vinetur

生産コスト8.9%上昇、イタリアのワイン業界で利幅が縮小

消費者向けワイン価格が2.6%下落し、国内需要の低迷を補う生産者の余地が縮小している

2026年11月9日（月）



生産コストが上昇する一方で小売価格が下落し、イタリアのワイン業界は財務面で一段と厳しい状況に直面している。長年、販売本数を減らしても高価格で販売する戦略を進めてきたワイナリーは、その見直しを迫られている。

11月9日月曜日にFoodmakers.itが公開した分析は、Unione Italiana Vini（UIV）のデータを引用し、コストと価格の開きによって、市場の多くでこの戦略の限界が露呈していると指摘した。報告書が引用した数値によると、Istatのデータに基づく10月のイタリアの総合インフレ率は5.4%だった。一方、Ismeaのデータでは、9月のブドウ畑とワイナリーにおける農業生産コストは前年同月比で8.9%上昇した。同じ期間に、イタリアの消費者向けワイン価格は2.6%下落した。

国内需要が弱まるなか、この組み合わせがワイナリーの利幅を圧迫している。報告書はまた、Il Sole 24 OreのためにNoto Sondaggiが実施した調査を引用し、イタリア人の35％が食料品の支出を減らす際、ワインを最初に削る品目に挙げたと伝えた。

投入コストが上昇する一方、店頭価格が下落していることは、イタリアの飲料業界にとって重大な意味を持つ。ワイナリーが商品をより高価格帯に移すだけでは、もはや収益性を維持できない可能性を示しているためだ。この圧力が続けば、同じ消費支出を取り合うワインだけでなく、バーやレストラン、その他の飲料カテゴリーの価格戦略にも影響しかねない。

データが示す問題は、一時的なインフレにとどまらない。ワイン生産者はエネルギー費、包装資材費、農業関連費の上昇に直面しているが、スーパーやレストランがさらなる値上げを吸収できなくなっているケースも多い。現実には、生産者が値上げを試みれば、在庫がすでに懸念材料となっている市場で販売の鈍化を招くおそれがある。

市場のプレミアム帯がイタリアワイン全体のごく一部にすぎないことから、この問題はとりわけ重要だ。著名な銘柄や歴史あるアペラシオンの一部は、米国、英国、日本などの輸出市場で、なお高級価格帯で販売できる。しかし、業界の多くはスーパーや地域のレストラン、ピッツェリア、家庭の食卓での日常的な消費に依存している。家計が逼迫すれば、こうしたワインはより敬遠されやすくなる。

Foodmakers.itの報道によると、UIV会長のLamberto Frescobaldiは、予算法で政府の支援を盛り込むよう求めている。エネルギー費への支援や、海外市場での販促に向けた臨時資金が含まれる。こうした措置は、海外での競争激化や主要輸出先での関税リスクに直面する生産者を支援する狙いがある。

だが、市場データを見る限り、輸出支援だけでは国内の根本的な問題を解決できない可能性がある。国内の消費者がワインを日常的な飲食物ではなく、ぜいたく品とみなす傾向を強めれば、生産者は再び取り戻すのが難しい基盤市場の一部を失いかねない。年長世代とはすでに異なる飲み方をする若いイタリア人の間で、消費の長期的な変化が進んでいることも懸念に拍車をかけている。

業界への圧力は一様ではないとみられる。大手企業や大規模な協同組合は、一定期間、利幅の縮小を受け入れたり、エネルギー費をより効率的に管理したりすることで、市場シェアを守りやすい可能性がある。一方、資本力や直販網が限られる小規模ワイナリーは、打撃を吸収する余地がより小さい。

カンパーニア州を含むイタリア南部では、特に強い圧力がかかる可能性がある。多くの中小ワイナリーは、品質向上に取り組み、バルクワインの生産から脱却するために長年投資してきた。こうした投資は、地域の個性を際立たせ、市場での位置づけを高めることにつながった。しかし、消費者がレストランや小売店で地元ワインに高い価格を払わなくなれば、一部の生産者は厳しい状況に置かれることにもなる。

レストランでの価格設定も議論の焦点だ。業界関係者の間では、ワインの上乗せ価格が、食事の際にボトルを注文する客を遠ざけているのではないかとの指摘が増えている。ワインリストのボトルは高すぎると消費者が判断すれば、ビールや水、グラスワインに切り替える可能性がある。そうなれば、小売価格の引き上げに苦戦するワイナリーの販売量はさらに落ち込むことになる。

Foodmakers.itの分析によると、ここ数カ月で最も底堅さを示しているのは、最上位価格帯ではなく、手の届きやすい価格に位置づけられたワインの一部だ。これは、市場の一部で、生産者が「日常の上質なワイン」と表現する商品へ回帰する動きがある可能性を示している。地域の個性と技術的な品質基準を備えながら、若年層や中所得世帯にも手が届く価格のボトルだ。

2027年に向けた課題は、イタリアのワイナリーが十分な速さで適応できるかどうかだ。国内価格への圧力が続き、業界が輸出に過度に依存すれば、ドイツでの需要低迷や、欧州ワインに対する米国の貿易措置強化といった外部ショックに、より脆弱になる可能性がある。一方、ワイナリーやレストランが消費者の支払い意欲に合わせて価格を見直せば、利幅が縮小しても販売量を維持できる企業も出てくるかもしれない。

現時点で、UIVなどの調査機関が示す数字は明確だ。コストは消費者価格を上回るペースで上昇し、多くのイタリア人が家計支出からワインを削っている。日常的な飲み手に大きく依存する業界にとって、プレミアム化を主な解決策とし続けられるのか、再考を迫られている。