ナパ・バレーのワイン市場、2027年も小幅な伸びにとどまる見通し

2026年の小売販売量は1%増に改善した一方、供給過剰とボトル価格の下落が生産者を圧迫し続けている

2026年11月9日（月）



Terrainが11月9日（月）に公表した見通しによると、ナパ・バレーのワイン市場は2027年も小幅な伸びにとどまる可能性が高い。販売を示す一部の指標は改善しているものの、供給過剰と価格への下押し圧力は引き続き大きな課題となりそうだ。

このレポートは、10月下旬にAmerican AgCreditとNapa Valley Vintnersが共催したパネル討論会で、Terrainのワイン・ブドウ担当シニアアナリスト、Chris Bitterが述べた内容に基づく。ナパは過去1年間、予想をやや上回る結果を示したという。一方、市場で販売しなければならないワインは依然として大量にあり、小売業者が値引きや低価格商品で販売を促していることから、利益率は圧迫され続ける可能性があると指摘した。

この問題はナパだけにとどまらない。同地域はプレミアムワイン市場の重要な指標だからだ。生産者が販売の鈍化、値引き圧力、在庫の積み上がりに直面し続ければ、価格戦略や卸売業者の動向、飲料アルコール業界全体の収益性にも影響が及ぶ可能性がある。とりわけ高価格帯のワインでその影響が顕在化し得る。

Terrainによると、Nielsen IQが集計したナパワインの店外小売販売はおおむね横ばいながら、前年から若干改善した。一方、卸売業者の出荷先での販売量（デプレッション）は小売販売を上回る幅で減少した。小売業者が販売量よりも仕入れを抑え、在庫の圧縮を続けていることを示している。

レポートによると、直販は市場の卸売部門より堅調だった。Terrainが引用したCommunity Benchmarkのデータでは、直販の総売上高はわずか2%の減少にとどまり、低迷期を経て同チャネルが安定してきたことを示唆している。ただし、訪問客の低迷とコスト上昇が、直販の伸びを限定しているという。

Terrainによると、店外販売量は過去3年間で大きく改善し、6月までの12カ月間で2024年のマイナス9%から、2025年はマイナス2%、2026年は1%となった。しかし、その改善には代償が伴っている。レポートによると、小売業者は販売量を支えるために価格を引き下げており、一部ブランドが直接値引きを行う一方、低価格のプライベートブランドワインの流通拡大が市場の平均ボトル価格を押し下げている。

こうした動きは三層流通システムにおける在庫の滞留を一部解消する一方、生産者と販売業者の利益率を圧迫している。レポートは、プレミアム産地として長期にわたり強みを築いてきたナパが、別の課題にも直面していると指摘した。価格が長年にわたり大幅に上昇した結果、購入できる消費者層が狭まっている。

Terrainは2027年について、急回復ではなく小幅な進展を見込む。今後12カ月間、三層流通チャネルに大きな変化はないとみる一方、小売業者による在庫圧縮のペースが鈍れば、直販と卸売業者の出荷先での販売量はわずかに改善する可能性がある。

レポートは、景気全般が市場を大きく後押しする可能性は低いとした。Bitterはパネル討論会で、弱い経済状況を踏まえると、2027年にワイン販売が大きく伸びるとは考えにくいと述べた。それでも、ナパの中核顧客は比較的年齢が高く、所得や資産に余裕があり、近年も比較的堅調だった消費者が多いため、生産者は一定程度その影響を免れる可能性がある。

Terrainはまた、サンフランシスコの改善の兆しが、ナパの直販事業を支える重要な要素となり得ると指摘した。レポートによると、ベイエリアでは長引く低迷の後、過去12カ月間に雇用が再び増加し、住宅価格も再上昇、訪問客の動きも改善している。こうした傾向は、観光やテイスティングルーム、ホスピタリティを通じた販売に依存するナパのワイナリーに追い風となる可能性がある。

もう一つの変動要因は株式市場だ。Terrainによると、株価は過去3年間で80%を超える上昇を記録し、ナパの顧客層の大きな割合を占める富裕層の消費を支えてきた。株価が反落すれば、とりわけ高価格帯で需要のリスクとなり得る。

構造的な最大の課題は、依然として供給過剰だ。Terrainによると、ナパでは大量のワインを市場で消化し続けており、在庫の正常化には数カ月ではなく数年かかる可能性がある。レポートは、2023年のブドウ収穫量がナパで過去最大級だったと指摘した。それにもかかわらず、過去2年

間の生産量は、先行する過剰拡大を是正するために10年間の歴史的平均を下回るのではなく、おおむねその平均並みにとどまっている。

その結果、Terrainは、ナパでは市場が無理なく吸収できる量を超えるワインを抱え続けると予想している。供給過剰は価格への圧力を維持し、生産者に調達、生産、販売戦略の見直しを迫る可能性がある。

レポートによると、こうした環境で最も成果を上げるのは、市場のあらゆる領域を狙うのではなく、すでに明確な優位性を持つ分野に経営資源を集中するワイナリーだという。Terrainは、それが一律の値下げを意味するとは限らないと指摘。生産者は、一定の価格帯でより高い品質、魅力的な体験、あるいは明確なブランドストーリーを打ち出し、提供価値を高める必要があるかもしれない。

事業運営の柔軟性も強みとして挙げた。Terrainによると、ナパでは多角化を進め、迅速に適応できる事業者がより良い成果を上げている。契約期間が異なるブドウの供給契約を結び、供給過剰に対応しやすくしている事業者もその一例だ。

直販と小売販売量に最近いくらか改善が見られるものの、訪問客数の低迷は依然として大きな懸念だとレポートは指摘した。Terrainによると、訪問客数はここ数年回復しておらず、ワイナリーがホスピタリティ関連の来訪客をボトル販売の下支えや直販チャネルのコスト上昇分の補填に活用する余地が限られている。

小売需要の横ばい、小売業者による在庫圧縮の継続、平均ボトル価格の下落、大量の在庫が重なり、ナパは前年より勢いを取り戻しつつも、状況を一新できないまま2027年を迎える。Terrainの見通しが示すのは、ワイナリーにとって依然として買い手市場が続き、改善は販売チャネルごとにばらつきながら、緩やかに進むという姿だ。