佐藤株式会社

減塩アクションについて

会社概要

佐藤株式会社

◆本社所在地：**福島県郡山市**

◆**1860**年（万延元年）**創業。**

◆**食品卸売業**（食の**専門商社**）として、
東北6県、**北関東3県**、**新潟**に**事業を展開。**

（福島県内は郡山、いわき、会津若松、福島）

減塩アクションの活動予定

減塩アクションの種類 ＊1	減塩アクション ＊2	実施期間	数値目標
情報発信	県内食品スーパー様、小売店様へ福島県食育応援企業団加盟メーカー様の減塩商品に関する販促企画の提案（春夏・秋冬シーズンに向けた販促企画の実施）	2024 年 12 月～2025 年 12 月	2 回
情報配信	上記提案減塩商品の春夏シーズンの小売店様採用	2025 年 4～9 月	弊社売上高前年同期比100%以上
情報配信	上記提案減塩商品の秋冬シーズンの小売店様採用	2025 年 10～3 月	弊社売上高前年同期比100%以上
レシピ開発	減塩に関する「ふくしま健康応援メニュー」の開発	2025 年 4 月～2028 年 3 月（3 年間）	6 レシピ

「減塩商品」販売状況(1)

1．「減塩商品」販売状況

東北は「醤油」、「味噌」の販売金額が多い。
（家計調査 ※2021-2023年平均 では醤油・味噌それぞれ上位10県に「山形」、「青森」、「岩手」、「秋田」がランクイン）

(2)「醤油・味噌・インスタント味噌汁」エリア別販売状況（販売店千人あたり／金額）

参照：KSP-POS　全国食品スーパー販売金額「減塩商品」出現個数集計（2023年1-12月）

「減塩商品」販売状況(2)

1．「減塩商品」販売状況

醤油・味噌の販売金額が多い東北は「減塩商品の販売金額構成比が低い」傾向にある。
特に味噌は、全国的に減塩商品の構成比が低い傾向にはあるものの、最も低いのが「東北」である。

(3)「醤油・味噌・インスタント味噌汁」エリア別「減塩商品」販売金額構成比（販売店千人あたり／金額）

参照：KSP-POS　全国食品スーパー販売金額「減塩商品」出現個数集計（2023年1-12月）

深刻な健康課題を抱える東北は、「減塩商品」普及の伸びしろがまだまだあると思われます。

社内意見交換会資料

＜市場概況＞

1．福島県民の健康課題と県の取組について

(2)福島県の取組

■2024年より「第三次健康ふくしま21計画」がスタート！

＜「第三次健康ふくしま21計画」基本目標・重点スローガン＞

基本目標	健康長寿の延伸と健康格差の縮小
重点スローガン	みんなでチャレンジ！ 減塩・禁煙・脱肥満

特に「減塩」に関して、市町村、福島県食育応援企業団、関係団体を中心に「ふくしま減塩推進ネットワーク会議」を実施し、誰もが「おいしく減塩」できる環境作りを推進する。

実施例1. 新聞・メディアで
○毎月17日「減塩の日」～19日「食育の日」に定期的な情報発信
関心を高める仕掛け、簡単にできる手法の発信など

実施例2. スーパーで
○「おいしく適塩な総菜」などの開発と販売
○ベジ・ファーストの実践を促す環境づくり

実施例3. 事業所で
○食塩摂取量の実態把握
○従業員の適塩+適量の教育

出典：福島県保健福祉部健康づくり推進課 資料

当社は2022年より「福島県食育応援企業団」に参加いたしました。

当社企業理念「私たちは、地域の人々の暮らしを支え、豊かな食生活を創造します。」の通り、当社は地元の卸売業として、地域に暮らす人々の健康課題に対して県や県内企業と共に対策を考えなければならないと考えます。