vinetur

Circana、ハードスポーツドリンクは2027年に米国で5億ドル規模に成長する可能性と予測

スポーツ飲料を模したウォッカベースの缶入り飲料への卸売業者の関心が高まり、限られた冷蔵ケースのスペースをめぐる競争も激化しそうだ

2026年10月20日（火）

Circanaによると、レディ・トゥ・ドリンク（RTD）アルコール市場のニッチな分野が、来年には米国で5億ドル規模に成長する可能性がある。スポーツ飲料を模したウォッカベースの缶入り飲料に、卸売業者やブランドオーナーの注目が集まっている。

Brewboundが月曜日に報じたところによると、Circanaの飲料アルコール部門エグゼクティブ・バイスプレジデント、Scott Scanlon氏は、「vodka + ade」分野（ハードスポーツドリンクとも呼ばれる）の2027年の売上高が最大5億ドルに達すると予測している。この見通しは、先週フロリダ州オーランドで開かれた全米ビール卸売業者協会（NBWA）の年次大会を受けて示された。Scanlon氏は、大会の会場で製品が目立っていたため、その市場性について急きょレポートをまとめることにしたと語った。

このカテゴリー名は、「エード」系飲料になじみのある風味やブランドイメージを取り入れたウォッカ飲料を指す。こうした飲料のスタイルは、スポーツドリンク売り場で消費者に親しまれている。アルコール入りの商品は、より広いRTD市場に属する。ビール、スピリッツ、手軽に購入できるパッケージ飲料の間を消費者が行き来するなか、この市場は供給業者や卸売業者にとって重要な分野となっている。

Brewboundが伝えたCircanaの予測は、これまで比較的限られた分野だったカテゴリーが、より広い商業的な存在感を持ち始めていることを示している。まだ成長途上のカテゴリーとしては大きな規模が見込まれているだけでなく、アルコールを飲む新たな機会を生み、店頭で新たな棚争いをもたらし得る商品に、卸売業者が強い関心を寄せていることもうかがえる。

これは飲料業界全体にとって重要な動きだ。vodka + ade商品の拡大が続けば、ビール醸造会社、スピリッツ企業、卸売業者が、従来のビールやボトル入りスピリッツ以外の商品を求める消費者を取り込もうとするなか、RTDアルコール市場に新たな成長の道筋をもたらす可能性がある。また、フレーバード・モルト飲料、缶入りカクテル、ハードセルツァーがすでに同じような消費者層を狙う小売チャネルでは、冷蔵ケースのスペースやマーケティング予算、卸売業者の注力をめぐる競争が一段と激しくなることも考えられる。

予測が発表された場にも注目する必要がある。NBWAの大会は、米国のビール卸売業者や飲料アルコール企業にとって、年間を通じた主要な集まりの一つだ。そこであるカテゴリーが目立つことは、卸売業者が、より注目するに値する勢いがあると見ている兆候となり得る。Scanlon氏が大会の会場で商品を目にしてレポートをまとめたことからは、このトレンドが個別の商品投入の段階を越え、業界全体の話題になりつつあることがうかがえる。

ただし、この数字は予測であり、実際の売上高ではない。月曜日に確認できたBrewboundの記事には、推計の前提条件について詳しい説明がなく、予想される成長のうち、新ブランドの投入、販売地域の拡大、リピート購入、他のアルコールカテゴリーからの消費者の乗り換えがそれぞれどの程度を占めるのかは明らかにされていない。また、この分野がその規模に達した場合、どの企業が最も恩恵を受ける立場にあるのかも示されていない。

それでも今回の推計は、ノンアルコール飲料でおなじみの要素を取り入れたハイブリッド型商品へ、飲料アルコールの開発が進んでいることを示す材料となる。卸売業者や小売業者にとっては新たな商機となる一方、品ぞろえの判断はより難しくなり得る。既存のビール・スピリッツ企業には、ハードスポーツドリンク風の商品への消費者の関心が2027年にかけて高まり続けた場合、迅速な対応を迫る圧力が強まる可能性がある。