フランスのスーパー、プロセッコが2年連続でシャンパーニュを上回る

2026年のシャンパーニュ販売は4.6%減。平均価格は1本25ユーロを超え、プロセッコの約4倍に

2026年11月10日（火）



フランスのスーパーマーケットでは、シャンパーニュよりプロセッコを購入する人が増えている。スパークリングワイン売り場で価格圧力が強まっていることを示す動きだ。一方で、シャンパーニュは今も国内で最も格式の高いスパークリングワインとしての地位を保っている。

TF1 Infoが11月9日月曜日に報じたところによると、フランスのスーパーではプロセッコが僅差でシャンパーニュを上回った。イタリア産スパークリングワインがこの販売チャネルでフランスの同カテゴリーを上回るのは2年連続となる。差は約8万本と小さいものの、販売データは家庭の購買習慣により広範な変化が生じていることを示している。

TF1 Infoによると、2026年にフランスのスーパーで販売されたシャンパーニュは2,523万本で、前年から4.6%減少した。対照的にプロセッコは10%を超える伸びを記録し、販売本数でシャンパーニュをわずかに上回った。

主な要因は価格とみられる。TF1 Infoによると、シャンパーニュは平均で1本25ユーロを超え、プロセッコの約4倍の価格だ。同局が紹介したインタビューで、消費者は今もシャンパーニュを好ましい飲み物として挙げた。明らかに第一の選択肢だとする人や、プロセッコを格下のワインとみなす人もいた。しかし、食料品の予算をやりくりするなかで、その好みが必ずしも購入に結びついているわけではない。

TF1 Infoが引用した調査会社の責任者、Emilie Mayer氏は、シャンパーニュの価格の高さがスーパーでの買い物全体の金額に大きく影響すると述べた。フランスの消費者は支出をより慎重に考える一方、小さな楽しみを諦めたくはないため、飲む機会によってはシャンパーニュに代わってプロセッコを選ぶ余地が生まれているという。

この変化は、長期的な傾向を反映している。TF1 Infoによると、2019年以降、シャンパーニュの平均価格はスパークリングワイン全体の平均価格を大幅に上回るペースで上昇した。日々の出費に敏感な家庭が多いなか、価格差はさらに広がっている。

シャンパーニュの生産者は、価格を引き下げる余地はほとんどないと話す。Champagne Nicolas Feuillatteの最高経営責任者Philippe Dessertenne氏は、TF1の報道で、近年、生産、輸送、人件費がいずれも上昇したと述べた。また、両者は生産規則も所要期間も大きく異なるため、シャンパーニュとプロセッコを直接比較することはできないと指摘した。シャンパーニュは最低3年を要する長い熟成・生産サイクルが必要だが、プロセッコははるかに短い期間で造ることができる。

フランス市場での変化は、アルコール消費の傾向がより広く変化するなかで起きている。TF1 Infoによると、シャンパーニュ販売の低迷は、フランスの消費者のアルコールへの関心低下とも一部関連している。プロセッコは比較的安価なため、これを使った軽めで甘いカクテルを選ぶ人が多い。

価格や飲み方、消費機会のこうした変化は、2つのカテゴリーにとどまらない影響をもたらす。ワインやその他の飲料を扱う企業にとって、スーパーの販売データは商品ポジショニングや棚割り、販促戦略を左右する可能性がある。特に、祝いの席にふさわしい商品を求めながら、より低価格を望む消費者をめぐって競争するスパークリングワインにとって重要だ。スーパーでプロセッコへのシフトが続けば、輸入スパークリングワイン、フランス産の代替商品、そしてイメージを損なわずに販売量を守ろうとする高級シャンパーニュブランドの競争がさらに激化する可能性もある。

最新の数字は、フランスでシャンパーニュが文化的に優位な地位を保つ一方、スーパーでは価格に見合う価値が購入判断を左右する度合いが高まっていることを示している。プロセッコのリードはわずかだが、イメージが長年、特に大きな意味を持ってきたこのカテゴリーで、価格差がいかに急速に需要を動かすかがデータに表れている。