英国、酒類の購入量は減る一方、1本・1缶当たりの支出は増加 業界調査

節酒志向と家庭での飲酒機会を背景に、プレミアムビール、ノンアルコール飲料、RTDカクテルの需要が拡大

2026年11月16日（月）



Wholesale Managerが発表した業界調査によると、英国の消費者は酒類の購入量を減らす一方、1本・1缶当たりの支出を増やしている。この変化により、総販売数量が圧迫される中でも、ビール、ワイン、スピリッツの販売額は伸びている。Circana、NielsenIQ、TWC、Drinkaware、SIBAのデータや企業開示情報を基にした分析は、節酒志向、利便性への需要、より高価格の商品を選ぶ傾向によって市場が様変わりしている様子を描いている。

この変化が最も顕著なのは、プレミアムビール、低アルコール・ノンアルコール商品、RTDカクテル、小容量のスピリッツだ。健康への懸念が大きな要因となっている。調査によると、英国のZ世代の78%が飲酒量を減らしている。また、アルコール飲料とノンアルコール飲料を交互に飲む「ゼ

ブラ・ストライピング」と呼ばれる飲み方も広がっている。英国の酒税制度の再編も低アルコール度数の商品を後押ししており、とりわけアルコール度数3.5%以下のビールが対象となっている。これを受け、ビールメーカーは該当商品のラインアップを拡充している。

飲料業界にとって、この変化は単なる消費者トレンドにとどまらない。コンビニエンスストア、卸売業者、輸入業者を通じた販売で、棚割り、パッケージ形態、価格帯、商品構成を変えつつある。メーカーは、販売量の多い主力ブランドを維持しながら、プレミアムブランドやノンアルコール版、家庭での飲用を想定した商品形態の追加を進めている。

ビールは、この変化が特に明確に表れているカテゴリーの一つだ。調査が引用したCircanaのデータによると、英国のコンビニエンスチャネルにおけるビール市場の規模は17億ポンドで、前年比5.1%増と、食料品店を上回る伸びを示している。同チャネルでは、ラガーがビール全体の成長分の83%を占める。一方、同報告書で取り上げられた複数のサプライヤーによると、カテゴリーの主な成長エンジンとなっているのはプレミアムビールだ。

NielsenIQのデータによると、Heineken UKは2025年通年の英国ビール総販売額で17.9%のシェアを占め、販売額を1,050万ポンド（0.2%）増やした。データは調査で引用された。同社の成長を牽引したのは、販売額が前年比74%増となり、ビールカテゴリー全体の2.7%を占めたCruzcampoと、店頭販売市場で1,170万ポンド規模のMurphy’sスタウトだ。2026年3月、同社はアルコール度数3.3%のフレーバービールCruzcampo Sevilla Orangeを、コンビニエンスストア向けに4缶入り440ml缶で発売した。軽めの飲酒を求める消費者を対象としている。

Asahi UKによると、ビール・ラガー市場で成長している価格帯はプレミアムのみだ。調査で引用されたNielsenIQのデータでは、440ml缶の小容量パックが9%増、プレミアムの440ml缶が29%増となった。この形態のプレミアムブランドは、現在、コンビニエンス市場のシェアの約74%を占める。同じデータによると、ノンアルコール・低アルコールビールは酒類全体を上回る伸びを示しており、サプライヤー各社はPeroni Nastro Azzurro 0.0%などのノンアルコール商品や、持ち帰り需要を狙った新たなマルチパックの投入を進めている。

消費者が支出を抑えながらも、より上質な飲酒機会を楽しもうとする中、家庭での飲酒は以前より意識的な選択になったと報告書は指摘する。調査で引用されたDrinkawareの調査によると、現在、英国の酒類販売の73%は家庭での消費向けだ。これがプレミアムビールを後押しする一方、RTD商品や、自宅で人をもてなす機会に向けた季節商品も伸びている。

Global Brandsによると、店頭販売市場でRTDカテゴリーは販売額が27%、販売数量が17%増加し、他の飲料カテゴリーを上回っている。同社は、HoochとSoopa Hoochの好調な伸びに加え、MargaritaやCosmoなどの缶入りカクテルを拡充していることを挙げ、消費者が多様性だけでなく利便性も求めていると説明した。Brown-Formanも、2026年の年末商戦に向けてWinter Jackを投入する。アルコール度数15%、容量700mlで、温めて飲むリンゴとウイスキーのドリンクだ。推奨小売価格は16ポンドで、手軽に楽しめる家庭での飲酒機会を狙う商品の一例となる。

クラフトビールとノンアルコールビールも、特にコンビニエンスチャネルでシェアを伸ばしている。BrewDogが引用したCircanaのデータによると、同社は衝動買い向けクラフトビールカテゴリーで66%のシェアを持ち、コンビニエンスストアではIPAが販売の70%を占める。調査によると、コンビニエンスチャネルのノンアルコールビールは26.7%増の400万ポンドとなった（移動年計）。この

伸びは、消費者の43%が飲酒量を減らしていることや、18〜25歳の約40%が自らを非飲酒者と認識していることを示す別の消費者調査とも符合する。サプライヤー各社は、ノンアルコールの選択肢をラガーだけでなく、主要なビールスタイルすべてで提供すべきだと訴えている。

節酒傾向はサイダーにも影響しているが、その様相は異なる。調査で引用されたTWCのデータによると、英国のサイダー総販売数量は前年比8%減少した。NielsenIQによると、主流サイダーは販売数量が4%、販売額が5%減少した。Aston Manorは、販売数量が12%増加し、市場全体の落ち込みを上回っていると説明する。消費者の間では、プレミアム商品に切り替える動きと、品質や風味を保ちながら低価格の商品を求める動きに分かれている。同社によると、Knights Cider、Crumpton Oaks、Frosty Jack’sは、同社が「プレミアム・バリュー」層と呼ぶ価格帯に位置付けられている。主流商品と、より明確な差別化を図った商品との二極化が進む市場を反映している。

Damm UKもラガーで同様の傾向を報告した。同社によると、英国の消費者の54%が積極的に飲酒量を抑えており、家庭での飲酒は「量より質」へと移行している。調査で引用されたNielsenIQの数字によると、Dammの英国小売市場での販売額は2026年に17%増、販売数量は23%増となった。同社は、プレミアムな位置付けを求めながら飲酒量を減らしている買い物客を取り込むため、主力商品と節酒志向の商品群の双方を拡充しており、Estrella Damm 0.0%とDaura 0.0%も展開している。

スピリッツのサプライヤーは、プレミアム化に加え、小容量パックでも対応を進めている。Suntory Global Spiritsは、Jim Beam White、Jim Beam Pineapple、Jim Beam Black Cherryの35clボトルを英国のコンビニエンスチャネルと卸売チャネルに投入する。同社が引用したNielsenのデータによると、20clから50clまでの容量のウイスキー販売の53%はコンビニエンスストアで発生している。英国の平均買い物かご金額が現在22.20ポンドとなる中、小容量商品は、小売店にとって70clボトルほど棚スペースを使わずに、より手頃な価格帯の商品を提供する手段となる。同社は2026年を通じて小容量商品の発売をさらに予定しており、Jim Beam WhiteとJim Beam Pineappleの5clボトルは2027年第1四半期に発売予定だ。

国内生産と産地の明確さも、市場変化の一端を担っている。調査によると、英国では現在、ブドウ畑が1,000カ所を超え、イングリッシュ・スパークリングワインの需要拡大を後押ししている。また、蒸留所は426カ所を超え、地元産スピリッツの生産拡大を反映している。ビールでは、調査が引用したSIBA Independent Beer Report 2025によると、飲酒者の56%が地元産であればそのビールを選ぶ可能性が高く、77%が飲食店に小規模クラフトブルワリーのビールを置くことが重要だと答えた。利益率が縮小し、飲食店が限られた飲酒機会をめぐって競争する中、地域性や産地の物語は、醸造所やパブだけでなく、支援するブランドを選ぶ卸売業者にとっても重要性を増している。