米国産ワインの輸出が78%減、豪州ワイナリーがカナダで売り場を拡大

Hill-Smithは、州酒類販売公社が米国産銘柄の多くを扱わないなか、6カ月以内にカナダが米国を上回る可能性があると指摘

2026年11月12日（木）



カナダと米国の貿易対立が米国産ワインの販売を大きく押し下げるなか、オーストラリアのワイン生産者がカナダで存在感を高めている。これにより、競合する輸出国に小売店の棚を広げる機会が生まれている。

オーストラリアで最も歴史の古いワイングループの一つ、Hill-Smith Family Estatesは、カナダが最も急成長している輸出市場の一つとなり、近く同社にとって米国に次ぐ第3位の市場になる可能性があると述べた。同社のマーケティング・セールス担当エグゼクティブディレクター、Jack Gloverは11月11日（水）、The Drinks Businessに対し、米国産銘柄の多くが小売店から姿を消すなか、カナダの消費者がオーストラリアワインへと移行しつつあると語った。

Gloverによると、この変化はプレミアム・シャルドネとカベルネ・ソーヴィニヨンで特に顕著だ。これらの分野では、カナダの州酒類販売公社の取扱銘柄で強い地位を築いていたカリフォルニアワインに、オーストラリアの生産者が対抗できる。同氏は、15カナダドルを超える価格帯のボトルに大きな機会があると述べた。

この変化の背景には、米国の貿易措置を受けたカナダ各州の酒類販売公社の対応がある。こうした規制によって多くの米国産ワインが店頭から撤去され、米国の生産者は、かつて主要な輸出市場の一つだったカナダでの地位を弱めている。Wine Instituteが公表した数値によると、カナダ向け米国産ワインの輸出は2024年から2025年にかけて78％減少し、輸出収入は3億5,700万米ドル超減った。

Gloverによると、この減少によってオーストラリアだけでなく、南米の供給業者にも市場の余地が生まれている。同氏は、カナダの消費者心理も影響しているとし、今回の変化は供給面だけの問題ではなく、広範な貿易対立に対する買い手や飲み手の反応でもあるとの見方を示した。

世界のワイン業界が複数の市場で消費の低迷に直面し、供給過剰への懸念も続くなか、この動きはオーストラリアの生産者にとって、輸出を後押しするまたとない機会となる。カナダでの変化は、一国や一社にとどまらない意味を持つ。貿易紛争によって主要な輸入国で市場シェアが急速に移りうることを示しており、ワイナリーや輸入業者、販売業者は、輸出の優先順位や在庫の判断、長期的な市場戦略の見直しを迫られる可能性がある。

Hill-Smithの発言は、同社の海外事業の順位が変わる可能性を示している。Gloverは、6カ月以内にカナダが米国を上回り、同グループにとって第3位の市場になる可能性があると述べた。1849年創業のHill-Smith Family Estatesは、Yalumba、Jansz、Pewsey Vale、Oxford Landing、Nautilusなどのブランドを所有し、現在は創業家の6代目も経営に携わっている。

カナダ市場が拡大する一方で、オーストラリアの多くのワインメーカーがかつて余剰生産を吸収する市場として期待していた中国について、同社は慎重な見方を強めている。Gloverによると、オーストラリア産ワインに対する中国の関税が撤廃されても、規制導入前の市場環境は戻っていない。同氏は、中国の需要は2010年代後半より弱く、消費者の嗜好も十分に変化しているため、以前の販売量に短期間で戻る可能性は低いとみている。

そのため、中国市場へのアクセスが再び可能になっても、供給過剰を含むオーストラリアワイン業界の構造的な圧力を解消できるとは限らない。Hill-Smithは、中国で短期的な販売量の回復を追うのではなく、Yalumbaとプレミアム市場での位置付けに重点を置き、低価格帯の大量販売による売上再建を目指さない方針だ。

カナダと中国の対照は、世界のワイン市場の動きが一様でないことを浮き彫りにしている。カナダでは、二つの貿易相手国間の政治的対立が競合他社に明確な商機をもたらした。一方、中国では、貿易障壁が正式に撤廃されても需要が自動的に回復したわけではない。この二つの動きは、市場へのアクセスが方程式の一要素にすぎないことを示している。消費者心理や売り場の確保、カテゴリーの動向、価格帯の設定も同じくらい重要になりうる。

Gloverはまた、白ワインへの関心が高まっていると述べ、プレミアム市場を狙うオーストラリアの生産者には、長期的な投資を行う意欲があれば、なお成長の余地があるとの考えを示した。Hill-Smithは家族経営であるため、短期的な投資サイクルに縛られる企業よりも長い時間軸で判断でき、

消費者行動や持続可能性を見据えた意思決定が可能だと同氏は語った。

同氏の発言は、複数の国のワイン生産者が、世界的な消費の鈍化や、特に若年層を中心とする飲酒習慣の変化への対応を模索するなかで出た。Gloverは、こうした変化を単なる脅威とは捉えておらず、消費者がこのカテゴリーに入るきっかけや、そこに求めるものが変化しているとみている。同氏は、販売量よりも品質や飲用機会が重視されるようになっていると述べた。

現時点で、オーストラリアの輸出業者にとって最も明確な恩恵を受ける市場の一つがカナダだ。米国産ワインの販売が大幅に減り、州の小売制度も貿易対立の影響で変化したままのなか、オーストラリアの生産者は、わずか1年前には多くが予想していなかったほど輸出構成の重要度が高まる可能性のある市場で、拡大の余地を見いだしている。