vinetur

El gasto en restauración de tarde cae un 6,8% en Tokio, Kansai y Tokai

La menor frecuencia de salida y un ticket medio más bajo reducen el mercado a 277.000 millones de yenes

martes 3 de noviembre de 2026

El gasto en restauración a partir de la tarde bajó un 6,8% interanual en septiembre en las áreas metropolitanas de Tokio, Kansai y Tokai, hasta un mercado estimado de 277.000 millones de yenes. La cifra supone 20.100 millones menos que en el mismo mes de 2025, de acuerdo con el estudio de Hot Pepper Gourmet publicado el 30 de octubre.

El análisis se limita a tres grandes zonas urbanas de Japón y no representa por sí solo al conjunto de la restauración del país. El área de la capital abarca el entorno metropolitano de Tokio; Kansai incluye, entre otras ciudades, Osaka y Kioto; y Tokai engloba el espacio en el que se encuentra Nagoya.

La encuesta se elaboró con 7.868 respuestas válidas de residentes de entre 20 y 69 años. El indicador mide gasto nominal en consumo presencial desde la tarde, por lo que refleja el dinero desembolsado en ese tramo del día sin ajuste por inflación.

La caída también se aprecia frente al mes anterior. En comparación con agosto, el tamaño del mercado se redujo en 39.100 millones de yenes. Además, septiembre encadena dos meses seguidos con un nivel inferior al del año anterior.

La frecuencia de consumo descendió a 3,71 ocasiones al mes. Son 0,11 menos que un año antes y 0,22 menos que en agosto. Ese dato apunta a una menor actividad de salida entre los consumidores consultados y ayuda a explicar el recorte del gasto total.

El desembolso medio por ocasión también fue a la baja. Se situó en 2.826 yenes, 34 menos que en septiembre de 2025 y 102 menos que el mes anterior. La reducción del mercado, por tanto, no responde a un solo factor: confluyen una menor participación, menos visitas y un ticket medio más bajo.

Ese gasto medio por salida no debe leerse como un índice puro de precios. En restauración, la cifra también cambia cuando varía el tipo de local elegido, el número de consumiciones o la composición del pedido. Por eso, una bajada del ticket puede reflejar tanto moderación en el gasto como cambios en la forma de consumir.

Los datos permiten ver con más detalle lo ocurrido en septiembre en estas tres áreas urbanas. Si baja la frecuencia y también desciende el importe medio por ocasión, el efecto conjunto reduce el volumen total del mercado. A eso se suma una participación menor, que limita todavía más el número de consumos presenciales registrados en la franja vespertina.

El resultado dibuja una contracción en uno de los segmentos más observados del consumo urbano japonés, el de las salidas a restaurantes y otros establecimientos a partir de la tarde. Al tratarse de un estudio centrado en Tokio, Kansai y Tokai, su lectura sirve sobre todo para medir la evolución de estos tres mercados metropolitanos, que concentran una parte muy relevante de la actividad, pero no permiten trasladar de forma automática la misma pauta al resto de Japón.