vinetur

米国の不振でイタリアのワイン輸出は上半期に6.16%減

海外売上高は約2億3,600万ユーロ減の36億ユーロ。スパークリングワインが最も底堅かった。

2026年9月23日（水）



イタリアのワイン輸出は2026年上半期に減少し、最大の海外市場での販売不振により、海外収入は前年同期比で約2億3,600万ユーロ押し下げられた。イタリア国家統計局Istatが今月公表し、WineNewsが確認したデータによる。

1月から6月までのイタリアのワイン輸出額は36億ユーロで、2025年同期比6.16%減だった。輸出数量も4%減の9億8,960万リットルとなった。公表された四捨五入後の数値に基づくと、前年には輸出額が約38億3,600万ユーロ、数量が約10億3,000万リットルだったため、イタリアは前年より約4,120万リットル少なく出荷した計算になる。

これらの数字は、需要と価格の双方で広範な後退があったことを示している。輸出単価の平均値も約2.25%低下しており、減少は数量の落ち込みだけが要因ではなかったことがわかる。価格への圧力、あるいはより低価格帯商品の比率が高まったことも反映している。

最も大きな下押し要因は米国だった。依然としてイタリアにとって最重要のワイン輸出市場である。米国向け輸出は年初6カ月で8億4,900万ユーロとなり、2025年同期比14.1%減だった。米国向け数量は6.8%減の1億6,770万リットル。四捨五入後の数値でみると、売上は約1億3,900万ユーロ減、出荷量は約1,220万リットル減となる。米国向けワインの想定単価も約7.8%下落しており、長くイタリアの高級銘柄にとって中核市場である同市場で、さらなる圧力がかかっていることを示している。

主要な欧州向け市場でも減少が見られた。ドイツ向け輸出額は6.7%減、英国向け出荷は6.6%減だった。公表データでは、米国のように両市場の数量変化がすべて詳細には示されていないが、この傾向はより広い流れを裏づけている。イタリアの主要な既存顧客が購入を減らし、それが全体の結果に重くのしかかった。

一部の小規模市場では増加が見られたが、上位市場の落ち込みを相殺するには不十分だった。中国向け輸出は19.8%増、ロシア向け出荷は15.7%増、ブラジルは8.1%増だった。これらの伸びは、年初6カ月に一部の需要がなお堅調だったことを示すが、いずれも米国、ドイツ、英国に比べて基盤がはるかに小さい。そのため、国全体の合計への影響は限定的だった。

上半期データは、製品カテゴリーの間でも明確な分かれを示した。スパークリングワインはイタリアの輸出で最も底堅い分野だった。上半期の売上は約10億ユーロで、数量が0.7%減の2億5,220万リットルとなった一方、前年同期比0.4%増だった。この組み合わせは、平均価値が約1.1%改善したことを示唆している。

この安定感は、イタリアのワイン輸出全体の減少と比べて際立っており、スパークリングワインが他のカテゴリーよりも国際市場で引き続き存在感を保っていることを示している。WineNewsの分析で引用された数値によれば、プロセッコはそのカテゴリー内で依然として主力製品であり、輸出額の約82%を占めた。

スパークリングワインと輸出全体の差は、海外の買い手が何を選んでいるかの変化も示している。データの編集的な読み解きとしては、低アルコールで商業的な位置づけの強いカテゴリーの方が、市場でより底堅さを見せているということだ。実務的には、イタリアのスパークリングワイン、とりわけプロセッコが、貿易環境が弱含む中でも同国のワイン・ポートフォリオの大半より良好な成績を維持していることを意味する。

Istatのデータは、2026年上半期のイタリア産ワインについて、輸出額、数量、想定単価をカバーしている。ユーロ、リットル、平均値の絶対的な変化は、公表された四捨五入後の合計から算出しているため概算である。それでも全体の方向性は明らかだ。イタリアは海外での販売量を減らし、それによる収入も減少し、最大市場でより弱い環境に直面した。

生産者と輸出業者にとって、上半期の数字は、特に数量と金額の両方が大きく落ち込んだ米国のような成熟市場での需要懸念をさらに強めるものとなった。一方で、スパークリングワインの相対的な強さは別の示唆を与える。すべてのカテゴリーが同じペースで弱まっているわけではなく、総出荷が鈍化する中でも、いくつかの製品はなお価値を守れている。