米国のビール出荷量、9月までに3.9%減

米国のビール出荷量は9月までに550万バレル減少。輸出とRTD製品が下支えしたものの、第3四半期も約4%減となった

2026年11月19日（木）



Beer Marketer's Insightsの推計によると、米国のビール出荷量は1月から9月までに3.9%減少した。数量の成長回復に苦戦する市場で、低迷が続いている。前年同期と比べ、出荷量は約550万バレル減少した。

同誌によると、第3四半期も低調で、出荷量は約4%減少した。減速は年間の一時期に限られたものではなく、最初の9カ月を通じてビールの出荷量が広く軟化したことを示している。

Beer Marketer's Insightsは、RTD製品や輸出が加わり状況は複雑だとしつつも、全体の出荷量は依然として厳しい状況にあると指摘した。報告書の見立てからは、一部企業にとって減少の一部を補う助けとなっている分野がある一方、ビール事業の中核部分には引き続き圧力がかかっていることがうかがえる。

出荷動向は醸造所の枠を超えてさまざまな判断に影響するため、飲料業界全体で注目されている。ビールの出荷量が継続的に減少すれば、生産計画、輸入計画、包装資材の発注、倉庫需要、醸造設備の稼働率に影響が及ぶ可能性がある。また、蒸留酒ベースの缶入りカクテルなど、ほかのアルコール飲料やRTD製品とのバランスを取る販売会社や小売業者の在庫判断にも影響し得る。

1月から9月までの減少は、消費者が購入する商品や支出先をより選別するようになった市場で、利益率を守ろうとしている醸造各社への圧力をさらに強める。出荷量が落ち込むと、企業は価格設定や販促、ブランド投資について、より難しい判断を迫られることが多い。特に、主流セグメントの需要も弱まっている場合はなおさらだ。

輸出への言及からは、Beer Marketer's Insightsの評価において、貿易の流れが一部事業者の減少を和らげる助けとなった可能性がうかがえる。ただし、出荷量全体の減少が示すように、9月までの市場全体を押し上げるには至らなかった。

出荷量は流通網に入るビールの量を示す基本的な指標であることから、生産者、卸売業者、サプライヤーは今後数カ月の計画にこの報告書を活用するとみられる。ビール生産に関わる企業にとって、この数字は需要が回復しない限り、生産量や在庫を慎重に管理する必要性を示唆する可能性がある。飲料業界全体にとっては、消費者がビール、ワイン、蒸留酒、RTD製品の間で支出先を移すなか、カテゴリー構成の重要性を改めて浮き彫りにしている。

Beer Marketer's Insightsの報告を受け、業界は年末に向けて、減少を一部和らげてきたカテゴリーや販売チャネルの下支えがあるにもかかわらず、前年の同時期を下回る出荷量で年の終盤を迎えることになる。