ドイツの飲食店売上高、物価調整後の9月は2.1%減

メニュー価格の上昇で名目売上高は前年同月比6.1%増加した一方、実質需要は2025年の水準を下回った

2026年11月20日（金）



ドイツの飲食店業界は9月、売上高が増加したものの、価格上昇分を差し引くと販売量は減少した。

ドイツ連邦統計局（Destatis）は11月19日木曜日、2026年9月の国内の飲食店・フードサービス業の名目売上高が前年同月比6.1%増加したと発表した。しかし、物価調整後の実質売上高は2.1%減少。メニュー価格などの上昇が売上高を押し上げる一方、実際の消費は2025年9月の水準を下回ったことを示している。

この数値はDestatisの発表資料第405号で公表されたもので、付加価値税を除く暫定的な純売上高指数に基づいている。データには営業日と季節による影響の調整が施され、実質値については価格

変動も調整されている。

2026年8月との比較では、飲食店業界は実質ベースで改善した。Destatisによると、フードサービスの実質売上高は前月比1.4%増え、8月に失われた活動の一部を取り戻した。宿泊業とフードサービス業を合わせた広義のホスピタリティ業界も前月比で上向き、8月の1.1%減（改定値）の後、9月の実質売上高は1.2%増加した。

前年同月比では、業界内で明暗が分かれた。飲食店および関連するフードサービス事業の実質売上高が2.1%減少した一方、宿泊部門は2025年9月比で実質2.8%増加した。宿泊部門が伸びたものの、ホスピタリティ業界全体では前年同月比で実質0.9%減となった。

今回の数値は、当年価格での売上高の伸びと、インフレ調整後の業績の弱さが続くという乖離を示している。9月の飲食店では、その差が大きかった。事業者のユーロ建て売上高は増加したが、実質販売量の増加にはつながらなかった。

発表では、宿泊部門について異なる傾向も示された。ホテルなどの宿泊施設は前年同月比で実質成長を達成し、フードサービスよりも基礎的な需要が堅調だったことをうかがわせる。この対照的な動きが、ホスピタリティ業界全体の年間減少幅を抑えた。ただし、価格調整後の業界全体の水準は、2025年9月をわずかに下回った。

Destatisは9月の数値を暫定値としており、今後の発表で改定される可能性があるとしている。それでも同局のデータは、第3四半期末時点で、ドイツのホスピタリティ業界が価格上昇による顧客需要への影響に引き続き直面していたことを示した。飲食店では帳簿上の売上高が増える一方、インフレ調整後の売上高は圧迫されたままだった。