

【SWOT 分析】日本酒製造業（酒造業）

● Strengths（強み）

- 長い歴史と伝統に裏打ちされたブランド価値（“和”の象徴として海外評価も高い）
- 水・米・気候など、地域性が生み出す“テロワール”による差別化
- 近年のインバウンド需要増加により、蔵元見学や地域体験との連携が進む
- AI・IoT 活用により、熟練職人の技術継承と再現が可能に
- 酒造り以外の副産物（酒粕・糀など）を使った多様な商品展開が可能

● Weaknesses（弱み）

- 国内市場縮小と若年層の飲酒離れによる構造的需要減少
- 小規模蔵が多く、生産効率や資本力に限界がある
- 価格転嫁が困難な風潮と、酒類全体の嗜好の多様化
- 後継者不足、杜氏・職人の高齢化に対応した人材育成の遅れ
- クラウド CRM や EC 等の IT 導入が遅れている蔵が多く、販路が限定的

● Opportunities（機会）

- 円安による輸出好機と、アジア・欧米市場での日本食人気の高まり
- 健康志向やエシカル志向に対応した“自然派・低アル”清酒需要の拡大
- 観光・体験型消費（SAKE ツーリズム）との統合で収益モデルを多層化
- NFT・サブスク・AR 技術などを活用した“デジタル酒蔵”構想
- ノンアル市場への進出（清酒風ドリンク、香気再現型製品）

● Threats（脅威）

- 原材料高騰（酒米・ボトル・ラベル）と物流費上昇
- 酒類への健康規制強化、広告規制強化による販促難化
- 大手流通業者・外資系アルコール企業による競争激化
- 気候変動により酒米の安定供給が困難になるリスク
- 補助金の競争化・削減により弱小蔵元が淘汰される可能性