vinetur

ブルゴーニュ、輸出は1億100万本に増加も売上高は1.4%減

米国向け売上高が17.9%減少。ブルゴーニュの輸出量が増える一方、価格圧力が強まっている

2026年11月16日（月）



ブルゴーニュは8月までの12カ月間にワインの輸出量を増やした一方、輸出による収入は減少した。変化する市場で、フランスを代表するワイン産地の一つが地位を守るため、これまで以上の努力を迫られていることを示している。

11月15日（日）、ブルゴーニュワイン委員会は、この期間の輸出が約1億100万本に達し、前年同期比で3.5%増加したと発表した。一方、輸出額は1.4%減の16億5,000万ユーロとなった。

この2つの数字は、数量と金額の差が広がっていることを示している。ブルゴーニュは海外でより多くのワインを販売したものの、1本当たりの平均収益は低下した。生産者が価格を引き下げた場

合や、より低価格の商品へ販売を移した場合、あるいは販売量は多いものの利益率の低いカテゴリーへの依存を強めた場合に、こうした状況が起こり得る。

ブルゴーニュワイン委員会によると、輸出量を主に支えたのは白ワインとクレマン・ド・ブルゴーニュだった。これらの好調が他の分野の弱さを補い、産地が厳しい価格環境に直面するなかでも輸出の伸びを保った。

こうした圧力を最も鮮明に示したのは、ブルゴーニュにとって最重要の海外市場の一つである米国だった。委員会が発表した数字によると、同国での売上高は17.9%減少した。このデータは、世界的に高い評価を受ける高級ワイン産地であっても、需要の低迷や貿易上の摩擦、買い手の価格に対する敏感さの高まりを免れないことを示唆している。

この影響はブルゴーニュにとどまらない。飲料業界全体にとって、今回の数字は販売量を守るための価格調整に伴うコストを示している。また、高価格帯のワインが関税や消費者需要の変化にいかに左右されやすいかも浮き彫りにする。とりわけ米国のように、輸入条件や小売りの動向が生産者、流通業者、販売店の採算を急速に変え得る市場では、その傾向が顕著だ。

今回の結果は、ワイン需要の偏りも示している。幅広い層に受け入れられる商品や、より手頃な価格帯の商品は販売量の安定に寄与する一方、買い手が慎重になると、高価格帯の商品が先に圧力を受けることがある。そうした状況では、白ワインとスパークリングワインのクレマンが、輸出総量だけでなく海外市場での存在感を保つうえでも重要な支えになったとみられる。

委員会の発表は、多くのワイン産地が成熟市場での消費減速、在庫調整、世界的な輸出競争の激化に直面するなかで行われた。ブルゴーニュは今なおワイン界で最も名声の高い産地の一つだが、今回の数字は、市場環境が悪化すれば、評判だけでは収益を十分に守れないことを示している。

輸出量が増えたにもかかわらず輸出額が減少したことで、産地の製品構成にも注目が集まる可能性がある。ブルゴーニュには、入門価格帯のワインから世界でも屈指の高価格帯のボトルまで、幅広いアペラシオンと価格帯がある。クレマンなどのカテゴリーや、数量面で底堅い白ワインに成長が集中すれば、輸出全体の実績は堅調さを保ちながら、金額面では弱含むこともあり得る。

輸入業者や酒類小売業者にとって、この数字は、ブルゴーニュが引き続き商品を販売できている一方、商取引の条件は厳しさを増していることを示すものと受け止められるだろう。生産者にとっては、売上高を圧迫する可能性があっても、棚の確保や顧客の需要を維持するために、価格設定をより柔軟にする必要がある市場であることを示している。

米国での落ち込みは、フランスワインの輸出先としての同国の重要性と、高級銘柄の世界的な価格形成に及ぼす影響力から、特に注視されるだろう。同市場で売上高が17.9%減少したことは、産地全体の実績に影響し得る規模であり、消費者や取引業者の選別が強まるなか、高価格帯を維持できるのかという疑問も生じさせる。

こうした弱さがあるとはいえ、ブルゴーニュの輸出実績は、同産地のワインに対する海外需要が依然として大きいことを示している。1年間に約1億100万本を輸出したことは、依然として大きな商業基盤だ。しかし最新の数字からは、輸出量の増加がもはや自動的に金額の伸びにつながらなくなっていることがうかがえる。この変化は今後数カ月、ワイン業界全体の価格設定や販促、市場戦略を左右する可能性がある。