50ドル以上のワイン市場、若年層が成長をけん引

Wine Market Councilの調査では、60歳未満は60歳以上に比べ、購入量を増やしていると答える割合がほぼ2倍だった

2026年11月18日（水）



Wine Market Councilが11月17日（火）に発表した新たな調査によると、50ドル以上のワイン市場では若年層の存在感が高まる一方、年齢層の高い購入者には買い控えの兆しが見られる。

同団体が実施した高級ワイン消費者調査の第1段階では、60歳未満の購入者は、一般に資産が少ないにもかかわらず、年齢層の高い消費者よりも高価格帯のワインの購入を増やしていると答える割合が高かった。この結果は、高級ワインを購入する層について長く定着してきた見方が変わりつつあることを示すもので、生産者、小売業者、飲食店が品ぞろえを決め、顧客を引きつける方法にも影響する可能性がある。

調査結果は11月11日のウェビナーで、Wine Market Councilの会長Michelle Egan氏と調査部門ディレクターのChristian Miller氏、Wine Opinionsの創設者兼最高経営責任者John Gillespie氏が発

表した。調査はWine Market CouncilとWine Opinionsが共同で実施した。

研究者は1,401人を対象に調査し、このうち714人が50ドルを超えるワインを少なくとも時折購入する人に該当した。Wine Opinionsの調査パネルは年齢層が高めに偏る傾向があるため、オンライン調査で500人以上を追加し、その約80％を40歳未満とした。回答の誇張を抑えるため、回答者には直近で購入した50ドル以上のワインを特定し、その価格帯で好きなワインを挙げてもらった。Wine Opinionsはさらに、1対1のインタビューを15件実施した。

該当する21～39歳の購入者のうち、17％が、2～3年前と比べて50ドル以上のワインを多く購入していると答えた。この割合は、60歳以上の購入者のほぼ2倍だった。40～59歳では16％だった。一方、50ドル以上のワインへの支出を増やす予定だと答えた60歳以上の回答者は、わずか9％だった。

その一方で、全年齢層の回答者の約3分の1は、今年、この価格帯のワインへの支出を減らす見込みだと答えた。調査からは、こうした消費者の多くがワインを完全にやめるのではなく、より低価格のカテゴリーに移っていることがうかがえる。回答者の実に89％が、25～49ドルのワインを少なくとも2～3カ月に1回購入すると答えた。

調査ではまた、高級ワインの購入者層は、業界関係者が想定しているよりも幅広い年齢層に分布していることが分かった。該当する購入者のうち、21～39歳は29％、40～59歳は31％、60歳以上は40％だった。12月に発表予定の調査第2段階では、各層の規模をより正確に推計する見通しだ。

年齢による違いよりも、性別による違いのほうが際立った。21～39歳の購入者では女性が58％、40～59歳では55％を占めた。60歳以上の購入者では、男性が68％だった。

一方、所得や資産には世代間で依然として大きな差がある。21～39歳の回答者の半数が世帯純資産は10万ドル未満と答えたのに対し、60歳以上では7％だった。Gillespie氏によると、若年層の購入者には、世帯収入を合わせて、50～80ドルのボトルを少なくとも時折購入するカップルが多いようだ。

購入したボトルをどう扱うかは、調査で最も明確な世代間の違いを示した。若年層は、高価なボトルを保管するより、すぐに開ける傾向がはるかに強かった。21～39歳の回答者では、21％が100ドルを超えるボトルを少なくとも週に1回開けると答えた。60歳以上では3％だった。

この傾向は、長年にわたり高級ワイン市場の一部を形づくってきた、コレクター中心のイメージとは異なるタイプの高級ワイン購入者を示している。調査対象の若年層は、ワインセラーを持つ割合が低く、自宅に大量の在庫を抱えることも少なく、高価なワインを長期保存するものと考える傾向も弱かった。インタビューでは、所得の低さ、住居の狭さ、持ち家ではなく賃貸住宅に住むこと、引っ越しの頻度が高いこと、そしてワインを熟成させるより今飲みたいという単純な好みなど、いくつかの理由が挙がった。

若年層はワインクラブとの結びつきも弱かった。21～39歳の回答者では、43％がワインクラブに入会したことがないと答え、複数のクラブに所属している人は18％にとどまった。60歳以上の購入者では、41％が複数のクラブに所属していた。若年層の入会率が低いことは、特定のワイナリーとの結びつきが弱く、ブランドや産地をまたいで購入する傾向が強い可能性を示している。

すでにその傾向は現れているようだ。Miller氏によると、若年層はカリフォルニアへの依存度が低

く、より幅広い産地のワインを購入することに前向きだという。同氏は、この傾向はWine Market Councilが実施したほかの調査にも表れていると述べた。生産者や販売業者にとっては、高級ワインの購入者に対する従来の見方が変化するなかで、商機となる可能性がある。高級ワインの買い手は年齢層が高く、収集を好み、主にカリフォルニアに関心があると想定した売り場づくりでは、現在の市場の一部を取りこぼしかねない。

調査ではまた、若年層は高い価格を受け入れる一方、それに見合う価値を求めていることが分かった。Wine Opinionsが実施したインタビューでは、消費者は高価格が関心を引くきっかけになる一方、品質への期待も高まると話した。信頼できる小売業者や、自分の好みを理解しているソムリエから勧められた場合、自分で調べた場合、あるいは実際にワイナリーを訪れた場合に、購入への確信が強まるという声があった。

12月に予定されている調査の次段階では、高級ワインの消費者が重視する属性を検証し、購入者をペルソナに分類する見通しで、高級ワイン市場の変化をより詳しく捉えることになる。