

# TOWS 分析レポート：バケツ製造・小売業界（未来志向・構造的アプローチ）

---

本レポートは、SWOT 分析で導出した要素をもとに、TOWS（クロス SWOT）マトリクスを用いて、バケツ製造・小売業界における戦略提案をまとめたものです。未来予測、マクロ経済、業界構造、規制動向を含む、構造的かつ実務的な視点からの提案を行っています。

## TOWS マトリクス

### 【SO 戦略：Strengths × Opportunities】

1. 「100%メイドインジャパン × 職人技」のブランドを活かし、Z 世代や欧米市場をターゲットとした越境 EC と SNS を強化。
2. 工房を観光拠点化し、「体験 + 購入 + シェア」の導線で地方創生と自社ブランディングを両立。
3. 富裕層向けに「限定」「一点もの」「ストーリー付き」の商品を展開し、高単価路線を確立。

### 【ST 戦略：Strengths × Threats】

1. 安価バケツとの違いを明確化し、“物語性・芸術性・体験価値”でコモディティ化を回避。
2. 購入体験を支える保証書・使い方ストーリー冊子・レビュー管理でブランド毀損を防止。
3. AR・生成 AI を活用して、オンラインでも質感や背景が伝わる商品体験を設計。

### 【WO 戦略：Weaknesses × Opportunities】

1. 技術の属人化を回避するため、デジタルアーカイブと若手職人育成を組み合わせる自治体連携を狙う。
2. 社内のストーリー共有会を通じて、コミュニケーション活性化とブランディングを同時に推進。

3. インフルエンサーや大学生と連携したマーケティング共創で販促力を補完。

### 【WT 戦略 : Weaknesses × Threats】

1. 技術継承リスクに備えた半自動化・工程分解を進め、将来の供給不安に備える。
2. 内部対立による組織崩壊を回避するため、外部専門家を用いた組織改革支援を導入。
3. 販売・販促に関しては、生成 AI を用いたセールスコピーや画像生成でスピードとコストを確保。
4. 供給制限を逆手にとった「予約生産」「数量限定モデル」で希少性をブランディングに活用。

### 💡 統合戦略提案

- 「日本製クラフト × デジタル × ストーリー」を柱とした販促・商品戦略
- 地方体験観光と越境 EC のダブル戦略による“観光資源化と輸出”の同時進行
- 技能継承・組織文化改革を柱に、持続可能で誇れる職場作りを強化