vinetur

コンビニのビール売上高、10月はほぼ横ばいに

Circanaによると、コンビニのビール売上高は前年同期比0.2%減、販売数量は2.5%減。9月の大幅減から落ち込みが縮小した

2026年11月18日（水）



Circanaのデータによると、米国のコンビニにおけるビール販売は10月に小幅な改善を示したものの、販売ケース数は前年を下回った。データは11月17日火曜日、Brewboundが報じた。

市場調査会社Circanaの最新月次レポートによると、11月1日までの4週間におけるコンビニのビール全体の売上高は、前年同期比0.2%減だった。販売数量はさらに大きく落ち込み、2.5%減となった。クラフトビールも同様の傾向を示し、売上高は0.3%減、販売数量は1.7%減だった。

この数値からは、コンビニでのビール販売が、売上が低調だった9月より持ち直したことがうかがえる。Brewboundによると、10月のコンビニはクラフトビールとビール市場全体にとって「最も懸念の少ない」販売チャネルだった。販売数量には引き続き下押し圧力がかかる一方、売上高は前年

並みに近い水準まで回復した。

売上高と販売数量のこの乖離は、醸造会社、卸売業者、小売業者にとって重要だ。販売数量が減る一方で売上高がほぼ横ばいの場合、価格や商品構成が売上高の落ち込みを緩和していても、消費者が購入するビールの量は減っている可能性がある。飲料企業にとっては、1回飲み切りの商品や持ち帰り用商品の購入先として重要なチャネルで、生産計画や販促、棚割りの判断に引き続き圧力がかかることを意味し得る。

コンビニは、店外消費向け市場の動向を測るうえで注目されるチャネルだ。特に、主流のビール、フレーバード・モルト飲料、広く流通する大手クラフトビールブランドの消費者動向を素早く把握できる。売上高の減少幅が縮小したことは、厳しい結果となった9月の後だけに一定の安堵材料となる可能性があるが、販売数量の減少が続いていることは、需要が完全には回復していないことを示している。

販売数量で見ると、クラフトビールの結果は市場全体をわずかに上回り、減少率は1.7%と、ビール全体の2.5%を下回った。それでも、クラフトビール部門は売上高、販売数量ともにマイナス圏にとどまり、成熟市場で多くの醸造会社が成長軌道に戻ることの難しさが浮き彫りになった。

Brewboundはまた、直近4週間で注目すべきブランド順位の変動があったと報じた。同誌によると、L4WランキングでNew BelgiumのVoodoo Ranger ImperialがBlue Moonを上回った。参照できる記事の抜粋にはランキングの全容は示されていないが、この変動は、販売数量が低迷する環境でシェア獲得を競う大手ブランド間の動きが続いていることを示している。

11月1日までの4週間を対象としたCircanaのデータは、売上高には底堅さが見られる一方、実販売数量は弱いというビール市場全体の傾向を裏付けている。この動きは飲料業界全体に影響する。供給各社のマーケティング予算の配分、卸売業者の在庫管理、小売業者の商品構成の見直しを左右する可能性があるためだ。冷蔵ケースのスペースが限られ、販売実績が細かく検証されるコンビニでは、小さなトレンドの変化でも、どの商品が棚を獲得するか、あるいは失うかに影響し得る。

10月のデータからは、コンビニでビールやクラフトビールの明確な成長回復は確認できなかった。しかし、9月の厳しい結果と比べると、最新の数値は少なくとも売上高ベースで減少ペースが緩やかになったことを示している。ビールを含む複数の飲料カテゴリーで事業を展開する企業にとっては、年末の販売期に向けた基盤がやや堅固になった可能性がある一方、販売数量の低迷は消費者の購買姿勢が慎重なままであることを示している。