英国のパブなどの飲料売上、11月半ばまで前年割れ

NielsenIQによると、10月以降6週間のうち5週間で市場が縮小。各店はクリスマス需要に頼る状況となっている

2026年11月23日（月）



NielsenIQのDaily Drinks Tracker（CGA提供）の最新データによると、英国のパブやバーなど、運営管理されている酒類提供施設の飲料売上は11月前半まで前年の水準を下回った。クリスマス商戦の最盛期を前に、ホスピタリティ事業者への圧力が強まっている。

同トラッカーによると、運営管理施設の平均売上は、11月7日終了週に2025年の同じ時期を6.4%下回った。翌週には取引がやや改善したものの、11月14日終了週の売上も前年同期比3.1%減だった。

今回の結果は、業界にとって厳しい状況が続いていることを示している。NIQによると、店舗ではなく施設内で消費される飲料の売上を対象とするオンプレミス市場は、10月初め以降の6週間のうち5週間で前年割れとなった。この結果を受け、多くの事業者やサプライヤーは、年間で最も重要な時期の一つにあたる11月後半から12月にかけて消費支出が伸び、業績を押し上げることを期待している。

同社によると、11月の最初の10日間は、いずれの日も売上が前年を下回った。最も大きく落ち込んだのは月の最初の2回の土曜日で、売上高は11月7日に10.8%、11月14日に9.6%減少した。週末の来店客に大きく依存する業界にとって、こうした減少は、通常なら休暇シーズンを前に勢いが増すと見込まれる時期に需要が弱まっていることを示している。

NIQは、クリスマスを前に消費者が自由裁量の支出を控えていることが、データからうかがえるとした。また、国内の一部地域での寒波や、イングランドのプレミアリーグが国際試合期間で中断したことも、売上に影響した可能性があると指摘した。

最も大きく落ち込んだのはスピリッツで、NIQによると、ここ数週間に見られた傾向が続いた。スピリッツの売上は11月7日終了週に23.5%、11月14日終了週に20.9%減少し、今年これまでに記録されたカテゴリー別の結果としては最も低い水準の一つとなった。

他の飲料カテゴリーも減少したが、落ち込み幅は比較的小さかった。ビールの売上は1週目に6.2%、2週目に2.8%減少した。同じ期間に、サイダーは5.7%、2.7%減。ワインは11.2%、6.0%減、ソフトドリンクは5.0%、2.5%減だった。

幅広いカテゴリーで売上が減少したことから、消費の減速は特定の消費者層や利用機会に限られたものではないとみられる。データ上、アルコールカテゴリーの中で最も堅調だったビールとサイダーも、前年割れから抜け出せなかった。ワインとスピリッツはさらに大きく落ち込んだ一方、飲酒を控える動きがある時期にも比較的底堅いとされるソフトドリンクでさえ、マイナス圏にとどまった。

NIQで英国・アイルランド担当のコマーシャル責任者を務めるRachel Weller氏は、今回の数値はホリデーシーズンを前に業界にほとんど安心材料をもたらさないと述べた。「新たなTrackerの数値を見る限り、重要な祝祭シーズンを前にオンプレミス市場が自信を持てる材料はほとんどありません。土曜日の売上とスピリッツの低迷は大きな懸念材料です。何百万人もの消費者が支出、飲酒量、あるいはその両方を抑えていることは明らかです」とWeller氏は語った。

Weller氏によると、NIQの調査では、クリスマスや新年など人々が集う祝賀の場で、消費者が今もパブやバーを重視していることが示されている。ただし、店側は顧客に対し、自宅にとどまるのではなく外出する強い理由を示す必要があるという。今後数週間でより多くの支出を取り込むには、事業者やサプライヤーが、明確な価値、商品の品質、そして魅力的な総合体験を提供する必要があると同氏は述べた。

このトラッカーは、英国全土の運営管理されている酒類提供施設の売上を対象としており、ホスピタリティ市場におけるカテゴリーやブランドの動向を把握するため、事業者、サプライヤー、投資家に利用されている。最新の数値は、例年のような11月初めの売上上昇がないまま業界が祝祭シーズンに入ろうとしている兆候に加わるもので、月初めの低調なスタートを受け、各社は年末に向けた一段の回復に業績を委ねる状況となっている。