英国のホスピタリティ業界、11月初旬の酒類売上が20％超減

NielsenIQによると、11月7日終了週の酒類売上は前年比23.5％減。11月14日終了週には20.9％減となった

2026年11月23日（月）



NielsenIQのデータによると、英国のホスピタリティ業界では、11月に公表された最初の2週のいずれも、酒類の売上が前年同期比で20％超減少した。クリスマスシーズンを前にした重要な商戦期は、低調なスタートとなった。

NIQによると、酒類カテゴリーの金額ベースの売上は、11月7日終了週に2025年の同じ時期と比べて23.5％減少した。翌週の11月14日終了週は、前年同期比の減少率が20.9％に縮小した。

この数値は、英国の管理運営型ホスピタリティ施設の売上を追跡するサービス、NIQのDaily Drinks Trackerによるものだ。対象地域はイングランド、スコットランド、ウェールズで、北アイ

ルランドは含まれない。同社は11月20日、「11月前半は低調、ホスピタリティ業界は祝祭シーズンの酒類需要増に期待」と題したレポートでデータを公表した。

2週目の数値は、前年同期比の減少率が1週目より2.6ポイント小さかった。これは、週ごとの売上が2.6％増加したという意味ではない。データが示すのは、報告対象の2週の間に年間の減少ペースが緩やかになったことだけだ。

NIQは酒類カテゴリーの売上高（ポンド建て）や販売数量の絶対額を公表していない。これらの数値がなければ、この期間に業界が失った金額や、11月全体の累積変化を算出することはできない。また、販売減少が飲料の販売数減、価格低下、販促の変化、あるいは商品の構成変化のどれによるものかも、データからは分からない。

このレポートは、季節需要への依存度が高い酒類取引の一部で、圧力が強まっている兆候に加わるものだ。11月は、パブ、バー、レストランが職場のパーティーや懇親会など、休暇シーズンの支出が増える時期に入るため、重要な月となる。2週連続で20％を超える減少となったことは、酒類売上がその時期の立ち上がりから明確な圧力を受けていたことを示す。ただし、2週目の落ち込みは1週目より小さかった。

NIQの数値は、市場全体を網羅するものではなく、パネルデータとして捉えるべきだ。同社のトラッカーが対象とするのは、モニタリングサービスに含まれる施設であり、英国のホスピタリティ事業者すべてではない。したがって、追跡対象の管理運営型施設における取引状況を示すスナップショットではあるが、独立系施設全体や酒類市場全体を完全に代表するものではない。

レポートでは、蒸留酒の種類別の動向も明らかにされていない。ウォッカ、ジン、ウイスキー、ラムなど、どのカテゴリーが減少の大部分を占めたかは分からない。価格と数量の内訳もなく、公表数値に関連する個別のインフレ指標も示されていないため、実際の消費量について言えることには限りがある。

NIQは自社の企業情報で、90カ国以上で事業を展開し、約23,000の顧客を持つ、世界的な市場測定・消費者行動分析会社と説明している。同社の飲料トラッカーは、ホスピタリティ業界のサプライチェーン全体の企業が、バー、パブ、レストランでの需要を把握するために利用している。

飲料メーカー、流通業者、施設運営者にとって、11月初旬の結果は、カレンダー上の重要な時期に、前年よりも売上環境が軟調だったことを示している。減少の原因はデータから分からないが、追跡対象のホスピタリティ施設では、11月14日まで酒類の支出が2025年の水準を大きく下回っていた。