vinetur

2025年、トラベルリテールの酒類をジャパニーズウイスキーが金額ベース44%増で牽引

IWSRによると、世界のトラベルリテールにおける酒類販売はアイリッシュウイスキーとアガベスピリッツに牽引されて拡大を続ける一方、コニャックは圧力にさらされている。

2026年9月17日（木）



世界のトラベルリテールは2025年も、広範な酒類市場の多くを上回るペースで成長を続けたが、IWSRの新たな分析によれば、その成長はジャパニーズウイスキー、アイリッシュウイスキー、アガベスピリッツといったカテゴリーに移っており、従来型の一部セグメントは後退している。

今週公表された同レポートによると、世界のトラベルリテールにおけるスピリッツとワインの合計数量は2025年に5%増加した。金額も伸び、固定為替レートベースでスピリッツは7%、ワインは5%増となった。IWSRが追跡する4地域すべてで金額成長を記録し、欧州とアフリカ・中東がともに11%で首位、次いで米州が7%、アジア太平洋が2%だった。

もっとも、こうした全体像の下には、地域とカテゴリーごとの差が大きく隠れていた。アジア太平洋では、インドが堅調だったにもかかわらず、いくつかの他市場よりスピリッツの伸びがやや弱かった。米州では、北米よりラテンアメリカの方が底堅かった。IWSRは、旅行者の嗜好の継続的な変化が、免税店でどの商品が棚を確保し、買い物客の注目を集めるかも変えていると述べた。

IWSRでグローバル・トラベルリテール担当シニア・インサイト・マネージャーを務めるシャーロット・リード氏は、消費者がより新しい、あるいは伸びの速いセグメントへ急速に移る中、従来型のスピリッツカテゴリーは圧力を受けていると述べた。同グループのデータによると、スピリッツ全体では2025年に数量6%増、金額7%増を記録したが、サブカテゴリーごとの実績は大きく異なった。

トラベルリテールでの成長を引き続き主導したのはウイスキーだった。IWSRによると、ウイスキーの金額は2025年に12%増となり、カテゴリー拡大への最大の寄与要因となった。ウイスキーの中ではジャパニーズウイスキーが突出しており、金額は44%増、数量は37%増だった。スコッチウイスキーとアメリカンウイスキーはいずれも金額10%増、アイリッシュウイスキーは11%増を記録した。

リード氏は、ジャパニーズウイスキーが強い文化的訴求力、旅行者の好奇心、そして消費者がプレミアム価格帯で支払う意欲の高さに支えられたと述べた。また、より多くの新しい蒸留所が海外旅行者の目に触れるようになり、試飲につながっていることで、アイリッシュウイスキーもより広範な勢いを増していると話した。

ウイスキー以外では、アガベスピリッツも力強い伸びを示した。IWSRは、2025年の世界のトラベルリテールで数量10%増、金額28%増だったと報告した。リード氏は、こうした販売は気軽な探索よりもブランド主導の購買によって後押しされており、多くの消費者は免税店に入る前から欲しいボトルを決めていると述べた。

ウォッカもスピリッツ市場全体を上回る結果となった。IWSRによると、ウォッカの数量は2025年に7%増加し、金額は2桁台の伸びとなった。同カテゴリーはフレーバーウォッカと、主要な欧州市場の一部で消費者がジンから離れたことに支えられた。

すべての主要スピリッツカテゴリーがこの成長に乗ったわけではない。コニャックとブランデーは引き続き苦戦し、2025年は数量6%減、金額8%減だった。リード氏は、伝統的な贈答機会が弱まる中で特にプレミアムなXO帯が打撃を受けており、このカテゴリーの問題は構造的だと述べた。VS表記の商品は、カクテルでの使用が増えていることから、より底堅かったという。

IWSRは、コニャックの回復はブランドが旅行者にこのカテゴリーをどう提示するかに左右される可能性が高いと述べた。レポートは、体験型販売、より低価格のエントリー商品、そして贈答用を超えて旅行中の自家消費や飲用へとコニャックの位置づけを変えようとする取り組みを指摘した。

ラムも数量は6%減少したが、金額はなお増加しており、販売数量が減る一方で消費者がより高価格帯へ移っていることを示している。IWSRによると、ラムのプレミアム化はまだ初期段階にあり、メーカーにはプレミアムおよびスーパープレミアムセグメントで拡大する余地がある。ダークラムがプレミアム化をけん引してきた一方、フレーバー製品は引き続き衝動買いを支え、クラフト系ラベルはクルーズで支持を広げている。

ジンの数量は2025年におおむね横ばいだったが、金額は7%増となった。IWSRによると、北欧諸国、英国、アジア太平洋の一部市場ではローカルジンやクラフトジンが比較的好調だった。これに対し、

フレーバージンは弱含んだ。

ワインもトラベルリテールで好調な一年となった。IWSRによると、2025年のワインの数量は2%増、金額は5%増だった。スティルワインが絶対額ベースで最大の伸びを示し、ライトアペリティフはワイン関連サブカテゴリーの中で最も成長が速く、数量16%増、金額25%増だった。

シャンパーニュはまちまちの結果となった。数量は減少したが金額は増加し、IWSRはこれを多くの国内市場よりも底堅い結果だと述べた。プロセッコは以前の成長パターンとは逆に動き、数量・金額ともに減少した。レポートはこの変化を、旅行者の間での「プロセッコ疲れ」の兆候だと表現した。

データはまた、営業環境がより複雑になっているにもかかわらず、トラベルリテールが多くの国内酒類市場より引き続き良い機会を提供している市場であることも示している。リード氏は、このチャネルはブランドオーナーにとって依然魅力的だが、買い物客はより選別的になり、かつてはニッチだったカテゴリーを試すことにも前向きになっていると述べた。

2025年以降を見ると、IWSRが2030年まで見通した予測では、トラベルリテールのスピリッツ分野で絶対額ベースの最大の成長機会を提供するのはスコッチウイスキーだという。ジャパニーズウイスキーとアイリッシュウイスキーは最も強い成長率を維持するとみられる一方、コニャックとブランデーの金額はその期間ほぼ横ばいで推移する見通しだ。

ワインでは、今後の金額成長は主にスティルワインとシャンパーニュから生まれ、強化ワインとその他のスパークリングワインからの伸びはそれより小さいとみられる。IWSRは、プロセッコは引き続き圧力を受け、2030年にかけてわずかに減少すると予測する一方、ライトアペリティフはワイン関連セグメントで最も成長の速い分野であり続けると見込んでいる。

短期見通しはより厳しい。IWSRは、2025年から2027年までの予測が、中東での紛争、空域閉鎖、航空便の乱れ、燃料費の上昇、そして続く生活費圧迫など、複数の外部要因によって下押しされていると述べた。

アフリカ・中東が最も大きな打撃を受けるとみられる。IWSRによると、この地域では単年ベースで最大22%もの数量減少が起こり得て、回復は2028年以前には見込みにくい。欧州も中東に関連した混乱の影響を大きく受け、主要地域の中で最も回復が遅いと予想される。米州とアジア太平洋は影響が比較的小さいとみられるが、航空と消費支出を巡る広範な圧力の影響を免れるわけではない。

このレポートは、トラベルリテールの酒類販売はなお拡大しているものの、その成長をけん引する商品は変化していることを示している。旅行者はウイスキー、特にジャパニーズウイスキーとアイリッシュウイスキー、それにアガベスピリッツや一部のプレミアムウォッカ商品に支出している一方で、コニャック、フレーバージン、プロセッコといった従来の柱はより厳しい市場に直面している。