vinetur

豪州産白ワインの中国向け出荷、2026年第3四半期に143.6％増

輸出額は51.9％増えた一方、FOB平均価格は1リットル当たり約A $2.26となり、前年同期を約38％下回った

2026年11月22日（日）



2026年第3四半期、豪州産白ワインの中国本土向け出荷量は急増したが、輸出平均価格は大幅に下落した。主要市場の一つである中国で、数量が伸びる一方、単位当たりの価値が低下するという二極化が浮き彫りになった。

Wine Australiaのデータによると、11月13日にVino Joy Newsが報じ、Wine Makers Showも取り上げたように、7～9月期の豪州産白ワインの中国本土向け輸出量は前年同期比143.6％増の526万リットルとなった。輸出額は51.9％増のA $11.87 millionだった。この差により、FOB輸出平均価格は1リットル当たり約A $2.26となり、2025年の同じ四半期から約38％下落した。

白ワインの第3四半期の実績が際立ったのは、豪州の輸出全体が低調だったためだ。四半期の豪州産ワインの世界向け輸出量は4.7%減の148.25 millionリットル、輸出額は7.3%減のA $520.57 millionだった。英国向け出荷は数量で8.7%、金額で12.6%減少し、米国向け輸出も数量で4.5%、金額で12.5%減った。

中国本土向けは全体として逆の動きを示したものの、白ワイン単独に比べると伸びは大幅に緩やかだった。第3四半期の豪州産ワインの中国本土向け輸出量は14.9%増の17.06 millionリットル、輸出額は1.9%増のA $166.33 millionとなった。スパークリングワインも小規模なベースから伸び、数量は22.8%増の171,818リットル、金額は25.4%増のA $1.95 millionだった。一方、赤ワインの輸出額は0.5%減少。四半期の中国向け輸出の小幅な伸びは、白ワインとスパークリングワインが支えた。

価格データからは、白ワインの回復が、同じ製品への需要が単純に増えたというより、出荷品目の構成変化によるものだったことがうかがえる。中国本土向けに輸出された白ワインは526万リットルでA $11.87 millionだったため、その平均価格は同四半期の豪州産ワイン全体の平均を大きく下回った。全カテゴリーを合計すると、中国本土向け豪州産ワインの平均価格は、輸出額A $166.33 million、輸出量17.06 millionリットルに基づき、1リットル当たり約A $9.75だった。

飲料業界にとって重要なのは、数量と金額の乖離が、価格決定力の広範な改善ではなく、販売構成の変化を示している可能性がある点だ。中国向けに低価格帯のボトルワインやバルクの白ワインが多く出荷されているなら、出荷数量が増えても、生産者、輸入業者、販売業者の利益率は同じようには伸びない可能性がある。今回の数字は、中国市場における豪州産ワインの位置づけの変化を示している可能性もある。白ワインの伸びが、カテゴリー内のすべてのセグメントで収益改善につながるとは限らない。

Wine Makers Showは、白ワインの輸出平均価格の下落を、特定の銘柄が38%値引きされた証拠と受け止めるべきではないと指摘した。出荷構成が変われば、平均価格は急速に下がることがある。中国本土向け輸出では、南オーストラリア州がA $106.55 millionで引き続き最大の供給元となり、32%増加した。金額で2番目に大きかったのはA $16.78 millionの「No Label Claim」に分類されるワインで、地域の原産地表示がないことを意味する。高級生産者の出荷量が少ない一方、業務用またはバルクの白ワインの比率が高まれば、高級ワイナリーが価格を維持していても、1リットル当たりの平均額は押し下げられる。

白ワインが大きく伸びたとはいえ、中国市場は豪州産ワインにとって依然として圧倒的に赤ワイン中心だ。第3四半期の豪州産ワインの中国本土向け輸出額に占める白ワインの割合はわずか7.14%で、赤ワインは91.62%だった。世界全体では、豪州の輸出構成における白ワインの比重はより大きく、輸出額の27.74%を占める。赤ワインは70.38%だった。

それでも、中国は豪州の高価格帯ワイン貿易にとって引き続き重要な市場だ。第3四半期、中国本土が購入した豪州産ワインの金額は英国の2倍を超えたが、輸出量では英国、米国、カナダに次ぐ4位だった。FOB価格が1リットル当たりA $10以上のワインは、中国本土でA $137.82 millionを生み出し、この価格帯における豪州の世界全体の収益の59%に相当した。

Vino Joy Newsが取材した市場関係者によると、中国の買い手は過去2年間、豪州産白ワインへの関心を高めており、特にプレミアム・シャルドネやハンター・ヴァレーのセミヨンに注目している。

上海の輸入業者Shanghai Pran Winesの代表、Hong Boyongは同媒体に対し、ブルゴーニュの一部地域で価格が上昇するなか、かつてブルゴーニュに注目していた消費者の一部が、異なる価格価値を持つ代替品を探すようになったと語った。また、Leeuwin Estateなどの生産者が上海で白ワインの試飲会を強化しているとも報じた。

ただし、今回の四半期データからは、最近の出荷がすでに消費者の購買につながったかどうかは分からない。税関統計が示すのは豪州からのワインの搬出であり、小売店やレストランでの販売本数ではない。9カ月間の数字をみると、より慎重な見方が必要だ。2026年1～9月の豪州産ワインの中国本土向け輸出額は、数量が8.2%増の79.31 millionリットルとなった一方で、前年同期比10.4%減のA $758.59 millionにとどまった。

こうした動きから、一部のアナリストは第3四半期の改善を、持続的な需要急増の明確な証拠ではなく、関税撤廃後の調整の一環とみている。Wine Makers Showは、関税撤廃後に積み上がった在庫が徐々に消化されていることを反映している可能性があると指摘した。アジアの他の市場も、地域全体の上昇傾向を示すのではなく、まちまちの動きとなった。第3四半期の輸入額は、シンガポールが16.0%減のA $20.62 million、香港が22.5%減のA $15.00 million、日本が16.8%減のA $10.35 millionだった。タイは輸入量が14.1%減ったものの、金額は26.3%増のA $14.67 millionとなった。豪州の上位10市場のうち最も大きく伸びたのはインドネシアで、金額は59.0%増のA $7.66 million、数量は44.0%増だった。

豪州のワイン輸出業者にとって、今後数四半期の動向は、中国本土向け白ワインの増加が継続的な需要を反映したものなのか、一時的な在庫循環なのかを見極める材料となる。直近の数字は出荷の明確な増加を示す一方、回復を牽引したボトルの輸出価格は平均で前年を大きく下回っていたことも示している。