vinetur

2025年のグローバル・トラベルリテール、酒類とワインの販売量が5%増 IWSR

IWSRによると、2025年のグローバル・トラベルリテールで酒類とワインの販売量は5%増。免税チャネルではジャパニーズウイスキーの金額が44%増となった。

2026年9月22日（火）



IWSRが月曜日に公表した新しいデータによると、グローバル・トラベルリテールは2025年も多くの国内アルコール市場を上回る推移を続けたが、消費者がスピリッツとワインの間で支出を移したことで、地域やカテゴリーごとの成長にはばらつきがあった。

同調査会社によれば、免税チャネルを含むグローバル・トラベルリテールのスピリッツとワインの合計販売量は2025年に5%増加した。その内訳は、スピリッツの販売量が6%増、金額が7%増、ワインの販売量が2%増、金額が5%増だった。

数字だけ見れば伸びは広範囲に及んだ。IWSRによると、同社が追跡する4地域すべてで昨年は金額ベースの成長が記録された。欧州・アフリカ・中東はそれぞれ11%増、続いて南北アメリカが7%増、アジア太平洋が2%増だった。ただし、表面的な数字の裏には地域ごとの大きな差が隠れていた。IWSRは、アジア太平洋におけるスピリッツの実績は全体として弱いとしながらも、インドは引き続き力強い成長を見せたと述べた。また、南北アメリカではラテンアメリカが好調だった一方、北米はやや軟調だったと指摘した。

2025年のトラベルリテールにおけるスピリッツ成長の主力はウイスキーだった。IWSRによれば、ウイスキーの金額は全体で12%増となり、複数の分野で堅調な実績が牽引した。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が10%増、アイリッシュウイスキーは11%増だった。最も際立ったのはジャパニーズウイスキーで、金額は44%増、販売量は37%増だった。

アガベベースのスピリッツも大きな勝ち組だった。IWSRは、販売量が10%増、金額が28%増だったとし、このカテゴリーで消費者がより高価格帯の商品へ移行し続けていることを示していると述べた。今回のデータは、空港や免税店の事業者が数量と利益率の両方を支えられるカテゴリーを求める中で、アガベがトラベルリテールにおける最も強いプレミアム化の物語の一つであることを示している。

ウォッカも勢いを増した。IWSRによれば、香味付き製品への需要と、主要な欧州市場で消費者がジンから乗り換えたことが追い風となり、ウォッカの販売量は7%増となった。ウォッカの金額成長は2桁に達したが、IWSRは月曜日に公表したデータではカテゴリー全体の金額増加率を単一の数値では示さなかった。

その変化は、一部の既存カテゴリーにとっては逆風となった。ラムの販売量は2025年に6%減少したが、カテゴリー全体としては金額成長を維持しており、IWSRは、消費者がラムから離れたのではなく、ラムの中でより高価格帯へ移行していることを示していると述べた。ジンの販売量はおおむね横ばいだったが、金額は7%増。北欧諸国、英国、アジア太平洋の一部市場では、地場ブランドやクラフトブランドが好調だった。

コニャックとブランデーは、はるかに弱い1年となった。IWSRは、販売量が6%減、金額が8%減となり、トラベルリテールで最も低調だったスピリッツカテゴリーの一つになったと述べた。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・マネジャーを務めるシャーロット・リード氏は、伝統的なスピリッツカテゴリーは消費者嗜好の急速な変化に直面していると述べた。同氏は、ジャパニーズウイスキーとアガベスピリッツが急伸する一方で、コニャックはここ数十年で最も大きな落ち込みの一つを記録したと話した。また、香味付きジンは勢いを失い、消費者がウォッカやRTD製品へ移行したとも述べた。

ワインは全体としては好調な1年だったが、成長の形はやはりばらつきがあった。スティルワインがカテゴリー拡大の主な原動力となり、ワイン全体の販売量を2%増、金額を5%増へ押し上げた。際立ったサブカテゴリーはライト・アペリティフで、販売量は16%増、金額は25%増だった。

スパークリングワインはよりまちまちな結果となった。シャンパーニュの販売量は減少したが、金額はなお増加しており、高価格帯での底堅さを示した。プロセッコは逆の動きを見せ、販売量と金額の両方が減少した。IWSRは、このカテゴリーに「プロセッコ疲れ」の兆しが見られるとし、近年好調だった製品から一部の旅行者が離れつつある可能性を示すものだと述べた。

こうしたカテゴリー変化は空港チャネルにとどまらず、今後数年間のトラベルリテールにおいて、酒類メーカーや流通業者がポートフォリオ、販促、棚割りをどう計画するかにも影響し得る。アガベ、ウイスキー、ウォッカがシェアを伸ばし、ラムは販売量が減る一方でプレミアム化の動きを見せていることから、免税店での仕入れや品揃えの判断は、これらの分野へさらに傾く可能性がある。それは、スピリッツ、ワイン、その他の酒類メーカーが2027年にかけて、新商品投入、パック形態、地域別在庫の優先順位をどう決めるかにも影響するかもしれない。

IWSRは、長期的な見通しでも2025年を牽引したいくつかのカテゴリーが引き続き有利だとしている。スピリッツでは、2030年までスコッチウイスキーが最大の成長機会であり続け、勢いではジャパニーズウイスキーとアイリッシュウイスキーが主導する見通しだという。ワインでは、今後の金額成長はスティルワインとシャンパーニュが支えると予想され、フォーティファイドワインとその他のスパークリングワインは小幅な伸びにとどまる見込みだ。プロセッコは引き続き逆風下にあり、2030年までにわずかな減少となる可能性がある。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高い成長率を維持すると予測されている。

こうした成長余地がある一方で、同調査会社は2025年から2027年にかけての短期見通しは、中東での紛争に関連するリスクによって下押しされていると述べた。IWSRによると、空域閉鎖、航空便の乱れ、燃料費の上昇、そして広範な生活費の上昇圧力が、いずれもこの業界の重荷になっている。トラベルリテールは国際旅客の動向に大きく依存しており、こうした混乱は店舗来客数と商品構成の双方にすぐ影響を及ぼし得る。

最も大きな影響を受けるとみられるのはアフリカと中東だ。IWSRによれば、この地域では単年で最大22%の販売量減少が起こり得て、2028年以前の回復は見込みにくい。南北アメリカとアジア太平洋はそれほど影響を受けにくいとみられるが、無縁ではない。欧州も、中東に関連する混乱に対して航路や旅行動線の面から非常に脆弱であり、IWSRは今後数年間で主要地域の中で回復が最も遅くなるとみている。