vinetur

50ドル超のスピリッツ、米国で売上高が8.9%減

SipSourceの調査では、ワインの方が安定しており、50ドル超のボトルは12カ月で売上高が0.9%増加した。

2026年9月15日（火）



最新のSipSource市場レポートによると、米国のワイン・スピリッツ市場はもはや明確な一方向には動いておらず、ワインにはやや改善の兆しが見られる一方、スピリッツはとくに高価格帯で引き続き弱含んでいる。

9月9日にワシントンで公表された2026年7月版レポートによると、米国のワインとスピリッツの総販売数量はこの12カ月で6.8%減少し、売上高は6.1%落ち込んだ。直近3カ月では数量が6.2%減、売上高も6.1%減だった。これらの表面的な数字は、なお圧力下にある市場を示しているが、同レポートは、より重要な変化は水面下で起きており、両カテゴリーの業績に差が出始めていると指摘した。

スピリッツは依然として最も強い圧力を受けている。SipSourceによると、直近3カ月のスピリッツの数量は5.7%減、売上高は7.1%減だった。これは6月時点より弱く、売上高の減少率が数量の減少率を上回った。同レポートは、この差がプレミアム化に対する継続的な圧力を示しており、消費者がより高価なボトルから手を引き、より高い価値を求めている兆候だと述べた。

弱さは価格帯全体に広がっているが、最も目立つのは市場上位層だった。SipSourceによると、スピリッツのすべての価格帯で売上高が5%超減少している。50ドルから99.99ドルの価格帯は最も大きな落ち込みの一つで、売上高は9.5%減だった。これらを総合すると、50ドル超のスピリッツの売上高は8.9%減少したことになる。この傾向は、近年成長をけん引してきたプレミアムおよびスーパープレミアムのカテゴリーが、現在はより強い消費者の買い控えに直面していることを示している。

ワインは全体としてなお減少しているものの、より安定した状況を示している。SipSourceによると、直近3カ月のワインの数量は6.8%減だったが、これは6月比で110ベーシスポイント、つまり1.1ポイントの改善だった。ワインの売上高は4.2%減で、スピリッツより小幅な落ち込みだった。同レポートは、高価格帯のワインは高価格帯のスピリッツより底堅く、16ドル以上の価格帯で売上高の推移が特に改善していると述べた。

ワイン市場の最上位では、SipSourceは下落ではなく小幅増を確認した。50ドル超のワインは直近12カ月で売上高が0.9%増加した。これは市場全体の回復を示すものではないが、スピリッツには慎重さを強める一方で、プレミアムセグメントのワインにはなお支出する消費者がいることを示唆している。

同レポートは、全体的な低迷にもかかわらず成長しているワインカテゴリーもいくつか挙げた。Champagneの売上高は直近3カ月で14.7%増、Proseccoは10.2%増、Sauvignon Blancは3.2%増だった。これらの伸びは、総ワイン販売が前年同期を下回る中でも、スパークリングワインや一部の品種に継続的な需要があることを示している。

もう一つの相対的な強さは、バーやレストランを含むオンプレミス市場だった。ワインとスピリッツ合計では、直近12カ月のオンプレミス数量は2.8%減にとどまり、酒販店、食料品店、その他の小売店などのオフプレミスチャネルでは7.5%減だった。これらの数字は、消費者が自宅消費向けの購入を、外食時や自宅以外で飲む際の購入よりも大幅に抑えていることを示している。

オンプレミスの堅調さが重要なのは、供給業者や流通業者がより安定した需要を見いだせる場所を変えるからだ。レストランやバーでの落ち込みが小さければ、市場全体の減少を完全に覆せなくても、小売の弱さの一部を相殺できる。生産者と卸売業者にとって、この分岐は消費者行動が最も速く変化している領域をより明確に示す。

SipSourceによると、年内の中心的な論点は、両カテゴリーの差が今後も広がり続けるかどうかだ。スピリッツ生産者は売上高のトレンドが弱く、プレミアム価格帯でより強い圧力に直面している一方、ワイン供給業者はトレンドラインがわずかに改善し、スパークリングワインと高価格帯ボトルで引き続き下支えされている。

同レポートは、見出しベースではなお弱いものの、カテゴリーや価格帯ごとのばらつきが大きくなっている市場だと描いている。スピリッツでは、消費者はとくに50ドル超で、より積極的に低価格帯

へシフトしているようだ。ワインでは減少幅は依然として大きい
が、Champagne、Prosecco、Sauvignon Blancのような一部のプレミアムセグメントや特定商品はなお伸びており、バーやレストランは引き続き小売店より好調だ。