vinetur

ハロウィーン商戦で10月最終週のプレミックスカクテル売上高が6.0%増

NielsenIQによると、10月の売上高は3.7%増。カテゴリーの成長の大半をスピリッツベースのRTD製品がけん引した

2026年11月11日（水）



NielsenIQが10月31日までの4週間を対象にまとめたレポートによると、米国の小売市場では10月、ハロウィーン商戦を背景に週次売上高が伸び、販売数量もほぼ横ばいに近づくなど、プレミックスカクテルが好調だった。

NielsenIQによると、対象期間のプレミックスカクテルカテゴリーのドルベースの売上高は3.7%増加した一方、ケース数量は0.3%減少した。10月31日までの週の売上高は3億120万ドルで、前週比6.0%増となった。レポートはこの伸びを、ハロウィーンを前にした季節需要に結び付けている。

NielsenIQが追跡するこのカテゴリーには、スピリッツベースのRTDおよびRTS製品、ワインベースのカクテル、フレーバードモルト飲料、ハードセルツァーが含まれる。データでは、各セグメントの成長には依然としてばらつきがあり、カテゴリー全体の勢いの大半をスピリッツベース製品が支えていることが示された。

市場で最も力強さを保ったのは、スピリッツベースのRTD製品だった。NielsenIQによると、4週間の同セグメントの売上高は21.5%増、販売数量は24.3%増となった。ワインベースのカクテルも拡大し、売上高は6.5%、販売数量は4.9%それぞれ増加した。

フレーバードモルト飲料とセルツァーは引き続き減少したものの、カテゴリー全体の落ち込みは縮小した。NielsenIQによると、このグループの売上高は3.7%減、販売数量は6.1%減だった。同事業の減少幅が縮小したことで、プレミックスカクテル全体の業績に対する下押し圧力は弱まったが、スピリッツベースやワインベースの製品と比べると、依然として低調だった。

この数字からは、販売金額がケース数量を上回る堅調さを保ってきた期間を経て、プレミックスカクテルが販売数量の成長回復に近づいていることがうかがえる。レポートでは、価格と商品構成が引き続きカテゴリーを支えた一方、成長の多くはセグメント全体に広がるものではなく、スピリッツベースのRTD製品を購入する消費者の増加によるものだった。

メーカー別では、10月31日までの4週間において、Mark Anthony Brandsがプレミックスカクテルの売上高で首位を維持した。NielsenIQによると、同社の売上高は1.1%増加したものの、ケース数量は7万4,800ケース減少した。Boston Beerは売上高で2位となり、売上高は2.4%減、販売数量は29万1,100ケース減だった。

Anheuser-Busch Inc.は売上高で3位となり、大手サプライヤーの中でも比較的好調な実績を示した。同社のプレミックスカクテル売上高は6.3%増加し、ケース数量は4万8,200ケース増えた。続くSazeracは売上高が5.6%増、ケース数量が4万2,000ケース増となった。Galloは売上高で5位となり、売上高は1.3%減、販売数量は3万700ケース減少した。

メーカーの成長率ランキングでは、Stateside Brandsが売上高の伸びで首位に立ち、売上高は110.1%増、ケース数量は43万5,100ケース増となった。Anheuser-BuschとSazeracも上位に入り、大手既存サプライヤーに加え、新興または成長の速いブランドの伸びも反映された。

ブランド別では、White Clawがプレミックスカクテルの売上高で首位を維持した。NielsenIQによると、White Clawの売上高は2.4%増加し、ケース数量は6,000ケース増えた。Twisted Teaは売上高で2位だったが、売上高は7.7%減、ケース数量は24万7,900ケース減少した。

BuzzBallzは売上高で3位となり、売上高が6.2%増加、販売数量も3万2,700ケース増えた。Cutwater

Cocktailは4位で、主要ブランドの中でも比較的好調な実績を記録し、売上高は13.4%増、ケース数量は8万500ケース増となった。Smirnoffは5位で、売上高は5.8%増、ケース数量は5万1,500ケース増加した。

ブランド別の成長率ランキングでは、スピリッツベースのRTD市場に関連する複数のブランドが引き続き勢いを保った。Surfside Cocktailが売上高60.2%増、ケース数量23万5,900ケース増で首位となった。Sun Cruiser Cocktailは売上高が64.3%増加し、販売数量は14万6,700ケース増えた。Monacoは売上高が30.0%増加し、5万9,900ケースを上積みした。Cutwaterも成長率ランキングに入り、売れ筋ブランドと急成長ブランドの両面で伸びていることを示した。

10月のレポートからは、月末に季節要因の追い風を受けたプレミックスカクテル市場で、スピリッツベース製品の好調とフレーバードモルト飲料・セルツァーの低調という大きな差が続いていることがうかがえる。NielsenIQの数字では、ハロウィーン前後の消費者需要がカテゴリーの期間末の実績を押し上げた一方、10月31日時点でケース数量全体はまだ明確なプラスに転じていなかった。