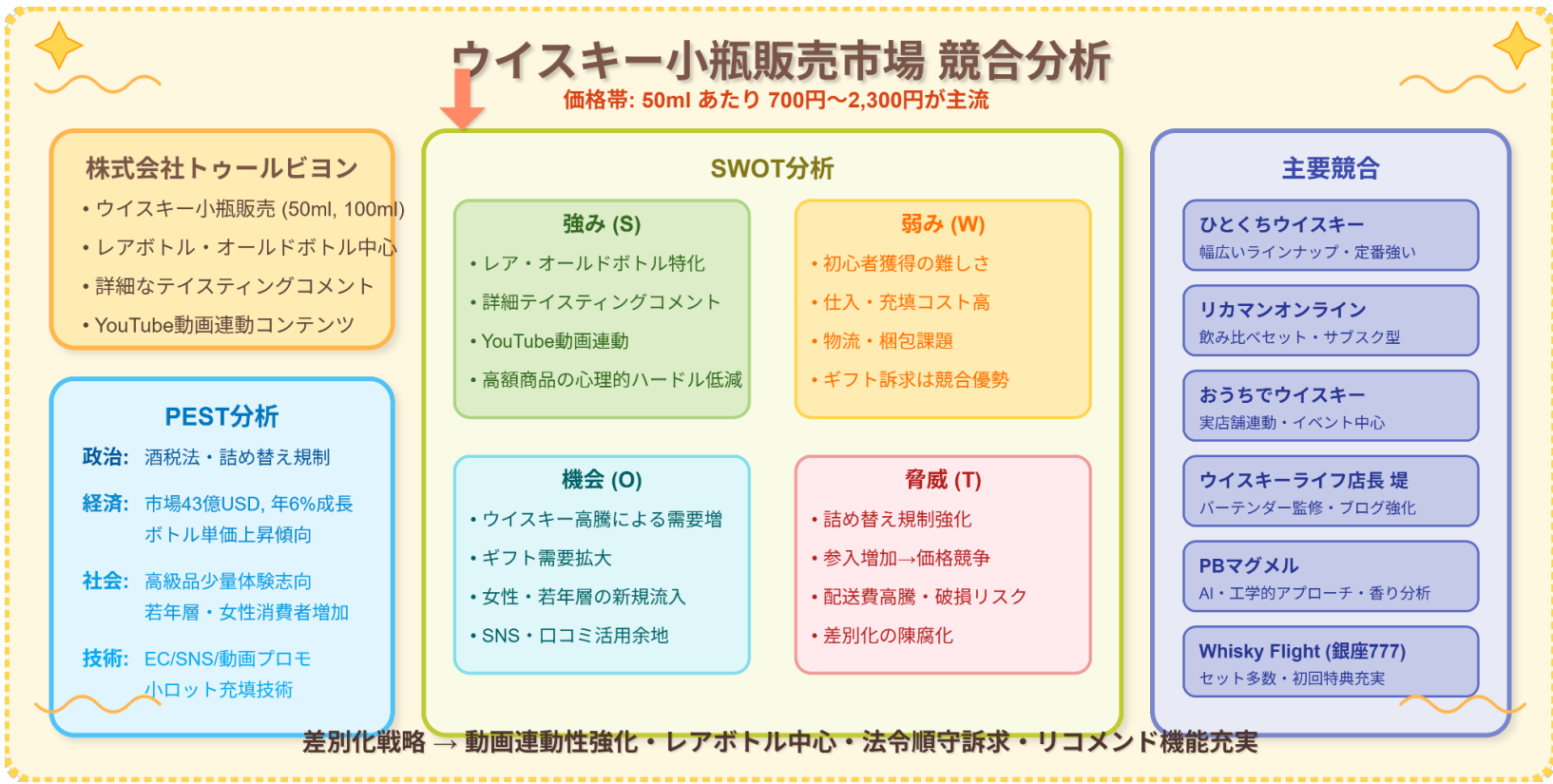


ウイスキー小瓶市場の競合分析

Felo AI



概要

ウイスキー小瓶（量り売り）市場の競合分析を、PEST分析・3C分析・SWOT分析の3フレームで網羅的に行う。日本国内のウイスキー量り売り主要プレイヤーは「ひとくちウイスキー」「リカマンオンライン」「おうちでウイスキー」「ウイスキーライフ店長 堤」「PB マグメル (BOTTLED by PB Magmel)」「Whisky Flight (銀座 777)」など実店舗・EC 専業・サブスク型と形態が多様化している。価格は 50ml 換算で 1,000〜2,300 円が主流。法律面では酒税法・詰め替え規制が顕著な参入障壁。ジャパニーズウイスキー市場は 2022 年時点で 43 億 USD 規模、2033 年まで年 6%前後で成長見込。消費者は「高額ボトルを少量で試したい」「飲み比べをしたい」等体験志向。e コマースや SNS、動画が重要な集客要素。自社トゥールビヨンの差別化ポイントと合わせて、主要競合のビジネス構造を比較し、今後の具体的な打ち手を示唆する。

詳細レポート

1. 直接競合リスト（国内主要プレイヤー概要）

企業・サービス名	主な商品・特徴	50ml 小瓶価格帯	ラインナップ	マーケ・広告特徴
ひとくちウイスキー	50ml/100ml 単位で世界中・国産ウイスキー販売、ギフトセット有	700～2,300 円	国内外、定番・限定、セット多	サイト特集コラム、ランキング、ギフト強化、手作業洗浄ボトル 128
リカマンオンライン	「ウイスキーフライト」飲み比べセット、サブスク、限定品多	500～1,800 円	世界各地、プレミアム、限定	2セット購入で1本無料、送料無料セット、多彩な飲み比べ企画 130
おうちでウイスキー	ボトル販売・小分け販売、都内店舗／EC、試飲イベント	900～1,800 円	国内外、定番・新製品、店舗イベント	SNS で日程発信、店舗受取・試飲・イベント実施 126
ウイスキーライフ店長 堤	EC 限定／店舗連動、50ml 単位、独自おすすめセット多数	700～2,200 円	有名銘柄＋レア含む	ブログ・Twitter 活用、バーテンドー監修紹介 108 114
PB マグメル（BOTTLED）	クラフト志向、独自セレクト、少量限定販売	900～2,900 円	欧米ジャパニーズ、物語性重視	AI・工学的アプローチ、香り分析コンテンツ 95

企業・サービス名	主な商品・特徴	50ml 小瓶価格帯	ラインナップ	マーケ・広告特徴
Whisky Flight (銀座 777)	ラインナップ豊富な飲み比べセット、サブスク、テーマ別セット多数	800～2,500 円	世界／日本／シングルモルト等	ニュースレター、セット/初回特典/サブスク型 130
量り売りウイスキー.com	ギフトセット、産地別・熟成年数縛り	1,000～2,000 円	特定産地、シリーズ化多い	シリーズ連動プロモ、ギフト打ち出し
Bar 系通販サイト	実店舗連動型、オリジナルボトル持込歓迎	600～2,000 円	バーおすすめ、受注生産有	SNS＋メールマガジン/イベント SEO

※他にも「ウイスキー達人倶楽部」「ウイスキーサロン」「WhiskyCrew」等が小規模 EC や SNS で展開。

2. PEST 分析（小瓶販売・量り売りウイスキー市場）

要素	具体的内容
政治	- 酒税法による「詰め替え」規制（表示義務・免許必須、複数回申請や監査） 86 125 - 20 歳未満販売禁止・通販要件・行政監視 126 125
経済	- ジャパニーズウイスキー市場 2022 年 43 億ドル、2033 年まで CAGR6～9%成長 75 77 113 - EC 化率 9.38%の日本物販市場で酒類 EC の伸び代大 86 - 近年のボトル単価上昇（プレ値・外貨高騰・入手困難） 107 94

要素	具体的内容
社会	- 「高級品を少量で味わいたい」「飲み比べ・ギフト需要」「女性や若年層のウイスキー消費増」 112 93 - サステナブル/エコ容器・イベント/コミュニティ志向 126 112
技術	- 小ロット充填機・洗浄済耐アルコール容器 - ECプラットフォーム整備 - SNS/動画プロモ（YouTube、Instagram、LINE 活用） 95 86

PEST 分析ビジュアル

ウイスキー量り売りビジネスのPEST分析



3. 3C 分析

■ Customer（顧客）

- ターゲットは 40 代以上のウイスキーファン中心から、20～30 代・女性にも拡大。
- 「高額ボトルは手が出ないが一度味わってみたい」「飲み比べで自分に合う 1 本を探したい」「ギフト・セット」を求める層。
- 店舗型は試飲イベントも集客力あり。EC 型はセット割や送料無料で新規獲得。

■ Competitor（競合）

- 「ひとくちウイスキー」「リカマンオンライン」「銀座 777」などは、小瓶化ラインナップ・飲み比べセット・ギフトなどで差別化を強化中 [128](#) [130](#)。
- 最新トレンドは希少ボトル・蒸留所限定品・AI 香り分析・体験型セットなど。
- サブスク（定期便）、2 セット購入特典、レビュー投稿でボーナス付与など、EC 販促競争が激化。
- 店舗併設の場合、イベントや「マイボトル持参」「試飲参加型」でコミュニティ作りも強み。

■ Company（自社：トゥールビヨン）

- レア・オールド・新作中心の独自ラインナップ。
- 詳細テイスティングコメント＋YouTube/動画連動で顧客体験向上。
- ギフトセット化やエコ包装対応。
- 「安心して初めてでも試せる」コンセプトを競合以上に打ち出し。

競合商品分析イメージ

サービス	価格 (50ml)	レア・限 定度	セット販 売	動画・ SNS	実店舗	ギフト訴 求	自社との 差別化
ひとくち ウイスキー	900～ 2,300 円	★★	◎	△	-	◎	定番強い・個人色少///新奇性で差別化可
リカマン	700～	★	◎	○	-	○	マス向け

サービス	価格 (50ml)	レア・限 定度	セット販 売	動画・ SNS	実店舗	ギフト訴 求	自社との 差別化
オンライ ン	1,800 円						企画多い
おうちで ウイスキ ー	900～ 1,800 円	★★	○	○	◎	○	店舗イベ ント性で 差別化
ウイスキ ーライフ 店長 堤	700～ 2,200 円	★～★★	◎	◎	○	○	元バーテ ンダー 色、ブロ グ
PB マグ メル	900～ 2,900 円	◎	△	◎	-	△	AI×クラ フト分析 特化
銀座 777	800～ 2,500 円	★	◎	○	-	◎	セットコ レクショ ン性

4. SWOT 分析

【Strengths：自社の強み】

- 定番外・レア・オールド中心の「独自性あるボトルラインナップ」。
- 詳細なテイスティング（プロ評価や独自表現）＋YouTube 連動で顧客ロイヤリティ強化。
- 高額ボトル＝心理的ハードルを小瓶サイズで大幅低減。
- 「安心・安全の法令準拠表記」「エコ容器対応」「ギフト包装」で安心感訴求。

【Weaknesses：自社の弱み】

- 定番離れによる「初心者獲得の難しさ」。

- コスト高（希少ボトル調達・管理・小ロット充填運営費）。
- 物流・梱包対応の最適化課題。
- ギフト訴求連動／基幹セット化等は他社優勢分野。

【Opportunities：機会】

- ウイスキー高騰による「小瓶需要」拡大。
- ギフト需要（父の日、退職、昇進等）、女性・若年層新規流入。
- SNS・動画施策＋クチコミ活用による拡張性。
- 新メーカー／クラフト蒸留所・PB コラボ・限定イベント（オンライン含む）マーケ連動。

【Threats：脅威】

- 「詰め替え」規制強化（行政指導・免許問題）[125 86](#)。
- 市場参入の増加→価格競争・模倣サービス台頭。
- 配送費高騰・破損リスク。
- 商品差別化の陳腐化（模倣容易）・大手参入/顧客囲い込み。
- SNS 炎上リスク・法令違反指摘も拡散しやすい。

SWOT 図解

トゥールビヨンのウイスキー小瓶販売 SWOT分析



5. 価格・ラインナップ・広告戦略比較

■ 価格

- 50ml 換算：1,000 円前後が「ベース」、プレミアムで 2,000～3,000 円超も一部（PB マグメルなど）。
- 100ml やセットは単体換算より割安だが、送料や包装コストで割高感も出やすい [116](#)。
- リカマンなどは例「6 本セット 4,980 円～7,980 円」送料無料特典強化 [130](#)。

■ ラインナップ

- 「ひとくちウイスキー」は国内外問わず幅広い、限定品・人気ボトルでトラフィック引き込み [128](#)。
- 「PB マグメル」は AI 駆使、超クラフトや限定志向顕著 [95](#)。
- 「おうちでウイスキー」「店長堤」等はおすすめ・新製品推しが比較的強く、流行や希少ボトルも扱うが、仕入れスピード・多様性は規模依存。
- 銀座 777 は「1 本ずつの自由注文ではなくセット指向」で平均単価高め [130](#)。

■ 広告・集客戦略

- ひとくちウイスキー、リカマン：SEO、特集記事、コラム、ギフト訴求で流入増 [128](#) [130](#)。

- SNS（Twitter、Instagram）、ニュースレター常用、YouTube 動画は PB マグメル/店長堤型が強み [95 114](#)。
- サブスク、セット購入で割引・特典追加しリピーター拡大施策。
- 「実店舗イベント+EC」型はエンゲージメント向上・常連獲得を意識（おうちでウイスキー）。

6. 今後の差別化・集客・新規参入可否の示唆

■ 差別化ポイント

- 「動画とテイスティングコメントの深い連動」「YouTube Short 等で最速レビュー」「飲み比べイベントの実況中継化」「法令コンプラ情報の徹底開示」を強化。
- 「メーカー・蒸留所と公式コラボ」「購入体験投稿キャンペーン」「リアル×オンラインイベント融合（オンライン蒸留所見学含む）」によるブランド体験拡張。
- エコ包装、専用ギフトラッピング選択やオーダーメイドセット注文など。

■ Web 集客

- SEO で「希少ウイスキー量り売り」「レアボトル飲み比べ」を上位に。
- インフルエンサー/バーテンダー活用レビュー連携。
- LINE で「再購入・リマインド特典」、動画・短尺レビュー→LP 誘導強化。
- レコメンド機能やセット提案の自動化、特に「お試し/ギフト」商品ページの充実。

■ 新規参入可否

- 小ロット充填・法令順守・EC ノウハウが必須。仕入れルート・情報感度とプロの評価/コメント連動性で競争優位性可。
- 「規模の経済」で EC コスト・在庫リスクを抑えられる中規模以上がやや有利だが、レア&高級ボトル指向なら小さく始め深めやすい。
- 今後は法規制動向＝最重要監視項目。

7. ビジュアル&参考 Web 画像

ひとくちウイスキー 月間ランキング商品例

RANKING

リカマンオンラインのセット販売例

毎月 **3** 日と **17** 日 全品ポイント **3** 倍

毎月 **20** 日 ワイン全品ポイント **5** 倍
※一部対象外あり

おうちでウイスキー 店舗・EC 連携ページ



【当店の詐欺サイトにご注意下さい】



2025年1月、お客様より当webサイト(おうちでウイスキー)を模倣した詐欺サイトの存在について報告を受けました。幸いお客様は異常に気付き被害はありませんでした。

詐欺サイトは現在アクセスができず確認が取れませんが、当店のロゴや画像、説明文が使用されていました。

詐欺サイトの特徴は、ドメインがおかしい、価格が異常に安い、会員登録せずにカートイン可能、支払いは銀行振込を強要されますが、入金先の名前が明かされません。

当店のドメインcanmerry.shopです。また、会員登録が必須、銀行振込先は購入時のメールに正しく記載しております。

お客様に置かれましては、上記の特徴に御注意戴き、お買物をして戴ければ幸いです。

(株)CanMerry おうちでウイスキー 店主

要約

ウイスキー小瓶（量り売り）市場は、法規制が厳しい一方で、希少性・多様性を求める消費者の体験志向、プレゼント志向、エコ志向の高まりにより今後も拡大傾向。主要競合はすでにラインナップ・ギフト施策やセット化・広告多様化で差別化競争が激しく、動画や SNS の活用、体験価値創造がカギとなる。自社（トゥールビヨン）は、定番外ラインナップの希少性・動画&コメントの専門性・顧客不安へのケアを強化しつつ、法規制遵守・安心感の訴求、ギフト特化・イベント訴求でさらなる差別化が可能。今後は法令動向の先取り対応と、レコメンド型 EC や動画流入強化が成功要件となる。

1. [【図解あり】SWOT 分析とは？やり方と 3 つのコツ](#)
2. [わかりやすい「PEST 分析」とは？具体例・やり方を解説 ...](#)

3. [PEST 分析とは？やり方・4つの要因（政治・経済・社会・技術 ...](#)
4. [わかりやすい「SWOT 分析」とは？基本とやり方・具体例 ...](#)
5. [PEST 分析：生意人必学！商業決策中 4 個總體環境分析的邏輯 ...](#)
6. [3C 分析とは？ 目的や進め方のコツ、注意点を 6 つの事例から ...](#)
7. [SWOT 分析の強み：3 つの具体的な例を解説](#)
8. [3C 分析のやり方とは？マーケティング戦略に欠かせない 3C ...](#)
9. [SWOT 分析で自社の強みと弱みを明確化する方法 | ビジョンと ...](#)
10. [SWOT 分析の脅威とは？主な 9 つの要因や対処のヒントを解説](#)
11. [外部環境分析とは？PEST 分析や SWOT 分析などのフレーム ...](#)
12. [3C 分析で自社の強み・弱みを知りマーケティングに活かす方法](#)
13. [競合分析のやり方を 8 ステップで解説 | 活用するフレーム ...](#)
14. [【図解で解説】SWOT 分析とは？やり方や企業の分析例を解説](#)
15. [PEST 分析とは？目的や事例、自社の戦略に活かす方法を解説](#)
16. [PEST 分析完全ガイド: 業界別アプローチで未来を読み解く](#)
17. [簡単な SWOT 分析の機会例](#)
18. [PEST 分析法－概念 | 内容 | 应用场景 | 作用－BoardMix 博思白板](#)
19. [フレームワーク 3C 分析のコツ－マーケティング情報収集 9 つの ...](#)
20. [企業の経営戦略に役立つフレームワーク 10 選！それぞれの強み ...](#)
21. [製造業の Web サイト企画に欠かせない 3C 分析で戦略を練る](#)
22. [SWOT 分析のやり方とコツ:環境分析から戦略目標を引き出す方法](#)
23. [SWOT 分析とは？やり方や具体例、注意点を解説【図解】](#)
24. [PEST 分析とは？目的、やり方・手順、注意点を解説－東大 IPC](#)
25. [これからビジネスを始める人のための 3C 分析解説【分析事例 ...](#)
26. [【製造業向け】3C 分析でマーケティング環境を把握しましょう](#)
27. [SWOT 分析とは？基礎知識から分析のやり方、BtoB 企業の事例 ...](#)
28. [PEST 分析とは？やり方や具体例などをわかりやすく徹底解説](#)
29. [PEST 分析の基本と実践－変化するビジネス環境への対応](#)
30. [SWOT 分析：新規事業の機会と脅威を見極める](#)
31. [pest 分析法主要是从哪些方面进行分析－正保会计网校](#)
32. [3C 分析とは？目的や順番、やり方をテンプレートで具体的に ...](#)
33. [SWOT 分析の作業手順（3）強みを特定し書き出す](#)
34. [SWOT 分析とは？基本とやり方、よくある失敗例と対策 ...](#)

35. [SWOT 分析による脅威の特定：実例](#)
36. [3C 分析で自社の強みと弱みを徹底解説！目的 - アドベート](#)
37. [競合分析とは？押さえるべき 7 つの項目と分析を実施する上で ...](#)
38. [【図解】ビジネスの成功のための SWOT 分析 6 つのポイント](#)
39. [コンサルタント必見！初心者でもわかる PEST 分析の活用法](#)
40. [PEST 分析とは？やり方手順や業界事例をわかりやすく解説](#)
41. [【図解・事例付】新規事業の SWOT 分析のやり方/活用事例を解説](#)
42. [从 PEST 分析到 SWOT 策略，打造不可复制的竞争优势 - 360Doc](#)
43. [3C 分析とは？マーケティングでの目的と、顧客・競合・自社 ...](#)
44. [SWOT 分析で会社の強みを活かしビジネスチャンスを拡大する ...](#)
45. [【SWOT 分析】事業成功への確かな一歩！自社の強み・弱み ...](#)
46. [SWOT 分析の 5 つの重要な要素を知る](#)
47. [PEST 分析完全ガイド：外部環境を解析し戦略を練るための ...](#)
48. [PEST 分析とは？必要性やわかりやすい具体例を用いて解説](#)
49. [⑤SWOT 分析（機会） - SWOT 分析と経営継承可視化の専門 ...](#)
50. [行业研究方法系列：你真的会用 PEST 做行业研究吗？ | GLG](#)
51. [「3C 分析」から事業戦略の勝ち筋を見つける - デジパラ](#)
52. [①間違った SWOT 分析の進め方 - RE-経営](#)
53. [SWOT 分析の機会と脅威の具体例と簡単な見つけ方 - MAS ナビ](#)
54. [PEST 分析の全てがわかる！4 つの要因と実践的な活用方法を ...](#)
55. [PEST 分析とは？外部環境を調査する方法を徹底解説 - Beerfroth](#)
56. [SWOT 分析の基礎から応用まで一支持され続ける事業戦略の ...](#)
57. [【行销知識】什麼是 PESTEL 分析？一個非常重要的商業工具](#)
58. [3C 分析とは？顧客・競合・自社を見極める戦略フレーム ...](#)
59. [初心者でもよくわかる！マーケティングの基本「SWOT 分析 ...](#)
60. [PEST 分析の基本と実践！テンプレートを使った具体例と成功 ...](#)
61. [PEST 分析助力企業掌握未來趨勢，邁向蓬勃發展 - 網頁設計](#)
62. [3C 分析とは？分析方法や効果的に活用するための注意点も解説](#)
63. [【時代遅れ？】SWOT 分析の限界と活用 | 成功事例・失敗事例](#)
64. [PEST 分析 ビジネスフレームワークを活用しよう 中小企業 ...](#)
65. [PEST 分析 4 步驟+PEST 範例説明](#)

66. [3C 分析とは？やり方やポイント、活用方法をわかりやすく解説](#)
67. [業界動向の調べ方とは | 情報収集の方法やビジネスに活かす ...](#)
68. [デザイン 経営 メディア – PEST 分析のやり方 | 目的・注意点も](#)
69. [3 C 分析の基本と実践ガイド：効果的なビジネス戦略のために](#)
70. [【事例あり】SWOT 分析とは | 意味や目的、進め方のポイント ...](#)
71. [【徹底解説】PEST 分析とは？基本から事例、活用方法まで ...](#)
72. [3C 分析とは？マーケティングでの目的・やり方・具体例をご ...](#)
73. [競合を分析してビジネス戦略を立案 ChatGPT をコンサルにし ...](#)
74. [【ビール業界研究 | 2023 年度最新版】ES の書き方から面接 ...](#)
75. [日本のウイスキー市場のシェア、規模、分析、傾向 – 2032](#)
76. [日本ウイスキーの市場規模、業界動向、調査報告書 2023–2028](#)
77. [日本のウイスキー市場は 2033 年までに 73 億米ドルに達する ...](#)
78. [世界に誇るジャパニーズウイスキー！市場規模とサントリーと ...](#)
79. [酒税改正における酒類メーカーの棚割戦略 – 東芝テック](#)
80. [「アジアのアルコール飲料市場規模予測～2030 年」調査資料 ...](#)
81. [【サントリー戦略分析②】飲料・酒類業界の顧客ニーズと競合](#)
82. [「食品業界×マインドマップ」で PEST 分析（2025 年最新版）](#)
83. [「いろはす」競争激しいミネラルウォーター市場、「環境」で ...](#)
84. [競合を分析してビジネス戦略を立案 ChatGPT をコンサルにし ...](#)
85. [競合を分析してビジネス戦略を立案 ChatGPT をコンサルにし ...](#)
86. [競合を分析してビジネス戦略を立案 ChatGPT をコンサルにし ...](#)
87. [日本のウイスキー市場のシェア、規模、分析、傾向 – 2032](#)
88. [素敵でユニークな 3 販売戦略・市場戦略 一倉定の社長学 ...](#)
89. [KSP–POS マーケットトレンドレポート「ウイスキー」](#)
90. [ウイスキーライフ店長 堤 の選ぶ「これは」と思う ウイスキー ...](#)
91. [【サントリー戦略分析②】飲料・酒類業界の顧客ニーズと競合](#)
92. [飽き性なもんで【ウイスキー量り売り】 – ぬか袋のブログ](#)
93. [ウイスキーが「おじさんのお酒」から激変したワケ 市場復活に ...](#)
94. [輸入ウイスキー高騰の中、国産ウイスキーの好調が続く](#)
95. [AI がウイスキー業界に革命をもたらす：香りを見極める ...](#)
96. [ひとくちウイスキー 量り売り専門通販サイト](#)
97. [《酒類販売あれこれ》そのお酒の販売は、法律違反ですよ！](#)

98. [【サントリーのES対策】求める人材を理解して採用レベルの ...](#)
99. [まだウイスキー探しに消耗してる？ウイスキーのサブスクと ...](#)
100. [【キリンホールディングス戦略分析②】食品・飲料業界の競争 ...](#)
101. [店長は元バーテンダー。「オリジナルがない」弱みを強みに ...](#)
102. [なぜ丸亀製麺は選ばれ続けるのか：讃岐うどんチェーンから ...](#)
103. [「Udemy」と「Schoo」のマーケティングを比較してみた。](#)
104. [産地から選ぶ エリア別ウイスキー 量り売り専門通販サイト](#)
105. [【4P分析】マーケティングミックス戦略とは！？－note](#)
106. [ウイスキー市場におけるブランド差別化戦略の全貌](#)
107. [おうちでウイスキー | ウイスキーの高騰 \(>__<\)](#)
108. [ウイスキーライフ店長 堤 の選ぶ「これは」と思う ウイスキー ...](#)
109. [競合を分析してビジネス戦略を立案 ChatGPT をコンサルにし ...](#)
110. [競合を分析してビジネス戦略を立案 ChatGPT をコンサルにし ...](#)
111. [ダイヤモンド・チェーンストア 発売日・バックナンバー](#)
112. [「量り売り」ならウイスキーをもっと気軽にたのしめる！](#)
113. [日本のウイスキー市場のシェア、規模、分析、傾向 － 2032](#)
114. [店長は元バーテンダー。「オリジナルがない」弱みを強みに ...](#)
115. [酒屋が儲かる方法とは？店舗販売や店舗以外で利益を上げる方法](#)
116. [飽き性なもんで【ウイスキー量り売り】－ぬか袋のブログ](#)
117. [ウイスキー市場におけるブランド差別化戦略の全貌](#)
118. [株式会社リカーマウンテンの業績・将来性・強み・弱み](#)
119. [【サントリー戦略分析②】飲料・酒類業界の顧客ニーズと競合](#)
120. [サントリーHDの揺るぎない強さと中長期的な成長戦略の全貌](#)
121. [ネットショップで酒屋を開業するまでの流れとは？通信販売 ...](#)
122. [出題形式－中小企業診断士－日本マンパワー](#)
123. [【サントリー戦略分析①】グローバルブランドと商品開発力の ...](#)
124. [【就活ガイド】サントリーホールディングス株式会社の企業研究](#)
125. [酒類販売業免許とは？お酒の販売には免許が必要！飲食店開業 ...](#)
126. [おうちでウイスキー | 東京のウイスキーの販売・量り売りを中心とした専門店 東京 世田谷](#)
- 127.
128. [ひとくちウイスキー 量り売り専門通販サイト](#)
129. [BREEZE |](#)

130. [ウイスキー量り売り | リカマン オンライン](#)