# スタウト、英国のパブで10月までに5.4%増とビールカテゴリーで最も成長

Market Watchのデータでは定番ラガーが3.7%減少。英国の従来型大衆ビールの苦戦が浮き彫りになった

2026年11月17日（火）



The Oxford PartnershipとVianetのMarket Watchデータによると、2026年10月までの12カ月間、英国のパブではスタウトが最も好調なビールカテゴリーとなった一方、主流ラガーとエールは引き続き落ち込んだ。

データによると、提供元が採用する直近12カ月の移動年計ベースで、スタウトの販売ペースは前年同期比5.4%上昇した。これは報告書に記載されたビールカテゴリーの中で最も高い伸びだった。市場の反対側では、提供元が従来型ラガーと定義する定番ラガーが3.7%減少し、エールも3.6%減となった。

他のビールカテゴリーはプラスを維持した。提供元が国際ラガーを指す用語としているワールドラガーは4.9%増加。プレミアムラガーは2.4%増、クラフトビールは1.6%増となり、前回の報告書で始まった回復基調が続いた。

この数字からは、従来型の大衆向けカテゴリーが依然として圧力を受けるなかでも、飲み手が成長率の高いカテゴリーや個性の際立つカテゴリーを引き続き支持している市場の様子がうかがえる。また、パブ業界の一部に回復が見られるものの、伝統的なビールスタイルをめぐる逆風は弱まっていないことも示唆される。

2026年10月の数値には、2026年9月に公表された移動年計の数値からの変化も見られた。スタウトの年間成長率は5.9%から5.4%へと低下し、0.5ポイント縮小した。クラフトビールは0.7%から1.6%へと0.9ポイント上昇。ワールドラガーも4.8%から4.9%へと小幅に伸びた。これらは年間成長率の変動を示すもので、月ごとの実販売量の変化ではない。

この内訳ではビールカテゴリー別の絶対販売量は示されていない。そのため、各カテゴリーの数値が表すのは市場全体の規模ではなく、増減の方向と相対的な勢いだ。この違いは、飲料市場全体の取引環境が弱まるなかでも、販売ペースが伸びるカテゴリーがあり得るパブ業界において重要となる。

市場全体では、2026年10月は英国のパブなどのホスピタリティ施設にとって、樽生飲料の販売が厳しい月となった。The Oxford PartnershipとVianetによると、2026年10月の樽生ビールとサイダーの販売量は前年同月比2.5%減少し、2026年9月に見られた回復を打ち消した。市場全体の平均販売ペースも2025年10月比で0.4%低下した。両社は、天候の不安定さと命名された暴風雨2つが、月間の営業に響いたとしている。

それでも、顧客の来店状況を示す指標は改善した。パブの平均客席稼働率は66.2%となり、前年から3.5ポイント上昇した。平均滞在時間も12分延び、154分となった。一方、営業中の施設数は前年の99,554軒から99,130軒に減少した。

地域別の傾向からは、取引環境の悪化によって地方のパブが最も大きな打撃を受けたことがうかがえる。販売ペースは地方で2.7%低下したのに対し、郊外では0.9%、ロンドンでは0.2%、都市部では0.1%の低下にとどまった。大都市圏外のパブに比べ、都市部の施設は相対的に底堅さを保った。

同じ報告書の支出データからは、パブの利用形態に別の変化も見て取れる。1人当たりの平均支出は2.8%増の£26.80となったが、飲料よりも食事の伸びが続いた。食事の平均支出は4.3%増の£32.35だった一方、飲料の平均支出は0.5%増の£20.89にとどまった。この差は、多くの客が外出し、滞在時間を延ばし、全体の支出を増やしている一方で、アルコール飲料より食事に多くを使っていることを示す材料となった。

こうした環境のなかで、ビールカテゴリーのデータは底堅さと苦戦の両面を示した。スタウトは引き続き明確な成長を記録したものの、2026年9月までの移動年計期間より伸びは鈍化した。クラフトビールは成長に転じた後、さらに改善した。国際ラガーとプレミアムラガーも堅調だった。しかし、定番ラガーとエールは引き続き減少しており、パブでの飲食が食事中心となり、選別的になるなか、長年の飲酒習慣に最も根差した市場のカテゴリーが勢いを失い続けていることを示している。