vinetur

高価格帯のイタリアのレストラン、上半期の来店数が3.2%増

Ristoranti Webが報じたTradeLabのデータでは、市場全体の来店数が0.6%減少。中価格帯と低価格帯の店舗は2〜3%減となった

2026年11月23日（月）



TradeLabの消費者動向データによると、イタリアでは平均客単価が35ユーロを超えるレストランの上半期の来店数が増加した一方、レストラン市場全体は縮小した。このデータは11月21日、Ristoranti Webが報じた。

データでは、1月から6月にかけて高価格帯レストランの来店数が3.2%増加した。同じ期間に、イタリアの外食市場全体の来店数は0.6%減少した。これにより、高価格帯のセグメントは市場全体を3.8ポイント上回った。

このデータは、業界内で需要が二分していることを示している。Ristoranti Webが引用した数値に

よると、高価格帯のレストランで来店数が増えた一方、中価格帯と低価格帯のレストランでは2〜3%減少した。ピッツェリアはこれを下回るものの、来店数は0.6%増加した。

比較の対象は売上高ではなく来店数だ。この点は重要で、データが測定しているのは消費者が外食した回数であり、支出総額ではない。35ユーロという基準は、1回の来店当たりの平均支出額を指す。同誌は来店数の実数を公表していないため、高価格帯のセグメントで来店数が何件増えたのか、あるいは市場のその他の部分で何件減ったのかを算出することはできない。

TradeLabはイタリアの外食消費を調査しており、Ristoranti Webによると、今回の数値は1月から6月までのモニタリング結果に基づく。同じ内訳を示した一次資料は一般公開されているものをすぐには確認できず、セグメント別の詳細を公表した情報源はRistoranti Webとなっている。

こうした限界はあるものの、この数値は価格帯によって市場が異なる方向に動いていることを示している。業界全体の平均は緩やかな縮小を示唆するが、内訳を見ると、落ち込みは最上位の価格帯以外に集中していた。実際、顧客1人当たり35ユーロを超える料金を設定するレストランでは来店客が増えた一方、市場の大部分では来店数が減少した。

市場全体の動向だけでは業界内の大きな差が見えにくいため、この傾向は事業者や投資家にとって重要となる可能性がある。市場全体の0.6%減は単独で見れば小幅に映るが、高価格帯の3.2%増、中価格帯と低価格帯の2〜3%減と並べると、様相が異なる。

また、このデータは、需要の底堅さが業態全体に均等に広がっていたわけではないことも示唆している。イタリアの外食市場で大きな割合を占めるピッツェリアでは来店数が小幅に増加したものの、0.6%増にとどまり、平均支出額が35ユーロを超えるレストランで報告された伸びを大きく下回った。この差から、外食の頻度を増やした消費者は、その来店先を業態や価格帯に均等に振り分けていなかったことがうかがえる。

データの対象期間は上半期に限られるため、同じ傾向が夏から秋にかけても続いたかどうかは分からない。また、セグメント間で差が生じた理由も明らかにしていない。それでも、Ristoranti Webが報じた上半期の結果は、市場全体がわずかに縮小するなか、食事1回当たりにより多く支出する顧客を対象とする業界部分で、来店数が最も大きく伸びたことを示している。