米中を除く地域で2026年上半期のアルコール消費量が1%増加

IWSRによると、主要21市場全体では1%減少。米国は4%減、中国は3%減となる一方、両国を除く市場では1%増加した

2026年11月11日（水）



IWSRが11月10日火曜日に発表したデータによると、主要21市場のアルコール飲料消費量は2026年上半期、前年同期比で1%減少した。ただし、米国と中国を集計から除くと、状況は大きく異なる。

IWSRによると、2026年上半期のデータセットは、世界のアルコール飲料消費量の76%を占める21市場を対象としている。これらの市場全体では、アルコール飲料の総量は2025年上半期から2026年上半期にかけて1%減少した。一方、米国と中国を除くと消費量は1%増加し、ブラジル、インド、コロンビア、南アフリカ、英国の成長が下支えした。

報告書は、世界最大のアルコール市場である米国と中国と、その他の多くの国々との間で隔たりが広がっていることを示している。米国ではアルコール飲料の総消費量が4%減少。ビールが4%減、スティルワインが6%減、RTD（そのまま飲めるアルコール飲料）が4%減となり、全体を押し下げた。中国では総消費量が3%減少し、ビールは2%減、スティルワインは9%減、国内蒸留酒は12%

減だった。

この2市場以外では、複数の国で比較的堅調な結果となった。インドのアルコール飲料総量は10%増加し、通常のアルコール度数のビールが16%増、RTDが12%増、インド産ウイスキーが4%増と、伸びをけん引した。ブラジルは3%増で、通常のアルコール度数のビールが3%増、ノンアルコールビールが11%増、RTDが9%増となった。コロンビアは9%増加し、通常のアルコール度数のビールが8%増、ノンアルコールビールが11%増、RTDは110%増と急伸した。

南アフリカは5%増加。通常のアルコール度数のビールが5%増、RTDが4%増、スティルワインが3%増となり、全体を支えた。英国は2%増で、通常のアルコール度数のビールが2%増、ノンアルコールビールが22%増、RTDが25%増だった。

カテゴリー別のデータからは、業界の大規模なセグメントの一部で、世界のアルコール需要が引き続き圧力を受けていることが分かる。IWSRによると、21市場全体の数量減少の多くを占めたのは3カテゴリーだった。規模が大きいため全体への影響が大きかった通常のアルコール度数のビールは1%未満の減少、スティルワインは4%減、国内蒸留酒は11%減となった。

一方、伸びたカテゴリーもある。21市場全体でノンアルコールビールは8%増加した。インド産ウイスキーは4%増、プロセッコは3%増だった。こうした伸びは、消費者の動向があらゆる種類のアルコールで一様ではなく、カテゴリーや価格帯の間で支出先が移っていることを示唆している。

ワイン生産者にとって、スティルワインのデータは圧力を示す最も明確な兆候の一つとなった。同カテゴリーは21市場全体で4%減少し、米国と中国ではさらに大きく落ち込んだ。プロセッコが3%増加したこととの対照は、需要がどこで持ちこたえているのか、生産者が商品構成や輸出計画、販売予測をどこで見直す必要があるのかという、飲料業界の課題を浮き彫りにする可能性がある。米国と中国の低迷が、ラテンアメリカ、アフリカ、アジアの一部の動向と乖離し続けるなか、ビールや蒸留酒の企業も同様の判断を迫られる可能性がある。

IWSRによると、2026年上半期は絶対量で見ると依然として低調だったものの、前年同期よりは改善した。アルコール飲料総量の1%減は、2024年上半期から2025年上半期に記録した2%減からの持ち直しとなる。

直近の期間に前年同期比で成長した市場は、ブラジル、メキシコ、インド、英国、南アフリカ、コロンビア、タイの7市場だった。ドイツ、日本、イタリア、フランス、ポーランド、オーストラリアの6市場では、減少幅が前年より縮小した。スペイン、台湾、米国は前年とおおむね同程度の減少となった一方、中国、ロシア、カナダ、フィリピン、オランダでは減少幅が拡大した。

IWSRは、節酒傾向の広がりやGLP-1薬の利用増加が世界のアルコール消費を押し下げていると指摘する一方、これらの要因だけでは米国と中国の大幅な減少を説明できないとした。中国については、長引く不動産危機や高齢化など、経済成長の鈍化と構造的な圧力を挙げた。米国では、関税、インフレ圧力、経済全般の不透明感が消費者により大きな影響を及ぼしたという。

データとともに発表された声明で、IWSRの社長兼マネージングディレクター、マルテン・ローデワイクス氏は、インドやブラジルなどで成長が続く一方、節酒は市場の構造的な特徴になりつつあると述べた。また、今回の数値は、米国と中国の消費者と世界のその他の地域の消費者との乖離が拡大していることを示していると語った。

米国と中国は、数量・金額の両面で依然として業界最大の市場であるため、この分岐は両国を大きく超えた影響を持つ。飲料メーカー、サプライヤー、販売業者にとって、こうした違いは投資先や重点を置くカテゴリー、2027年に向けた計画に影響する可能性がある。また、スティルワインと国内蒸留酒の低迷がすべてのアルコールカテゴリーで一様に見られるわけではなく、複数の市場でRTD、ノンアルコールビール、一部のスパークリング製品が比較的底堅さを示していることも、データからうかがえる。