vinetur

ハロウィーンで米酒類小売売上高1.5%増、14億5000万ドルに

Circanaのデータでは、ケース販売数量が0.2%減る一方、オフプレミス支出は増加。年末商戦の需要を占う初期の兆しとなった

2026年11月10日（火）



市場調査会社Circanaの週間スキャンデータによると、ハロウィーンが米国の酒類業界にとって、変動の大きかった年に久々の追い風となった。Brewboundが11月9日月曜日に報じたところでは、祝日期間中にオフプレミスの小売売上高が増加した。

Circanaが追跡する米国の複数店舗展開型小売店およびコンビニエンスストアのチャネルでは、11月1日までの週の酒類全体の売上高が14億5000万ドルを超えた。前年同期比では1.5%増だった。一方、ケース販売で測った販売数量はほぼ横ばいで、0.2%減となった。

この期間には10月31日のハロウィーン週末が含まれていた。ハロウィーンは、感謝祭や12月の本格

的な販売シーズンを前に、メーカーや小売業者が消費者需要を短期的に把握する機会となることが多い。最新の数字は、祝日に伴う買い物需要が酒類カテゴリー全体の金額ベースでの成長を後押しするほど強かった一方、販売数量はほぼ変わらなかったことを示している。

Brewboundによると、同じCircanaの週間スキャンデータではビールも成長し、業界全体の伸びに寄与した。記事の抜粋にはビールの個別売上高は記載されていないが、見出しの結果は、小売市場の一部で苦戦が続いてきた同カテゴリーで、消費者の購買が改善したことを示している。

このデータはオフプレミス販売を対象としており、バーやレストランで消費される酒類ではなく、小売チャネルを通じて購入された酒類を指す。この区分は重要だ。食料品店や量販店、コンビニエンスストアの販売状況は、オンプレミス需要とは異なる様相を示すことがあり、パーティーや自宅での集まりに備えて買いだめする人が多い祝日期間には、特にその差が表れやすい。

金額が伸びる一方でケース販売数量がほぼ横ばいだったことは、販売ケース数よりも売上高の伸びが大きかったことも示している。記事の抜粋にあるCircanaの数字では、この差が生じた理由は明らかにされていないが、売上高の小幅な改善が、消費数量の広範な増加によるものではなかったことが分かる。

ビールメーカー、ワイナリー、蒸留酒メーカー、販売業者にとって、ハロウィーン週の結果は、年末商戦の残り期間に向けた在庫、販促、出荷を計画するうえでの初期のシグナルとなる。同時に、1週間のスキャンデータが好調だったからといって、酒類需要が持続的に転換したことを示すわけではない。酒類市場は、消費者習慣の変化、カテゴリー間の競争、裁量的支出への圧力の影響を受けている。

それでも、11月1日までの週は、2026年に祝日に関連した販売が軟調に推移してきた流れを断ち、小売段階で酒類全体の成長を記録した点で際立った。年末の祝日シーズンを控え、メーカーや販売業者は、ハロウィーンの押し上げ効果が季節全体の勢いにつながるかどうかを見極めるため、今後のCircanaの週間報告を注視するとみられる。