中国のフランス産ワイン輸入、9月は66.17%増

ボルドーのリリース価格引き下げと輸入業者の在庫補充が、中国の9月のフランス産ワイン輸入増を押し上げた。消費全体の回復ではないという。

2026年11月24日（火）



中国のフランス産ワイン輸入は9月に大きく伸びた。ただ、市場関係者によると、この増加は中国の消費者需要が広く回復したというより、一部ボルドーワインのリリース価格引き下げと在庫補充を反映しているとみられる。

Vino Joy Newsが中国税関のデータを集計したところ、9月のフランス産ワイン輸入量は444万リットル、輸入額は7,369万ドルだった。輸入量は8月比で96.61%、前年同月比で66.17%増加した。輸入額はさらに大きく伸び、8月比で129.70%、前年同月比で88.60%増となった。

輸入申告額ベースの平均単価は1リットル当たり16.59ドルと、8月から16.83％上昇した。輸入額の伸びが輸入量を上回ったことから、9月の数値は、中国に入ったワインの構成が高価格帯へと移ったほか、出荷量も増えたことを示唆している。輸入額は国境での価格を反映するもので、小売店やレストランで消費者が支払った価格ではない。

この急増により、フランスは9月の輸入額ベースでオーストラリアを抜き、中国最大のワイン輸入元となった。一方、ここ数年の市場全体の動きとは対照的だ。中国税関のデータによると、フランス産ワインの輸入量と輸入額は、2022年から2025年にかけておおむね減少していた。

Vino Joy Newsの取材に応じた輸入業者は、9月の増加について、貿易カレンダー上のタイミングが影響したと説明した。高級ワインのサプライチェーン企業Fine　Westの最高経営責任者、Wu Xianghua氏は、フランスの業者が8月の休暇期間を終えて戻る時期と、中国の輸入業者が年末商戦の準備を始める時期が重なったと述べた。この組み合わせが注文の波を生み、9月の新たなワインのリリースも勢いを加えたという。

2024年ヴィンテージのボルドーのリリース価格引き下げも、買い手を呼び戻す一因となった。高級ワイン需要が低迷し、以前のヴィンテージの価格には抵抗感が広がっていた。Vino Joy Newsが引用したDecanterおよびワイン市場の報道によると、Château Lafite Rothschildは2023年ヴィンテージ比でリリース価格を約29％引き下げた。Château Mouton RothschildとChâteau Margauxは約25％、Château Palmerは約41％値下げした。

Wu氏は、価格引き下げと同じくらい出荷のタイミングも重要だったと述べた。2024年のCarruades de LafiteとPetit Moutonは9月までに出荷が始まっており、輸入業者は、価格競争力が保たれているうちに中秋節商戦を捉えようと、迅速な動きを望んでいたという。

上海を拠点とするMerveille Businessの最高経営責任者、Li Yajun氏も同様の見方を示した。同氏はVino Joy Newsに対し、2024年ヴィンテージはここ約6年で最も価格が低く、コストパフォーマンスが高いことから、買い手の関心を集めていると語った。2024年のCarruades de Lafiteは9月に少量が中国に到着し、10月にはより大規模な入荷があったという。

知名度の高い銘柄の一部で在庫が少なかったことも要因となった。市場が低迷するなか、多くの輸入業者はリスクを抑えるため在庫を絞っていた。特定のワインが入手しにくくなると、業者は休暇需要に備えて棚を補充し始めた。杭州のHangzhou Zhuoyuan International Trade Co.のゼネラルマネジャー、Dai Pengxuan氏は、中秋節を前に、知名度の高いワインの一部が不足したことで、フランス産ワインの仕入れが増えたと述べた。

Dai氏によると、一部の販売業者は春節に向けてCarruades de Lafiteの購入に集中しており、中秋節の時期には一部商品の在庫が逼迫していた。そのため、業者は他の有名シャトーのワインも含め、フランスからの仕入れを増やしたという。同氏は、9月の購入を市場の明確な回復の証拠ではなく、在庫サイクルの一環と説明した。

この違いこそ、9月のデータを読み解くうえで最も重要かもしれない。輸入の増加は、必ずしも消費されるボトルの本数が増えたことを意味しない。輸入業者が在庫不足を感じ、補充が必要だと判断した可能性もある。ワイナリーや輸入業者をはじめとする飲料企業にとって、この違いは重要だ。中国市場の健全性をどう評価するか、今後の出荷計画をどれほど積極的に進めるかに影響するため

だ。

Dai氏は、一部のビジネスの場では今なお知名度の高いシャトーのワインが求められているものの、中秋節の全体的な消費は低調だったと述べた。Li氏も、市場の二極化が進んでいると指摘。大衆市場では需要が弱い一方、名門生産者の限られた銘柄には比較的安定した購入意欲があるという。

Li氏によると、中国の買い手は今もLafite、Mouton、Beychevelleなど、なじみのあるボルドーの銘柄に加え、限られた数の高級ブルゴーニュ生産者を求めている。この傾向は、価格が高く生産量も限られるブルゴーニュでより顕著だという。このセグメントでは、ワインの価格が高く、品薄になることも多いため、輸入量が比較的小幅に増えただけでも、輸入総額や平均価格が押し上げられる可能性がある。

Dai氏は、9月の数値が示すものについて、より慎重な見方を示した。一部のワインは在庫が少ないものの、市場には2019年、2020年、2021年のヴィンテージがなお残っているという。同氏の見立てでは、業者は高コストのこれらのボトルより、価格の安い2023年と2024年のリリースを優先しており、高級ワイン市場全体ではなく、特定のヴィンテージで品薄が生じている。また、消費者は依然として価格に敏感だとも述べた。

したがって、9月の急増は、8月の停滞期を経てフランスの供給業者が戻ったこと、中国の輸入業者が年末商戦に備えたこと、ボルドーの有力シャトーが価格をより魅力的な水準に引き下げたこと、そして需要の高い一部ワインの在庫補充が必要だったことが重なった結果とみられる。これが中国の小売店やレストランでの販売増につながるかどうかは、なお不透明だ。9月が広範な回復の始まりだったのか、それとも短期的な在庫補充の波にすぎなかったのか、今後数カ月の動向が判断材料となると取引関係者は話している。