vinetur

米小売市場、ノンアルコールビールがクラフトビールを13.1ポイント上回る伸び

10月31日までの4週間で、ノンアルコールビールの販売量は7.5%増、クラフトビールは5.6%減。NielsenIQのデータが示した。

2026年11月12日（木）



11月11日（水）に公表された業界レポートが引用したNielsenIQのパネルデータによると、米国の小売チャネルではノンアルコールビールの成長が続く一方、クラフトビールは引き続き販売を落としている。10月31日までの4週間におけるノンアルコールビールの販売量は、2025年の同時期と比べて7.5%増加した一方、クラフトビールは5.6%減少した。両カテゴリーの伸び率には13.1ポイントの差が生じた。

金額ベースでも同様の傾向が見られた。ノンアルコールビールの売上高は前年同期比8.9%増加した一方、クラフトビールは4.1%減少した。この数字は、ビール小売市場の成長が市場全体に広がるのではなく、限られたカテゴリーに集中していたことを示唆している。

その他のビールカテゴリーの変化は比較的小幅だった。輸入ビールは金額ベースで0.3%増加したが、販売量は1.5%減少した。国内のスーパープレミアムビールは金額ベースで2.3%、販売量で1.6%増加し、両指標で成長した数少ない従来型ビールカテゴリーの一つとなった。

このデータが対象とするのは、NielsenIQが追跡した米国の小売販売の4週間分であり、年間を通じたビール市場全体ではない。カテゴリー別の絶対額での売上総額は公表されておらず、同じデータに基づく年初来の比較可能な数値も発表されていない。そのため、入手できる数字から分かるのは変化の方向とペースであり、市場における各カテゴリーの総規模ではない。

金額と販売量の違いも重要だ。金額はドル建ての売上高を、販売量は実際の販売数量を示す。販売量が伸びずに金額だけが増加した場合、その変化は販売単価の上昇や商品構成などによる可能性があり、販売数量の増加だけを意味するわけではない。販売量が減少を続ける一方で、金額がわずかながら増加した輸入ビールは、その点で注目される。

ノンアルコールビールは両指標で伸びており、この期間に小売市場でより広範な拡大があったことを示している。販売量が7.5%増加し、売上高も8.9%増えたことから、このカテゴリーの成長は値上げだけに支えられたものではない。クラフトビールはこれと逆の動きを見せ、金額と販売量の両方が減少した。対象期間に追跡された店舗では、販売が低調だったことを示している。

11月11日付のレポートが引用したデータはNielsenIQの米国小売パネルに基づくが、NielsenIQの元のレポートは一般公開されていない。確認できたのは、Vineturが二次資料として公表した数値だった。このため、元資料に記載されていた可能性のある詳細な内訳や、方法論全体を独自に検証することには限界がある。

同レポートによると、このパネルは米国の消費全体を代表するものではなく、サイダー、フレーバードモルト飲料、ハードセルツァーも対象外だ。したがって、これらの数字は10月31日までの4週間における、追跡対象の小売店でのビール販売のスナップショットとして読むべきであり、米国のアルコール飲料購入全体を示すものではない。