英国の飲食店などでビール売上高、11月中旬に2.8%減

NielsenIQの調査では、管理運営される店舗のビール売上高の年間減少率が前週の6.2%から縮小。クリスマス前の下押し圧力が和らいだ。

2026年11月23日（月）



NielsenIQが11月20日に公表したデータによると、英国の飲食店などにおけるビール売上高は、11月14日までの週も前年同期を下回った。ただし、減少率は前回の調査から大幅に縮小した。

NielsenIQのDaily Drinks Trackerによると、英国の調査対象店舗におけるビールの金額ベースの売上高は、2025年の同じ週に比べて2.8%減少した。11月7日までの週に記録した前年同期比6.2%減から改善した。

この変化により、年間の減少率は2回の週次調査の間に3.4ポイント改善した。これは、ビール売上高が前週から3.4%増加したという意味ではない。NielsenIQはポンド建ての売上高や販売数量の基

礎データを公表していないため、発表されたデータから2週間の絶対的な売上高の変化を算出することはできない。

この数字は、NielsenIQの英国調査パネルに含まれる、組織的なグループが運営する管理運営型の飲食関連事業者を対象としている。そのため、クリスマス商戦を前に市場の一部を把握する有用な指標となる一方、英国全土の飲食店などを網羅するものではなく、ビール市場全体を示すものでもない。

この調査が計測するのは販売量ではなく金額ベースの売上高だ。発表資料には価格、インフレ、商品構成、ビールのスタイル別の内訳がないため、消費者が実際に購入したビールの量が増えたのか、あるいは支出の仕方が変わっただけなのかは分からない。また、メニュー価格の影響と顧客需要の変化も切り分けられていない。

改善したとはいえ、最新の数値でも調査対象店舗のビール売上高は前年を下回っている。年末の休暇シーズンが近づくなかで減少幅は縮小したものの、取引環境は2025年の同じ週より弱い状態が続いていたことを示している。パブ、バー、レストランは通常、この時期に客足と支出の増加を期待する。

NielsenIQは、この数字を継続的に実施している自社の売上動向調査の一部として発表した。公表資料にはビールの累計売上高との比較可能な数字がなく、秋のより長い期間にわたるカテゴリー全体の動向について、幅広い結論を導くことには限界がある。

事業者やサプライヤーにとって、11月20日の更新情報が示す主な点は、調査対象の飲食店などでビール販売への圧力が11月中旬に和らいだものの、カテゴリー全体が成長に転じるには至らなかったことだ。市場は依然としてマイナス圏にあり、調査対象も一部に限られることから、示されたのは減少の緩和であって、完全な回復ではない。