vinetur

ゼンパー・イデム・ウンダーベルク、ウンダーベルクとアスバッハの海外販売量が約20％増

上半期の海外販売量は全体で16％増加したが、同社はブランド別の販売数量を公表していない

2026年11月17日（火）



ドイツの酒類グループ、ゼンパー・イデム・ウンダーベルクAGは11月16日（月）、傘下ブランドのUnderbergとAsbachについて、2026/27年度上半期にドイツ国外での販売量がそれぞれ約20％増加したと発表した。

同社によると、増加が記録されたのは4月1日から9月30日までで、2025年の同じ期間と比較した。いずれのブランドについても、リットル、ボトル、ケース単位の実数は公表していないため、増加規模は発表された割合を超えて検証できない。また、Underberg、Asbachともに国別の内訳は示さ

れなかった。

ゼンパー・イデム・ウンダーベルクによると、同じ6カ月間のドイツ国外での販売量は全体で約16%増加した。同社はブラジル、米国、北欧諸国を海外事業の重要な成長市場に挙げたが、各市場の寄与度や、いずれか一方のブランドが増加をより大きく牽引したかどうかは明らかにしていない。

この数字は、ドイツ産酒類の異なる2カテゴリーで、海外需要が拡大したことを示している。Underbergは1846年から販売されている同グループのハーブビターズブランド。Asbachは1892年創業のドイツのブランデーブランドで、リューデスハイムで生産されている。同社の発表では、市場別の実績や価格、商品構成による影響をブランドごとに分けていない。

ラインベルクに本拠を置く同グループによると、上半期の売上高は前年同期の6,770万ユーロから6,840万ユーロに増加した。公表された数字に基づくと、伸び率は約1.0%となる。これは海外販売量の増加率を下回るペースであり、地域やブランドによって成長にばらつきがあった可能性を示唆する。ただし、価格、商品構成、為替の影響を判断できるだけの詳細は公表されていない。

ゼンパー・イデム・ウンダーベルクは、国内の酒類市場が低迷するなかで海外事業が伸びたと説明した。NielsenIQのデータを引用し、ドイツの酒類業界の売上高は2026年の最初の9カ月間に3%減少したとしている。同社は市場縮小のなかでシェアを拡大した証拠として自社の実績を示したが、市場シェアのデータは公表していない。

UnderbergとAsbachの海外での伸びに加え、同社によると、St. Hubertusブランドのドイツ国内での上半期販売量は約17%増加した。同社はこの伸びを、最近のライン拡充と商品イノベーションに結び付けている。

ブランド別の業績更新と同時に、ゼンパー・イデム・ウンダーベルクは既存社債の借り換えに着手した。同社は11月16日（月）、監査役会の承認を得て、経営陣が償還期限を2032年とする新たな社債の発行を決定したと発表した。発行目標額は最大4,500万ユーロ。同社によると、新社債は2022/2028年債の借り換えに充てる。

同社によると、新社債の想定利率は6.00%から6.75%で、最終利率はブックビルディング後に決定する。既存の2022/2028年債の保有者には、新社債への1対1での交換と、交換1口につき5ユーロの現金支払いに加えて経過利息を受け取る選択肢が提示された。交換申込期間は11月17日（火）に始まり、12月1日午後6時（中央ヨーロッパ時間）までとなる。

ゼンパー・イデム・ウンダーベルクは新社債の公募も開始した。同社によると、ウェブサイトを通じた申し込みは11月17日（火）に始まり、12月3日午後6時（中央ヨーロッパ時間）まで受け付ける。フランクフルト証券取引所のDirectPlaceシステムを通じた申し込みは、11月18日（水）から12月4日正午（中央ヨーロッパ時間）までの予定。最低申込額は1,000ユーロで、同社は募集を早期に終了する権利を留保するとしている。

同社によると、社債発行目論見書は11月16日（月）にルクセンブルクの金融規制当局、Commission de Surveillance du Secteur Financierの承認を受ける見込みだった。ゼンパー・イデム・ウンダーベルクは、新社債をフランクフルト証券取引所のOpen Market区分で取引する予定とし、B. Metzler seel. Sohn & Co. Aktiengesellschaftを単独主幹事として、欧州の一部の国の機関投資家向けに私募も実施する計画だと述べた。

同グループによると、2025/26年度の売上高は1億3,690万ユーロ、調整後EBITDAは1,230万ユーロだった。2026/27年度通期については、売上高が前年度並みとなり、調整後EBITDAは1,100万ユーロから1,200万ユーロの目標レンジの上限に近い水準になると予想している。

ゼンパー・イデム・ウンダーベルクは、自社をプレミアムスピリッツの製造・販売を手がける家族経営企業と位置付けている。UnderbergとAsbachのほか、PITÚ、St. Hubertus、XUXU、Zwack Unicum、Grasovkaをポートフォリオに持ち、Amarula、BOLS、Koskenkorva Vodka、Linie Aquavit、STROH、The Standard 1894、Túnel、Ouzo of Plomariなど、他社ブランドの販売も手がける。同じ発表のなかで、同社はパートナーブランド事業の拡大を続ける一環として、ドイツ国内でLoch Lomondのウイスキーの販売も担うと明らかにした。