vinetur

米国の高級ワインは7月も堅調、成長をけん引したのは50ドル超

SipSourceによると、50ドル超のワイン売上高は12カ月で0.9%増加した一方、ワイン全体の販売量は6.8%減少した。

2026年9月15日（火）



米国のワイン市場はなお縮小しているが、新たな業界データは、ビジネスの上位価格帯で需要がより底堅いことを示しており、伸びを示したカテゴリーの中にはProseccoも含まれている。

SipSourceの最新の2026年7月レポートによると、米国ではプレミアムワインは、全体の売上が引き続き圧迫される中でも、スピリッツより堅調に推移した。SipSourceは、レストラン、バー、小売店へ出荷される製品を追跡しており、実際の市場需要を近い距離から把握できる。

ワイン全体の見通しはなお弱い。過去3カ月でワインの販売量は6.8%減少したが、これは6月から110ベーシスポイントの改善だった。同期間の売上高は4.2%減少した。それでも、同レポートは、

特に16ドル以上のボトルで、より高い価格帯のほうが良好な推移を示した。

最も強いシグナルは市場の最上位価格帯から出た。50ドル超のセグメントでは、過去12カ月のワイン売上高が0.9%増加した。この伸びは、多くの低価格帯および中価格帯カテゴリーが依然として後退する市場の中で際立っていた。

個別カテゴリーの中には、さらに好調だったものもある。Champagneの売上高は過去3カ月で14.7%増加し、Proseccoは10.2%伸びた。Sauvignon Blancも売上高が3.2%増えた。これらの数字は、消費者が全体としては購入量を減らしている一方で、特にスパークリングワインを中心に、定評あるプレミアムカテゴリーには引き続き支出していることを示唆している。

米国市場はイタリア生産者にとって依然重要だが、最近の貿易データは明確な弱さを示している。WineNewsは、2026年上半期のIstatの輸出統計を引用し、米国向けイタリアワイン輸出は8億4900万ユーロで、金額ベースで14.1%減少したと報じた。輸出数量は6.8%減の1億6770万リットルだった。これらの数字は市場全体の逆風を反映しているが、SipSourceの数値は、より高価格のワインのほうがカテゴリー全体の中で相対的に有利な立場にある可能性を示している。

7月のデータでは、スピリッツとの対照が鮮明だった。ワインがプレミアム分野で安定の兆しを見せる一方、蒸留酒は売上高とプレミアム化の両面でより強い圧力にさらされ続けた。50ドル超の蒸留酒は売上高が8.9%減少し、50ドルから99.99ドルのセグメントは9.5%減少した。

ワインとスピリッツの双方で比較的安定していた分野の一つが、オンプレミス消費だった。バー、レストラン、その他の施設を通じた販売は、小売販売よりも堅調だった。オンプレミスで販売されたワインとスピリッツの総販売量は過去12カ月で2.8%減少したのに対し、小売では7.5%減だった。この差は、店舗での購入がより大きく落ち込む一方で、外で飲む際にはなお選別して支出する意思があることを示している。

総合すると、米国ではワインとスピリッツは依然として減少基調にある。両カテゴリーの合計販売数量は過去12カ月で6.8%減少し、売上高も6.1%減少した。過去3カ月では、合計販売量が6.2%減り、売上高も同じく6.1%減少した。

生産者、輸入業者、流通業者にとって、最新の数値はまだ市場回復を示すものではない。しかし、需要がより不均一になっていること、そしてプレミアムワインが酒類ビジネスの多くの分野よりも底堅いことは示している。この環境では、ChampagneやProseccoのようなカテゴリーが、厳しい米国市場における最も明確な好材料の一部として浮上している。