英国の飲食店向けビール売上高、10月31日までの週に2.9%増

NIQによると、管理運営型施設のビール売上高は前年比3.0%減から反発。ただし、販売数量の増加か価格上昇かは分からない。

2026年11月9日（月）



市場調査会社NIQによると、英国のホスピタリティ業界におけるビール売上高は10月末に再びプラスに転じた。前週は低調で、業界を代表する飲料カテゴリーの一つであるビールの販売が落ち込んでいた。

NIQが11月6日に発表したところによると、英国の管理運営型ホスピタリティ施設におけるビール売上高は、10月31日までの週に前年同期比2.9%増となった。10月24日までの週は前年同期比3.0%減だった。

この2つの数値の差は5.9ポイントの改善に当たる。ただし、週ごとの売上高が5.9%増えたという

意味ではない。NIQの数値は各週を前年の同じ週と比較したもので、同社は売上高の基礎となる英ポンド建ての金額を公表していない。こうした金額がなければ、売上高の絶対額の変化や、2週間を合算した結果は算出できない。

数値はNIQの「Daily Drinks Tracker」に基づくもので、「Storms weaken late October drinks sales」と題した報告書で公表された。このデータでは、ビールとサイダーは別々に集計されている。同社の調査パネルが対象とするのは管理運営型のホスピタリティ事業者であり、飲料市場全体ではないため、この結果を全国のビール消費量の指標とみなすべきではない。

最新の数値は、10月後半の低調な時期を経て、ビール売上高が再び勢いを取り戻したことを示唆している。ビールメーカーや販売業者、パブ、レストランの運営者にとって重要なのは、飲料売上高が週次売上に占める比重が高まることの多い、年末の重要な商戦期が近づいているためだ。

ただし、このデータには限界がある。測定しているのは販売数量ではなく売上高であり、インフレ調整もされていない名目値だ。売上高の増加は、価格上昇、販売数量の増加、またはその両方を反映している可能性がある。10月31日までの週に2.9%増えたという数値だけでは、消費者がビールをより多く飲んだのか、単に支払額が増えたのかは分からない。

対象期間が短いため、市場の方向性について確かな結論を出すのも難しい。2週間分のデータからは落ち込み後の反発が見て取れるものの、持続的な傾向を確認するには不十分だ。天候、地域のイベント、祝日の時期、来店客数の変化などが営業に影響するホスピタリティ業界では、特にそう言える。

NIQは、期間中の飲料販売に影響した要因として、10月後半の天候を挙げている。悪天候は、パブの屋外席や目的地型の店舗、気軽な夜の外出にすぐ影響することがあり、寒さや雨が人出を減らすとその影響は大きくなる。ビールは店内飲用向け市場で特に目立つカテゴリーの一つであり、こうした変動の影響を受けやすい。

それでも、マイナスの数値が出た直後にプラスへ転じた点は注目に値する。10月24日までの週に前年同期比3.0%減となったことは、管理運営型施設でビールの売上が圧迫されていたことを示していた。翌週に2.9%増となったことから、月末までにビールカテゴリーは前年同期比で少なくとも落ち込みの一部を取り戻したことがうかがえる。

報告書には、施設の種類別、地域別、ビールの区分別の内訳はなく、改善が調査パネル全体に広がったのか、特定の事業者に集中したのかも示されていない。平均価格、販売数量、取引件数も公表されていない。反発が消費者需要の拡大、価格の変化、あるいは両方を反映したものかを判断するには、こうした詳細が必要となる。

現時点でNIQのデータが示すのは、月前半の低調な週を経て、10月末に英国の管理運営型ホスピタリティ業界でビール売上高が小幅に回復したことだ。この数値は供給業者や事業者にとって営業状況を早期に把握する手掛かりとなる一方、年末の数週間を迎えるなかで、ビール需要が持続的に強まっているのかという大きな問いには答えていない。