米国のビール販売、11月上旬に減少ペース鈍化 NielsenIQ

11月7日までの4週間でビールの金額ベースの売上高は1.5%減少。減少分の92%は消費者の買い控えが要因

2026年11月18日（水）



NielsenIQが発表した最新レポートによると、米国のビール販売は11月上旬に安定化の兆しを見せた。ただし、カテゴリー全体では減少が続き、週次の実績も悪化した。レポートの対象期間は11月7日までの4週間。

フレーバードモルト飲料とハードセルツァーを除くビール全体の販売を追跡した同レポートによると、直近4週間の金額ベースの売上高は前年同期比1.5%減、販売量は3.2%減となった。NielsenIQは、いずれも前回の報告期間から小幅に改善したと指摘。需要の圧力が続くなかでも、11月はやや持ち直した状態で迎えたことを示している。

消費者の買い控えが、引き続き低調な実績の主な要因となった。NielsenIQによると、消費者の関心低下がカテゴリー全体の減少分の92%を占め、流通の縮小が残る8%を占めた。この内訳は、棚のスペースよりも需要に問題があることを示している。入手可能性に大きな変化がない一方で、ビールを購入する消費者が減っている。

週次で見ると、状況はさらに厳しかった。週間の金額ベースの売上高は8億3,050万ドルで、前週比4.6%減となった。同レポートは週次の減少について特定の要因を挙げていないが、4週間の全体的な傾向は、それ以前の期間と比べてなお改善しているとした。

セグメントによって実績には大きな差が見られた。国内スーパープレミアムビールは主要セグメントのなかで最も好調で、11月7日までの4週間に金額ベースの売上高が2.4%、販売量が1.6%増加した。輸入ビールも金額ベースではわずかながらプラスを維持した。売上高は0.1%増えた一方、販売量は1.4%減少。価格や商品構成が売上高を横ばい圏に保ったものの、販売数量ベースの需要は弱まったことを示している。

市場全体を上回る伸びを示す小規模な成長分野もいくつかあった。ノンアルコールビールは金額ベースの売上高が8.6%増加し、ケース販売数も7.1%増えた。サイダーも拡大し、売上高は7.0%増、ケース販売数は5.4%増となった。こうした伸びは、伝統的なビールの多くのセグメントが減少するなかで際立っており、一部の消費者が酒類市場から完全に離れるのではなく、市場内で選択を変えていることを示す材料となった。

ビール市場の他の分野では、厳しい状況が続いた。レポートで最も低調だった主要セグメントは国内プレミアムで、金額ベースの売上高が5.3%、販売量が6.5%減少した。クラフトビールも売上高が4.0%減、販売量が5.3%減となった。プレミアム、輸入、ノンアルコールの一部が比較的堅調な一方、市場の広範な低迷が確立された多くの分野に影響していることをデータは示している。

ビールメーカーでは、Anheuser-Buschが金額ベースの売上高で引き続き最大手だったが、直近期間の実績はマイナスとなった。売上高は1.9%減少し、ケース販売数は170万ケース減った。Constellationは2位で、成長を維持した大手メーカーの一つとなり、売上高は1.5%増、ケース販売数は1万7,500ケース増加した。Molson Coors Beverage Co.は3位で、売上高は3.3%減、ケース販売数は120万ケース減だった。

レポートで金額ベースの売上高が4番目に大きかったメーカー、Heineken USAは、売上高が6.0%減少し、ケース販売数は26万7,800ケース減った。5位のNew Belgium Brewingは主要メーカーのなかでも特に高い伸びを記録し、売上高は7.7%増、ケース販売数は6万9,100ケース増加した。

規模ではなく金額ベースの成長率で見ると、NielsenIQが特定した上位5社のメーカーではConstellationが首位だった。次いでNew Belgium、Boston Beerの順となり、Boston Beerは売上高が1.8%増、ケース販売数が1万6,500ケース増加した。Sapporo Breweries Ltd.はレポートで最も高い成長率の一つを示し、売上高は14.4%増、ケース販売数は1万7,300ケース増となった。ノンアルコールビールの大手Athletic Brewing Co.は、売上高4.1%増、ケース販売数5,400ケース増で、成長率上位5社の最後に入った。

ブランド別では、直近4週間の金額ベースの売上高でModeloが引き続き首位だった。売上高は0.4%増えたものの、ケース販売数は16万300ケース減少した。2位のBudweiserは主要ブランドのなかで

も大幅な減少を記録し、売上高は7.5%減、ケース販売数は160万ケース減となった。3位のMichelobは大幅に好調で、売上高が5.5%増、ケース販売数が47万700ケース増加した。

4位のCoronaは売上高が1.3%減、ケース販売数が16万3,900ケース減となった。5位のCoorsは売上高が1.7%減、ケース販売数が40万5,900ケース減少した。

金額ベースの成長率で上位5ブランドを見ると、Michelobが首位だった。Pacificoが続き、売上高は19.1%増、ケース販売数は25万7,400ケース増と、レポートで特に好調なブランドの一つとなった。Buschは売上高が3.1%増、ケース販売数が14万1,600ケース増加した。New Belgiumのブランド売上高は8.3%増で、ケース販売数は5万8,900ケース増えた。Victoriaも好調で、売上高は17.3%増、ケース販売数は7万5,200ケース増となった。

最新の数値からは、ビール市場全体の需要が減少する一方、その落ち込みが一様ではないことが分かる。輸入ビールは底堅く、プレミアム商品は主流の国内セグメントを上回る実績を保ち、ノンアルコールビールはカテゴリーの大半を超える成長を続けた。一方、国内プレミアムの大幅な減少とクラフトビールの低迷継続は、市場の状況が依然として一様でないことを浮き彫りにした。

データはNielsenIQ Retail Measurementによるもので、対象期間は11月7日までの4週間。