第3四半期、ドイツワインは縮小する国内市場を上回る健闘 業界団体が発表

NielsenIQの分析は国内生産者に久々の明るい材料となったが、DWIは詳細な数値を公表していない

2026年11月11日（水）



ドイツワイン協会（DWI）は11月11日水曜日、2026年第3四半期のドイツワインの実績がドイツのワイン市場全体を上回ったと発表した。市場全体がなお縮小するなか、久々の明るい兆しとなった。

ドイツ語の略称でDWIとして知られる同協会によると、この結果は協会が委託したNielsenIQの分析に基づく。第3四半期、ドイツワインは国内ワイン市場全体よりも好調に推移した。市場全体は引き続き縮小しているという。

この発表は、厳しい小売環境に変化の兆しがあることを示している。ドイツではワイン販売が低迷しており、DWIは市場全体が引き続き弱含むなか、今回の第3四半期の結果を国内生産者にとって明

るい材料として示した。協会ウェブサイトで公開された資料には、評価の根拠となる販売額や販売数量の詳細な数値が含まれておらず、ドイツワインと市場全体の差がどれほどだったかは、すぐには分からなかった。

詳細なデータがなくても、この発表には意義がある。競争の激しい市場で、ドイツの生産者が競合他社よりも持ちこたえている可能性を示唆するためだ。ドイツでは、国内ワインはスーパーマーケット、ディスカウント店、専門店、飲食店向けの販売チャネルで輸入ワインと直接競合している。国内ワインが市場全体よりも落ち込みを抑え続ければ、小売業者や流通業者の商品構成、輸入業者による海外ワインの販売戦略、生産者が今後数カ月に投じるマーケティング費用にも影響する可能性がある。

これはワイナリーだけでなく、飲料業界全体に関わる問題だ。ドイツワインとワイン市場全体との乖離が続けば、売り場の配分、販促キャンペーン、価格戦略、在庫計画に影響を及ぼす可能性がある。輸入業者、卸売業者、専門店はいずれも、第3四半期の傾向が年末商戦や2027年初めまで続くかどうかを注視するだろう。

DWIはドイツワインの主要なプロモーション機関であり、NielsenIQの分析を委託したという点は、今回の発表を理解するうえで重要な背景となる。同協会の発表は業界が支援する市場状況の分析を反映しているが、データの出所は大手の消費者・小売市場調査会社だ。より詳しい情報が公表されていないため、エントリーレベルのワイン、プレミアムワイン、特定の小売チャネル、地域ブランドなど、どの分野がドイツワインの好調をけん引したのかを独自に検証することはできなかった。

同協会のウェブサイトでは、今回の市場動向に関する発表をドイツのワイン産業の全体像とあわせて紹介している。世界には約10,700品種のブドウがあり、そのうち132品種がドイツに由来すると説明。また、国内の13のワイン生産地域も取り上げている。これらの情報だけでは第3四半期の販売動向を説明できないものの、協会が実績の把握と支援に取り組む国内産業の広がりと層の厚さを示している。

DWIはさらに、ドイツのワイン取引先や専門店を紹介しており、そこでは約25,000種類のワインが取り扱われている。国内市場でさえ、生産者が直面する競争の激しさがうかがえる。こうした状況のなか、ドイツワインが市場全体よりも底堅いとの兆しがあれば、生産者、瓶詰め業者、販売業者、バイヤーの関心を集めるだろう。

第3四半期はワイン小売にとって重要な時期であり、最も需要が高まる季節の販売期を前に消費者需要を見極める時期でもあるため、今回の発表のタイミングは注目に値する。国内ワインの相対的な回復が生産者や販売業者にとって、年内の販促、在庫水準、商談の方針を左右する可能性がある。受注、店頭での展開、商品構成への影響の全容は、ドイツの飲料業界が年末に向けた計画を進めるなかで明らかになるだろう。