



プレスリリース

2024 年 2 月 7 日

明日のワイン市場で勝つのは誰か？ ホップスコッチ・ソペクサがワインのトレンド予測調査 「第10版ワイン・トレード・モニター」を実施

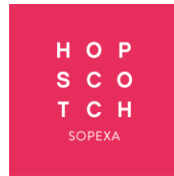
フード&ドリンク、ライフスタイルに特化したインターナショナル・コミュニケーション・エージェンシー、ホップスコッチ・ソペクサは、この度、「ワイン・ドレード・モニター2024」の調査結果を発表いたします。世界中の業界意思決定者や業界関係者らによると、この調査は、国際ワイン市場のB2Bトレンドに関して重要な知見が得られるものとなっています。



ホップスコッチ・ソペクサ（Hopscotch Sopexa）は、世界30カ所以上に広がる国際的なネットワークを活用し、2年に1度、主要なワイン消費市場および輸入市場におけるB2Bトレンドに関する予測調査「ワイン・トレード・モニター」を実施しています。

この調査は、国際ブランドと地元消費者の仲介を担う世界中のワイン取引業者にインタビューを行い、ワイン市場の進化に関する意見をまとめています。この手法は15年間の実績があり、これまで正確な予測を示してきました。国際的にも注目を集めており、ワイン販売のトレンドを理解し、今後を予測するための貴重な情報を得ることができます。

調査は、2023年9月から11月にかけて、輸入業者、卸売業者、スーパーマーケット販売業者、ワイン販売業者、オンライン販売専門業者など、国際的なワインの品揃えに携わる957人の専門家が参加し、今後2年間の予測をしたものです。第10版となる「ワイン・トレード・モニター」では、ドイツ、ベルギー、英国、オランダ、米国、カナダ、中国、日本、韓国の計9つの市場を調査しました。



ワイン市場の進化予測：ホップスコッチ・ソペクサの8つの主な調査結果

1. 最もリストアップされているのはヨーロッパのワイン

調査対象者は平均して 8 カ国のワインをポートフォリオに挙げています。10 社中ほぼ 9 社がフランスワイン（88%）を挙げ、イタリアワイン（77%）、スペインワイン（72%）を上回っています。ヨーロッパのトップ 3 に加え、ベルギーでは新しい情報への要求が高く、ベルギーのオペレーターの 2 人に 1 人以上がアルゼンチンワインをリストアップし、チリワインとギリシャワインは前回の調査より 15%以上増加しています。

2. 品質、価格、革新性：産地で決まるワインの認識

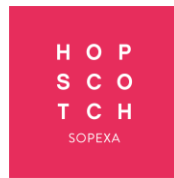
調査対象の半数以上の専門家にとって、フランス産のワインは、総合的な観点で、最も優れたイメージが持たれています。特別な日のためのワインの代名詞であり、「安定した味の品質」と「CSR への取り組み」が特に評価されています。スペインとチリは「価格訴求力」の点で最も強く、イタリアは「革新性」と「若い世代への訴求力」で際立っています。ワイン・トレード・モニターで今回初めて分析された韓国は、非常にダイナミックな市場で、米国のワインが好評を博しています。

3. ワイン市場の進化はやや悲観的、しかし個々の販売には自信あり

半数の専門家が、今後数ヶ月のワイン市場の停滞を予想しています。このような暗い状況にもかかわらず、小規模な事業者ほど楽観的で、1 万本未満を購入する事業者の 28%が、売上増を期待しています。オンライン販売は、特に韓国、イギリス、アメリカで、コロナ禍後でもますます一般的になっており、規制の面で新たな問題が生じています。

4. 売り上げを伸ばす3つのトレンド：自然派、価格細分化、ライトボディワインを含む新商品

1 つ目のキートrendは、自然派ワイン（自然派、オーガニック、CSR ワイン）です。カーボンフットプリントの削減は、CSR の側面として最も一般的に共有されますが、市場によって感度が異なります（米国は包括性、ベルギーは生物多様性を重視、アジアではほとんど影響を与えない）。2 つ目のトレンドは、価格の細分化です。中国や韓国ではワインのプレミアム化が進み、ドイツやカナダではエントリー・レベルのワインが台頭しています。3 つ目の注目トレンドは、新しいワインの、特にドイツとアングロサクソン諸国（カナダ、英国、米国）に浸透している低アルコールワインの登場です。



5. ワインの信頼性が販売に影響

ワインの信頼性(オーセンティシティ)は、調査対象となった 10 人中 8 人以上の専門家にとってセールスポイントとなっています。しかし、これが何を意味するかは国によって異なります。例えば、ベルギー人とドイツ人はワインメーカーのアプローチにより敏感であるのに対し、アジアでは、信頼性はテロワール、アメリカではクラフト生産と同義です。信頼性は、ワイン商が特に気にするポイントです。(独立系卸業者 90% VS 大手卸業者 75%)。

6. フランスのAOCワインが色別でもトップを維持

赤ワインでは、ラングドック、ボルドー、ブルゴーニュ、ローヌの4つの産地が首位を独走しています。白ワインのトップはロワールがリードし、次いでラングドック、ブルゴーニュ、ニュージーランドのマールボロが僅差で続きます。ロゼに関しては、プロヴァンスに次いでラングドック、イタリア、スペインのロゼが競っています。スパークリングワインについては、カヴァとクレマンがシャンパーニュを抑えて最も人気があります。プロセッコは、2021年の2位から4位に順位を下げています。

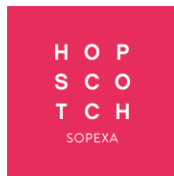
調査する市場によって、特定の産地やブドウ畑が際立っています。例えば、アメリカにおけるボルトガルワインにおいて、アメリカのワイン関係者が最も売上の伸びを予測しているのは白のヴィーニョ・ヴェルデと赤のドウロの2つのアペラシオンです。

7. 国際的な3大ブドウ品種がランキングのトップに、急成長する二次品種がそれに続く

主要な国際品種は依然として最も人気が高い傾向にあります。国によって非常に顕著な変動があります。例えば、シャルドネは、ベルギーでは成長が見込まれますが、アメリカではかなり限定的です。カベルネ・ソーヴィニオンは、アジアでは増加し、ドイツではほとんど増加していません。ピノ・ノワールは、韓国では好調ですが、オランダでは回答者なしです。シュナン・ブラン、カベルネ・フラン、グリュナー・ヴェルトリーナーの人気が急上昇しています。フレッシュで低アルコールのワインを生産するこれらの品種は、今日の消費者の嗜好に特に適しています。

8. ボトルは進化し、缶は減少

ボトルは、今後24ヶ月間で最も売上が伸びそうな形状であることに変わりはありません。クラシックな750mlボトルは中国(90%)で依然大人気ですが、軽量ガラス瓶はカナダとイギリスで大人気です。この調査では、スクリュューキャップのシェア(61%)が増加すると予想されていましたが、アングロサクソン市場では2021年と比べて缶の形状が減少していることが明らかになりました。(米国18%減、カナダ19%減、英国24%減)。



この調査は、ホップスコッチ・ソペクサ・エージェンシーの DNA に沿ったもので、国際的なネットワークとワインの世界に関する知識を活かし、ワイン生産地域が直面する課題の核心に迫るマーケティングとコミュニケーション・キャンペーンをデザインするものです。

ワイン・トレード・モニター2024 年版結果（英語版）は、こちらから（[インフォグラフィックをダウンロードして](#)）ご覧ください。

ホップスコッチ・ソペクサについて

※2024 年、Sopexa Japon はホップスコッチ・ソペクサへの名称変更を予定しています。

ホップスコッチ・ソペクサは、フード&ドリンク、ライフスタイルに特化した、情熱溢れる多文化チームで構成される、60 年以上の歴史を持つインターナショナル・コミュニケーション・エージェンシーです。

ホップスコッチ・ソペクサは、ホップスコッチグループのメンバーエージェンシーであり、両社合わせて 800 人を超える従業員と世界 30 カ所以上のオフィスを擁し、EMEA（ヨーロッパ・中東・アフリカ地域）、アメリカ大陸、アジア太平洋地域のすべての国に展開する国際的な統合ネットワークを形成しています。

ホップスコッチ・ソペクサのエキスパートたちは、そのノウハウとネットワークを駆使して、世界中の消費者にアピールするクリエイティブなキャンペーンやインパクトのあるソリューションを日々展開しています。

統合キャンペーンのエキスパートであるホップスコッチ・ソペクサ独自の価値提案は、メディア、PR、インフルエンサー、デジタル、イベント、トレード・マーケティング・キャンペーンに対する、各市場に合わせたアドバイスからデザイン、施策まで、コミュニケーション全般を網羅しています。また、欧州との共同出資によるキャンペーンのリーダー的存在であり、2012 年以来 400 を超えるプロジェクトを実施しています。

本件に関するお問い合わせ先

Sopexa Japon 株式会社（ソペクサ・ジャポン）

TEL : 050-3495-3100 e-mail : pr_jp@sopexa.com