# 8月の英国パブのビール市場、スタウトが6.4%増で首位

一般的なラガーは4.4%減で主要スタイル中最弱。樽生需要のシフトを示すデータ。

2026年9月21日（月）



英国のパブでは8月、スタウトが伸びる一方で一般的なラガーは失速し、業界データは樽生ビール市場内の飲用パターンに明確な変化が起きていることを示した。

スタウトの販売ペースは2026年8月に前年同月比6.4%増となり、一般的なラガーは同期間に4.4%減だった。The Morning Advertiser が Oxford Partnership の Market Watch データに基づいて公表した数字によると、両カテゴリーの差は10.8ポイントに達し、スタウトは直近の月次指標で最も好調な銘柄群の一つとなった。

同じデータでは、インターナショナル・ラガーも前年同期比4.4%増、エールは3.9%減となった。こ

れらの数字を総合すると、英国のパブ業界の客はビール販売全体を押し上げているというより、いくつかのスタイルへ支出を移し、ほかを離れていることが示唆される。

この報告で用いられた指標は販売ペースで、ホスピタリティ・チャネルを通じて商品がどれだけ速く売れているかを追うパブ業界の指標だ。総市場数量とは同じではなく、公表された数字にはパイント、ヘクトリットル、売上金額でのカテゴリー合計は含まれていない。この区別が重要なのは、数字が各スタイルの相対的な勢いを示すだけで、各セグメントの全体規模を示すものではないからだ。

それでも、8月のデータは、しばしばラガーが牽引してきた市場の一部で、方向転換が起きていることを示す注目すべきものとなった。英国のパブで長年定番だった一般的なラガーは、報告書で挙げられた主要ビールスタイルの中で最も弱い数値を記録した。対照的に、スタウトは最も大きな増加を示し、より幅広い飲用機会でより濃色のビールを選ぶパブ客が増えているとして業界で注目を集めている流れを継続した。

インターナショナル・ラガーも、ビール全体の組み合わせを上回る伸びを見せた。4.4%増は一般的なラガーとエールの双方を大きく上回り、消費者がラガーから完全に離れているのではなく、カテゴリー内でより選別的になっているという見方を裏づけた。エールは引き続き圧力下にあり、8月の販売ペースは前年比3.9%減だった。

これらの数字は9月21日、ホスピタリティ業界紙 The Morning Advertiser によって報じられ、同紙は最新の数値を樽生ビール需要の再編を示す証拠と表現した。データは英国のパブ市場を対象とし、2026年8月と前年同月を比較している。

より広い飲料全体の状況は弱かった。同紙は樽生飲料全体で3%減だったとも伝えたが、この集計にはビールだけでなくサイダーも含まれる。そのため、ビールの数量だけを示す指標として受け取るべきではない。むしろビールスタイル別の数字は、パブの流通チャネル内でどこで需要が強まり、どこで弱まっているかを示している。

パブ運営者、ブルワー、流通業者にとって、これらの数字は秋の商戦期に向けたタップ選定や在庫計画に実務上の示唆を持つ可能性がある。スタウトとインターナショナル・ラガーの増加に加え、エールと一般的なラガーの減少は、カテゴリー全体の成長よりも商品構成のほうが重要になりつつある市場を示している。8月の数値は各スタイルで何パイント売れたかまでは示さないが、どのビールがバーでより速く動いていたかは示している。