

2022 年 2 月

Salt News

「家庭用塩の消費実態に関する調査 (令和2年度)」の結果について

- はじめに
- 調査の概要
- 食卓での塩の使用は減少傾向
- “塩分をカットした塩”の認知は5割程度
- 新型コロナの調査結果への影響はあまり見られなかった
- 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、日本の家庭での塩の消費実態を調べるために、3年に1回の頻度で「家庭用塩の消費実態に関する調査」を実施しています。

令和2（2020）年度に実施した「家庭用塩の消費実態に関する調査」の内容及び結果については、塩事業センターWebサイトの「統計情報」のページにて詳細を公開しておりますが、今回のニュースレターでは、この調査結果から、特に以下の内容をピックアップして紹介します。

- ・食卓における塩の使用及びさらさらした塩への嗜好について
- ・“塩分をカットした塩”（低ナトリウム塩）について
- ・新型コロナウイルス感染拡大の調査結果への影響について

【ニュースレター要旨】

- ・食卓で塩を「ふりかけ・つけ塩」用として使用する割合が減少
- ・塩を「振り出し容器」に詰め替えて保存する割合が減少
- ・「さらさらした塩」に対する嗜好が年々減少
- ・“塩分をカットした塩”（低ナトリウム塩）の認知は、5割程度
- ・この調査では、新型コロナウイルスによる食生活等への影響は、あまり見られなかった

調査の概要

1. 調査の目的

生活用の塩（主に小売店で販売されている塩）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）」の消費の実態（購入動機、消費量、用途等）について明らかにすることを目的としています。本調査は平成14（2002）年度より3年ごとに実施し、今回で7回目となります。

2. 調査の時期

令和3（2021）年1月下旬～2月下旬

3. 調査の対象

全国の2人以上の一般世帯

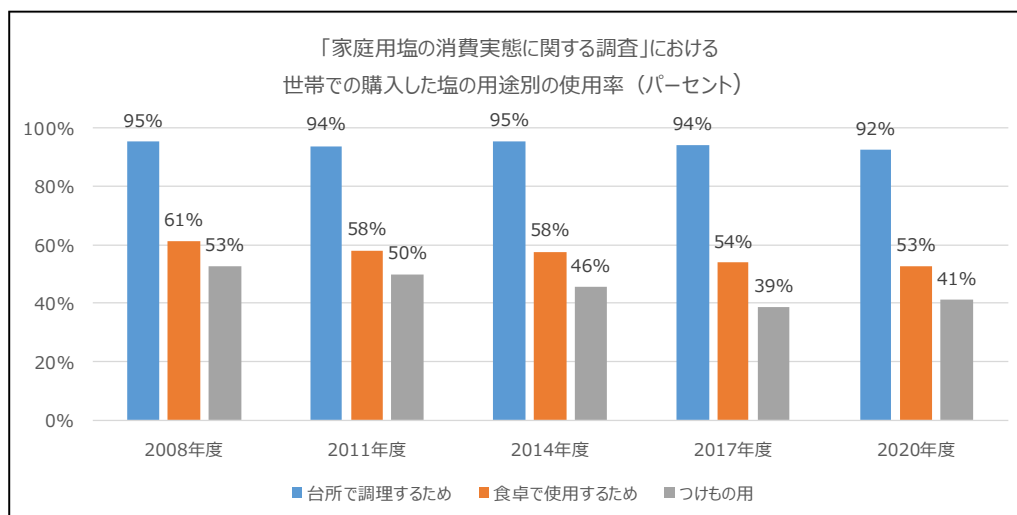
4. 調査の方法

無作為抽出した全国の2人以上の一般世帯（2,500世帯）に調査票を郵送し、記入の上返送
有効回収数 1,110通 回収率 44.4%

食卓での塩の使用は減少傾向

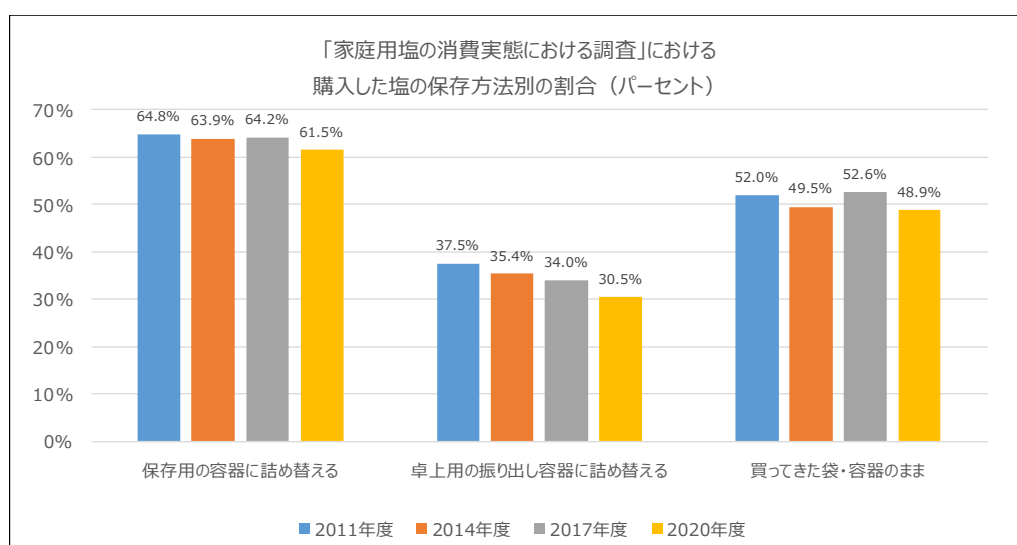
まずは、食卓での塩の使用について、ここ約 10 年間の世帯ごとの塩の用途別の使用率※の推移を見ると、「台所で調理するため」は、毎回 90%以上とあまり変わりありませんが、「食卓で使用するため」は約 60%から 50%と、1 割強減少していることが分かります。

※ 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回答した世帯の割合。

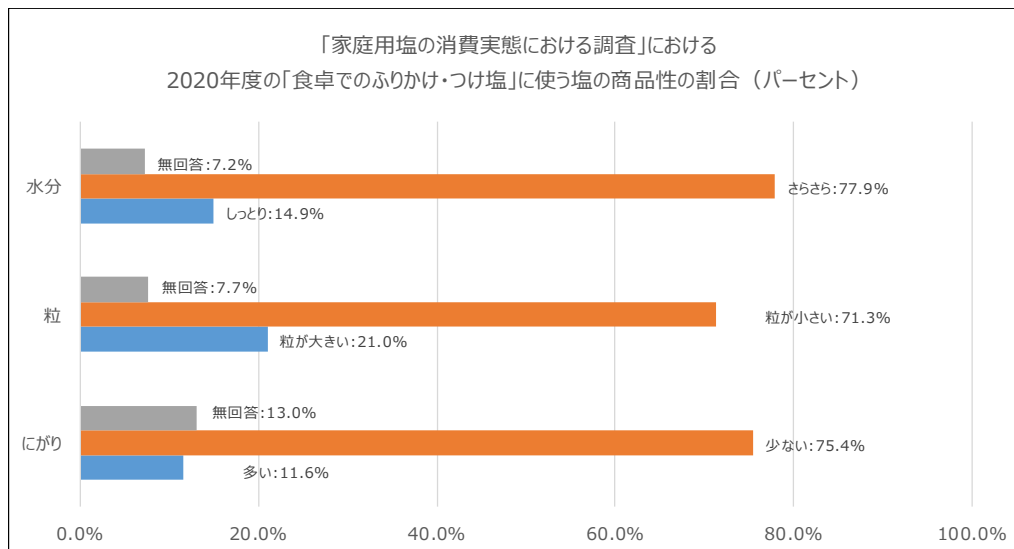


そこで、「家庭用塩の消費実態に関する調査」の結果から、食卓での塩の使用に関連するデータをいくつか紹介いたします。

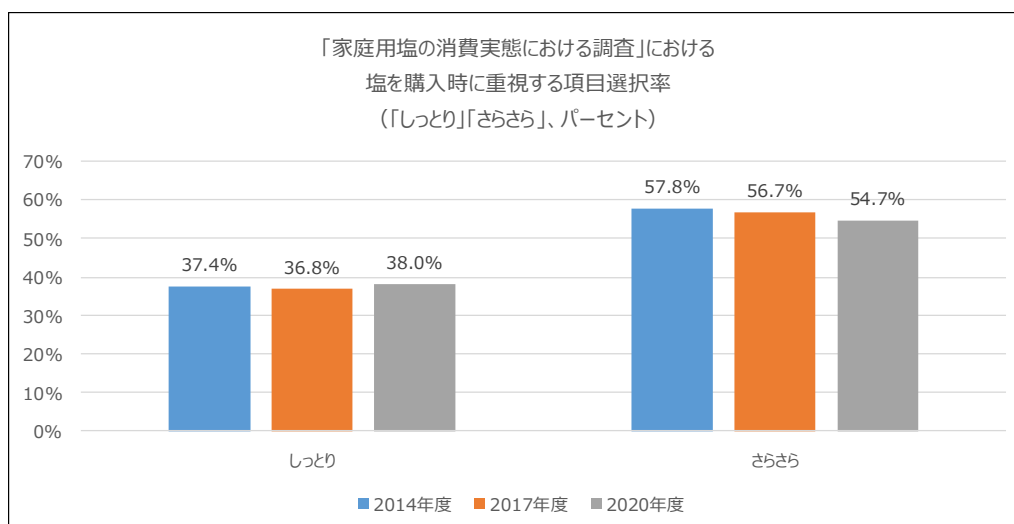
まず、食卓では、塩を振り出し容器に入れて使用するケースが多いと想定されることから、購入した塩の保存に関して質問した結果を見ると、「卓上用の振り出し容器に詰め替える」と回答した割合は年々減少しており（2011 年度：37.5%→2020 年度：30.5%）、上記の「食卓で使用するため」の減少傾向と概ね一致しています。一方で「保存用の容器に詰め替える」「買ってきた袋・容器のまま」も減少しているものの、その傾向は「振り出し容器」の減少傾向と比較するとそれほど大きくなく、「振り出し容器」の減少傾向が最も大きいことが分かります。

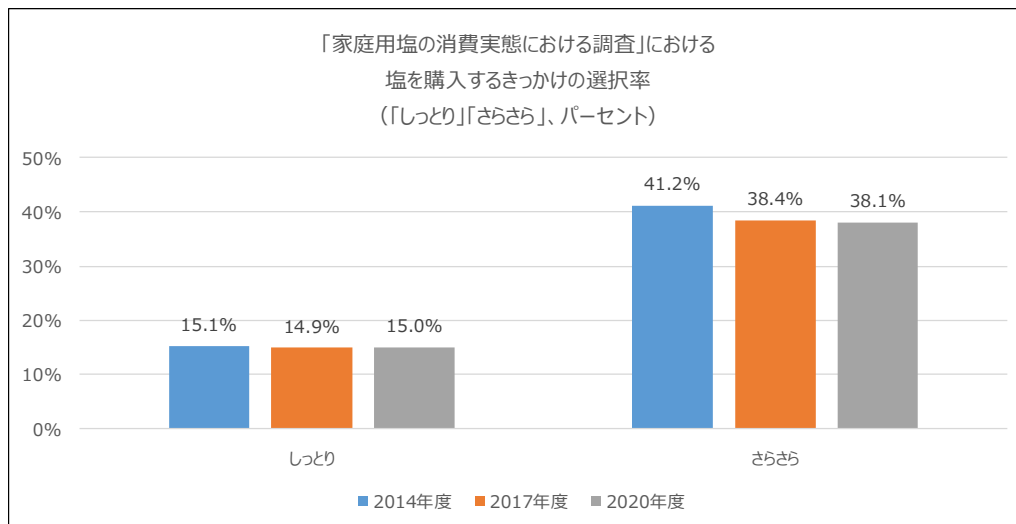


次に、食卓で「ふりかけ・つけ塩をする」と回答した方（「たまにする」、「よくする」、「非常によくする」の合計）が、“どのような商品性の塩を「ふりかけ・つけ塩」に使っているか”を見てみると、「水分が少ない（さらさら）」、「粒が小さい」、「にがりの量が少ない」ものが多く使われていることが分かりました。



このことを踏まえて、さらに水分（さらさら、しっとり）に着目してみると、家庭で使用する塩全般について、“塩を購入する時に重視する項目”、及び“塩を購入する際にきっかけとなる項目”では、どちらも、「しっとり」よりも「さらさら」と回答する方が多いものの、経年で見ると「さらさら」の方が、少しだけ減少傾向にあることが分かります。





以上をまとめると、今回の調査結果から次のことが分かりました。

- ・ 購入した塩を食卓で使用する割合は減ってきている。
- ・ 購入した塩を、卓上用の振り出し容器に詰め替えて保存する割合も、減ってきている。
- ・ 食卓で「ふりかけ・つけ塩をする」ための塩の商品性は、「水分が少ない（さらさら）」、「粒が小さい」、「にがりの量が少ない」ものが多く使われている。
- ・ 家庭で使用する塩全般について、「さらさら」を嗜好する割合がわずかに減ってきている。

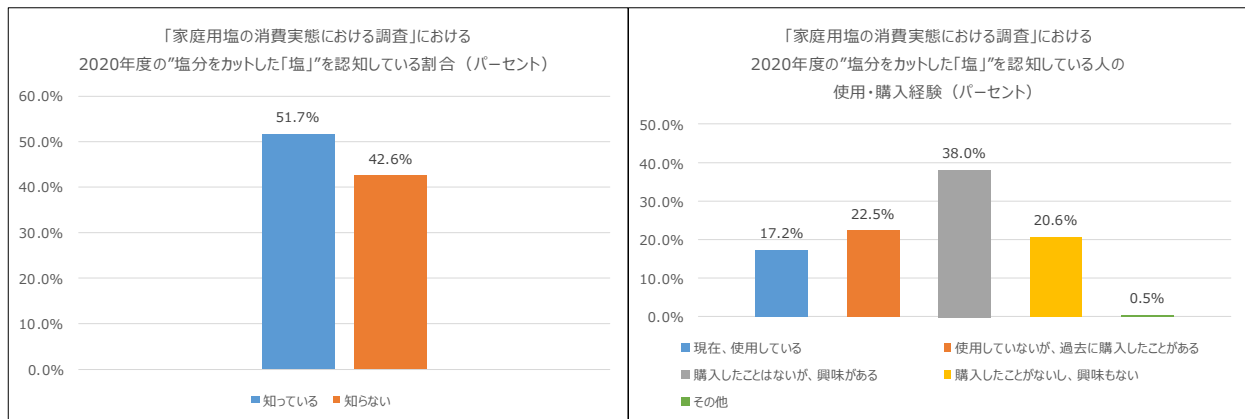
このように、塩を食卓で「ふりかけ・つけ塩」として使用する機会が減っており、またその際によく使われる「さらさら」した商品性の塩を嗜好する割合も少しずつ減ってきていることが、複数のデータから示されました。この理由については、例えば前回のニュースレターなどで紹介した「食MAP®」のデータを見ると、「食MAP®」では、塩を使用したメニューの登場機会は分かりますが、そのメニューにおいて、塩を調理に使用したのか、食卓で使用したかの区別をしていないため、厳密にどのようなメニューで「ふりかけ・つけ塩」をする機会が減ったかについてははっきりとは分からず、減少の要因を特定することができませんでした。

今後、他の調査データ等も踏まえて、更に詳しく見ていきたいと考えています。

“塩分をカットした塩”の認知は 5 割程度

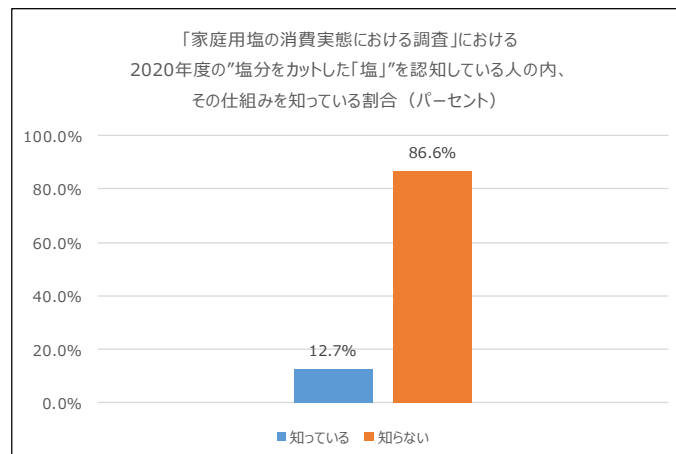
続いては、“塩分をカットした塩”（低ナトリウム塩）※についてです。こういったタイプの塩の商品は、10 年以上前から市場に登場していますが、“このタイプの商品を知っているか”という質問には、51.7%が「知っている」と回答し、約 5 割の方がこういった商品のことを認知していることが分かりました。

また、商品を知っていると回答した方に対して、“塩分をカットした塩”の購入、使用経験について質問した結果、「現在使用している」が 17.2%、「使用していないが、過去に購入したことがある」が 22.5%と、合計すると 4 割程度（商品を知っていない方も含めると、全体の 2 割程度）がこれまでに購入、使用した経験があることが分かりました。



※低ナトリウム塩：塩の主成分である「塩化ナトリウム」を、塩化ナトリウムに近い味のするもの（塩化カリウムなど）に代替して、塩分（塩化ナトリウム）の含有量を減らした塩商品のこと。食用の塩の表示ルールである「食用塩の表示に関する公正競争規約」では、「塩化ナトリウム以外の塩類の含有量が 25 パーセント以上の食用塩については、（中略）低ナトリウム塩である旨及び栄養成分量を表示しなければならない」と定められている。

また、同様に商品を知っていると回答した方に「どのような仕組みで“塩分をカット”しているか知っているか」という質問をしたところ、仕組みを知っているのは 12.7%（全体では 6.6%）と、商品そのものの認知と比較しても、“塩分をカット仕組み”に関する認知はあまり高くないことが分かりました。



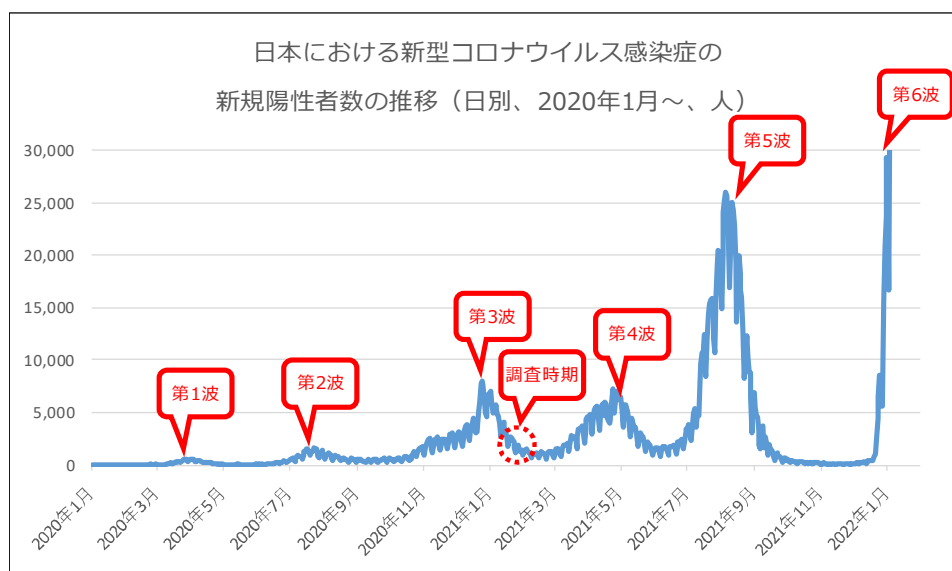
なお、低ナトリウム塩には、一部の疾患をお持ちの方などは医師に相談の上での使用を推奨する旨を記載している商品もあるため、こういった商品の特性に対する認知についても今後見ていきたいと考えています。

新型コロナの調査結果への影響はあまり見られなかった

最後に、この調査の実施期間が 2021 年の 1～2 月だったことから、日本国内での新型コロナウイルスの感染拡大が、この調査結果にどの程度影響を与えたのかを確認していきたいと思います。

まずは、2021 年の 1～2 月の国内の新規陽性者数について確認すると、いわゆる“第 3 波”と、“第 4 波”と言われる時期の間であったことが分かります。

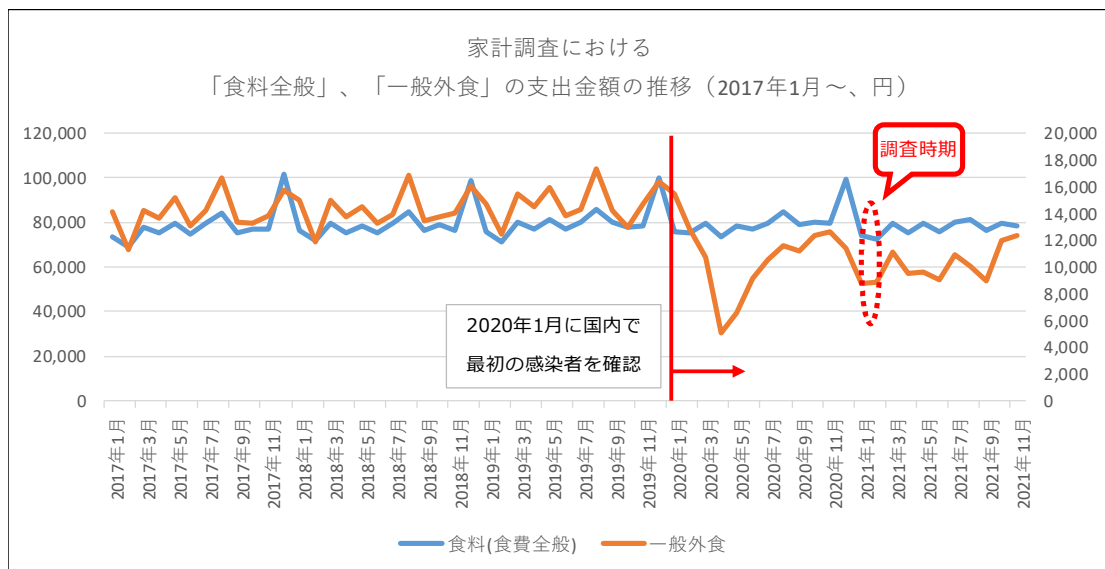
この時期の家庭内での調理や、外食機会については、総務省の「家計調査」などの統計を見ると、食費全体の支出は大きく変化していないものの、外食への支出金額が減少していることから、国内で最初に感染者が確認された 2020 年 1 月以降、外食の機会が減っている（≒家庭内での食事の機会が増えている）ことが推察できます。



「新規陽性者数の推移（日別）/厚生労働省」より

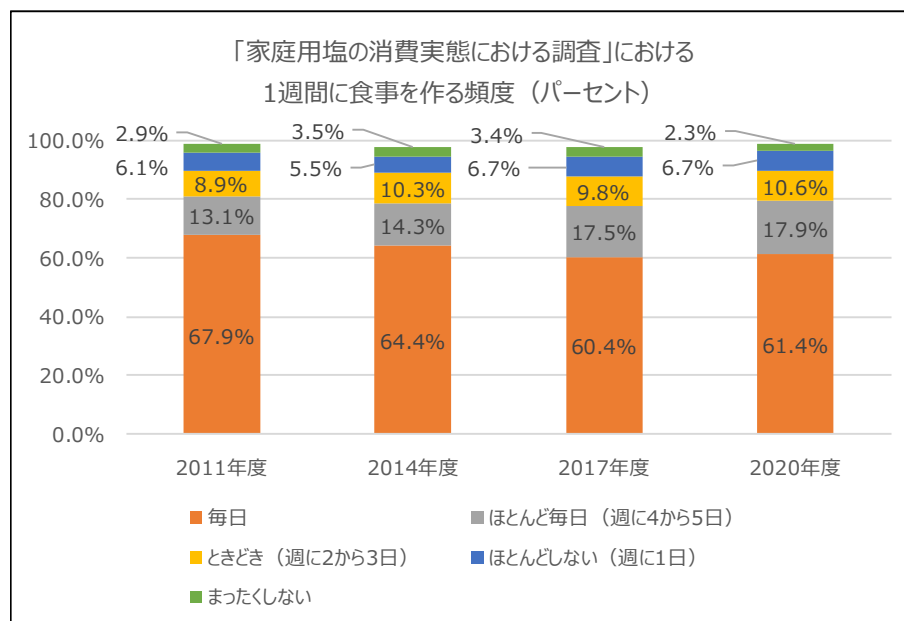
※「第 6 波」は、新規陽性者数が非常に多いため、一部グラフを省略

<https://www.mhlw.go.jp/stf/covid-19/open-data.html>

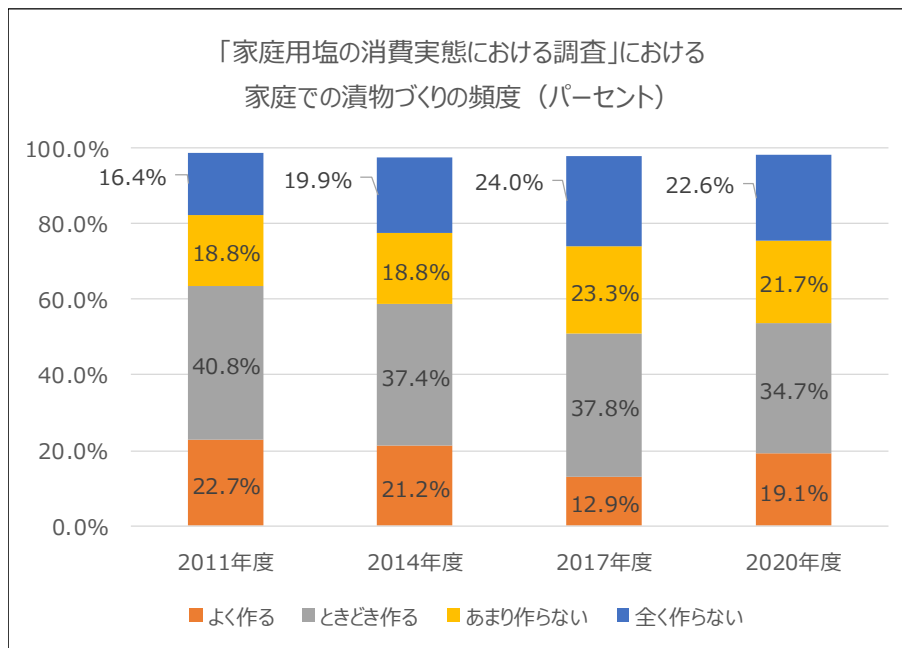


そこで、新型コロナウイルスの感染拡大の影響を受けそうな項目について、結果を見てみると以下の通りでした。

まず、家庭で食事を作る頻度ですが、「1週間に食事を作る頻度」についての回答は、「毎日」、「ほとんど毎日（週に4から5日）」とも、前回調査からはわずかに増えているものの、これまでの調査結果と比較して大きな変化は見られませんでした。これは、この質問の形式上、例えば1日の内の外食の頻度が減ったとしても、1日1回でも食事を作ったら、その日は「食事を作った日」とカウントされるため、「一切食事を作らなかった日」の日数には変化がなく、結果に反映されづらい、ということが関係している可能性があります。



次に、家庭での漬物づくりの頻度については、前回調査に比べて「よく作る」の割合が増えましたが、「よく作る」と「ときどき作る」の合計ではあまり変わっておらず、「ときどき作る」層の一部が、「よく作る」ようになったと考えられます。



このことから、今回の調査では、新型コロナウイルスの感染拡大を受けて特に顕著な影響は見受けられませんでした。漬物づくりに関しては、新型コロナウイルスの感染拡大が原因かは分かりませんが、「よく作る」の割合が少し増えていることが分かりました。

まとめ

今回は、当センターで実施した「家庭用塩の消費実態に関する調査」の結果に着目し、いくつか特徴的な結果について見てきました。その結果、食卓で塩を「ふりかけ・つけ塩」として使用する割合や、「さらさらした塩」に対する嗜好が減少していること、また、「塩分をカットした塩」（低ナトリウム塩）の認知は 5 割程度でしたが、「塩分をカット」している仕組みについては、まだ広く認知されていないことなどが分かりました。

塩事業センターでは、今回紹介した「家庭用塩の消費実態に関する調査」以外にも、塩に関する統計情報や調査結果などを Web サイトにて公開しております。詳しくは、以下の URL をご確認ください。

塩事業センターWeb サイト「統計情報」：<https://www.shiojigyo.com/study/toukei/>

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 N T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