vinetur

酒類小売店、バーやレストランより慎重な見通しで年末商戦へ

Brewboundの調査では、小売店が景気不安や供給網の逼迫を指摘。バーは季節需要への期待でより強気だった

2026年11月19日（木）



店外での飲用向けに酒類を販売する店舗は、バーやレストランより慎重な見通しで年末商戦に臨んでいる。Brewboundが11月18日水曜日に報じた小売業者調査で明らかになった。

調査では、酒販店など飲料小売店を含む店頭販売チャネルと、バーやレストランなど飲食店向けチャネルとの間に明確な温度差が見られた。店頭販売事業者は、年末商戦で好調な売上を上げられるかについて、より悲観的な見方を示した一方、飲食店事業者は今後数週間に対してやや前向きな見通しを示した。

Brewboundの報道によると、景気の先行き不透明感とサプライチェーンの圧力が、店舗事業者の信

頼感を損ねている。こうした懸念は、通常、酒類販売にとって年間で最も重要な時期の一つとなる年末商戦への期待を抑えているようだ。年末にはワイン、ビール、スピリッツの販売量が増えることが多く、贈答品やパーティー、集まり向けの大容量商品の購入も伸びる。

これに対し、バーやレストランは比較的明るい見通しで年末商戦を迎えている。Brewboundによると、飲食店向けチャネルの前向きな雰囲気は、来店客数や外食需要の継続に結びついている。景気全般への懸念が残るなかでも、消費者は社交の場や自宅外での体験に支出を続けると、一部の事業者が見込んでいることを示唆する。

今回の調査結果は、小売業者、卸売業者、供給業者が在庫、価格設定、販促について年末に向けた判断を進めるなか、酒類市場の内部に大きな隔たりがあることを示している。店舗経営者が厳しい商戦を予想すれば、発注を慎重にしたり、回転の速い商品に重点を置いたり、動きの鈍い高価格帯商品の取り扱いを抑えたりする可能性がある。一方、バーやレストランが安定した来店客数を見込めば、幅広い品ぞろえを維持したり、利益率の高い商品に力を入れたりする可能性がある。

この違いは飲料業界全体にとって重要だ。年末商戦は販売機会であるだけでなく、新年の初めにかけての生産、補充、流通を左右する計画期間でもある。店頭販売事業者が慎重な姿勢を取れば、特定カテゴリーに割り当てる棚のスペースや、ブランドが小売店での取り扱いをどれだけ積極的に目指すかにも影響し得る。飲食店向けチャネルの見通しが堅調なら、供給業者は樽生販売の施策、カクテル材料、グラス単位での提供に適した商品に、より注力する可能性がある。

Brewboundの報道によると、調査では今後数カ月の市場に影響し得る消費動向も取り上げられた。具体的には、特定の酒類や販売形態に対する消費者の嗜好が含まれる。報道で確認できる情報にはその詳細は記されていないが、この言及からは、事業者が売上見通しの大枠だけでなく、消費者の酒類の購入・飲用方法の変化にも注目していることがうかがえる。

こうした変化は、店舗と飲食施設が異なる顧客行動に対応することの多い市場で、とりわけ重要となる。店頭販売事業者は、家庭での飲用、贈答品の購入、集まり向けのまとめ買いの影響を受けやすい。バーやレストランは、来店客数、特定の機会に伴う支出、飲み物そのものに加えて体験に対価を払う消費者の意向に、より大きく左右される。年末商戦の始まりに二つのチャネルが異なるシグナルを発すれば、供給業者には全国一律の戦略ではなく、個別の対応が求められる可能性がある。

調査の慎重なトーンは、多くの小売業者が引き続き、自らでは制御できない要因から圧力を受けていることも反映している。景気の先行き不透明感は、買い物客が酒類にいくら支出するか、より低価格の商品に切り替えるか、あるいは裁量的な購入全般を控えるかに影響し得る。サプライチェーンへの懸念は、季節需要に備えた店舗の計画を難しくする可能性がある。特に、人気商品の品切れを避ける一方で、休暇シーズン後の過剰在庫を抑えようとする場合には、その影響が大きい。

ビール、ワイン、スピリッツの生産者にとって、こうした要因が重なると、事業運営は難しい環境になり得る。需要に確信が持てない店舗は、季節限定の売り場展開や大量発注に踏み切りたくないかもしれない。安定した来店客数を見込むレストランやバーも、回転率の高い商品や、年末のメニューや販促に合う商品を優先し、品ぞろえを絞る可能性がある。その結果、同じ年末商戦でも、商品が販売される場所によって機会は異なる。

Brewboundが報じたこの温度差は、消費支出の全体指標だけでは飲料企業の状況を捉えきれないこ

とも示唆している。消費者は、ある場面では支出を続けながら、別の場面では慎重になる可能性がある。その結果、小売と飲食の各チャネルで、価格に見合う価値、利便性、体験がそれぞれ異なる形で重視される市場になり得る。

Brewboundによると、調査は市場の各分野に応じた異なる対応の必要性を浮き彫りにした。酒類小売業者には、在庫管理の引き締めや、対象を絞った販促が求められる可能性がある。バーやレストランには、季節の来店需要や社交の機会を生かすことが考えられる。卸売業者や供給業者にとっては、年末に向け、店舗の棚と飲食店のメニューが同じ水準の信頼感に支えられているわけではないと認識することが、商戦の成否を左右する可能性がある。