米国の輸入が18%減、イタリアワイン生産者に世界的な減速の波

ローマで発表されたデータによると、英国、ドイツ、イタリアのスーパーで需要が弱まり、2026年のスティルワイン販売は3.6%減少した

2026年11月19日（木）



Consorzio Italia del Vinoが主催し、11月17日（火）と18日（水）に開催されたワイン文化イベント「WIN&」でローマに発表されたデータによると、イタリアのワイン生産者は国内外で需要の低迷に直面している。主要な海外市場の一部で輸入が減少し、国内小売の販売も落ち込み続けている。

ローマのHorti Sallustianiで開かれた討論会には、生産者、市場アナリスト、政府関係者が参加した。議論の中心となったのは、消費の鈍化、国際市場の軟化、気候変動の圧力、アルコールや健康に対する消費者意識の変化に直面する業界の現状だ。登壇者らは、こうした動向を受け、企業は販売方法や消費者への伝え方を見直さざるを得ないと述べた。

Consorzio Italia del Vino会長のRoberta Corrà氏は、業界はもはや輸出量や短期的な販売実績だけに注力できないと語った。「イタリアワインの未来は、輸出できる量だけで決まるのではなく、生産を取り巻く価値をどれだけ築けるかにかかっています」と述べ、品質、持続可能性、文化、新たな市場への理解を深めることが成長の主な原動力になると指摘した。

同団体によると、コンソーシアムには合計売上高が15億ユーロを超えるワイン生産者24社が加盟し、イタリアワイン輸出の約15％を占める。市場環境が厳しさを増すなか、企業、機関、研究グループの連携を深める必要があるというのが、ローマで示されたメッセージだった。

Nomisma Wine Monitor責任者のDenis Pantini氏は、幅広い市場の減速を示すデータを発表した。イタリアでは、食品・飲料消費の総額が2019年の880億ユーロから2025年には830億ユーロに減少した。ホテル、レストラン、ケータリングを含むHoReCaでは、事業者の61％が過去2年間のワイン販売はおおむね横ばいと回答し、29％は減少したと答えた。より顕著な落ち込みが見られたのは大規模小売で、ワイン消費は8年間で20％減少している。

Nomismaによると、2026年1～9月のイタリアのスーパーマーケットなど大規模小売店におけるスティルワインの販売は3.6％減少し、赤ワインは5.4％減となった。一方、スパークリングワインは1.3％増加し、伝統方式のスパークリングワインが12.3％伸びたことが追い風となった。

同じ傾向はイタリア国外でも見られる。イベントで発表されたデータによると、世界のワイン消費量は2020年の2億3,200万ヘクトリットルから2025年には2億800万ヘクトリットルに減少した。2026年1～9月のワイン輸入は、米国で18％、英国で4.8％、ドイツで6.1％減少した。飲料業界にとって、主要な買い手市場3カ国で同時に後退が起きれば、輸出販売への圧力が強まり、特に成熟市場の低迷が続く場合、生産者には販売先の多角化が一層求められる。

減速への対応策は、販売先の地理的な多角化だけではなく、消費者とのつながりを取り戻す幅広い取り組みでもあると、登壇者らは述べた。Nomismaの分析によると、35歳未満の人々がワインを飲む頻度は約20年前とほぼ同じだが、より大きく減少したのは年齢の高い層だった。現在、24歳以下の消費者が消費全体に占める割合は2％、25～34歳は6％となっている。新たな飲み手を呼び込みながらワインの独自性を損なわないためには、より平易な言葉と親しみやすい伝え方が必要だと、業界は見ている。

ワインの購入・消費方法にも変化が見られる。ボトル単位の販売に比べてグラスワインの販売が伸びていることは、消費者がより柔軟な選択肢と、支出を細かく管理できる方法を求めていることを示唆する。需要が以前より選別的になっているなか、生産者、流通業者、飲食店には、包装、価格設定、販促をそれに合わせて見直す必要が生じる可能性がある。

米国、英国、ドイツが引き続き戦略的市場と見なされるなか、ローマでの議論の多くは、次の成長がどこから生まれるかに集中した。Pantini氏は、ルーマニア、チェコ、トルコ、ベトナム、ポーランド、タイ、韓国、メキシコ、オーストラリア、ブラジルを注目国として挙げた。これらの市場は合わせて2026年上半期に5.9％の成長を記録し、全体的な傾向に逆行した。

イベントに出席した政府関係者は、民間企業の戦略と同様に政策支援も重要になると述べた。欧州議会副議長のAntonella Sberna氏は、ワインは若い世代に受け継ぐべき文化的資産だとし、規則の簡素化と販促の強化が業界の助けになると語った。イタリア農業省の事務総長Teresa Nicolazzi氏

は、企業が海外の新たな販路を開拓し、既存市場の需要低迷に対応するなかで、支援策や共同出資の仕組みを利用しやすくする必要があると述べた。関税や通商政策をめぐる不透明感が輸出業者のリスクとなっている米国について、企業は引き続き動向を注視している。