vinetur

スペイン人の6割、バーやレストランの利用頻度は横ばいか増加 AECOC調査

外食1回あたりの支出は77％が横ばいまたは増加。需要に慎重さが見られるなか、価格上昇が会計額を押し上げている

2026年11月13日（金）



スペインの外食産業では、来店が明確に増えているというより、需要が安定している。EFEAgroが報じたAECOCの調査によると、11月12日木曜日に公表された調査では、消費者の60％が、2025年と同じかそれ以上の頻度でバーやレストランを利用していると回答した。また、利用時の支出額については77％が横ばいまたは増加したと答えた。レストランやバーにとって、この差は重要だ。支出の増加が、そのまま来店客数の増加を意味するわけではない。

この数値は、AECOCが「Horeca Day: Perspectivas 2027」で発表した、外食消費に関するバロメーターの最新版に基づく。調査からは、2026年の市場はおおむね底堅い一方、消費者が支出に見合う価値をより慎重に見極めていることがうかがえる。AECOCによると、消費者は来店ごとの価値を重

視し、店選びを厳しくする傾向にある。このことは、来店頻度が同じように伸びなくても、事業者が売上を維持できる可能性を示している。

AECOCの市場調査責任者、Marta Munné氏は、支出増加の一部は価格上昇に起因すると述べた。同氏によれば、レジャー消費のコストが上がったため支出額も増えている一方、消費者の10％はより高価格帯の商品やサービスを選んでいることも調査で分かった。市場では、インフレによる会計額の上昇と、一部の消費者によるグレードアップという二つの動きが同時に起きていることを示している。

調査では、外食の頻度を増やした消費者の理由も尋ねた。利用回数が増えた人の主な理由は、余暇を楽しみたい気持ちの高まり、レジャーに使える所得の増加、友人や家族と過ごす時間を増やしたいという希望だった。一方、利用を減らした人の大半は、経済的な事情や予算管理の必要性を挙げた。この結果は、全体の数値が安定して見える場合でも、需要が依然として家計の状況に左右されやすいことを示しており、業界にとって重要な意味を持つ。

外食事業者にとって、この調査が示す課題は価格設定だけでなく、店舗の形態やサービスにも及ぶ。Munné氏によると、消費者は食事そのものだけでなく、リモートワーク、子ども連れ、ペット連れなど、その時々の目的に店が合っているかどうかも見ている。同氏は、顧客を維持し、さまざまな利用機会を取り込むには、同じ店舗でも曜日や時間帯に応じて異なる役割を果たす必要があると指摘した。

サービスの好みに関するデータでは、従来型の接客が今も重視されている。AECOCによると、消費者の85％は待ち時間が長くなってもテーブルサービスを好み、70％はデジタルツールよりも人による接客を望んでいる。この傾向は若年層では弱い。30歳未満では、人による接客をより重視する人は46％にとどまるとAECOCは述べており、年齢が高い層に比べ、若年層はデジタル機能を受け入れやすい可能性がある。

同じイベントで示された企業の景況感は、調査からうかがえる消費者の慎重姿勢よりも楽観的だった。AECOCの外食産業調査によると、調査対象企業の80％が2027年に成長を見込んでいる。このうち、経営幹部の44％は、ブランドを展開するレストランチェーンが最も高い成長を遂げる分野になると回答した。それでも、2026年の事業環境は一様ではない。AECOCによると、今年は企業の10社中8社で売上が増加したが、目標を上回ったのは10％にとどまった。目標を達成した企業は41％、設定した目標を下回った企業は49％だった。

売上が伸びても目標未達となった企業が多いことから、売上増だけでは全体像を把握できないことがうかがえる。販売は増えていても、厳しい目標設定やコスト上昇、想定を下回る来店客数を補うには不十分な場合がある。こうした状況は、多くの事業者が単なる事業拡大よりも、生産性の向上、メニュー構成の最適化、顧客の囲い込みを重視するとみられる理由の一つでもある。

経営幹部は、支出総額の数値が示す印象よりも、消費者の先行きについて慎重に見ているようだ。AECOCの調査では、2027年に向けて、経営幹部の40％が消費者はより慎重になり、経済的な安定を重視すると回答した。余暇や楽しみが最優先事項になると答えたのは13％にとどまった。この見方は、外食を減らす主な理由として予算管理を挙げた消費者の回答とも一致する。

イベントで発表された別のデータは、今後の需要を左右する人々について、さらに詳しい背景を示

した。Foodservice Españaによると、スペインの人口に占める外国籍住民の割合は2026年に20％となり、2040年には30％に達する可能性がある。同団体のディレクター、Cristina García Fuente氏は、スペイン人より平均年齢が若い移民の消費者について、業界は理解を深める必要があると述べた。また、外国籍住民は消費力が低い一方、食事と食事の間の飲食はスペイン人より最大3ポイント多いとも指摘した。

観光業界からは、外食の利用量を支える可能性はあるものの、必ずしも利益率の向上にはつながらない需要の変化も示された。同フォーラムでExcelturの副会長Óscar Perelli氏は、中東危機により、多くの旅行者がより安全だと考える目的地を選ぶようになり、旅行者数の面でスペインが恩恵を受けていると述べた。ただし、この効果は実質的な経済成長よりも到着客数に表れているという。エネルギーコストの上昇が、観光客の移動に欠かせない航空会社をはじめ、交通分野に重くのしかかっているためだ。