vinetur

米国需要の弱含みを受け、アイリッシュウイスキー各社はインド、ポーランド、ドイツに成長の軸足

IWSRのデータによると、インド、ポーランド、ドイツでは2019年から2025年にアイリッシュウイスキーが2桁成長。インドではJamesonが急拡大をけん引

2026年11月18日（水）



最大市場である米国の取引環境が低迷するなか、アイリッシュウイスキーの生産者は成長の機会を米国以外に求めている。IWSRのデータを用いたGlobal Drinks Intelの市場分析が、11月17日火曜日に公表したところによると、各ブランドの保有企業はインド、ポーランド、ドイツなど、より急成長する国々に目を向けている。

報告書によると、米国では経済的な圧力と飲酒全般のペース鈍化を背景に、数量、金額のいずれでも成長の実現が難しくなっている。そのため、アイリッシュウイスキー各社が世界の他地域で新た

な需要を見つける必要性が高まっている。

Global Drinks Intelが引用したIWSRのデータによると、2019年から2025年にかけて、インド、ポーランド、ドイツはいずれもアイリッシュウイスキーの数量、金額で年平均2桁成長を記録した。市場規模で米国に次ぐ英国も、この3カ国に迫る伸びを示したという。

米国市場の低迷が続く場合に輸出の成長余地がどこにあるのかを、より明確に示すという点で、この動向は酒類業界全体にとって重要だ。蒸留酒メーカーに加え、輸入ブランドに依存する流通業者や小売業者にとっても、単一の大市場への依存を減らそうとする生産者が、今後どの地域にマーケティングや販路、商品構成への投資を移していくのかを示すデータとなる。

最も注目を集めているのはインドだ。Global Drinks Intelによると、市場の急拡大をけん引しているのは、Pernod Ricard傘下の主力アイリッシュウイスキーブランド、Jamesonである。同誌は、手頃な価格と親しみやすい風味、高いブランド認知度の組み合わせによって、Jamesonが強い支持を築いたと伝えた。他のアイリッシュウイスキーメーカーは、Jamesonの成功がカテゴリー全体の認知度向上につながり、小規模ブランドにも参入の余地を生むかどうかを注視するとみられる。同様の機会は、ラテンアメリカの一部や中・東欧を含む他の新興市場でも、消費者の蒸留酒の選択肢が広がるにつれて生まれる可能性がある。

分析では、カテゴリー内の重要な違いにも言及した。アイリッシュウイスキーをめぐる世界的な注目の大半は、数量の多くを占めるブレンデッドと、アイルランドとの結びつきが最も強いスタイルであるシングルポットスチルに集まってきた。しかし、依然として小規模な分野であるアイリッシュ・シングルモルトは、アイリッシュウイスキー全体を上回るペースで成長しているようだ。

Stoli Groupの最高マーケティング責任者、Yury Surin氏はGlobal Drinks Intelに対し、消費者は飲酒量を大幅に増やすのではなく、購入の仕方を変えていると語った。購入するボトルの本数を減らす一方で、より慎重に選ぶ傾向があり、これはシングルモルトの訴求には追い風となり得るものの、必ずしも数量の伸びにつながるわけではないという。

Surin氏は、Stoli Groupのアイリッシュウイスキーブランドの一つであるThe Irishmanについて、フランスとアイルランドのグローバル・トラベルリテール市場を特に有望な市場として挙げ、Writers’ Tearsにも言及した。アイリッシュ・シングルモルトへの関心は高まっている一方、価格をめぐる環境は厳しいとも述べた。同氏によると、スコッチウイスキーが圧力を受け、店頭には販促や値下げ商品があふれているため、小規模ブランドが差別化に必要な商品革新、店頭支援などの販促活動に資金を投じる余地は狭まっている。

また、消費者のアイリッシュ・シングルモルトに対する理解は、依然として限られているとも語った。Stoli GroupはThe Irishmanを、カテゴリー名だけに頼らず「アイルランドのシングルモルト」として位置づけ、新たな飲み手への入り口としてブレンデッドウイスキーのThe Harvestを活用している。The Harvestはシングルモルト70%、シングルポットスチル30%をブレンドした商品だ。Surin氏によると、多くのウイスキー愛飲者は今もアイリッシュウイスキーといえば滑らかなブレンドを主に連想し、アイルランドでもシングルモルトが造られていることを知らない。そのため、認知度向上には試飲や実際に飲んでもらう機会が特に重要だという。