

2024年5月24日
キューサイ株式会社

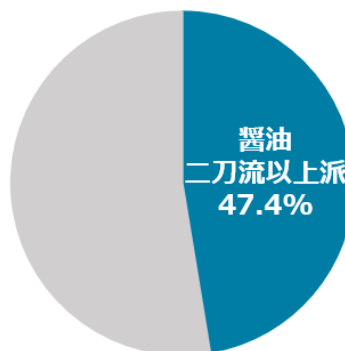
報道関係 各位

【調査結果】物価高の今、醤油は渋らず二刀流以上派が 47.4% ! “歳月の重ね方で深みが変わる”ウェルエイジングアイテム「醤油」に対する意識調査

キューサイ株式会社(本社:福岡県福岡市、代表取締役社長:佐伯 澄)は、宮島醤油株式会社(本社:佐賀県唐津市、代表取締役社長:宮島 治)とコラボレーションし、全国の20歳~79歳約1,700名を対象とした「醤油に対する意識調査」を発表しました。調査結果では、物価の上昇が長引く今、できるだけ消費を抑えたいと考える方が多い中で、醤油は使い分けをしている“二刀流以上派”の方が47.4%にのぼるという結果がわかりました。当社は「ウェルエイジング」という前向きに年齢を重ねることができ世の中を目指し、重ねた歳月が深みを生み出す“ウェルエイジングアイテム”である醤油に着目して、醤油に対する意識の違いを年代別・エリア別に明らかにします。



普段自宅で使用する醤油の種類を聞きました



「普段自宅で使っている醤油で、当てはまるものをすべて教えてください」という問いで2種類以上選択した人の割合。複数回答、n=1,622

■ コラボレーションの背景

1. 「ウェルエイジング」に込められた想い

当社はカラダもココロも健康で前向きに歳を重ねる「ウェルエイジング」な社会の実現を企業ミッションとして掲げ、企業活動に邁進しています。このウェルエイジングという考え方には、心身ともに健康だけでなく、重ねた歳月（エイジング）で培われた知識・経験・自信・教養を糧に今後の人生をポジティブに、心豊かに生きる人を増やしていきたいという当社の想いが込められています。

2. 重ねた歳月で深みを生み出す“醤油”

人は年齢を重ねることで内面が磨かれていくように、歳月を重ねることでより良くなる・深みが出てくるモノを「ウェルエイジングアイテム」として、弊社はこのたび“醤油”に着目しました。醤油は原料である大豆・小麦に麴を加えて仕込み、約半年をかけて発酵・熟成し、熟成されたもろみ（しょうゆ麴）を絞って、火入れ・濾過するなど多くの工程・長い時間で出来上がる調味料です。スーパーなどで簡単に手に入るため、この製造過程は一般的にあまり知られていませんが、この工程を重ねることが深みのある味わい・うま味を生み出します。この過程は、人がエイジング（加齢）とともに心豊かになっていくという、ウェルエイジングな考え方と通じるところがあると当社は考えます。

3. 両社の想いが紡ぐエイジングストーリー第一弾

弊社の想いに共感するとともに、醤油の中でも「再仕込醤油」という特に歳月がかかる商品をこだわりと考える宮島醤油と、このたびコラボレーションをするはこびとなりました。両社の共通点を独自の“エイジングストーリー”として紡ぎ、ウェルエイジングアイテム「醤油」に関する意識調査とともに発信します。



■ 調査まとめ

I. 醤油が好きな割合・常備している割合はどちらも 80%以上。

醤油を常備している割合は年代と比例する結果に。

◇醤油が好きな割合 80.9%、醤油を常備している割合 84.7%。

◇醤油を常備している割合、20代は 77.9%、60代以上は 93.4%で年代によって異なり、年代が上がるほどに割合が高まる傾向が判明。

II. 九州では甘口醤油派が 67.8%と全国の約 1.7 倍。20・30代では半数以上が甘口派の結果も。

◇醤油は「甘口派」「どちらか」といって甘口派」と選んだ方は全国で 38.5%だが、

九州ではその割合が 67.8%となり全国の約 1.7 倍となった。

◇20代の甘口派は 57.0%、30代は 50.3%。他の年代より高い傾向が判明。

III. 醤油を使う頻度は週 1 回以上が 92.5%、大半が頻度高く使っている状況。

さらに 2 種類以上の醤油を使っている“二刀流以上派”は全体の 47.4%と高め。

◇醤油を使っている頻度について、「週一以上（ほとんど毎日～週一以上）」を選択した方は全国で 92.5%と高い結果に。

◇使っている醤油、1位「濃口醤油」2位「薄口醤油」3位「さしみ醤油」となった。

◇普段自宅で使っている醤油で当てはまるものを 2 つ以上選択した「醤油二刀流以上派」は、47.4%と高めの結果となった。

IV. キングオブ醤油の相方は刺身・寿司！年代別のギャップが最も大きいのはチーズ&スイーツ！

◇普段自宅で醤油を使う料理・食品、1位：刺身・寿司、2位：豆腐、3位：玉子かけご飯。

◇20代で「チーズ（クリームチーズ、プロセスチーズ等）」「スイーツ（ケーキ・アイスなど）」を選んだ割合は 5.9%となり、60代 0.6%の約 9.8 倍と世代間ギャップが一番高い結果に。

V. キングオブ目玉焼きの相方は醤油で決まり！塩・こしょう派と二分化する傾向も。

◇1位：醤油、2位：塩・こしょう、3位：ソース。2位 3位は 2 倍以上の差となり意見は二分化。

<調査概要>

調査期間：2024年4月1日～4月8日

調査方法：インターネットリサーチ

対象：全国（九州除き沖縄含む）の 1171 名と九州の 584 名の計 1755 名

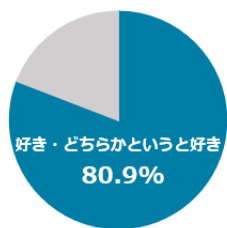
* 貴媒体にて本調査の内容およびデータをご使用になる場合は、【キューサイ調べ】と出典の明記をお願い申し上げます。

I. 醤油が好きな割合、醤油を常備している割合はどちらも 80%以上。

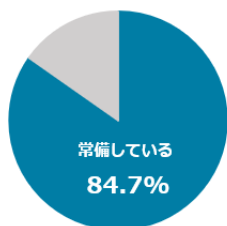
中でも醤油を常備している割合は年代が上がるほどに上昇する比例傾向に。

◇Q1「あなたは醤油が好きですか」という設問で「醤油が好き・どちらか」といって好き」を選んだ方 80.9%、Q3「あなたは醤油を常備していますか？」という設問で「醤油を常備している」を選んだ方は 84.7%とかなり高い割合になりました。また Q3 で「醤油を常備している」割合を年代別にみると 20代は 77.9%で一番低く、60代は 93.4%と一番高く、年齢と比例する結果でした。

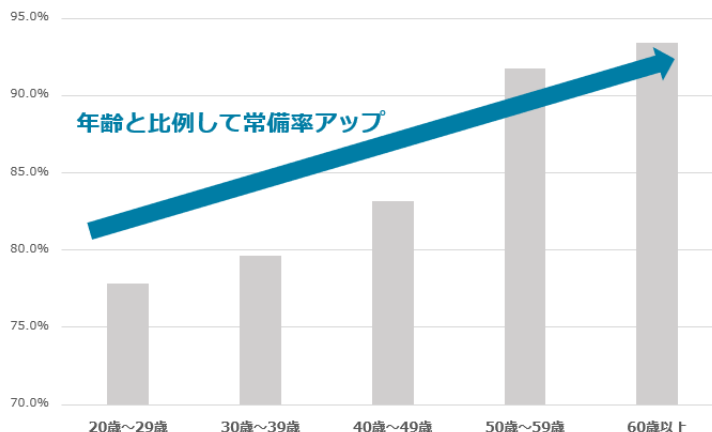
Q1 あなたは醤油が好きですか？ (n=1,755)



Q3 あなたは醤油を家に常備していますか？ (n=1,755)



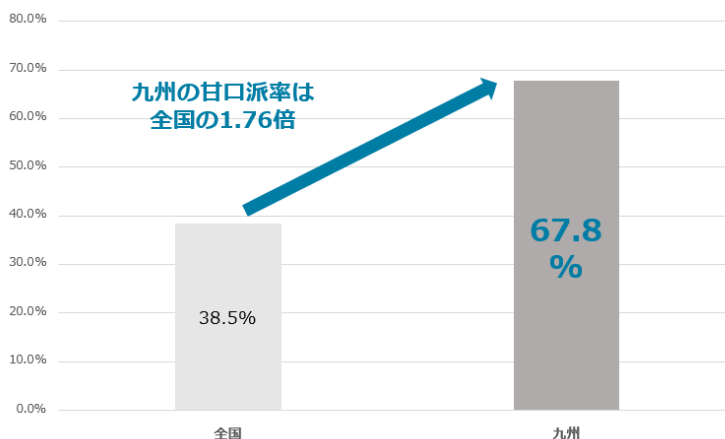
Q3 あなたは醤油を家に常備していますか？ (n=1,755)



II. 九州は「醤油は甘口派」が 67.8%と全国の約 1.7 倍！ 20・30 代では半数以上が甘口派という結果も。

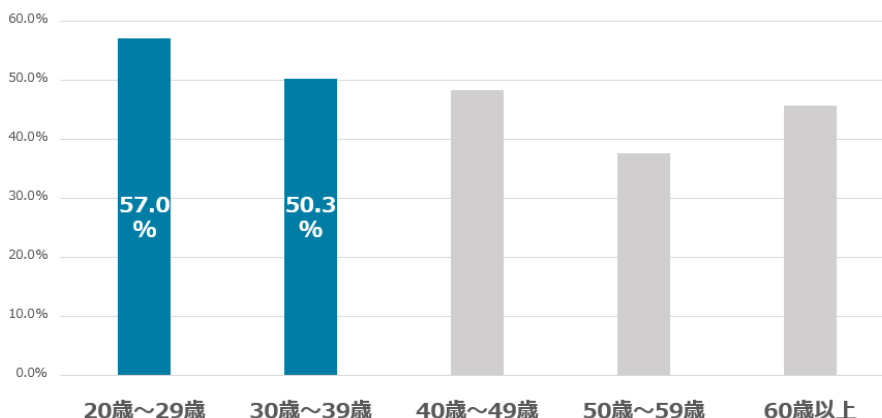
◇Q2「醤油は甘口派ですか？辛口派ですか？」という設問で、「甘口派」「どちらかという甘口派」と選んだ方は全国で 38.5%。一方九州ではその割合が 67.8%となり全国の約 1.7 倍となりました。また全国では「どちらでもない」という回答が 42.3%となり、九州はその半数以下の 20.7%という結果で、九州の醤油へのこだわりも見える結果となりました。

Q2 醤油は甘口派ですか？辛口派ですか？ (n=1,755)



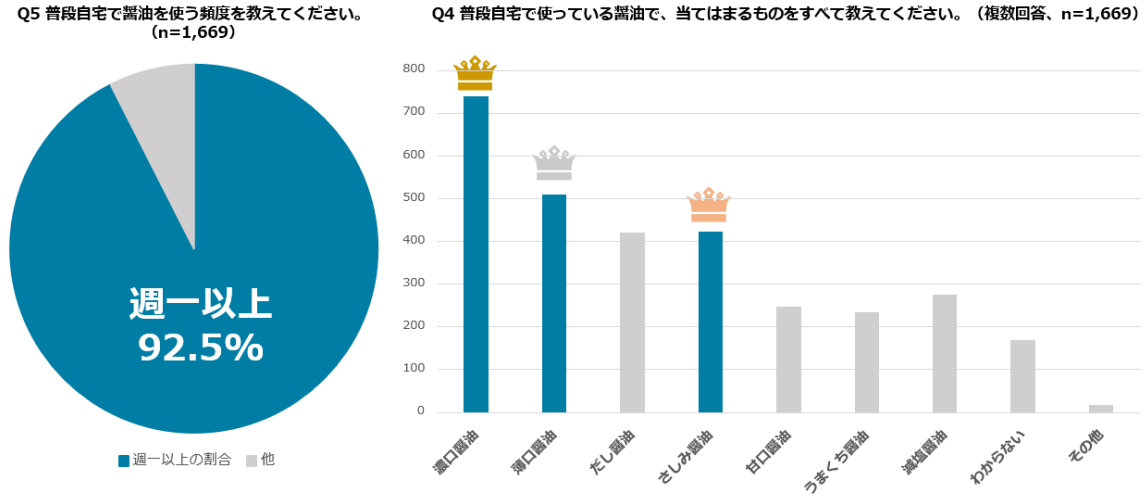
◇年代別に見てみると、20代 57.0%、30代 50.3%となり、20代・30代の半数以上が甘口派であることもわかりました。

Q2 醤油は甘口派ですか？辛口派ですか？ (n=1,755)



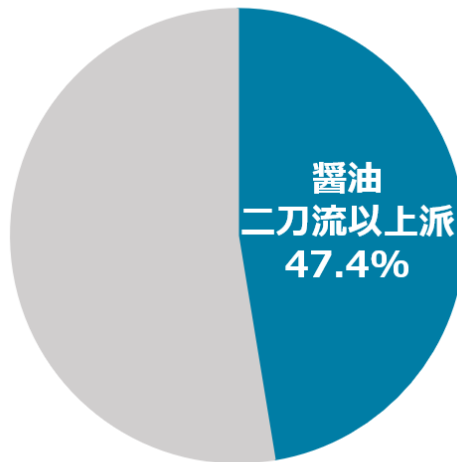
Ⅲ. 醤油を使う頻度は週 1 回以上が 92.5%と、大半が頻度高く使っている状況。さらに 2 種類以上の醤油を使っている“二刀流以上派”は全体の 47.4%と高め。

◇Q5「普段自宅で醤油を使う頻度を教えてください」という設問で「週一以上（ほとんど毎日～週一以上）」を選択した方は全国で 92.5%となり、かなり高い割合となりました。また Q4「普段自宅で使っている醤油」として選ばれたのは、1 位「濃口醤油（741 人）」、2 位「薄口醤油（510 人）」3 位「さしみ醤油（423 人）」となりました。



◇さらに、Q4 で普段使っている醤油を 2 つ以上選択した“醤油二刀流以上派”は 47.4%と高めの割合となり、物価高の中でも醤油は食べるものに合わせて揃えていることがわかりました。

Q4 普段自宅で使っている醤油で、当てはまるものをすべて教えてください。



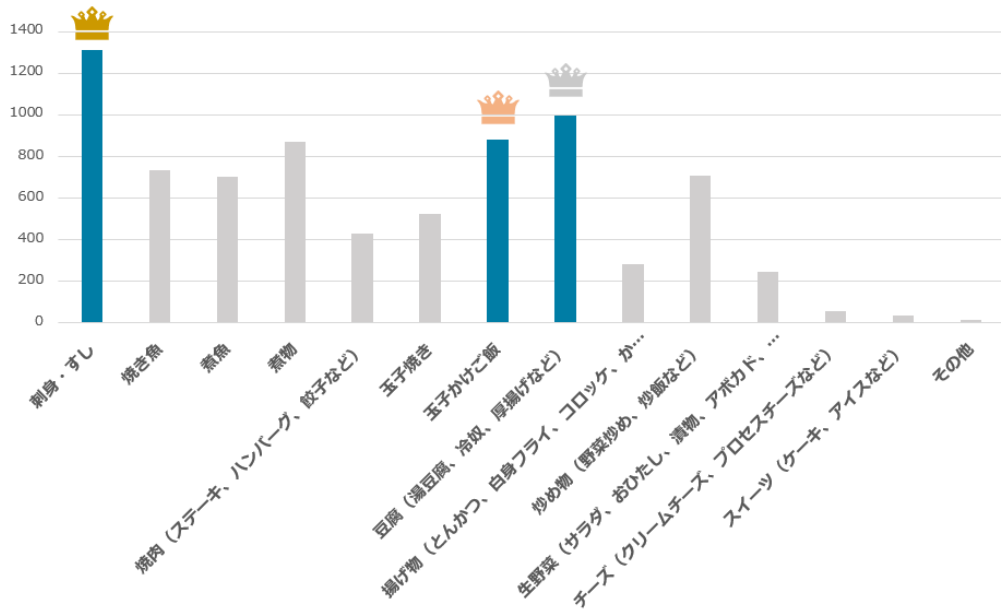
(濃口醤油、薄口醤油、だし醤油、さしみ醤油、甘口醤油、うまうち醤油、減塩醤油、わからない、その他、から2つ以上を選んだ方を二刀流以上派とする。複数回答、n=1,669)

**Ⅳ. キングオブ醤油の相方は刺身・寿司！
年代別ギャップが最も大きいのはチーズ&スイーツ！**

◇Q6「普段自宅で醤油を使う料理・食品」として選択されたもの、1 位：刺身・寿司（1,310 人）、2 位：豆腐（997 人）、3 位：玉子かけご飯（881 人）という順となりました。

◇Q6 を年代別で見ると、20 代で「チーズ（クリームチーズ、プロセスチーズ等）」「スイーツ（ケーキ、アイスなど）」を選んだ割合は 5.9%となり、60 代で同じ選択肢を選んだ割合 0.6%の約 9.8 倍と世代間ギャップが一番高い結果でした。

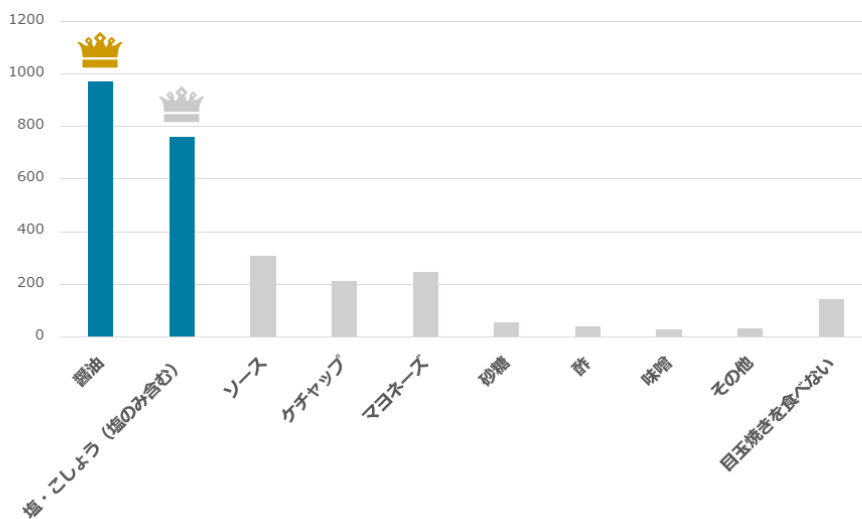
Q6 普段自宅で醤油を使う料理・食品を当てはまるものすべて教えてください。（複数回答、n=1,669）



V. キングオブ目玉焼きの相方は醤油で決まり！ 塩・こしょう派と二分化する傾向も。

◇Q8「あなたが目玉焼きにかける調味料」として選択されたもの、1位：醤油（973人）、2位：塩・こしょう（762人）、3位：ソース（308人）。2位と3位は2倍以上の差となり、目玉焼きにかける調味料は二分化の傾向が見られました。

Q8 あなたが目玉焼きにかける調味料を当てはまるものすべて教えてください。（複数回答、n=1,755）



■ コラボ記念キャンペーン

本コラボレーションを記念し、本日から両社商品が当たる X キャンペーンを実施します。

- ・ 期間：2024年5月24日～31日
- ・ 応募方法：フォロー＆リツイート＆リプライ

【STEP1】両社 X アカウントをフォロー

宮島醤油公式 X アカウント ▶ <https://twitter.com/miyajimashoyu>

キューサイ公式 X アカウント ▶ https://twitter.com/kyusai_official

【STEP2】キャンペーン投稿のリツイート

【STEP3】キャンペーン投稿へリプライの形式で、希望賞品をコメント。

- ・賞品：2種のセットを合計5名様へプレゼント

<健康セット> 3名様

- ・減塩野菜カレー（宮島醤油）
- ・減塩まぜ込みご飯の素 五目（宮島醤油）
- ・減塩うどんそばスープ（粉末）（宮島醤油）
- ・ザ・ケール ミニスティック（キューサイ）
- ・雑穀健美（キューサイ）



<ドゲンジャーズセット> 2名様

- ・ひとくちカレー（宮島醤油）
- ・ザ・ケール ミニスティック（キューサイ）
- ・オリジナルシャカシャカカップ（ドゲンジャーズ）
- ・フクオカリバー直筆サイン入り色紙



両社は福岡を舞台とした本格特撮ヒーロー作品「ドゲンジャーズ」のスポンサー企業です。

ドゲンジャーズ公式サイト ▶ <https://dogengers.com/>

■会社概要

宮島醤油株式会社

1882年に佐賀県唐津市で創業し、発酵食品を基礎としながら、各種調味料・加工食品の製造・販売をしています。現在では醤油・味噌に限らず粉末スープやレトルト食品など商品の幅を広げ、年一回仕込みの「減塩寒仕込み醤油 蓮華」は特にこだわりの逸品です。

<https://www.miyajima-soy.co.jp/>



キューサイ株式会社

1965年に福岡県福岡市で創業し、ケールを原料とした青汁「ザ・ケール」をはじめとしたヘルスケア商品やスキンケア商品でカラダ本来のチカラを高め、カラダもココロもすこやかで、いくつになっても“人生初”の体験に踏み出せる「ウェルエイジング」な世の中の実現を目指し企業活動に取り組んでいます。

<https://corporate.kyusai.co.jp/>

人生初を、いつまでも。



ウェルエイジングカンパニー

なお、本プレスリリースは福岡経済記者クラブにお届けしております。

【本件のお問い合わせ先、画像のご依頼など】

キューサイ株式会社 広報窓口

TEL：092-724-0179 メールアドレス：koho@kyusai.co.jp

<https://corporate.kyusai.co.jp/>

キューサイ 企業

検索