vinetur

スペイン、2026年のノンアルコールワイン販売量を300万リットルと予測

品質向上を背景に、スペインのノンアルコールワイン市場は2029年に500万リットルへ拡大する可能性がある。アルコール入りは9億リットルと大きな差がある。

2026年11月16日（月）



スペインのノンアルコールワイン市場は拡大しているものの、国内ワイン市場全体に占める割合は依然として小さい。

スペインワイン連盟（FEV）のホセ・ルイス・ベニテス事務局長は、11月16日（月）にEFEの取材に対し、伝統的にワインを消費してきたほぼすべての国で、購入者の約20％がノンアルコールまたは低アルコール製品を買っていると述べた。この発言は、消費者の習慣がより広い範囲で変化し、その動きがスペインにも及んでいることを示している。同国ではワイナリーが、従来のスティルワインやスパークリングワインにとどまらず、品ぞろえを広げている。

ベニテス氏によると、スペインでの消費量は絶対量で見ると、依然「非常に少ない」。2026年のノンアルコールワイン販売量は、スティルとスパークリングを合わせて約300万リットルと予測されている。これに対し、スペイン市場でアルコール入りワインは約9億リットルを占める。

この差から、数量ベースでは同セグメントが依然として限定的であることが分かる。それでも連盟によると、ノンアルコール製品の伸び率は高い。ベニテス氏は年間の増加率が「非常に高い」と述べ、消費量は2029年までにさらに200万リットル増え、500万リットルに達するとの見通しを示した。

この数字は、スペインがすでに他のワイン消費国で見られる傾向をたどっていることを示唆する。生産者は、アルコールを含まない、あるいはアルコール度数の低い選択肢を求める消費者に応えようとしている。同カテゴリーは従来型のワインに比べればはるかに小さいが、消費者の嗜好が多様化するなか、業界は拡大の余地があると見ている。

ベニテス氏は、需要拡大の大部分は製品の品質向上によるものだと説明した。最近まで、ワインを愛好する人がノンアルコール版を選ぶのは「非常に難しかった」と同氏は述べる。市場に出回る製品の多くが期待に届かなかったためだという。しかし状況は変わり、より幅広い消費者にとって「十分に楽しめる」選択肢が登場していると話した。

この品質向上はワイナリーにとって重要だ。ノンアルコールワインの成否は、健康やライフスタイルのトレンドだけでなく、日頃ワインを飲む人が味わいや個性を受け入れられるかどうかにも左右される。ベニテス氏の発言からは、技術の進歩によって、これまで同カテゴリーの拡大を妨げてきた主な障壁の一つが取り除かれつつあると業界が考えていることがうかがえる。

農業、輸出、食文化においてワインが中心的な位置を占めるスペインでは、ノンアルコールワインの台頭が短期的に従来製品の優位を脅かすことはない。2026年の予測が300万リットルであるのに対し、アルコール入りワインは9億リットルに達しており、規模の面では依然として周辺的な存在だ。それでも、2029年までに500万リットルに増えるとの予測は、一時的な急増ではなく、持続的な関心を生産者が見込んでいることを示す。

連盟の見解には、より広い商業的な計算も反映されている。伝統的なワイン市場の購入者の約20%が、すでにノンアルコールまたは低アルコール製品を購入しているのなら、この分野を無視する企業は、拡大する需要の一部を取りこぼしかねない。スペインの生産者には、品質の改善を続けると同時に、現時点では小規模ながら、選択肢の拡大を求める消費者の間で認知度を高めつつあるカテゴリーを育てる必要が生じている。