vinetur

日本餐饮业10月销售额增长8.2%

客流量增长5.0%，人均消费提高3.1%，推动日本餐饮业10月业绩走强

2026年11月25日星期三



日本餐饮服务协会追踪的餐饮企业销售额10月同比增长8.2%，客流量和单次消费双双上升，令餐饮业当月表现更为强劲。

该协会表示，销售增长得益于顾客人数增加5.0%，以及人均消费提高3.1%。对餐饮经营者而言，这意味着10月的增长既有更多人外出就餐的支撑，也有客单价上升的贡献，而非仅由其中一个因素推动。

这项月度调查涵盖该协会231家会员企业，在日本全国经营着36,794家门店。协会的统计序列纳入新开门店，因此数据反映的是调查样本企业的总销售额，并非仅反映现有门店的同店表现。对于餐饮业投资者和经营者而言，这一区别很重要，因为销售增长既可能来自门店网络扩张，也可能来自已营业门店交易表现改善。

尽管整体销售额普遍增长，并非所有细分领域都达到同样的增幅。调查样本中的酒馆和居酒屋经营者10月销售额增长5.4%，低于全体样本8.2%的增幅。这表明餐饮市场中这一领域虽仍在扩张，但增长

势头不及整体样本。

10月的数据对日本餐饮服务业意义重大，因为它显示需求在两方面同时改善。顾客人数增加通常意味着客流更旺，而人均消费提高则表明食客每次光顾时愿意花更多钱。两项趋势叠加，为餐饮企业提供了更稳固的营收基础，胜过仅由价格或客流单方面推动的增长。

日本餐饮服务协会的数据反映的是市场整体情况，而非逐家企业的对比。协会公布的是会员企业样本的汇总表现，因此应将其视为调查所覆盖餐饮市场状况的指标，而不能据此认定每个品牌或连锁企业10月的表现都相同。

日本的数据与意大利10月疲软的表现形成对照。11月24日星期二，Confimprese表示，其与Jakala合作开展的消费者观察调查显示，意大利餐饮销售额同比下降3.0%，同期市场消费总额下降2.3%。意大利报告称，今年前10个月的累计变化为-0.7%。

Confimprese表示，意大利的下滑不只局限于餐饮业。10月服装和配饰销售额下降4.6%，其他零售业则小幅增长0.4%。按渠道划分，购物中心销售额下降1.7%，社区商店下降2.3%，商业街门店下降3.7%。

Confimprese主席Mario Resca表示，意大利家庭仍在消费，但在消费地点、时间和品类的选择上变得更加谨慎。该组织称，市场期待黑色星期五需求带动消费更广泛回升；93%的消费者表示计划购物，21%计划比去年同期花费更多。

由于日本和意大利的报告基于不同市场中的不同调查样本，两者不能直接比较。尽管如此，两地10月的数据都显示，主要消费经济体的餐饮需求仍存在明显差异：日本调查样本中的经营者销售额显著增长，而意大利餐饮市场则走势相反。