vinetur

フランスの宿泊・飲食業界の景況感、11月に93へ低下

長期平均を7ポイント下回り、ホテルやレストランで事業活動と需要に対する見通しが弱まった

2026年11月20日（金）



フランス国立統計経済研究所（INSEE）が11月20日金曜日に発表したデータによると、フランスの宿泊・飲食業界の景況感は11月に大きく悪化した。宿泊業や飲食サービス業の事業者の見方が厳しさを増していることがうかがえる。

INSEEによると、同業界の景況感指数は11月調査で93となり、10月の100から低下した。前月比7ポイントの下落により、季節調整済み系列で100に設定されている長期平均を7ポイント下回った。

この数値はフランスの宿泊・飲食事業者を対象とし、10月27日から11月17日までに集めた回答に基づく。INSEEは、サービス業を対象とする月次企業調査の一部としてこの数値を公表した。

今回の低下は、特に今後の需要や事業活動について、業界の企業が短期的な見通しに慎重になっていることを示唆する。景況感指数は、実際の売上高や収益ではなく、企業の景況感や見通しを測るための指標だ。

11月の発表では、この違いが重要となる。数値の悪化は、売上高が同じ幅ですでに減少したことを

意味するものではない。むしろ、前月よりも多くの経営者が先行きを悲観的に見ていることを示している。

調査の詳細項目を見ると、事業活動の見通しを示す判断指数は10月の-9から-19へ低下し、10ポイント悪化した。需要の見通しを示す判断指数も、-19から-26へ7ポイント下落した。INSEEが示すこれらの指標は回答の差を表す判断指数であり、売上高の増減率ではない。

10月の数値は100で、業界はちょうど過去の平均水準にあった。11月に93へ低下したことで、わずか1カ月でその平均を下回り、調査は見通しの明確な悪化を示した。

INSEEによると、データは季節調整済みだ。報告書に含まれる補足指標は判断指数で示され、金額単位は付されていない。こうした指数は、調査対象企業の肯定的な回答と否定的な回答の差を表し、経営者が事業環境の変化をどう見ているかを早期に示す。

11月調査で際立つのは、質問票の先行きに関する項目で悪化が見られた点だ。事業活動と需要の見通しがともに弱まり、景況感の低下が業界の見通しの一部に限られたものではないことを示唆している。

フランスの宿泊・飲食サービス業は、個人消費や旅行関連需要への依存度が高いため、国内経済の動向を敏感に反映する分野として注目される。そのため、同業界の景況感の変化は、公式の売上高や生産高の数値が公表される前に、企業の見通し全般の変化を示す先行指標となることがある。

INSEEはサービス業を対象とする月次の主要調査の一環として数値を公表し、フランスの消費者向け主要産業の一つにおける景況感の最新状況を示した。