ドイツの輸入ワイン販売、第3四半期に約10%減

ドイツのワイン市場は金額・数量ともに縮小。国内産は比較的堅調な一方、輸入ワインは約10%減となった。

2026年11月13日（金）



2026年第3四半期、ドイツのワイン市場は縮小し、販売額と販売数量がともに減少するなか、輸入ワインが最も大きな打撃を受けた。

La Semana Vitivinícolaが11月12日木曜日に報じたところによると、ドイツで販売されたワイン全体の売上高は2025年第3四半期比で4.8%減少し、販売数量は6.3%減った。同誌によれば、この数値は国内のワイン販売を追跡する最新の市場分析に基づく。

輸入ワインの落ち込みは特に大きかった。報道によると、四半期中の輸入ワインは売上高が9%減、販売数量は約10%減となった。一方、ドイツ産ワインは比較的堅調で、売上高は横ばいを維持し、販売数量の減少も1.7%にとどまった。これは海外ブランドで記録された減少幅を大きく下回る。

欧州各地で販売するワイナリーや飲料流通業者にとって重要な市場であるドイツでは、国内産と輸入品の明暗が際立っている。この傾向が続けば、ドイツの需要に大きく依存する生産者は、価格設定や販促、店頭での棚の確保をめぐり、さらに厳しい状況に直面する可能性がある。小売業者が販売の鈍化に合わせて仕入れを調整するなか、ワイン取引に関わる輸入業者や卸売業者も影響を受ける可能性がある。

この数値は、市場が安定に向かうのではなく、なお縮小していることを示している。La Semana Vitivinícolaは、ドイツのワイン市場が2026年第3四半期を通じて低迷を続けたと伝えた。公開された記事の抜粋では要因の詳細な内訳は示されていないものの、データからは、業界全体に一様に圧力が及んでいるわけではないことが分かる。輸入ワインはドイツ産ワインよりはるかに速いペースでシェアを失っている。

海外のワイナリーにとって、ドイツは輸出先として大きな市場であることが多く、この差は商業面で重要な意味を持つ。輸入ワインの販売が一段と落ち込めば、流通業者との交渉が厳しくなり、小売業者からの販促要請が強まり、限られた消費支出をめぐる競争も激化しかねない。ワイン事業を手がける飲料企業にとって、ドイツ市場の低迷は在庫計画や価格決定全般に対する警戒材料となる可能性がある。

国内産セグメントが比較的底堅く推移しても、四半期の数値に表れた消費全体の落ち込みを補うには至らない。ドイツ産ワインの売上高が横ばいだった一方、販売数量は1.7%減少しており、減少幅が比較的小さい分野でも市場への圧力が続いていることがうかがえる。ただし、輸入ワインの落ち込みはさらに大きく、販売本数、売上高のいずれでも深刻だった。

第3四半期のデータは、年末商戦や2027年の供給協議を控える輸出業者の懸念に拍車をかけている。ドイツの需要が低迷したままであれば、海外のワイナリーは、特に輸入ブランドに対して厳しさを増す市場での地位を守るため、これまで以上の努力を迫られる可能性がある。