vinetur

Grupo Modelo、メキシコのノンアルコールビール販売量が第3四半期に約30％増

公表報道では販売量の絶対値や比較基準が明らかにされず、カテゴリー全体への影響を判断するには限界がある

2026年11月23日（月）



El Economistaが11月20日に報じ、その後Beer Magazineが11月22日に伝えたところによると、Grupo Modeloのメキシコにおけるノンアルコールビール事業は、2026年第3四半期に販売量が約30％増加した。

報告された増加は7月から9月までの販売量を指し、売上高ではない。公表された報道では、販売量の絶対値はリットルまたはヘクトリットルで示されておらず、詳細な内訳を記した会社の公式発表も、すぐには確認できなかった。報道では比較対象となる基準が明らかにされていないため、この数値が前年同期比の増加であるとは確認できない。

こうした制約はあるものの、この結果は、大手ビールメーカーがビールの風味を楽しみながらアルコールをほとんど、あるいはまったく摂取したくない消費者向けの商品を増やすなか、同カテゴリーの成長が加速していることを示している。現時点で得られる情報からは、第3四半期にノンアルコール部門がGrupo Modeloのメキシコ事業全体にどの程度寄与したのかは分からない。また、販売増が流通網の拡大、リピート購入の増加、新商品の投入、販促活動のいずれによるものかも明らかになっていない。

Grupo Modeloは、ベルギーに本拠を置くビール大手Anheuser-Busch InBev（AB InBev）が傘下に持つ、メキシコのビールメーカー兼販売会社だ。BarthHaasの2025年ランキングによると、AB InBevは生産量4億8,419万ヘクトリットルで世界最大のビールメーカーだった。この世界的な事業規模を踏まえると、同社の主要市場の一つで需要が強まっている兆候は、より大きな意味を持つ。

Grupo Modeloは自社の企業サイトで、メキシコに11カ所の醸造所を構えるとしている。内訳は大規模工場が8カ所、クラフトビール施設が2カ所、実験施設が1カ所だ。同社の事業基盤を考えれば、ニッチなカテゴリーであっても急速に規模を拡大すれば重要性を持ち得る。ただし、販売量が公表されていないため、今回の成長率を市場シェアの拡大や生産全体への明確な寄与に結び付けて評価することは、まだできない。

会社側のコメントを引用した報道では、ブランド別の詳細も示されていない。Grupo Modeloはメキシコで複数のビールを販売し、スーパーマーケットやコンビニエンスストア、飲食店など、さまざまな販売チャネルで展開を広げている。しかし、第3四半期の数値に関する公表情報からは、ノンアルコールビールの販売増をけん引したブランドや、特定の地域または販売拠点に成長が集中していたかどうかは分からない。

そのため、アナリストや競合他社にとっては、いくつもの疑問が残る。出発点となる数値が公表されていない以上、30%増という数字は、商業的には大きく異なる状況を表し得る。まだ小規模なカテゴリーなら、高い成長率を記録しても事業全体に実質的な影響を与えない場合がある一方、より大きな販売基盤で同じ成長率を達成すれば、消費者需要のより大きな変化を示す可能性がある。公表情報からは、どちらに当たるのか判断できない。

また、この数値を価格の上昇や収益性の指標と捉えるべきではない。販売量の増加が示すのは、市場を通じてより多くの商品が販売されたということにすぎない。販売によって利益率が高まったのか、平均価格が変化したのか、あるいは同部門を支えるためにマーケティングや流通への支出を増やしたのかは分からない。

それでも、今回報じられた実績は、メキシコのGrupo Modeloにとってノンアルコールビールが引き続き勢いのある分野であることを示唆している。同社のような規模のビールメーカーにとって、成長途上のカテゴリーで販売量が2桁増となったことは注目に値する。ただし、販売量の絶対値が示されていないため、この勢いが第3四半期の同社事業全体の構成をどの程度変えたのかは判断できない。