

「家庭用塩の消費実態に関する調査」
(平成 23 年度)

平成 24 年 3 月

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」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	10
	(3) 使っている「塩」の種類数	13
	(4) 料理を作るときに使用する「塩」	15
	(5) 「塩」を購入する際のきっかけ	18
	(6) 塩に関する表示について	21
	(7) 「塩」の保存方法	22
	(8) 最近1年間に購入した「塩」	24
	(9) 家庭でつけものを食べる頻度	30
	(10) 家庭でつけものを作る頻度	32
	(11) 家庭で作るつけものの種類	33
	(12) つけものに使う「塩」を選ぶ理由	35
	(13) つけものを作るときに、使い勝手がいいと思う「塩」	37
	(14) 食品を購入する際のきっかけ	39
	(15) 自身も含めた同居者の職業	41
	(16) 1週間に食事を作る頻度	41
	(17) 自家消費野菜作り	42
	(18) 外食費を含まない1ヵ月の食費	43
	(19) 家庭でよく作る食事	43
	(20) 家庭でよく使う調味料	44
	(21) 家庭で好みの味付け	44
	(22) 家庭で多い味付け	45
	(23) 健康状態に気をつけて食事をしているか	45
	(24) 食品に関する情報の入手方法	45
	(25) 新規項目	47
IV.	付録（調査票）	56

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23年9月下旬～11月上旬

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23年9月下旬
- （2）回収締め切り 平成23年11月上旬
- （3）有効回収数 1,183通 回収率47.3%

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。
- （3）クロス集計表の表側も表記を簡略化してある。

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)

＊その他の市

＊町村

(注) ここでいう市とは、平成23年9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、相模原市と岡山市が加わっている。

3. 各地区・都市規模の層別に、さらに平成17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22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17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、

層における17年国勢調査時の二人以上普通世帯数

$$\text{抽出間隔} = \frac{\text{層で算出された調査地点数}}{\text{抽出総数}}$$

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17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

	20大都市	その他の市	町村	合計
北海道	602185 40(2)	847305 60(3)	341720 20(1)	1791210 120(6)
東北	277832 20(1)	1848422 120(6)	520488 40(2)	2646742 180(9)
関東	4818222 320(16)	7662520 500(25)	792618 60(3)	13273360 880(44)
北陸	221628 20(1)	1133679 60(3)	131624 20(1)	1486931 100(5)
東海	1059571 80(4)	2872536 180(9)	350569 20(1)	4282676 280(14)
近畿	1858676 120(6)	4043474 260(13)	373573 20(1)	6275723 400(20)
中国	535905 40(2)	1536116 100(5)	190742 20(1)	2262763 160(8)
四国		1020648 60(3)	206138 20(1)	1226786 80(4)
九州	684857 40(2)	2737574 180(9)	545904 40(2)	3968335 260(13)
沖縄		315306 20(1)	91442 20(1)	406748 40(2)
合計	10058876 680(34)	24017580 1540(77)	3544818 280(14)	37621274 2500(125)

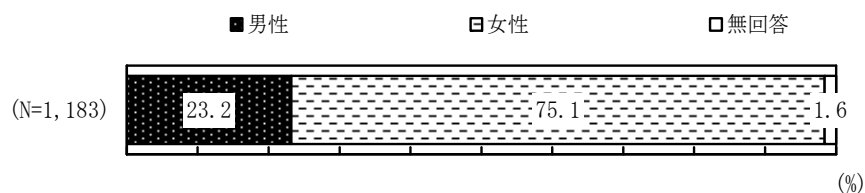
凡例

推定母集団 標本数（調査地点数）

Ⅲ. 調査結果の概要

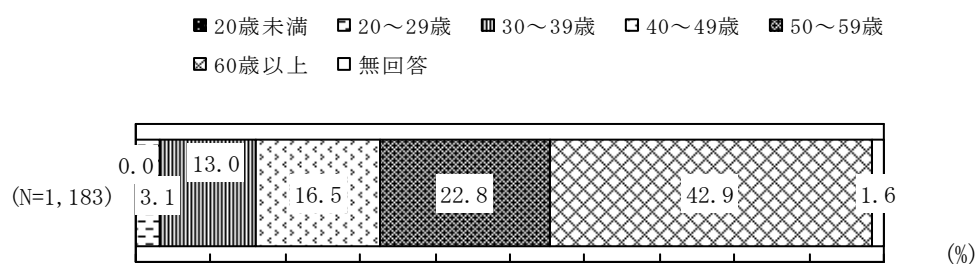
1. 回答者の特性

(1) 性別



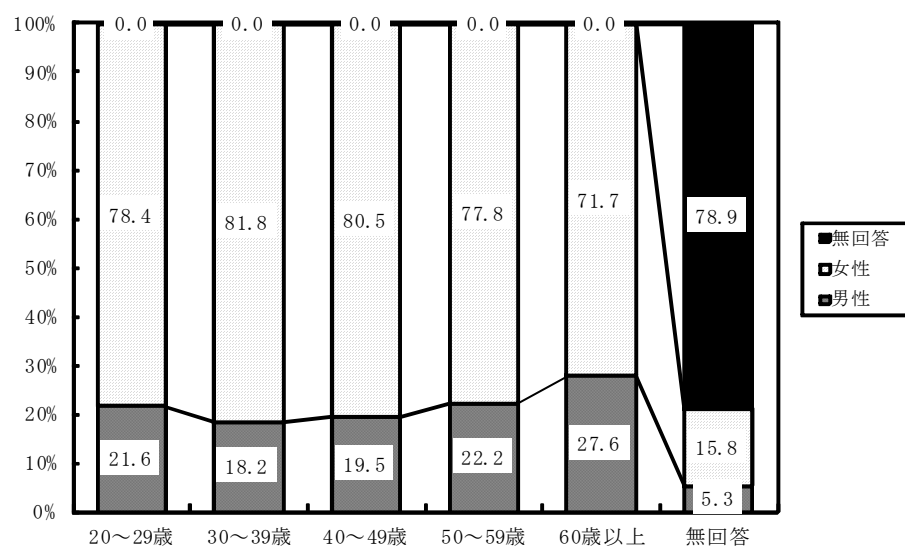
回答者を性別にみると、女性が 75.1%、男性が 23.2%となっている。

(2) 年齢



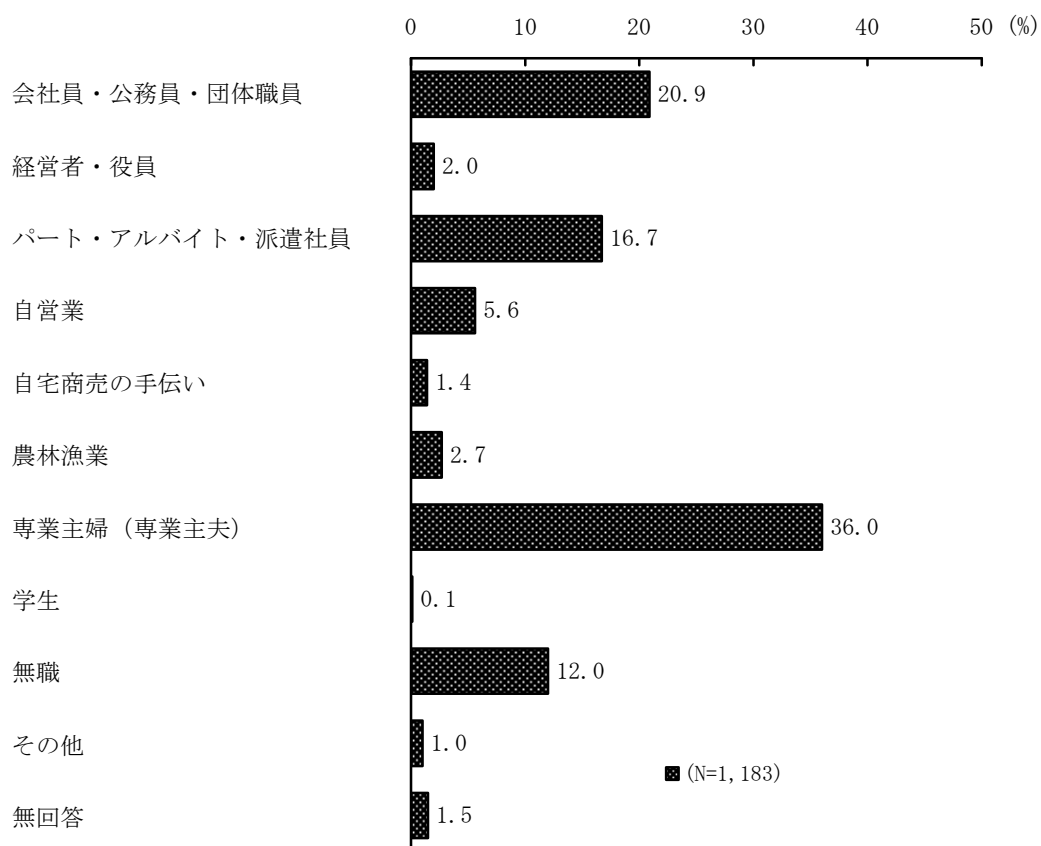
回答者を年齢別にみると、20歳代が 3.1%、30歳代が 13.0%、40歳代が 16.5%、50歳代が 22.8%、60歳以上が 42.9%となっている。なお、回答者全体の平均年齢は 55.2 歳である。

(3) 性別×年齢



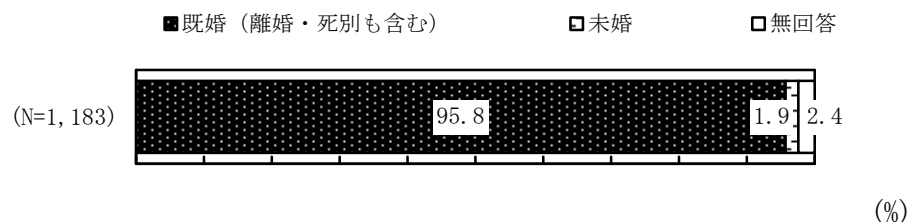
回答者を性・年齢別にみると、20歳代では、男性は21.6%、女性は78.4%、30歳代では、男性は18.2%、女性は81.8%、40歳代では、男性は19.5%、女性は80.5%、50歳代では男性は22.2%、女性は77.8%、60歳以上では、男性は27.6%、女性は71.7%となっている。

(4) 職業



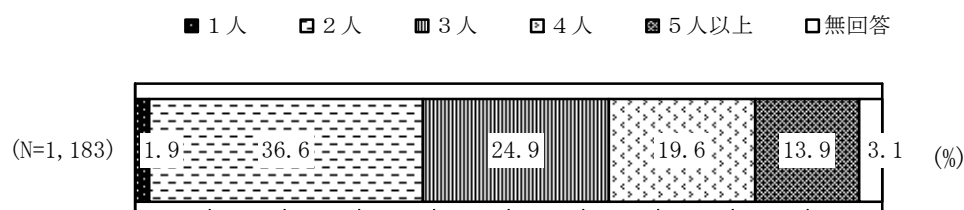
回答者を職業別にみると、専業主婦（専業主夫）が36.0%と最も多い。続いて、会社員・公務員・団体職員が20.9%、パート・アルバイト・派遣社員が16.7%となっている。

(5) 未既婚



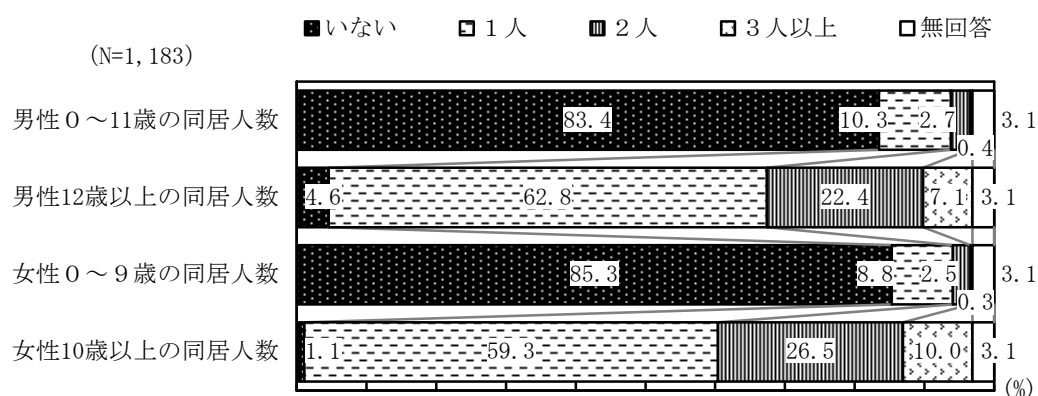
回答者を未既婚別にみると、既婚（離別・死別も含む）が95.8%を占めている。

(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36.6%と最も多く、次いで3人が24.9%となっている。

(7) 性年齢別同居家族



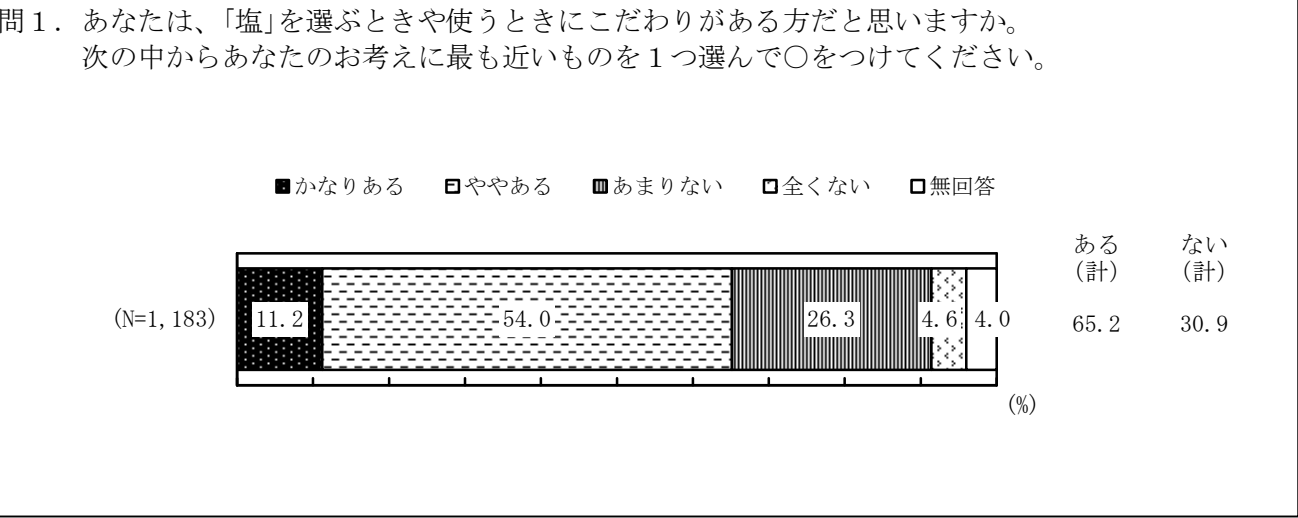
同居家族について、性・年齢別にみると、男性の0～11歳については、同居家族が「いない」と答えた者が83.4%となっている。つづいて1人が10.3%、2人が2.7%となっている。男性の12歳以上については、1人が62.8%、2人が22.4%、3人以上が7.1%となっている。

女性の0～9歳については、「いない」と答えた者が85.3%となっている。つづいて1人が8.8%、2人が2.5%となっている。女性の10歳以上については、1人が59.3%、2人が26.5%、3人以上が10.0%となっている。

※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。

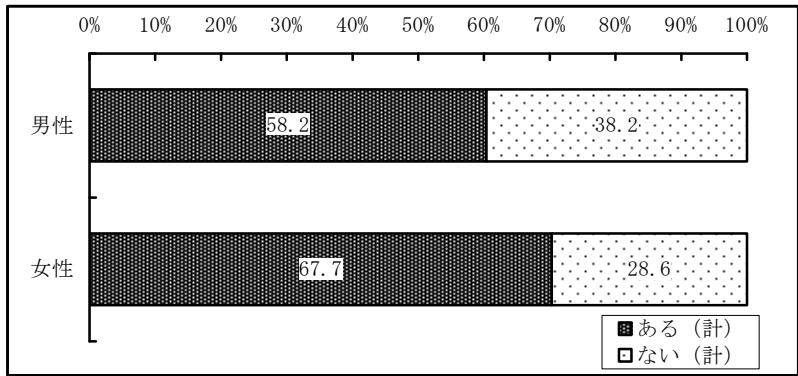
2. 調査結果の概要

(1)「塩」を選ぶときや使うときのこだわり



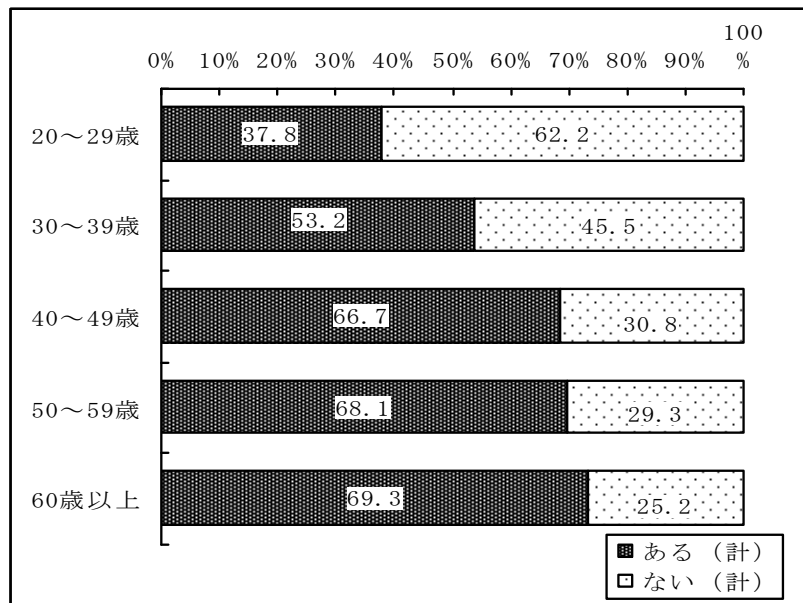
「塩」を選ぶときや使うときにこだわりがあるかを聞いたところ、『ある』（「かなりある」11.2%+「ややある」54.0%）と答えた人が 65.2%、『ない』（「あまりない」26.3%+「まったくない」4.6%）と答えた人が 30.9%となっている。

【性別】



性別にみると、男性では58.2%、女性では67.7%がこだわりが『ある』と答えており、女性の方が9ポイント高い。

【年代別】



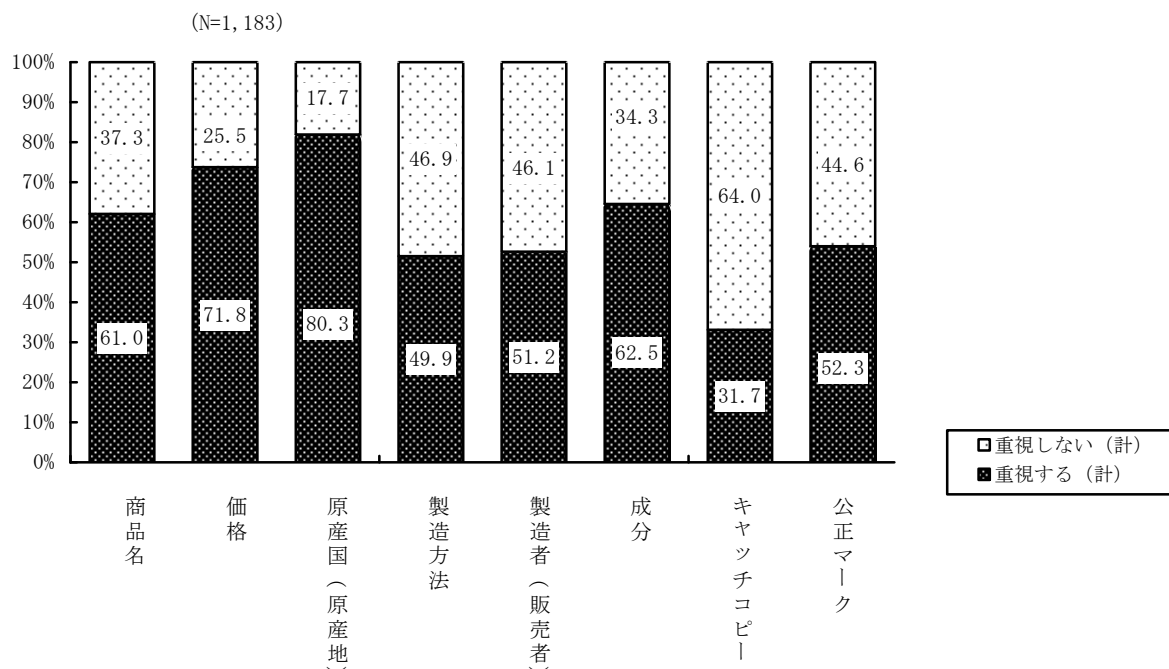
年代別にみると、20歳代はこだわりが『ある』層が37.8%、30歳代では53.2%、40歳代では66.7%、50歳代では68.1%、60歳以上では69.3%と、年代が上がるにつれ、こだわりが『ある』層の割合が増える傾向にある。

(2)「塩」を買うときの重視度

「非常に重視する」と「やや重視する」を合わせて『重視する』層とし、「あまり重視しない」と「全く重視しない」を合わせて『重視しない』層として集計した。

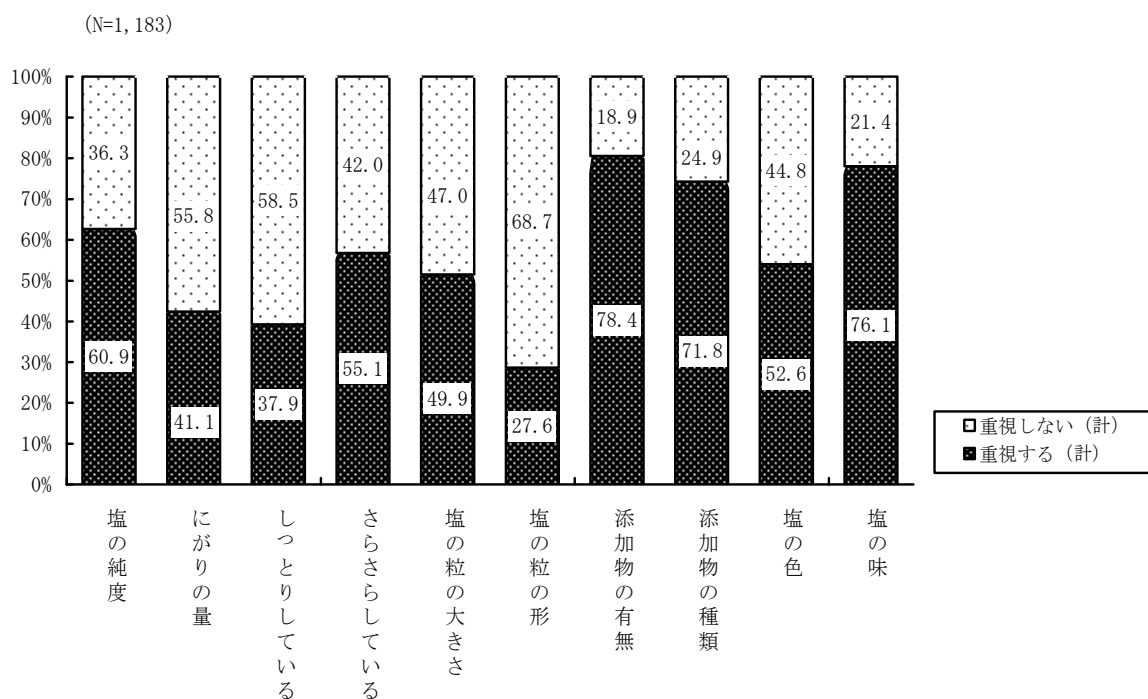
問2. あなたは、「塩」を買うときに次のことをどの程度重視しますか。

(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。



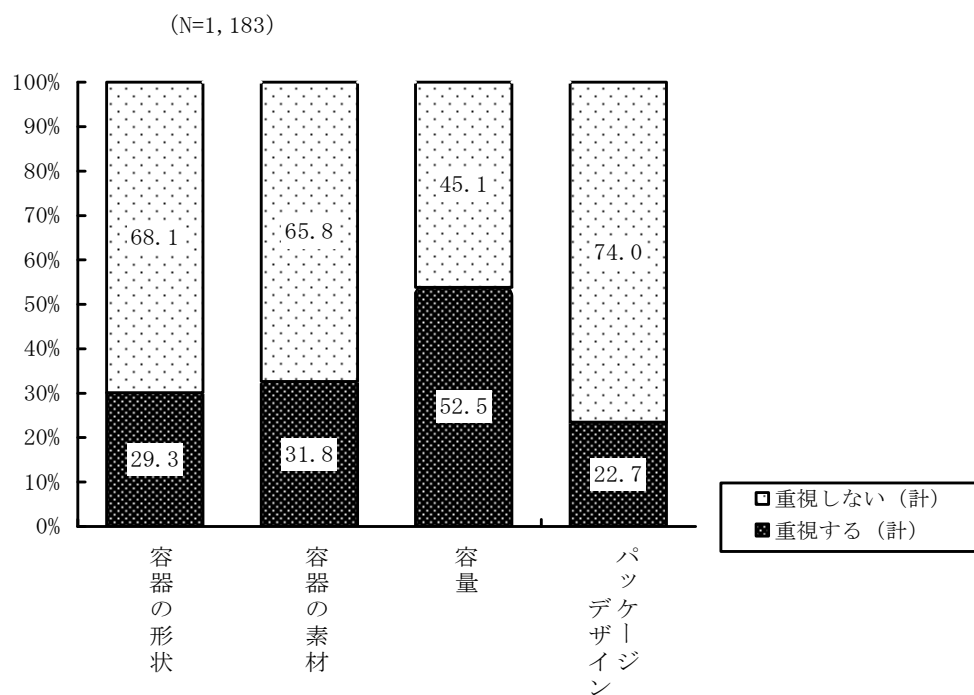
「塩」を買うときに表示についてどの程度重視するかを聞いたところ、重視すると答えた者の割合が最も高かったのは「原産国 (原産地)」の80.3%で、つづいて「価格」が71.8%、「成分」が62.5%、「商品名」が61.0%となっている。一方、重視しないと答えた者は「キャッチコピー」で64.0%と多くなっている。

(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78.4%で、つづいて、「塩の味」が76.1%、「添加物の種類」が71.8%、「塩の純度」が60.9%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68.7%と多くなっている。つづいて、「しっとりしている」が58.5%、「にがりの量」が55.8%となっている。

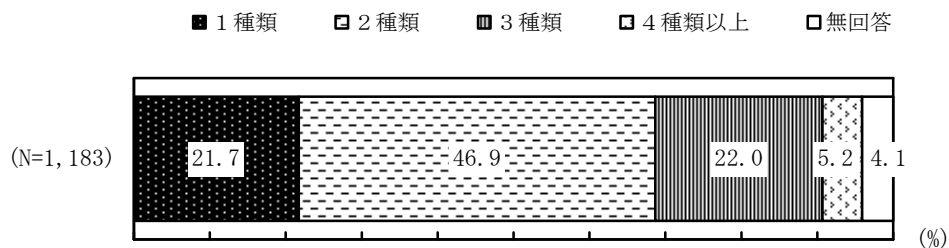
(C) それでは、以下についてはどうでしょうか。2 ページと同様に (ア) ～ (エ) それぞれの項目について、あなたのお考えに最も近い番号を1つ選んで○をつけてください。



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 52.5%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 74.0%で、つづいて「容器の形状」が 68.1%、「容器の素材」が 65.8%となっている。

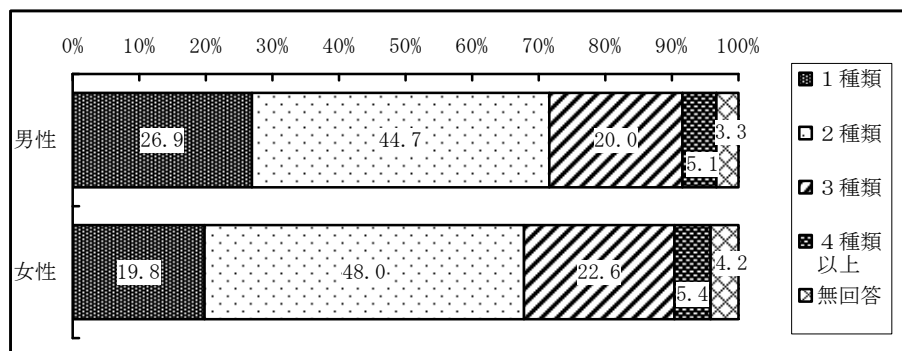
(3) 使っている「塩」の種類数

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。



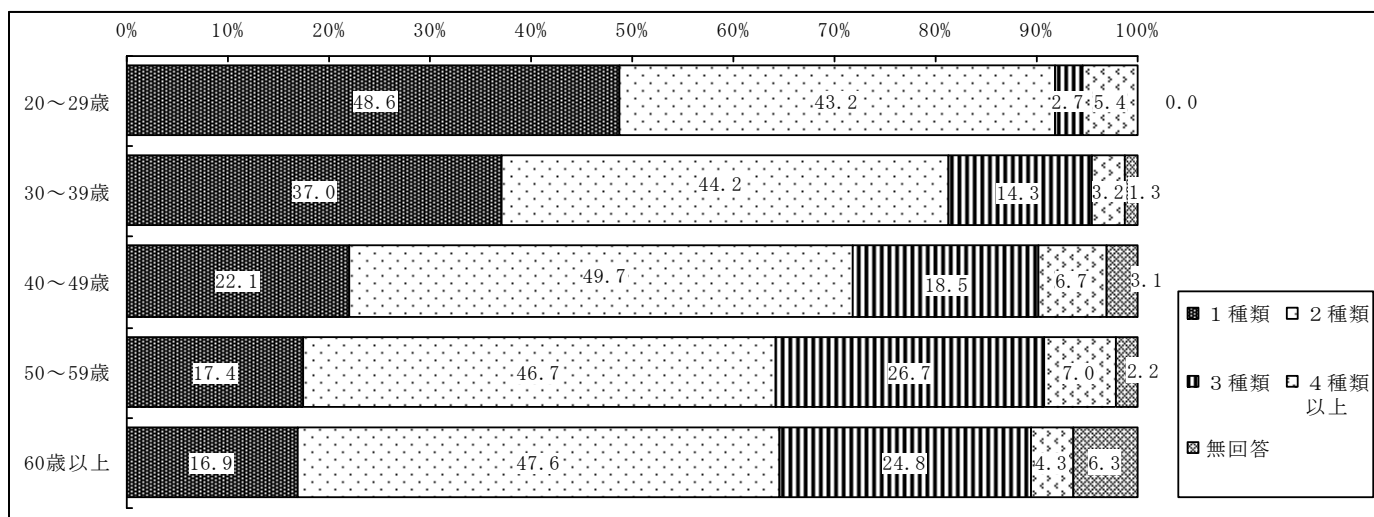
現在、家庭で何種類の塩を使っているか聞いたところ、「2種類」が46.9%と全体の半数近くを占め、最も多い。つづいて「3種類」が22.0%、「1種類」が21.7%、「4種類以上」が5.2%の順となっている。

【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 44.7%、女性 48.0%）。また、男性の方が「1種類」と回答した者の割合が7ポイント多くなっている。

【年代別】



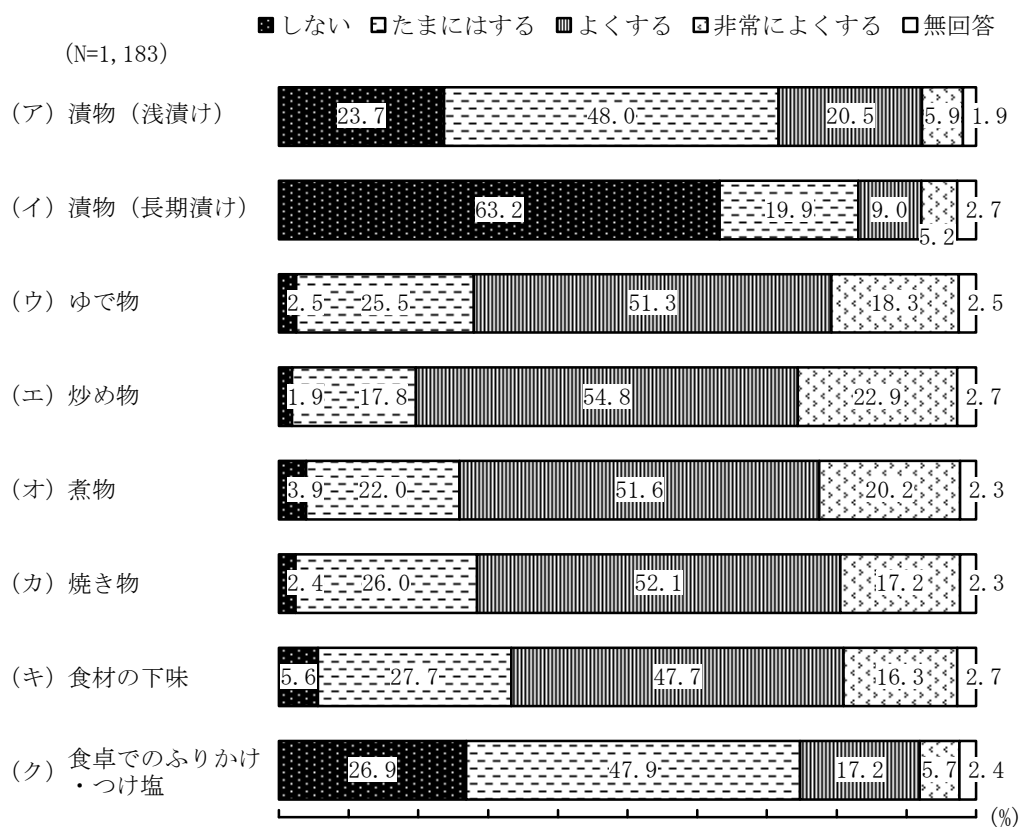
年代別にみると、1種類と答えた者の割合は、20歳代では48.6%、30歳代では37.0%、40歳代では22.1%、50歳代では17.4%、60歳以上では16.9%と、年代が若くなるほど高くなっている。30歳代以上では、2種類と答えた者の割合の方が、1種類と答えた者の割合より多い。

(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

(N=1,183)



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) 漬物 (浅漬け) では、「しない」と答えたのは 23.7%、「たまにはする」と答えたのは 48.0%、「よくする」と答えたのは 20.5%だった。

(イ) 漬物 (長期漬け) では、「しない」と答えたのは 63.2%、「たまにはする」と答えたのは 19.9%だった。

(ウ) ゆで物では、「たまにはする」と答えたのは 25.5%、「よくする」と答えたのは 51.3%「非常によくする」と答えたのは 18.3%だった。

(エ) 炒め物では、「たまにはする」と答えたのは 17.8%、「よくする」と答えたのは 54.8%、「非常によくする」と答えたのは 22.9%だった。

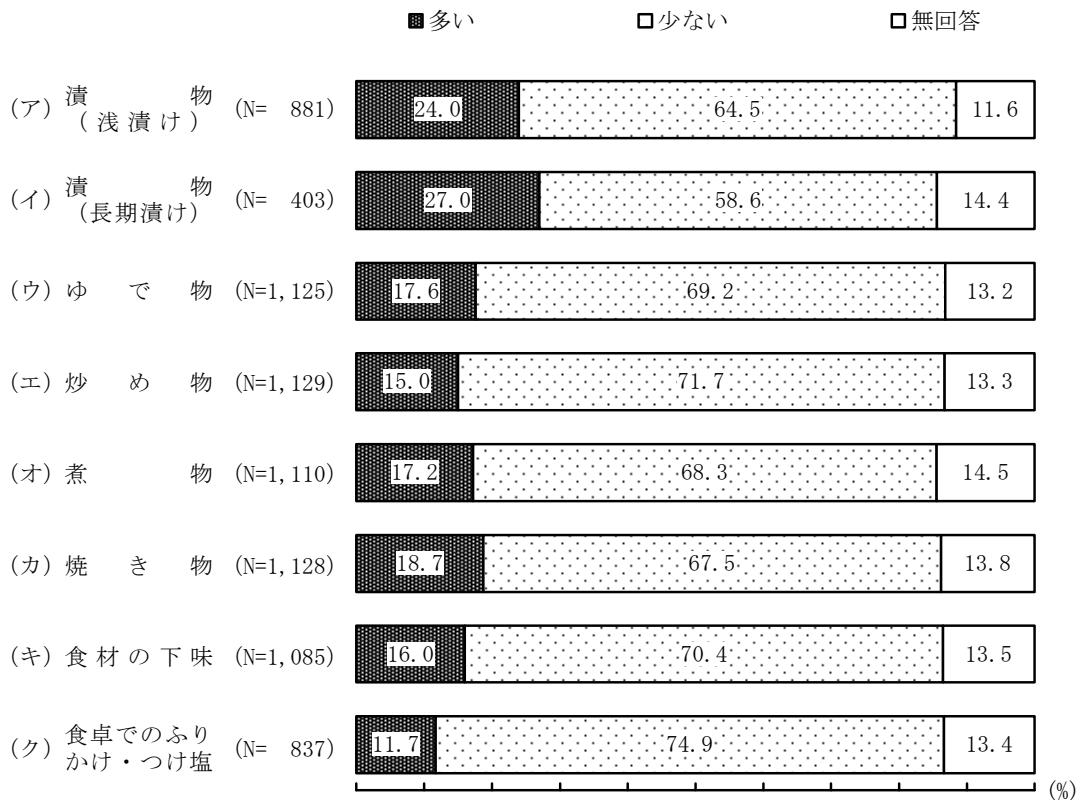
(オ) 煮物では、「たまにはする」と答えたのは 22.0%、「よくする」と答えたのは 51.6%、「非常によくする」と答えたのは 20.2%だった。

(カ) 焼き物では、「たまにはする」と答えたのは 26.0%、「よくする」と答えたのは 52.1%、「非常によくする」と答えたのは 17.2%だった。

(キ) 食材の下味では、「たまにはする」と答えたのは 27.7%、「よくする」と答えたのは 47.7%、「非常によくする」と答えたのは 16.3%だった。

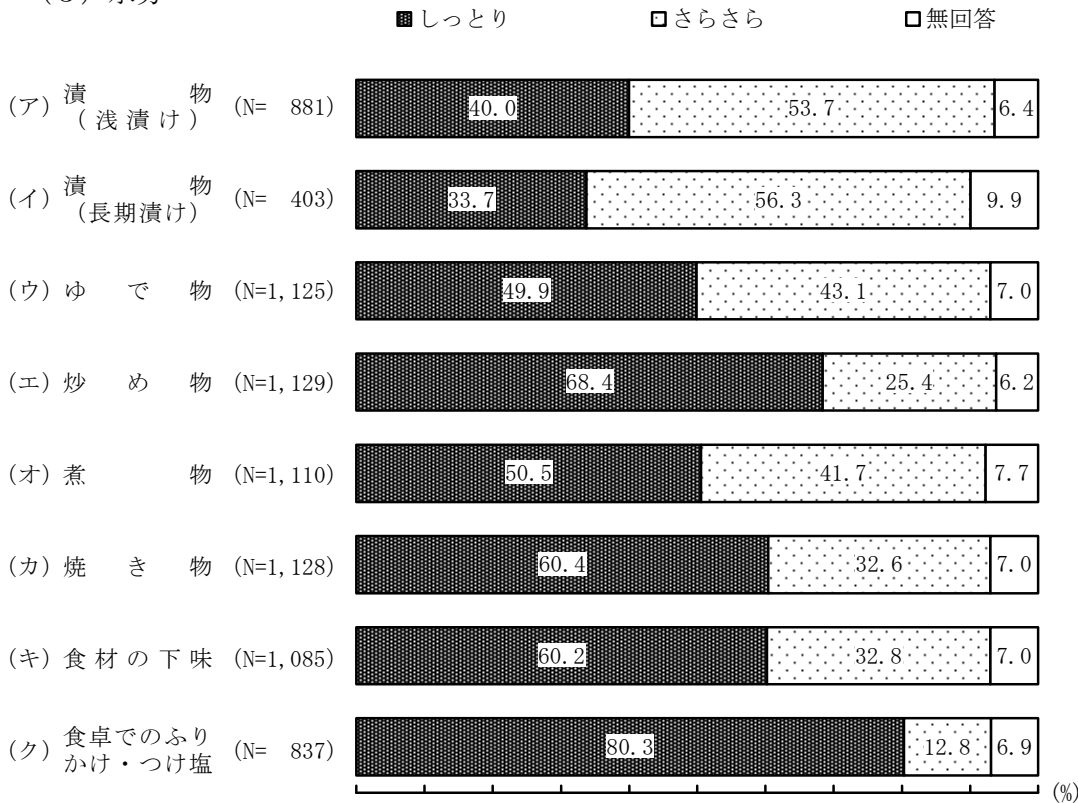
(ク) 食卓でのふりかけ・つけ塩では、「しない」と答えたのは 26.9%、「たまにはする」と答えたのは 47.9%、「よくする」と答えたのは 17.2%だった。

(2) にがり



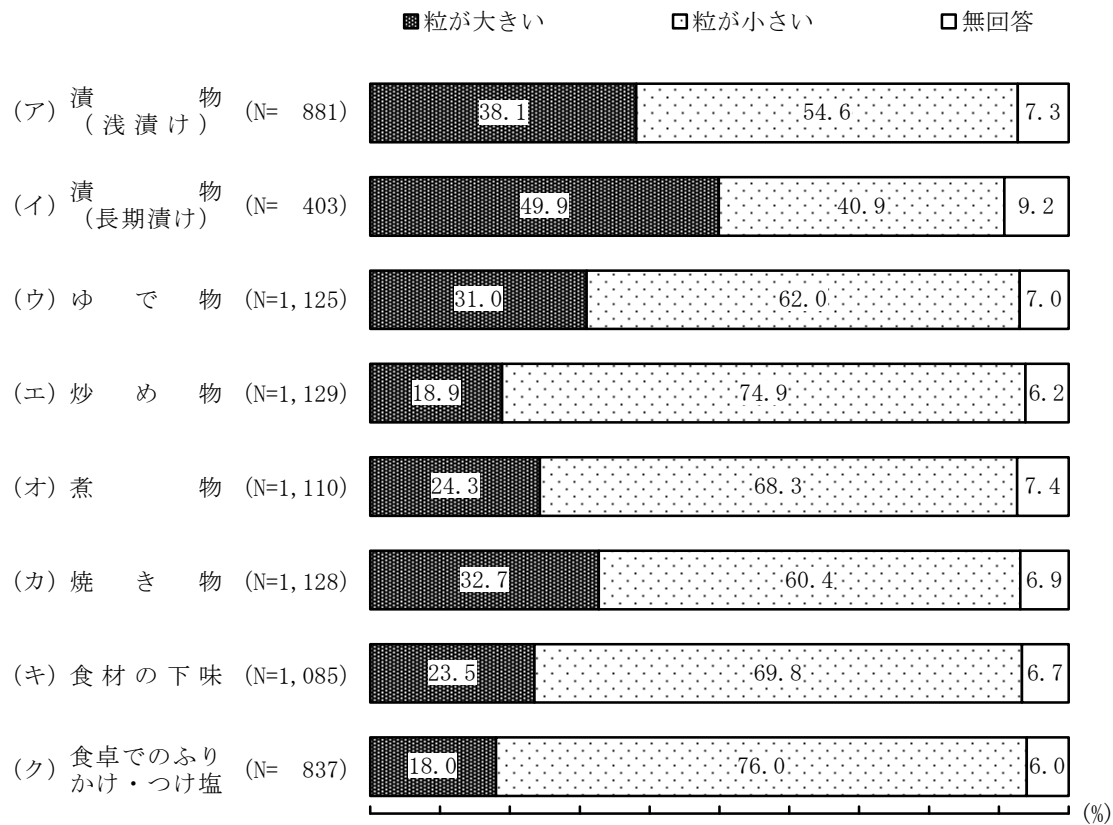
料理項目ごとに、「たまにはする」、「よくする」、「非常によくする」と答えた者に対して、具体的にはどのような塩を使っているか質問したところ、「にがり」については、(イ) 漬物 (長期漬け) を除いたすべての料理項目において「少ない」と答えた者の割合が6割を超えている。

(3) 水分



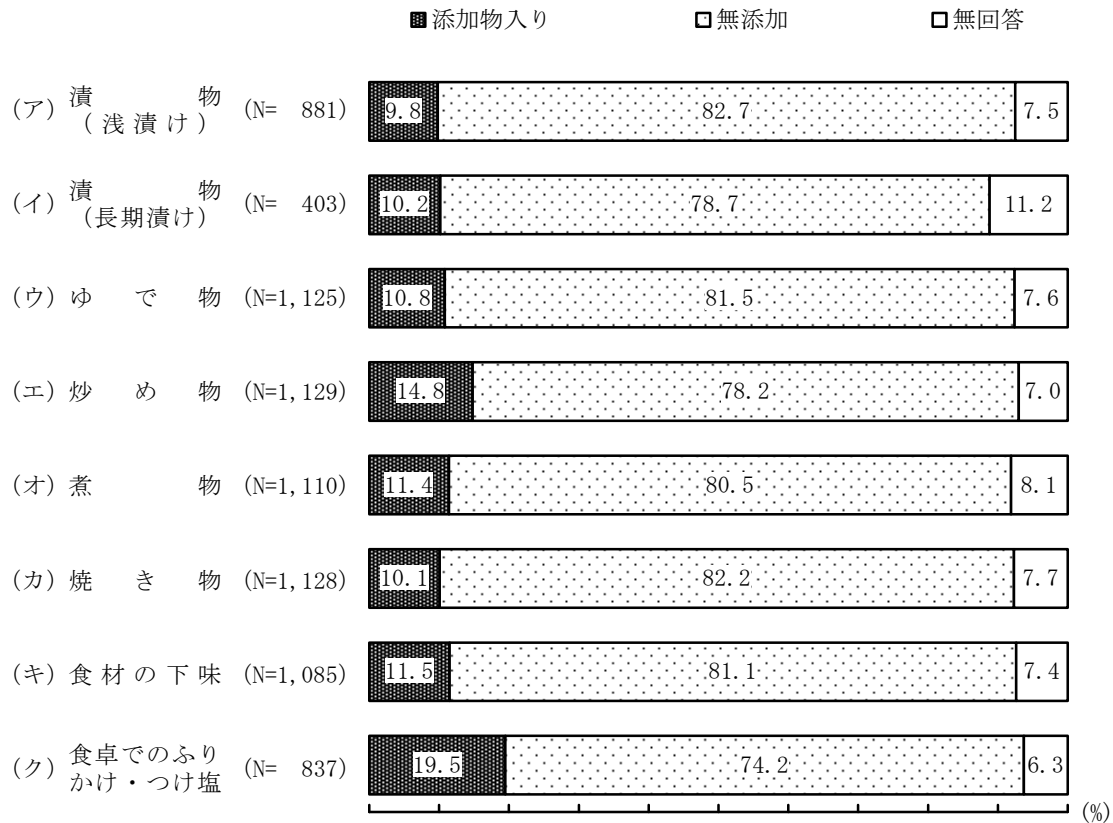
水分については、(ク) 食卓でのふりかけ・つけ塩で「しっとりしている」が80.3%となっている。また、(ウ) ゆで物、(エ) 炒め物、(オ) 煮物、(カ) 焼き物、(キ) 食材の下味で、「しっとりしている」が「さらさらしている」を上回っている。「さらさらしている」と答えた者の割合が多い項目の上位3位は、(イ) 漬物 (長期漬け)、(ア) 漬物 (浅漬け)、(ウ) ゆで物となっている。

(4) 粒



粒については、(イ) 漬物 (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。

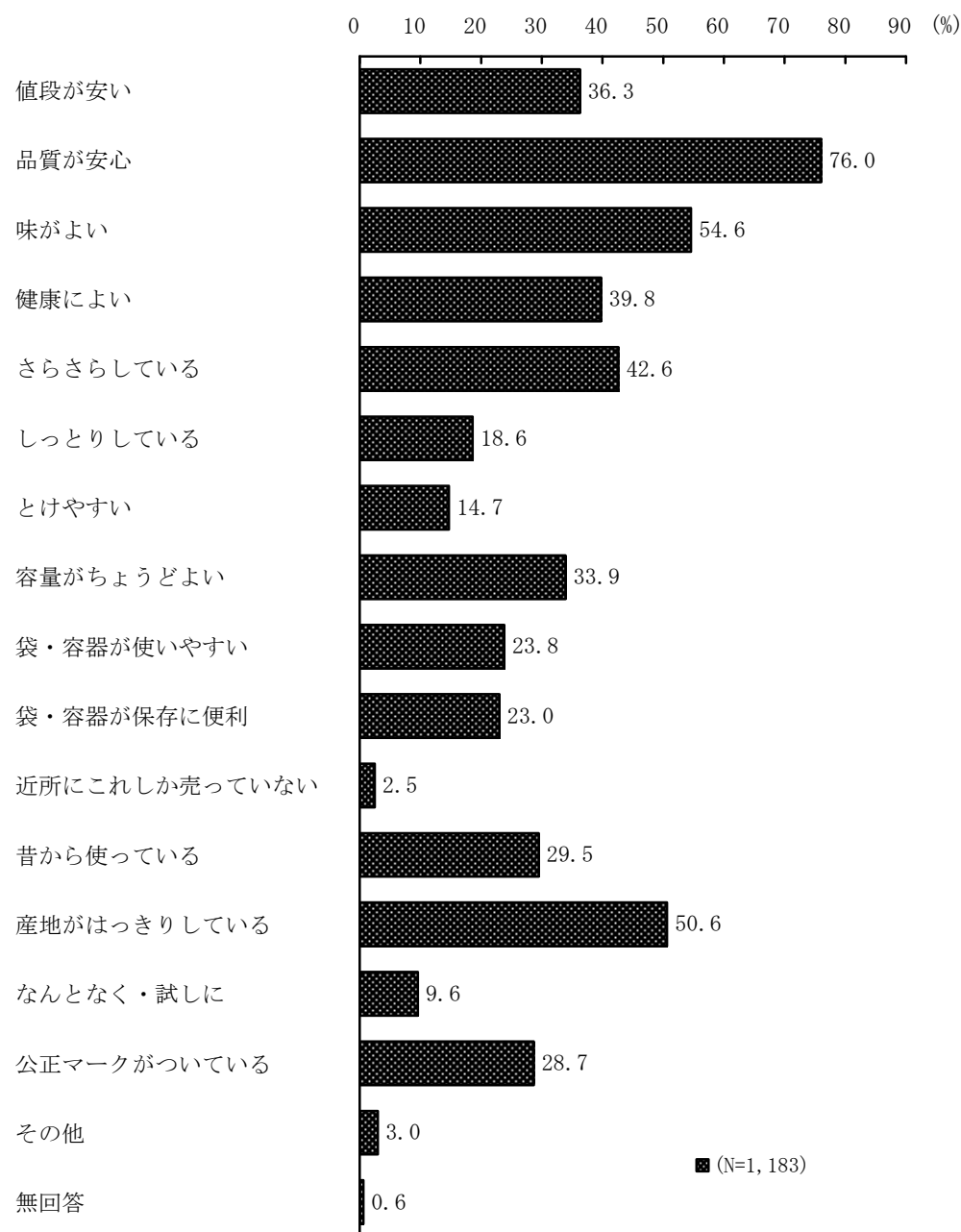
(5) 添加物



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。

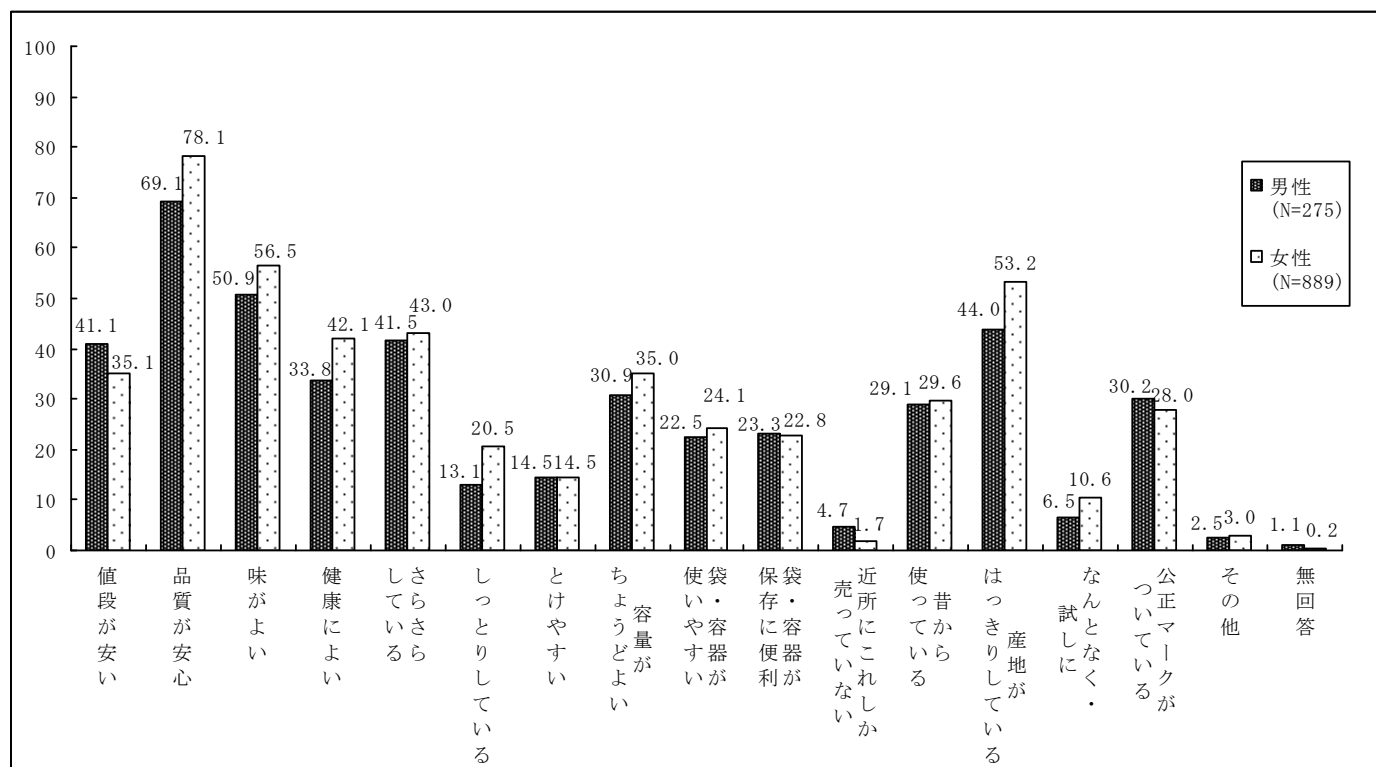
(5)「塩」を購入する際のきっかけ

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。



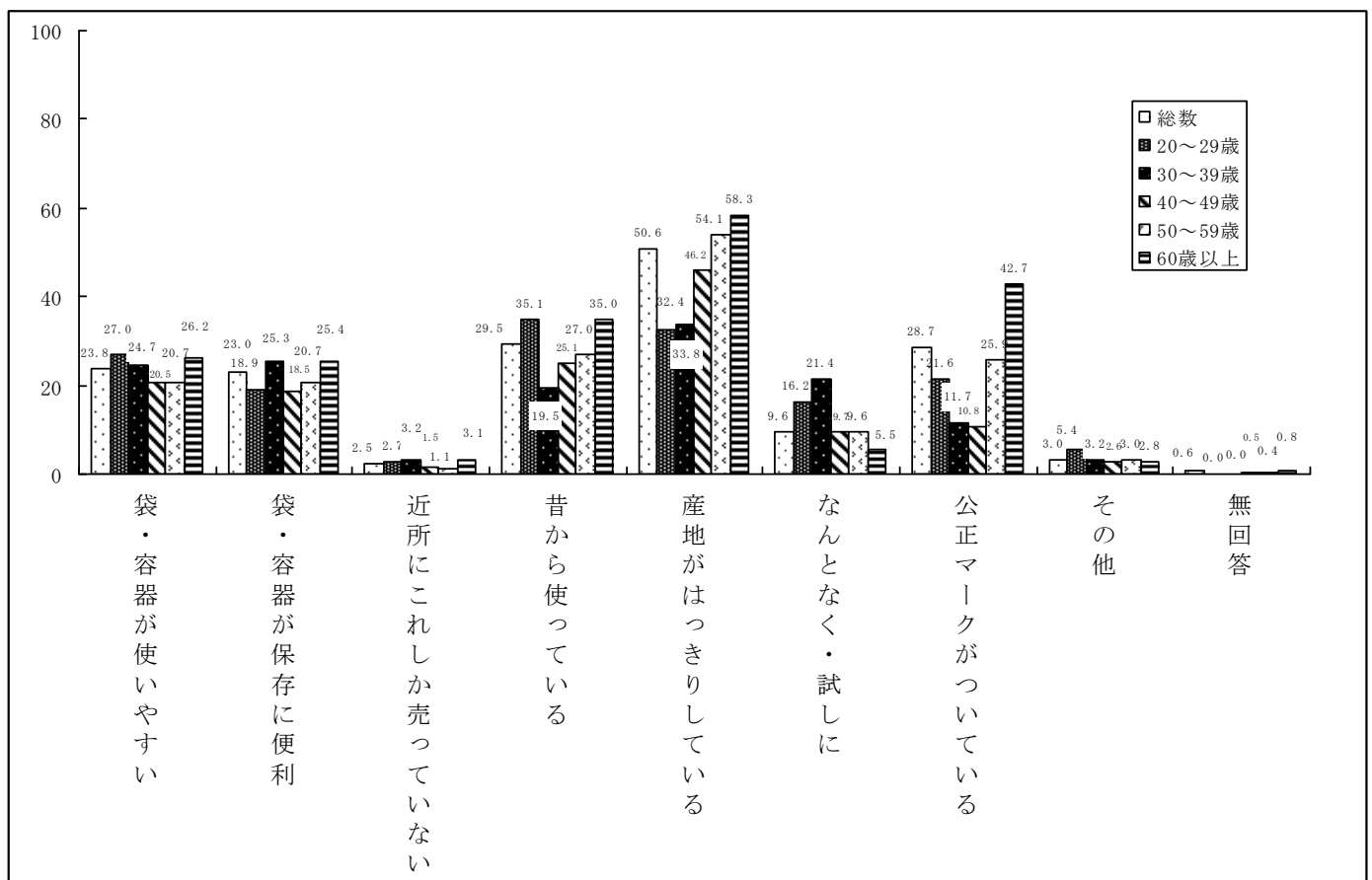
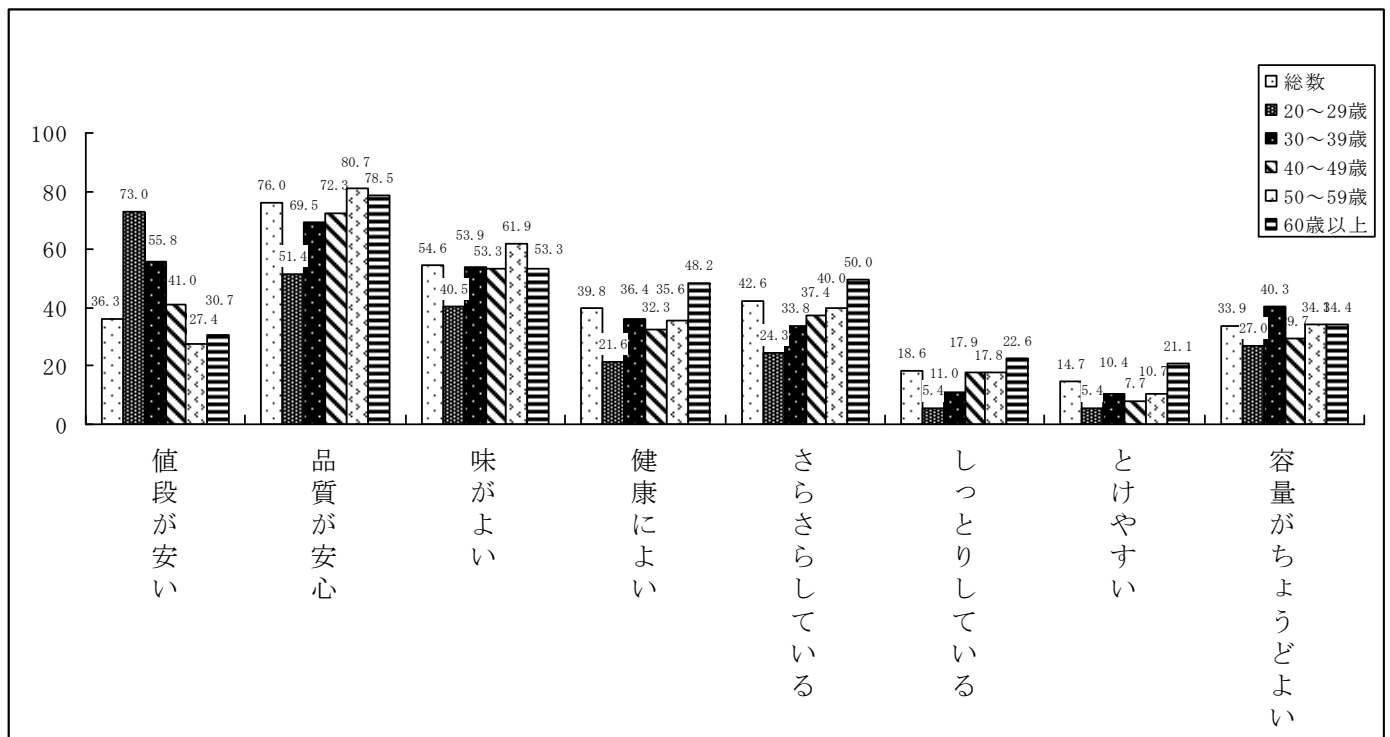
家庭で、「塩」を購入する際にきっかけとなることを聞いたところ、「品質が安心」が76.0%で最も多く、つづいて、「味がよい」が54.6%、「産地がはっきりしている」が50.6%となっている。

【性別】



性別にみると、男性、女性共に「品質が安心」が最も多い。「値段が安い」「近所にこれしか売っていない」「公正マークがついている」は女性より男性で多くなっている。

【年代別】

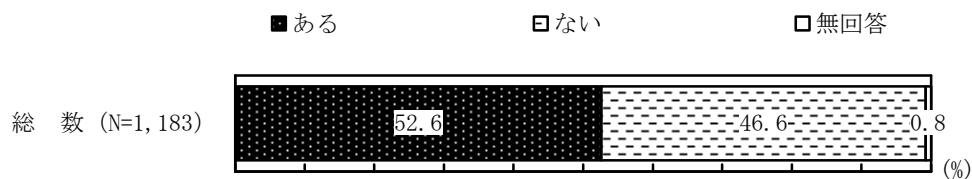


年代と塩を購入する際のきっかけの関係をみてみると、「値段が安い」をあげた者の割合は、20歳代で73.0%、30歳代で55.8%であるのに対して、50歳代では27.4%、60歳以上では30.7%と低くなっている。一方で、「品質が安心」は50歳代で80.7%、60歳以上で78.5%と高くなっている。

「公正マークがついている」をあげた者の割合は、20歳代で21.6%、30歳代で11.7%、40歳代で10.8%、50歳代で25.9%、60歳以上で42.7%となっている。「なんとなく・試しに」をあげた者の割合は、30歳代で最も高く、次いで20歳代と、比較的若い世代が同項目を選んでいることがわかる。

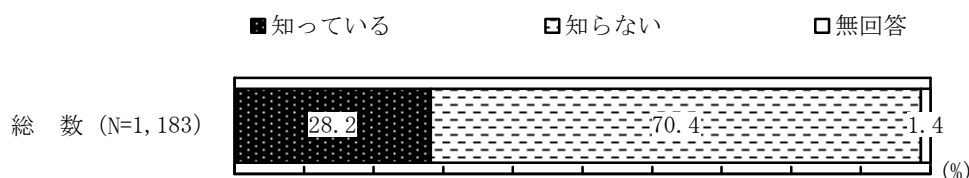
（６）塩に関する表示について

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。



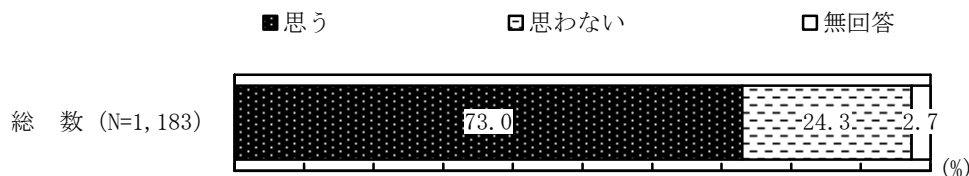
公正マークについて、見たことがあるか質問したところ、52.6%の者が「ある」と答え、「ない」と答えた者は46.6%だった。

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。



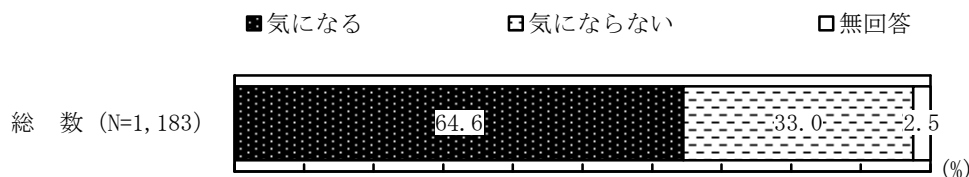
公正マークについて、何のマークか知っているか質問したところ、28.2%の者が「知っている」と答え、「知らない」と答えた者は70.4%だった。

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。



公正マークについて、その意味を知りたいか聞いたところ、73.0%の者が（知りたいと）「思う」と答え、（知りたいと）「思わない」と答えたのは24.3%だった。

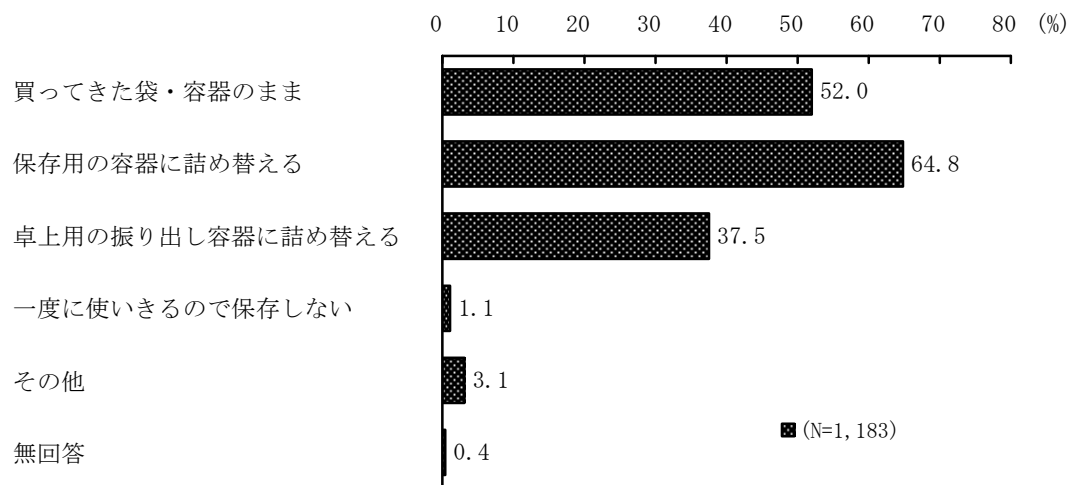
問６－４．塩にこのマーク（公正マーク）が付いていたら何のマークか気になりますか。



塩に公正マークがついていたら何のマークか気になるか聞いたところ、64.6%の者が「気になる」と答え、「気にならない」と答えたのは33.0%だった。

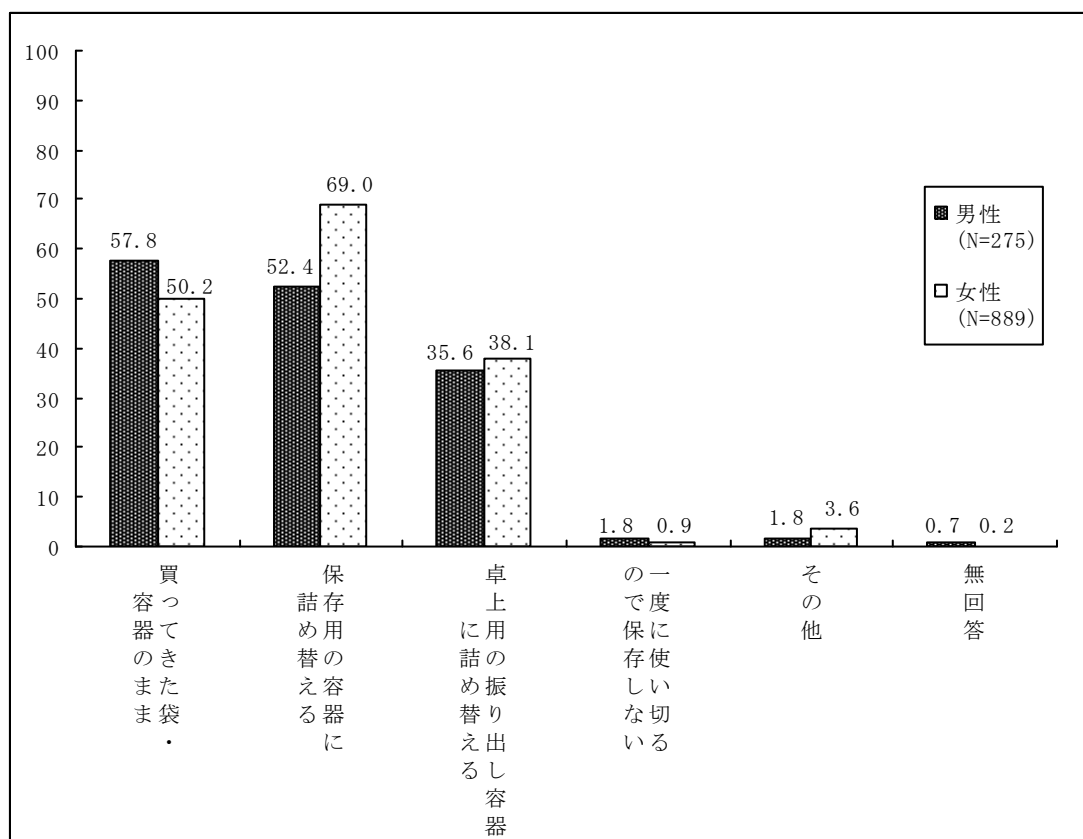
(7)「塩」の保存方法

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。



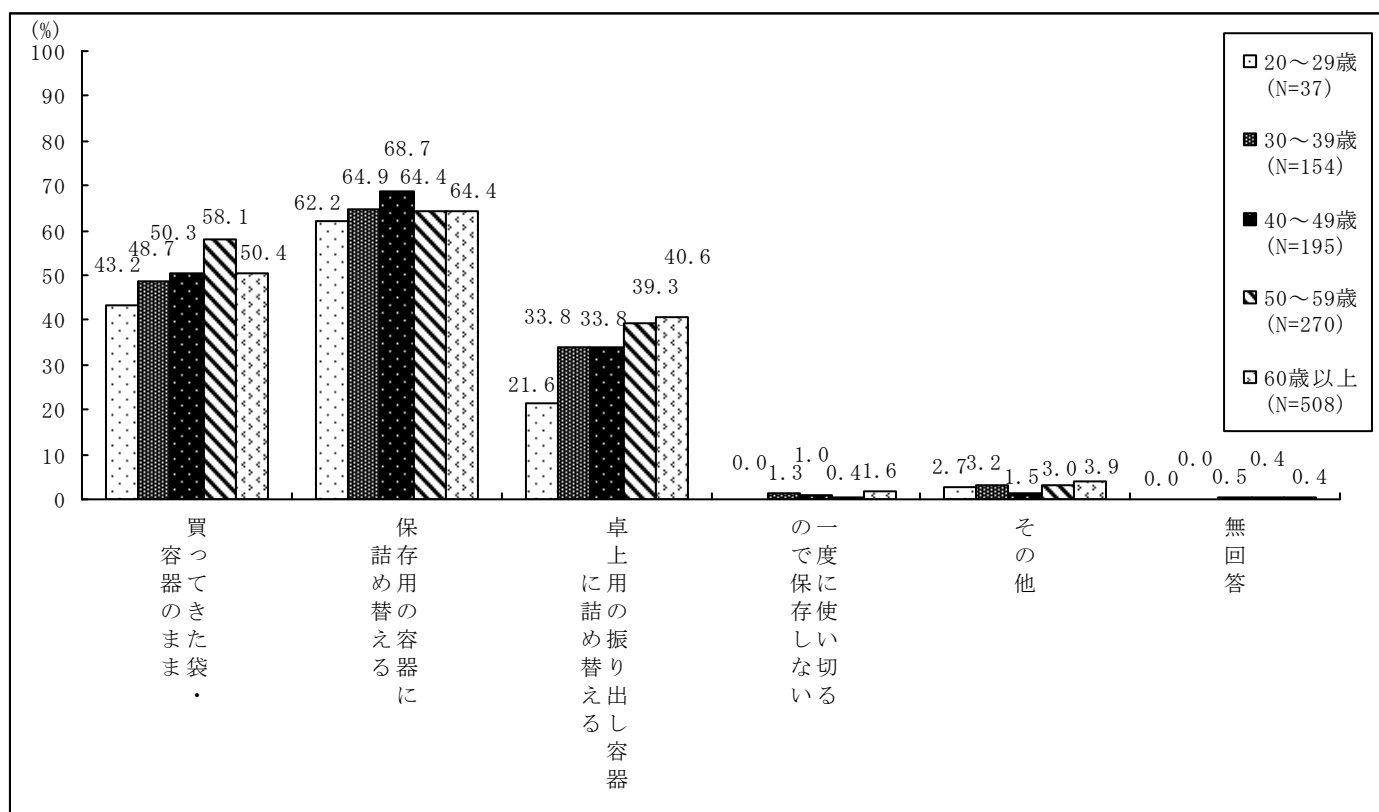
家庭での塩の保存方法について聞いたところ、「保存用の容器に詰め替える」をあげた者の割合が64.8%と最も多かった。ついで、「買ってきた袋・容器のまま」が52.0%、「卓上用の振り出し容器に詰め替える」が37.5%となっている。

【性別】



性別にみると、「買ってきた袋・容器のまま」は女性より男性で、「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」は男性より女性で多くなっている。

【年代別】



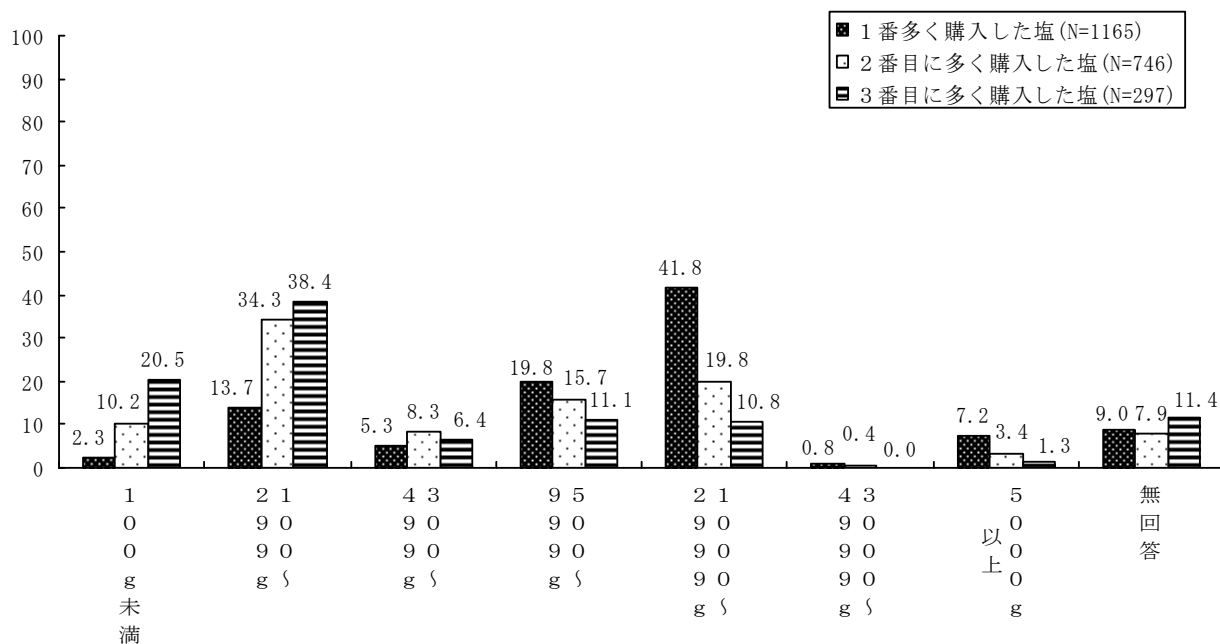
年代別にみると、全年代とも「保存用の容器に詰め替える」が最も多い。「買ったままの袋・容器のまま」は50歳代で、「卓上用の振り出し容器に詰め替える」は60歳代で最も多くなっている。

(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。

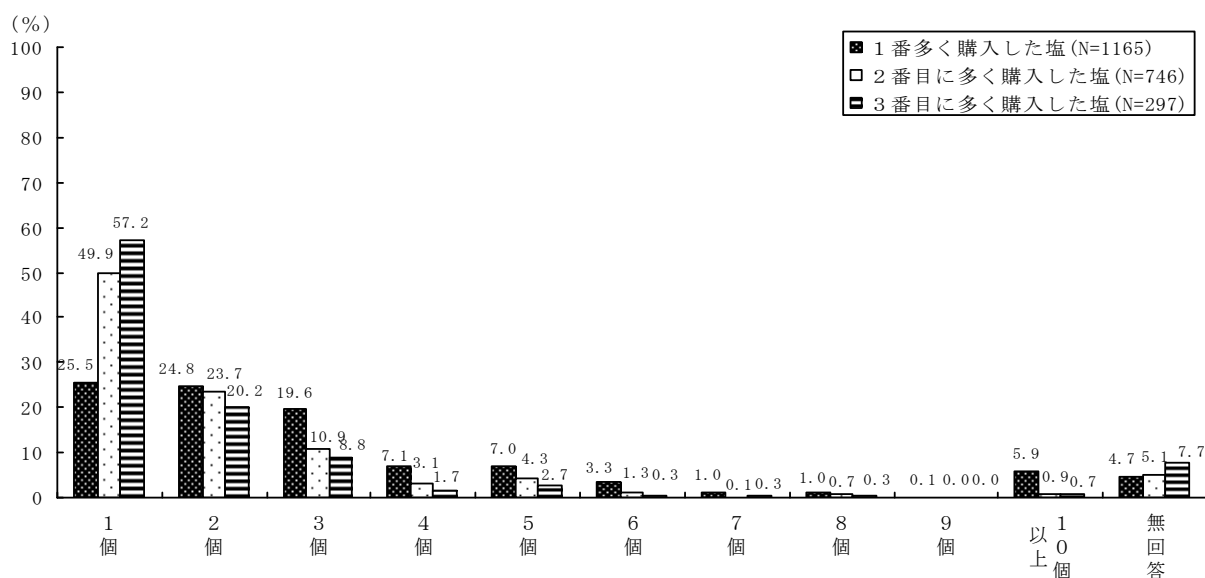
内容量、個数は四角の中に数字で、つかいみち、性質、購入理由はあてはまる番号すべてに○をつけて、満足度は1から5で最高を5としてお答えください。

(ア) 内容量



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「1000～2999g」が41.8%で最も多くなっている。

(イ) 年間購入個数

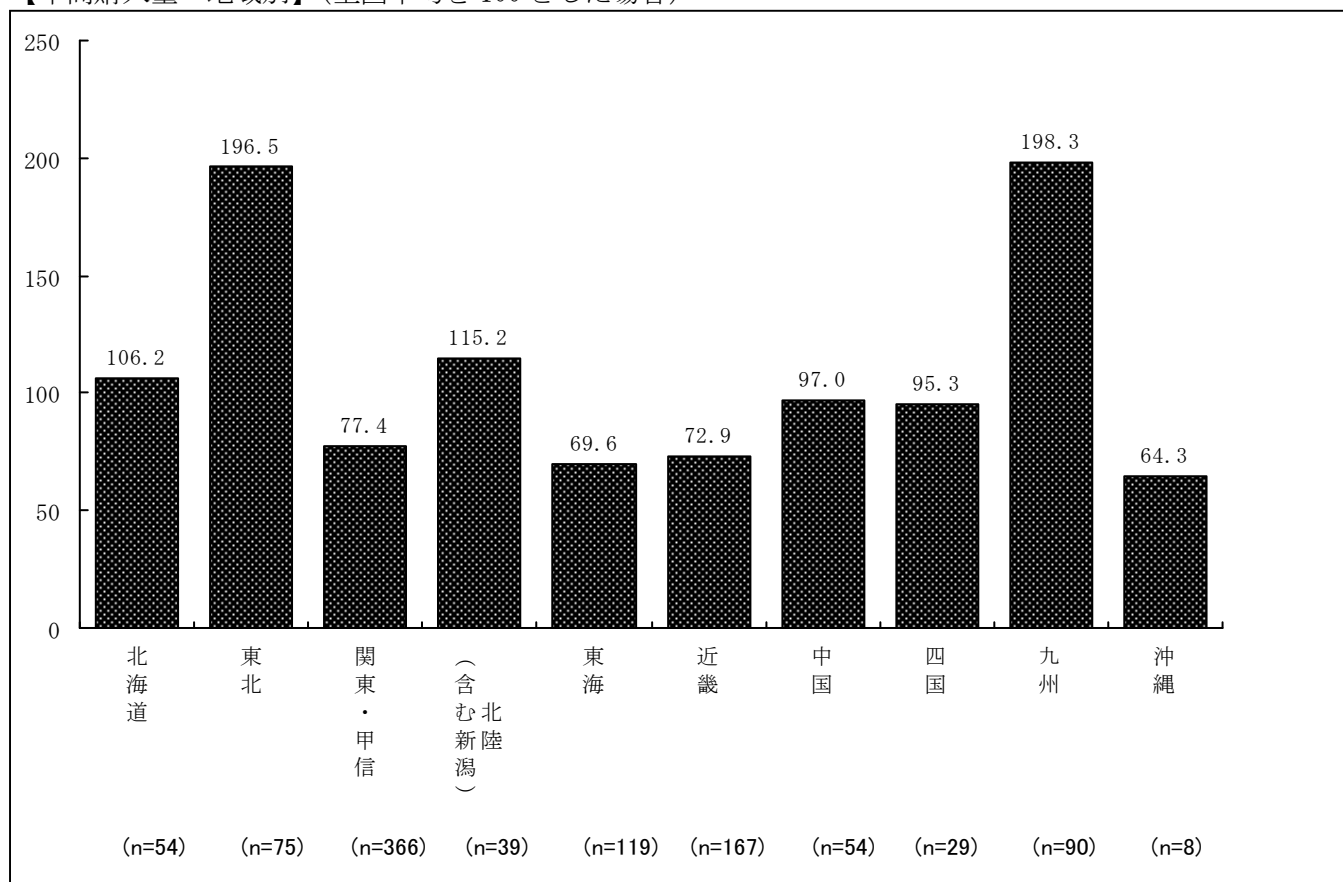


次に、年間購入個数について聞いたところ、1番多く購入した塩では、1個と答えた者の割合が25.5%と最も多く、ついで2個と答えた者の割合が24.8%、3個と答えた者の割合が19.6%となっている。

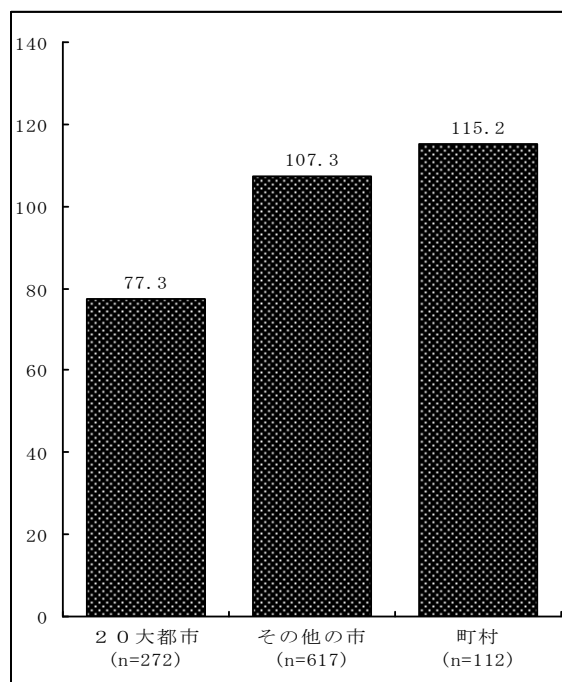
【年間購入量】

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、4075.8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。

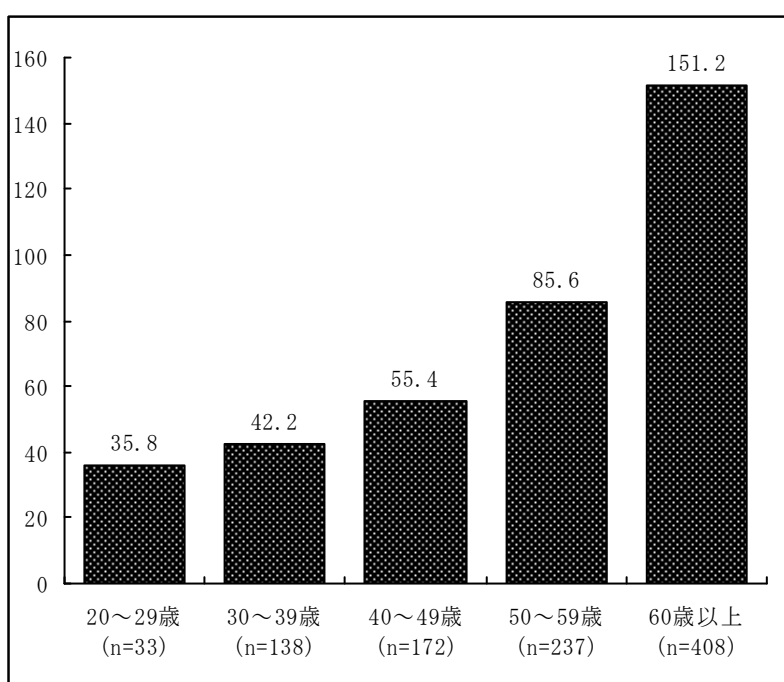
【年間購入量・地域別】(全国平均を100とした場合)



【年間購入量・都市規模別】 (全国平均を100とした場合)

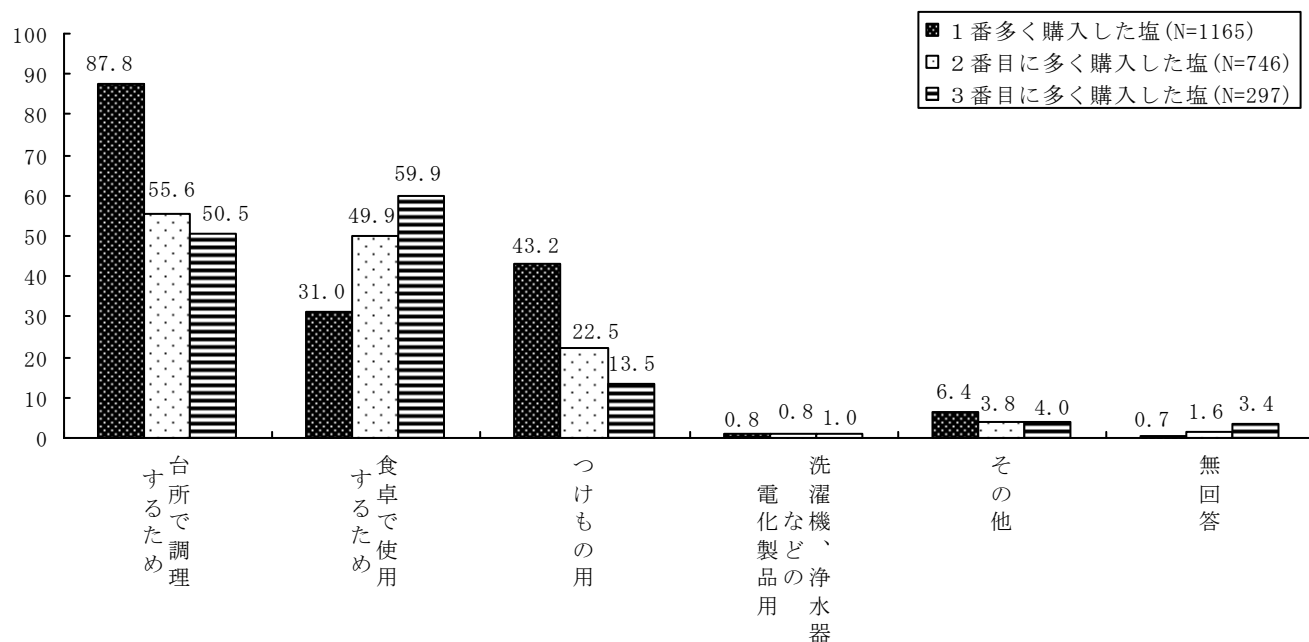


【年間購入量・年代別】 (全国平均を100とした場合)



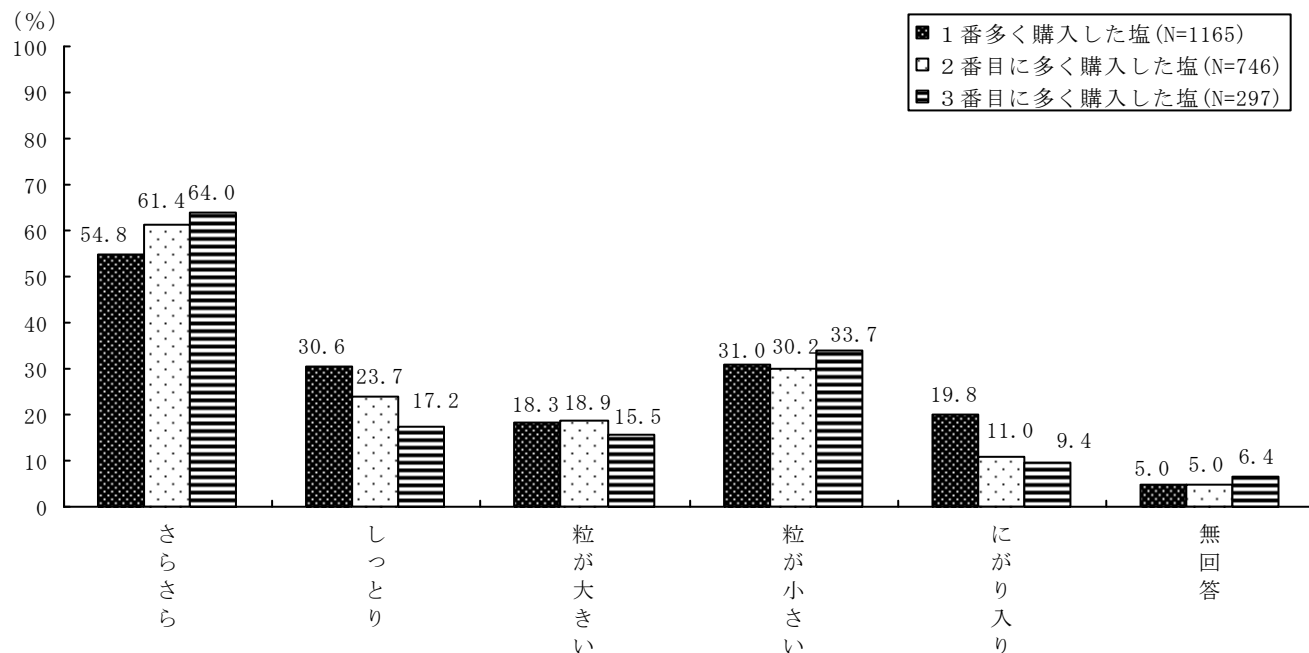
年間購入量を地域別にみると北海道、東北、北陸、九州で、都市規模別では町村で、年代別では60歳以上で多くなっている。

(ウ) つかいみち



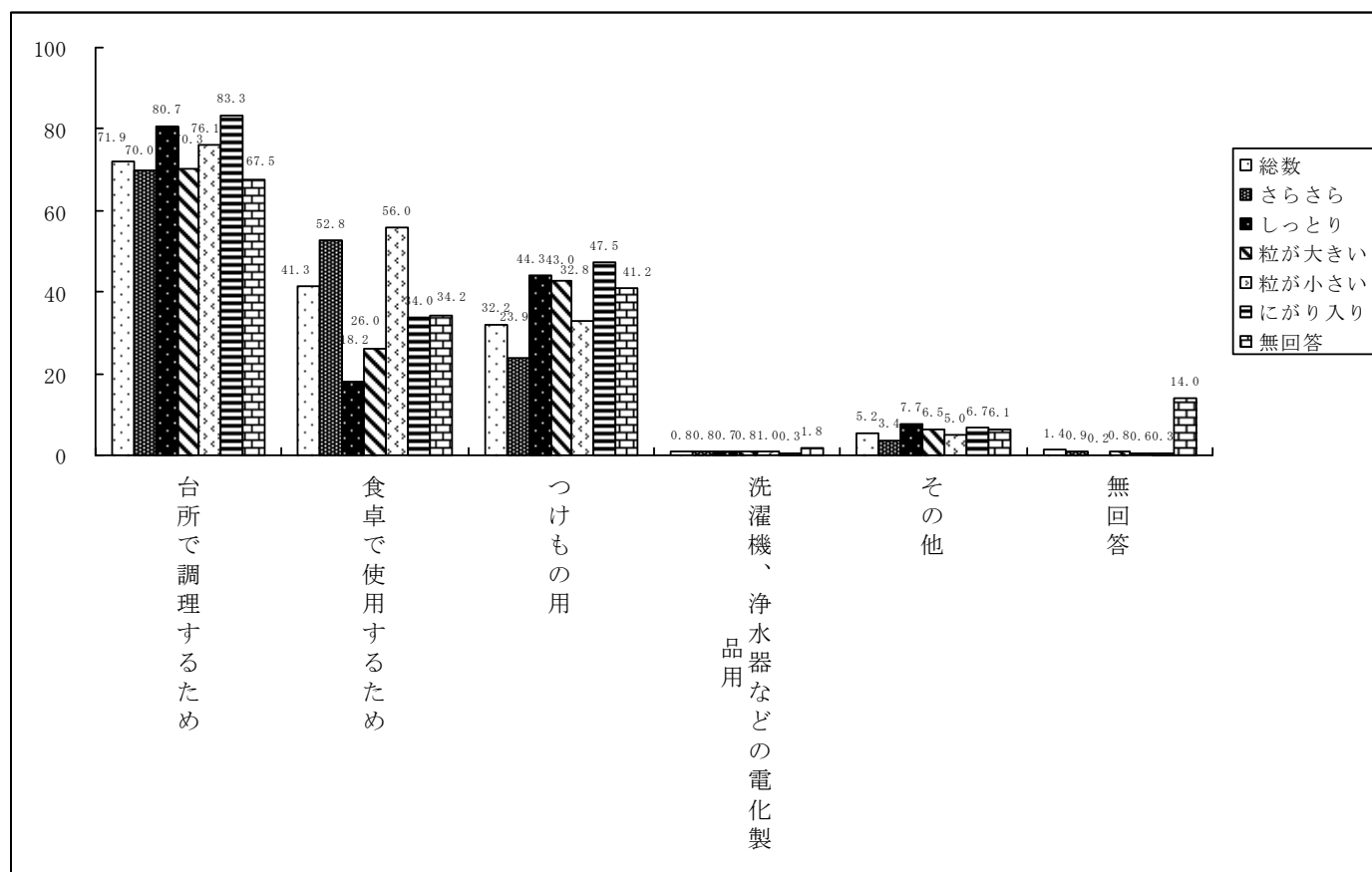
つかいみちに関して、1 番多く購入した塩についてみると、「台所で調理するため」をあげた者の割合が 87.8%と最も多い。つづいて、「つけもの用」が 43.2%、「食卓で使用するため」が 31.0%となっている。

(エ) 性質



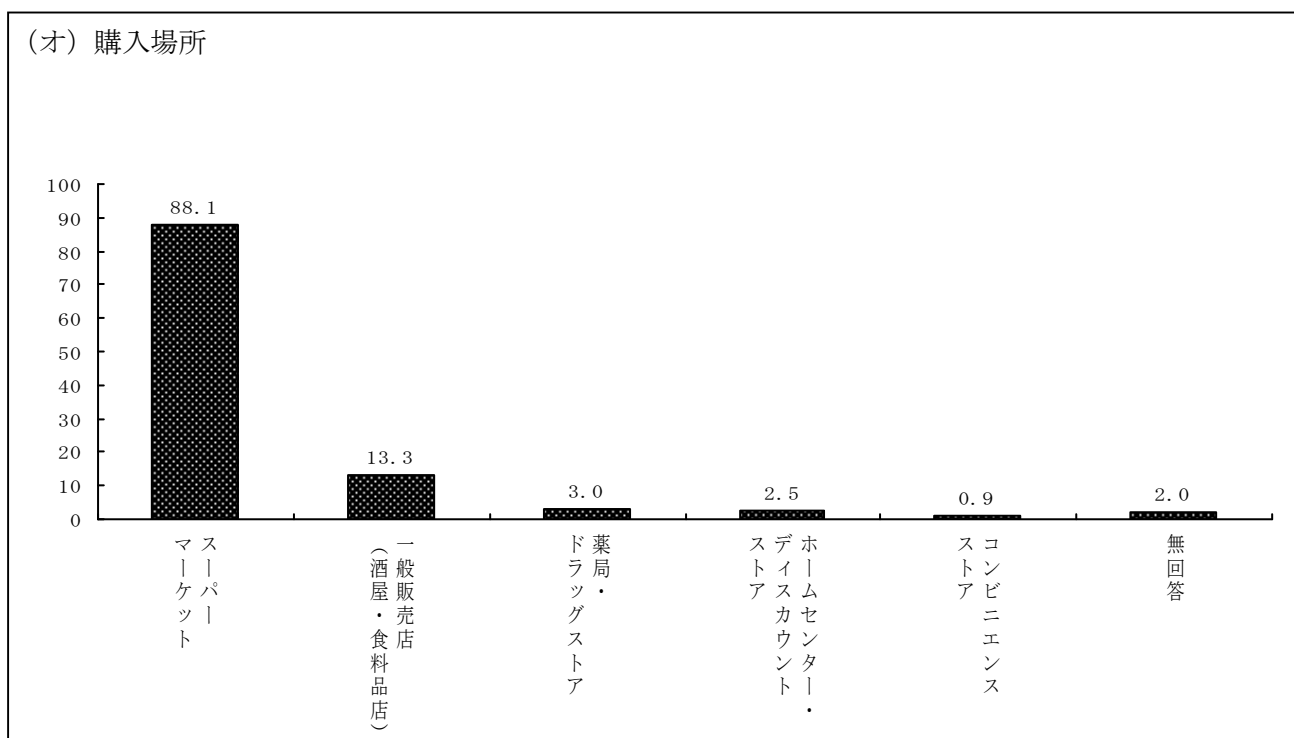
性質に関して、1 番多く購入した塩についてみると、「さらさら」をあげた者の割合が 54.8%と最も多くなっている。つづいて、「粒が小さい」が 31.0%、「しっとり」が 30.6%、「にがり入り」が 19.8%となっている。

(ウ) つかいみち×(エ) 性質



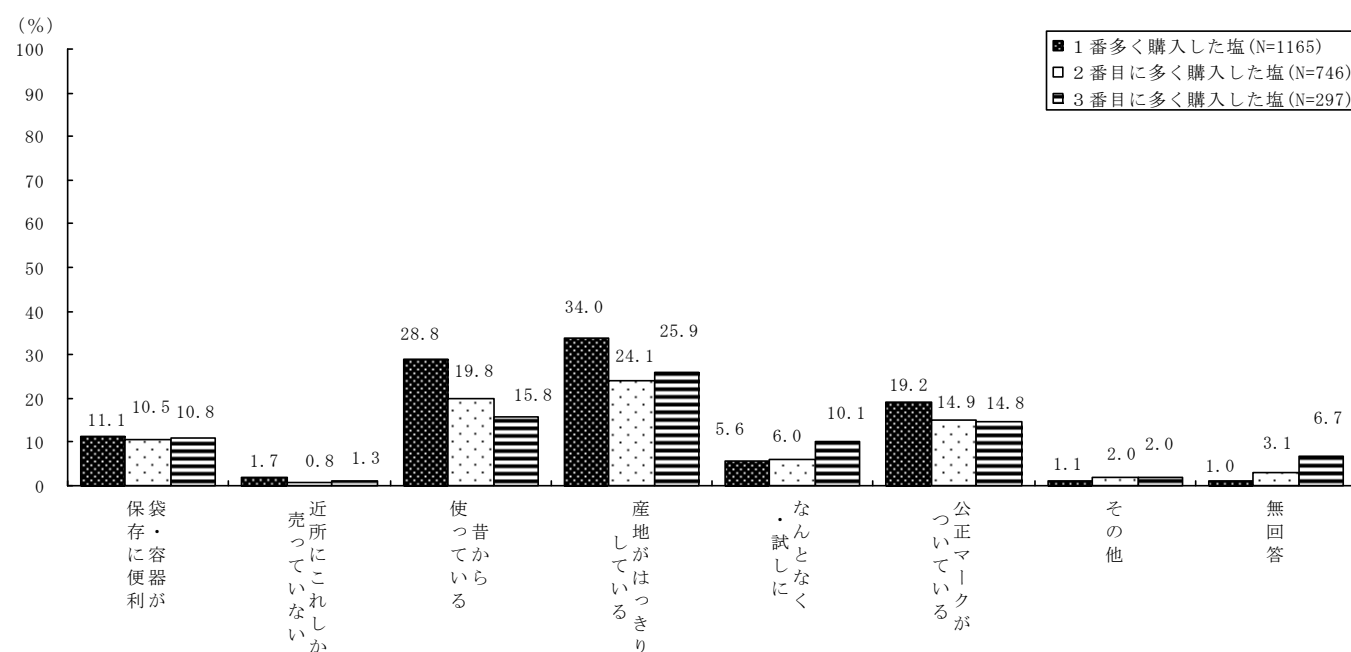
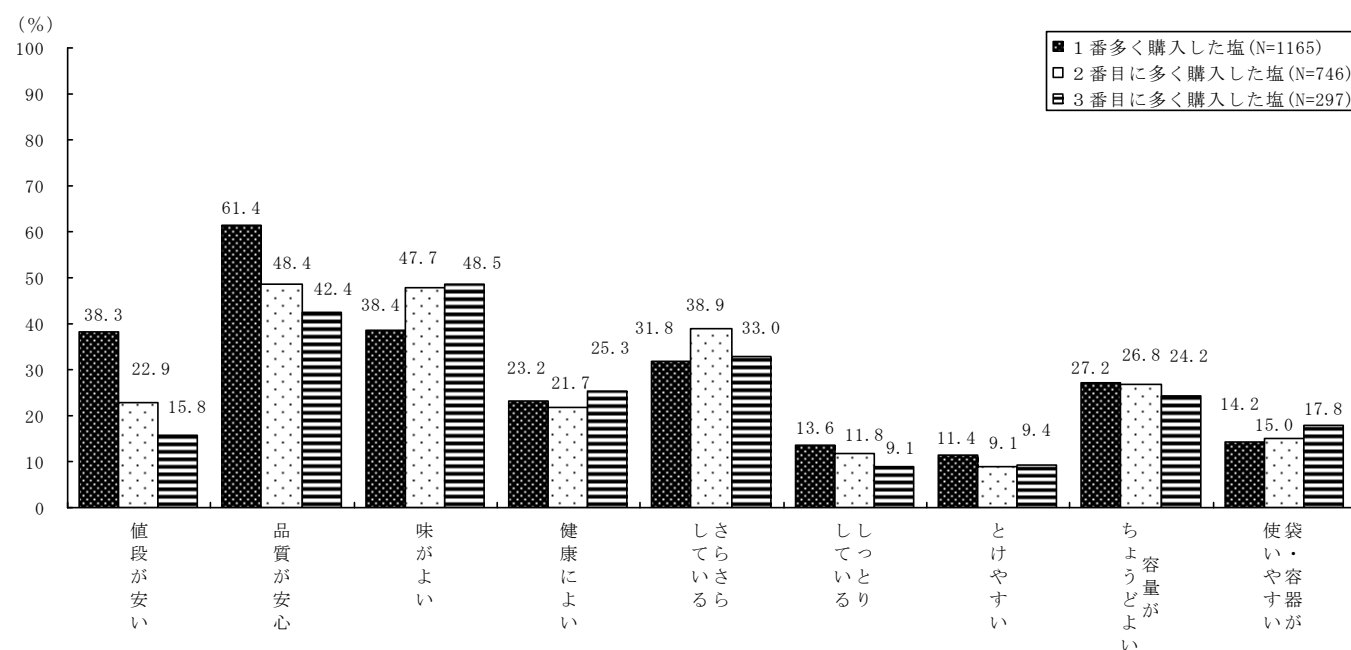
つかいみちと性質の関係をみたところ、「台所で調理するため」には、「にがり入り」、「しっとり」が多く、「食卓で使用するため」には「粒が小さい」、「さらさら」が多く、「つけもの用」には「にがり入り」、「しっとり」が多くなっている。

(オ) 購入場所

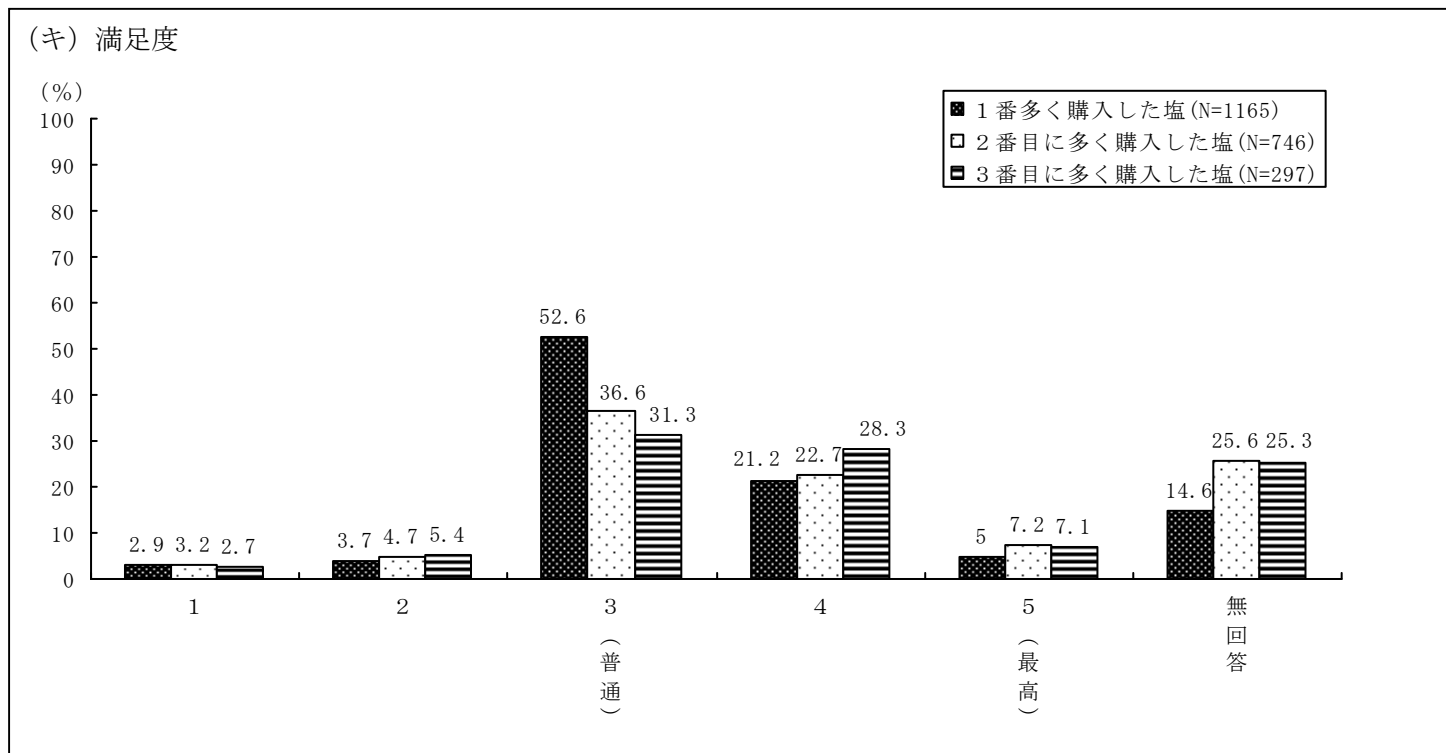


購入場所に関して、1番目に多く購入した塩についてみると、「スーパーマーケット」が88.1%となっている。つづいて「一般販売店 (酒屋・食料品店)」が13.3%となっている。

(カ) 購入理由



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 61.4%と最も多くなっている。つづいて、「味がよい」が 38.4%、「値段が安い」が 38.3%、「産地がはっきりしている」が 34.0%、「さらさらしている」が 31.8%となっている。

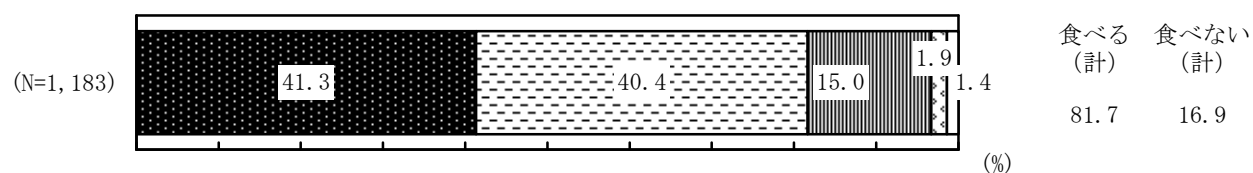


満足度に関して、1番多く購入した塩についてみると、52.6%が「3 普通」と答えている。

(9) 家庭でつけものを食べる頻度

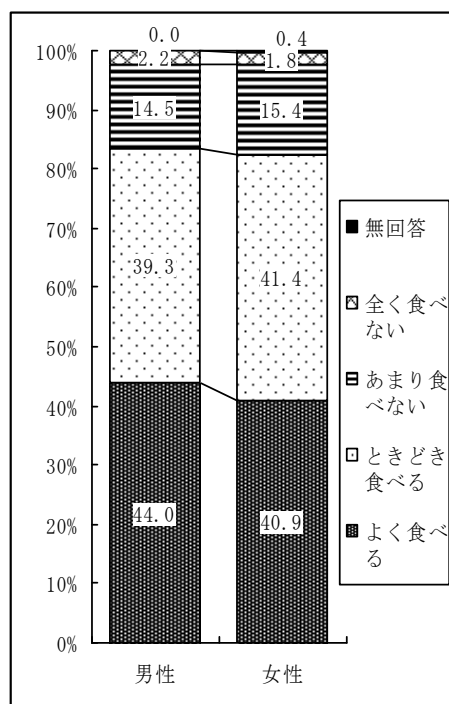
問9. ご家庭では、つけものを食べますか。次の中であてはまる番号を1つ選んで○をつけてください。

■よく食べる □ときどき食べる ■あまり食べない □全く食べない □無回答

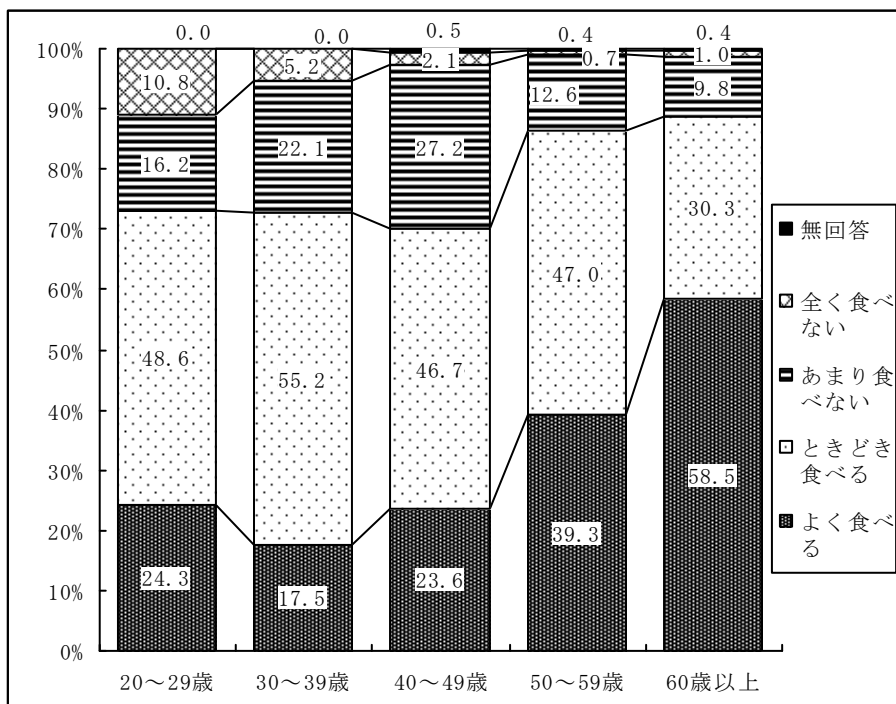


家庭でつけものを食べるか聞いたところ、「よく食べる」41.3%と「ときどき食べる」40.4%を合わせた家庭でつけものを『食べる』層は81.7%となっている。一方、「あまり食べない」は15.0%、「全く食べない」は1.9%で、両者を合わせた家庭でつけものを『食べない』層は16.9%となっている。

【性別】



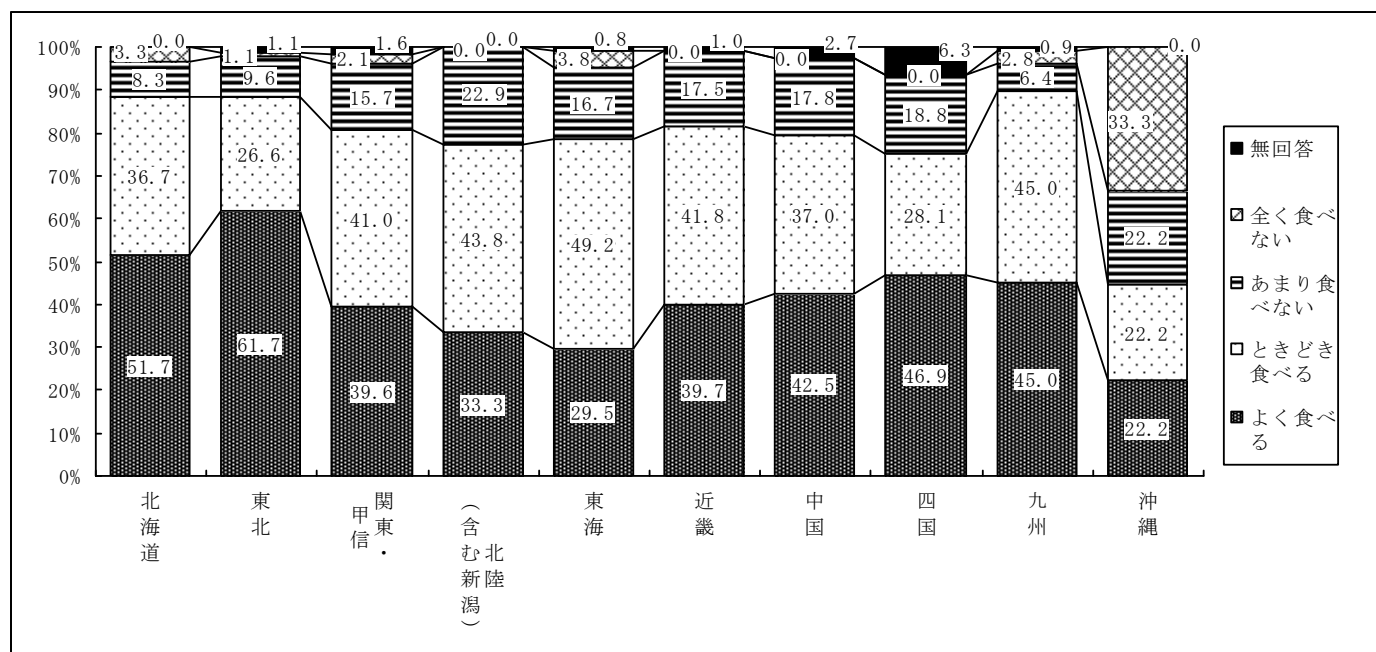
【年代別】



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44.0%、女性で40.9%となっている。「ときどき食べる」は男性で39.3%、女性で41.4%となっている。

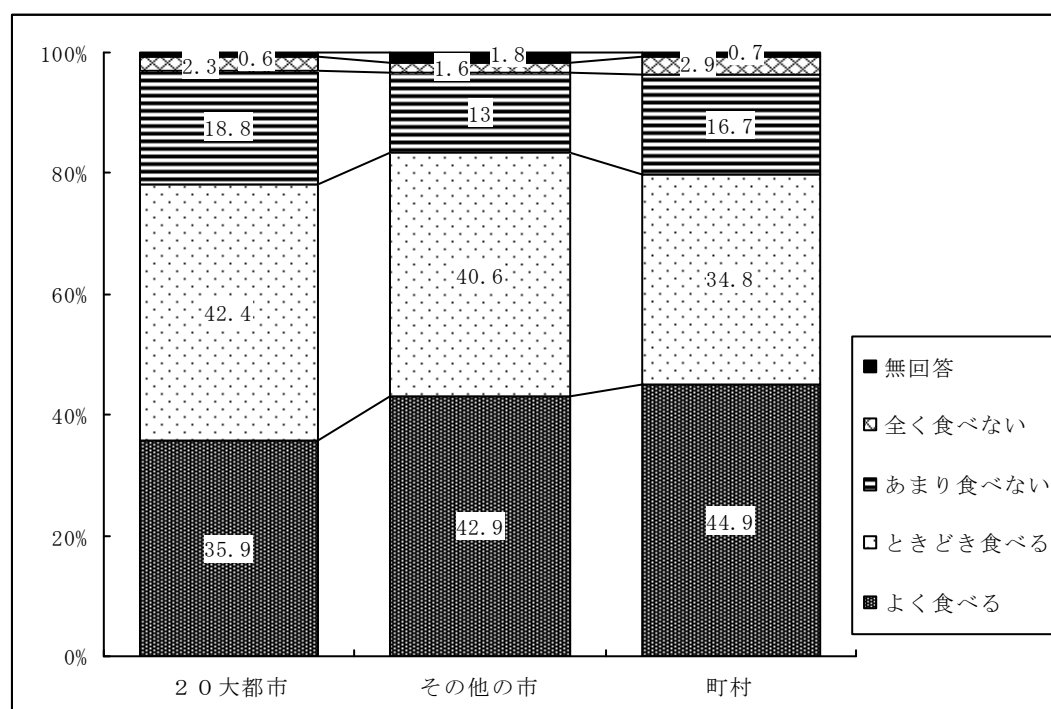
年代別にみると、つけものを「よく食べる」と答えた者の割合は60歳以上で最も高く、58.5%となっている。つづいて50歳代が39.3%となっている。

【地域別】



地域別にみると、「よく食べる」は東北で61.7%と6割を超え多くなっている。つづいて北海道が51.7%、四国が46.9%、九州が45.0%となっている。

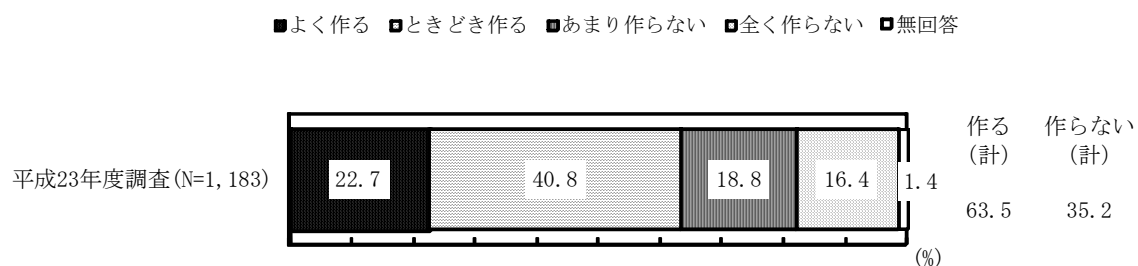
【都市規模別】



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」を合わせたつけものを『食べる』層はその他の市で最も多くなっている。

(10) 家庭でつけものを作る頻度

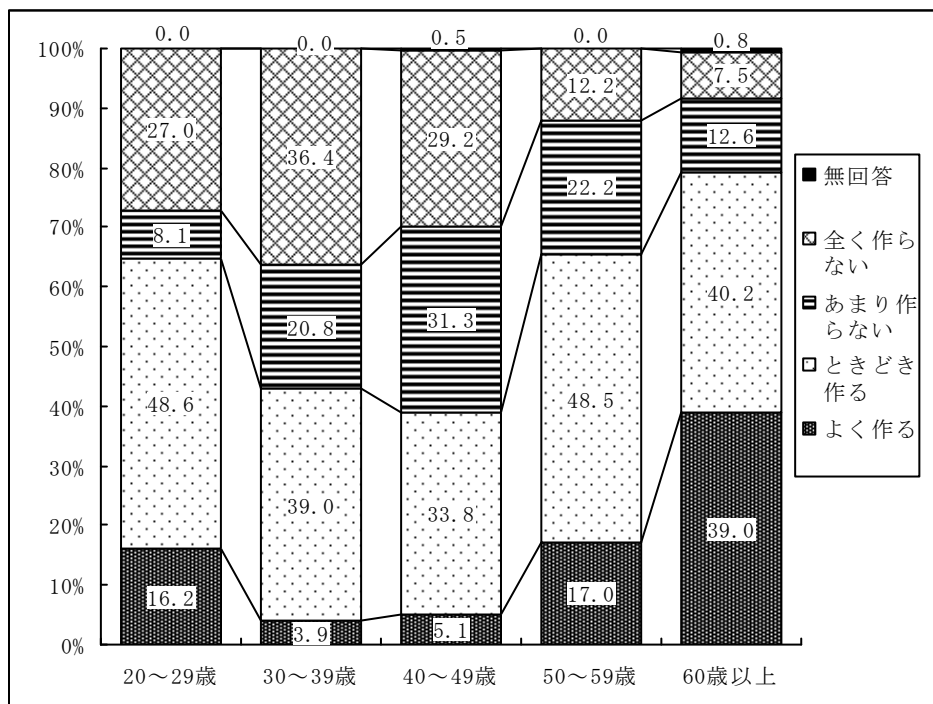
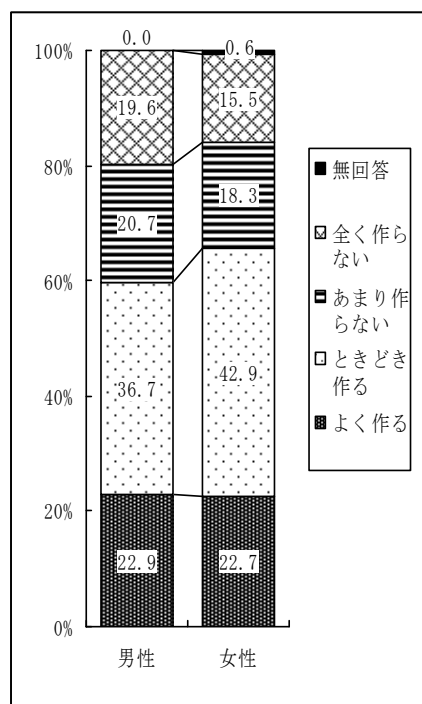
問 10. ご家庭では、つけものを作りますか。次の中であてはまる番号を1つ選んで○をつけてください。



家庭でつけものを作るか聞いたところ、「よく作る」が22.7%と「ときどき作る」が40.8%となっている。一方、「あまり作らない」は18.8%、「全く作らない」は16.4%となっている。

【性別】

【年代別】



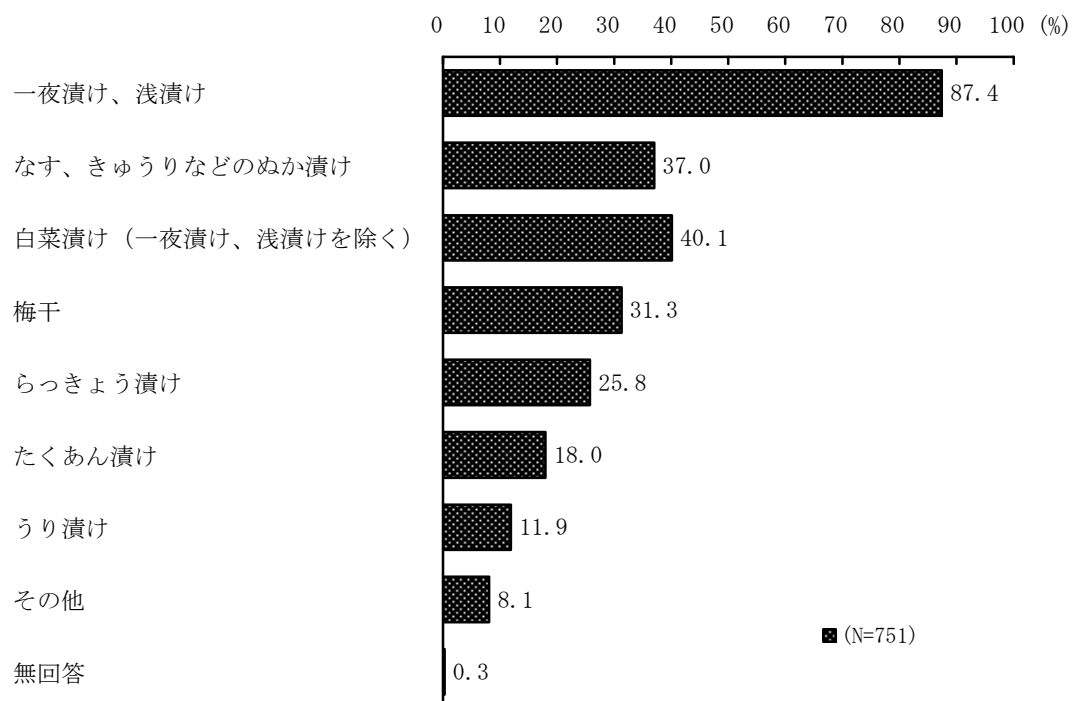
家庭でつけものを作る頻度を性別にみると、男性で、つけものを「よく作る」と回答したのは、22.9%、女性では22.7%となっている。

年代別にみると、60歳以上では「よく作る」と回答した者が39.0%であり、「ときどき作る」と答えた者40.2%と合計すると、8割弱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」17.0%、「ときどき作る」48.5%を合計すると、65.5%の者が家庭でつけものを作っていることがわかる。

(11) 家庭で作るつけものの種類

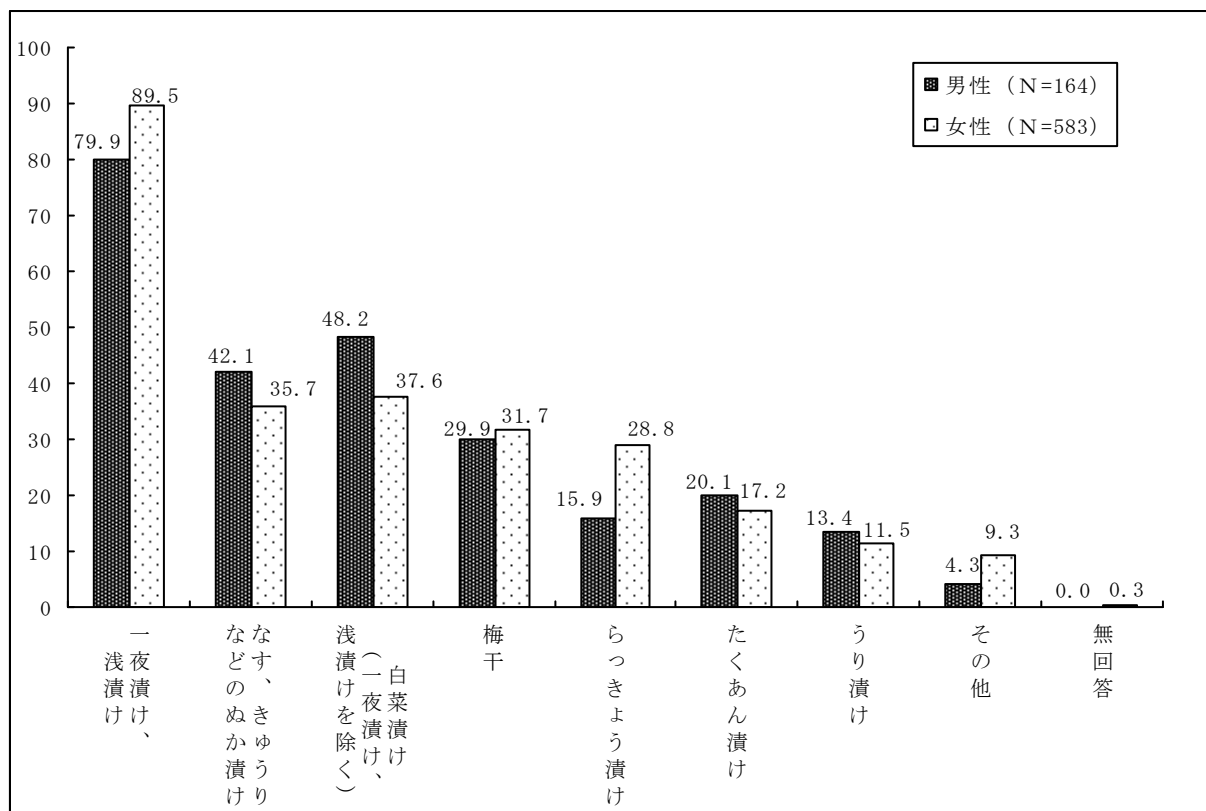
【問 10 で、「1 よく作る」「2 ときどき作る」と答えた方にお伺いします。】

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。



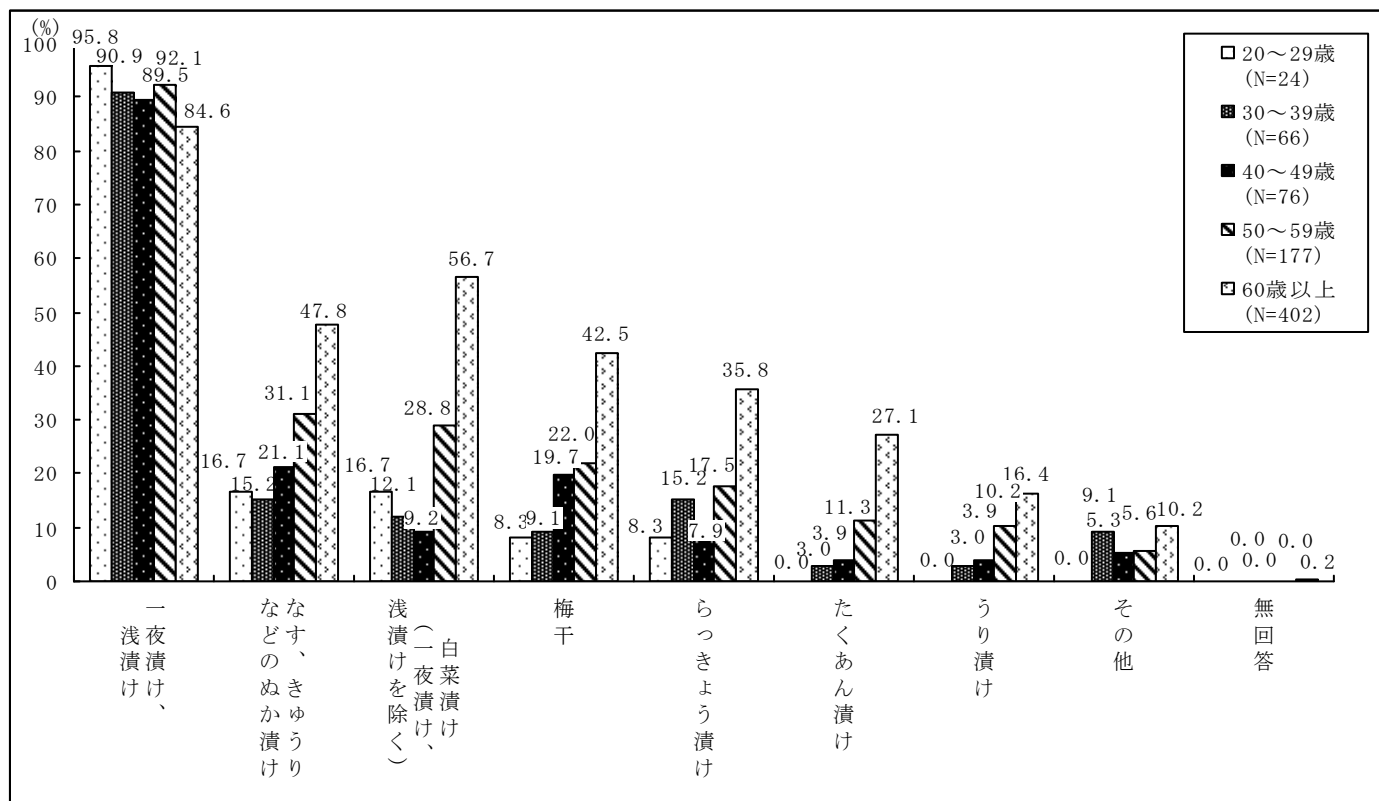
家庭でつけものを作ると答えた人（751 人）にどのようなつけものを作るか聞いたところ、「一夜漬け、浅漬け」が 87.4%と最も多く、つづいて、「白菜漬け（一夜漬け、浅漬けを除く）」が 40.1%、「なす、きゅうりなどのぬか漬け」が 37.0%、「梅干」が 31.3%となっている。

【性別】



性別にみると、「一夜漬け、浅漬け」は女性で多く、「なす、きゅうりなどのぬか漬け」、「白菜漬け」、「たくあん漬け」、「うり漬け」は男性で作る者が多くなっている。

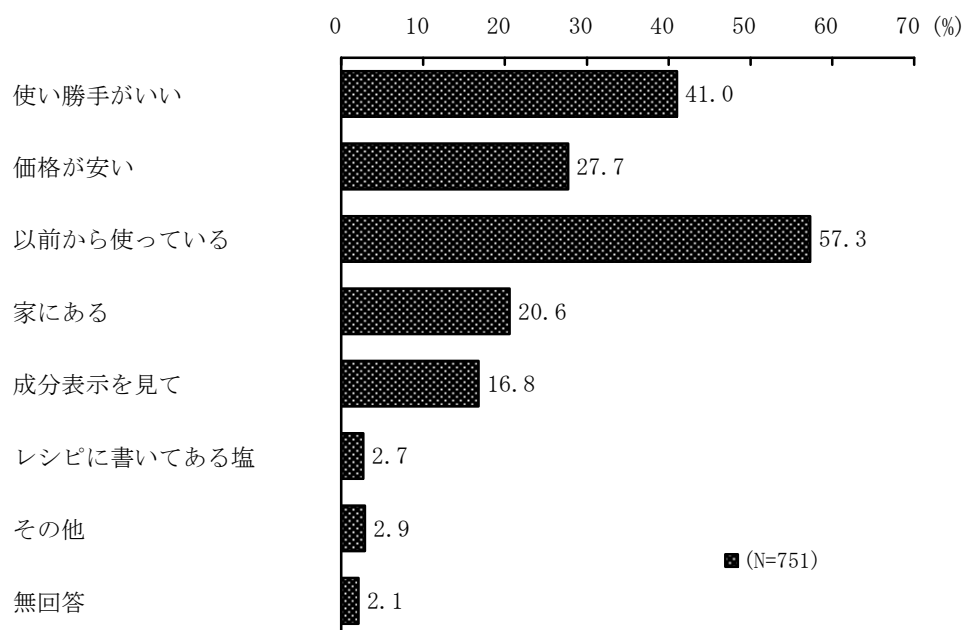
【年代別】



家庭でつくる漬物について、年代別にみると、すべての年代において8割以上の者が「一夜漬け、浅漬け」をあげている。年代が上がるにつれ、「なす、きゅうりなどのぬか漬け」、「梅干」、「たくあん漬け」「うり漬け」をあげた者の割合が高くなっている。

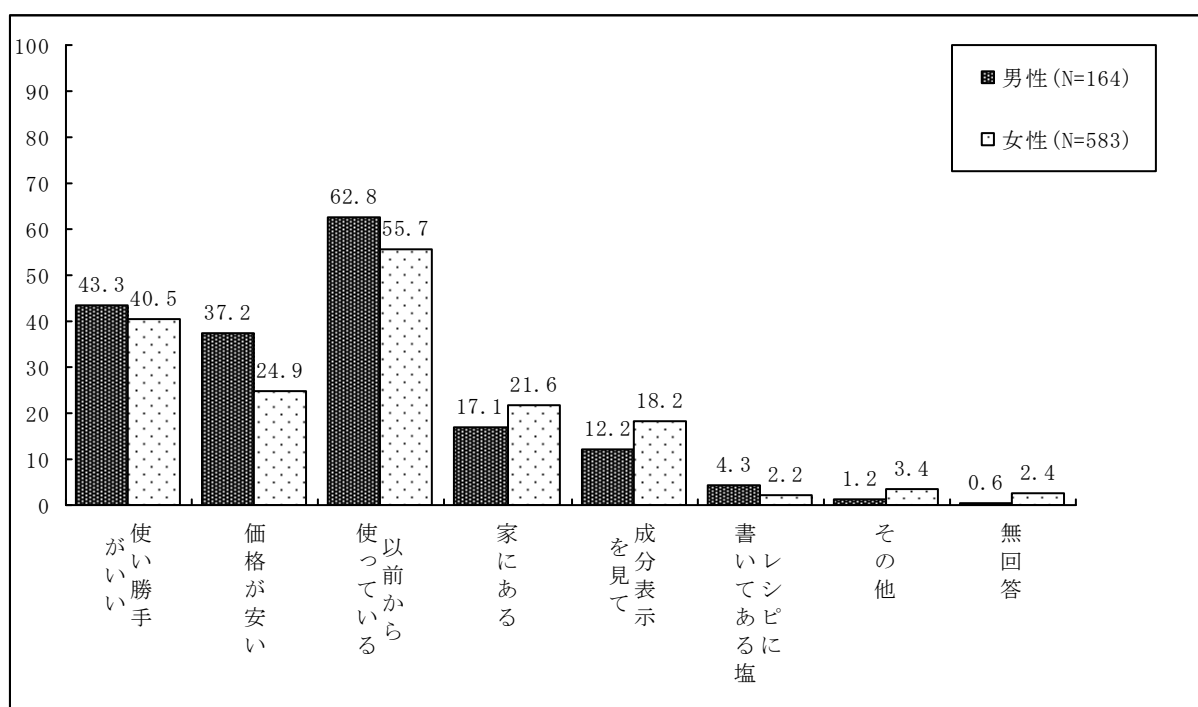
(12) つけものに使う「塩」を選ぶ理由

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。



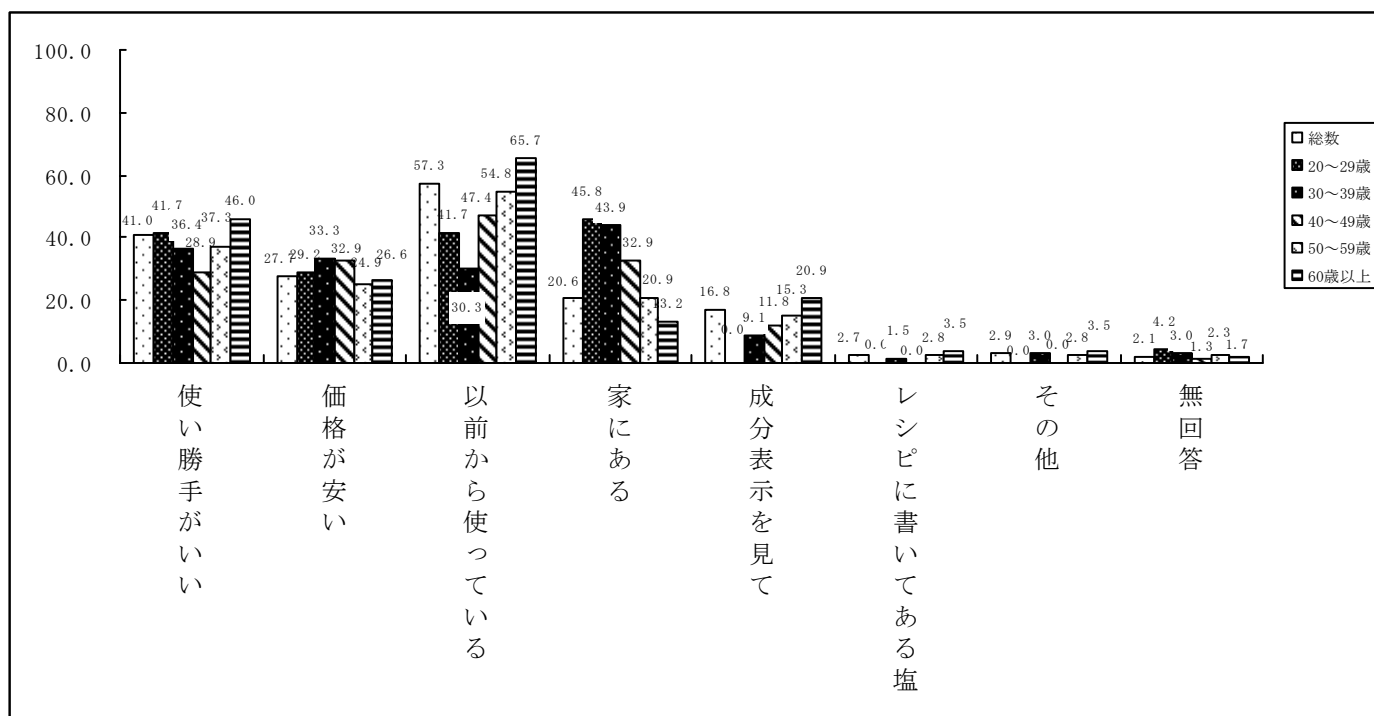
つけものに使う「塩」はどのように選んでいるか聞いたところ、「以前から使っている」が 57.3%で最も多く、つづいて、「使い勝手がいい」が 41.0%、「価格が安い」が 27.7%、「家にある」が 20.6%となっている。

【性別】



性別にみると、「以前から使っている」は男性で 62.8%、女性 55.7%と半数を超え多くなっている。「使い勝手がいい」、「価格が安い」は男性で、「家にある」、「成分表示を見て」は女性で多くなっている。

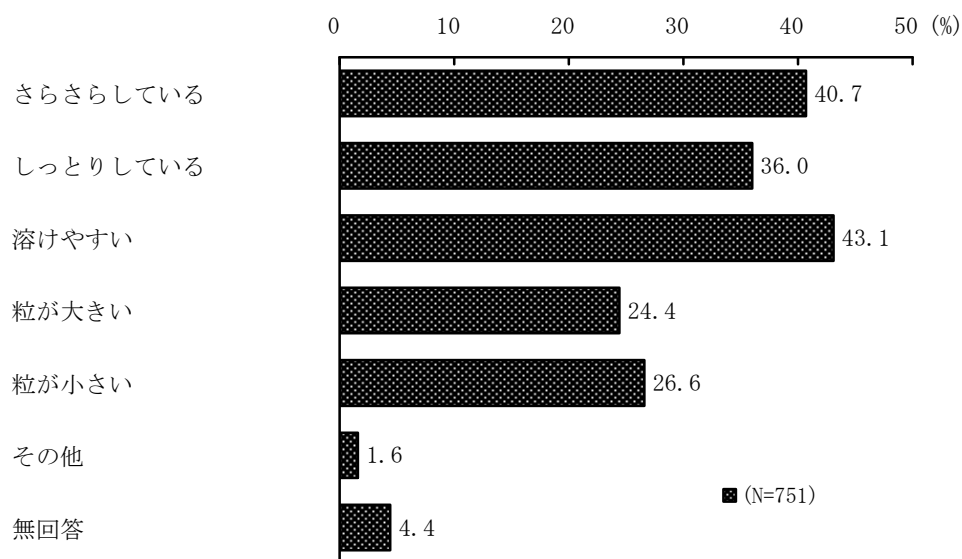
【年代別】



年代別にみると、「使い勝手がいい」、「以前から使っている」は60歳以上で最も多くなっている。

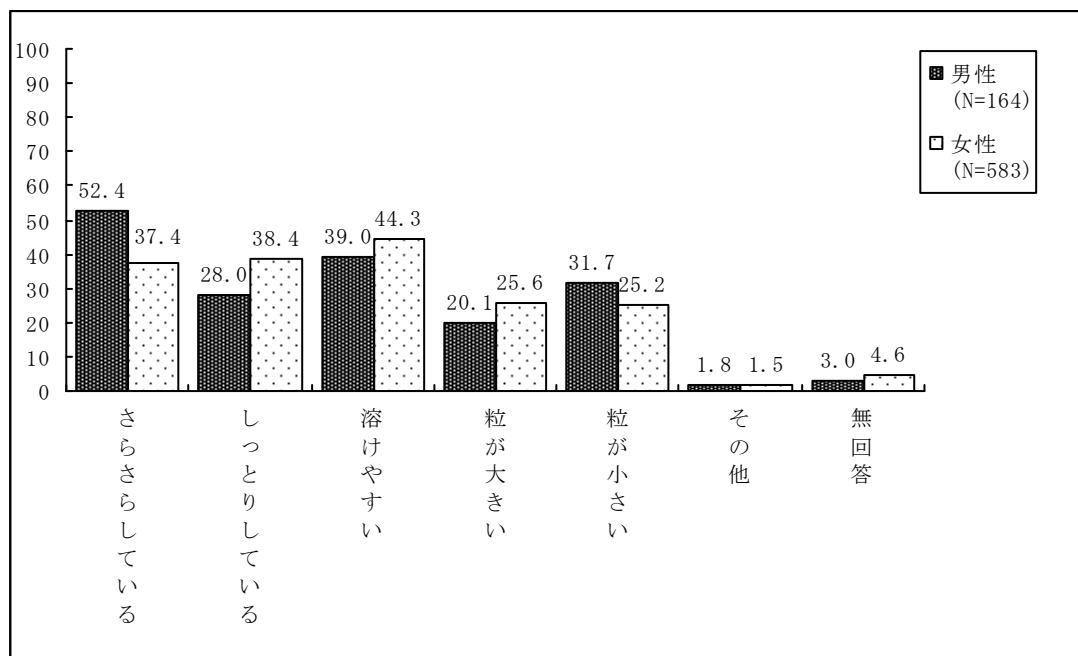
(13) つけものを作るときに、使い勝手がいいと思う「塩」

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。



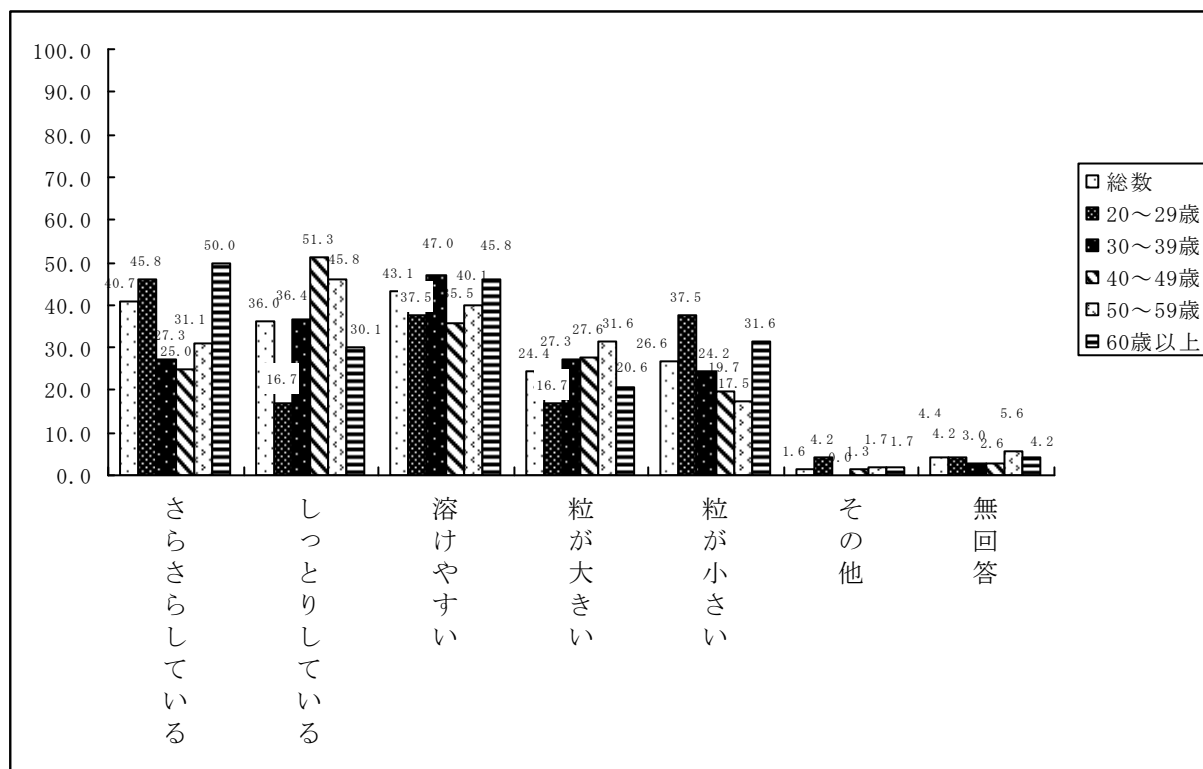
つけものを作るときには、どのような「塩」が使い勝手がいいと思うか聞いたところ、「溶けやすい」が43.1%と最も多く、つづいて「さらさらしている」が40.7%、「しっとりしている」36.0%の順となっている。

【性別】



性別にみると、「さらさらしている」、「粒が小さい」は男性で、「しっとりしている」、「溶けやすい」、「粒が大きい」は女性で多くなっている。

【年代別】

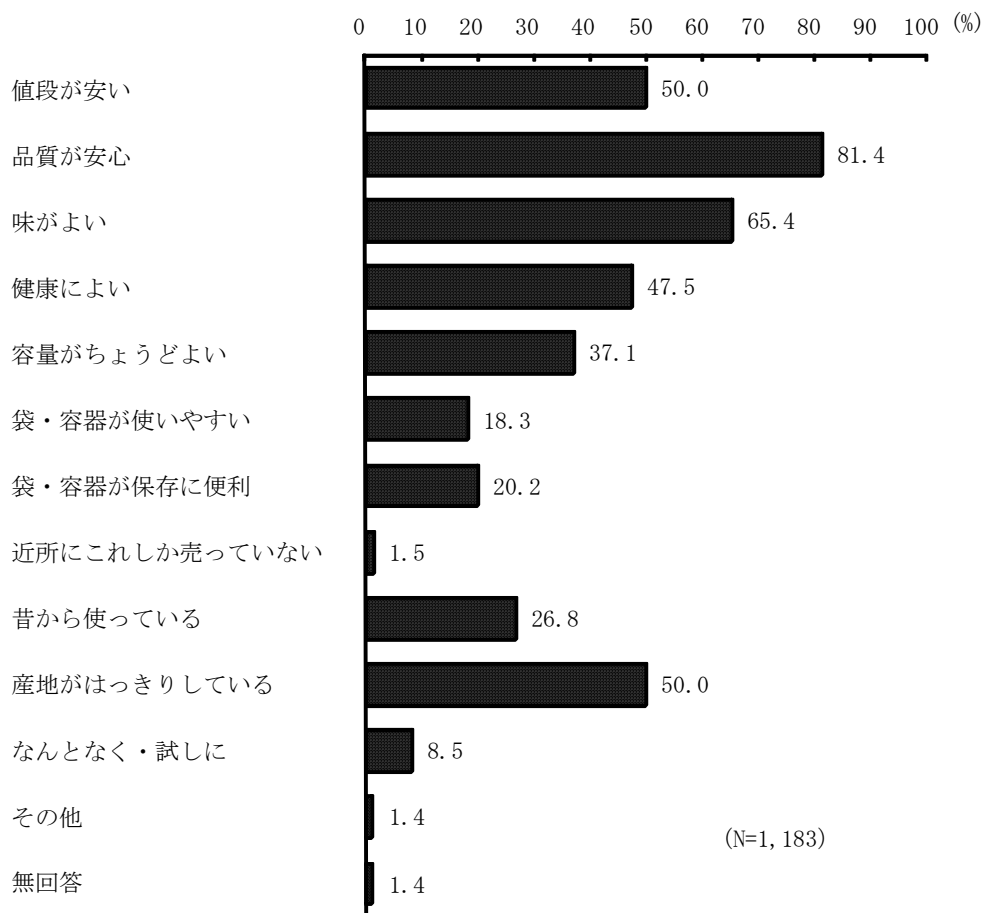


つけものを作るときに使い勝手がいいと思う塩について、年代別にみると、すべての年代において「溶けやすい」をあげた者の割合が35%を超えている。

(14) 食品を購入する際のきっかけ

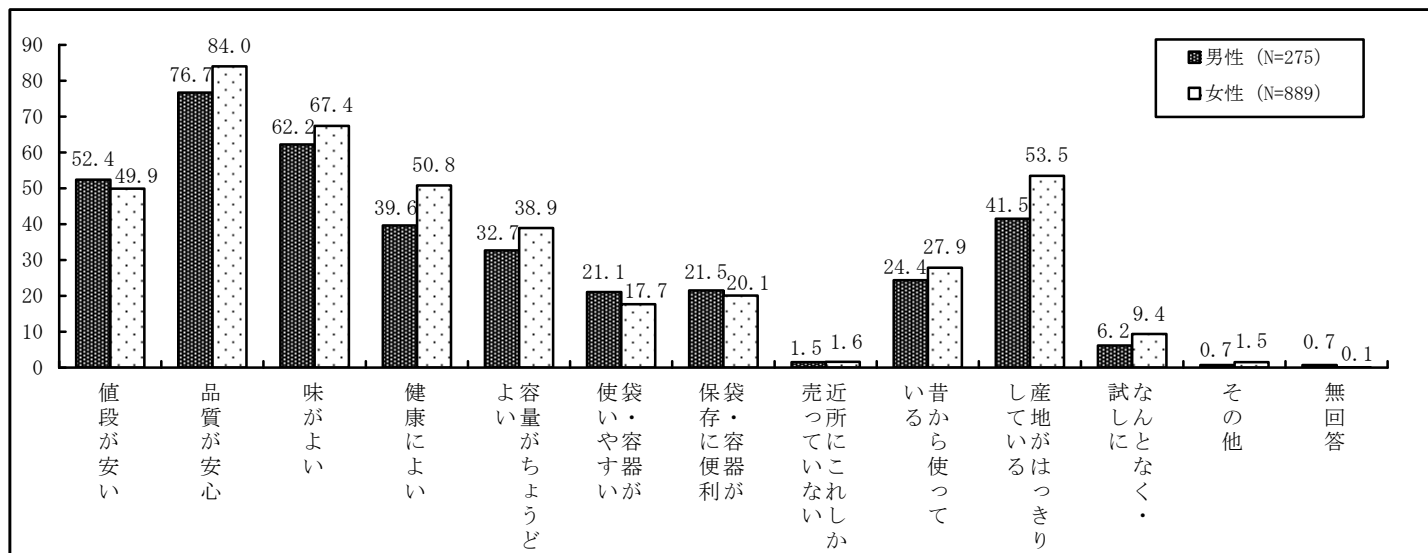
【全員の方へ】

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。



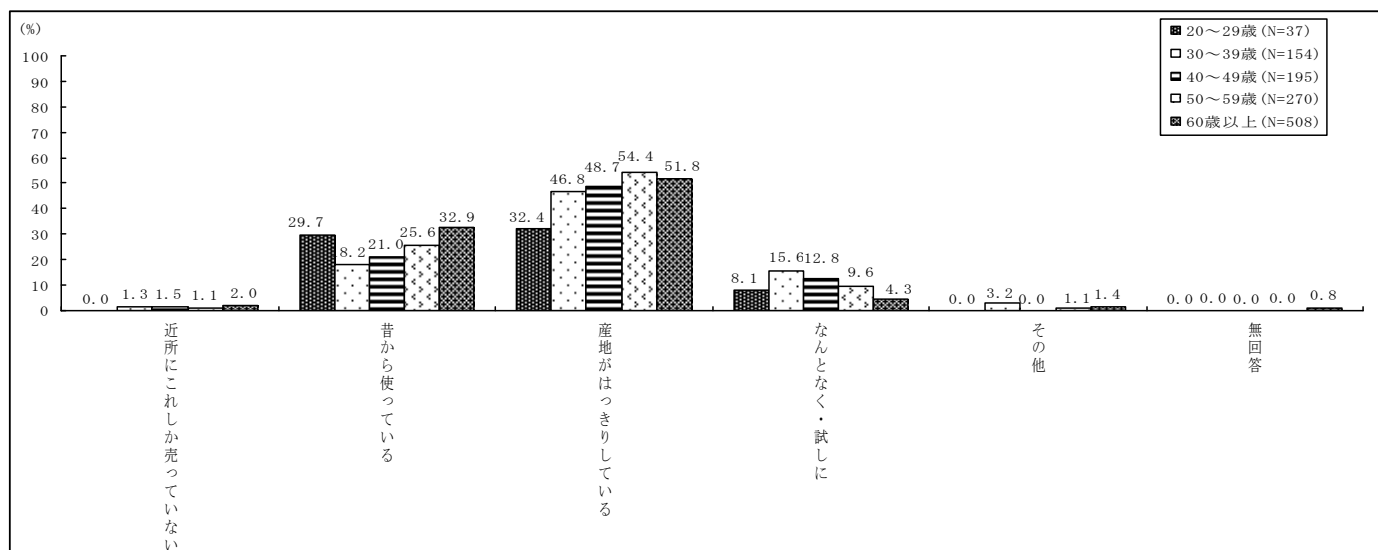
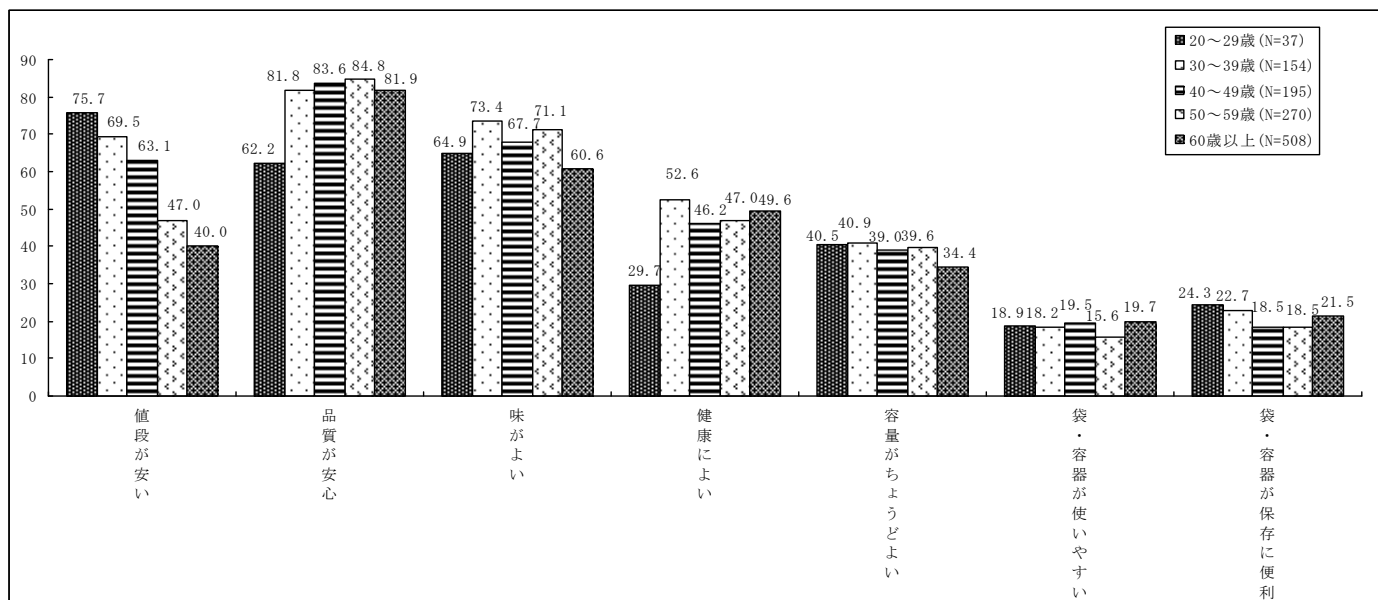
食品を購入する際のきっかけとなることはどのようなものか聞いたところ、「品質が安心」が 81.4%で最も多く、つづいて、「味がよい」が 65.4%となっているおり、「産地がはっきりしている」、「値段が安い」はともに 50.0%となっている。

【性別】



性別にみると、「値段が安い」、「袋・容器が使いやすい」、「袋・容器が保存に便利」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。

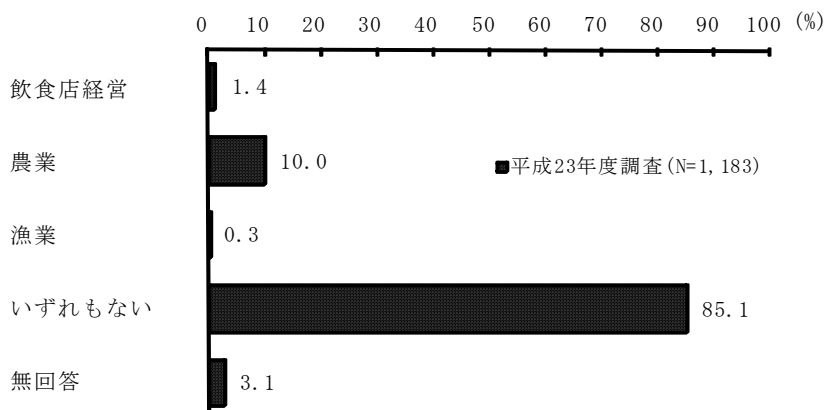
【年代別】



年代別に見ると、「値段が安い」は年代が低いほど多くなっている。「品質が安心」は30歳代、40歳代、50歳代60歳以上で80%を超えている。

(15) 自身も含めた同居者の職業

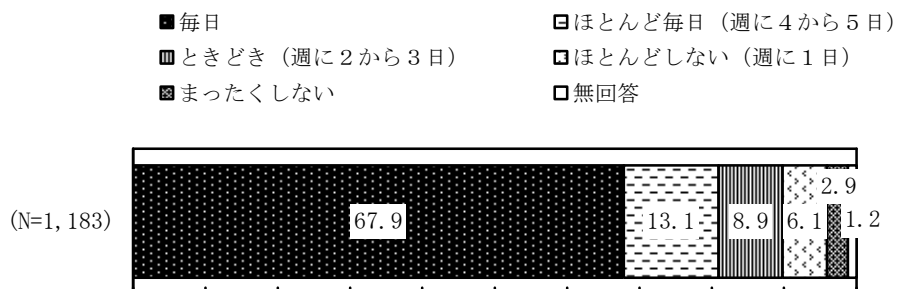
問 15. あなたご自身も含め、一緒に暮らしている方の中に以下の職業に該当する方はいらっしゃいますか。
次の中から当てはまる番号をすべて選んでください。



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 85.1%で最も多く、以下、「農業」10.0%、「飲食店経営」1.4%となっている。

(16) 1週間に食事を作る頻度

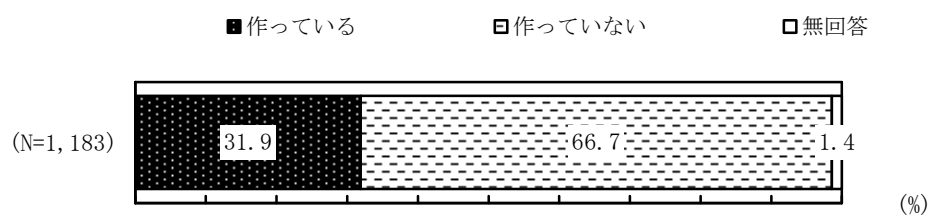
問 18. あなたは1週間にどの程度食事を作りますか。
次の中からあてはまる番号を1つ選んで○をつけてください。



1週間にどの程度食事を作るか聞いたところ、「毎日」が 67.9%で最も多くなっている。

(17) 自家消費野菜作り

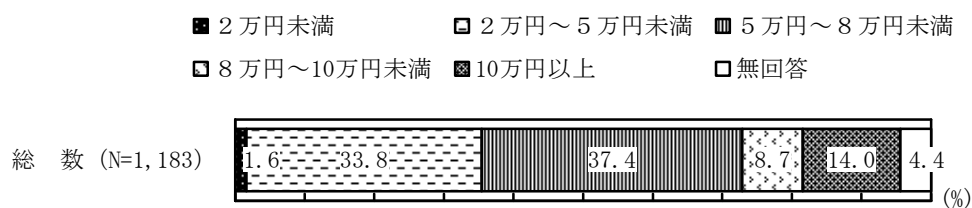
問 19. あなたのご家庭では、自分の家で消費する野菜を作っていますか。
あてはまる番号を1つ選んで○をつけてください。



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 31.9%、「作っていない」が 66.7%となっている。

(18) 外食費を含まない1ヵ月の食費

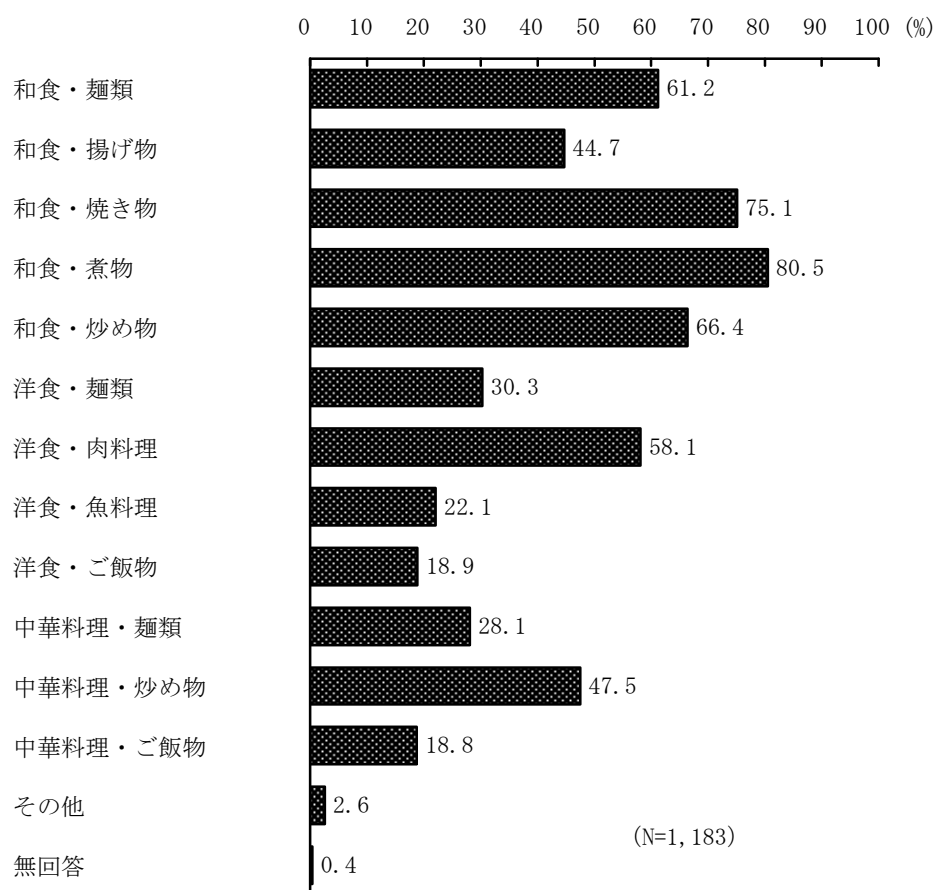
問 20. あなたのご家庭の食費は、外食費を含まないで、月にいくらぐらいですか。



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33.8%、5万円以上8万円未満が37.4%、8万円以上10万円未満が8.7%、10万円以上が14.0%だった。

(19) 家庭でよく作る食事

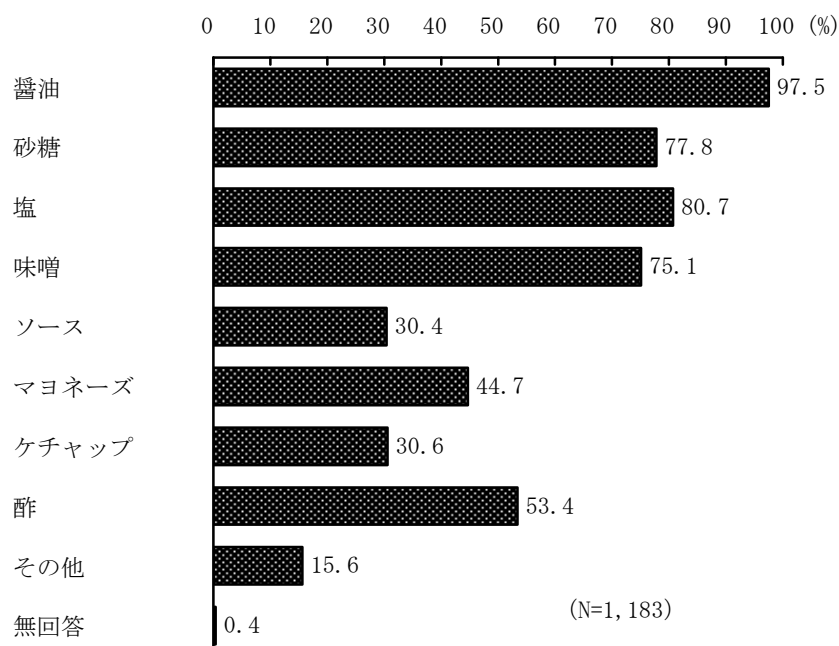
問 21. あなたのご家庭でよく作る食事は何ですか。
あてはまる番号をいくつでも選んで○をつけて下さい。



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80.5%と最も多く、つづいて、「和食・焼き物」が75.1%、「和食・炒め物」が66.4%、「和食・麺類」が61.2%、「洋食・肉料理」が58.1%となっている。中華料理はすべての項目で、50%に達していない。

(20) 家庭でよく使う調味料

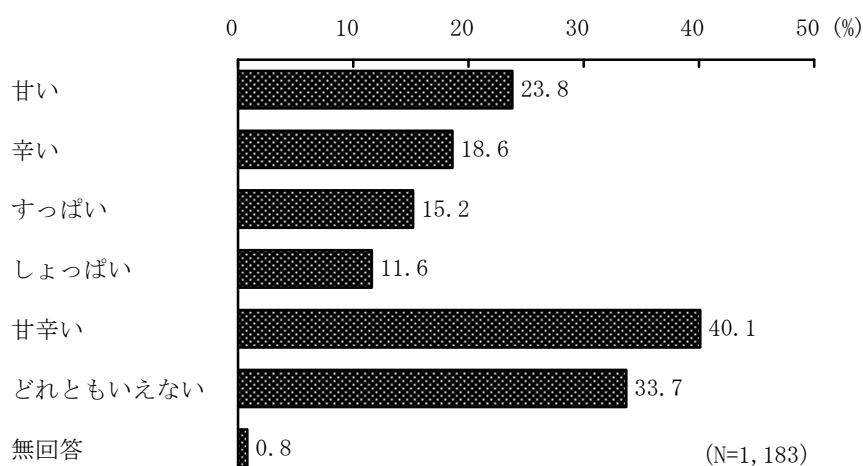
問 22. あなたのご家庭で作る食事の味付けでよく使う調味料はなんですか。
あてはまる番号をいくつでも選んで○をつけて下さい。



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 97.5%と最も多く、つづいて「塩」が 80.7%、「砂糖」が 77.8%、味噌が 75.1%、「酢」が 53.4%、「マヨネーズ」が 44.7%、「ケチャップ」が 30.6%、「ソース」が 30.4%だった。「醤油」、「塩」、「砂糖」、「味噌」については、75%を上回っている。

(21) 家庭で好みの味付け

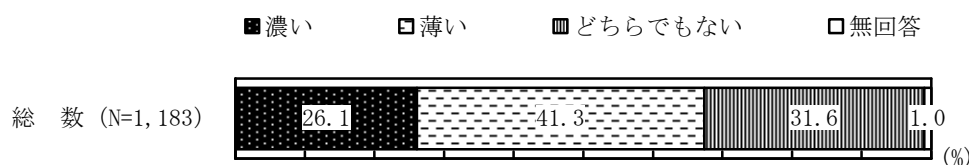
問 23. あなたのご家庭ではどのような味付けが好みですか。
あてはまる番号をいくつでも選んで○をつけて下さい。



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 40.1%と最も多く、つづいて「甘い」23.8%、「辛い」18.6%、「すっぱい」15.2%、「しょっぱい」11.6%となっている。「どれともいえない」は 33.7%となっている。

(22) 家庭で多い味付け

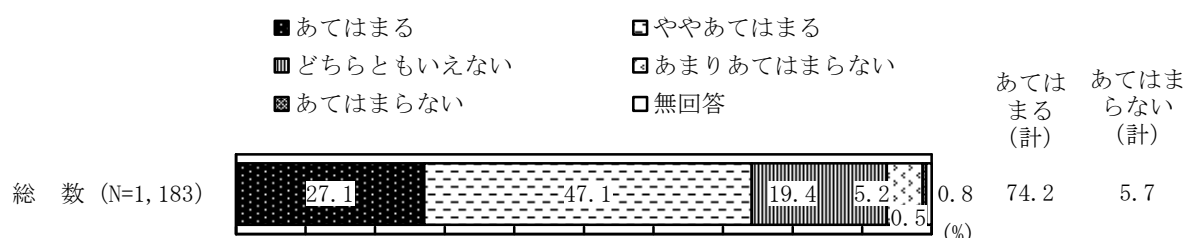
問 24. あなたのご家庭ではどのような味付けが多いと思いますか。
次の中からあてはまる番号を1つ選んで○をつけてください。



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41.3%と最も多く、つづいて「どちらでもない」が31.6%、「濃い」が26.1%となっている。

(23) 健康状態に気をつけて食事をしているか

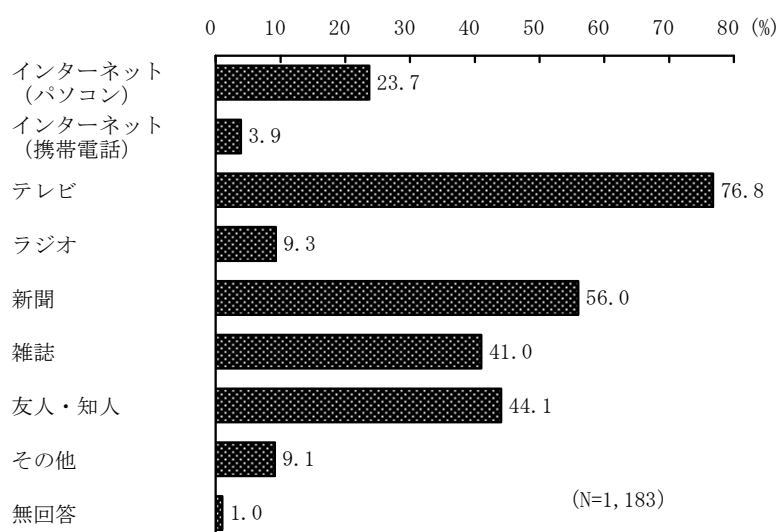
問 25. あなたはふだん、自分や家族の健康状態に気をつけて食事をしていると思いますか。
次の中からあてはまる番号を1つ選んで○をつけてください。



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74.2%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5.7%だった。

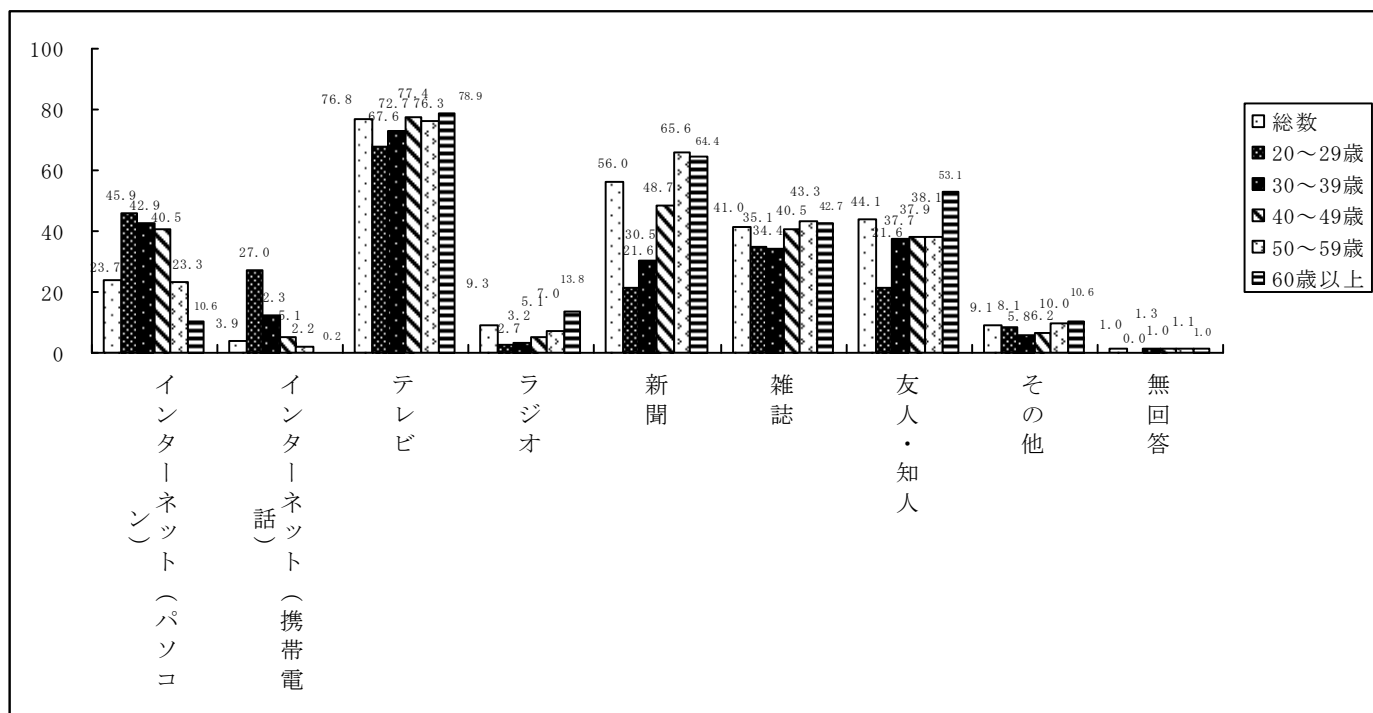
(24) 食品に関する情報の入手方法

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76.8%と最も多く、つづいて「新聞」が56.0%、「友人・知人」が44.1%、「雑誌」が41.0%となっている。「インターネット (パソコン)」は23.7%、「インターネット (携帯電話)」は3.9%となっている。

【年齢×食品に関する情報の入手方法】



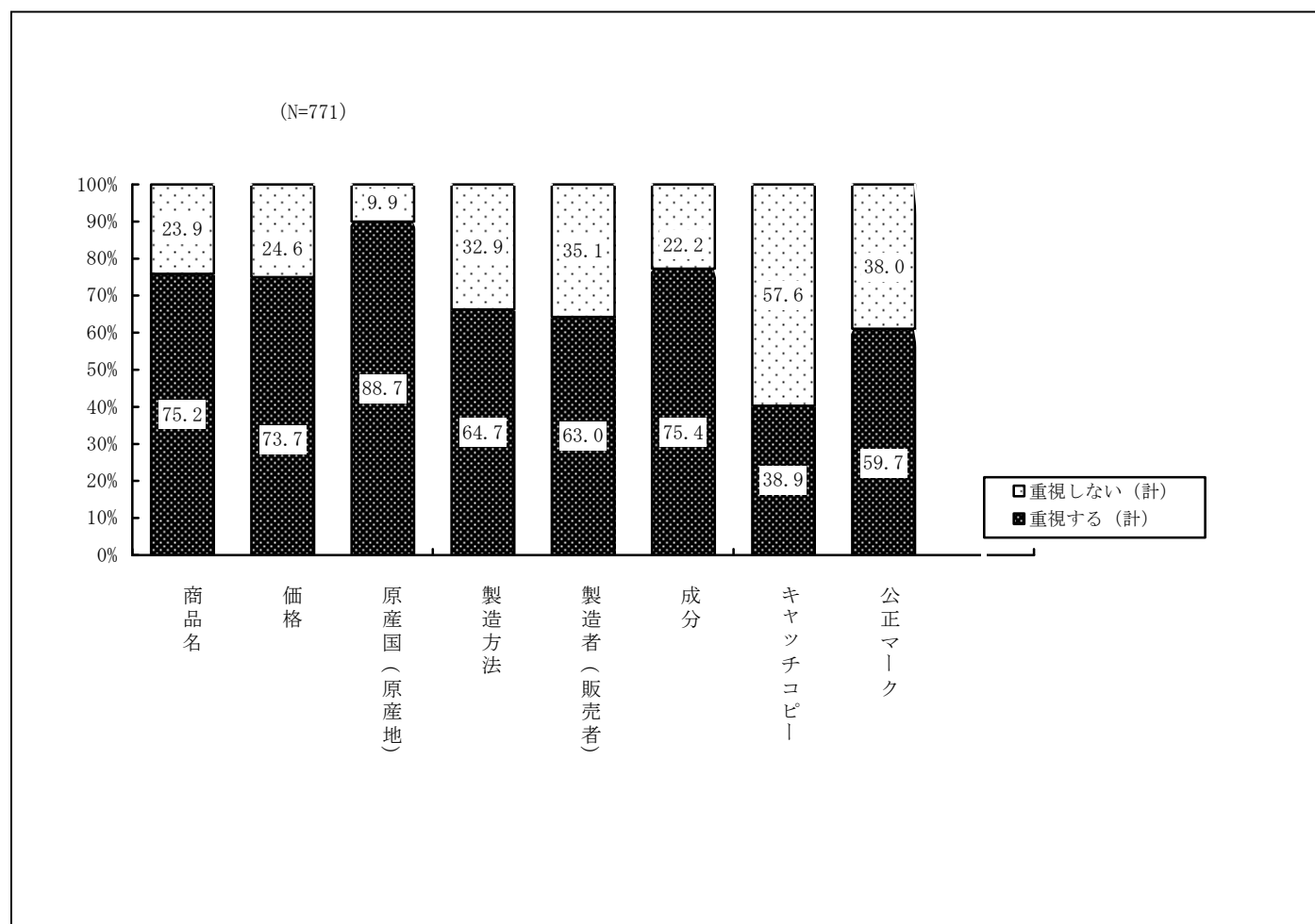
年代別に食品に関する情報の入手方法をみると、20歳代、30歳代、40歳代では「インターネット（パソコン）」をあげた者の割合が4割を超えているのに対して、50歳代では23.3%、60歳以上では10.6%となっており、年齢が若いほど、「インターネット（パソコン）」をあげた者の割合が高い傾向にある。

同様の傾向は、「インターネット（携帯電話）」についても当てはまる。

「テレビ」をあげた者の割合は、すべての年代で6割以上と高くなっている。一方、「新聞」をあげた者の割合は、20歳代で21.6%、30歳代で30.5%、40歳代で48.7%、50歳代で65.6%、60歳以上で64.4%と、年代が上がるにつれ、同項目をあげた者の割合が高くなる傾向がある。

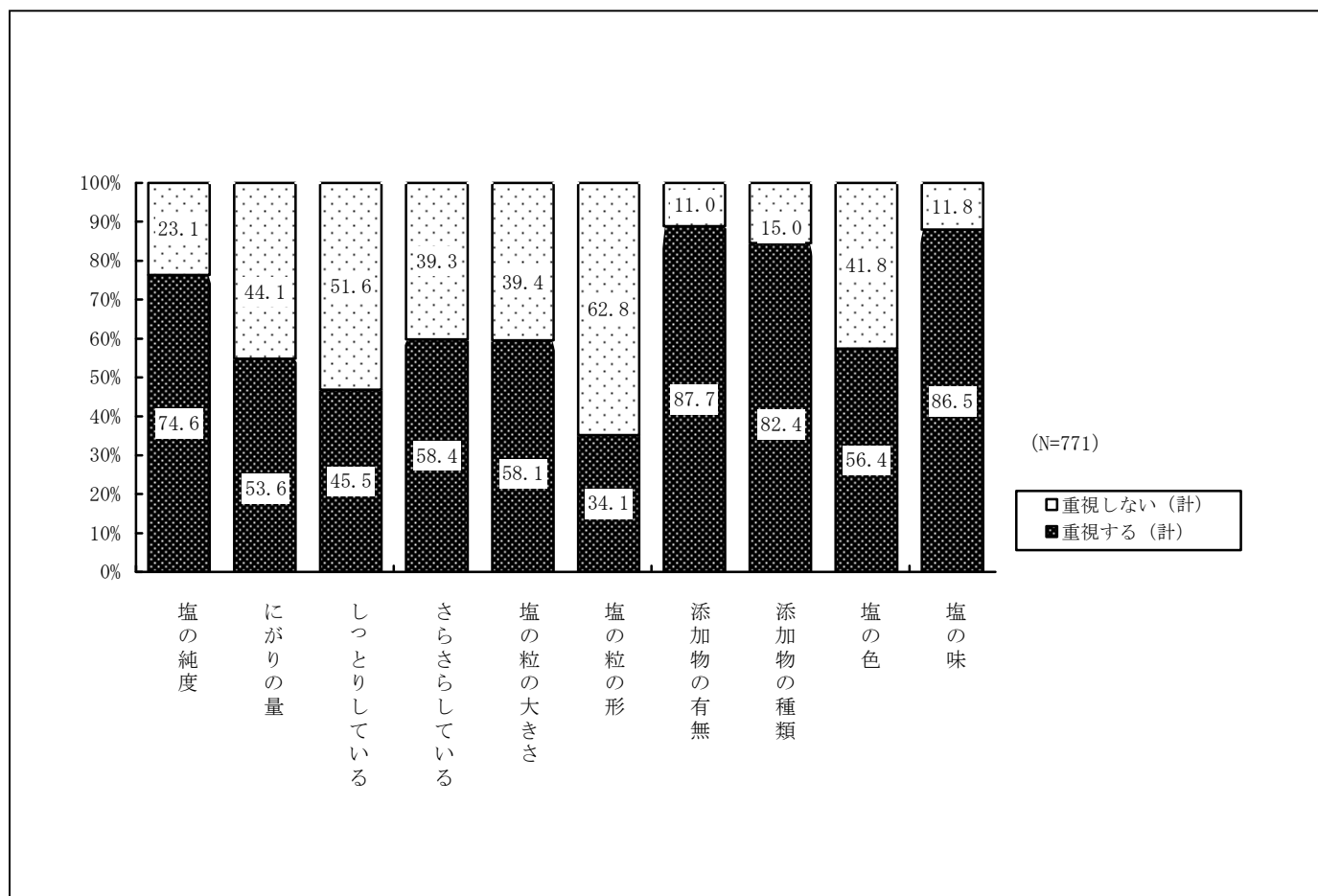
(25) 新規項目

【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）】



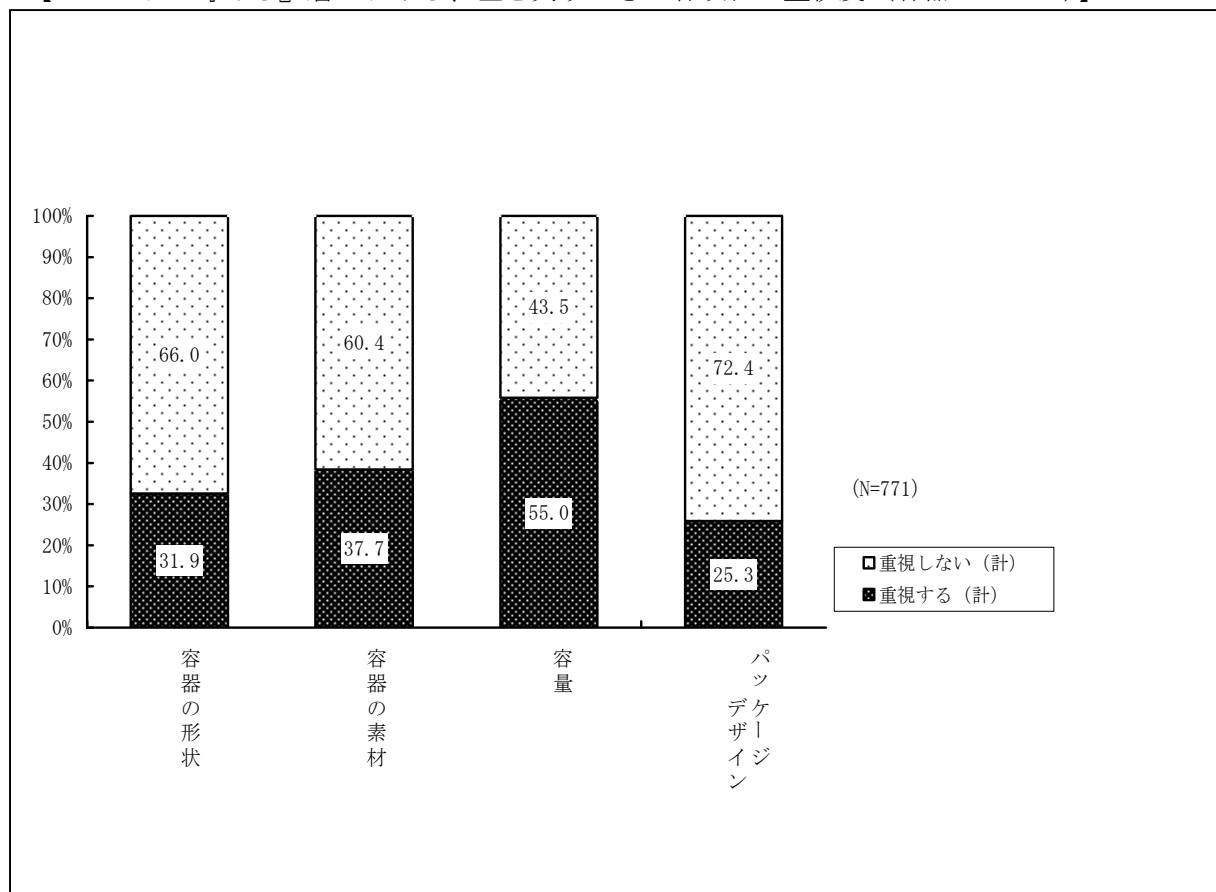
塩を選ぶときや使うときにこだわりが『ある』層について、塩を買うときの重視度（表示について）をみると、「原産国（原産地）」を重視すると答えた者が88.7%と最も多く、次いで「成分」が75.4%、「商品名」が75.2%、「価格」が73.7%となっている。「キャッチコピー」は重視すると答えた者が38.9%で、唯一、重視しないと答えた者の割合が、重視すると答えた者より多くなっている。なお、今回調査より加わった「公正マーク」を重視すると答えた者は59.7%だった。

【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）】



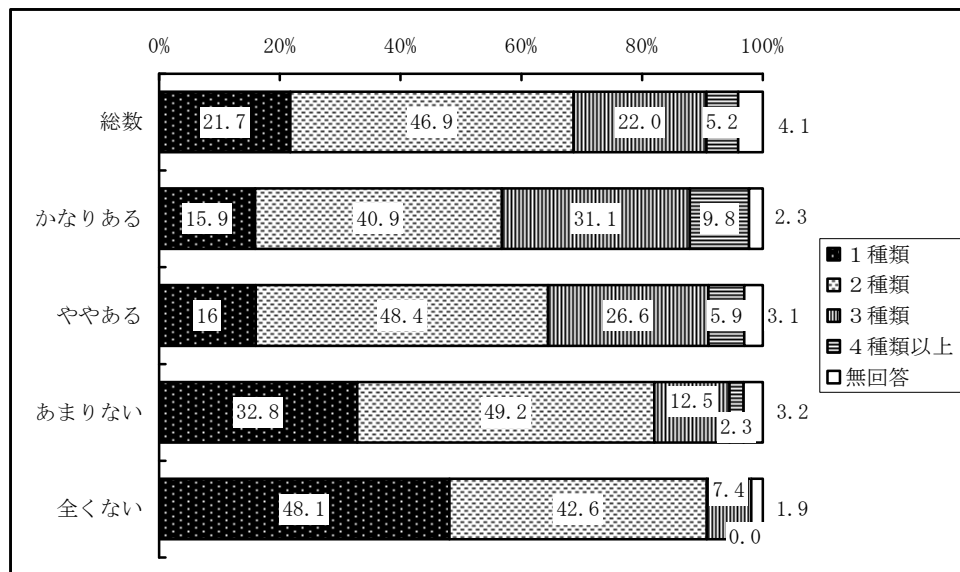
塩を選ぶときや使うときにこだわりが『ある』層について、塩を買うときの重視度（内容について）をみると、「添加物の有無」を重視すると答えた者が87.7%と最も多く、次いで「塩の味」が86.5%、「添加物の種類」が82.4%、「塩の純度」が74.6%となっている。「しっとりしている」を重視すると答えた者は45.5%、「塩の粒の形」は34.1%となっており、重視しないと答えた者の方が、重視すると答えた者より多い。

【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）】



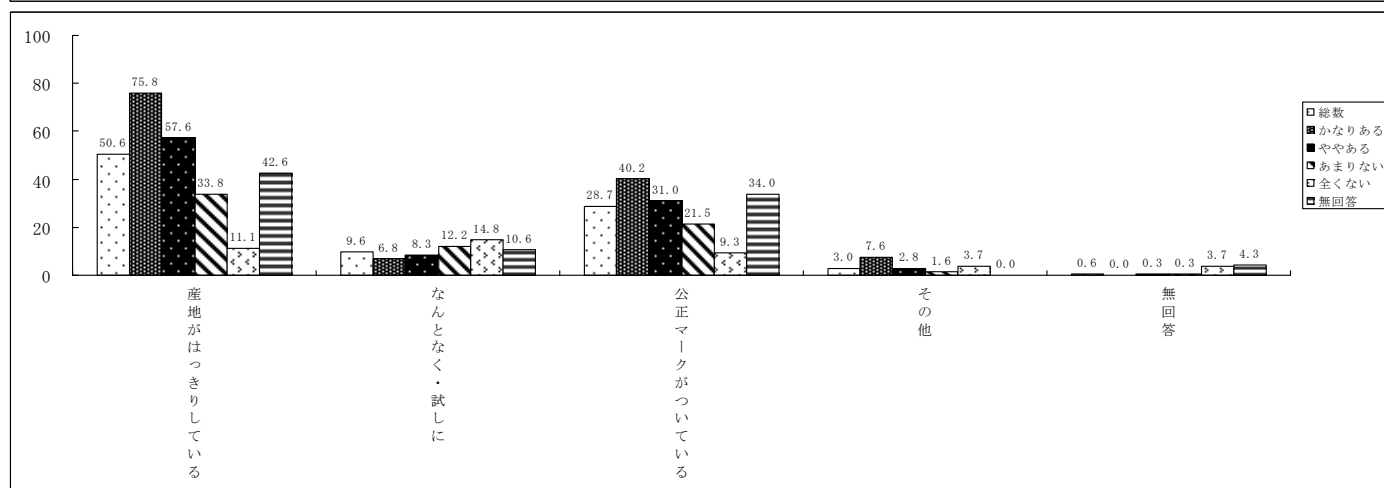
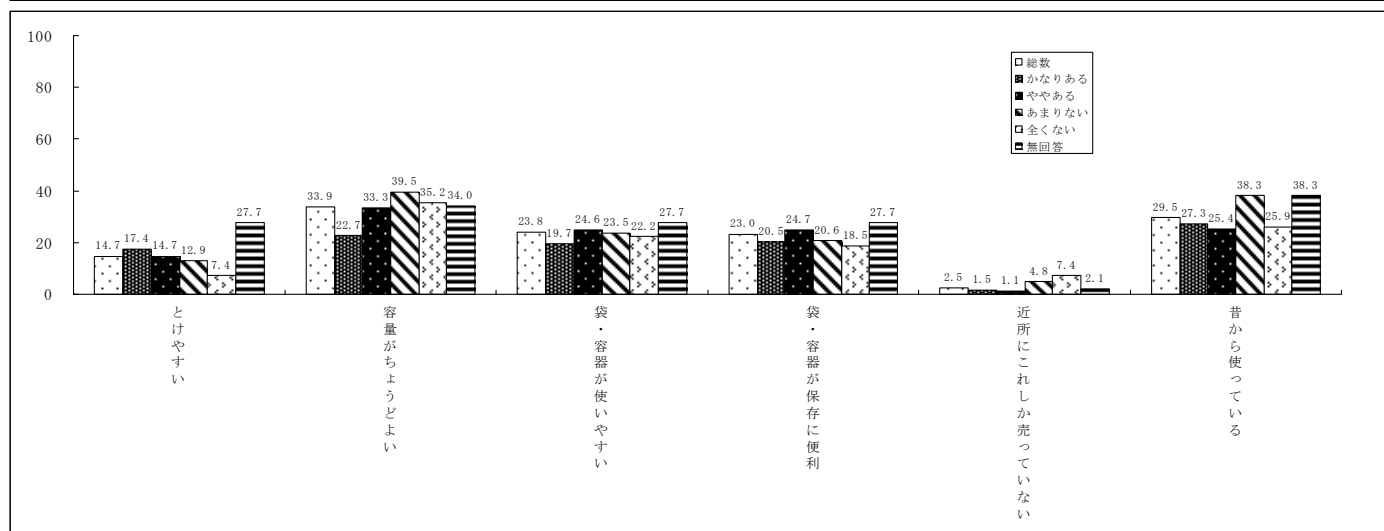
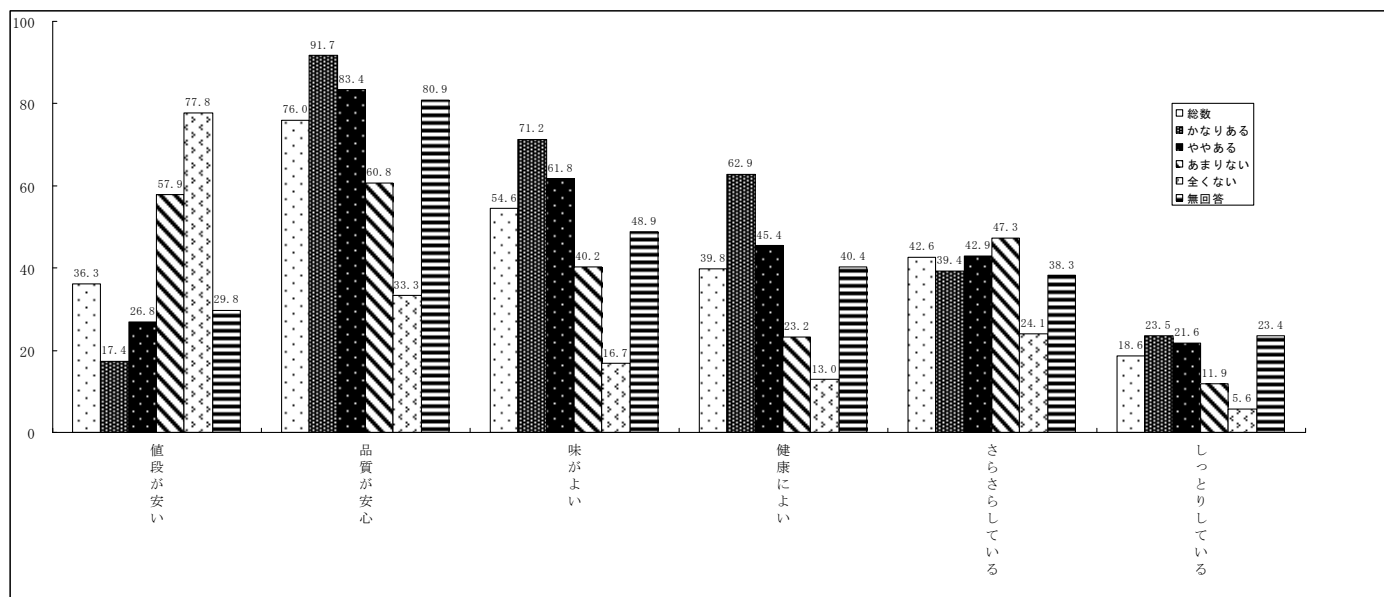
塩を選ぶときや使うときにこだわりが『ある』層について、塩を買うときの重視度（容器について）をみると、「容量」を重視すると答えた者が 55.0%と最も多く、ついで「容器の素材」が 37.7%、「容器の形状」が 31.9%となっている。

【こだわりの程度×塩の種類数】



こだわりが「かなりある」と答えた者で、使っている塩が1種類と答えた者は15.9%だった。一方、こだわりが「全くない」と答えた者で、使っている塩が1種類と答えた者は48.1%となっており、こだわりがある者ほど、使っている塩の種類が多くなる傾向にある。

【こだわりの程度×塩を購入する際のきっかけ】



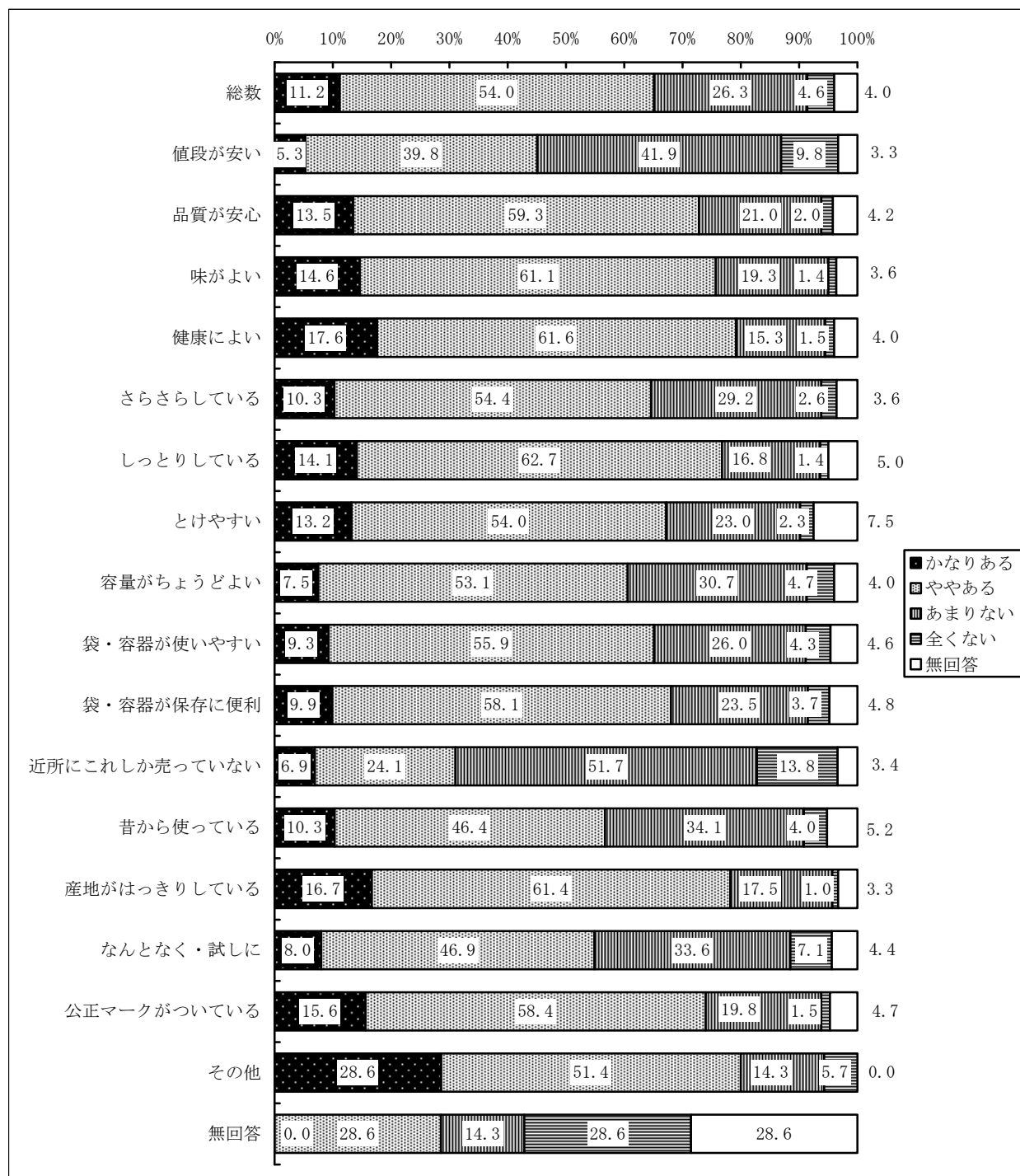
こだわりが「かなりある」と答えた者で、「値段が安い」をあげた者の割合は17.4%であるのに対し、「品質が安心」をあげた者の割合は91.7%となっている。一方、こだわりが「全くない」と答えた者で、「値段が安い」をあげた者の割合は77.8%、「品質が安心」と答えた者の割合は33.3%となっている。

こだわりが「かなりある」と答えた者で、「産地がはっきりしている」をあげた者の割合は、75.8%となっている。一方で、こだわりが「全くない」と答えた者で、同項目をあげた者の割合は11.1%となっている。

また、「公正マークがついている」をあげた者の割合は、こだわりが「かなりある」で40.2%、「ややある」で31.0%、「あまりない」で21.5%、「全くない」で9.3%となっている。

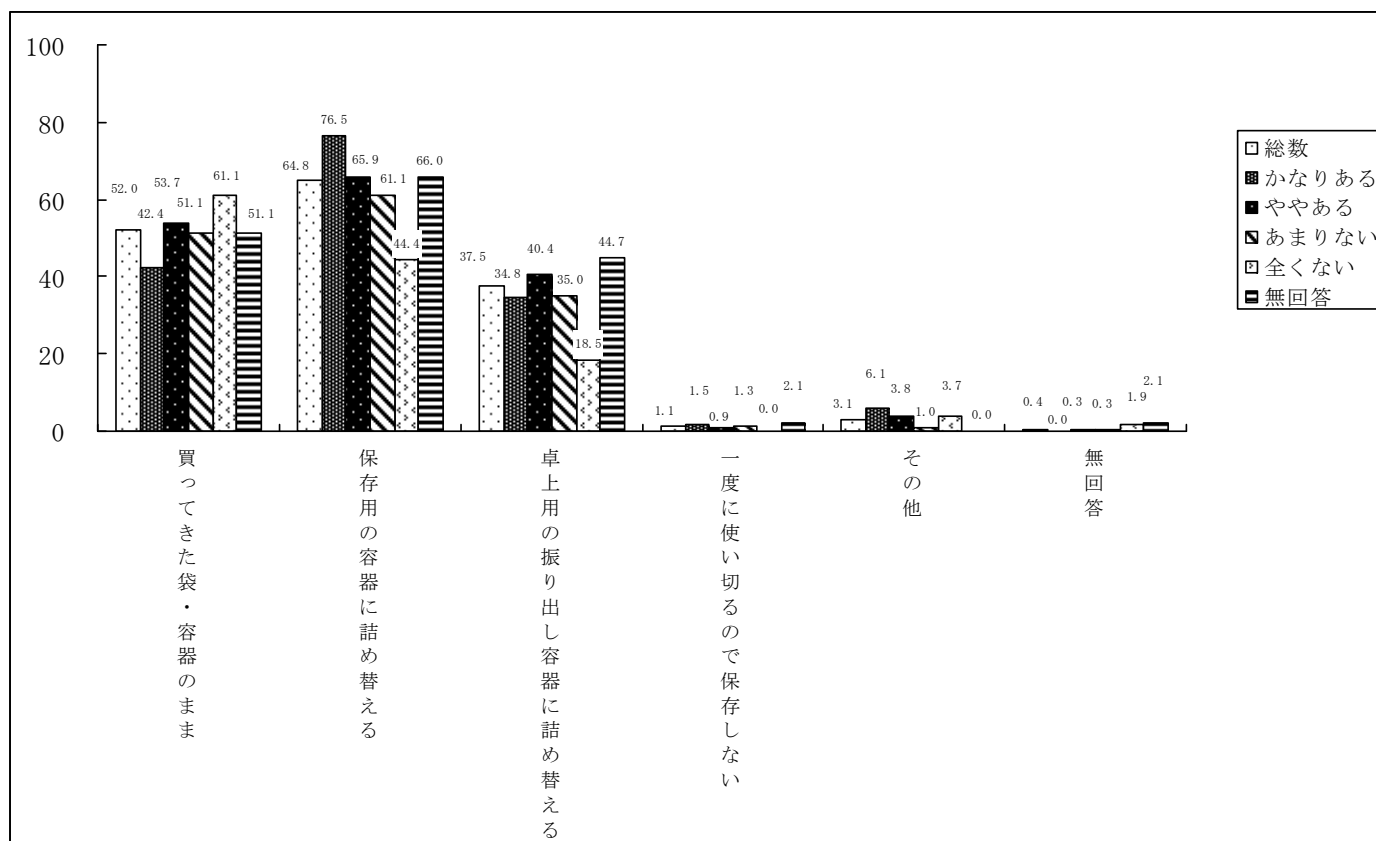
「なんとなく・試しに」、「近所にこれしか売っていない」をあげた者は、こだわりが「あまりない」、「全くない」で他に比べて高くなっている。

【塩を購入する際のきかけ×こだわりの程度】



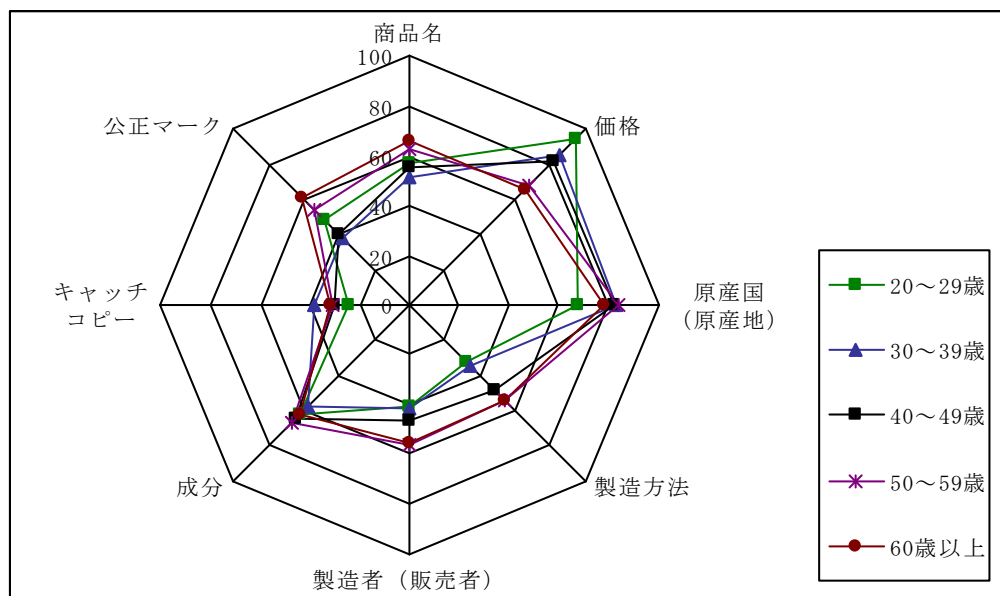
「健康に良い」、「産地がはっきりしている」が、こだわりが「かなりある」層で高くなっている。同じように、「値段が安い」、「近所にこれしか売っていない」はこだわりが「あまりない」「全くない」で高くなっている。

【こだわりの程度×塩の保存方法】



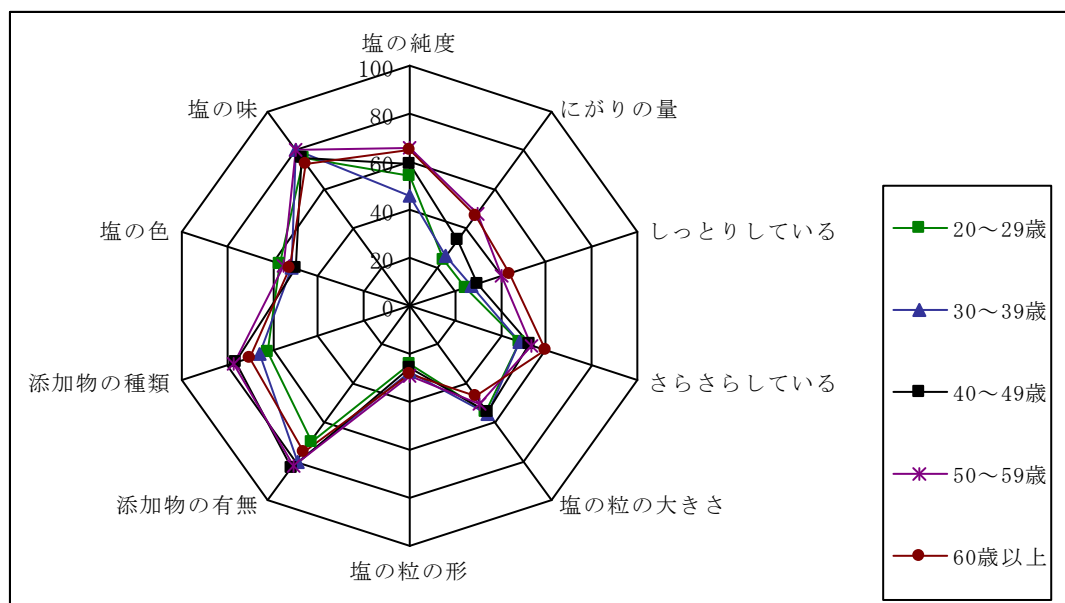
塩を選ぶときや使うときのこだわりの程度と、塩の保存方法の関係についてみると、こだわりが「かなりある」、「ややある」、「あまりない」と答えた者で、「保存用の容器に詰め替える」をあげた者の割合は、6割を超えている。こだわりが「ややある」、「あまりない」、「全くない」と答えた者で、「買って来た袋・容器のまま」をあげた者の割合は5割を超えている。

【『重視する』×年代別】



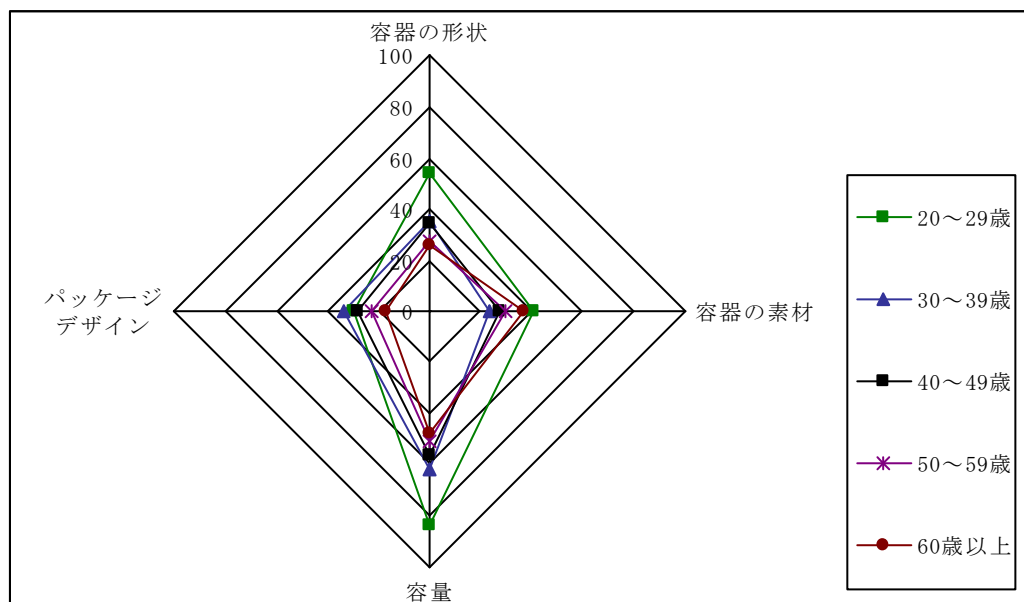
重視する層を年代別にみると、「価格」は年代が低いほど重視される傾向にある。「製造方法」、「製造者（販売者）」は50歳代、60歳以上で重視されている。「キャッチコピー」は30歳代でやや多くなっているものの、全年代ともあまり重視されていない。公正マークは60歳以上で重視されている。

【『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」は全年代6割以上と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」は、20歳代であまり重視されていない。「塩の粒の形」は全年代とも2割台であまり重視されていない。

【『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。

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 11月7日（月） 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 23 年 9 月

（調査実施・お問合せ先）

〒104-0061 東京都中央区銀座 6-16-12
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）

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
かなりある
2
ややある
3
あまりない
4
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)～(ケ)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