チリのワイン業界、2026年の売上高は4〜5%減を予想

運賃低下と輸出市場の安定化で、2027年はより安定する可能性があると生産者は予想。ブラジルが需要をけん引する

2026年11月22日（日）



チリのワイン業界は2026年も厳しい年になると予想しており、売上高は4〜5%減少する可能性が高い。一方、運賃が低下し、主要輸出市場の変動が小さくなれば、2027年はより安定した見通しになるとみている。業界団体Vinos de Chileのアルフォンソ・ウンデュラガ会長が明らかにした。

11月21日土曜日に掲載されたインタビューで、ウンデュラガ氏は、業界は2026年を力強い滑り出しで迎え、第1四半期の堅調な動きを受けて回復への期待が高まったと語った。しかし3月、イランをめぐる緊張で原油価格と輸送費が上昇し、状況は一変したという。海外出荷への依存度が高く、世界的なワイン消費の低迷にも直面する業界にとって、大きな打撃となった。

チリ農業研究・政策局のデータによると、チリは生産量の約80%を輸出している。このため、ワイ

ナリーは運賃や為替変動、海外需要の変化にとりわけ敏感になっている。ウンデュラガ氏は、現在の低迷は自身が業界で見てきた中で最も長く、深刻な危機だと述べた。消費の軟化に加え、一部の飲み手が低アルコール飲料へ移行するという、より広範な変化が重なっているという。

それでも、被害が広範な経営破綻につながっているわけではないと同氏は語った。多くのワイナリーは事業再編や規模縮小などの対応を進めており、全面的な閉鎖や倒産は限られている。この違いは、数年にわたり圧力を受けてきたチリのワイン供給網に関わる生産者、栽培農家、流通業者にとって重要だ。

複数の輸出市場が減少を和らげる役割を果たしていると、ウンデュラガ氏は述べた。ブラジルは際立った輸出先となり、現在はチリにとって揺るぎない最大市場だという。多くの従来市場が低迷する中でも、成長を続けている。カナダも業界の予想を上回った。同氏によると、カナダと米国の貿易摩擦を受け、同国で米国産ワインの存在感が低下したことがチリに追い風となった。最も大きく伸びたのは2025年で、2026年後半までの12カ月間も、カナダでのチリ産ワインの販売は7%増加した。

ロシアも補完的な市場となっているが、限界もある。ウンデュラガ氏によると、ウクライナでの戦争を背景にロシアの調達先が多くの欧州供給国から移る中、2026年のチリ産ワインの対ロシア輸出は27%増加した。ただし、同市場は低価格帯のワインに集中しており、恩恵を受けているのは、業界が拡大を望むプレミアム市場ではなく、チリの低価格帯の生産者だという。

この傾向は、チリの輸出をめぐるより広い構図を反映している。世界第4位のワイン輸出国であるチリは、経済が低迷する時期に市場シェアを伸ばすことがある。チリ産ワインは一般に、フランス、イタリア、スペイン産より価格が低いためだとウンデュラガ氏は述べた。景気後退局面では、消費者はカテゴリーそのものから離れるのではなく、より安価な商品に移ることが多い。飲料業界全体にとっても、チリは注視すべき重要な国だ。チリ産ワインの輸出動向は主要な酒類市場での価格設定や販促、店頭スペースに影響し、貿易摩擦によって需要がある供給国から別の供給国へ移ることもある。

インドは、目先の成長をけん引する市場というより、長期的な目標だ。チリは市場開拓に多額の投資をしてきたが、150%の関税が依然として進出の妨げになっているとウンデュラガ氏は述べた。チリ政府は自由貿易協定の締結に向けて取り組んでおり、2026年中、またはその直後に実現する可能性があるという。実現したとしても、インドではワインが多くの消費者にとってまだ定着した習慣ではないため、成果が出るまでには時間がかかると同氏は述べた。蒸留酒市場は大きいものの、ワイン市場の成長には時間を要するという。

同氏は、チリとの貿易協定を追い風に、中国が5年以内に輸出先上位10カ国に入った過去の経緯と対比した。インドでは、より長い時間がかかる可能性があるという。2027年については、需要の急増を見込んでいるわけではないが、国際的な混乱が和らげば、市場環境はより落ち着くと期待していると述べた。

ウンデュラガ氏は、2027年もブラジルからは明るい兆しが続くはずだと述べた。また、メキシコ、コロンビア、ペルー、ベネズエラも、現状から成長する余地がある市場として挙げた。ウクライナでの戦争が終結し、欧州勢が再び参入すれば、ロシア市場は縮小する可能性がある。ただし、その影響は主に低価格帯に及ぶという。

全体的な見通しについて、同氏は、すでに業界を圧迫している要因以外に、新たな大きな脅威が現れるとは考えていないと述べた。原油価格の下落を運賃低下の理由として挙げ、米国の政治や通商政策をめぐる不確実性が和らぐことを業界は期待しているという。同氏の基本的な見方では、需要が急増しなくとも、現在の状況が正常化すれば、2027年は2026年より良い年になる。

ウンデュラガ氏はまた、チリは海外でのワイン販促により多くの資金を投じる必要があると主張した。国際販促に対する公的支援は約100万米ドルにとどまり、世界のワイン輸出上位3カ国が投じる5000万米ドル超を大きく下回るという。初開催となるVinexpo Explorerの開催国にチリが選ばれたことにも言及した。同イベントには約30カ国から50人のバイヤーが参加する見込みで、チリのイメージ向上や輸出受注の獲得につながる商談の場になると期待される。

国内では、消費の減少や飲酒習慣の変化が続いた後、業界は国内市場での存在感を取り戻す必要もあると同氏は述べた。チリの生産者が直面する課題は、もはや景気低迷を乗り切ることだけではない。消費者の選択肢が増え、価格への感度が高まり、多くの場合、10年前に比べて伝統的なワイン消費への関心が薄れている飲料市場で、ワインの地位を守ることも課題となっている。