輸入ワイン、2025年に米国市場の34.5％を占め過去最高に迫る

業界報告書によると、2026年初めもワイン販売全体の減少が続くなか、欧州産パッケージワインが輸入増をけん引した

2026年11月9日（月）



American AgCreditが発行し、Terrainの分析を盛り込んだ市場報告書「Winescape」2026年秋版によると、2025年に輸入ワインは米国ワイン市場の数量ベースで34.5％を占め、過去最高に迫った。一方、ワイン販売全体は2026年上半期も減少が続いた。

報告書によると、米国のワイン市場は1～6月に減少ペースが鈍化したものの、明確な回復には至らなかった。NIQが集計した小売販売は、2025年同期比で金額ベースで3％、数量ベースで4％減少した。2025年下半期の金額5％減、数量6％減に比べれば改善したが、Terrainによると、改善の主因は第1四半期の好調であり、第2四半期には減少ペースが再び強まった。

SipSourceが追跡する卸売業者の小売向け販売データも、同様の傾向を示した。2026年上半期の販売は前年同期比で金額ベース4%、数量ベース8%減少。2025年下半期の減少率はそれぞれ6%、9%だった。

報告書の執筆者で、Terrainのワイン・ブドウ担当シニアアナリストを務めるChris Bitterは、市場が価格帯によって大きく二分されたままだと述べた。15ドル未満のブランドは引き続き低迷した一方、15ドル以上のワインは2026年上半期に金額・数量とも小幅な伸びを記録した。高級セグメントは安定しつつあるように見えるが、値引き販売がケース販売を下支えしているようだという。

報告書では、Sauvignon Blancが一因となり、白ワインが赤ワインを引き続き上回ったほか、スパークリングワインの減少は小幅にとどまったことも明らかになった。ワインベースのカクテルは伸びが続いたものの、以前よりペースは鈍化した。

Community BenchmarkとEnolyticsのデータによると、ワイナリーの消費者直販（DTC）売上は2026年上半期におおむね横ばいだった。この間、テイスティングルームへの来訪者は約5%減少し、ワインクラブ会員数も減った。来訪者1人当たりの売上高の上昇が、客足の減少を部分的に補った。SovosとWine Business Analyticsによる別のデータでは、DTCの出荷量が15%減少した。ただしBitterは、この指標はDTC全体の販売活動ではなく出荷注文のみを集計しているため、実態以上に低迷を示している可能性が高いと述べた。

輸出も低迷が続いた。2026年上半期の米国産ワイン輸出は前年同期比で金額ベース14%、数量ベース13%減少した。報告書によると、第2四半期の輸出比較は、2025年春にカナダのアルバータ州とサスカチュワン州が米国産アルコールの販売を禁止し、同国向け出荷が急減した影響で、見かけ上改善していた。規制解除後、カナダ向け輸出はある程度回復したものの、2年前の水準を約80%下回った。カナダを除いても、2026年上半期の米国産ワイン輸出は金額ベースで8%、数量ベースで9%減少した。

Terrainは、2026年下半期にワイン販売が大きく改善するとは見込んでいない。2027年の見通しでは、インフレが緩和し、消費者に裁量的支出の余地が戻れば、小幅な回復にとどまると予測した。また、株価が下落すれば、高所得層の購入に依存する高価格帯ワインがより大きな打撃を受ける可能性があると警告した。

国内販売の縮小が続くなか、輸入ワインの市場での存在感は高まっている。報告書によると、米国は2025年に9リットル換算で1億1,500万ケース相当のワインを輸入し、その金額は約62億ドルに達した。米国のワイナリーによる輸出は2,200万ケース未満で、金額は約8億ドルだった。米国のワイン消費に占める輸入ワインの割合は、2000年の21%から2020年には29%、2025年には34.5%へと上昇した。

Terrainによると、この上昇を主にけん引したのはバルクワインではない。バルク輸入は業界内で論争の的となっているものの、2025年の米国市場に占める割合は、パッケージワインの輸入が約29%、バルクワインの輸入が約6%だった。報告書によると、2020年以降の輸入シェア拡大はすべて、バルク出荷ではなくパッケージワインによるものだった。

この変化の中心にあるのが欧州だ。2021～2025年、欧州産ワインは米国の輸入額の約80%、輸入量の約65%を占めた。フランスとイタリアだけで、輸入額の70%超、輸入量の半分超を占め

た。Terrainは、欧州産ワインが現在、米国で消費されるワイン全体の数量ベースで22％を占めると推計した。

報告書によると、米国消費者の需要が比較的底堅いカテゴリーで、輸入ワインはとりわけ好調だった。報告書が引用したSipSourceのデータでは、2025年のスパークリングワインの卸売市場で、外国産ワインは金額ベースで75％、数量ベースで61％を占めた。輸入ワインはSauvignon Blancでも金額の59％、数量の57％を占め、Pinot GrigioとPinot Grisでは金額の46％、数量の36％を占めた。一方、赤ワイン全体に占める割合は比較的小さく、金額ベースで20％、数量ベースで22％だった。

輸入ワインの浸透度は、小売店舗よりレストランやバーで高かった。外国産地名を表示したワインは、業務用チャネルの卸売販売額の44％、販売量の39％を占めた。小売向け販売では、それぞれ34％、29％だった。報告書は、米国の表示規則により、輸入ワインの一部が米国産地名を表示したボトルにブレンドされる場合があるため、これらの数値は市場に流通する外国産ワイン全体を完全には捉えていないと指摘した。

Terrainによると、競争圧力はもはや最安値のワインに限られない。輸入スティルワインは、9～15.99ドルの価格帯で数量の32％、16～29.99ドルの価格帯で26％を占めた。30ドル以上のスティルワインでは、その割合は17％に低下した。一方、スパークリングワインでは輸入品がプレミアム価格帯を席巻し、40ドル以上の価格帯で販売のほぼすべてを占めた。

Bitterは、根本的な課題はコスト競争力だと述べた。報告書は、カリフォルニア州のワイン生産コストが過去10年でほぼ倍増した一方、チリ、オーストラリア、ニュージーランドからのバルクワイン輸入コストは2017年以降ほとんど変わっていないと論じた。一例として、分析では、オーストラリア産バルクのChardonnayを運賃と関税込みで米国のワイナリーのタンクまで運ぶ費用を、9リットルケース換算で約8.75ドルと試算した。報告書の前提では、カリフォルニアのワイナリーがこの価格に合わせる場合、加工費を差し引いてブドウ代に充てられるのは1ケース当たり4.35ドル、1トン当たり約295ドルにすぎない。Bitterは、この金額ではブドウの栽培コストを賄えないと述べた。

報告書によると、このコスト差により、米国の生産者がエントリー価格帯のワインでシェアを取り戻すのは難しく、国内ワイナリーが価格より品質で競争できるポピュラー・プレミアムおよびプレミアムセグメントに、より大きな機会がある。Bitterは、生産者とワイナリーに対し、ブドウの品質向上、可能な範囲での生産コスト削減、輸入品の存在感が強いフレッシュな白ワインやスパークリングワインなどのカテゴリーでのブランド力強化に注力するよう提案した。

一方、報告書によると、2026年のカリフォルニア州の収穫量が少なくなることで、米国のブドウ市場にはいくらか救いとなる可能性がある。Terrainは、春の熱波でブドウ樹の生育が早まり、結実不良も発生したため、2026年の作柄は異例に早く、今世紀で最も少ない収穫量の一つとなる可能性があると説明した。一部地域では収穫が平年より2～5週間早く進み、地域によっては収量が最大50％減少したが、州全体に及ぶものではなかった。

収穫量が少ない見通しでも、ワイナリーが過去のヴィンテージのバルクワインやボトルワインを相当量在庫として抱えていたため、契約先のないブドウは大量に残っていた。Bitterは、3年連続の少収に加え、ブドウ畑の撤去や一時的な生産縮小が在庫の圧縮につながり、2027年にはブドウ市場が需給均衡に近づく可能性があると述べた。

Terrainによると、輸入ワインの一部を国内生産に置き換える余地は依然として大きい。市場全体の規模を2025年の水準に据え置いた場合、国内ワインの市場シェアが5ポイント上昇すれば、米国産ワインの販売は1,660万ケース増えていたと報告書は推計した。ただし、消費者は産地ごとの違いを重視していること、一部の米国ワイナリーにとって輸入ワインが重要であること、外国産バルクワインが国内供給の変動を和らげる役割を果たしうることから、置き換えが自動的に進むわけではないとも指摘した。