トランプ政権のカナダ産酒類禁輸、米国産ウイスキーの販売押し上げず

禁輸開始後の9月、州政府が酒類販売を管理する18州で米国産ウイスキーの販売数量は0.1%減少した

2026年11月12日（木）



トランプ政権によるカナダ産酒類の輸入禁止措置は、米国の一部地域でカナディアンウイスキーの販売に打撃を与えた。しかし、初期の販売データを見る限り、飲み手が代わりに米国産ウイスキーへと移ったわけではない。

全米酒類管理協会（NABCA）によると、9月、州政府機関が酒類販売を管理する米国の18州では、カナディアンウイスキーの販売が前年同月から15,000ケース以上減少した。同月、これらの州で蒸留酒全体の販売数量が3.2%増えた一方、米国産ウイスキーは0.1%減となった。

増加したのは他のカテゴリーだった。NABCAによると、9月の缶入りカクテルは約29%増、テキーラ

は9.5%増となった。米国産ウイスキーの金額ベースの売上は0.8%増と小幅に伸びたが、販売数量が減少したことから、カナディアンウイスキーの失われた売上を同カテゴリーが取り込めなかったことがうかがえる。

米国蒸留酒協議会（Distilled Spirits Council of the United States）の会長兼最高経営責任者（CEO）であるクリス・スウォンガー氏は、Newsweekが報じたコメントの中で「輸入禁止措置によって米国の生産者に利益はない」と述べた。DISCUSは、米国の蒸留酒業界を代表する主要な業界団体だ。

この数字は、飲料業界が抱えるより広範な問題を示している。貿易摩擦によって店頭から商品をなくすことはできても、需要が必ずしも国内ブランドに移るとは限らない。むしろ、国境の両側で輸出が減少し、生産者や小売業者に負担がかかるうえ、消費者がまったく別の飲料に向かう可能性もある。

米国の輸入禁止措置は、1930年関税法第338条に基づき、9月29日午前0時1分に発効した。ホワイトハウスは、カナダが米国産酒類に対する「差別的措置を維持し、実際には強化した」ことを受け、この規定を適用したと説明した。この措置に先立ち、8月には50%の関税が課されていた。ドナルド・トランプ大統領は8月、この争いでは米国のほうが優位にあると主張し、ソーシャルメディアに「米国にカナダは必要ない」と書き込んでいた。

新たな政策下での初期の販売状況は、まだ全体像を示すものではない。NABCAの9月報告が対象とするのは禁輸開始後のわずか2日間で、より全体像を把握するには、12月初旬に公表予定の10月の数字を待つ必要がある。それでも、初期の結果はカナダですでに起きていると業界が述べる状況と一致している。

2025年3月、トランプ氏の関税への対抗措置として、カナダの大半の州が政府運営の酒販店から米国産ワインと蒸留酒を撤去した。ケンタッキーバーボンをはじめとする米国ブランドの多くが店頭から姿を消した。DISCUSが引用した業界データによると、米国産品との競争がなくなったにもかかわらず、このボイコットが始まった最初の数週間にカナダ産蒸留酒の販売は6.3%減少した。スウォンガー氏は、州政府も収入を失ったと述べた。

米国の生産者は直接的な打撃を受けた。DISCUSによると、2025年の米国産ウイスキーの対カナダ輸出は57%減少し、3,300万ドルとなった。スウォンガー氏は、カナダ向け輸出全体の減少率は73%だったと述べた。

カナダで起きたことと、現在米国で起きていることの2つの事例は、蒸留酒の購入者がウイスキーの各カテゴリーを互換性のあるものとは見なしていないことを示唆する。カナディアンウイスキーはカナダで造らなければならず、バーボンも米国で造らなければならない。あるカテゴリーの商品が店頭からなくなったり、入手しにくくなったりしても、多くの飲み手は別のウイスキーで単純に代替するわけではない。テキーラを買う人もいれば、缶入りのRTDカクテルに切り替える人もいる。

この変化は、米国産ウイスキーが今回の貿易摩擦の激化以前から、すでに圧力を受けていたため重要だ。DISCUSによると、米国内の米国産ウイスキー販売は2024年に1.8%、2025年にさらに0.9%減少した。州政府が酒類販売を管理する州では、この1年間で販売数量が3%減っている。10月27日に公表された全国の卸売業者データでも、米国産ウイスキーは9月まで減少が続いていた。

輸入禁止措置には、重要な例外もある。容量が4リットルを超える容器で出荷される蒸留酒は対象外となるため、米国で最も売れているカナディアンウイスキーブランドのCrown Royalは、米国内で瓶詰めするためのバルク輸入を続けることができている。スウォンガー氏は、米国内の瓶詰め雇用がこの事業に支えられているとして、この例外を前向きに評価した。また、両国の蒸留酒業界は密接に結びついていると述べた。

この仕組みにより、米国市場で最大のカナダブランドは流通を続けられる一方、小規模蒸留所はより大きな打撃を受ける。カナダで瓶詰めした完成品を出荷する生産者には、代替手段が少ない。こうした事業者の多くにとって、米国市場は不可欠だ。Newsweekの報道によると、過去1年間に業界が輸出した蒸留酒の約93%は米国向けだった。

この争いは、連邦政府の貿易政策と、カナダで酒類が実際に販売される仕組みとのずれも浮き彫りにしている。報道によると、オタワは現在、ビール、ワイン、蒸留酒に対する報復関税を課していない。米国産酒類にとって主な障壁となっているのは州レベルで、州政府や政府系機関が店舗で扱える商品の決定権を握っている。報道によれば、カナダの10州のうち8州は、現在も米国産酒類を仕入れていない。

現在も米国産酒類を販売している2州の一つ、サスカチュワン州は9月8日に50%の課徴金を導入した。ホワイトハウスは米国の禁輸措置を発表した際、この措置を根拠の一つとして挙げた。ブリティッシュコロンビア州のデービッド・イービー州首相は7月、米国産酒類が同州の店頭に戻ることは「絶対にあり得ない」と述べた。

つまり、ワシントンの政策はオタワに向けられている一方、酒類販売を実際に左右する権限は、主に州の指導者たちが握っている。蒸留所、流通業者、小売業者にとっては、通常、長期的な計画と安定した店頭販売に支えられる市場で、不透明な状況が続くことになる。

11月1日には、緊張緩和の兆しも見られた。マーク・カーニー首相は、トランプ氏と建設的な会話を交わし、交渉担当者が今後数週間で合意を目指すと述べた。トランプ氏も合意の「構想」に言及した。

酒類業界にとって、時期は重要だ。スウォンガー氏によると、年末商戦は両国において蒸留酒販売が年間で最も重要な時期にあたる。この時期を通じて争いが続けば、被害はカナディアンウイスキーや米国産ウイスキーにとどまらず、安定した供給と消費者の選択肢に依存する卸売業者、州の酒類販売制度、瓶詰め業者、飲食・宿泊事業者にも広がる可能性がある。

今回の一件は、貿易制限が飲酒習慣をどこまで変えられるのかを測る試金石にもなりつつある。これまでのところ、両国の状況からは、店頭から商品を撤去しても、国内のウイスキー生産者の明確な増益にはつながっていないことがうかがえる。むしろ、より広い酒類市場で輸出、収益、商品の入手可能性に圧力がかかっている。