イタリア人の半数超、外食やデリバリーへの支出を削減 調査で判明

Confesercentiの調査では、53％がレストランやデリバリーへの支出を今後も減らす見込みと回答。家計への圧力が続いている。

2026年11月9日（月）



ConfesercentiがIpsosと共同で実施し、11月2日に公表した調査によると、回答したイタリア人の半数超が、過去3カ月にレストランやフードデリバリーへの支出を減らしたと答えた。家計と外食消費への圧力が続いていることが浮き彫りになった。

イタリア在住の18～65歳の800人から回答を得たこの調査では、52％が過去3カ月にレストランでの食事やデリバリーの費用を節約しようとしたと回答した。また、53％が2026年第4四半期にも支出を抑える見込みだと答えた。これらの数値は消費者の慎重姿勢が続いていることを示すが、レストランの売上高が実際にどう変化したかを測るものではない。

過去の行動についての自己申告と、今後の意向を比較している点が重要だ。すでに支出を減らしたと答えた52%と、年内に減らす見込みだと答えた53%の差である1ポイントは、消費が実際に落ち込んだことを示すものではない。回答者がすでに行ったと述べたことと、今後行うつもりだと述べたことの隔たりを示している。

バーでも同様の傾向が見られたが、割合はより低かった。調査では、回答者の39%が過去3カ月にバーでの支出をすでに減らしたと答えた一方、44%が年末までの第4四半期に支出を減らす見込みだと回答した。申告された行動と表明された意向の差は5ポイントだった。

Confesercentiは発表資料で、調査の実施時期を明らかにしていない。既知の期間に収集された他の消費者データとの比較や、特定の物価、賃金、より広範な経済状況との関連付けが難しくなるため、これは調査手法上の重要な空白となる。調査結果が示すのは、回答者が自身の節約の取り組みについて述べた内容に限られる。

また、データからは、どのような方法で節約したかも分からない。外食の頻度を減らしたのか、注文する料理の量を減らしたのか、1回あたりの支出を抑えたのか、より安価な店を選んだのか、あるいはデリバリーから自炊に切り替えたのかを区別できない。そのため、52%という数字はイタリアのレストラン収入が52%減少したことを意味するものではなく、消費者が予算から何ユーロ削ったかを示すものでもない。

サンプルの対象範囲にも限界がある。調査対象は18～65歳の成人で、高齢のイタリア人は含まれていない。また、各カテゴリーで節約していると答えた回答者の割合のみを示しており、実際の支出額やレストランの利用回数、デリバリーの注文数を追跡したものではない。

それでもConfesercentiの調査結果は、家計が支出を削る際、外食が特に影響を受けやすい項目の一つになっていることを示唆している。レストランやデリバリーは削減対象の上位にあるとみられ、バーも影響を受けているが、その度合いは比較的小さい。多くの世帯がすでに支出を抑えており、年末までそれを続ける見込みの割合はさらにわずかに高いことが、数値から分かる。

この調査には、レストラン、デリバリー、バーに関する前年同期との比較可能な指標はない。そのため、家庭外での消費に対する圧力が前年より強まったのか、弱まったのかは示せない。明らかになるのは、消費支出の中でも裁量性の高い分野の一つで、回答者が過去に行ったことと今後行う見込みの双方に基づき、支出を控えている状況を捉えたものだ。

調査結果はその後、イタリアのメディアLa Capitaleが11月8日に報じたが、元の数値はConfesercentiが11月2日に公表したものだ。同団体は発表資料で、このデータを家庭外の消費への圧力が続いている証拠として提示した。一方、調査から最も明確に読み取れるのは、レストランでの食事、バー、フードデリバリーへの支出を節約しようとする世帯が広く見られることだった。