vinetur

フランスのスーパーで初めて、プロセッコがシャンパーニュを上回る

Circanaのデータによると、2026年7月までに量販店で販売されたプロセッコは2,530万本となり、シャンパーニュの2,520万本をわずかに上回った

2026年11月15日（日）



フランスの大手小売チェーンでは、2026年7月までの12カ月間に、シャンパーニュより多くのプロセッコが購入された。世界有数の重要なスパークリングワイン市場の一つで、象徴的な変化が起きた。

11月14日土曜日にVinAvisenが引用したCircanaのデータによると、この期間にフランスの消費者が購入したプロセッコは2,530万本で、シャンパーニュの2,520万本を上回った。差はわずか10万本だが、この市場セグメントで、ヴェネト州産のイタリアのスパークリングワインが販売量でフランスを代表するスパークリングワインを上回ったのは初めてとなった。

この比較は、フランスのワイン販売全体を対象としたものではない。レストラン、専門ワインショップなどを含む市場全体ではなく、スーパーマーケットや量販店といった大規模小売チャネルに限られる。それでも、この結果は、長らくシャンパーニュと結び付けられてきた国で消費者の行動に変化が生じていることを示している。価格を重視する購入者を巡って競争し、成熟市場で販売量を伸ばそうとする飲料業界でも、注目を集めそうだ。

この数字が示されたのは、フランスでスパークリングワインがスティルワインを上回る好調さを見せている時期だ。VinAvisenによると、2025年のフランスのバーやレストランでは、スパークリングワインの販売が6.3%増加した一方、スティルワインは5%減少した。こうした大きな流れが、プロセッコの躍進を後押ししている。フランスの消費者は泡のあるワインを購入しているが、その多くはより手頃な価格帯の商品だ。

価格が大きな要因とみられる。VinAvisenが報じた数字によると、2019年以降、シャンパーニュの平均価格は17%上昇し、1本21ユーロとなった。同じ期間に、プロセッコの平均価格は5%上昇して5.30ユーロだった。プロセッコの価格はシャンパーニュのおよそ4分の1にとどまる。この差は、日常的な購入や大人数の集まり、回転の速い商品を求める小売業者にとって無視できない。

プロセッコは、フランスをはじめ他の欧州市場でも人気が高まっているスプリッツカクテルのベースとして使われることも強みだ。このワインは同ドリンクの定番ベースであり、ワイン販売だけでなく、カクテルや食前酒を巡るより広いトレンドにも位置を占めている。飲料会社にとって、この相乗効果は重要だ。従来のワインを飲む機会にとどまらず、プロセッコの魅力を広げ、若年層やより気軽に楽しむ層に届けることにつながる。

この販売上の節目を受け、イタリアの生産者の間では、プロセッコがフランスでイタリアワイン全般への関心を広げる足掛かりになるとの期待も高まっている。VinAvisenはMulemo.comを引用し、プロセッコの好調を受け、イタリア産スパークリングワインへの消費者の関心が、イタリアワイン全体への注目につながることを生産者が期待していると伝えた。そうした期待は、2026年2月のWine Parisにも表れた。同見本市にはイタリアのワイン生産者200社が参加して自社ワインを紹介し、2025年の開催時より60%増加した。

この結果は、シャンパーニュがフランスでの地位を失ったことを意味するわけではない。シャンパーニュは、同国を代表する重要なワインカテゴリーの一つであり、強い高級品イメージ、原産地を守る規則、深い文化的背景を備えている。一方、Circanaの数字は、販売量の大きい小売市場では、日常的な需要が別の方向へ動いていることを示唆する。特別感を求める必要のない場面では、消費者は国内の高級品から、より手頃な輸入スパークリングワインへと乗り換えることに、以前より抵抗がなくなっているようだ。

この変化は、生産者、輸入業者、小売業者により広い影響を及ぼす可能性がある。インフレや家計の状況が購買判断を左右し続ける市場で、プロセッコの躍進は、価格、手軽さ、カクテル文化が長年続いてきた消費パターンを変え得ることを示している。シャンパーニュのメゾンにとっては、高級品としての位置付けを守りながら、低価格帯で販売量を維持する新たな圧力となる。イタリアの生産者にとっては、国内ワインの存在感が強いフランスでも、現在の飲酒習慣に合えば輸入スパークリングワインが受け入れられやすくなっていることを示す材料となる。