米国のワイン・スピリッツ販売、9月は減少ペースが鈍化

SipSourceのデータでは、3カ月間でスピリッツの落ち込みが最も改善。ワインは低価格帯商品の取扱減少が響いた

2026年11月11日（水）



Wine & Spirits Wholesalers of Americaが11月10日火曜日に公表したSipSourceのデータによると、9月の米国ワイン・スピリッツ市場には安定化の兆しが見られた。ただし改善は一様ではなく、成長回復には至らなかった。

業界データによると、9月までの12カ月間でワインとスピリッツの合計販売量は6.1%減、売上高は4.9%減となった。より短い期間では、いくぶん良好な数字が示された。9月までの3カ月間では販売量が4.8%減、売上高が3.7%減となり、特にスピリッツで縮小ペースが緩んだことがうかがえる。

最も明確な改善の兆しを示したのはスピリッツだった。直近の3カ月間で販売量は3.1％減、売上高は3.5％減となった。WSWAによると、バーボン、Tequila-Other、U.S. Whiskey-Otherなどのカテゴリーでは、トレンドの改善が見られた。中価格帯のスピリッツも市場の他の分野より底堅かった。価格が20～29.99ドルの商品は比較的堅調だった一方、50～99.99ドルのボトルは引き続き強い圧力を受けた。

こうした価格帯ごとの傾向からは、消費者が支出を続けながらも、より選択的になっていることがうかがえる。買い物客が価値をより明確に感じられる商品では需要が強い一方、高価格帯では引き続き厳しい状況が続いた。近年、プレミアム化を売上拡大の軸としてきたサプライヤーや卸売業者にとって、これは重要な動向だ。

ワインはスピリッツに後れを取り、需要以外にも幅広い課題に直面した。9月までの3カ月間で販売量は6.7％減、売上高は4.2％減となった。落ち込みが最も顕著だったのは低価格帯で、特に13ドル未満の商品だった。データによると、16ドル以上のワインは総じてより堅調だった。

それでも、ワインの一部カテゴリーには力強さが見られた。ソーヴィニヨン・ブランは売上高が5.9％増加し、プロセッコは4.8％増となった。シャンパーニュとスパークリングワインも、バーやレストランで比較的好調だった。市場全体が弱含むなかでも、飲用機会に応じた購入や消費者の嗜好がカテゴリーの一部を支え続けていることを示している。

WSWAによると、ワインの苦戦は、特に低価格帯商品と業務用チャネルで販売拠点が縮小していることも反映している。具体的には、棚やメニューに置かれる商品、あるいは入手可能な商品が減っていることを意味する。消費者需要が安定しても、カテゴリーの回復は難しくなりかねない。こうした流通上の課題は構造的な重荷となっており、少なくとも現時点では、スピリッツのほうがよりうまく対応しているようだ。

販売チャネル別の動向もまちまちだった。レストランやバーを含む業務用市場は、酒販店などの小売店を含む家庭用市場を引き続き上回ったが、両チャネルともマイナス圏にとどまった。9月には家庭用市場のデプレッション（卸売段階の販売）動向にいくらか改善が見られた。このチャネルは業界全体の売上高に占める割合が依然大きいため、明るい兆しと言える。

年末商戦に向けて、卸売業者、生産者、小売業者にとっては重要な時期だ。在庫判断や価格設定、流通戦略が年末の業績を大きく左右する可能性がある。減少ペースの鈍化は、企業が11月と12月の予測や在庫水準を細かく調整する助けとなり得るが、直近の数字は、減少が緩んだことを市場全体の回復と取り違えるべきではないことも示している。

WSWAによると、業界が2025年後半の特に低調な時期と比較するため、第4四半期は比較対象のハードルがいくぶん下がる可能性がある。それでも市場には、需要のばらつき、価格帯全般にわたる圧力、そして特にワインで続く取扱減少という課題が残る。同団体は、消費者が年末の買い物を進めるなか、スピリッツと一部のワインカテゴリーで見られた最近の改善が今後数カ月も続くかどうかが注目されるとしている。