



報道関係各位

2025 年 4 月 25 日

株式会社メッセ・デュッセルドルフ・ジャパン

第 2 回の「ProWine Tokyo 2025」も大盛況のうちに閉幕！ ～グローバルな出展者と多様化する日本市場のプロが出会う～

2025 年 4 月 15 日（火）から 17 日（木）に東京ビッグサイトで開催した「ProWine Tokyo 2025（プロワイン東京 2025／主催：株式会社メッセ・デュッセルドルフ・ジャパン）」は、大きな成功を収め、日本におけるワイン・スピリッツの国際見本市としての地位を確立しました。



第 2 回目となる本展には、21 カ国から過去最多の 190 社が出展し、56,685 名の業界関係者が来場しました。メッセ・デュッセルドルフ・ジャパン主催の本展は、FABEX 東京など食品・飲料関連見本市との同時開催を通じ、急速に進化する日本のワイン＆スピリッツ市場において、日本市場参入や発展を考える出展者と、来場者である日本の業界関係者とのネットワーキングやビジネス発掘、市場拡大のための貴重な機会を提供しました。

メッセ・デュッセルドルフ・ジャパンのゼネラルマネージャー、小原暁子は次のように述べています。
「日本の食文化は世界各国の食を取り入れて楽しむ独特のオープンさがあり、世界中のどの国にとっても魅力的な市場です魅力。ProWine Tokyo は、世界中の生産者が日本市場のビジネス環境を理解し、価値あるつながりを築くための唯一無二のプラットフォームです」

■多数の国から出展、グローバルな立ち位置を築く

ProWine Tokyo 2025 では、昨年に続きフランス、ドイツ、スペイン、ポルトガルなどのパビリオンが出展し、その魅力をアピールしました。

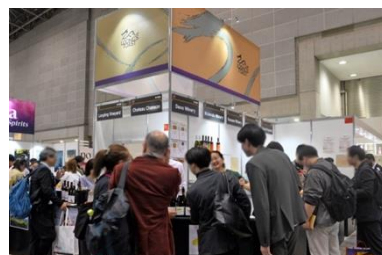
フランスのパビリオンを取りまとめる Business France のサンドリーヌ・クルムナッシャー氏は次のように述べています。「展示会最終日を迎え、出展した生産者からは非常によいフィードバックが寄せられました！そして日本の業界関係者たちはフランスのワイン・スピリッツに強い関心があり、この市場が戦略的に重要かつ有望であることを再確認できました」



ワイン、スピリッツ、関連ツールが
集結したフランスパビリオン
「Business France」

また、今回はセルビアとジョージアがヨーロッパから初参加し、旧世界ワインの多様性や伝統が紹介されました。さらに、中国、メキシコ、ニューヨークなどの新興地域からも革新的な製品が出品され、急成長市場の最新トレンドを伝える機会となりました。

中国から出展した「Loong's Toast」のイアン・ダイ氏は、「Loong's Toastにとって、今回が初の国際展示会参加でしたが、期待どおりの反応が得られました。日本市場は成長は緩やかながら成熟しているという点で、中国とは大きく異なります。中国の生産者にとっては、地理的な近さが輸送コストの低さにつながり、また在日中国人コミュニティの支援もあることから、日本は中国ワインの輸出先として非常に魅力的です」と語りました。



イアン・ダイ氏が率いる
中国の若手生産者集団
「Loong's Toast」

本展はワインやアルコールの生産者だけでなく、ワイン関連ツールを扱う企業も多数出展しています。その中の一社「CORAVIN」の創業者グレッグ・ランブレヒト氏は「日本のワイン市場は非常に保守的だと思っていましたので、当初、CORAVINのような新しいツールを受け入れてもらえるか不安でした。しかし結果は想像以上に良好でした。日本のワイン愛好家はとても熱心で、ワインに関するあらゆる知識を深めようとする姿勢が印象的でした」と出展への満足感が語られました。



笑顔でインタビューに答える
CORAVIN 創業者
グレッグ・ランブレヒト氏

世界各国から出展者が集結する一方で、日本のアルコール製品をグローバル市場へ発信するのも本展の役割です。たとえば日本酒造組合中央会は、日本酒と焼酎の伝統的な製法による製品に加え、革新的な新商品を出品し、日本の豊かな酒文化の一端が示されました。

■成熟し進化を続ける日本のワイン&スピリッツ市場

日本のワイン&スピリッツ市場は、知識豊富な消費者に支えられ、世界的な酒類消費の減少にもかかわらず活況を呈し、トレンドや嗜好の変化にも柔軟に対応しています。

フランスから初出展の「Rounagle Armagnac」の担当者からは「日本は成熟した市場で、来場者のワインとスピリッツに対する知識も高いです。多くのフィードバックをいただき、全体的にとっても良い反応が得られました。試飲して意見を述べてくれる来場者が多く、来年も出展したいと思います」という声がありました。

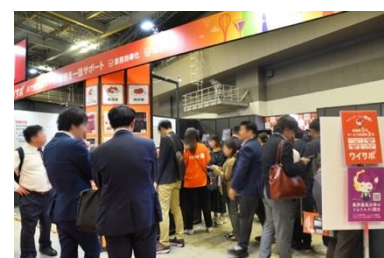
イタリアのノンアルコールスパークリング生産者「NOMORA」のCEO パウロ・レペット氏は、出展の手応えを感じたといいます。「非常に期待して参加しましたが、それは見事に叶えられました。初日から製品を取り扱いたいという多くのインポーターと商談ができ、取引先を選ぶのが大変なくらいです」



商談の成果を語る「NOMORA」CEO
パウロ・レペット氏

セルビアの出展者「Destilerija Zarić」からも「来場者は製品に真剣に興味を持ってくれました。さまざま質問をされ、丁寧に話を聞いてくれる方が多く、日本市場の成熟の高さを実感しました」という感想が語られました。

さらに、会場では小規模飲食店向けの AI ソムリエツールが初披露。個々のニーズに合わせたワイン提案を実現するツールにより、ソムリエ不在の飲食店がワインを扱う際の課題解決策を示しました。実機の体験コーナーには、ワインリスト作成や AI ソムリエとのチャットを試すために、多くの来場者が集まりました。



実機体験に来場者が集まった
AI ソムリエツール「ワイサポ」

また、日本のベストセラーのワイン書籍とのコラボレーションにより、ぶどう品種を漫画キャラクターに擬人化するという、ポップカルチャーに根ざしたユニークな企画も展開されました。

■日本市場の開拓：ゲートウェイとしての ProWine Tokyo

ProWine Tokyo 2025 は、日本のワイン&スピリッツ業界の可能性を広げ、ガストロノミーとの連携を強化する重要な役割を果たしました。

日本には地域ごとに食の特産品があり、また数多くのミシュラン星付きレストランがあることから、世界有数の美食の国として知られています。3 日間の開催期間中に、「Star Wine List of the Year Japan 2025」



「Star Wine List of the Year Japan
2025」受賞式

(Star Wine List との共催) や、「Tokyo Italian Sommelier Award」(The Drinks Business Asia 主催) といったレストランやソムリエを表彰するイベントが開催され、ハイエンドな飲食業界からも多数の来場がありました。

フランスの出展者「Château Gourdon」の担当者是这样述べています。「今回の出展は完璧でした。私のワインを本当に気に入ってくれる人が多く、ターゲットであるインポーターやレストランと素晴らしい関係を築くことができました。総じて非常にポジティブな経験でした」

この他、著名な日本の業界専門家による「輸入ワインのトレンド」や「ワインビジネスの成功戦略」についてのセッションも開催され、来場者にとっては市場理解と長期的成功のための貴重な学びの場となりました。さらに 30 以上のマスタークラスやフォーラムも開催され、出展者と来場者の直接的な交流が促進され、ブランド認知向上やビジネスチャンスの創出にもつながりました。



最新情報からビジネス戦略まで
業界専門家によるセッションも実施

イベント運営にも高い評価が寄せられており、Château Gourdon の担当者は「イベントの運営がとても素晴らしかったです。警備員が会場内を巡回し、秩序が保たれていたのが印象的でした。酔って騒ぐような人もおらず、真にプロフェッショナルな雰囲気でした」と語りました。

【ProWine ブランドについて】

ProWine Tokyo は、1994 年から毎年ドイツ・デュッセルドルフで開催されている世界最大のワイン & スピリッツ見本市「ProWein」の日本版です。「Wein」というドイツ語表記を国際的に通じる「Wine」に変更することで、ProWine ブランドはシンガポール、上海、香港、ムンバイ、サンパウロなど、主要な国際市場で展開し、成功を収めています。

次回の「ProWine Tokyo」は 2026 年 4 月 15 日 (水) から 17 日 (金)、東京ビッグサイトにて「FABEX 2026」との同時開催で実施予定です。

＜本リリースに関するお問い合わせ先＞

「ProWine Tokyo 2025」主催事務局（株式会社メッセ・デュッセルドルフ・ジャパン内）
担当：梅原（Mail: info@prowine-tokyo.com／TEL: 080-3753-4850）