数

最後は、家庭での塩の「出現回数」についてです。家庭で塩がどの程度の頻度で使用されているかについては、「食MAP®」で、1000世帯1日あたりの「食塩」の延べ出現回数[※]のデータがまとめられています。このデータを見ると、「食塩」の出現回数、すなわち家庭で「食塩」が使用される回数は、2001年度には872.5だったのに対し、2018年度には534.4と、こちらも4割程度減っていることが判ります。

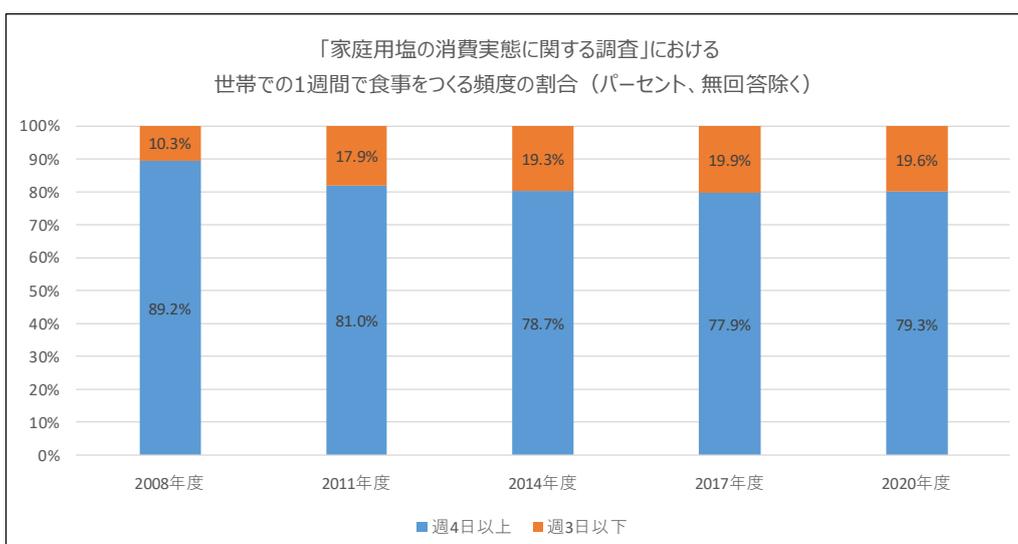
※ 「1日あたりの延べ出現回数」とは、1日にその食材を使用した回数を合計したものです。例えば、ある世帯で1日に朝と夜に塩を使用した（使用した量は問わない）場合の延べ出現回数は2となり、それを1000世帯あたりに換算したものが、「1000世帯あたりの延べ出現回数」となります。



※ 「食MAP®」データに関する一切の権利は(株)ライフスケープマーケティングに属します。食MAP®データ及びこれに基づく図表等の無断転載、複製及び改変はご遠慮ください。

「食MAP®」の「出現回数」のデータでは、「家庭で使用される頻度」は判りますが、「1回の使用で使われる数量」については判りません。そのため明言はできませんが、このことも塩の購入数量の減少にある程度影響があるものと推測できます。

なお、「出現回数」が減少していること背景としては、「(塩の使用の有無を問わない)調理する機会」自体が減少していることがあるのではないかと考えられます。「家庭用塩の消費実態に関する調査」の結果から、家庭で食事をつくる頻度についての回答をまとめると、ここ約10年で、「週4日以上」(「ほとんど毎日」「週4・5日以上」の計)と回答した世帯の割合が減少し、「週3日以下」(「週2・3日」「ほとんど作らない」「全く作らない」の合計)と回答した世帯の割合が増えてきています。



まとめ

今回は、日本の「家庭での塩の購入数量の減少」に着目して、各種のデータを見てきました。その結果、購入数量の減少の要因として「調味料の使い方の変化」や「塩の使用用途の変化」、「塩の出現回数の減少」などが関わっている可能性が考えられました。

公益財団法人塩事業センタープロフィール

所在地： 〒140-0014
東京都品川区大井1丁目47番1号 NTビル5階
電話. 03-5743-7711 FAX. 03-5743-7775
URL. <https://www.shiojigyo.com/>

理事長： 津田 健(つだ けん)

設立： 平成8年7月1日

事業内容： ◆塩に関する調査研究等事業
◆生活用塩供給等事業