vinetur

スペインの家庭向け市場でノンアルコールビール販売量が2.7%増

10月までのCircanaのデータでは、アルコール入りビールの販売量が1.5%減少し、スペインの家庭での購買動向の差が拡大した

2026年11月16日（月）



市場調査会社Circanaの数値を引用し、EFE Agroが11月15日に公表した市場データによると、スペインではノンアルコールビールがシェアを伸ばす一方、従来型ビールの販売量は減少した。

報告によると、10月までに入手可能なデータでは、スペイン市場のノンアルコールビールは2025年比で販売量が2.7%、販売額が4%増加した。同じ期間にアルコール入りビールの販売量は1.5%減少した。販売量の伸び率では、両カテゴリーの差が4.2ポイントとなった。

この変化は、スペインの家庭での購買動向が明確に分かれ、ノンアルコールビールが拡大する一方で、従来型のカテゴリーが縮小していることを示している。ノンアルコールビールは販売量より販

売額の伸びが大きく、販売数量を上回るペースで売上高が増えていることがうかがえる。ただし、公表された数値からは、価格上昇と商品構成の変化のどちらが影響したのかは判断できない。

データの対象はスペイン市場における家庭内消費に限られる。そのため、バーやレストランなど、需要動向が異なる可能性のある外食産業全体に結果を当てはめることはできない。EFE Agroの報道では、小売と外食を合わせたビール総販売量の全体像は示されていない。

公表情報には、方法論上の限界もある。報告では10月までに入手可能なデータに基づくとしているものの、比較対象が年初からの累計なのか、直近12カ月なのかは明らかにしていない。また、販売リットル数、総支出額、通貨建ての市場規模も示されていないため、報告できるのは変化率に限られる。

こうした制約はあるものの、家庭向けのスペイン小売市場では、ノンアルコールビールが従来型ビールを上回っていることが数値から分かる。販売量では、ノンアルコールビールが増加する一方、アルコール入りビールは反対の動きを示した。販売額でもノンアルコールビールは伸びており、市場の二つのカテゴリーの対照が際立っている。

EFE Agroは、11月15日に公表したデータの主なニュースとして、この動向の分岐を取り上げた。同通信社によると、数値はCircanaのデータに基づくが、需要変化の背景について、元の発表資料には詳しい説明がなかった。