vinetur

イタリア、客単価35ユーロ超のレストランは2026年上半期に来店客増

TradeLabによると、高客単価レストランへの来店は3.2%増加。市場全体が0.6%縮小するなか、中・低価格帯の事業者への圧力が強まっている

2026年11月22日（日）



イタリアのレストラン市場は2026年上半期に縮小したが、高価格帯の店舗は逆の動きを示した。高級店と業界のその他のセグメントとの格差が広がり、中価格帯や低価格帯の事業者への圧力が強まっている。

TradeLabの外食消費者追跡データによると、11月21日土曜日にRistoranti Webが報じたところ、平均客単価が35ユーロを超えるレストランでは、2026年上半期の来店客数が3.2%増加した。同じ期間、レストラン市場全体では0.6%減少した。

TradeLabによると、最も好調だったのは市場の高価格帯だった。TradeLabの外食部門で営業活動責

任者を務めるAngela Borghi氏はRistoranti Webに対し、中価格帯および低価格帯のレストランでは来店客数が2〜3%減少した一方、ピッツェリアは上半期を0.6%の小幅増で終えたと語った。このデータは、消費者が業態を問わず一様に支出を減らしているわけではないことを示している。むしろ、平均支出額の高い店舗に来店がより集中している。

この傾向は、プレミアム価格ではなく客数に依存する事業者にとって、とりわけ重要だ。来店客数が2〜3%減れば、中価格帯や低価格帯のレストランの売上に直接響く可能性がある。特に、価格を引き上げたり利益率を維持したりする余地が小さい場合、その影響は大きい。一方、平均客単価がすでに35ユーロを超えるレストランには、市場全体が縮小するなかでも来店客が増えている。

Ristoranti Webが引用したTradeLabのデータによると、高価格帯セグメントは2025年の実績も上回った。2025年の高級レストランの来店客数は前年比2%増で、レストラン市場全体の伸び率0.6%を上回った。TradeLabによれば、高級レストランの夕食時の来店客数は2025年に2.8%増と、さらに高い伸びを示した。これは、この業界セグメントにとって夕食が重要であることを示している。

2026年上半期も夕食が中心的な役割を果たした。Ristoranti Webによると、高級レストランの来店客数増加を牽引したのは夕食だった。TradeLabは、夕食が事業にとって最も重要な食事機会であると同時に、最も高い成長率を示している時間帯だと説明した。このセグメントでは、夕食が来店全体の52%を占めた。TradeLabの調査では、レストランの夕食時の来店全体の約23%が平均客単価35ユーロ超の店舗に集中し、これらの店舗が夕食売上高の29.7%を生み出していたことも分かった。

地域別に見ると、高価格帯レストランへの来店が最も多かったのは南部で、全体の33%を占めた。ただし、これはレストラン市場全体における南部の来店割合を5ポイント下回っており、高級店への来店は市場全体の来店客ほど南部に集中していないことを示唆する。北西部が26%で続き、全体市場における同地域の割合を3ポイント上回った。中部イタリアと北東部はそれぞれ21%、20%で、ほぼ並んだ。

TradeLabの年齢層別データによると、客単価35ユーロ超のレストランで夕食を取る中心顧客層は45〜54歳で、来店全体の24%を占めた。次いで55〜64歳が19%、35〜44歳が18%だった。男女別では男性客の割合が高く、Ristoranti Webが引用したデータによると、2025年に6.7%増え、全体の55%を占めた。

報告書では、このセグメントで夕食時に注文された料理についても分析している。メイン料理は前菜やプリモピアットよりわずかに多く注文され、デザートはそれらを下回った。最も伸びたのはプリモピアットで、注文数は前年比13%増加した。高額消費が特徴の市場セグメントでも、食事の中で顧客が選ぶ料理は変化し続けていることがうかがえる。