vinetur

フランスの伝統的レストラン、2026年第3四半期の売上高が9.7%減

ダンケルクの業界会議で発表されたデータによると、バー、クイックサービス店、ホテルにも減少が広がった

2026年11月24日（火）



フランスの伝統的レストランでは、2026年第3四半期の1社当たり平均売上高が前年同期比で9.7%減少した。業界データによると、この落ち込みは国内のホスピタリティー業界の広い範囲で進む減速の一部だった。

フランスのホスピタリティー業界団体UMIHがダンケルクで開いた年次会議で発表した数値からは、低迷がフルサービスのレストランにとどまらないことが示された。会議で引用された経済観測所のデータによると、7～9月のバーの1社当たり平均売上高は前年同期比9.3%減、クイックサービスレストランは7.7%減だった。ホテルの減少幅は4.6%と比較的小さく、ケータリングサービスは2.8%減だった。

会議は11月23日（月）に始まり、11月25日（水）まで開催される。UMIHはフランス大統領選を前に、政策面の要求を明確にする狙いだ。売上高の数値を受け、会議の雰囲気はより切迫したものとなった。団体は、ホスピタリティー市場の複数分野で事業環境が悪化していると主張している。

データは、Ordre des experts-comptablesのImage PME景況調査とStatexpertデータベースに基づくObservatoire économique de la restaurationのもの。発表元によると、5つの業種サンプルは48,402社の観測データで構成され、2026年第3四半期と2025年第3四半期を比較した、対象範囲を一定にした場合の1社当たり平均売上高の変化を測定している。

ホスピタリティー事業者にとって主な注目点は、低迷が特定の業態に限られていないことだ。UMIHによると、国内各地で伝統的レストラン、クイックサービス店、バーのいずれも売上高が減少し、主要な調査対象業態のなかでは伝統的な飲食店の落ち込みが最も大きかった。ホテルとケータリング事業者への影響は全体として小さかったものの、地域差があり、なお改善を示す地域もあった。

UMIH幹部は、伝統的レストラン、クイックサービス店、バーへの圧力が2026年初めから強まっていると述べた。報告書は地域や県による大きな差にも言及し、低迷は広範に及ぶ一方、一様ではないことを示唆している。

会議で発表された数値によると、クイックサービスレストランではグラン・テスト地域圏の減少率が1.1％と最も小さく、オクシタニー地域圏は10.8％減と地域圏別で最大の落ち込みとなった。県別の差はさらに大きく、ニエーヴル県が32.7％減だった一方、オー＝ラン県は27％増だった。

伝統的レストランにも地域による明確な差が見られたが、その幅は比較的小さかった。イル＝ド＝フランス地域圏の減少率が13.4％と最も大きく、ノルマンディー地域圏は5.8％減と最も小幅だった。データによると、県などの地域区分では98地域のうち93地域で減少し、セーヌ＝サン＝ドニ県の19.8％減から、ヴィエンヌ県の8.7％増まで幅があった。

ホテルの減少幅が比較的小さい一方、業界内からは慎重な見方も示された。UMIH会長のフランク・ショーム氏は、グラン・テスト地域圏の代表者から、クリスマスマーケットのシーズンを前にストラスブールで予約が目立って減速しているとの報告があったと述べた。また、需要の弱さを通常は補う、直前予約が少ないことも懸念していると語った。

こうした発言には、販売の鈍化が事業者の景況感や採用計画、投資判断に影響し始めているという、業界内のより広い懸念が表れている。UMIHは会議で売上高データを根拠に、長期にわたる需要低迷を乗り切るには、ホスピタリティー企業にとって事業環境の予見可能性を高め、労働関連コストを引き下げる必要があると訴えた。

同団体は大統領選候補者に対し、4つの主要課題を訴える方針だ。企業の税負担を増やさずに労働者の手取り賃金を引き上げること、事業承継や投資をしやすくすること、宿泊・飲食業界における不公正な競争と同団体が呼ぶ行為への取り締まりを強化すること、そして採用や設備投資を判断する企業に、より高い予見可能性をもたらすことが含まれる。

UMIHの連邦副会長ヴァランタン・プリュドン氏は会議で、業界は総支給額と手取り額の差を縮めたいと述べた。また、家計の購買力もレストランやホテルにとって直接重要だとし、世帯は将来の顧客だからだと説明した。

UMIHはダンケルクでの会合を通じ、同業界が国内経済で占める比重も強調した。プリュドン氏によると、カフェ、ホテル、レストランおよび関連する観光事業は、フランスの国内総生産（GDP）の4.5%、国内観光収入の40%を占める。

今回の会議はUMIHの第74回年次総会であり、同団体の設立80周年にも当たる。政策をめぐるワークショップや円卓会議と並び、取引環境が軟化するなかで業界の結束を示すことも目的としていた。しかし、第3四半期のデータが焦点を当てたのは、より差し迫った問題だった。主要なホスピタリティー業態で売上高の減少が続き、フルサービスのレストランで平均減少幅が最も大きく、バーやクイックサービスチェーンも圧力を受けている。

この数値は対象範囲を一定にした場合の1社当たり平均売上高を測定しているため、サンプルへの企業の追加や除外による変化ではなく、事業の基礎的な実績を示すことを意図している。そのため、第3四半期の減少は、年末までの残り数週間を迎えるなかで需要動向を見極めようとするレストランやホスピタリティー事業者にとって、とりわけ重要な意味を持つ。

ダンケルクで発表された数値は、フランス全土の状況が一様ではないことを示しており、なお増加を記録した地域もある。それでも、経済観測所が示した全体像は、市場の広い範囲、とりわけ飲食サービスで縮小が進んでいるというものだった。業界代表者らは、大統領選の選挙戦が本格化する前に政策論議に影響を与えようとしている。