Coopers、豪州ビールの「不況に強い」特性に陰りと指摘 1ケース65豪ドル超に

酒税引き上げと家計の圧迫で、豪州のビール消費者は購入の先送りやブランド変更、購入量の削減に動いているとCoopersのトップが指摘

2026年11月9日（月）



Coopers Breweryのトップは、税負担の増加と家計の圧迫を受けて消費者の慎重姿勢が強まっており、景気後退期にも売れ続ける商品というビールの豪州での評価が揺らいでいると述べた。

11月9日（月）、同族経営のビールメーカーでマネージングディレクターを務めるMichael Shearerは、ビール1ケースの価格が今や常時65豪ドルを超えており、消費者の行動に変化が出始めていると語った。包装済みビールに対する政府の酒税引き上げが繰り返されていることに加え、生活費全般の負担が増しているため、顧客は購入に慎重になっているという。

今回の発言は、国内有数の老舗ビールメーカーから示された注目すべき警告だ。Shearerによると、Coopersは豪州第3位のビール企業グループで、全国市場におけるシェアは6%。景気が弱い局面でも

比較的安定していると長く見なされてきたカテゴリーでさえ、消費者の抵抗が強まっていることを示唆する見立てだ。

Shearerは、ビールはかつてのような不況耐性を示さなくなったと述べた。圧力は、税負担の増加による小売価格の上昇と、家計の逼迫という二つの方向から同時にかかっているという。消費者にとっては、いつもの買い物も以前より慎重な判断を要するようになっている。ビールメーカーや小売業者にとっては、販売への影響を避けながら価格を引き上げられる余地が狭まる可能性がある。

ビールはアルコール飲料の中でも比較的景気変動に強い分野と見なされることが多いため、今回の警告は飲料業界全体にとって重要だ。税負担や生活費が上昇する中でビール需要が弱まれば、消費者の裁量的支出に依存する他のカテゴリーを含め、業界全体で価格への反応が強まっていることを示す可能性がある。ただし、同じ傾向がワイン、スピリッツ、RTD商品に一様に広がるという意味ではない。それでも、飲料企業全般にとって、価格設定をめぐる環境が厳しさを増していることを示している。

Shearerの発言は包装済みビールに焦点を当てたものだ。包装済み商品は、増税の影響が店頭価格に表れ、買い物客がブランドや店舗ごとに比較しやすい。1ケースの価格が65豪ドルを大きく超えるようになると、購入を先送りする、ブランドを切り替える、購入量を減らすといった行動が出始める可能性がある。需要のわずかな変動でも生産計画や販促、利益率に影響し得る市場では、こうした動きがすぐに重要な意味を持つ。

今回の発言は、消費者が最終的に支払う価格に政府の酒税政策が果たす役割も浮き彫りにしている。家計が圧迫されている時期に増税が実施されれば、販売量と収益性の両方を守ろうとするビールメーカーの課題はさらに増す。こうした状況では、値上げは単にコストを回収するための問題ではない。消費者が購入を減らすまでに、どこまでの値上げを受け入れるかを試すことにもなる。

小売業者にとっては、この変化が値引き販売や商品構成に影響する可能性があり、特に大容量の包装済みビールでその傾向が強まりそうだ。ビールメーカーにとっては、かつて他の多くの裁量的消費財と一線を画していた需要の底堅さを、今も期待できるのかという根本的な問いが浮上する。Shearerの発言は、現在の豪州市場では、そうした前提を維持することが難しくなっていると示唆している。