

食用塩の最新動向

編集部

食用塩市場は、食習慣の変化、少子高齢化、健康志向の影響により引き続き厳しい状況が続いており、今後も日本国内では需要回復を見込むのは難しい状況にある。そのような中、塩メーカーは、高付加価値品の開発、自社の塩を用いた加工食品の開発、食品以外への展開など生き残りをかけた戦略を打ち出してきている。本稿では、家庭用塩、食品加工用塩を中心に大きく変革しつつある食用塩市場動向をレポートする。

●家庭用塩の動向

少子高齢化、食の多様化、女性のライフスタイルの変化による家庭での調理機会の減少、減塩運動などの健康志向の高まりにより、食用塩業界は今、大きな逆風にさらされている。財務省が発表した塩需給実績によると、生活用塩（主に小売店を通じて販売され、家庭用及び飲食店等において使用されるもの）の2012年度需要量（消費量）は11年度と比べ、数量ベースで0.2万トン減の24.6万トン（前年比99.2%）、平均して年2～3%程度の減少傾向で推移していることがわかった（図1）。このうち特殊用塩（表1）は0.1万トン、特殊製法塩（表2）は5.7万トンで全体に特殊製法塩の占める割合は23.2%となっている。

生活用塩は2002年の完全自由化後、様々な種類の塩が登場し、世界的にみても日本ほどバラエティーに富んだ塩が販売されている国はないと言われている。現在、食用塩公正取引協議会に登録されている商品だけでも約1,300種類あり、それ以外にも含めると1,600種類以上が市場に流通していると考えられてい

る。しかし、塩の販売棚面の縮小、新製品を発売してもなかなか店舗に並ばないケースもあり、売り上げを伸ばしていくのは容易ではない状況だ。今年は大企業から低価格なPB商品も登場し、安価で良いものを望む消費者から高く評価され、好調に動いているが、市場全体の値崩れを心配する声も挙がっている。そのほか、各メーカーは製法や産地、ストーリー性、塩製造にかける「こだわり」をアピールする「ブランド戦略」や、新規需要を狙いハーブなどをブレンドした調味塩（シーズニングソルト）、低ナトリウム塩の開発といった取り組みを行っている。また塩関連の加工食品や食品以外の産業も視野に入れている企業もある。

厚生労働省の「日本人の食事摂取基準」（2010年版）では食塩の目標量が男性9.0g未満、女性7.5g未満となっているが、現在2015年版の改定作業が進んでおり、2010年度版からその

値に変更があるのか5月の発表に注目が集まっている。

塩業界は、「食用塩公正取引協議会」を有し、表示ルールの策定を行っているが、食用塩業界全体の需要喚起をするようなマーケティングを行う団体はない。塩事業法により安定供給のために設けられた塩事業センターは、消費者向けセミナーを開催したり、イベントに協賛するなどの取組を行っているが、市場全体の活性化のためには業界が一丸となって、“適塩”の大切さを消費者に伝えていく啓蒙活動なども重要であると考えられる。

●食品工業用（業務用）塩の動向

財務省が発表した2012年度塩需給実績によると、業務用塩の需要量（消費量）は85.2万トンで、前年比97.5%、数量ベースで2.1万トンの減少となった。

図1 生活用塩・業務用塩需要量（消費量）

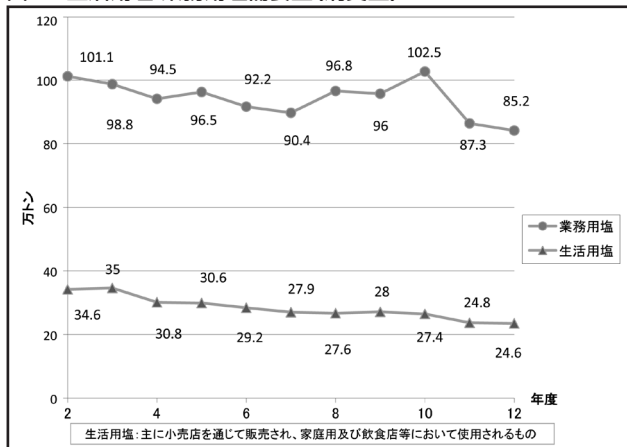


表1 特殊用塩の定義

用途又は性状が特殊な塩であって、以下のいずれかに該当する塩

①	薬事法(昭和35年法律第145号)第2条に規定する医薬品、医薬部外品又は化粧品に該当する塩
②	試薬塩化ナトリウム
③	細菌等の試験研究用の培地として使用される塩その他の専ら学術研究又は教育の用に供される塩
④	銅のメッキ処理過程等において専ら触媒の用に供される塩
⑤	亜鉛、鉄その他の金属成分を含有する塩で、直方体又は球形等の塊状に成形されたもの
⑥	塩化ナトリウムの含有量が100分の60以下の塩で、塩化ナトリウムとそれ以外の成分が容易に分離し難いもの
⑦	販売先を限定して試験的に販売される塩であって1年間の販売数量が100トン以内のもの

表2 特殊製法塩の定義

製造の方法が特殊な塩であって、以下のいずれかに該当する塩

①	塩以外の物を製造する過程又は廃棄物を処理する過程において副産物として得られた塩(食用に供されるものを除く。)
②	平釜式、蒸気利用式、温泉熱利用式その他の真空式以外の方法により製造(加工を除く。)した塩(①に掲げるものを除く。)
③	他の者から譲り受けた塩又は引渡しを受けた塩を原料として製造した塩であって、香辛料、にがり、添加物又はごま、こんぶその他の食品が混和されたもの
④	他の者から譲り受けた塩又は引渡しを受けた塩を原料として製造した塩であって、乾燥剤、固結防止剤又は還元剤が混和されたもの(食用に供されるものを除く。)