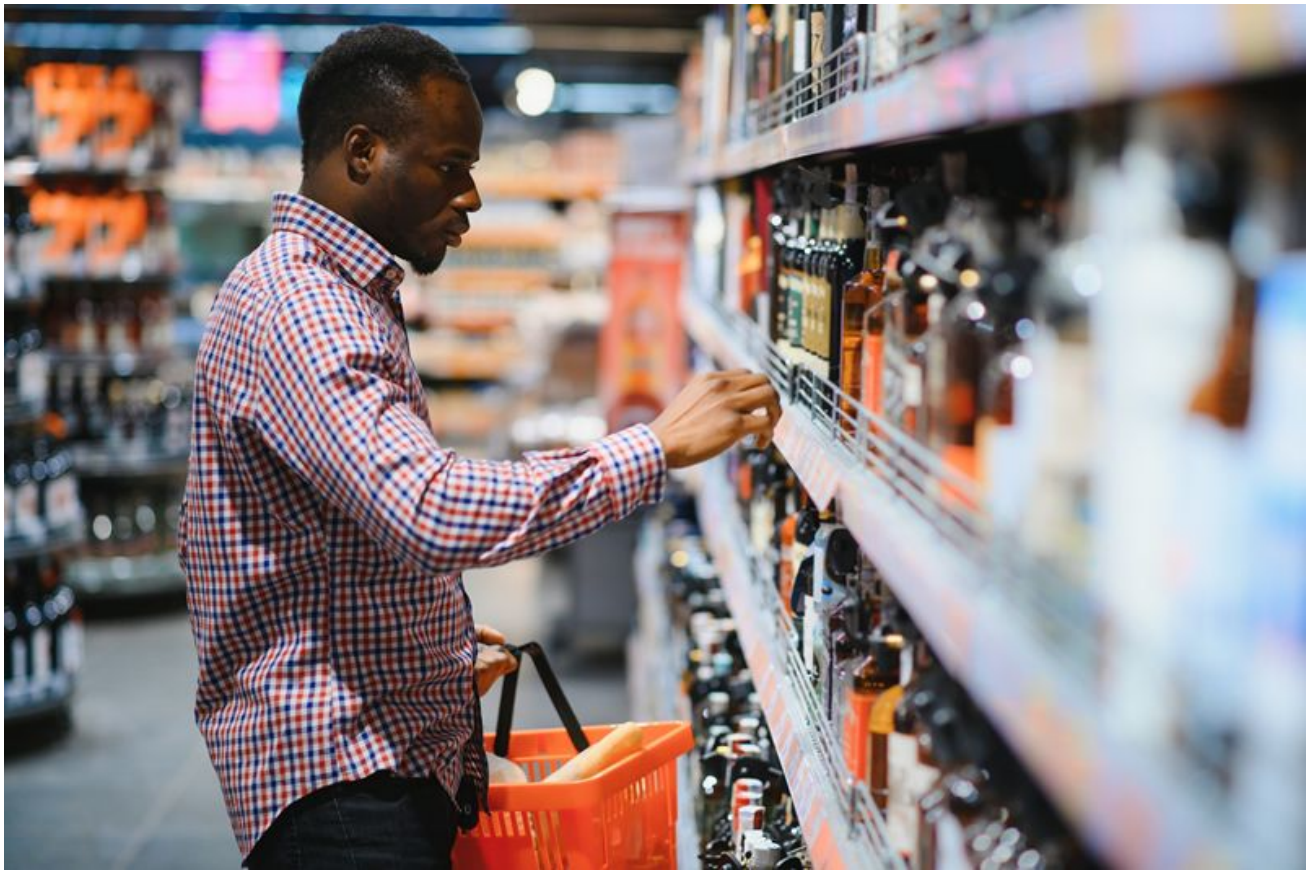
Total Wine、成人向けノンアルコール飲料の売上高が7,500万ドルを突破

ノンアルコールビールがTotal Wineのビール販売の6.5%を占め、アルコールを含まない飲料が市場の主流に浸透しつつある

2026年11月20日（金）



Total Wine & Moreの成人向けノンアルコール飲料の売上高が7,500万ドルを超えた。アルコールを含まない代替飲料への需要が、米国の飲料市場で存在感を高めていることを示している。

Brewboundが11月19日木曜日に報じたところによると、ノンアルコールビールはTotal Wineのビール総売上高の6.5%を占める。この数字は、同カテゴリーが同社における小規模な専門分野を脱し、業界の中核事業の一つであるビール市場で、無視できないシェアを得ていることを示唆する。

報道によると、同社はビール、ワイン、蒸留酒の代替商品を含むノンアルコール商品の品ぞろえを拡充している。選択肢を広げることで、飲酒量の抑制や健康志向、あるいはアルコールを飲まない

機会に合った商品を求める買い物客に応える狙いだ。Brewboundによれば、Total Wineの幹部は、この分野を小売事業全体の成長戦略の一環と位置づけ、多様な消費者の嗜好に応える取り組みだと説明した。

Total Wineは、飲料アルコールの幅広いカテゴリーを扱い、広範な販売網を持つ大手専門小売業者であるため、今回の数字は重要だ。この規模のチェーンが成人向けノンアルコール商品の持続的な成長を報告すれば、サプライヤーの新商品投入の判断や、卸売業者のカテゴリーへの取り組み、小売業者がノンアルコール飲料に割く棚の面積に影響を及ぼし得る。特にビールメーカーにとって、6.5%というシェアは、ノンアルコール商品がビール売り場の片隅に置かれるだけでなく、売り場の中でより重要な役割を担いつつあることを示す。

報告された売上高は、消費者の行動により広範な変化が起きていることも示している。飲酒する人と同じ場に参加しながらアルコールは摂取しない選択肢を求める買い物客が増え、成人向けノンアルコール飲料への関心が高まっている。この変化を背景に、従来のビール、ワイン、蒸留酒の味わいやパッケージ、飲用時の習慣を再現することを目指した商品の市場が広がっている。

飲料業界にとって今回の動きは、成長が一つのニッチ商品に限られないことを示す材料となる。ノンアルコール市場ではビールが最も目立つ分野だが、Total Wineがワインや蒸留酒の代替商品にも注力していることは、小売業者が店内の複数のカテゴリーで市場を広げる余地を見込んでいることを示している。これにより既存のアルコールブランドとの競争が生まれる一方、ノンアルコール商品に特化した新興企業にとっても参入の余地が広がる可能性がある。

Total Wineのデータは、今後の投資先を見極めようとする生産者からも注目される可能性がある。大手小売業者でノンアルコール飲料の売上高が伸び続ければ、サプライヤーは商品の配合、ブランディング、流通により多くの資源を投じるかもしれない。また、既存の大手アルコール飲料企業が、ノンアルコール商品を付随的な取り組みではなく、主力ポートフォリオ戦略の一部として扱うことにもつながり得る。

Brewboundによると、小売業者は同カテゴリーの成長を、ライフスタイルの広範な変化や健康への関心の高まりと結びつけている。需要の傾向は地域や飲用機会、商品タイプによって異なるものの、最新の数字は、大手チェーンにおいて同カテゴリーが、ビール、ワイン、蒸留酒の品ぞろえや販売計画に影響を及ぼすほど重要になったことを示唆している。小売業者がこうした変化に対応するなか、飲むタイミングや方法についてより多くの選択肢を求める消費者をめぐる競争で、ノンアルコール商品が果たす役割はさらに大きくなりそうだ。