vinetur

ドイツワイン、7〜9月期の家庭向け市場シェアが43.5%に上昇

価格が1.8%上昇するなか、国産ワインの支出額は横ばい。輸入ワインの販売量は9.7%減少した。

2026年11月12日（木）



ドイツのワイン市場全体が縮小を続けるなか、7〜9月期の家庭向け購入では、ドイツワインが輸入銘柄よりも底堅さを見せた。

ドイツワイン協会は11月11日水曜日に発表した報告書で、国内市場におけるドイツワインへの支出額は前年とおおむね同水準だった一方、輸入ワインは販売量、金額ともに大幅に落ち込んだと明らかにした。同協会は、NielsenIQに委託した調査と、ドイツの家庭による購入を対象とする関連統計資料を根拠としている。

ドイツの家庭におけるワインの購入量は、2025年の同じ時期と比べて7〜9月期に6.3%減少した。同期間のワインへの消費支出は4.8%減だった。市場全体が低迷するなか、ドイツワインの販売量は1.7%減少したが、支出額は0.1%増加した。輸入ワインはさらに厳しく、購入量が9.7%、支出

額が9.0％それぞれ減少した。

この数字が示すのは、市場が成長に転じたのではなく、縮小する市場で国内生産者がシェアを伸ばしたということだ。家庭向けワイン購入量に占めるドイツワインの割合は、前年の41.3％から43.5％へと2.2ポイント上昇した。

7～9月期のデータでは、前期に比べて減少ペースが鈍化したことも示された。同協会によると、ワイン総販売量の前年同期比の落ち込みは、4～6月期の7.7％から7～9月期には6.3％に縮小した。市場は依然として縮小しているものの、そのペースは従来より緩やかになった。

ドイツワイン協会は、国内ワインの収入が比較的安定した背景に、平均価格が1.8％上昇したことがあると説明した。この上昇が販売量の減少を補った。同協会によると、価格帯別では、0.75リットル瓶1本あたり1.49ユーロから1.99ユーロの低価格帯と、同5ユーロを超える価格帯の双方で伸びが見られた。

11月11日に公表された資料には、市場全体の数量（リットル）や金額（ユーロ）の実数は示されておらず、年初来の数値との直接比較もなかった。同協会は、厳しい小売環境のなかでドイツワインが外国産ワインより底堅さを保っていることを示す兆候として、7～9月期の変化を提示した。ただし、持続的な回復とまでは評価していない。

小売の動向からは、消費者がどこでワインを購入しているかも分かる。同協会によると、期間中はディスカウントチェーンや小規模な食品小売店でのワイン購入が比較的好調だった。市場への圧力が続くなか、価格を重視する買い物客が多い販売チャネルが有利になっていることをうかがわせる。

ドイツワインの品目別の嗜好にも変化が見られた。同協会によると、国内産白ワインは引き続きシェアを伸ばし、前年同期の51％から54％に上昇した。この傾向は、7～9月期を通じて消費者の白ワインやロゼワインへの移行が続いていることを示しているという。

このデータは、ドイツの小売ワイン市場で外国産ワインの供給業者が直面する厳しさを浮き彫りにしている。輸入ワインの家庭向け販売量は1年間で約1割減少し、ドイツワインの減少幅を大きく上回ったほか、市場全体の落ち込み幅も超えた。金額ベースでも差はほぼ同程度で、輸入ワインが9.0％減だったのに対し、国内ワインは0.1％増加した。

一方、この報告書には重要な制約がある。NielsenIQの数値は家庭パネル調査に基づくため、レストランやバーなど家庭外での消費は含まれない。また、支出額は名目値であり、価格変動だけでなく、消費者が購入した商品の変化も反映している。たとえばドイツワインの平均価格が上がったからといって、生産者が全商品で一律に値上げしたとは限らない。

ドイツワイン協会は、今回の数値が持続的な変化を示すのか、それとも厳しい市場における一時的な好材料にすぎないのかを判断するには、今後さらに複数四半期のデータが必要だとした。現時点で7～9月期の結果が示しているのは、ドイツワインの減少幅が縮小し、国内生産者の収入が横ばいを保つ一方、ドイツの家庭の棚では輸入ワインがはるかに大きく落ち込んだということだ。