AdVini、Bonne NouvelleとMythiqueの買収で独占交渉入り

株式を対価とする取引で年間売上高約1,400万ユーロを取り込み、AdViniはノンアルコールワイン事業を強化する

2026年11月13日（金）



フランスのワイン大手AdViniは11月12日木曜日、Vinadeis by InVivoとBonne NouvelleおよびMythiqueのワインブランド買収に向けた独占交渉に入ったと発表した。実現すれば、両社が2026年初めに始めた戦略的提携が拡大し、急成長するノンアルコール市場におけるAdViniの事業展開がさらに進む。

GlobeNewswireを通じて発表された同社の声明によると、今回の取引案には2つのブランドと関連事業、在庫、各ブランドを担当するチームが含まれる。AdViniによれば、両ブランドの年間売上高は約1,400万ユーロに上る。

Bonne Nouvelleはフランスを代表するノンアルコールワインブランドとして展開され、Mythiqueは輸出を主眼とするオクシタニーのブランドだ。取引が成立すれば、従来型ワインの消費が圧迫されるなか、注目が高まっている市場分野でAdViniの足場が強化される。また、フランスのワイン業界で進む業界再編に拍車をかける可能性もある。特に、輸出市場で事業規模を拡大し、従来のワインカテゴリー以外にも品ぞろえを広げようとする生産者の間で、再編が進むとみられる。

AdViniによると、両社は取引の対価をAdViniの自己株式112,216株のみとする案を検討しており、取引上の評価額は1株当たり35.20ユーロ。株式による対価は約395万ユーロとなる。関連する在庫は、別途現金で支払って移管すると同社は説明した。

両社は最終契約書の締結と取引完了を2027年2月に予定している。従業員代表機関に対する情報提供・協議手続きの完了と、同機関の意見聴取などが条件となる。AdViniは、取引全体について取締役会の承認をすでに得たと発表した。

今回の買収計画は、両グループの提携関係における前段階に続くものだ。AdViniは4月30日、Cordier by InVivoのワイン事業の一部を買収した。同社はその後、Vinadeisに社名を変更している。AdViniによると、この取引後、Vinadeis by InVivoはAdViniの資本の7.92％を保有した。

今回の計画では、InVivoはブランドや資産の移管に加え、ガバナンス面でもAdViniとの関係を深める。AdViniは、2026年12月31日終了年度の決算を承認する定時株主総会で、InVivoの最高経営責任者Thierry Blandinièresが代表を務めるVinadeis by InVivoを、取締役候補として提案する方針だ。選任とその他の社内承認を条件に、BlandinièresはAdViniの戦略委員会の委員長も務める可能性がある。

今回の発表により、ワイン業界が厳しい局面を迎えるなか、AdViniがどのような対応を目指しているかがより明確になった。同社は声明で、輸出業者の事業規模が一部市場で限られていることや、中国などでプレミアムではない赤ワインの需要が落ち込んでいることなど、業界全体の構造的な問題を挙げた。また、消費者との距離を縮め、商品区分やマーケティングを見直すとともに、若年層の需要、とりわけ低アルコールやノンアルコールワインへの関心を先取りしようとしていると説明した。

こうした背景から、特にBonne Nouvelleが重要な意味を持つ。ノンアルコールおよび低アルコールのカテゴリーは、ワイン、ビール、スピリッツの生産者が従来とは異なる消費傾向のなかで成長機会を探るなか、飲料業界全体で投資の重点分野となっている。AdViniにとって、歴史あるノンアルコールワインブランドの追加は、フランス国内外で拡大する市場での地位を強めるとともに、輸出市場でも展開しやすい製品ラインを増やすことにつながる可能性がある。AdViniによると、同社のワインの67％は海外で販売されている。

Mythiqueは異なる役割を担うことになる。AdViniによると、同ブランドはオクシタニーのワインの先駆けであり、売上の大半を海外で得ている。これにより、フランス各地のワインブランドをそろえる同グループのポートフォリオが補完され、フランスのアペラシオンやテロワールを打ち出したブランドが依然として重要な市場で、存在感が高まる可能性がある。

欧州有数の農業グループであるInVivoは、経済、地政学、気候に関わる圧力が強まるなか、ワイン事業に規模、機動力、イノベーション力をもたらす取り組みの一環として、今回の取引案を位置づ

けた。同社によると、業界は消費の減少や気候変動が生産に及ぼす影響に直面しており、生産者は調達と市場戦略の両方を見直すよう迫られている。

AdViniは、InVivoとの提携により、バルクワインの調達を確保し、国際展開力を強化できる可能性もあると述べた。中堅生産者が交渉力を高め、コストを分散し、海外の流通網へのアクセスを維持しようとする市場において、これは重要な意味を持つ。

1872年創業のAdViniは、フランスと南アフリカで事業を展開する国際的なワイングループと自社を位置づけている。ポートフォリオには、フランス各地のブドウ畑を持つワイナリーやワインブランドのほか、スパークリングワインとノンアルコールワインが含まれる。InVivoによると、同社は38カ国で事業を展開し、90の工業拠点を持つほか、穀物取引、農業、食品、ワインの各分野で主要事業を手がけている。

現時点では、買収案は交渉段階にある。しかし、予定どおり2027年2月に完了すれば、フランスのワイン業界再編における新たな一歩となる。消費習慣が変化するなか、生産者はより大きな事業基盤、強力なブランド、比較的底堅いとみられるカテゴリーへの進出を模索している。