



PRESS RELEASE

2014年8月5日

飲食店におけるパルマ産生ハムの人気・使用率 No.1！

～飲食店対象『ヨーロッパ産生ハムに関する調査』の結果概要～

この度パルマハム協会は株式会社ぐるなび（東京都千代田区）の協力で、国内の同社加盟飲食店を対象に「ヨーロッパ産生ハムの使用状況」に関する調査を行いました（サンプル数：500、調査方法：インターネット、期間：2014年5月20日～2014年5月30日）。パルマハム協会が飲食店を対象とした調査を行うのは初の試みだったため、国内の飲食店での生ハム使用の現状を把握すべくスクリーニングを一切行わずに全加盟店にアンケートを送り、先に回答が得られた500件の回答データを集計したものです。

その結果、回答した500店舗中、103店舗が何かしらの生ハムを使用しており、中でも圧倒的に「**パルマ産生ハム**」(49.5%)の使用率が高いことがわかりました。パルマ産以下は「国産」(16.5%)、「ハモン・セラノ(スペイン産)」(13.6%)、「ハモン・イベリコ(スペイン産)」(9.7%)と続いています。

「パルマ産生ハム」に関しては、「原木」よりも圧倒的に「**スライス**」(70%)の形態で仕入れている店舗が多いことがわかりました。「スライス」形態での仕入が多いことから、1か月あたりの仕入れ量が「1kg」(47.1%)の店舗が約半数、また熟成期間も「不明」とする店舗が過半数(52.9%)でした。パルマ産生ハムを仕入れる際に最も重視する点は「**味・風味**」(64.7%)で「**価格**」(58.8%)を上回っています。他のヨーロッパ産生ハムはいずれも「**価格**」が一番が上がっていることを考えると、この点は注目に値します。満足度については78.4%のユーザーがパルマ産生ハムに「満足」と答えており、その理由として「おいしい」、「お客様に好評」、「**品質が安定している**」、「**信頼性が高い**」という意見が挙がっています。スペイン産の生ハムについては「**価格が安い**」「**コストパフォーマンスが高い**」という意見が多いことを見ると、「**信頼性**」もパルマ産生ハムの大きな特徴です。

また「パルマ産生ハム」の特徴を提示してその認知を尋ねたところ「パルマで生産され、パルマハム協会が定めた条件を満たしたハム」(73.5%)が最も知られていましたが、その他の特徴はいずれも30%未満であり知られていません。次いで魅力に感じた特徴を尋ねたところ、「100%ナチュラルな食品」(39.7%)、「(オレイン酸が多く含まれ)ヘルシーな食品」(26.5%)、「消化されやすい」(20.6%)といった機能的な特徴が認知度を10%以上上回って上位に挙がりました。

パルマ産生ハムの今後の取り扱い意向を尋ねたところ、満足度と比例して75%が「**取り扱いたい**」と回答。既存のユーザーに至っては80.4%が継続使用を表明しました。「**価格が高い**」といったネガティブなコメントも少数ありましたが、大方の飲食店はパルマ産生ハムに対して「有名で信頼感のある定番の高級生ハム」といったイメージを持っており、積極的に使用していきたいという意向が感じられました。調査結果概要は別紙をご参照ください。

《本件に関するお問合せ》

パルマハム・インフォメーションセンター（担当：山本）

Tel: 03-5574-7834 Fax: 03-5574-7887

info@parmaham.org / <http://www.prosciuttodiparma.com>

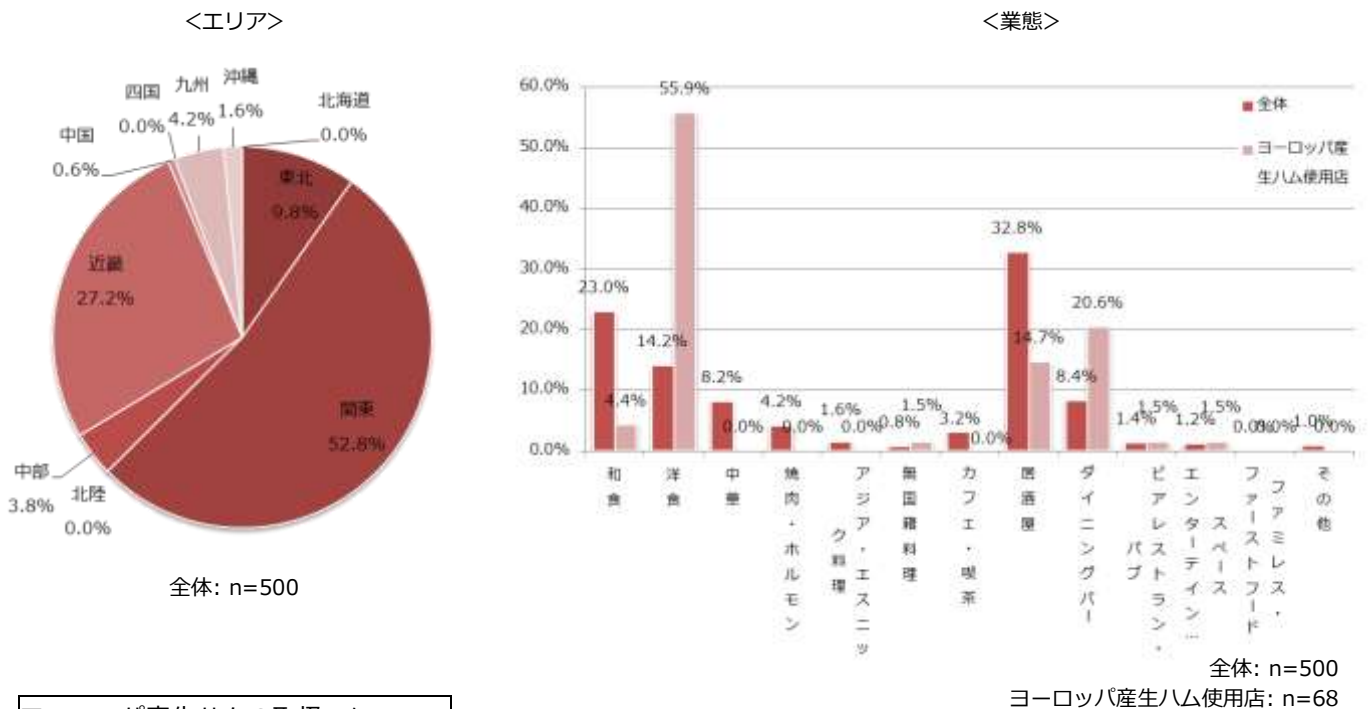
別紙：ヨーロッパ産生ハムに関する調査結果概要

調査概要

- 【調査名】ヨーロッパ産生ハムに関する調査
- 【調査方法】WEBモニターによるアンケート
- 【対象】ぐるなび加盟店
- 【実施期間】2014年5月20日(火)～2014年5月30日(金)
- 【サンプル数】500
- 【調査会社】株式会社ぐるなび

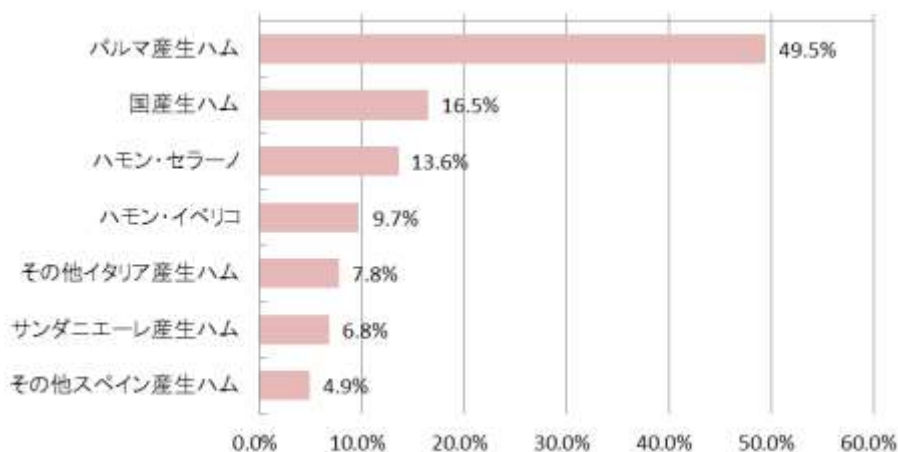
回答者属性

- 回答者 500 店舗を地域別にみると、過半数が関東、約 3 割が近畿、約 1 割が東北であった。
- 業態別に見るとヨーロッパ産生ハムの使用店は過半数が「洋食」(55.9%)、次いで「ダイニングバー」(20.6%)、「居酒屋」(14.7%)となっている。



ヨーロッパ産生ハムの取扱いについて

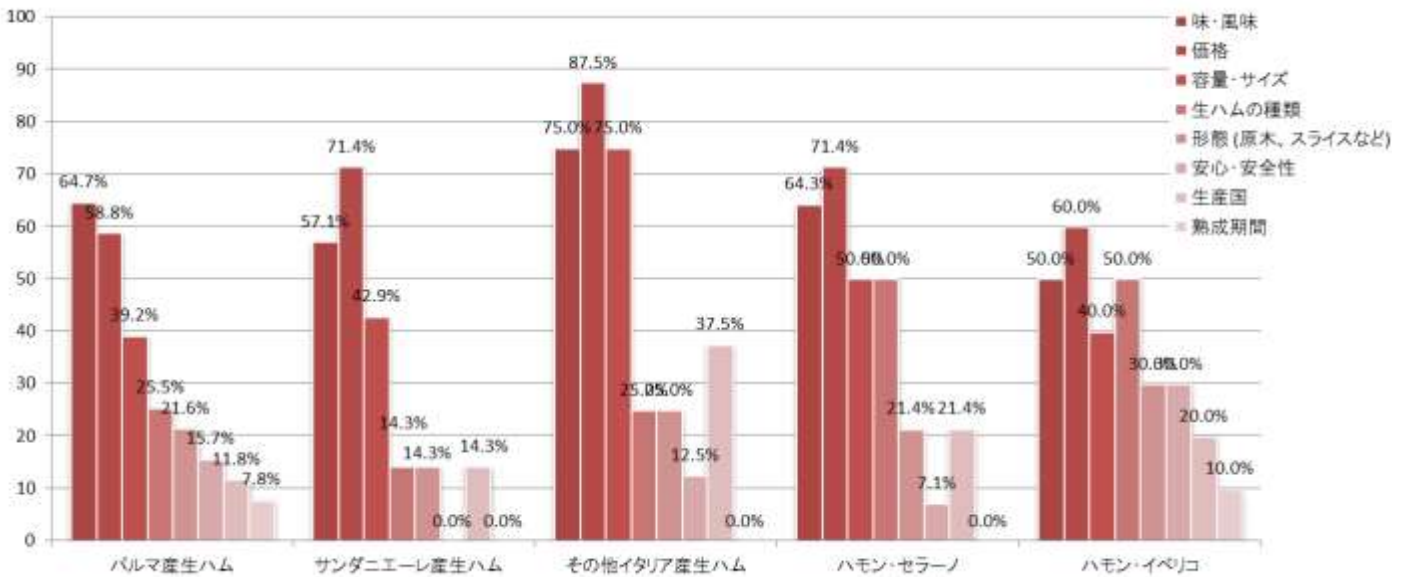
- 回答者 500 店舗のうち 103 店舗 (21%) が生ハムを使用。
- ヨーロッパ産生ハムを使用している店舗は 500 店舗のうち 68 店舗 (14%) 。
- ヨーロッパ産生ハムの取扱いは「パルマ産生ハム」が最も多く 49.5%(51 店舗)、次いで「ハモン・セラーノ」(13.6%)、「ハモン・イベリコ」(9.7%)となっている。(グラフ①参照)



<グラフ①> 取扱っている生ハムの種類 (n=103)

パルマ産生ハムの取り扱い実態について (パルマハム取扱店：51 店舗)

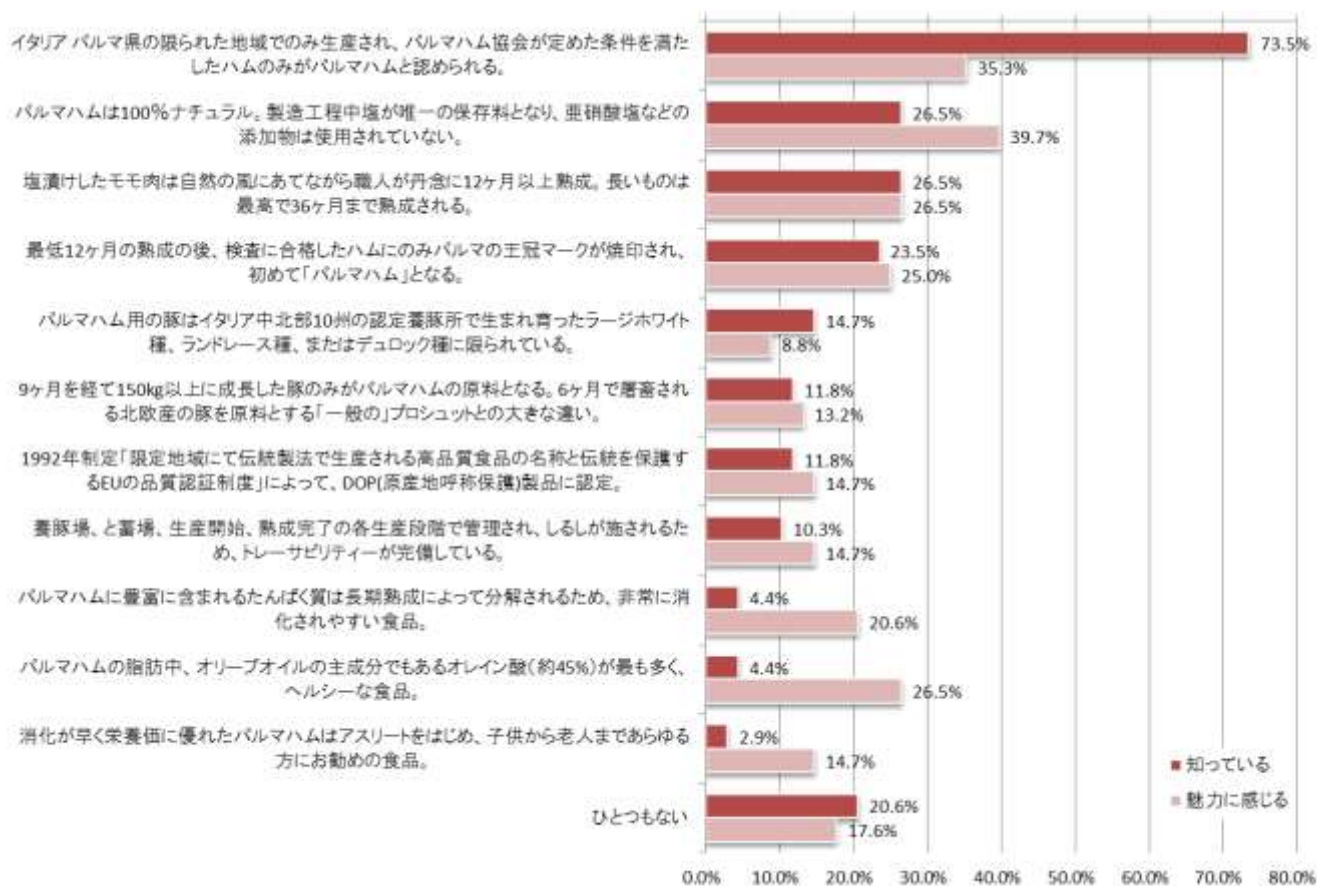
- 仕入れ形態は「スライス」が約 7 割と圧倒的に多く、原木で仕入れている店舗は「骨なし」が 18%、「骨付き」が 6%。
- 「スライス」を取扱う店舗が多いことから 1 ヶ月間の平均仕入れ量は「1kg」の店舗が 5 割を占め、約 9 割の店舗が「5kg」以下。
- 仕入れているパルマ産生ハムの熟成期間は「12 ヶ月」が 12%、「18 ヶ月」、「24 ヶ月」がそれぞれ 8%。一方「熟成期間不明」と回答した店舗が 5 割を超え、大半が熟成期間を意識していないことがわかった。
- パルマ産生ハムを仕入れる際の重視点は「味・風味」を重視する店舗が 65%で「価格」(59%)を抑えて最も重視されている。その他のヨーロッパ産生ハムは「価格」が最も重要視する点に挙げられている。(グラフ②参照)
- 一方取扱っている生ハムの熟成期間を知らない店舗が多いこともあり、「熟成期間」を重視する店舗は 8%と少ない。
- パルマハムの使用満足度は約 8 割の店舗が「満足」と回答し、使用店舗の満足度は高い。満足理由は「味」、「価格」、「使いやすさ」、「信頼性・品質」等の回答が多くみられる。



<グラフ②> ヨーロッパ産生ハムを仕入れるにあたり重視している点。(n=51)

パルマハムの特徴認知

- パルマハムの特徴を提示してその認知を確認したところ、最も認知されていたのは「パルマで生産され、パルマハム協会が定めた条件を満たしたハム」(約 7 割)。その他の特徴の認知はいずれも 3 割未満と少なく、特に「非常に消化されやすい食品」、「ヘルシーな食品」といった機能面の認知は 1 割にも満たない。
- 次に魅力に感じた特徴を確認したところ、「100%ナチュラルな食品」に魅力を感じた店舗が 4 割と最も多く、「最低 12 ヶ月以上熟成」、「ヘルシーな食品」、「消化されやすい食品」といった認知の低い機能面の特徴が魅力点の上位に並び、特徴の認知浸透が十分でないことがわかった。<グラフ④参照>



<グラフ④> パルマハムの特徴で知っているもの、魅力を感じるもの。(n=68)

パルマハムの取扱い意向

- パルマハムの今後の取扱い意向を示した店舗は 75%、「取扱いたくない」と回答した店舗は僅か 4%だった。
- 理由としては「お客様から好評」、「人気がある」、「おいしい」、「知名度・高級感がある」、「見栄えが良い」といった点が挙げられた。
- 不満や改善を希望する点として、「価格が高い」「扱いにくい(スライサーがない)」「パッケージではパルマ産と謳っているが、事実かどうか確認できない」といった意見が少数ながら挙げられた。