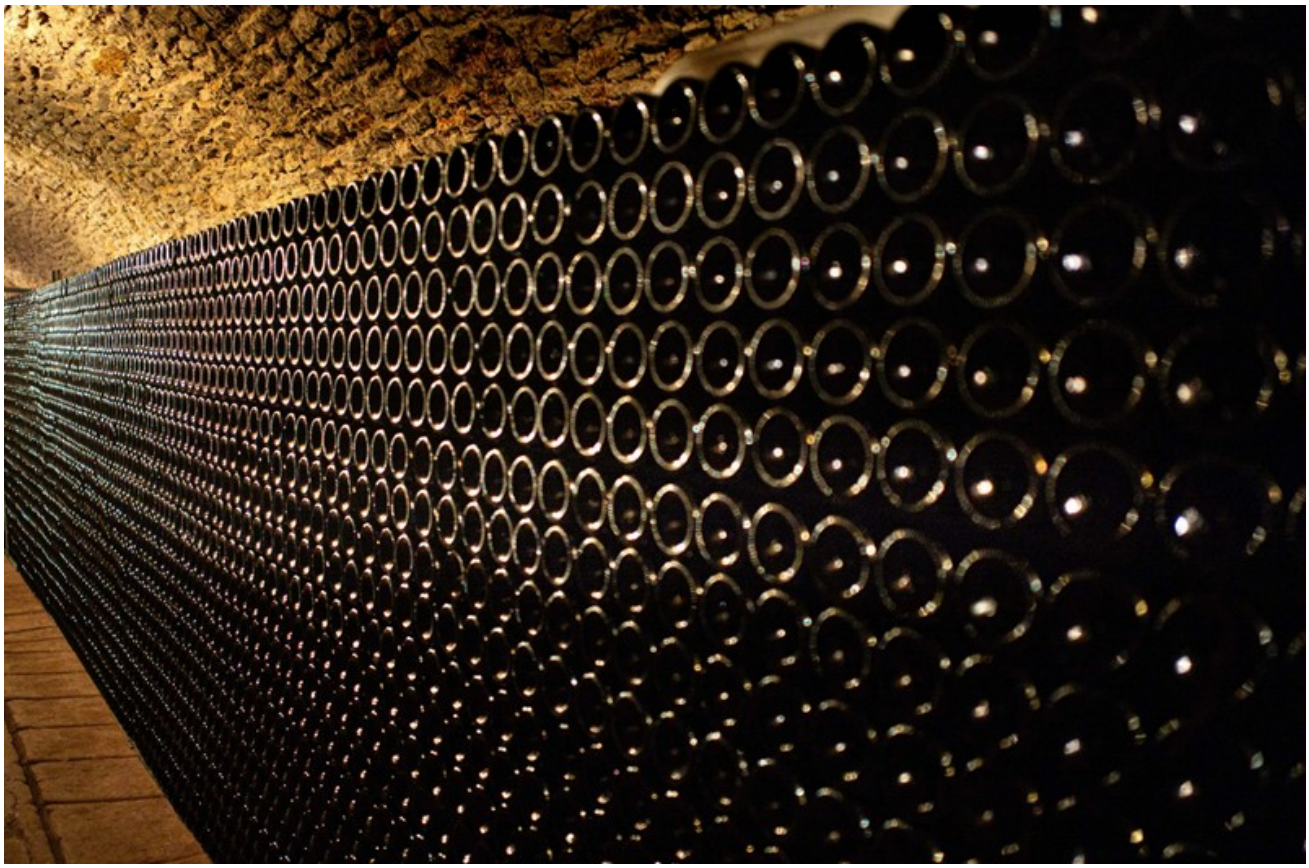
2026年末を前に高まる南米ワイン生産者の商業面の圧力

アルゼンチンでは国内出荷が減少、チリでは輸出が縮小。収穫量が13.2%増えたウルグアイでは在庫が増加している。

2026年11月16日（月）



南米のワイン生産者は、アルゼンチン、チリ、ウルグアイでそれぞれ異なる要因による商業面の圧力が強まるなか、2026年末を迎えようとしている。アルゼンチンではワイナリーの国内向け出荷が減少。チリでは輸出業者の海外販売が縮小している。ウルグアイでは、国内需要が低迷するなか、収穫量の増加によって在庫が膨らんでいる。

国ごとに直接の要因は異なるものの、地域全体ではブドウ栽培農家からワイナリー、流通業者、小売業者に至るまで、ワイン産業全体の負担が重くなっている。

Vineturの分析が引用した業界統計によると、アルゼンチンの9月の国内向けワイン出荷量は707,145ヘクトリットルで、前年同月比4.7%減だった。今年1～9月の減少幅はより小さ

く、0.2％。1月から9月までの出荷量は548万ヘクトリットルに達した。

アルゼンチンのデータを見ると、減少はすべてのカテゴリーで一様に起きているわけではない。品種別ワインは9月に14.3％減、1～9月には18.1％減となり、最も大きく落ち込んだ。一方、スパークリングワインは9月に3.6％増、白ワインは8％増だった。こうした動きからは、国内需要全体が軟化する一方、一部のカテゴリーでは依然として買い手がついていることがうかがえる。

アルゼンチンでは国内市場が依然としてワイナリーの主要な販売先であるため、この動向は重要だ。国内出荷が鈍化すると、価格、在庫、キャッシュフローに圧力がかかる可能性がある。市場全体を上回る落ち込みをすでに見せている高付加価値カテゴリーでは、特にその影響が大きくなり得る。

チリでは主に対外貿易が圧力を受けている。報告書が引用する公式データによると、1～9月のボトルワイン輸出は数量で5.3％、金額で5.2％減少した。農業研究政策局（Odepa）は10月の報告書で、ワイン輸出全体の数量が8.8％減少し、バルクワインの輸出は11.4％減ったと発表した。

チリの数値からは、輸出先によって実績にばらつきがあることがわかる。ブラジル、英国、ロシア向けの販売は増えた一方、米国、中国、日本では減少した。この3市場は、長年にわたりチリの生産者にとって主要な輸出先であり、特に重要だ。すでに価格、ブランドの位置づけ、流通網をめぐる競争があるなか、これらの市場での減少は他の地域での伸びを上回る影響を及ぼしかねない。

チリのワイナリーは、世界的なワイン消費の低迷に対応する生産者が多いなかで、輸出の減速に直面している。報告書によると、一部の生産者はワインツーリズムの拡充、商品ラインアップの絞り込み、「よりフレッシュで軽やか」、あるいは低アルコールをうたうスタイルの販売に取り組んでおり、脱アルコールワインもその一つだ。こうした動きは、従来型の輸出拡大だけに頼らず、収益源を多様化し、変化する消費者の好みに適応しようとする試みを示している。

ウルグアイが直面する問題は異なる。2026年は収穫量が増えたものの、国内市場には増加分を吸収するだけの勢いがない。生育条件に恵まれ、被害をもたらす雨もなかったことから、ブドウ9,320万キログラムから7,039万リットルを生産した。2025年比で13.2％の増加となる。

需要が伸びているときには豊作が追い風となるが、販売が低迷していると在庫負担につながりかねない。ウルグアイでは、生産量の回復が、ワイナリーの既存在庫と低調な国内市場に重なった。この組み合わせにより、売れ残ったワインが保管されたまま増え、運転資金を圧迫するほか、次の収穫期にワイナリーがどれだけのブドウを買い入れるのかという問題も生じる。

影響はワイナリーの貯蔵庫にとどまらない。在庫が高水準で続けば、ワイナリーは値引きや販促、飲食店や小売チャネルでの取り扱い拡大を通じて、より積極的に商品を販売しようとする可能性がある。在庫解消には役立つ一方、利益率を圧迫し、毎シーズンのワイナリーによる買い付けに頼るブドウ栽培農家の先行きを不透明にすることもある。

3カ国の状況を合わせて見ると、地域全体に共通する単一の要因があるわけではないものの、南米のワイン産業が圧力を受けていることがわかる。アルゼンチンでは国内流通が鈍化し、とりわけ品種別ワインが落ち込んでいる。チリでは主要な海外市場のいくつかで減少し、輸出実績が悪化している。ウルグアイは、市場の伸びが追いつかないなか、増加した収穫量を吸収しようとしている。

生産者にとっては、戦略をより地域に即した、差し迫ったものにする必要がある。アルゼンチンの

ワイナリーは、国内出荷の低迷が品種別ワイン以外にも広がるかどうかを注視しなければならない。チリの輸出業者は、ブラジルや英国などでの伸びが、米国やアジアでの減少を補えるかを見極める必要がある。ウルグアイのワイナリーが直面するのは、豊作と需要の低迷が重なった後の、より根本的な在庫管理と資金繰りの問題だ。

地域全体に共通する商業面での影響は、価格、在庫、販売チャネルへの圧力が強まっていることだ。ワイン生産者はすでに、消費者の習慣の変化と競争の激化にも直面している。こうした圧力は、ワイナリーが年末の最終局面に入るなか、ブドウの買い付け、商品構成、マーケティング、市場拡大に関する判断を左右しそうだ。