重慶ビール、2026年1～9月の高価格帯ビール売上高が4.5%減

利益率の高い分野での後退により、市場低迷下でビール各社が高価格帯化に依存する戦略に新たな疑問が浮上している

2026年11月16日（月）



中国の重慶ビール（Chongqing Brewery Co. Ltd.）は、2026年1～9月に高価格帯ビールの売上高が減少した。消費者需要のばらつきが大きくなるなか、ビール各社が販売を下支えするために頼ってきた市場分野での後退となった。

Huaxia Timesが報じ、Sina Financeが11月14日に転載した数値によると、高価格帯ビール商品の売上高は前年同期比4.5%減の73億6,800万元（CNY7.368 billion）となった。同社の商品分類では、消費者価格が8元以上の商品を高価格帯ビールとしている。

報告された売上高と前年同期比の減少率を基にすると、高価格帯分野の売上高は2025年同期より約3億4,700万元（CNY347 million）減少した。丸めた数値を使うと、比較対象となる前年同期の売

上高は約77億1,500万元（CNY7.715 billion）となる。この減少が示すのは売上高であり、同分野で販売されたビールの量が減ったとは限らない。

この区別が重要なのは、同社が価格、販売量、高価格帯商品の構成変化のうち、それぞれが変動にどの程度寄与したかを示す検証済みの内訳を公表していないためだ。こうした詳細がない以上、入手可能なデータだけでは高価格帯の売上高が減少した正確な理由を独立して確認できない。

高価格帯ビールの業績低迷は重要な意味を持つ。高価格帯商品は通常、利益率が高く、消費全般への圧力を補うためにビール各社が頼ってきた重要な支えだからだ。この分野が縮小すれば、出荷量全体が依然として大きくても、会社全体の売上高を安定させる力が弱まる可能性がある。

デンマークのビール大手Carlsbergが支配する中国上場の事業会社、重慶ビールは、1〜9月に2,532万9,000ヘクトリットルを販売した。国内の金融報道でも引用された数値で、11月12日付のNational Business Dailyの報道と照合した。同社は重慶市に本社を置き、中国の主要ビールメーカーの一つである。

高価格帯ビールの売上高は、11月14日に新たな統計が発表されたことによる数値ではなく、すでに公表された業績に関する報道に基づいている。Huaxia Timesは同社の最近の業績と経営陣の変更を検証する中でこのデータを取り上げた。公表資料には、高価格帯カテゴリーのブランド別、地域別、販売チャネル別の詳しい内訳は示されていない。

Carlsbergグループ全体の規模は、中国事業の重要性を考えるうえで参考になる。ただし、数値を直接比較することはできない。コペンハーゲンに本社を置く同グループは、2026年第3四半期の連結売上高を252億8,100万デンマーク・クローネと報告した。この総額にはビール以外の飲料も含まれ、世界規模の親会社を対象としている。一方、重慶ビールの高価格帯売上高は、1〜9月に中国で販売された特定の商品層のみを指す。

それでも、重慶ビールの高価格帯ビール売上高の減少は目を引く。中国では多くのビールメーカーの戦略の中核を高価格帯カテゴリーが担ってきたためだ。業界は長年、販売量の拡大だけを目指すのではなく、より高価な商品を消費者に販売する高価格帯化に頼ってきた。人口動態、競争、消費者の嗜好の変化により、急速な販売量の成長が難しくなった市場で、この戦略は大手ビールグループの売上高や収益性の改善に寄与してきた。

最新の数値は、この戦略への圧力が強まっていることを示唆している。消費者がより安価な商品に切り替えたり、購入頻度を減らしたり、他のカテゴリーに支出を移したりすれば、幅広い流通網と強力なブランド群を維持していても、高価格帯ビールの売上高は弱含む可能性がある。公表資料からは、こうした要因のうちどれが重慶ビールの1〜9月の業績に最も大きく影響したのかは分からない。

同社の高価格帯カテゴリーは、定義上、幅広い商品を含む。8元以上の商品には、高価格帯商品の中でも比較的低価格のものから、より高価なブランドまで、さまざまなブランドや形態が含まれる。このため、カテゴリー全体の規模が絶対額で大きく保たれていても、カテゴリー内で販売商品の構成が変われば売上高に影響する可能性がある。

9月までの高価格帯ビール売上高は73億6,800万元（CNY7.368 billion）に達し、重慶ビールにとって依然として大きな事業規模を持つ。しかし、4.5%の減少は、同社の最も高価格な分野が前年同

期比で成長を維持できなかったことを示している。高価格帯分野は売上高の質を支える中心的な役割を果たすと期待されてきただけに、投資家やアナリストの注目を集めそうだ。

同社の総出荷量は、対象期間中も重慶ビールが中国の大手ビールメーカーであり続けたことを示している。しかし、高価格帯ビールの売上高減少は、規模の大きさだけでは高価格商品での勢いの弱まりを防げなかったことを示唆する。同社が高価格帯カテゴリーの価格、販売量、商品構成についてより詳しい説明を示すまでは、減少の正確な要因は不明なままだ。