vinetur

ドイツ、クリスマスマーケットで「ノンアルコール・グリューワイン」の名称使用を解禁

EU規則の改正で、グリューワインをアルコール度数7%以上とする従来の定義に基づく表示禁止が撤廃。2026年シーズンからドイツで「ノンアルコール・グリューワイン」が可能に。

2026年11月20日（金）



ドイツのクリスマスマーケットでは、脱アルコール処理したグリューワインを、その内容を最も端的に表す名称で販売できるようになった。「ノンアルコール・グリューワイン」、または「ノンアルコールのホットワイン」と表示できる。2026年のクリスマスシーズンから適用されるこの変更は、グリューワインをアルコール度数7%以上の製品と法的に定義していたため、従来はこうした表示を禁じていた欧州連合（EU）規則の改正によるものだ。

SWR Aktuellは金曜日、季節の定番飲料となっているバーデン＝ヴュルテンベルク州のクリスマスマーケットで、新たな名称ルールがすでに使われていると報じた。このルールは小売店にも適用されるが、業界関係者によると、今シーズン向けの商品は旧来の名称で準備・流通が始まっているものが多いため、店頭で広く見られるようになるまでには時間がかかる可能性がある。

ヴュルテンベルク州ワイン生産者協会の専務理事、ヘルマン・モラスト氏はSWRに対し、そのため小売店での切り替えはゆっくり進むだろうと語った。一方、マーケットの屋台では、新しい表示がただちに使われる見通しだ。これまでは、通常のワインではなく脱アルコール処理したワインを使った飲料について、生産者や販売業者が「グリューパンチ」などの代替名称や別の販売名を使うことが多かった。

ワイン業界団体は、今回の変更によって消費者にとって表示が分かりやすくなると述べた。モラスト氏はSWRに対し、実質的にはノンアルコール版のホットワインである商品を販売しているのに、「パンチ」を売っている理由を説明しなければならず、ワイナリーは対応に苦慮していたと語った。名称が明確になれば、特に価格や価値が厳しく見られるクリスマスマーケットで、購入する商品を顧客が理解しやすくなるという。

バーデン州ワイン生産者協会も同様の見方を示した一方、需要が急増するとは見込んでいない。同協会の専務理事ホルガー・クライン氏はSWRに対し、「ノンアルコール・グリューワイン」という名称は消費者にとってすぐに理解できるため、マーケティングが容易になり、需要を下支えする可能性があると述べた。また、この表記によって、脱アルコール処理したワインを使う商品と、果汁で作るノンアルコールのパンチ飲料との違いが、より明確になるとも語った。

この区別は、クリスマスマーケット以外でも重要になる可能性がある。ワイナリー、流通業者、小売業者にとって、今回のルールは、これまで代替名称で販売されてきた季節限定飲料に、より明確な法的な位置づけを与えるものだ。また、脱アルコール処理したワインを使う商品を、温かい果汁飲料のパンチとは異なる形で販売できるようになり、冬の重要な販売時期における商品陳列、消費者の期待、ブランド戦略に影響する可能性がある。

業界団体によると、ドイツではノンアルコールワインの市場全体が小規模ながら拡大している。クライン氏は、ドイツワイン協会向けにNielsenIQがまとめたデータを挙げ、ドイツで購入されたノンアルコールワインの販売量は2024年に前年比86％増加したと指摘した。それでも、ワイン市場全体に占める割合は依然として数％にとどまる。クライン氏は、この傾向が、より季節性の高い商品であるノンアルコール・グリューワインにどこまで当てはまるかは分からないと述べた。

消費者団体も表示の明確化を歓迎したが、買い物客は「ノンアルコール」と、厳密な意味での「アルコールフリー」を混同すべきではないと注意を促した。バーデン＝ヴュルテンベルク州消費者センターで食品・栄養を担当する専門家、ザビーネ・ホルツエプフェル氏はSWRに対し、ノンアルコール・グリューワインでもアルコール度数が0.5％未満の場合があると語った。そのため、子どもや妊婦、アルコールを完全に避けている人には適さないという。こうした人には、茶や果汁をベースにした温かい飲み物がより適していると述べた。

今回のルール改正により、実際にはすでに市場に出回っていたものの、名称では表現できなかった飲料を、ドイツの生産者がより簡潔に説明できるようになった。これによって販売が大幅に伸びるかどうかは不透明だが、ワイナリーやマーケットの運営者は、カップの中身をより正確に表す名称

を使えるようになった。